



The top section features the AIU logo, which includes a stylized globe icon and the text "AIU Atlantic International University". The background is a light blue world map.



A decorative graphic consisting of three circular globes, each showing a different view of the Earth, arranged along a curved grey line that sweeps across the page.

AIU se une a la Iniciativa de "Acceso Abierto" A través de la iniciativa de Acceso Abierto, AIU y otras instituciones a nivel mundial, planean derrumbar los muros que existen actualmente en el acceso a la información y a trabajos de Investigación.

Student Publications

AIU esta interesado en la diseminación de avances realizados en la investigación científica, lo cual es de suma importancia para la operación efectiva de una sociedad moderna. La Visión y Misión de AIU, son consistentes con la visión expresada en la Iniciativa de Acceso Abierto de Budapest y con la Declaración de Berlín en Acceso Abierto al conocimiento en las Ciencias y Humanidades Estamos verdaderamente complacidos, de pode hacer esta contribución a la comunidad global.

AIU sabe el valor que el conocimiento y el entendimiento, y espera que esta nueva iniciativa, pueda tener una gran repercusión en las vidas de nuestros estudiantes, y noestudiantes alrededor del mundo, quienes tienen la inclinación natural hacia la búsqueda de nuevo conocimiento.

Para ver más información acerca de esta Iniciativa, por favor sírvase a seguir el siguiente link:
<http://www.aiu.edu/spanish/StudentPublications.html>.



The bottom left corner contains a smaller version of the AIU logo and the website address "www.aiu.edu".

ATLANTIC INTERNATIONAL UNIVERSITY

SCHOOL OF BUSINESS AND ECONOMICS



**Proyecto Vendexpress de
Máquinas Exendedoras de Alimentos Empacados para Oficinas de Call Center, en la
Ciudad de Guatemala**

Ana Lucia Siekavizza

Guatemala, 28 de Abril del 2008

ABSTRACT

El presente proyecto estudia la viabilidad para iniciar y establecer un negocio catalogado con potencialidad de crecimiento en el mercado latinoamericano: Las Máquinas expendedoras de alimentos o "*Vending Machines*".

Esta investigación tiene como objetivo, verificar la demanda de productos alimenticios así como de consumo masivo en general, en el ámbito de las empresas con empleados que trabajen en turnos extendidos o de 24 horas.

Como parte de la investigación se realizó una encuesta en la que los resultados reflejan que el 86 % de los entrevistados consume alimentos en su oficina, en horarios de trabajo y que el 88% de la muestra de entrevistados están anuentes a que se coloque una máquina expendedora de golosinas y alimentos en su oficina.

Para que estas máquinas operen de manera adecuada se requiere de una organización administrativa de 3 personas, contactos con proveedores, un vehículo para realizar los abastecimientos y controles de inventarios ingresos y ventas. La organización administrativa en general no es compleja y sus costos mensuales son un 33% de los gastos generales, siendo el otro 68% la compra de los insumos para las máquinas.

El margen de utilidad por producto vendido en la máquina va desde el 20 hasta el 56% según el ítem que se venda, esto genera un promedio porcentual del 42 % de utilidad por producto vendido.

En general la perspectiva del proyecto es positiva, tanto los estados de resultados como el flujo de efectivo, reflejan utilidades de más del 40% de la inversión inicial desde el primer año. A largo plazo también se refleja que el negocio es potencialmente rentable y se observa una pronta recuperación de la inversión y la posibilidad de expansión y crecimiento.

ÍNDICE

	Página
Dedicatoria	i
Agradecimiento	ii
Abstract	iii
Capitulo 1 Introducción	1
Capitulo 2 Información del Proyecto	
2.1. Antecedentes	2
2.2 Problema	3
2.2.1 Árbol de problemas	4
2.2.2 Árbol de Objetivos	5
2.2.3 Análisis de Alternativas de solución	7
2.3 Objetivos de esta Investigación	8
2.4 Justificación de esta investigación	9
2.5 Marco teórico conceptual	9
Capitulo 3 Estudio de Mercado	
3.1 El producto en el mercado	
3.1.1 Definición del producto	10
3.1.2 Producto principal y subproductos	11
3.1.3 Productos sustitutos o similares	11
3.1.4 Productos complementarios	11
3.2 El área del mercado	
3.2.1 Población consumidora, contingente actual y futuro	12
3.2.2 Estructura de la población por grupos, edades, segmentos	13
3.2.3 Tasas de crecimiento de la población	15
3.2.4 Ingresos de la población, nivel actual y tasa de crecimiento	16

3.3 Comportamiento de la Demanda

a.	Situación actual, estimación de la demanda actual	17
b.	Características teóricas de la demanda	19
c.	Situación futura de la demanda	20
·	Extrapolación de la tendencia histórica	21
·	Análisis de los factores condicionantes de la demanda futura	21
·	Estimación de la demanda que atenderá el proyecto	22
	Resultados de la encuesta de mercado	23

3.4 Comportamiento de la Oferta

a.	Situación actual; series, estimación de la oferta	26
b.	Análisis del régimen de mercado	27
c.	Situación futura de la oferta	28

3.5 Comportamiento de los Precios

a.	Análisis de las series históricas de precios	29
b.	Estimación de la evolución futura de los precios	30
c.	Influencia prevista de los precios sobre la demanda	31
d.	Márgenes de comercialización	32

3.6 Análisis de la Comercialización

a.	Canales de comercialización	33
b.	Formas de comercialización del proyecto	33
c.	Capacidad de competencia del proyecto	34
d.	Oferta potencial del proyecto	34

Capítulo 4 Estudio Técnico

4.1 Tamaño

a.	Capacidad del proyecto	35
b.	Factores condicionantes del tamaño; capacidad financiera	35
c.	Justificación del tamaño en relación con el proceso y la localización	35

4.2 Localización

a. Macro-localización y Micro-localización	36
c. Integración en el medio	36
d. Distancias y costos de transporte; de los insumos y los productos	36
e. Justificación de la localización en relación con el tamaño y el proceso	37

4.3 Proceso de Producción

a. Insumos principales, secundarios y alternativos	38
c. Flujo grama del proceso total	39
d. Descripción de las instalaciones, equipos y personal	39
e. Análisis de la escala de producción	40

4.5 Organización

a. Para la ejecución	41
b. Organización para la operación	41

4.6 Calendario 43**4.7 Resumen 44****Capitulo 5 Estudio Administrativo – Legal**

5.1 Estructura Administrativo-Legal	45
5.2 Marco Legal del Proyecto	46
5.3 Estructura Administrativa	51
5.4 Descripción y Perfil de Puestos	52
5.5 Resumen	57

Capitulo 7 Estudio Financiero**7.1 Análisis de Costos**

a. Costo de la inversión física	58
b. Costo total de la operación	58
c. Clasificación de los rubros de costo en fijos y variables	59

7.2 Análisis de Ingresos 59

a. Venta de Productos y Subproductos	59
d. Proyección de los ingresos	60
7.3 Recursos financieros para la inversión.	
a. Estados de resultados proyectados	62
b. Capital disponible, a corto, mediano y largo plazo	63
c. Calendario de las inversiones	63
d. Las necesidades de capital de trabajo	64
7.4 Punto de equilibrio	65
7.5 Cuadro de fuentes y uso de fondos	66
a. Análisis y proyecciones financieras	67
7.7 Evaluación Económica	
a. Valor actual neto	67
b. Tasa interna de retorno	68
c. Relación beneficio / costo	69
d. Recuperación de la inversión	70
7.8 Sensibilidades	72
7.9 Resumen	71
Conclusiones	72
Recomendaciones	73
Bibliografía	74

INDICE DE FIGURAS Y TABLAS

	Página
Figuras	
Figura 1.2 Árbol de problemas	4
<i>Figura 2.1 Árbol de objetivos</i>	6
<i>Figura 1.2 Crecimiento de Oficinas</i>	15
<i>Figura 2.2 Crecimiento de # de empleados</i>	16
<i>Figura 3.2 Proyección Salarios</i>	16
<i>Figura 4.2 Consumo de alimentos</i>	17
<i>Figura 5.2 Consumo de Snack y bebidas</i>	18
<i>Figura 6.2: Consumo de galletas</i>	18
<i>Figura7.2 Proyección de la demanda</i>	20
<i>Figura 8.2 productos más comprados</i>	21
Resultados de la encuesta	
<i>Figura 9.2 servicio de cafetería</i>	22
<i>Figura 10.2 # de empleados</i>	23
<i>Figura 11.2 Consumo de alimentos en el trabajo</i>	23
<i>Figura 12.2 origen de los alimentos</i>	23
<i>Figura 13.2 Frecuencia de Consumo</i>	24
<i>Figura14.2 Interés por el servicio</i>	24
<i>Figura 15.2 Tipo De Snack</i>	24
<i>Figura 16.2 Marcas de boquitas</i>	25
<i>Figura 17.2 Otros productos</i>	25
<i>Figura 18.2 consumo promedio</i>	25

<i>Figura 19.2 Incremento en precios</i>	29
<i>Figura 20.2 Comparativo de precios</i>	30
<i>Figura 21.2 Margen de utilidad</i>	31
<i>Figura 1.3 Flujo grama de proceso</i>	38
Figura 2.3 Organigrama	42
Tablas	
<i>Tabla 1.2 Tendencia de precios</i>	29
<i>Tabla 2.5 Inversión inicial</i>	58
<i>Tabla 3.5 Costo mensual de la operación, Gastos fijos y variables</i>	59
<i>Tabla 4.5 Ingresos por máquina</i>	60
<i>Tabla 5.5 Calendario de inversión</i>	61
<i>Tabla 6.5 Inversión total inicia</i>	62
<i>Tabla 7.5 Gastos</i>	63
<i>Tabla 8.5 VAN</i>	64
<i>Tabla 9.5 TIR</i>	65
<i>Tabla 10.5 Beneficio/costo</i>	66

INDICE DE ANEXOS

	<i>Página</i>
<i>Anexo 1: Encuesta</i>	76
<i>Anexo 2: Contrato de arrendamiento</i>	77
<i>Anexo 3: Flujo de efectivo proyectado</i>	82
<i>Anexo 4: Especificaciones del Equipo</i>	83



Capitulo 1 Introducción

El ritmo de vida acelerado que se vive actualmente, no permite a la mayoría de los trabajadores preparar y llevar alimentos a las oficinas o lugares de trabajo.

La alimentación de los empleados se convierte en el resultado de lo que se encuentra a la mano: restaurantes con servicio de reparto, negocios informales, ventas callejeras y otras opciones que parecen aún no satisfacer la demanda de alimentos.

Si se evalúan adicionalmente otros factores de insatisfacción, como tiempo de abastecimiento, precio, ubicación y horario, se puede determinar que el mercado de alimentos para los empleados, es un mercado potencial que requiere opciones de negocio.

En este proyecto tiene como objetivo determinar la potencialidad de un negocio catalogado por las revistas de inversión, como el de mayor potencialidad de crecimiento en el mercado latinoamericano: Las máquinas expendedoras de alimentos o “*Vending Machines*”.

Las “*Vending Machines*” o máquinas expendedoras (de venta automática) son máquinas que no necesitan intervención humana por parte del vendedor para que funcionen. Están programadas para funcionar con un sistema automático. El comprador selecciona el producto de su preferencia, inserta las monedas o billetes que correspondan al precio del producto y oprime el botón que indique su selección para que el producto elegido sea despachado al consumidor. En el mercado existen máquinas de bebidas, alimentos, té, café, revistas, periódicos, etc.

A través de la investigación de campo y de referencias a lo largo del documento se analiza la situación actual del mercado, la oferta y la demanda, las necesidades detectadas a través de una encuesta en los consumidores y un análisis financiero del negocio el cual detectará la relación beneficio / costo de la colocación de máquinas expendedoras en las oficinas.

Capítulo 2 Información del proyecto

2.1 Antecedentes

La tendencia general del comercio es automatizar los procesos de venta de artículos ya que de esta manera, se ahorra en costos, personal empleado y tiempo.

Este proyecto analiza la viabilidad de colocar de máquinas expendedoras o *vending* que se puede traducir es la venta de productos a través de máquinas automatizadas.

El negocio de las máquinas expendedoras se ha establecido hace algún tiempo en Guatemala abarcado casi exclusivamente por las embotelladoras y fabricantes de bebidas tales como PEPSI y COCA COLA, que manejan este tipo de servicio para el despacho de bebidas de sus marcas en diferentes ubicaciones de alto tránsito; así mismo NESCAFE es otra de las empresas con más presencia en el mercado expidiendo su café en restaurantes, cines y otros establecimientos como universidades.

Este tipo de negocio en el segmento de boquitas o "*snacks*" la oferta es limitada, existe un bajo número de máquinas expendedoras de alimentos y definitivamente no llenan las necesidades del mercado.

En América Latina, aunque las máquinas Expendedoras apenas están empezando a experimentar su auge, los consumidores se familiarizan cada vez más con este canal de servicios, por lo que la demanda va en constante aumento y se considera como uno de los negocios mas lucrativos y rentables para los próximos 10 años. (es.wikipedia.org)

Es sólo cuestión de tiempo antes de que los consumidores y empresarios se den cuenta de los beneficios que ofrece este tipo de negocio.

El negocio de las máquinas expendedoras o *vending* es la industria con mayor desarrollo y la de mayor crecimiento a nivel mundial, se estiman ingresos anuales por parte de este tipo de comercio de al menos 25 billones de dólares.

En Estados Unidos, el negocio de las máquinas Despachadoras Vending está muy desarrollado, consolidado fuertemente desde la década de los 70's y son innumerables los productos que se ofrecen.

Se observa la oportunidad de iniciar un negocio que satisfaga inicialmente la necesidad de abastecer a oficinas, principalmente las de tipo call center las cuales cuentan con trabajadores de 24 horas y que no cuentan con servicio de alimentación, cafeterías o de servicio a domicilio a altas horas de la noche, o simplemente por ubicación no encuentran algunos productos de conveniencia tales como golosinas dulces y saladas, boquitas, cigarros, medicamentos sin receta, etc.

2.2 Problema

La problemática actual de los empleados que laboran en las oficinas de Call Center en turnos durante las 24 horas del día es que existe una oferta limitada de alimentos cercanos a sus oficinas. Muchas de las opciones actuales se limitan a ciertos horarios y las ubicaciones requieren de traslados y uso de transporte para adquirirlas.

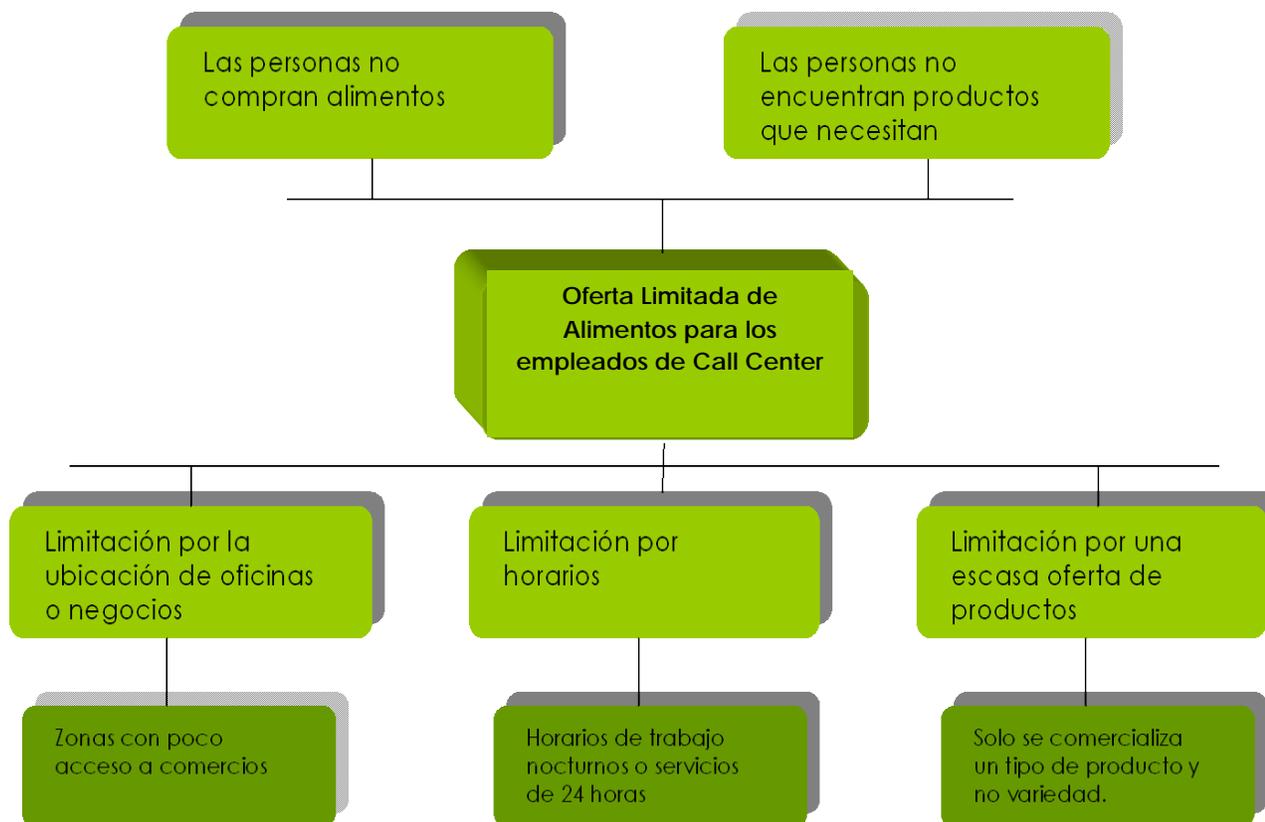
Por lo que podemos determinar que el problema que el presente proyecto trata de abordar es la oferta limitada a la que se enfrentan los empleados de las oficinas de Call Center.

2.2.1 Árbol de Problemas

En la figura 1.2 presentada a continuación se hace un resumen de la problemática detectada en relación a la compra y consumo de alimentos que se presenta a los empleados de diferentes empresas.

Figura 1.2

Árbol de Problemas



Fuente elaboración propia

2.2.2 Objetivos

General

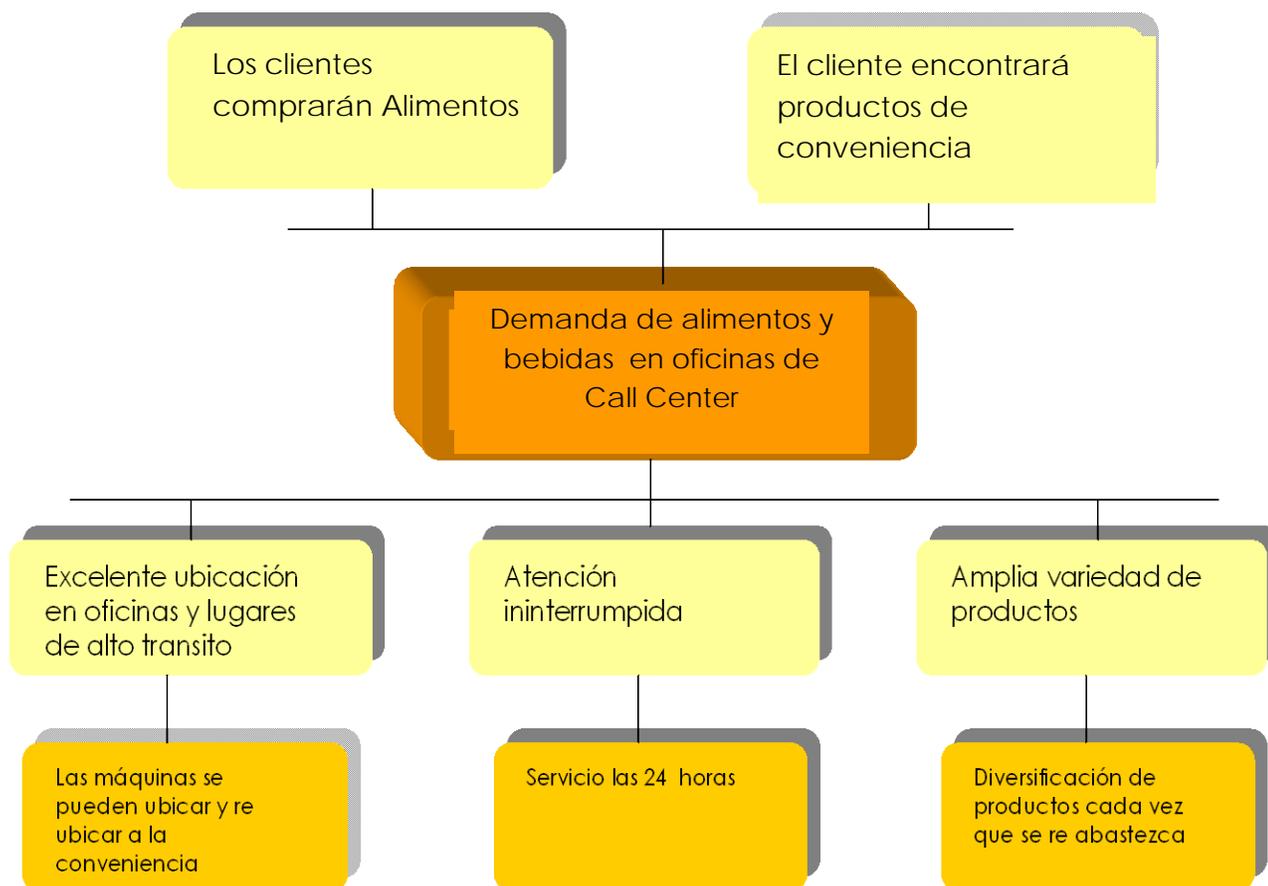
Determinar la demanda de productos alimenticios en el ámbito de las empresas con empleados que trabajen en turnos extendidos o de 24 horas.

Específicos

- Establecer la factibilidad de la colocación de máquinas expendedoras de alimentos y de conveniencia en oficinas
- Determinar los recursos financieros necesarios para llevar a cabo el proyecto.
- Estimar la rentabilidad de la operación de máquinas expendedoras en oficinas con al menos 60 empleados.

A continuación se hace un diagrama en la figura 2.1 en la que se hace un análisis gráfico los objetivos que se lograrán a través del abastecimiento de alimentos a los empleados en su lugar de trabajo.

Figura 2.1
Árbol de Objetivos



Fuente elaboración propia

2.2.3 Análisis de las alternativas de solución

Para generar una solución al problema planteado en este proyecto, que consiste en la limitada oferta de alimentos para los empleados de oficinas de Call center con empleados de 24 horas, se presentan las siguientes opciones como alternativas de solución al mismo:

1. Colocación de servicios de cafetería y abastecimiento de productos dentro del área de oficinas en donde hayan empleados que trabajen en horarios extendidos o con turnos de 24 horas.

Esta solución requiere de una inversión de espacio, recursos y dinero por parte de las compañías o en todo caso de una empresa que se comprometa a abastecer este servicio. La opción es viable siempre y cuando se cuente con espacio y se haya elaborado un estudio en el que la inversión sea cubierta por la demanda.

2. Prestación del servicio de abastecimiento de alimentos las 24 horas. En esta opción de solución la deben de llevar a cabo las empresas dedicadas a la comercialización de alimentos a domicilio las 24 horas, y considerar la inversión en transporte y personal sea recuperada con la demanda del servicio.

Esta alternativa en general, es poco viable ya que genera pasivos laborales de empleados que trabajarán en horas extras, seguros adicionales para los vehículos, etc.

3. Colocación de máquinas expendedoras de alimentos y productos de consumo en las oficinas. En general una Máquina Vending o Máquina expendedora, nació para satisfacer la necesidad del hombre de adquirir todo tipo de artículos en las mejores condiciones de higiene y calidad, en cualquier horario y lo más pronto posible. Esta alternativa de solución es la manera más práctica y con menos inversión de suplir las necesidades de los empleados, requiere de poco espacio y puede ser operada por una empresa fuera de la estructura de la oficina por medio de un contrato de servicio.

De las opciones de solución antes expuestas se ha elegido al negocio de máquinas expendedoras como la más factible para desarrollar, este negocio tendrá el objetivo de satisfacer a los consumidores de productos alimenticios y de conveniencia, sin limitaciones de horario y ubicación, dentro del área en la que desarrollan actividades laborales y cotidianas.

2.3 Objetivos de la investigación

Esta investigación tiene como objetivo general determinar la demanda de alimentos en general, en el ámbito de las empresas con empleados que trabajen en turnos extendidos o de 24 horas.

Así mismo los objetivos específicos lograrán establecer:

La viabilidad de la colocación de máquinas expendedoras de alimentos y productos de consumo y de conveniencia en oficinas de Call Center.

La estimación los recursos financieros necesarios para llevar a cabo la colocación y abastecimiento de las máquinas y su funcionamiento y la rentabilidad de la operación de máquinas expendedoras en oficinas con al menos 60 empleados.

Delimitar las oportunidades de mercado para la venta de productos de consumo en oficinas, así como el crecimiento de la oferta y demanda de los servicios mencionados en las oficinas de Call Center de la ciudad de Guatemala.

2.4 Justificación de la investigación

Guatemala está creciendo en la atracción de *call center* o centros de llamadas para empresas locales e internacionales, y participará en el crecimiento del 38 por ciento en generación de empleos que se espera para el Istmo en los próximos 12 meses.

Así lo indica el estudio Central América Call Center Report 2007, divulgado recientemente por el Zagada Institute, una entidad de investigación de mercado ubicada en Coral Gables, Florida.

Las empresas de Call Center generalmente cuentan con espacios o "áreas muertas". Las máquinas expendedoras ofrecen una manera de "activarlas", trayendo esta activación beneficios a todos los niveles:

1. Las empresas y comercios registran ganancias extras.
2. El personal y clientela encontraran un plus al visitarlos o estar laborando, creando en ellos lealtad y valor a la actividad cotidiana que se realice en el lugar en donde este ubicada la máquina.

El negocio de las máquinas expendedoras le asegura a las empresas o comercios que la responsabilidad de la máquina no es de ellos, ya que el operador Vendexpress la resurtirá, reparará y dará mantenimiento. Es una irresistible relación de ganar-ganar.

2.5 Marco Teórico conceptual

En Japón, existen 1,093,000 de máquinas expendedoras de bebidas refrescantes únicamente y esta cifra no incluye a los cientos de miles de otras máquinas en las que se venden todo tipo de productos: desde calcetines y plumas, hasta libros de historietas y sake, la bebida japonesa por excelencia. (www.marketingvending.com)

La manera en que trabajan estas máquinas consiste en simplemente introducir monedas, billetes, fichas o tarjetas y pulsando un botón ó girando una perilla se obtiene la mercancía seleccionada.

Este tipo de servicio nació para satisfacer la necesidad de adquirir alimentos u otros productos de conveniencia en las mejores condiciones, en cualquier horario, ubicación y lo más pronto posible.

Las ubicaciones en las que se estima colocar este servicio son oficinas de call center, que son todas aquellas oficinas que cuentan con personal, que generalmente trabaja en turnos durante las 24 horas, atendiendo llamadas telefónicas prestando servicio y asesoría de marcas que contratan y capacitan a su personal, para atención al cliente que los consume.

Capítulo 3 Estudio de Mercado

El producto en el mercado

Definición del producto

El proyecto se enfoca en el negocio de colocar máquinas expendedoras de alimentos empacados tipo bocadillos o snacks, para satisfacer la necesidad de alimentación de los empleados de oficinas de Call center con al menos 60 colaboradores.

Una máquina expendedora es una máquina de venta automática que no necesita intervención humana por parte del vendedor para funcionar. Periódicamente un empleado repone el producto y recoge el dinero en forma de monedas o billetes, a veces también se puede pagar con tarjeta monedera o el teléfono móvil.

El tener una o más máquinas Vending, implica el tener un vendedor las 24 horas del día los 365 días del año, el cual no recibe sueldo, no pide vacaciones, no necesita seguro social ni prestaciones, sólo un poco de atención, es una solución a los problemas de ubicación y horarios cuando los clientes requieren cierto tipo de servicio o producto. La máquina debe ser colocada en lugares con tráfico de personas para mayor rentabilidad.

Adicionalmente la conveniencia de ubicación de las máquinas puede aprovechar la demanda de otro tipo de productos los cuales son secundarios al objetivo inicial de las mismas de satisfacer la demanda de alimentos. Los productos secundarios pueden ser: cigarrillos, medicinas sin recetas, toallas sanitarias, bebidas y algunos otros que se vayan detectando en el transcurso de la operación.

Con este tipo de equipo también se observa la oportunidad de negocio que haciendo alianzas con otras empresas que pueden hacer uso de las máquinas de manera directa colocándolas en eventos, colegios y ferias proporcionándoles a estas un ingreso extra al precio de pagar un alquiler a la empresa Vendexpress que se encargara del traslado y mantenimiento de las funciones de la máquina.

3.1.2 Producto principal y subproductos

El producto principal que expenderá la máquina será: Alimentos empacados tipo bocadillos snack: papalinas, nachos, ricitos, tortillitas, galletas, pastelitos, etc.

Los productos secundarios son los que acompañaran, a la venta de los principales tales como bebidas frías o calientes, cigarrillos, dulces y chicles.

Adicionalmente se puede evaluar la colocación de otros tipos de productos de conveniencia como medicinas sin receta: aspirinas, acetaminofen, Alka Seltzer, Sal Andrews, curitas, etc.

Capacidad interna de la máquina	
90	Snacks Grande (dulce o salado)
90	Snacks mediano (dulce o salado)
48	Snacks pequeño (dulce o salado)
132	Gaseosas o Jugos enlatados de 12 oz

Cada máquina colocada tendrá la capacidad de almacenar al menos 346 unidades de estos productos.

3.1.3 Productos sustitutos o similares

Las máquinas expendedoras de productos alimenticios o de conveniencia, vienen a sustituir y revolucionar la cultura de compra actual y tradicional, ya que las tiendas de barrio (canal tradicional de distribución de productos de consumo masivo) así como las tiendas de conveniencia ubicadas en gasolineras y/o farmacias, los autoservicios: supermercados, restaurantes, ventas ambulantes de comida y chicleiros.

El producto sustituto al que adquieran en la máquina expendedora es cualquier otro producto alimenticio que satisfaga la necesidad del empleado.

3.1.4 Productos Complementarios

Los productos complementarios para que estas máquinas puedan funcionar son todos aquellos servicios que proporcionen la facilidad de hacerlo a los empleados, por ejemplo cajeros automáticos para que el empleado retire efectivo, bancos que presten este mismo servicio.

El Área del Mercado

3.2.1 Población consumidora, contingente actual y futuro

La fase que se analiza a lo largo de este proyecto, se delimita a la colocación de máquinas expendedoras en las oficinas de call center que cuentan con al menos 60 empleados laborando en turnos las 24 horas, en las que sus empleados pueden tener dificultades para encontrar alimentos en los turnos nocturnos y de madrugada, proporcionándoles facilidad al encontrar a la mano los productos que se expendan.

Proyectos futuros deben de ir enfocados a lugares de alto tránsito de visitantes tales como comercios en general, cines, teatros, conciertos, eventos sociales, centros comerciales.

El objetivo de la expansión de este negocio a futuro es el de ir inculcando a la población de Guatemala, a la cultura de realizar una compra de conveniencia de los productos de su predilección y acostumbrarse a hacerlo de una manera parecida al uso actual de los cajeros automáticos, que proporcionan servicios de tipo financiero.

Otro tipo de expansión del negocio puede consistir en el servicio de arrendar las máquinas expendedoras como una opción de negocio para los comercios que deseen tener este servicio dentro de sus establecimientos con lo que se lograra una cobertura a nivel nacional y dándole un giro adicional al negocio convirtiéndolo en un negocio de distribución y venta de los equipos expendedores.

3.2.2 Estructura de la población por grupos, edades, segmentos

Este proyecto se enfocara en el desarrollo del negocio de las máquinas expendedoras dentro de un mercado que está creciendo y que tiene el perfil de consumidores potenciales antes descrito: oficinas con empleados durante las 24 horas.

La empresa indicó que Guatemala, junto con El Salvador, son las naciones del Istmo que más están creciendo en estos centros de contacto, pero aún están lejos de la madurez que han alcanzado Panamá y Costa Rica.

Características de la segmentación del mercado potencial de las máquinas expendedoras ubicadas en oficinas de Call Center

(Fuente investigación propia, resultados de la encuesta realizada)

DEMOGRÁFICO

EDAD	18 – 35 años
SEXO	Masculino y femenino
TAMAÑO DE FAMILIA	Parejas Jóvenes sin hijos o solteros con 1-0 hijos
INGRESO	Medio
CICLO DE VIDA FAMILIAR	Joven soltero, joven casado, sin hijos, mayores de 18 años.
OCUPACIÓN	Empleados de empresas que prestan el servicio de Call Center y estudiantes universitarios fuera del horario de oficina.
EDUCACIÓN	Bachillerato, educación universitaria parcial.
RELIGIÓN	Indistinta.

RAZA	Indistinta.
NACIONALIDAD	Guatemaltecos, extranjeros que radican en Guatemala, guatemaltecos que han vivido en Estados Unidos.

CONDUCTUAL

OCASIONES	Ocasión ordinaria, consumo diario o frecuente.
BENEFICIOS	Conveniencia, economía, rapidez, ubicación
SITUACIÓN DEL USUARIO	Usuario primerizo, usuario consuetudinario.
FRECUENCIA DE USO	Usuario diario, ocasional, medio, intensivo
SITUACIÓN DE LEALTAD	Alta
ETAPA DE PREPARACIÓN	Con conocimiento, interesado, deseoso
ACTITUD HACIA EL PRODUCTO	Positiva, indiferente.

PSICOGRÁFICA

CLASE SOCIAL	Jóvenes pertenecientes a una clase social media y media alta.
ESTILO DE VIDA	Socialmente activos, selectivos, bilingües
PERSONALIDAD	Extrovertidos, innovadores, creadores de tendencias

3.2.3 Tasas de crecimiento de la población

En Guatemala en el 2006 existían 50 centros de llamadas o *Call Centers* de empresas grandes y medianas que generaban al menos tres mil empleos.

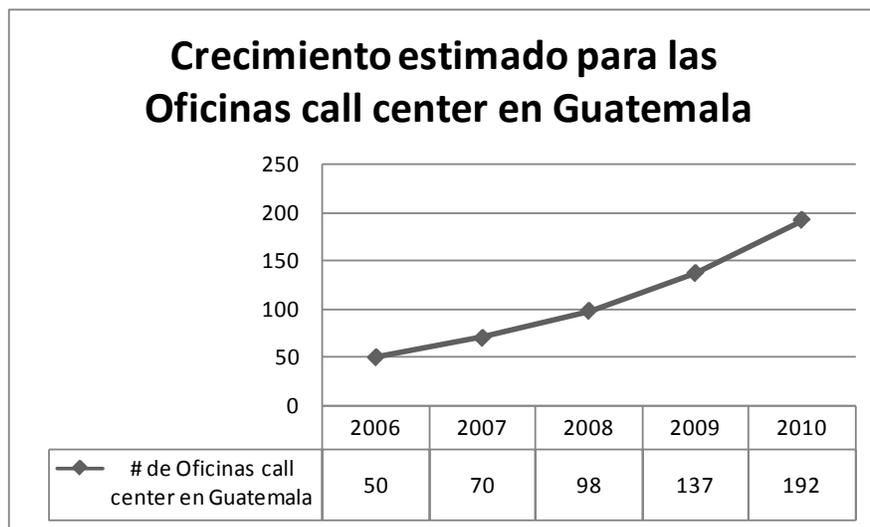
Zagada Institute prevé una tasa de crecimiento del 40% por ciento anual a partir del 2006.

21 mil nuevos puestos de trabajo podrían generarse cada año en Centroamérica si continúa el ritmo de crecimiento en la llegada de centros de contactos o llamadas, también conocidos como “call center”, según el Zagada Institute*.

Traduciendo las proyecciones del estudio de Zagada Institute, en las figuras 1.2 y en la figura 2.2 se grafica las estimaciones del estudio arriba mencionado.

Figura 1.2

Crecimiento proyectado de número de oficinas de call center en Guatemala

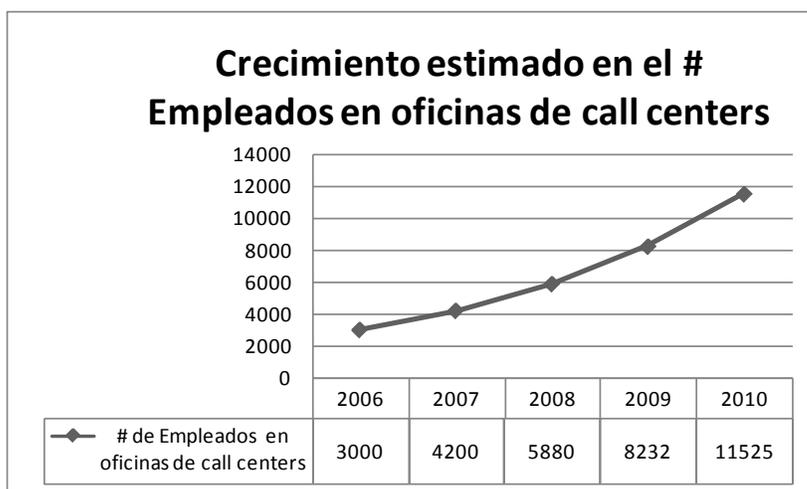


Fuente: Datos de la investigación de Zagada Institute

Para Guatemala el mercado potencial de las máquinas expendedoras que se coloquen en las oficinas de “call center” puede llegar a ser de 98 empresas para el 2008 y con un potencial de cobertura de casi 6 mil empleados y el crecimiento constante para los próximos 5 años.

Figura 2.2

Crecimiento proyectado de número de empleados en oficinas de call center en Guatemala



Fuente: Proyección de los datos de la investigación de Zagada Institute

3.2.4 Ingresos de la población, nivel actual y tasa de crecimiento

Figura 3.2

Proyección de salarios de la población de mercado potencial



Fuente: proyección de los datos de la investigación RRHH

En la Figura 3.2 se analizan los datos resultado de las investigaciones realizadas en los departamentos de Recursos Humanos de las empresas de Call Center, los cuales indican que el promedio de salario desde el año 2006 es de Q3,750 por cada empleado que trabaja en turnos de 6-8 horas con un promedio de 4 descansos de 15 minutos y una hora para alimentación. El salario promedio estimado para el 2008, es de Q4,293.00.

Comportamiento de la Demanda

a. Situación actual

Luego del análisis del crecimiento y desarrollo actual de las oficinas del call center en Guatemala, lugares en los que se considera establecer y colocar el servicio de máquinas expendedoras de snacks, vale la pena presentar datos y estadísticos que presenten la visión del consumo actual de alimentos preparados fuera del hogar así como específicamente snacks de la población del mercado total de Guatemala.

	NIVEL DE INGRESO EN QUETZALES				
	TOTAL	Q. 0-1,300	Q. 1,300-4,999	Q. 5000-14999	Q. 15,000 y Más
% de Hogares	100%	31%	54%	13%	2%
% de gasto en alimentos	37%	52%	42%	29%	17%
DISTRIBUCION DEL GASTO DE ALIMENTOS					
% de Alimentos NO PREPARADOS	74%	82%	76%	67%	59%
% de Comidas PREPARADAS	21%	15%	19%	27%	34%
% de Bebidas	5%	3%	5%	5%	7%

Figura
ra
4.2

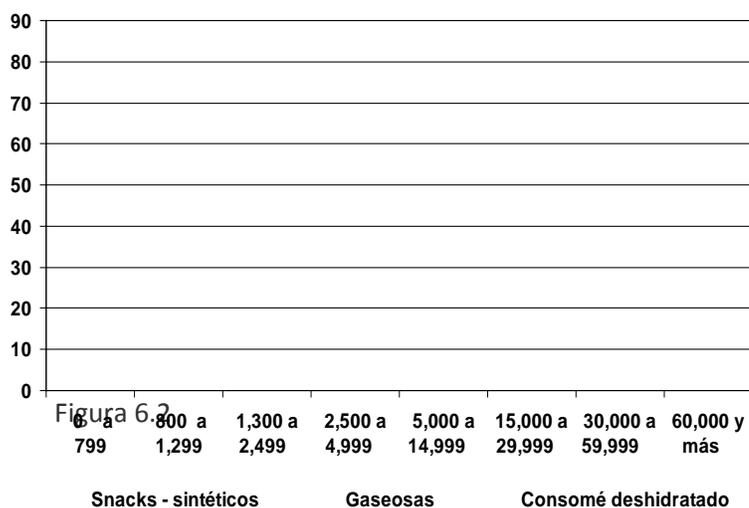
En esta tabla generada por FAO se ve la distribución del gasto de alimentos en la población Guatemalteca, según ingresos, en donde se aprecia que el consumo de alimentos preparados en el rango de ingresos de Q1, 300 a Q14, 900 mensuales se encuentra entre un 15% y 19% del total de alimentos que consumen, dentro de este rango de alimentos se encuentran los de tipo snack que son los de interés para este proyecto.

En la figura 5.2 se presentan las estadísticas en % de consumo entre golosinas y bebidas gaseosas en comparación con otros tipos de alimentos y en la figura 6.2 el consumo de galletas dulces en comparación del consumo de pan dulce o pan francés

Figura 5.2

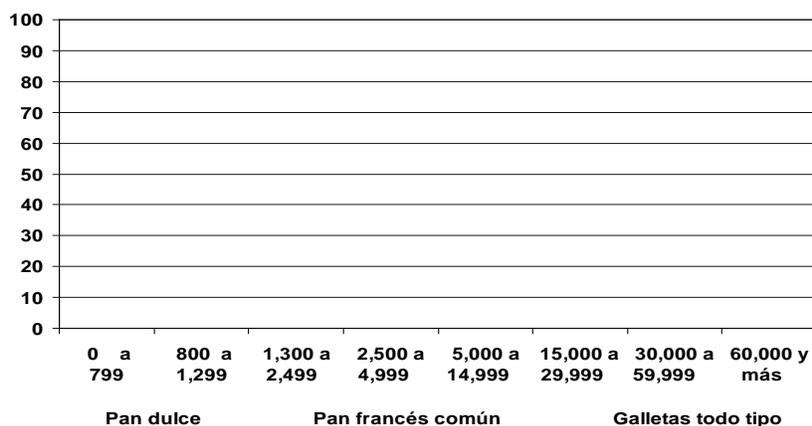
Patrón de consumo de alimentos tipo snack
Patrón de consumo de snack sintéticos, gaseosas y consomé

Fuente: FAO



Patrón de consumo de alimentos tipo snack

Patrón de consumo de pan dulce, pan francés y galletas,
por nivel de ingreso (% hogares)



b. Características teóricas de la demanda

“Consumo de “snacks” genera \$200 millones en C.A. Tendencia. Se prevé que la venta de “boquitas” en la región crezca 10% en 2007-2008. Los productos que tienen mayor demanda en la región son papitas, tortillitas o nachos y semillas como el maní.*

* Noticia generada en “El diario de Hoy”, San Salvador, El Salvador.

Comer en la oficina es algo que muchas personas tienen que hacer por falta de tiempo o largas distancias, horarios de trabajo extendidos o trabajos de 24 horas.

El proyecto de Vendexpress, de máquinas expendedoras de alimentos, bebidas y productos de conveniencia en las oficinas, llenara esta necesidad ya existente y latente entre los empleados de las oficinas.

El colocar una máquina expendedora en las oficinas ofrecerá variedad, surtido y conveniencia a los empleados. Adicionalmente los productos que la máquina proporcione se pueden ir adecuando a los gustos, tendencias y preferencias del grupo de consumidores que la utilicen.

Estas máquinas garantizan un 100% de satisfacción a los consumidores que son los que irán determinado y guiando a la hora de abastecerlas, de qué productos son los más buscados o requeridos por el consumidor.

Adicionalmente hay muchas otras ubicaciones de alto tránsito peatonal en las que las máquinas expendedoras pueden cubrir las necesidades antes descritas.

Los lugares estratégicos para instalar este tipo de máquina son innumerables: videoclubes, salones de juegos, restaurantes, talleres mecánicos, áreas de lavado de autos, centros comerciales, centros deportivos, escuelas, cines, centros vacacionales, hospitales, etc.

c. Situación Futura

El mercado de consumo de snacks y bebidas en horarios de oficina se caracteriza por ser personas jóvenes -entre 20 y 35 años que no disponen de mucho tiempo para preparar alimentos frescos.

En este segmento los productos importados han tenido mucha aceptación, lo cual indica que este tipo de consumidor no es altamente sensible al precio, sino a otros factores como facilidad para su preparación, sabor y presentación.

Los canales de distribución que han tenido más éxito para este tipo de productos, son los supermercados, tiendas de conveniencia, colegios, tiendas de barrio y ventas informales – chicleros- La demanda proyectada de consumo se basa en le análisis del crecimiento estimado de la apertura de oficinas de call center en Guatemala que se puede observar en la figura 7.2

Figura 7.2
Proyección de la demanda

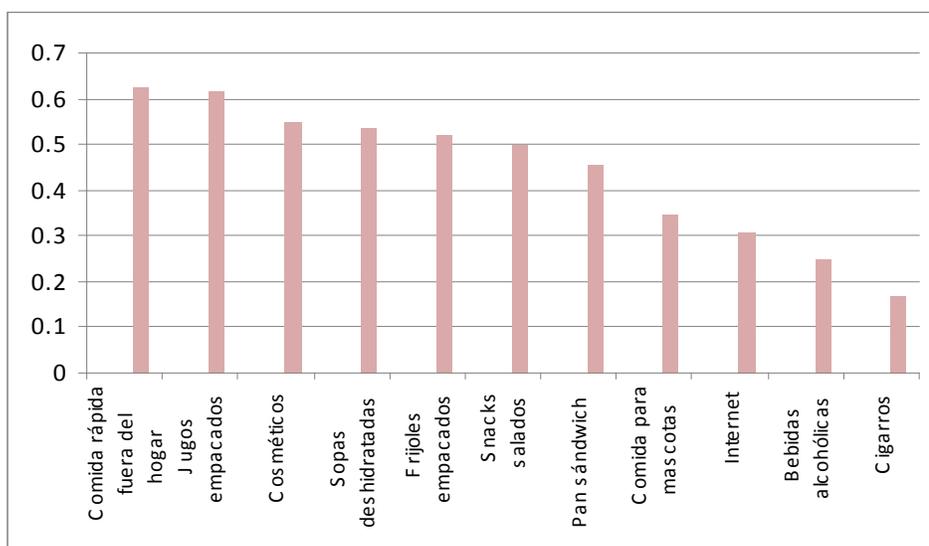
Fuente propia

Extrapolación de la tendencia histórica

PRODUCTOS MÁS COMPRADOS

Según La investigación de mercado ¿Cómo es el consumidor guatemalteco?, muestra la preferencia de consumo del chapín que vive en el área metropolitana. Producto (%)*

Figura 8.2
Productos más comprados



*Universo de estudio: 619 personas de 18 años o más.

Fuente Unimer Research

Análisis de los factores condicionantes futuros

Factores condicionantes de la demanda de productos tipo snack pueden ser la cultura de alimentos más saludables, el consumo de calorías y la oferta de otros productos o servicios que ofrezcan otro tipo de alimentos para el mercado de trabajadores de oficinas. Las máquinas sin embargo, pueden ir cambiando la tendencia de sus productos para adaptarse a estas necesidades, abasteciendo frutas, productos con más fibra, bajos en grasas o calorías etc.

Estimación de la demanda que atenderá el proyecto

Para determinar la demanda que se atenderá se realizó una encuesta (Anexo1) a 50 sujetos, trabajadores de empresas de Call Center de las zonas 13 y 14. A continuación se presentan los resultados

Ficha técnica de la encuesta

Evaluación del mercado para Vending Machines En oficinas de Telemercadeo con servicio de 24 horas

Puntos a Evaluar:

Si les interesa una opción de compra de alimentos, bebidas y Snacks en si lugar de trabajo

¿Qué tipo de alimentos le interesaría?

¿Cuánto esta dispuesto a gastar en una máquina expendedora?

Tipo de estudio

Entrevista face to face a empleados de oficinas de telemercadeo

Lugares a entrevistar:

Transactel

24 a 7

Capgeminy

Tamaño de la muestra:

50 personas

distribuidas en 3 lugares diferentes de trabajo

Resultados de la encuesta:

1. ¿Trabaja en una empresa con servicio de cafetería?

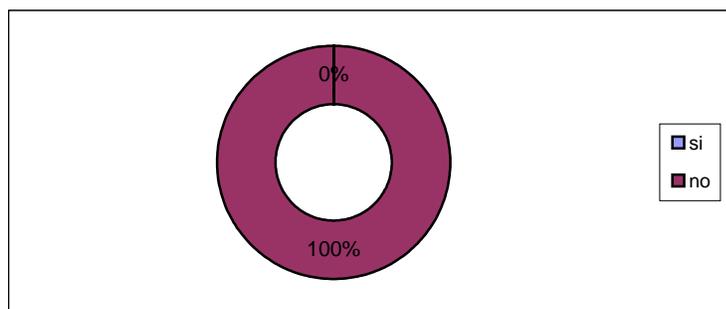


Figura 9.2

Servicio de cafetería

Fuente: resultado de Encuesta

El 100% de los empleados NO cuentan con servicio de cafetería en sus oficinas.

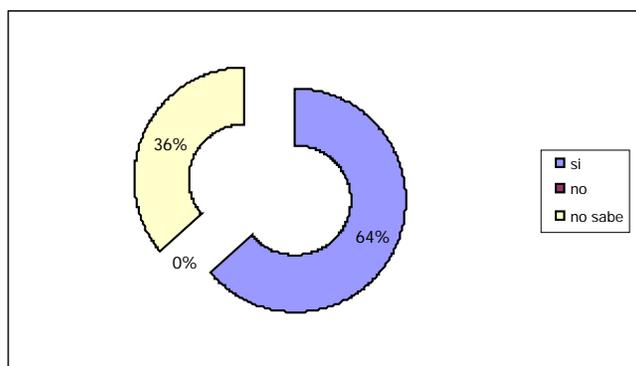
2. ¿En su empresa trabajan más de 50 empleados por cada turno?

El 64% de los encuestados manifestaron saber que en sus oficinas trabajan al menos 60 personas, el resto lo desconoce.

Figura 10.2

De empleados

Fuente: Resultado de Encuesta



3. ¿Consume alimentos en horarios de trabajo?

El 86 % de los entrevistados consume alimentos en su oficina y en horarios de trabajo.

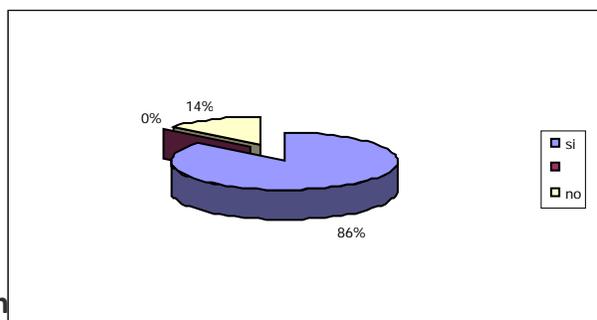


Figura 11.2

Consumo de alimentos en el trabajo

Fuente: Resultado Encuesta

4. ¿Cómo los obtienen? El 72% los obtiene en lugares cercanos a su oficina, el 24% llevan comida desde su hogar.

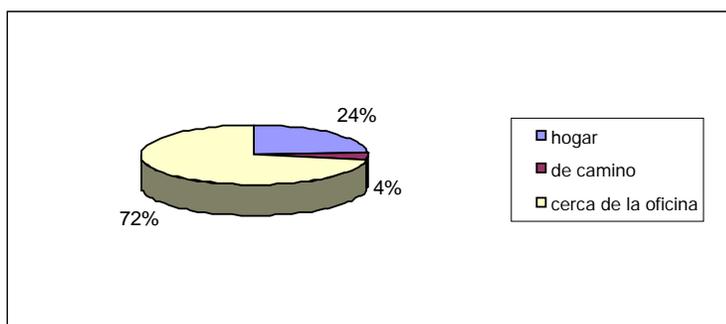


Figura 12.2

Origen de la compra de alimentos

Fuente: Resultado de la encuesta

5. ¿Con qué frecuencia consume alimentos tipo snack? Entre los entrevistados el 64% lo hacen al menos una vez por semana.

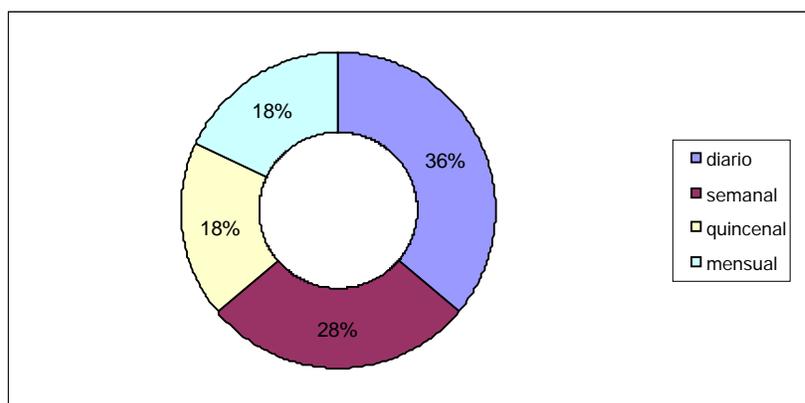


Figura 13.2

Frecuencia de consumo

Fuente: Resultado encuesta

6. ¿Le interesaría que hubiera una máquina expendedora de snacks y bebidas en su oficina? El 88% de la muestra de entrevistado esta anuente a que se coloque una máquina expendedora de snack en su oficina.

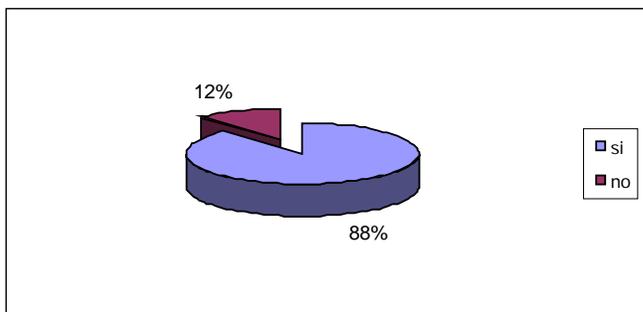


Figura 14.2

Interés por el servicio

Fuente: Resultado de Encuesta

7. ¿Qué tipo de golosina le gusta consumir: Esta gráfica detalla el tipo de snack que prefieren consumir.

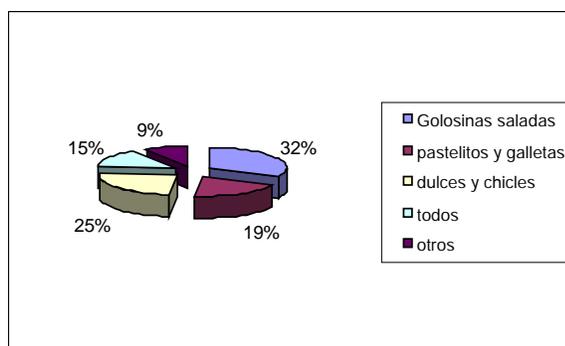


Figura 15.2

Tipo De Snack

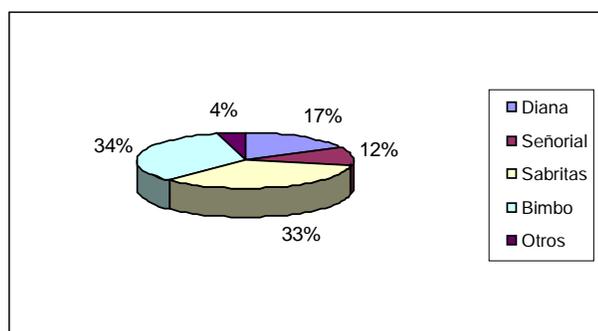
Fuente: Resultado de Encuesta

8. Elija las marcas de snack de su preferencia: El la siguiente gráfica se presentan las marcas de la preferencia de la población encuestada.

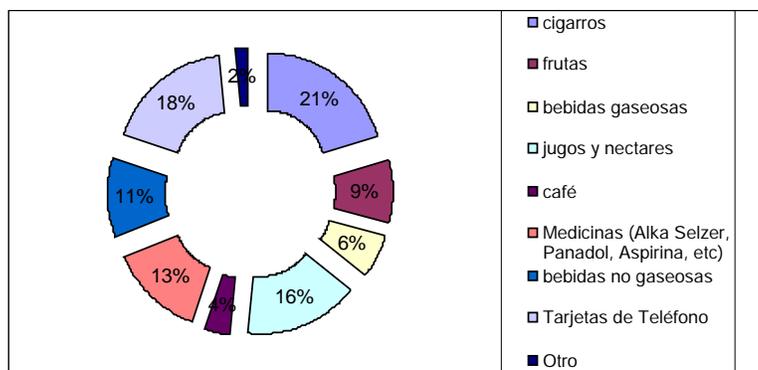
Figura 16.2

Marcas de boquitas

Fuente: Resultado de Encuesta



9. ¿Qué otros productos complementarios le gustaría que le ofreciera la máquina expendedora? En la siguiente gráfica se observa que otros productos se pueden incluir en las máquinas y que le interesa a los encuestados.



En la siguiente gráfica se observa que otros productos se pueden incluir en las máquinas y que le interesa a los encuestados.

Figura 17.2

10. ¿C

Otros productos

snacks y/o productos en una máquina expendedora? El 88% de los encuestados consumirían un promedio de Q. 7.00 en snacks diariamente.

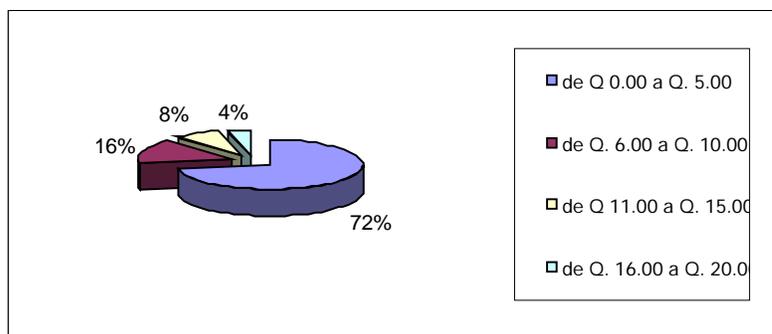


Figura 18.2

Consumo promedio

Fuente: Resultado de Encuesta

Comportamiento de la Oferta

a. Situación actual

La oferta actual para abastecer las necesidades de los consumidores de alimentos tipo snack así como de productos de conveniencia, actualmente son las tiendas de conveniencia ubicadas en gasolineras, cadenas de farmacias, chicleros, cafeterías y negocios informales ubicados en los sectores aledaños a las sedes de las oficinas de call center.

b. Análisis del régimen de mercado:

Analizando las condiciones de la oferta actual de alimentos para el consumo en oficinas, se puede delimitar tres grandes grupos que ofrecen productos que pueden llegar a satisfacer las necesidades de los empleados de oficinas de Call Center:

- **Autoservicios y tiendas de conveniencia:** En este grupo de abastecedores de alimentos se encuentran cadenas de supermercados que en Guatemala son dos las más importantes: Unisuper y Wal Mart, entre las cuales hay gran diferencia en el número de tiendas. Unisuper con un aproximado de 19 tiendas en el área metropolitana y Wal Mart con un total de 90 tiendas en el área metropolitana.

En estas tiendas se cuenta con el servicio y venta de alimentos preparados, bocadillos tipo snack y alimentos sin preparación.

El horario de servicio de estas tiendas es de 8 de la mañana a 9 de la noche y los precios de alimentos son competitivos para el mercado sin embargo los factores como colas y parqueo pueden hacer de este sector no tan atractivo para los consumidores que requieren una opción más práctica y rápida.

- **Tiendas de conveniencia:** Las tiendas de conveniencia que ofrecen el servicio de la venta de alimentos tipo snack y de productos de consumos masivo están ubicadas como parte de las gasolineras. Otro tipo de tienda de conveniencia que tiene como negocio la venta de alimentos y bebidas es la de Cadenas de Farmacias, las cuales han ido complementando sus oferta y ampliando su catálogo de productos introduciendo productos de conveniencia y alimentos, las principales cadenas son: Carolina & H, FAYCO, Meykos.

Este tipo de comercio cuenta únicamente con la oferta de productos alimenticios y empacados. Los precios son superiores a los de las cadenas de autoservicios, haciendo que esto sea un factor a la hora de tomar la decisión de compra en estos lugares si el consumidor cuenta con tiempo y accesibilidad a otro tipo de comercio.

Estas tiendas cuentan con horarios extendidos y algunos con servicio de las 24 horas, sin embargo la seguridad y parqueo y escasez de las mismas son factores que hacen que este tipo de opción de compra de alimentos no sea la principal.

- **Ventas de Snack informales:** Chicleros, negocios informales dentro de las oficinas.

Los chicleros y ventas callejeras, son un canal de distribución tradicional en la cultura guatemalteca, generalmente en donde se encuentra un conglomerado de oficinas y trabajadores, siempre habrá ubicado un negocio de este tipo en sus cercanías. Este tipo de negocio, tiene algunas restricciones por parte de la legislación de la Municipalidad de Guatemala, el cual prohíbe la venta de productos en las calles sin tener una licencia o un

lugar físico que no se a publico, por lo que este tipo de ventas tiende a ir desapareciendo por la cantidad de multas que puede generarle estar en una vía publica así como el decomiso de la mercancía.

La venta informal dentro de las oficinas es otro tipo de oferta para los empleados que acostumbran a adquirir alimentos en horarios de trabajo. Sin embargo estas ventas generalmente son de tipo clandestino ya que en muchas de los reglamentos de las empresas es prohibido que empleados vendan algún tipo de producto en horarios de trabajo y dentro de las instalaciones de las compañías. Este tipo de negocio es temporal, y riesgoso ya que puede ocasionar el despido del empleado que lo realice.

Por lo anterior se puede observar que la oferta es amplia sin embargo aún no llega a cubrir la demanda del consumidor.

c. Situación futura de la oferta

Vendexpress tiene estimadas las siguientes estrategias de crecimiento para lograr un crecimiento proyectado de un 200% en 5 años. Esto equivale a la colocación de 5 máquinas adicionales por año a partir del segundo año de operaciones.

Las estrategias que respaldan esta proyección son:

- a. Alianzas con las corporaciones que crean las empresas de call center.
- b. Crecimientos anuales entre 40 y 20% en la colocación de máquinas en otras oficinas.
- c. Estrategias alternas de comercialización del servicio, tales como: Alquiler de máquinas para eventos y colocación de las mismas en otros tipos de lugares o comercios, no solo en oficinas.

Comportamiento de los precios

a. Análisis de la reseña histórica de precios

Al analizar el precio de los productos de consumo que se distribuirán a través de las máquinas expendedoras, se puede observar en la tabla 1.2 la tendencia de los precios, la variación para tener el valor actual del mercado han tenido que pasar casi dos décadas, y su consumo se sigue incrementando.

Tabla 1.2

Histórico de Precios de Snack

Crecimiento de precios de Snack, jugos, gaseosas y galletas								
Producto/ año	1,980		1,990		2,000		2,008	
Tortrix	Q	0.10	Q	0.15	Q	0.50	Q	1.00
Donas Bimbo	Q	-	Q	-	Q	2.00	Q	5.00
Bimboletes Bimbo	Q	-	Q	-	Q	3.00	Q	6.00
Galletas	Q	0.10	Q	0.25	Q	0.50	Q	2.00
Chicles	Q	0.05	Q	0.10	Q	0.25	Q	1.00
Cigarros	Q	5.00	Q	7.00	Q	8.00	Q	11.00
Jugo en lata	Q	1.00	Q	2.00	Q	2.50	Q	3.00
Gaseosas Lata	Q	1.00	Q	1.50	Q	2.50	Q	3.00

Fuente: Investigación propia 2008

b. Estimación futura de los precios

De acuerdo a un análisis realizado por la consultora Nielsen, durante el primer bimestre del año 2008 (Diciembre-Enero), la canasta de productos de alimentos tuvo una variación positiva de consumo del orden del 9.9% al compararlo con el mismo período del año 2007.

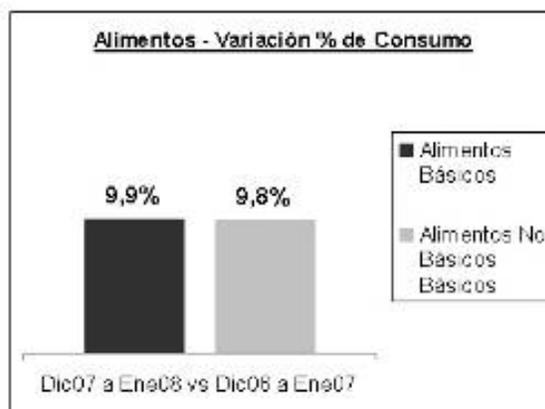
Este estudio analiza el comportamiento de 43 categorías de productos de alimentos en los supermercados, autoservicios, almacenes, kioscos y mini mercados de todo el país. Al analizar las variaciones de consumo por área, se observa un crecimiento del 9.4% en el Interior del país, mientras que en la región de la ciudad el crecimiento fue mayor, alcanzando un 10.7%.

Al realizar el mismo análisis pero segmentando los productos de alimentos básicos por un lado y los alimentos no básicos por otro, puede observarse que los incrementos de consumo fueron parejos para cada uno de los grupos. Los productos no básicos crecieron un 9,8% al compararlos con el año anterior, mientras que el consumo de los alimentos básicos crece un 9,9% durante el primer bimestre del año

Figura 11.2

Tendencia de
Incremento en
precios

Variación % del consumo vs. Igual período año anterior – Alimentos Básicos y Alimentos No Básicos



Fuente: Nielsen

c. Influencia prevista de los precios sobre la demanda

Los productos de las máquinas expendedoras suelen ser elásticos. Al no ser bienes necesarios, el consumidor puede prescindir de ellos en un momento determinado. Esto determina que su demanda reaccione con intensidad ante variaciones del precio. Sin embargo, ya que el precio de estos bienes no supera los Q.5.00 el consumo no merma de manera significativa si el precio no lo hace de la misma manera.

En la tabla 2.2 se hace un análisis de los precios de los productos que se venden en la máquinas expendedoras vs. Otros canales de comercialización de los mismos:

Tabla 2.2

Análisis de Precios por canal de venta

Análisis de Precios				
Producto/ Canal	Precios Unidad			
	Vending	Chiclero	Supermercado	Conveniencia
Boquitas Diana Pequeño (15 a 22 g.)	Q 1.00	Q 1.00	N/A	N/A
Tortrix (30 g)	Q 2.00	Q 1.50	Q 1.15	N/A
Boquitas Señorial (33g)	Q 2.00	Q 1.50	Q 1.88	Q 3.00
Boquitas Señorial (15g)	Q 1.00	Q 1.00	Q 0.67	N/A
Sabritas (Lays, Chex Mix, Puffets)	Q 3.00	Q 3.00	Q 1.73	Q 3.25
Donas Bimbo	Q 4.00	N/A	Q 4.35	Q 5.15
Bimboletes Bimbo	Q 5.00	N/A	Q 5.35	Q 5.95
Galletas Gamesa (variedad)	Q 3.00	Q 3.00	Q 2.05	Q 4.50
Chicles Trident (4 pzs 5.64 g)	Q 1.00	Q 1.00	N/A	N/A
Cigarros (Pall Mal, Payaso, Rubios)	Q 10.00	Q 11.00	10.5	Q 11.00
Cigarros (Marlboro)	Q 12.00	Q 12.00	Q 13.00	Q 13.00
Jugo en lata (Jumex)	Q 3.00	Q 3.50	Q 3.15	Q 3.35
Gaseosas Pepsi lata	Q 4.00	Q 3.50	Q 3.85	Q 3.95
Gaseosas Coca Cola lata	Q 4.00	Q 3.50	Q 3.65	Q 3.90
Naranja y limonada con soda en la	Q 3.00	Q 3.50	Q 3.05	Q 3.45

d. Márgenes de comercialización

Tabla 3.2

Margen de utilidad

Fuente: Muestras del mercado

Márgenes de la comercialización					
Producto	Precio	Costo	Utilidad	% de utilidad	
Boquitas Diana Pequeña (15 a 22 g.)	Q 1.00	Q 0.42	Q 0.58	58%	
Tortrix (30 g)	Q 2.00	Q 0.67	Q 1.33	67%	
Boquitas Señorial (33g)	Q 2.00	Q 1.33	Q 0.67	33%	
Boquitas Señorial (15g)	Q 1.00	Q 0.44	Q 0.56	56%	
Sabritas (Lays, Chex Mix, Puffets)	Q 3.00	Q 2.25	Q 0.75	25%	
Donas Bimbo	Q 4.00	Q 3.00	Q 1.00	25%	
Bimboletes Bimbo	Q 5.00	3.25	Q 1.75	35%	
Galletas Gamesa (variedad)	Q 3.00	Q 2.00	Q 1.00	33%	
Chicles Trident (4 pzs 5.64 g)	Q 1.00	Q 0.68	Q 0.33	33%	
Cigarros (Pall Mal, Payaso, Rubios)	Q 10.00	Q 8.00	Q 2.00	20%	
Cigarros (Marlboro)	Q 12.00	Q 10.00	Q 2.00	17%	
Jugo en lata (Jumex)	Q 3.00	Q 2.00	Q 1.00	33%	
Gaseosas Pepsi lata	Q 4.00	Q 2.90	Q 1.10	28%	
Gaseosas Coca Cola lata	Q 4.00	Q 2.95	Q 1.05	26%	
Naranjada y limonada con soda en lata	Q 3.00	Q 2.00	Q 1.00	33%	

Fuente propia: precio de Proveedores

Como se puede observar en la tabla 3.2, el margen de utilidad por producto va desde el 20 hasta el 67% según el producto que se venda en la máquina, esto genera un promedio porcentual del 42 % de utilidad por producto vendido.

Análisis de la comercialización

a. Canales de comercialización

Para el presente proyecto que trata de la colocación de máquinas expendedoras de alimentos y productos de conveniencia en oficinas de call center de las ciudad de Guatemala, el canal de comercialización será el canal tradicional directo al consumidor.

Las máquinas deben estar colocadas en un lugar accesible para el consumidor final, que en este caso es el empleado de las oficinas de call centers.

b. Formas de comercialización del proyecto

El proyecto de colocación de máquinas expendedoras, requiere de un programa de comercialización del servicio, el cual se divide en los siguientes pasos:

- Determinar la ubicación de la empresa en la que se desea colocar la máquina
- Determinar el número de empleados de la oficina a la que se quiere llegar
- Contacto con el área administrativa de la empresa
- Presentación de la propuesta general de ganar- ganar
- Solicitud de la autorización de la colocación del servicio dentro de la oficina
- Convenio y términos de negociación (valor de la renta del espacio, horarios de abastecimiento, control de la máquina)
- Firma del convenio por ambas partes (empresa solicitante y Vendexpress)

- Pago de la renta mensual a la compañía en la que esta ubicada la máquina.

Para la comercialización de los productos de las máquinas se utilizara la estrategia de precios, presentación y surtido.

Para que a los empleados consumidores siempre les parezca atractiva la idea de adquirir los productos de la máquina.

Como parte del servicio de máquinas expendedoras, estas contarán con una etiqueta en el que habrá un número de teléfono el que servirá como servicio al cliente para que los empleados puedan hacer reclamos, o resolver dudas en relación al funcionamiento, surtido y servicio de la máquina.

c. Capacidad del proyecto

La capacidad de competencia del proyecto de máquinas expendedoras de alimentos colocada en las empresas que prestan el servicio de call center se basa en la estrategia de ubicación, conveniencia y precio sobre el resto de opciones del mercado.

Las máquinas de las que consta este proyecto tienen la facilidad y ventaja de colocarse estratégicamente en donde el empleado la necesita, sin salir de la oficina y sin tener que perder el tiempo en traslados, parqueos y gastos de transporte

Estratégicamente, los precios de los productos que se venden en la máquina expendedora de Vendexpress, serán similares o más bajos que los de la tienda más cercana a su lugar de trabajo.

Esta estrategia se logrará por medio de negociaciones con los proveedores de compras por volumen, así como por los días de crédito y la financiación o pronto pago a los mismos.

Otra ventaja competitiva del proyecto es la conveniencia en horarios de atención ya que a “cualquier hora” sin limitaciones de horarios el empleado tendrá acceso a los productos.

d. Oferta potencial del proyecto

La Oferta potencial de las máquinas expendedoras será de abastecer al menos a 10 empresas de call center, de las 98 que se calcula que operan en el año 2008.

Cada una de las máquinas llegara al menos a 60 personas y será abastecida de productos dos veces a la semana.

En total la venta semanal por máquina se aproxima a Q. 1,860.00.

Capitulo 4 Estudio Técnico

4.1 Tamaño

a. Capacidad del proyecto

El proyecto de instalación de máquinas expendedoras, es un proyecto pensado a largo plazo, la primera fase, y en la cual se desarrolla esta investigación se basa en la capacidad estimada de instalación de al menos 10 máquinas en el sector de empresas y/u oficinas de de servicios de Call Centers ubicadas en la ciudad de Guatemala.

La capacidad instalada será de 10 unidades de máquinas las cuales tendrán la capacidad interna de contener los siguientes productos cada una:

Capacidad interna de la máquina	
90	Snacks Grande (dulce o salado)
90	Snacks mediano (dulce o salado)
48	Snacks pequeño (dulce o salado)
132	Gaseosas o Jugos enlatados de 12 oz

b. Factores condicionantes del tamaño

La capacidad instalada de las 10 máquinas que serán colocadas en el mercado requerirá de abastecimiento semanal, promedio de un empleado que hará rutas de recolección de dinero y re abastecimiento de producto.

Se requiere de transporte motorizado en el que tenga capacidad de llevar cajas de producto.

c. Justificación del tamaño en relación con el proceso y la localización

La capacidad de inversión hace que inicialmente el proyecto cuente con 2 empleados y al menos 10 máquinas ubicadas en sectores aledaños unas de otras.

Justificación del tamaño en relación con el proceso y la localización.

Se considera adecuado el tamaño inicial del proyecto, el cual abarcara un 10% del total de mercado estimado para esta primera fase (ubicación en oficinas de call center), de acuerdo al crecimiento de la demanda así como del mercado y la cultura de adquisición de bienes y productos, este numero de máquinas así como las ubicaciones se irán incrementando.

4.2 Localización

a. Micro y macro localización

El proyecto requiere de dos tipos de ubicación, la ubicación de la sede administrativa del proyecto (oficinas y bodega) y la ubicación de cada una de las máquinas.

La oficina administrativa de Vendexpress estará ubicada en Guatemala, en el área de la ciudad, específicamente en el norte de la ciudad en la zona 17 de donde se requieren de 13 Km. para llegar a las ubicaciones donde estarán las máquinas.

La localización general de cada una de las máquinas expendedoras será también en la región central de Guatemala, específicamente en la ciudad capital, y distribuidas en los sectores de las zonas: 9, 10, 13 y 14.

c. Integración en el medio

Las máquinas deben de estar localizadas en edificios y /u oficinas que cuenten con 60 empleados al menos, con servicios e instalaciones de seguridad, energía eléctrica y un espacio físico de al menos 1.5 mts cuadrados para la colocación de la máquina.

d. Distancias y costos de transporte

El abastecimiento de los productos que la máquina ofrezca debe hacerse por un medio motorizado, y la ubicación de cada una de las máquinas instaladas estará a unos 12-15 Km. de distancia de la bodega de abastecimiento.

Los insumos serán abastecidos a la oficina central (bodega) por medio de los distribuidores autorizados de las marcas que se vendan, de la misma manera que estos proveen a las tiendas y depósitos del canal tradicional, en las diferentes zonas del país.

g. Justificación de la localización

La localización de la bodega y las máquinas así como la distancia entre ellas, no es un obstáculo para el abastecimiento o implementación del proyecto ya que se considera que con una moto o un vehículo pequeño de bajo consumo de combustible, puede desarrollarse la actividad y abastecimiento requerido en un periodo semanal.

4.3 Proceso de producción

b. Insumos principales, secundarios y alternativos

Los insumos principales para el resurtido abastecimiento y colocación de producto en las máquinas son:

A. Productos a comercializar:

1. Snacks
2. Bebidas Gaseosas
3. Néctares y jugos
4. Cigarros,
5. Pastelitos y galletas
6. Dulces y chicles

B. Vehículo automotor

C. Combustible para el vehículo

D. Cajas para transportar la mercadería

c. Flujograma del proceso total



Fuente: propia

El proceso total para prestar el servicio requiere de los siguientes pasos los cuales están diagramados en la figura 1.3 presentada arriba.

1. Localización del lugar físico a colocar la máquina
2. Adquisición de las máquinas e insumo
3. Instalación de la máquina
4. Abastecimiento de productos en la máquina
5. Recolección del dinero
6. Re abastecimiento de productos en base a la venta
7. Mantenimiento mensual de la máquina

d. Descripción de las instalaciones, equipo y personal

Para dar inicio con las operaciones del proyecto de colocación de máquinas expendedoras se requiere de:

- A. Oficina administrativa y bodega: Se requiere de al menos una infraestructura de 10X6 mts cuadrados en los que se instalará una computadora, teléfono y escritorio. En la misma oficina se tendrán estanterías en donde se almacenará el producto (Snacks, gaseosas, cigarros)

- B. El equipo que se requiere es 10 máquinas expendedoras, las cuales se importarán directamente desde su país de fabricación las cuales saldrían de la bodega directamente al lugar en donde se ubicarán. Adicionalmente se requiere de un equipo de cómputo en el cual se llevará el registro de los ingresos abastecimientos rutas, y todos los archivos contables que se requieran.
- C. Un vehiculo pequeño para transportar la mercadería y dinero que se recolecte de las máquinas.
- D. El personal que se requiere para desarrollar el proyecto es de:
- a. 1 persona que funciona como administrador y coordinador de las rutas diarias de abastecimiento, así como encargado del inventario, re-pedidos a proveedores y pagos a los mismos, esta persona recibirá las cuentas del dinero recaudado diariamente de cada una de las máquinas llenando un cuadro y registro de los mismos
 - b. 1 persona que hará las rutas de abastecimiento y recolección de las máquinas

e. Análisis de la escala de producción

A continuación se presentan un formato en el que se establece las rutas de llenado para las primeras 10 máquinas que serán operadas el primer año.

	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
Rutas de llenado	<i>Máquina 1</i>	<i>Máquina 3</i>	<i>Maquina 5</i>	<i>Maquina 7</i>	<i>Maquina 9</i>
	<i>Máquina 2</i>	<i>Maquina 4</i>	<i>Maquina 6</i>	<i>Maquina 8</i>	<i>Maquina 10</i>
	<i>Maquina 9</i>	<i>Maquina 7</i>	<i>Máquina 1</i>	<i>Máquina 3</i>	<i>Maquina 5</i>
	<i>Maquina 10</i>	<i>Maquina 8</i>	<i>Máquina 2</i>	<i>Maquina 4</i>	<i>Maquina 6</i>

Esta tabla se ha realizado basándose en el requerimiento de llegar a abastecer cada una de las máquinas dos veces por semana.

4.4 Obras Físicas

a. Inventario y especificación de las obras

No se requiere realizar ninguna obra física de construcción. La bodega será instalada en un lugar que ya existe.

Para la colocación de cada máquina únicamente requiere de una conexión de energía eléctrica con capacidad de 110V y esta ya deberá estar en la oficina en donde se coloque.

4.5 Organización

a. Para la ejecución

Para la ejecución del proyecto así como para su puesta en funcionamiento Vendexpres S.A. realizará una negociación con las entidades correspondientes de las oficinas en las que le interesa colocar el servicio de las máquinas Expendedoras de alimentos y productos.

La negociación contará con un contrato (Anexo 2) el cual será firmado y autenticado legalmente por un abogado inscrito y colegiado para ejercer en la Ciudad de Guatemala, como primer fase luego se puede ampliar a otras ciudades o departamentos.

Para la ejecución general del proyecto se contará con personal administrativo y de campo, el cual tendrá asignadas sus tareas y labores con el objetivo de lograr las metas de surtido, venta y recolección de cada una de las máquinas instaladas.

El contrato con el personal será abierto e indefinido y determinará las condiciones de trabajo, salario, comisiones y prestaciones legales y que contribuyan al desarrollo del negocio.

b. Organización para la operación

Vendexpress S.A. será registrada como una empresa Individual.

El propietario único tiene total libertad de transferir toda o cualquier parte de la empresa en propiedad, aunque dicha transferencia supone un traslado de bienes individuales. El propietario único declara ingresos de empresa y desgravaciones en la declaración de impuestos individual; actualmente propietario único tiene total derecho de gerencia y control sobre asuntos de empresa limitados al los fondos invertidos por el propietario único, fondos prestados de otros, e ingresos generados por la empresa.

El proceso general para desarrollar el negocio de venta de productos alimenticios y de consumo masivo a través de máquinas expendedoras se puede dividir en los siguientes pasos:

1. Adquisición de las máquinas e insumos que se colocarán en los lugares de tránsito peatonal. (Descripción de la máquina en Anexo 3)

2. Localización del lugar físico en las que se colocara la máquina, que cumpla con los requisitos de ser un lugar de tránsito peatonal seguro(oficinas de Call Center)
3. Firma de convenio para alquiler del espacio y colocación de la máquina.
4. Abastecimiento de los productos que se venderán en la máquina (alimentos, snacks, jugos, gaseosas, dulces y chicles, cigarros)
5. Recolección del dinero generado por la venta de la máquina (dos veces a la semana)
6. Re abastecimiento de producto y llenado de la máquina para que siga manteniendo el inventario de productos a la venta.(dos veces a al semana junto con la recolección de ingresos)
7. Mantenimiento mensual de la máquina, revisión de la computadora y mecanismos de entrega de productos.

Los controles a implementar para el recaudo y el abastecimiento de las rutas se hará a través de un inventario inicial de surtido por tienda, el cual será descontado en relación al recaudo de efectivo de la misma máquina.

Inventario Inicial en Máquina (-) Recaudo Monetario (=) Inventario actual

El inventario actual, dará la pauta para suministrar el abastecimiento con la siguiente resta:

Inventario inicial (-) inventario actual (=) abastecimiento de la máquina.

Esto se hará por cada producto que despache la máquina. El rutero y el administrador llevarán un recuento de esto para cuadrar los egresos de mercadería con el ingreso de dinero por cada máquina.

La organización estará conformada con dos personas a cargo de las labores de las empresas, las labores serán divididas en la parte administrativa y la parte operacional y el organigrama quedará establecido de la siguiente manera.

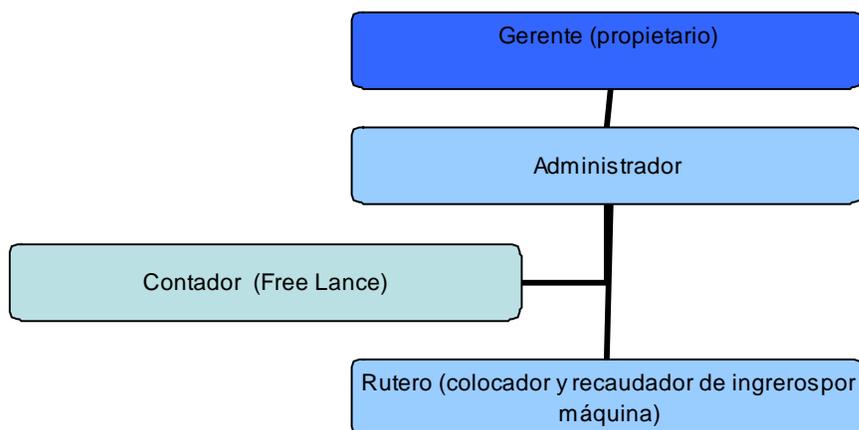


Figura 2.3 Organigrama

Fuente Propia

4.6 Calendario

4.7 Resumen

Para la investigación, inversión y desarrollo del proyecto de colocación de máquinas

expendedoras en 10 oficinas ubicadas en la ciudad de Guatemala, se requiere aproximadamente de 3 meses y medio.

Este cronograma incluye desde la ubicación de cada máquina, así como la negociación y convenios con los propietarios de los espacios requeridos, la contratación de empresas proveedoras, importaciones, registro de la empresa en el registro mercantil, contratación y capacitación del personal, instalación de las máquinas y desarrollo de los procedimientos de trabajo así como la semanas e pruebas y estimaciones iniciales de capacidad.

Capitulo 5 Estudio Administrativo Legal

5.1 Estructura Administrativo legal

La empresa Vendexpress estará inscrita en la Superintendencia de Administración Tributaria SAT, en relación a la actividad comercial que se relacione con la comercialización de alimentos

por medio de máquinas automatizadas revisadas y autorizadas por la SAT, con el objetivo de expender productos. La forma de inscripción será la de Empresa individual. La empresa que cuenta con un solo propietario.

El propietario será registrado ante el Registro Mercantil y es quien obtiene los beneficios y derechos de la empresa pero también es responsable de las obligaciones en que incurra ésta. Vendexpress una empresa mercantil individual una vez inscrita deberá obtener una patente de empresa mercantil para poder operar comercialmente.

El capital de la compañía excede Q5, 000.00 ejerce en nombre propio y con fines de lucro, Código de Comercio, título preliminar, artículo No. 2, en las actividades que se refieren a lo siguiente:

La intermediación en la circulación de bienes y a la prestación de servicios.

Según la recopilación de la información de las diferentes entidades a continuación se presentan los pasos de inscripción requeridos como empresa individual a Vendexpress.

5.2 Marco legal del proyecto

Inscripción en el Registro Mercantil

PASO 1	En ventanilla del Registro Mercantil se compra un formulario de solicitud de inscripción de comerciante y de empresa mercantil (FORMA RM-1-SCC-C-V). Valor del formulario Q2.00
PASO2	En la misma ventanilla solicitar orden de pago para cancelarlo en el Banco que indique dicha orden. Valor del Depósito Q75.00 para inscripción como comerciante (si no se está inscrito con anterioridad) el

	costo para la inscripción de la empresa es de Q100.00
PASO 3	<p>Se integra un expediente en un fólder tamaño oficio con pestaña con los siguientes documentos:</p> <p style="padding-left: 40px;">Las órdenes de pago ya canceladas en el Banco, La solicitud de inscripción de la empresa completamente llena, Certificación contable firmada y sellada por un Contador debidamente autorizado, y Cédula de vecindad original.</p>
PASO 4	Se presenta el expediente en las ventanillas receptoras de documentos del Registro Mercantil.
PASO 5	<p>En el departamento de Operaciones Regístrales califican el expediente y proceden a inscribirlo en el libro electrónico de comerciantes (si no se está inscrito previamente) y de</p> <p>Empresas Mercantiles.</p>
PASO 6	En el mismo departamento, se razona la cédula de vecindad, haciendo constar la inscripción como comerciante individual (si no se está inscrito previamente) y anotan el número de registro, folio, libro y número de expediente y la fecha de inscripción.
PASO 7	La cédula de vecindad y la patente de comercio de empresa pasa al despacho del Registrador Mercantil General de la República, para sello y firma
PASO 8	En la ventanilla de entrega de documentos entregan la cédula de vecindad debidamente razonada en donde consta que se es un comerciante individual y la Patente de la Empresa que he inscrito. Ambos documentos deberán de revisarse minuciosamente antes de colocarle Q50.00 de timbres fiscales.

NOTA: El capital NO debe ser menor de DOS MIL QUETZALES (Q.2,000.00) Si el solicitante de la Patente de comercio de empresa es comerciante individual, se le otorgará un permiso para operar, pero NO se le extiende una Patente de Comercio de Empresa.

SAT

Empresas Mercantiles

Inscripción de Contribuyentes y responsables

Código Tributario (art.112 num. 1,literal b, y 120)

Obligación Formal: Inscribirse en el registro tributario unificado, aportando los datos y documentos necesarios y comunicar las modificaciones del los mismos.

Todos los contribuyentes y responsables están obligados a inscribirse en la Superintendencia Administración Tributaria antes de iniciar actividades afectas.

Inscripción en SAT Empresa Individual

Para la Inscripción de Empresa Individual, el trámite establece que el interesado deberá presentarse al edificio de la Superintendencia de Administración Tributaria –SAT-, en una de las ventanillas del Departamento de Registro Tributario Unificado (RTU) y solicitar inicialmente el Formulario de Inscripción y actualización de información de Contribuyentes en el Registro Tributario Unificado (SAT- No. 0014) Valor Q.1.00.

Requisitos para llenar el formulario SAT- No. 0014:

1. Para llenar este formulario deberá de usar máquina de escribir o letra de molde.
2. No se aceptará la presentación del formulario con tachaduras, enmiendas o similares.
3. Si se trata de inscripción, se utilizará la casilla No.2 y en el caso de ser una actualización utilizar la casilla No.3, anotando en ambos casos una "X".

Escriba los datos solicitados en “Datos de identificación para persona individual” en las casillas de la No.05 a la 16 y en “Datos generales” en las casilla de la No.27 a la 43, en el caso de que proceda. De lo contrario escriba una línea para anular el espacio NO utilizado del formulario SAT- No. 0014. La Empresa Individual (Empresa Mercantil) debe tomar la decisión de cual será el Régimen de pago del Impuesto Sobre la Renta. Los regímenes establecidos por la Ley y vigentes son los siguientes:

1. Régimen de Cuota fija 5%, pagos trimestrales del 5% sobre servicios técnicos y arrendamientos con o sin oficina.
2. Régimen de Cuota fija 5%, pagos trimestrales 5%, sobre actividades mercantiles.
3. Régimen de Declaración anual, pagos trimestrales sobre servicios técnicos o profesionales y arrendamientos, con o sin oficina.
4. Régimen de Declaración anual, pagos trimestrales sobre actividades mercantiles.
5. Contribuyente Normal sobre servicios técnicos o profesionales y arrendamientos, con o sin oficina.
6. Contribuyente Normal sobre actividades mercantiles

Los requisitos de Inscripción para los contribuyentes tipificados dentro de estos regímenes son:

1. Formulario de Inscripción SAT-14
2. Original o fotocopia legalizada y fotocopia simple de la cédula de vecindad o pasaporte si fuera extranjero.
3. Certificación de calidad de residente en el país, extendida por la dirección General de Migración, en caso de ser extranjero.
4. constancia de colegiado activo (profesionales liberales) queda en poder de la Oficina o Agencia Tributaria.

Inscripción del negocio (Datos Generales)

En el formulario SAT- No. 0014 (Costo Q 1.00) en el reverso del mismo del numeral No.88 al 104 (Inscripción del Negocio -Datos Generales) se deberá de escribir los datos solicitados:

1. Nombre comercial
2. Dirección
3. Departamento
4. Municipio
5. Teléfono
6. Fax
7. Apdo. Postal
8. Fecha de Inicio de Operaciones
9. Fecha de cambio (Domicilio comercial)
10. Otros (Datos para actualizar)

En el caso de NO contar con los mismos se tendrá que hacer una línea para ANULAR el espacio no utilizado. Dependiendo del tipo de organización, se deberá de leer detenidamente el formulario SAT- No. 0014: Instructivo, el anverso y el reverso

Para llenarlo correctamente y evitar futuros errores que pudieran afectar a su empresa.

El Formulario SAT-0014 deberá acompañarse de los formularios siguientes:

Solicitud de Habilitación de Libros, formulario SAT-0052

Solicitud para autorización de Impresión y Uso de Documentos y Formularios, formulario SAT-0042

Instituto Guatemalteco De Seguridad Social IGSS

El patrono o su representante, deberán acudir a la Sección de Inscripciones en la División de Registro de Patronos y Trabajadores, en el 2º nivel del Edificio Central en la

Ciudad de Guatemala, o bien en las Cajas o Delegaciones Departamentales que les corresponda (Delegaciones).

Se les entregará un formulario DRTP-001 el cual deberá ser debidamente lleno.

Empresa Individual

Empresas ubicadas en el Departamento de Guatemala

Al emplear los servicios de 3 trabajadores el patrono está obligado a inscribir su empresa en el Régimen de Seguridad Social, debiendo descontar la cuota laboral correspondiente a sus empleados posteriores a la inscripción.

5.3 Estructura Administrativa

La estructura administrativa de la empresa Vendexpress S.A. esta conformada de la siguiente manera:

- A. Gerencia General: Cargo que tendría el propietario del negocio y en el cual sus actividades se dividen en las siguientes funciones generales:
 - 1. Planeación y control de las actividades generales de la empresa.
 - 2. Supervisión de las actividades administrativas
 - 3. Firma de contratos convenios y negociaciones con clientes y proveedores
 - 4. Comercialización del servicio.
 - 5. Evaluación, analiza y decisiones financieras de la empresa
 - 6. Contratación y capacitación de personal

- B. Administración: Conformada por el Administrador general el cual estará a cargo de las siguientes funciones dentro del proceso de la empresa:

1. Organización de las actividades administrativas
2. Control de inventarios
3. Compras en base a inventarios
4. Organización y control de las rutas de abastecimiento
5. Control de ingresos y egresos
6. Pago a proveedores
7. Relación con el contador
8. Atención de las llamadas de reclamo al consumidor.

C. Operación: En el área operativa de Vendexpress, se contara con un rutero el cual estará a cargo de:

1. Abastecimiento de las máquinas por medio de una ruta
2. Recolección de los ingresos de cada máquina
3. Deposito en banco de cada uno de las recolecciones diarias.

5.4 Descripción y perfil de puestos

Descripción del cargo de Vendexpress S.A.

Gerente General

A.-Identificación

Nombre del Cargo: Gerente General.

Numero de personas que ocupan el cargo: 1.

B.- Resumen del cargo

Sus funciones son planificar, organizar, dirigir, controlar, coordinar, analizar, calcular y deducir el trabajo de la empresa, además de contratar al personal adecuado, efectuando esto durante la jornada de trabajo.

C.- Actividades regulares

- Planificar los objetivos generales y específicos de la empresa a corto y largo plazo.
- Organizar la estructura de la empresa actual y a futuro; como también de las funciones y los cargos.
- Dirigir la empresa, tomar decisiones, supervisar y ser un líder dentro de ésta.
- Controlar las actividades planificadas comparándolas con lo realizado y detectar las desviaciones o diferencias.
- Coordinar con el Administrador General las ventas, aumentar el número de clientes, realizar las compras de materiales, Mantenimiento de las máquinas, resolver sobre las necesidades generales de la empresa.
- Decidir respecto de contratar, seleccionar, capacitar y ubicar el personal adecuado para cada cargo.
- Analizar los problemas de la empresa en el aspecto financiero, administrativo, personal, contable entre otros.
- Realizar cálculos matemáticos, algebraicos y financieros.
- Deducir o concluir los análisis efectuados anteriormente.

D.- Requerimientos de capacidad y habilidades mentales

Los requerimientos o capacidades son planear, controlar, dirigir, organizar, analizar, calcular, deducir (fueron explicados anteriormente). Las habilidades mentales que debe poseer la persona para este cargo son la numérica, de lenguaje, conocimientos básicos de las actividades de los subordinados y psicológicas como la empatía, etc.

H.- Habilidad manual

Los conocimientos que requiere el cargo son los siguientes:

Idioma: Inglés.

Estudios superiores: Universitarios y/o Técnicos.

Títulos: en Administración de Empresas.

Estudios complementarios: Computación, administración, finanzas, contabilidad, comercialización y ventas.

Experiencia: que tenga 3 años de experiencia como mínimo en cargos de responsabilidades relacionadas.

I.- Responsabilidad por decisiones

En Vendexpress S.A. el Gerente General al ser el propietario tiene responsabilidad absoluta sobre las decisiones que se tomen en la empresa.

Toma de decisiones a nivel de conducción general de la empresa, contratar el personal, fijar los precios, etc.

J.- Responsabilidad por supervisión

Los funcionarios que supervisa el Gerente General son El administrador general y el rutero.

K.- Responsabilidad por contactos personales

Con clientes, bancos, financieras, proveedores, etc.

L.- Responsabilidad por exactitud

Errores en el manejo de la empresa pueden afectar la estabilidad de la empresa.

Administrador

El puesto de administrador a parte de ser una posición representativa tiene un alto grado de responsabilidad y tiene obligaciones operativas, por ende la persona que ocupe este puesto tiene que tener básicamente dos aptitudes principales una la de alto sentido de responsabilidad y la de ser emprendedor.

Las principales funciones y actividades que tiene el puesto son las siguientes:

- FUNCIÓN:
- SUPERVISIÓN Y CONTROL DEL PERSONAL DE RUTAS
- EJECUCIÓN DEL PROCESO DE COMPRAS Y PAGOS A PROVEEDORES.
- PLANIFICAR LOS CRONOGRAMAS DE ABASTECIMIENTO Y RECOLECCIÓN.
- ELABORAR INFORMES DIARIOS DE INGRESOS, EGRESOS DE MERCADERIA PARA PRESENTARSELO AL GERENTE GENERAL.
- SUPERVISIÓN Y CONTROL DE SERVICIOS CONTRATADOS DE MANTENIMIENTO DE LAS MÁQUINAS.
- CONTROL PATRIMONIAL.
- RESPONSABILIDAD SOBRE EL CORRECTO FUNCIONAMIENTO E IMPLEMENTACIÓN DE SISTEMAS Y MANUALES DE PROCEDIMIENTOS.
- B. ACTIVIDADES Y TAREAS:
- REVISIÓN DEL INVENTARIO
- REVISIÓN DE LAS BOLETAS DE DEPÓSITO DE INGRESOS
- OTIZACIONES DE INSUMOS, INSTRUMENTOS Y EQUIPOS.
- PROGRAMACIÓN DE LAS COMPRAS DE INSUMOS Y PEDIDOS A LOS PROVEEDORES.

C. HABILIDADES Y APTITUDES REQUERIDAS

- RAPIDEZ DE DECISIÓN.
 - COORDINACIÓN GENERAL.
 - INICIATIVA.
 - CAPACIDAD DE JUICIO.
 - NIVEL ACADÉMICO.
- LOS FACTORES DE MEDICIÓN DE NIVELES DE DESEMPEÑO A ANALIZAR EN ESTE PUESTO SON:
 - ACTITUD PARA EL TRABAJO
 - CALIDAD COORDINADORA.
 - CONOCIMIENTOS DEL PUESTO.
 - HONRADEZ
 - DISCIPLINA

Encargado de Rutas

- A.- Identificación
- Nombre del Cargo: Encargado de Rutas.
- Número de personas que ocupan el cargo: 1.

B.- Resumen del cargo

Sus funciones son Recolectar y depositar los ingresos de las máquinas y abastecer de productos las mismas

- C.- Actividades regulares
- Realizar la ruta diaria de recolección y abastecimiento.
- Inventario por máquina.
- Depósitos monetarios cada vez recaude dinero de una máquina

- Llevar n registro ordenado y archivo de los documentos que emita el banco por los depósitos realizados.

Dar informe de trabajos y rutas al Administrador General.
Llevar un historial de ventas por máquina

- Llenado de reportes de ventas y reporte de visitas.
- Hacer un recorrido de zonas para informar de competencia, y otras opciones que vea en los sectores en donde se hayan colocado máquinas expendedoras.
- Informar del estado general de las máquinas, evaluar el funcionamiento de las mismas dentro de la ruta que le corresponde diariamente.
- Revisión y mantenimiento del vehículo
- Control de la gasolina que utiliza y reporte al administrador sobre los gastos.
- Registro de productos con más y menos demanda en cada punto de venta.

H.- Habilidad manual

Los conocimientos que requiere el cargo son los siguientes:

Estudios nivel medio preferiblemente de contabilidad. Debe saber manejar moto y vehículo.

Manejo de computadora. Ordenado Honrado y disciplinado.

5.5 Resumen

Para crear la empresa Vendexpress S.A. se requiere de la inscripción de la misma como empresa individual y bajo el régimen de tributación del 5% mensual sobre las Ventas totales, como se describe en los procesos de las siguientes instituciones:

REGISTRO MERCANTIL DE GUATEMALA

SUPER INTENDENCIA DE ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA (SAT)

INSTITUTO GUATEMALTECO DE SEGURIDAD SOCIAL.

Adicionalmente ya se cuenta con la descripción y perfil de puestos para la creación de responsabilidades de la compañía en la que se cuenta con 3 empleados:

Administrador

Contador y

Rutero

Adicionalmente del gerente-propietario que también tiene funciones asignadas.

Capitulo 7 Estudio Financiero

Análisis de Costos

a. Costo de la inversión

La inversión inicial en maquinarias y equipos para llevar a cabo el proyecto de máquinas expendedoras se detalla en la tabla 1.5

Tabla 1.5
Inversión inicial

Inversión Inicial			
		Costo unitario	Costo Total
10	Máquinas Expendedoras Incluye impuestos	Q 26,600.00	Q 266,000.00
1	Equipo de cómputo	Q 7,000.00	Q 7,000.00
1	Mobiliario de oficina	Q 1,500.00	Q 1,500.00
3	Estanterías para almacenaje/ cajas	Q 600.00	Q 1,800.00
4	Moto para carga	Q 15,000.00	Q 15,000.00
Inversión inicial estimada en equipo y mobiliario			Q 291,300.00

Fuente Investigación Propia

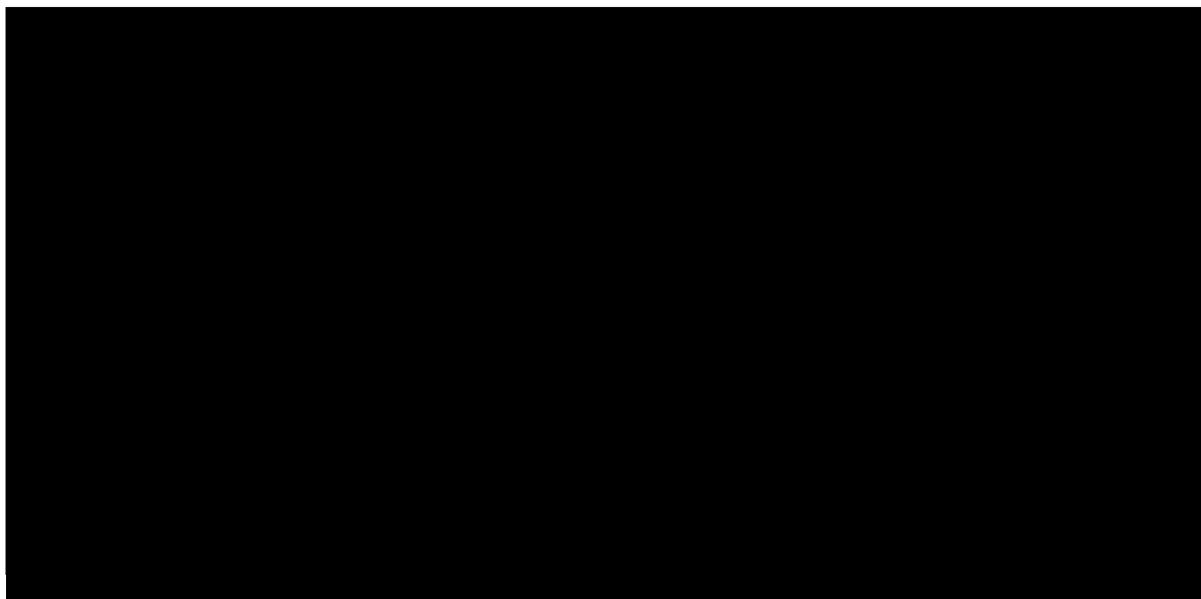
La tabla de inversión inicial nos detalla que para la operación de la empresa VENDEXPRESS S.A. se requiere de 10 máquinas expendedoras, equipo de oficina, mobiliario, y una moto para transportar carga. La inversión estimada es de

Q. 291 300.00.

b. Costo de la operación

Tabla 2.5

Costo mensual de la operación, Gastos fijos y variables



Fuente: investigación propia

d. Clasificación de los rubros de costos fijos y variables

La tabla 2.5, muestra el listado de gastos mensuales para la implementación del proyecto de máquinas expendedoras de Vendexpress S.A.

Teniendo mensualmente un total de Q. 62,762.29 de gastos para desarrollar la operación de la empresa.

7.2 Análisis de Ingresos

A continuación se presenta la tabla 7.1.3 en la que se detalla el ingreso mensual y anual por máquina y por el total de máquinas instaladas

Tabla 3.5

Ingresos por máquina

Fuente: Investigación Propia

Análisis de Ingresos por máquina y total anual						
Producto	Ventas por maquina en Unidades Semanales	Unidades totales mensuales por máquina	Ingreso semanal por máquina	Ingreso Mensual por máquina	Ingreso Anual por maquina	Ingreso anual por 10 máquinas
Boquitas Diana Pequeña (15 a 22 g.)	48	192	Q 48.00	Q 192.00	Q 2,304.00	Q 23,040.00
Tortrix (30 g)	48	192	Q 96.00	Q 384.00	Q 4,608.00	Q 46,080.00
Boquitas Señorial (33g)	48	192	Q 96.00	Q 384.00	Q 4,608.00	Q 46,080.00
Boquitas Señorial (15g)	36	144	Q 36.00	Q 144.00	Q 1,728.00	Q 17,280.00
Sabritas (Lays, Chex Mix, Puffets)	36	144	Q 108.00	Q 432.00	Q 5,184.00	Q 51,840.00
Galletas	48	192	Q 96.00	Q 384.00	Q 4,608.00	Q 46,080.00
Cigarros (Pall Mal, Payaso, Rubios)	60	240	Q 900.00	Q 3,600.00	Q 43,200.00	Q 432,000.00
Jugo en lata (Jumex)	60	240	Q 240.00	Q 960.00	Q 11,520.00	Q 115,200.00
Naranjada y limonada con soda en lata	60	240	Q 240.00	Q 960.00	Q 11,520.00	Q 115,200.00
Totales	444	1776	Q 1,860.00	Q 7,440.00	Q 89,280.00	Q 892,800.00

a. Venta de productos y subproductos

La estimación del ingreso de la empresa Vendexpress, se ha considerado basándose en la venta semanal del 90% de los productos con dos llenados semanales, y reflejando los ingresos estimados así para las 10 máquinas ubicadas en la oficinas de call center con más de 60 empleados. Los productos que se estimaron para este cálculo son la mezcla más adecuada basada en surtido y en precios.

d. Proyección de los ingresos

Se ha realizado un análisis de la situación anual de ingresos proyectando un crecimiento anual de 5 máquinas a partir del segundo año y así sucesivamente para lograr en el 5 año de operación contar con 30 máquinas colocadas, con un crecimiento total del 200% de la operación plateada para el año inicial.

En la tabla 4.5 se ve el incremento anual de los ingreso por máquinas colocadas y adicionalmente el ingreso por nuevas máquinas.

Tabla 4.5
Ingresos proyectados

Incremento anual por # de máquinas					
Año	2008	2009	2010	2011	2012
Máquinas Expendedoras colocadas en el mercado	10	15	20	25	30
Crecimiento anual en máquinas		5	5	5	5

Tasa Inflación estimada		8%			
Proyección de ingresos a 5 años					
Año	2008	2009	2010	2011	2012
Ingreso estimado + inflación estimada	Q 892,800	Q 964,224	Q 1,041,362	Q 1,124,671	Q 1,214,645
Crecimiento en ventas por incremento en el # de máquinas	Q -	Q 482,112	Q 1,041,362	Q 1,687,006	Q 2,429,289
Ingreso Total por año	Q 892,800	Q 1,446,336	Q 2,082,724	Q 2,811,677	Q 3,643,934

Fuente: Investigación propia

Vendexpress S.A.
Estado de Resultados proyectados a los primeros 5 años de operación

	8%				
	Inflación estimada				
Estado de Resultados	2008	2009	2010	2011	2012
Ingresos					
Ingresos + Inflación estimada	Q 892,800.00	Q 964,224.00	Q 1,041,361.92	Q 1,124,670.87	Q 1,214,644.54
Crecimiento en maquinas	Q	Q 482,112.00	Q 1,041,361.92	Q 1,687,006.31	Q 2,429,289.09
Total de Ingresos	Q 892,800.00	Q 1,446,336.00	Q 2,082,723.84	Q 2,811,677.18	Q 3,643,933.63
Gastos de venta					
Comisiones y gastos de venta	Q 17,856.00	Q 28,926.72	Q 41,654.48	Q 56,233.54	Q 72,878.67
Total de gastos de venta	Q 17,856.00	Q 28,926.72	Q 41,654.48	Q 56,233.54	Q 72,878.67
Costo de ventas					
Total Costo de Ventas	Q 482,280.00	Q 781,293.60	Q 1,125,062.78	Q 1,518,834.76	Q 1,968,409.85
Gastos					
Sueldos y prestaciones	Q 74,976.00	Q 80,974.08	Q 87,452.01	Q 94,448.17	Q 102,004.02
Mantenimientos	Q 14,050.00	Q 17,562.50	Q 21,953.13	Q 27,441.41	Q 34,301.76
Seguros de las Máquinas	Q 13,200.00	Q 17,160.00	Q 22,308.00	Q 29,000.40	Q 37,700.52
Depreciaciones	Q 59,193.33	Q 85,133.33	Q 111,733.33	Q 138,333.33	Q 164,933.33
Combustibles y lubricantes	Q 19,680.00	Q 31,881.60	Q 42,508.80	Q 53,136.00	Q 63,763.20
Alquileres	Q 60,000.00	Q 90,000.00	Q 120,000.00	Q 150,000.00	Q 180,000.00
Servicios generales	Q 12,000.00	Q 12,960.00	Q 13,996.80	Q 15,116.54	Q 16,325.87
Total de Gastos	Q 253,099.33	Q 335,671.51	Q 419,952.06	Q 507,475.85	Q 599,028.70
Total de Gastos	Q 753,235.33	Q 1,145,891.83	Q 1,586,669.33	Q 2,082,544.15	Q 2,640,317.22
Utilidad Antes de impuestos	Q 139,564.67	Q 300,444.17	Q 496,054.51	Q 729,133.03	Q 1,003,616.41
ISR	Q 44,640.00	Q 72,316.80	Q 104,136.19	Q 140,583.86	Q 182,196.68
Utilidad neta	Q 94,924.67	Q 228,127.37	Q 391,918.32	Q 588,549.17	Q 821,419.73

7.3 Recursos financieros para la inversión.
a. Estados de resultados proyectados

c. Capital disponible a corto, mediano y largo plazo

Se presente el siguiente análisis con el balance general proyectado del primer año en el que se aclara que no se marca ningún pasivo ya que el capital inicial de inversión es de fuente propia, sin toma de créditos.

**Balance General
Año 2008**

Activos	1	
Caja y bancos	Q	50,000.00
Inventario	Q	482,280.00
Máquinas Expendedoras	Q	266,000.00
Equipo de cómputo	Q	7,000.00
Mobiliario de oficina	Q	1,500.00
Estanterías para almacenaje/ cajas	Q	1,800.00
Moto para carga	Q	15,000.00
	Q	823,580.00
 Activo diferido		
Cotratos legales e institución de la emp	Q	2,500.00
Gastos de registros y trámites	Q	2,500.00
	Q	5,000.00
 Capital	Q	828,580.00

c. Calendario

Sumatoria Pasivo + capital Q 828,580.00

de inversiones

A continuación se detalla el cronograma de gastos e inversiones iniciales para establecer y dar inicio con las operaciones de Vendexpress S.A.

En un lapso de 3 meses, la empresa habrá adquirido el total de maquinaria, equipo e insumos que se requiere para iniciar operaciones.

Tabla 5.5

Calendario de inversión

Calendario de inversiones			
Inversión	Mes 1	Mes 2	Mes 3
Importación de máquinas Expendedoras			
Gastos de Registro de la empresa			
Compra de Equipo de Computo			
Compra de Equipo de oficina			
Compra de Vehículo (moto)			
Compra de insumos			

d. Las necesidades de capital de trabajo

En relación a las necesidades de capital de trabajo, Vendexpress requiere de la compra de:

10 máquinas expendedoras

1 Equipo de Cómputo



- 1 Mobiliario de oficina
- 3 Estanterías para almacenar
- 1 Moto para transporte de mercadería

En la tabla que se presenta a continuación se detalla el valor de cada uno de estos activos y el total de la inversión inicial que se requiere.

Tabla 6.5
Inversión total inicial

Inversión Inicial			
		Costo unitario	Costo Total
1	Cotranos legales e institución de la empresa	Q 5,000.00	Q 5,000.00
1	Gastos de registros y trámites	Q 2,000.00	Q 2,000.00
10	Máquinas Expendedoras Incluye impuestos	Q 26,600.00	Q 266,000.00
1	Equipo de cómputo	Q 7,000.00	Q 7,000.00
1	Mobiliario de oficina	Q 1,500.00	Q 1,500.00
3	Estanterías para almacenaje/ cajas	Q 600.00	Q 1,800.00
1	Moto para carga	Q 15,000.00	Q 15,000.00
Inversión inicial estimada en equipo y mobiliario			Q 298,300.00

Fuente: Investigación propia

7.4 Punto de Equilibrio

Para que Vendexpress S.A., alcance el punto de equilibrio mensual, se requiere de un ingreso monetario de al menos Q. 13,385.31, como lo muestra la tabla a continuación.

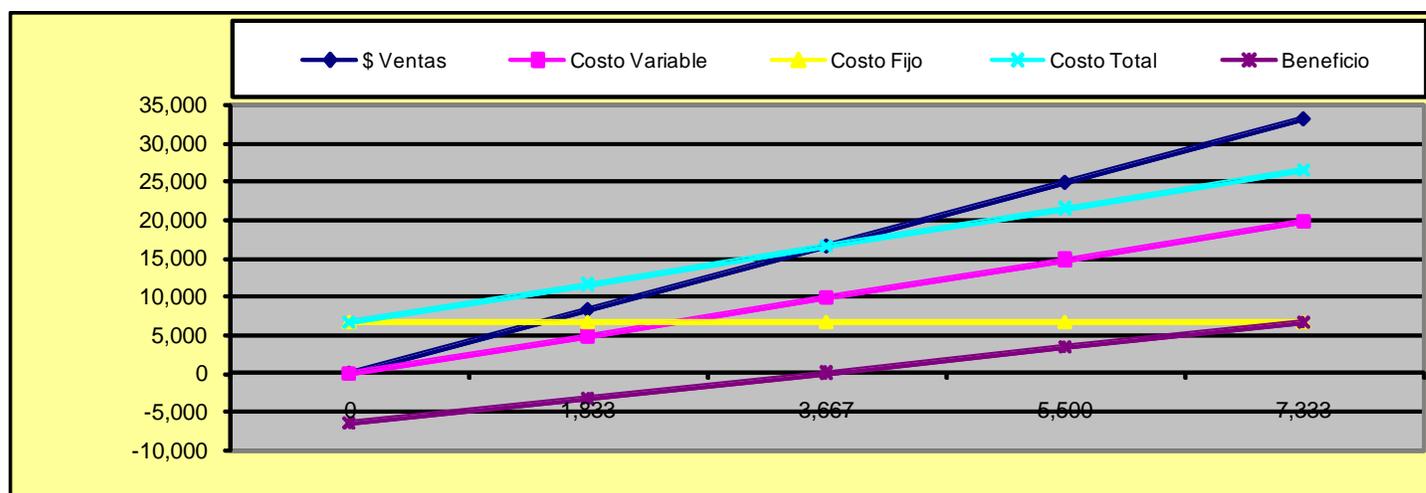
PUNTO DE EQUILIBIO MONETARIO MENSUAL	
<i>Costo fijo total/(1-(costo variable total/ ventas totales)</i>	
COSTOS FIJOS MENSUALES	Q 6,600.00
COSTOS VARIABLES MENSUALES	Q 37,715.00
INGRESO MENSUAL	Q 74,400.00
PUNTO DE EQUILIBRIO MONETARIO	Q 13,385.31

El punto de equilibrio sacado por unidades vendidas mensuales, ha sido calculado en base a costos promedio y precios promedio y el resultado del punto de equilibrio de unidades se presenta en la siguiente tabla.

PUNTO DE EQUILIBIO UNIDADES MENSUAL	
<i>Costo fijo total / (precio de venta unitario - costo variable unitario)</i>	
Costos Fijos Mensuales	Q 6,600
Precio Promedio	Q 4.50
Costo promedio	Q 2.70
PUNTO DE EQUILIBRIO UNIDADES	3,667

Figura 7.1

Gráfico del Punto de Equilibrio



Los gastos y costos que Vendexpress S.A. requiere de manera mensual se cubrirán con las ventas que las máquinas generen en el transcurso del mes. El pago a los proveedores se negociará por medio de créditos de no más de 15 días, negociando así mejores precios o en todo caso se hará con pago inmediato ya que Vendexpress. No genera ningún tipo de cartera ya que los consumos son en efectivo y de pago directo por los productos.

A continuación se detalla por medio de la tabla los gastos y el valor total de los mismos.

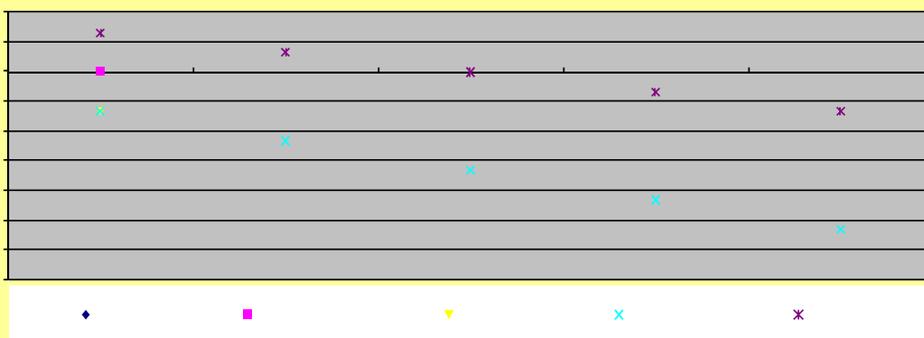


Tabla 7.5

Gastos

Gastos Mensual			
1	Salario Administrador/ contador	Q 2,800	Q 2,800
1	Prestaciones Administrador Contador	Q 1,176	Q 1,176
1	Salario Ruterero	Q 1,600	Q 1,600
1	Prestaciones Ruterero	Q 672	Q 672
1	Comisión al personal por ventas	Q 1,488	Q 1,488
1	Seguros por las máquinas y moto	Q 1,100	Q 1,100
10	compra de Insumos	Q 3,617	Q 36,171
4	Gasolina	Q 186	Q 744
10	Renta del lugar de ubicación	Q 500	Q 5,000
1	Administración general del negocio (agua, luz, telefono, internet)	Q 1,000	Q 1,000
1	Gasto de supervisión ruta	Q 800	Q 800
1	Mantenimiento equipo	Q 1,108	Q 1,108
1	Mantenimiento vehiculo	Q 63	Q 63
1	Mantenimiento y depreciación Moto	Q 250	Q 250
1	Mantenimiento y depreciación Maquinas	Q 4,488	Q 4,488
1	Depreciación equipo de computo	Q 194	Q 194
	TOTAL DE GASTOS		Q 58,654.61

TASA PROMEDIO DE RENTABILIDAD**Tasa de Rentabilidad**

Utilidad neta promedio en 5 años

Inversión promedio

Tasa Promedio de Rentabilidad

$$TPR = (UPEN/IP)^3$$

Q 446,445.00

Q 564,300.00

79%

La tasa promedio de rendimiento con una inversión promedio de Q.564, 300 y una utilidad neta promedio de Q. 446,445 Vendexpress presenta una tasa promedio de rentabilidad del 79%.

7.7 Evaluación Económica**a. Valor Actual Neto**

El Valor Actual Neto, VAN, es el valor del dinero en el futuro a su equivalente en el presente. Vendexpress cuenta con un VAN positivo y refleja que la inversión es conveniente a la tasa de descuento utilizada.

En la tabla # se observa como el VAN de Vendexpress es positivo calculada en base a la trma que es le producto de: Tasa de inflación a diciembre 2007 de 8.95 + Tasa libre de riesgo 6.95 (fuente Banguat) + % costo capital 12.9 (fuente Banguat) la Tasa ponderada activa de los bancos + Estimación de riesgo de la inversión del 10.1%.

Tabla 8.5

VAN

Valor Actual Neto

TREMA

0.38900

Año	Flujo neto de efectivo	Factor de actualización FA	FNEA
0	(298,300)		(298,300)
1	154,118	0.719942405	110,956
2	169,621	0.518317066	87,917
3	348,520	0.373158435	130,053
4	559,341	0.268652581	150,268
5	805,408	0.193414385	155,777
VAN			336,673

b. Tasa Interna de Retorno

La TIR, o Tasa Interna de Retorno es la tasa de interés real que genera el proyecto en “n” períodos.

Para el proyecto de Vendexpress la TIR es de como se presenta en los cálculos de la tabla a continuación.

Tabla 9.5

TIR

Tasa Interna de Retorno

Año	Flujo neto de efectivo	Factor de actualización FA	FNEA	Factor de Actualización	
0	(298,300)		(298,300)		(298,300)
1	154,118	0.719942405	110,956	0.55878409	86,119
2	169,621	0.518317066	87,917	0.31223965	52,962
3	348,520	0.373158435	130,053	0.17447455	60,808
4	559,341	0.268652581	150,268	0.09749360	54,532
5	805,408	0.193414385	155,777	0.05447787	43,877
VAN			336,673		(2)
				TIR	0.78960

c. Relación Beneficio / Costo

Tabla 10.5

Beneficio/costo

Relación Beneficio Costo

Año	Costo	Ingresos	FA 41.75%	Costo Actua.	Ingresos Actua.	
0	-298,300			-298,300		
1	753,235	892,800	0.719942405	542,286	642,765	
2	1,145,892	1,446,336	0.518317066	593,935	749,661	
3	1,586,669	2,082,724	0.373158435	592,079	777,186	
4	2,082,544	2,811,677	0.268652581	559,481	755,364	
5	2,640,317	3,643,934	0.193414385	510,675	704,789	
					B/C	
				2,500,157	3,629,765	1.452

Fuente: Investigación Propia

Para el proyecto de Vendexpress se observa que la relación beneficio/costo genera un valor positivo arriba del valor a invertir en los primeros 5 años de operación, por lo que es un proyecto rentable.

d. Recuperación de la Inversión

PRI

Según el cálculo estimado por la fórmula del PRI, el retorno de la inversión para el proyecto de Vendexpress es de 2 años y seis meses.

Periodo de recuperación de la Inversión

INVERSIÓN EN 5 AÑOS

UTILIDADES NETAS PROYECTADAS

AÑOS PROYECTADOS PARA LA RECUPERACIÓN

PRI= INVERSIÓN

Q 1,128,600.00

Q 446,445.00

2.5

7.8 Sensibilidades

A continuación se realiza el análisis de la sensibilidad de los productos con un incremento o decrecimiento de las ventas de 2,500 unidades al año.

En la tabla que a continuación se presenta se observa que al mantener constantes los precios con un incremento de 2,500 unidades mensuales la variación de la utilidad se incremente un 15.20%, si las cantidades disminuyen en 2,500 unidades al año la sensibilidad de la caída de la utilidad puede llegar hasta un 15.20% de disminución de la utilidad del negocio.

Sensibilidad I

Cuando los precios permanecen constantes

Ventas	Utilidad	% de Variación
223,120	125,057	115.20
220,620	120,932	111.40
218,120	116,807	107.60
215,620	112,682	103.80
213,120	108,557	100.00
210,620	104,432	96.20
208,120	100,307	92.40
205,620	96,182	88.60
203,120	92,057	84.80

$$U = \text{Precio} \times \text{Unidades anuales} - (\text{Costo Variable} \times \text{Unidades} + \text{Costos Fijos})$$

Original

Precio	4.00	Aumento 2500 unidades
Unidades Anual	213,120	
Costo Variable	2.350	
Costo Fijo	243,091	

El segundo análisis en relación a la sensibilidad se realiza en base a mantener la utilidad y el resultado indica que se puede llegar a tener un precio promedio de Q3.93 vendiendo 2,500 unidades más de las promediadas en el primer año y si se disminuye la misma cantidad por año se puede llegar hasta un precio de Q4.08 en el quinto año sobre el de Q4.00 promedio inicial.

Sensibilidad II

Cuando la utilidad permanece constante

Utilidad	Ventas Unid.	Precio	% de Variación
108,557	223,120	3.93	98.15
108,557	220,620	3.94	98.60
108,557	218,120	3.96	99.05
108,557	215,620	3.98	99.52
108,557	213,120	4.00	100.00
108,557	210,620	4.02	100.49
108,557	208,120	4.04	100.99
108,557	205,620	4.06	101.50
108,557	203,120	4.08	102.03

$$P = \frac{U + (CV \times Q) + CF}{Q}$$

7.	U =	108,557	Aumento 2500 unidades
	CV =	2.35	
9	CF =	243,091	
R	Q =	213,120	

esumen

En general la perspectiva del proyecto es positiva, tanto los estados de resultados como el flujo de efectivo reflejan utilidades de más del 40% de la inversión inicial desde el primer año.

El resto de análisis financieros proyectados a largo plazo también reflejan que el negocio es potencialmente rentable y se observa una pronta recuperación de la inversión y la posibilidad de expansión y crecimiento.

CONCLUSIONES

1. Se puede confirmar la demanda del servicio de las máquinas expendedoras a través de las siguientes observaciones que resultaron del estudio:
 - A. Las oficinas de call center en Guatemala tienen una tendencia al crecimiento.
 - B. Según la encuesta realizada para este estudio, de los empleados de call center el 86 % consume alimentos en su oficina y en horarios de trabajo.
 - C. El 76% los adquiere alimentos en lugares aledaños a sus oficinas.
 - D. Se confirma la factibilidad del negocio por que:
 - E. Refleja una buena disposición del mercado para aceptar este tipo de negocios, como se presento en el resultado de la encuesta.
 - F. Se determina que es factible la expansión y diversificación del mismo.
 - G. Se determinó que:
 - Para llevar a cabo el proyecto se requiere una inversión de al menos Q 300, 000.
 - Los resultados del análisis financiero y las proyecciones de gastos e ingresos para 5 años del negocio del vending en oficinas, generan resultado positivos resaltando que es un negocio rentable a corto, mediano y largo plazo, con posibilidades de expansión y diversificación

RECOMENDACIONES

Se recomienda aprovechar la oportunidad de la demanda existente así como la potencialidad de crecimiento de este tipo de negocio en un país como Guatemala, en el que aún no existe una competencia directa.

Se recomienda seguir con el análisis de otros mercados potenciales para colocar las máquinas expendedoras, lugares como: centros comerciales, eventos, centros deportivos, cines, oficinas públicas, etc. Ya que pueden generar el mismo nivel de rentabilidad y crecimiento que el que se analizó en el presente proyecto.

Se reencomienda analizar la factibilidad de un crecimiento más rápido y un capital más grande hará que las utilidades sean más elevadas desde los primeros años.

BIBLIOGRAFIA

Chiavenato, I. (2007)

Administración de Recursos Humanos.

Mcgraw-hill, 8^a Edición.

Fernandez, N. (2005)

Cómo interpretar un balance.

MEXICO. Deusto, 1999, 3ra Edición.

Weiers, R. M. (2006)

Investigación de Mercados,

Estados Unidos. Prentice Hall, 2da Edición.

Lovelock, C. H. (1997)

MERCADOTECNIA DE SERVICIOS.

Estados Unidos Prentice Hall, 2a Edición.

PÁGINAS WEB:

MARKETING VENDING, inicia tu propio negocio: <http://www.marketingvending.com>

WIKIPEDIA: http://es.wikipedia.org/wiki/M%C3%A1quina_expendedora

MORE BUSINESS: <http://www.morebusiness.com/vending-services-plan>

TODO VENDING: <http://www.todo vending.com/>

ANEXOS

ANEXO 1

Estudio de Mercado

Responda las siguientes preguntas marcando con una X en la casilla que corresponda a la respuesta correcta, y agregando sus comentarios en donde se requiera. Gracias!

Preguntas

1. ¿Trabaja en una empresa con servicio de cafetería?

si no

2. ¿En su empresa trabajan mas de 50 empleados por cada turno?

si no no sabe

3. Consume alimentos en horarios de trabajo?

si no (termina la entrevista)

4. ¿Cómo los obtiene?

- A. Los lleva preparados de su hogar
 B. Los pasa comprando de camino a la oficina
 C. Los compra en lugares cercanos a su oficina

5. ¿Con que frecuencia consume alimentos tipo snack?

- A. Diario
 B. Semanal
 C. Quincenal
 D. Mensual

6. ¿Le interesaría que hubiera una maquina expendedora de snacks y bebidas en su oficina?

si no porque? _____

7. ¿Qué tipo de snacks le gusta consumir:

- A. Salados tipo chips
 B. Dulces tipo pastelitos y galletas
 C. Chocolates, dulces y chicles
 D. Todos los anteriores
 E. Otros. Especifique _____

8. Elija las marcas de snack de su preferencia

- A. Diana
 B. Señorial
 C. Frito Lay (sabitras)
 D. Bimbo y/o Marinela
 E. Otro. Especifique _____

9. ¿Qué otros productos complementarios le gustaría que le ofreciera la maquina expendedora

- A. cigarros
 B. bebidas gaseosas
 C. café
 D. bebidas no gaseosas
 E. frutas
 F. jugos y nectares
 G. Medicinas (Alka Selzer, Panadol, Aspirina, etc)
 H. Tarjetas de Teléfono
 I. Otro. Especifique _____

10. ¿Qué cantidad de dinero esta dispuesto a gastar diariamente en snacks y/o productos en una maquina expendedora?

- A. de Q 0.00 a Q. 5.00
 B. de Q. 6.00 a Q. 10.00
 C. de Q 11.00 a Q. 15.00
 D. de Q. 16.00 a Q. 20.00

CONTRATO DE ARRENDAMIENTO

DIRECCIÓN

N° CONTRATO

CIUDAD

En, a ... de de

REUNIDOS

DE UNA PARTE:

Ana Lucia Siekavizza, con Cedula. A-1 915548... y quien actúa en nombre y representación de VENDEXPRES S.A., con domicilio social en 16 CALLE 11-42 Z.17 COLONIA EL MAESTRO DE LA CIUDAD DE GUATEMALA, escritura pública otorgada a su favor ante el Notario de Guatemala D. Fernando de la Cámara García, el día 30 de Julio de 2008.

DE LA OTRA:

D. XXXXX.en su calidad de Presidente con D.N.I. y Representante de COMPAÑÍA DE SERVICIOS 24/7 cargo para el que fue nombrado en la Junta General (Ordinaria o Extraordinaria) el día de de y hallándose autorizado para intervenir en el presente contrato en virtud del acuerdo adoptado por la Junta General de Propietarios, el día de de, en lo sucesivo LA PROPIEDAD.

Ambas partes se reconocen mutuamente la capacidad legal necesaria para el otorgamiento del presente contrato y

EXPONEN:

- I. Que VENDEXPRES S.A., está procediendo a la implantación de una máquina expendedora de alimentos y otros productos de consumo para ser operada y presar el servicio de abastecimiento de insumos a los empleados, por lo que está interesado en ocupar un espacio en la oficina que se indica, para la instalación en el mismo de los equipos descritos.

- II. Que LA PROPIEDAD es dueña en pleno dominio y sin limitación alguna, de los elementos comunes del inmueble situado en la localidad de c /, n° y que figura inscrita en el Registro de la Propiedad de, Libro n°Tomo n° Oficina n°, Inscripción n°
- III. Que en consecuencia, ambas partes desean suscribir un acuerdo en virtud del cual Vendexpres S.A., arrienda el espacio definido en este documento para instalar, montar, explotar, mantener, conservar y reparar, por sí o por un tercero una Maquina Expendedora de insumos, con todos sus elementos y componentes, a cambio del pago a LA PROPIEDAD de una contraprestación económica.

De conformidad con lo expuesto, ambas partes convienen el presente contrato, con sujeción a las siguientes:

ESTIPULACIONES:

PRIMERA.- OBJETO DEL CONTRATO

LA PROPIEDAD arrienda un espacio en la oficina descrita a VENDEXPRES S.A., que lo acepta, para instalar, montar, explotar, mantener, conservar, reparar y modificar un equipo expendedor de insumos, por sí misma o por un tercero. Dicho equipo expendedor de insumos estará compuesto de los siguientes elementos:

Una Maquina de 1.25mts X 2mts X 1.20 de fondo con conexión eléctrica de 220V y abastecida de alimentos y productos.

SEGUNDA.- RENTA

La renta pactada se establece en la cantidad de **SEIS MIL QUETZALES (Q.6,000.00)** anuales, más el IVA correspondiente, que será abonada por trimestres naturales vencidos, a partir del momento establecido en el párrafo siguiente.

El devengo de la renta pactada, comenzará el día en que se inicie la instalación de los equipos de expendedor de insumos, de manera que a partir de ese momento VENDEXPRES S.A. pagará cada trimestre, una cuarta parte de la renta anual pactada.

El primer pago se realizará en los cinco días siguientes al inicio del siguiente trimestre natural al de la fecha en que se concluya la instalación de los equipos de expendedor de insumos, y comprenderá el importe de renta correspondiente al periodo transcurrido entre el inicio de la instalación de los equipos y el último día del trimestre natural en que se haya procedido a dicha instalación. VENDEXPRES S.A. comunicará a LA PROPIEDAD, mediante carta certificada la fecha en que haya quedado concluida la instalación de las antenas.

La contraprestación económica se incrementará o disminuirá, anualmente de acuerdo con la variación porcentual experimentada por LA INFLACIÓN ANUAL, que publique el organismo oficial correspondiente, para el periodo de enero a diciembre del año anterior a la fecha de revisión, quedando establecida como fecha de la primera revisión, el día del aniversario de la firma del contrato.

El pago se realizará en el domicilio bancario señalado por LA PROPIEDAD, en el ANEXO A del presente documento.

TERCERA.- VIGENCIA

El presente contrato tendrá una duración inicial de tres años, a partir de la fecha de la firma del mismo.

Al final de este periodo, el contrato quedará automáticamente renovado, y se prorrogará por periodos sucesivos de tres años, salvo que VENDEXPRES S.A. notifique a LA PROPIEDAD su intención de no renovarlo, con al menos seis meses de antelación a la terminación de cada periodo, mediante carta certificada con acuse de recibo. Cada renovación lo será en los mismos términos y condiciones expresados en este documento.

Transcurridos veinticinco años de vigencia, ambas partes podrán ejercer su derecho a no renovar el contrato, comunicando su intención a la otra parte, con al menos seis meses de antelación a la fecha de vencimiento, mediante carta certificada.

CUARTA.- INSTALACIONES

LA PROPIEDAD, permitirá el paso para la instalación de cables en la zona común del edificio dispuesta al efecto, así como cualquier otra necesidad requerida para el control y supervisión de dichos elementos; así como para el correcto funcionamiento de las instalaciones.

También serán de cuenta de VENDEXPRES S.A., todos los gastos de montaje, instalación, mantenimiento, reparación, modificación y retirada de la MAQUINA EXPENEDORA.

LA PROPIEDAD autoriza a VENDEXPRES S.A. a realizar todas las modificaciones que fueran necesarias para la optimización de la MAQUINA EXPENEDORA, tanto en la ubicación de los equipos como de productos.

VENDEXPRES S.A. se responsabilizará de la obtención de todas las licencias y autorizaciones que fueran precisas para el desarrollo de su actividad en el espacio contratado, así como del abono de todas las cantidades que se devenguen por este concepto. LA PROPIEDAD se compromete a colaborar en todo lo que proceda, para la solicitud, tramitación y obtención de dichas autorizaciones.

Una vez finalizada, por cualquier causa, la vigencia del presente contrato, VENDEXPRES S.A. se compromete a reponer el espacio ocupado a su situación original, salvo el desgaste ocasionado por el uso normal del espacio arrendado, en un plazo de 3 meses.

QUINTA.- ACCESO

LA PROPIEDAD, mientras se mantenga la vigencia del contrato, autoriza a VENDEXPRES S.A. y a las personas físicas o jurídicas que VENDEXPRES S.A. designe, el libre acceso a la oficina para la preparación de los equipos de expendedor de insumos, y depósito de materiales, maquinaria y herramientas, además de todo cuanto fuera necesario para llevar a cabo los trabajos que se requieran en la instalación, montaje, explotación, mantenimiento, conservación, reparación y modificación de los equipos de expendedor de insumos.

Durante el periodo de instalación de los equipos de expendedor de insumos, VENDEXPRES S.A., se compromete a gestionar el proceso en tiempo y forma a fin de ocasionar la menor incomodidad posible a LA PROPIEDAD y seguir los procedimientos de acceso acordados con la misma.

SÉXTA.- CAUSAS DE RESOLUCIÓN

Serán causas de resolución del presente contrato falta de pago de la renta, o cuando tengan lugar actividades molestas, insalubres, nocivas, peligrosas o ilícitas.

Además de lo ya establecido en este contrato VENDEXPRES S.A. podrá resolver el mismo, sin pago de indemnización alguna en los siguientes casos:

- En el caso de la no obtención de todos los permisos o licencias necesarios para instalar u operar los equipos de expendedor de insumos.
- En el supuesto de que las estimaciones de las ventas no fueran satisfactorios para VENDEXPRES S.A..
- Que el espacio arrendado, no sea o pierda la utilidad para la instalación de los equipos de expendedor de insumos.

En cualquiera de estos supuestos, LA PROPIEDAD hará suyas las rentas percibidas hasta el momento de la resolución.

Asimismo, VENDEXPRES S.A. podrá anular el contrato sin pago de indemnización alguna, con un preaviso de tres meses, en los siguientes casos:

1º- En caso de finalización o pérdida o modificación de la concesión de explotación de los equipos de expendedor de insumos.

2º- Cualesquiera modificaciones y/o alteraciones en la Oficina o en su entorno, de tal manera que a causa de ello, los equipos de expendedor de insumos dejasen de tener la ubicación o características necesarias para la explotación de la misma al servicio de la venta automática.

3º- Por las actuaciones de LA PROPIEDAD que impliquen una modificación en la oficina, de manera que impida el correcto funcionamiento de la maquina expendedora.

En este caso, LA PROPIEDAD se obliga a notificar con suficiente antelación, la realización de dichas alteraciones en la oficina, respondiendo por los daños ocasionados a VENDEXPRES S.A., cuando las mismas le fueran imputables.

Siempre que la resolución del contrato sea por decisión unilateral de la arrendataria como se refleja en las estipulaciones anteriores, será imprescindible que la arrendataria acredite documental y fehacientemente la denegación, finalización, pérdida, modificación o cualquiera de las circunstancias referidas en los mismos.

SEPTIMA.- RESPONSABILIDADES

VENDEXPRES S.A. será responsable de los daños ocasionados a LA PROPIEDAD o a terceros, derivados directamente de la instalación de sus equipos y del desarrollo de su actividad en el espacio arrendado.

Por su parte LA PROPIEDAD, será responsable de los daños que por su causa se produzcan a los equipos de expendedor de insumos, siempre que se demuestre que LA PROPIEDAD es la causante, debiendo reparar los mismos y satisfacer la indemnización que se produzca en su caso, asimismo se compromete a abstenerse de menoscabar en modo alguno los derechos constituidos a favor de VENDEXPRES S.A..

OCTAVA. VENTA O DESTRUCCIÓN

En el caso de venta por LA PROPIEDAD de la oficina o del espacio arrendado, esta se obliga a comunicar al adquirente la vigencia del presente arrendamiento. El adquirente quedará subrogado en los derechos y obligaciones del presente contrato por la totalidad de la duración pactada en sus mismos términos y condiciones.

En el caso de destrucción total o parcial de la Oficina, la arrendataria, tendrá derecho a establecer los equipos de expendedor de insumos, en la nueva construcción total o parcial que se lleve a efecto, y en las mismas condiciones que las estipuladas en este contrato.

Durante la reconstrucción de la oficina quedará automáticamente suspendido el pago de la contraprestación.

Asimismo, el contrato quedará automáticamente prorrogado por un periodo de tiempo equivalente al de la duración de las obras de reconstrucción y una vez que los equipos de expendedor de insumos vuelvan de nuevo a recuperar su estado operativo normal.

En el caso de que LA PROPIEDAD disponga de espacios de similar naturaleza, ambas partes podrán acordar el traslado de los equipos de expendedor de insumos, en las mismas condiciones contractuales y siempre que dicho nuevo emplazamiento no desvirtúe la calidad del servicio.

NOVENA - JURISDICCIÓN

Para cuantas cuestiones pudieran surgir, de la interpretación del presente contrato, ambas partes se someten a la jurisdicción de los Tribunales con sede en la capital de la Guatemala, donde se ubique el inmueble arrendado.

En prueba de conformidad de cuanto antecede, las partes firman el presente documento por duplicado, en todas sus hojas, en lugar y fecha indicados en el encabezamiento.

POR LA PROPIEDAD

POR VENDEXPRES S.A.

Fdo.:..... Fdo.:

Anexo #3

Flujo de Efectivo Proyectado

FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO						
ANOS	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	TOTAL
(+)	Q892,800.00	Q1,446,336.00	Q2,082,723.84	Q2,811,677.18	Q3,643,933.63	Q9,984,670.65
Total de Ventas	Q892,800.00	Q1,446,336.00	Q2,082,723.84	Q2,811,677.18	Q3,643,933.63	Q9,984,670.65
(-)	Q482,280.00	Q781,293.60	Q1,125,062.78	Q1,518,834.76	Q1,968,409.85	Q5,393,800.99
Costo de ventas	Q482,280.00	Q781,293.60	Q1,125,062.78	Q1,518,834.76	Q1,968,409.85	Q5,393,800.99
(=)	Q410,520.00	Q665,042.40	Q957,661.06	Q1,292,842.43	Q1,675,523.78	Q4,591,069.67
Utilidad Marginal	Q410,520.00	Q665,042.40	Q957,661.06	Q1,292,842.43	Q1,675,523.78	Q4,591,069.67
Gastos						
(-)	Q211,762.00	Q279,464.90	Q349,873.21	Q425,376.06	Q506,974.04	Q1,561,688.21
Gastos de administracion	Q211,762.00	Q279,464.90	Q349,873.21	Q425,376.06	Q506,974.04	Q1,561,688.21
(-)	Q59,193.33	Q85,133.33	Q111,733.33	Q138,333.33	Q164,933.33	Q500,133.33
Depreciacion	Q59,193.33	Q85,133.33	Q111,733.33	Q138,333.33	Q164,933.33	Q500,133.33
Total de gastos operativos	Q270,955.33	Q364,598.23	Q461,606.54	Q563,709.39	Q671,907.37	Q2,061,821.54
(=)	Q139,564.67	Q300,444.17	Q496,054.51	Q729,133.03	Q1,003,616.41	Q2,529,248.12
UAI	Q139,564.67	Q300,444.17	Q496,054.51	Q729,133.03	Q1,003,616.41	Q2,529,248.12
(-)	Q44,640.00	Q72,316.80	Q104,136.19	Q140,583.86	Q182,196.68	Q499,233.53
Impuestos	Q44,640.00	Q72,316.80	Q104,136.19	Q140,583.86	Q182,196.68	Q499,233.53
(=)	Q94,924.67	Q228,127.37	Q391,918.32	Q588,549.17	Q821,419.73	Q2,030,014.59
Utilidad neta	Q94,924.67	Q228,127.37	Q391,918.32	Q588,549.17	Q821,419.73	Q2,030,014.59
(+)	Q59,193.33	Q85,133.33	Q111,733.33	Q138,333.33	Q164,933.33	Q500,133.33
Depreciacion	Q59,193.33	Q85,133.33	Q111,733.33	Q138,333.33	Q164,933.33	Q500,133.33
Inversión Adicional	Q143,640.00	Q155,131.20	Q167,541.70	Q180,945.03	Q180,945.03	Q647,257.93
(=)	Q154,118.00	Q169,620.70	Q348,520.46	Q559,340.81	Q805,408.03	Q1,882,890.00
Flujo de efectivo	Q154,118.00	Q169,620.70	Q348,520.46	Q559,340.81	Q805,408.03	Q1,882,890.00

