“Creación de un nuevo modelo de negocios para la comercialización de c a m a r ó n en el mercado de Guayaquil”

Súper Camarón

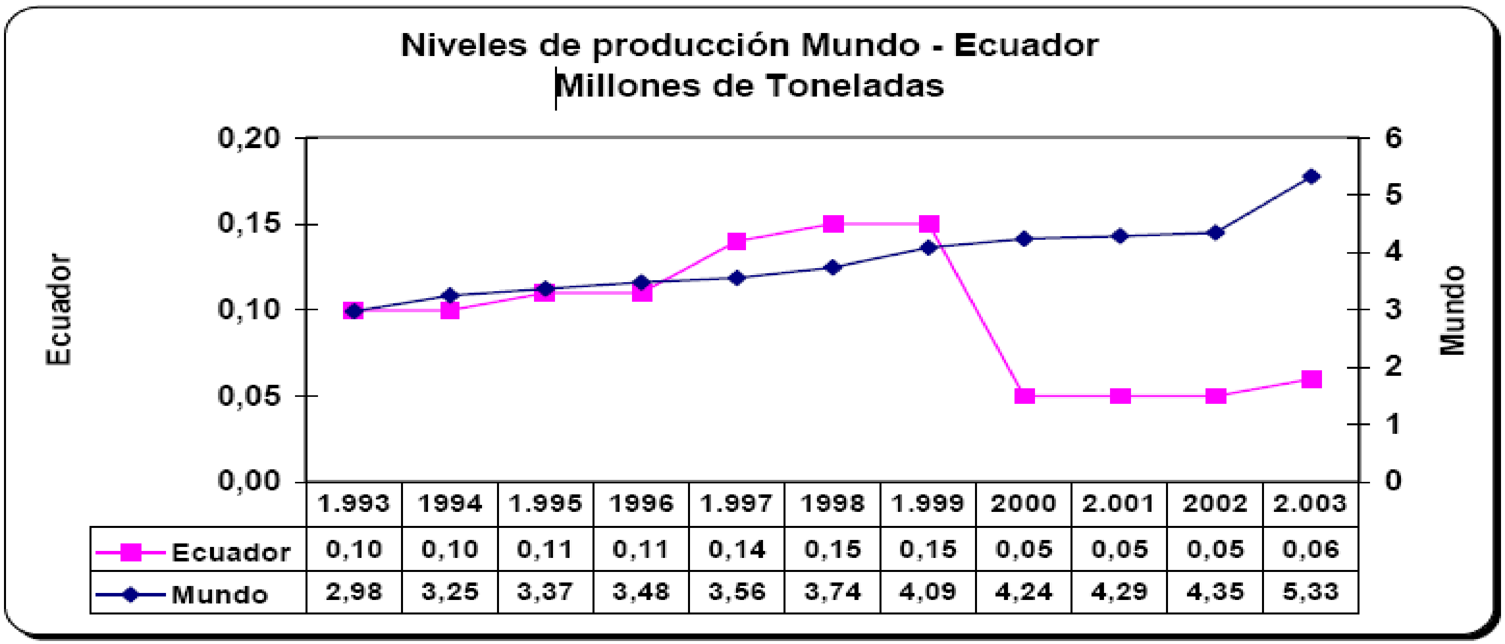
El Mejor de los Mariscos.....

GENERALIDADES

PRINCIPALES PAISES EXPORTADORES					
Producto : 030613 camarones, langostinos, quisquillas					
Rank	Exportadores	Total exportado en 2006, en miles de US$	Crecimiento anual en valor entre 2002-2006, %	Crecimiento anual en valor entre 2005-2006, %	Participación en las exportaciones mundiales, %
	Estimación Mundo	9.260.991	5	5	100
1	Viet Nam	1.120.371	8	3	12
2	Tailandia	1.054.484	7	17	11
3	Indonesia	939.711	4	17	10
4	India	893.891	-1	4	10
5	Ecuador	587.600	24	32	6
6	Bangladesh	455.271	11	23	5
7	México	352.840	5	6	4
8	Bélgica	293.984	18	26	3
9	Dinamarca	272.376	7	3	3
10	Canadá	271.038	2	-1	3

Fuente: TRADE MAP
Elaboración: CORPEI – CICO

ANTECEDENTES



	1.993	1994	1.995	1996	1.997	1998	1.999	2000	2.001	2002	2.003
Ecuador	0,10	0,10	0,11	0,11	0,14	0,15	0,15	0,05	0,05	0,05	0,06
Mundo	2,98	3,25	3,37	3,48	3,56	3,74	4,09	4,24	4,29	4,35	5,33

EXPORTACIONES ACUMULADAS (Millones USD FOB)

Primarios acumulados	**14.262,18**	**599,38**
Petróleo crudo	10.568,33	288,75
Banano y plátano	1.639,40	154,57
Camarón	674,89	33,02
Flores naturales	565,66	55,60
Cacao	201,57	18,48
Otros primarios	612,34	48,96
Industrializados acumulados	**4.248,42**	**226,32**
Derivados de petróleo	1.104,52	48,88
Otros prod. mar elaborados	832,96	57,12
Manufacturas de metales	728,87	42,11
Químicos y fármacos	115,16	7,88
Manufacturas de textiles	128,95	7,26
Café elaborado	107,26	4,04
Otros industrializados	1.230,70	59,04

INDUSTRIALIZACIÓN

- PRUEBAS DE MATERIA PRIMA
- PESADO
- DESCABEZADO
- CLASIFICACIÓN
- VALOR AGREGADO
- EMPAQUE

OBJETIVOS

- **OBJETIVO GENERAL: Introducir nuestro producto con valor agregado en el mercado de camarón de Guayaquil para incrementar la satisfacción del cliente y generar rentabilidad en el proceso de comercialización.**

- **OBJETIVOS ESPECÍFICOS:**

1. **Posicionar el producto a nivel local.**
2. **Fomentar el consumo de camarón de buena calidad en nuestro mercado objetivo.**
3. **Generar productividad y plazas de trabajo en el área local.**
4. **Fortalecer la marca mediante canales de distribución.**
5. **Comercializar el producto a empresas alimenticias, detallistas, otras.**

INVESTIGACIÓN DE MERCADO

- PERSPECTIVAS DE LA INVESTIGACIÓN
- PLAN DE MUESTREO:

1. DEFINICIÓN DE LA POBLACIÓN OBJETIVO
2. DEFINICIÓN DE LA MUESTRA:

- Prueba Piloto
- Determinación de la muestra de empresas que usaremos para la fórmula con población conocida
- Determinación de la muestra de personas que usaremos en esta fórmula con población desconocida

PRESENTACIÓN E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

- MERCADO DE HOTELES Y RESTAURANTES DE LUJO Y PRIMERA CATEGORIA
- MERCADO DE LAS FAMILIAS

MERCADO DE HOTELES Y RESTAURANTES DE LUJO Y PRIMERA CATEGORIA

El 83.3% de los hoteles y restaurantes de la ciudad, adquieren el camarón descabezado, pelado y desvenado.

Todas las empresas necesitan recibir el producto en sus respectivos domicilios y todas las empresas demandan más de cuatro libras, por lo que los paquetes deberán tener esta característica.

El 70.8% de las empresas encuestadas prefieren el camarón en grandes porciones.

PRECIO Y PREFERENCIA DEL SECTOR DE LAS EMPRESAS

El 40% de empresas estarían dispuestas a pagar $3 por una libra de camarón con valor agregado, el 24% pagarían $3.10 por una libra de camarón.

El 84% de las empresas prefieren el punto de distribución en el sector norte de la cuidad y el 16% lo prefieren en el centro.

MERCADO DE LAS FAMILIAS

Como observamos el 86% de la población consume camarón, además el 46% de personas consumen de una a dos veces al mes y el 42% lo consumen de tres a cuatro veces.

Las personas regularmente adquieren el producto en distintos lugares de abastecimiento, como resultado observamos que el 40.3% lo adquiere en los supermercados de la ciudad, el 47.9% en mercados municipales, el 10.3% en tiendas de barrio y el 1.5% los adquieren de otra manera.

PRECIOS DE LAS FAMILIAS

La preferencia de los encuestados se inclina a pagar por una libra de camarón entero $2.50 con un porcentaje del 58.3 %.

La preferencia de los encuestados se inclina a pagar por una libra de camarón descabezado $3 con un porcentaje del 60.3 %.

El 50.5% de las personas estarían dispuestas a pagar por una libra de camarón con valor agregado $4.50.

LA EMPRESA

- **FILOSOFÍA ORGANIZACIONAL DE LA EMPRESA**

MISIÓN:

Ofrecer camarón de alta calidad y con valor agregado en el mercado guayaquileño, mejorando los procesos de comercialización y distribución del camarón del actual mercado; innovando para obtener mejoras continuas y el producto alcance la calidad total con el principal objetivo de satisfacer las necesidades y expectativas de nuestros clientes.

- **FILOSOFÍA ORGANIZACIONAL DE LA EMPRESA**

VISIÓN:

Liderar la industria de la comercialización del camarón a nivel nacional, satisfaciendo al consumidor con productos de calidad garantizada, logrando la fidelización del cliente con el producto, su valor agregado y los servicios adicionales que perciba por su compra.

- **FILOSOFÍA ORGANIZACIONAL DE LA EMPRESA**

VALORES INSTITUCIONALES:

- **HONESTIDAD**
- **RESPONSABILIDAD**
- **RESPONSABILIDAD SOCIAL**
- **SEGURIDAD**

• FILOSOFÍA ORGANIZACIONAL DE LA EMPRESA

OBJETIVOS INSTITUCIONALES:

- **OBJETIVO GENERAL:**

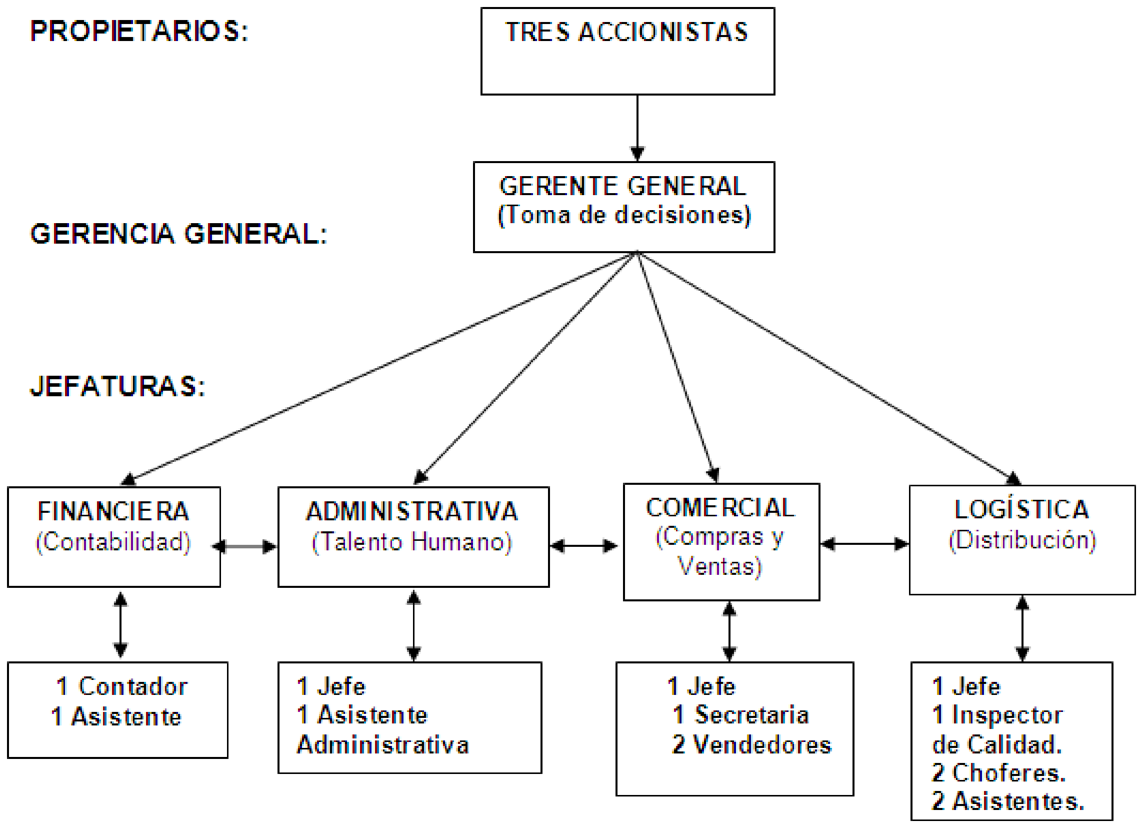
Comercializar camarón de alta calidad en Guayaquil y con las proporciones que ameriten sus exigencias, garantizando la satisfacción de nuestros clientes.

- **OBJETIVOS ESPECÍFICOS:**

- Implementar un modelo de negocio en nuestra empresa naciente.

- Posicionar el producto a nivel local, para alcanzar el reconocimiento de su marca.

ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA



PLAN DE MARKETING

1. ANÁLISIS ESTRATÉGICO DEL MERCADO

DIAGRAMA DE PORTER (Oportunidades y Amenazas):

COMPETIDORES POTENCIALES

Amenazas Altas de participación en el mercado guayaquileño de las empresas y marcas:

1. INEPACA con su marca VAN CAMPS.
2. EUROFISH con sus marcas BARBATUN, MARUJITA.
3. Conservas Isabel Ecuatoriana S.A. con sus marcas ISABEL, CARDINAL.
4. La marca STARKIS.

PROVEEDORES

1. **Alto Poder de negociación** por parte de las **811 camaroneras** y **35 empacadoras** cercanas a Guayaquil. **(ANEXOS 7 y 8)**
2. **Mediano poder de negociación** de más de **17 empresas** dedicadas al **procesamiento** de camarón o co-packing. (pelado, descabezado y desvenado)

COMPETIDORES DIRECTOS

1. **Amenaza Alta** de más de **38 Intermediarios registrados** de camarón sin marca que compran, microprocesan y abastecen al mercado local. **(ANEXO 10)**
2. **Amenaza Media** de: Empresas que comercialización sin marca, importadora El Rosado con su marca de camarón Mi Comisariato. Procesadora Nacional de Alimentos PRONACA, con su marca Mr. FISH. Empresa de Negocios Industriales Real NIRSA S.A. con su marca REAL.
1. **Amenaza Baja** de **comerciantes minoristas informales**, empacadoras de Guayaquil y mercados municipales de mariscos como la Caraguay.

CLIENTES

1. **Mediano Poder de negociación** de hoteles de primera y de lujo de la ciudad y de restaurantes de alimentos y bebidas de primera.
2. **Bajo Poder de negociación** de las familias.

SUSTITUTOS

1. **Amenaza Media** por el consumo de camarón de mar (pomada, cebra).
2. **Amenaza Media** por el consumo de langostinos.
3. **Amenaza Baja** por el consumo de otros mariscos.

ANALISIS FODA

FORTALEZAS:

- Nuestro producto tiene valor agregado que los competidores casi no ofrecen (pelado, desvenado, descabezado).
- Vender el producto en proporciones ya sea fresco o congelado
- Distribuir el producto a domicilio al mercado de hoteles y restaurantes de lujo.
- Ofreceremos servicios adicionales sin costo de recargo a nuestros clientes (distribución a domicilio, créditos, otros).

ANALISIS FODA

OPORTUNIDADES:

- Altas expectativas por el consumo del camarón de calidad de exportación.
- A las familias les gustaría tener puntos de venta cercanos a sus domicilios, ya sean puntos de distribución o preferiblemente en la tienda más cercana de sus hogares.
- La propuesta tiene un amplio mercado que aceptaría el producto
- Oportunidad para posicionar la marca de nuestro producto.

ANALISIS FODA

DEBILIDADES:

- Nos iniciaremos con un solo punto de venta y distribución a ubicarse en el norte de Guayaquil. Abriremos otros puntos a largo plazo.
- No poseemos suficiente personal para distribuir el producto a domicilio en todo el mercado de las familias de los distintos sectores de la ciudad.
- Alto Poder de negociación por parte de las camaroneras y empacadoras de camarón cercanas a Guayaquil.
- No poseer el reconocimiento como empresa por parte de nuestro principal mercado (hoteles y restaurantes de lujo).

ANALISIS FODA

AMENAZAS:

- Alta participación en el mercado de otros mariscos, competidores potenciales como VAN CAMPS, BARBATUN, MARUJITA, ISABEL, CARDINAL, STARKIS; que podrían dedicarse al mismo proyecto que proponemos.

- Participación alta en el mercado de personas naturales intermediarias existentes que comercializan camarón sin marca en los dos mercados objetivos.

- Presencia media en el mercado de comerciantes minoristas en mercados municipales y puntos de venta informales.

MATRICES DE IMPORTANCIA RESULTADOS

M
E
R
C
A
D
O

M
E
T
A

1

		RESULTADOS	
		Rendimiento Alto	Rendimiento Bajo
IMPORTANCIA	Fuerte	• Calidad de exportación. • Frescura. • Precios altos. • Proporciones demandadas. • Distribución a domicilio. (Falsas Fuerzas)	• Valor agregado. (Imagen Fuerte)
	Débil	(Falsos Problemas)	• Punto de venta. • Empaque (Funda y Caja de cartón). • Marca. (Debilidades)

MATRICES DE IMPORTANCIA RESULTADOS

MERCADO META 2

		RESULTADOS	
		Rendimiento Alto	Rendimiento Bajo
IMPORTANCIA	Fuerte	• Valor agregado. • Precio. • Punto de venta. • Congelado. • Calidad de exportación. • Proporciones demandadas. (Falsas Fuerzas)	• Empaque (Funda). • Marca. (Imagen Fuerte)
	Débil	(Falsos Problemas)	(Debilidades)

MARKETING MIX Y ESTRATEGIAS PARA EL MODELO DE NEGOCIO

PRODUCTO

Nuestro producto deberá venderse en dos mercados. Uno es el de hoteles, restaurantes de lujo y el otro mercado es el de las familias del norte de Guayaquil.

MERCADO DE HOTELES Y RESTAURANTES DE LUJO

MERCADO DE LAS FAMILIAS

ANALISIS FODA

DISEÑO DE LA MARCA

- **ISOTIPO.- La parte gráfica, imagen y nombre de la marca:**

- **LOGOTIPO.- Es el texto de la marca con una combinación de colores , resaltando la marca**

Súper
Camarón
El Mejor de los Mariscos.....

PRECIO DEL MERCADO

- **MERCADO DE LAS FAMILIAS:**

A las familias ofreceremos tres tipos de productos. Camarón entero y mediano a un precio introductoria de $2.40 la porción de una libra, camarón descabezado y mediano a un precio $2.80 la porción de una libra y camarón mediano con valor agregado a un precio de $4.20 la porción de una libra.

- **MERCADO DE HOTELES Y RESTAURANTES DE LUJO:**

A las empresas ofreceremos camarón de 14 gramos considerado mediano con valor agregado aun precio de introducción de $3.10 por libra. El camarón se distribuirá en grandes porciones desde 5 libras en adelante.

PLAZA O DISTRIBUCIÓN

- **Domicilio del Local:** **Urdesa Central, Víctor Emilio Estrada 1200 y Laureles Esquina.**

Supermercados de Introducción para las Familias:

- **Megamaxi en Mall del Sol.**
- **Supermaxi en el Policentro.**
- **Supermercado de Carnes La Española.**
- **Avícola Fernández.**

ESTUDIO TÉCNICO

PROCESO DE PRODUCCIÓN:

Inversiones en obras físicas:

- Materia prima
- Hielo
- Gavetas
- Cajas y fundas
- Cartones

REQUERIMIENTO DE ACTIVO FIJO:

- Camioneta repartidora
- Cámara de Frío
- Balanza Gramera
- Frigoríficos
- Selladoras
- Gavetas
- Computadoras
- Escritorios
- Mano de obra
- Alquiler de Local

INVERSION EN ACTIVOS FIJOS

Descripción	Precio Unitario	Cantidad	Precio Total
Equipo de Oficina			
Computadoras	500,00	4,00	2.000,00
Impresora Laser	200,00	1,00	200,00
Fax	70,00	1,00	70,00
Total Equipo de Oficina			2.270,00
Muebles y Enseres			
Escritorios	250,00	4,00	1.000,00
Sillas	80,00	6,00	480,00
Archivadores	80,00	2,00	160,00
Mesa para reuniones	200,00	1,00	200,00
Total Muebles y Enseres			1.840,00
Adecuaciones de Local			
Aire Acondicionado 24.000 BTU	800,00	1,00	800,00
Sistema de Alarmas	300,00	1,00	300,00
camara de frio	25.440,00	1,00	25.440,00
Extintor	50,00	5,00	250,00
Total Adecuaciones del Local			26.790,00
Equipos y maquinaria			
Camioneta repartidora	12.620,00	1,00	12.620,00
Balanza gramera	200,00	2,00	400,00
Balanza	950,00	1,00	950,00
Frigorifico	2.300,00	2,00	4.600,00
selladoras	180,00	2,00	360,00
Gavetas	8,30	300,00	2.490,00
Total Equipos y Maquinarias			21.420,00
Total Activos Fijos			**52.320,00**

ESTUDIO FINANCIERO

CAPITAL DE TRABAJO

Método del déficit acumulado máximo

INVERSIÓN EN CAPITAL DE TRABAJO

Descripción	Total AÑO1	AÑO2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Alquiler	24.000,00	25.200,00	26.460,00	27.783,00	29.172,15
Compras de Camaron	468.824,44	492.265,67	516.878,95	542.722,90	569.859,04
Pagos del coopaking	93.789,26	98.478,72	103.402,66	108.572,79	114.001,43
Total	**586.613,70**	**615.944,39**	**646.741,61**	**679.078,69**	**713.032,62**

PREPUESTO DE GASTOS DE PERSONAL

Descripción	TOTAL 1er AÑO	TOTAL 2do. AÑO	TOTAL 3er. AÑO	TOTAL 4to. AÑO	TOTAL 5to. AÑO
Sueldos Personal de Planta	48.432,00	50.853,60	53.396,28	61.405,72	70.616,58
Horas Extras	-	-	-	-	-
Aportaciones al IESS y Secap	5.884,49	6.178,71	6.487,65	7.460,80	8.579,91
Vacaciones	-	2.118,90	2.224,85	2.558,57	2.942,36
Fondos de Reserva	-	4.237,80	4.449,69	5.117,14	5.884,72
Decimo Cuarto	550,00	1.760,00	1.870,00	2.337,50	2.921,88
Participacion de Utilidades a Trabajadores			19.849,42	26.992,38	35.778,37
Decimo Tercero	4.036,00	4.237,80	4.449,69	5.117,14	5.884,72
Total Sueldos al Personal de Planta	58.902,49	69.386,81	92.727,58	110.989,26	132.608,53

PRESUPUESTO DE GASTOS OPERATIVOS

Descripción	TOTAL 1er. AÑO	2do. AÑO	3er. AÑO	4to. AÑO	5to. AÑO
Hielo	3.606,34	3.786,66	3.975,99	4.174,79	4.383,53
Compras de empaques	7.468,76	7.842,19	8.234,30	8.646,02	9.078,32
Transpporte de camaron	14.425,37	15.146,64	15.903,97	16.699,17	17.534,12
Total	25.500,46	26.775,49	28.114,26	29.519,98	30.995,97

ESTADO DE RESULTADOS

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
+ Ingresos por Ventas					
Ingresos por camaron Hoteles	520.872,84	727.684,63	802.272,30	884.505,21	975.166,99
Ingresos por camaron Entero	21.465,74	30.088,26	33.172,31	36.572,47	40.321,15
Ingresos por camaron Descabezado	54.415,19	77.052,85	84.950,77	93.658,22	103.258,19
Ingresos por camaron Pelado y Desvenado	93.802,10	132.825,40	146.440,00	161.450,10	177.998,73
Descuentos en Ventas	13.811,12	19.353,02	21.336,71	23.523,72	25.934,90
TOTAL VENTAS	**676.744,75**	**948.298,11**	**1.045.498,67**	**1.152.662,28**	**1.270.810,17**
COSTO VARIABLES					
- Costos Variables por camaron entero	2.614,99	3.438,66	3.610,59	3.791,12	3.980,68
- Costos Variables por camaron descabezado	8.370,89	11.007,55	11.557,93	12.135,82	12.742,61
- Costos Variables por camaron pelado y desvenado	93.037,20	122.342,00	128.459,10	134.882,06	141.626,16
Costo variable por libra	468.824,44	492.265,67	516.878,95	542.722,90	569.859,04
TOTAL COSTOS VARIABLES	**572.847,52**	**629.053,87**	**660.506,57**	**693.531,90**	**728.208,49**
Margen de Contribución	**103.897,22**	**319.244,24**	**384.992,10**	**459.130,39**	**542.601,68**
COSTOS FIJOS					
- Gastos Operativos	84.402,95	96.162,30	120.841,84	140.509,23	163.604,50
- Gastos Administrativos	36.023,00	37.824,15	39.715,36	41.701,13	43.786,18
- Gastos de Ventas	38.500,00	30.190,00	30.949,00	29.583,90	30.502,29
- Gastos de financiación	22.530,74	14.834,63	5.633,02	0,00	0,00
-Gastos Depreciacion	7.903,67	7.903,67	7.903,67	8.813,67	8.813,67
Gastos de Amortizacion	5.388,20				
TOTAL COSTOS FIJOS	**194.748,56**	**186.914,74**	**205.042,88**	**220.607,93**	**246.706,64**
Utilidad antes de Participación a Trabajadores e Impuesto a la Renta	-90.851,33	132.329,50	179.949,22	238.522,46	295.895,04
15 % Participación a Trabajadores	0,00	19.849,42	26.992,38	35.778,37	44.384,26
35 % Impuesto a la Renta	0,00	46.315,32	62.982,23	83.482,86	103.563,26
= Utilidad NETA del EJERCICIO	**-90.851,33**	**66.164,75**	**89.974,61**	**119.261,23**	**147.947,52**

FLUJO DE CAJA

Descripción	Mes 0	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Aportación de Accionistas	50.000,00												
Préstamo Bancario	142.621,37												
Caja Inicial		128.413,17	112.390,01	97.207,66	82.866,15	69.656,27	58.678,05	48.463,44	41.058,87	33.654,29	26.249,72	18.845,15	11.440,58
+ Ingresos Efectivos		15.461,72	23.192,58	30.923,44	46.385,15	61.846,87	68.867,82	71.677,86	71.677,86	71.677,86	71.677,86	71.677,86	71.677,86
+ Otros Ingresos													
= Total Disponible	**192.621,37**	**143.874,89**	**135.582,58**	**128.131,10**	**129.251,30**	**131.503,15**	**127.545,87**	**120.141,30**	**112.736,73**	**105.332,16**	**97.927,59**	**90.523,01**	**83.118,44**
- Inversiones en Activos Fijos	52.320,00												
- Gastos de Constitución y Preoperativos	9.388,20												
- Egresos Efectivos Compras	2.500,00	15.182,57	21.773,86	28.365,14	41.547,71	54.730,28	60.716,31	60.716,31	60.716,31	60.716,31	60.716,31	60.716,31	60.716,31
- Egresos Gastos de Personal de Planta	-	4.526,37	4.526,37	4.526,37	5.076,37	4.526,37	4.526,37	4.526,37	4.526,37	4.526,37	4.526,37	4.526,37	8.562,37
- Egresos Gastos de Publicidad		3.208,33	3.208,33	3.208,33	3.208,33	3.208,33	3.208,33	3.208,33	3.208,33	3.208,33	3.208,33	3.208,33	3.208,33
- Gastos Operativos		597,50	896,25	1.195,00	1.792,50	2.390,00	2.661,32	2.661,32	2.661,32	2.661,32	2.661,32	2.661,32	2.661,32
- Gastos Administrativos		2.814,00	2.814,00	2.814,00	2.814,00	2.814,00	2.814,00	2.814,00	2.814,00	2.814,00	2.814,00	2.814,00	2.814,00
- Egresos Pagos Capital		3.016,78	3.062,04	3.107,97	3.154,59	3.201,90	3.249,93	3.298,68	3.348,16	3.398,38	3.449,36	3.501,10	3.553,62
- Egresos Pagos de intereses		2.139,32	2.094,07	2.048,14	2.001,52	1.954,20	1.906,17	1.857,42	1.807,94	1.757,72	1.706,74	1.655,00	1.602,49
- Participacion a Trabajadores													
- Impuesto a la Renta y Complementarios													
Valor de Salvamento													
Total Egresos	**64.208,20**	**31.484,88**	**38.374,92**	**45.264,95**	**59.595,02**	**72.825,10**	**79.082,43**	**79.082,43**	**79.082,43**	**79.082,43**	**79.082,43**	**79.082,43**	**83.118,43**
= Neto Disponible	128.413,17	112.390,01	97.207,66	82.866,15	69.656,27	58.678,05	48.463,44	41.058,87	33.654,29	26.249,72	18.845,15	11.440,58	0,01
= Caja Final	128.413,17	112.390,01	97.207,66	82.866,15	69.656,27	58.678,05	48.463,44	41.058,87	33.654,29	26.249,72	18.845,15	11.440,58	0,01

FLUJO DE CAJA

Descripción	1er ANO	2do. ANO	3er. ANO	4er. ANO	5er. ANO
Aportación de Accionistas	**50.000,00**				
Préstamo Bancario	**142.621,37**				
Caja Inicial		245,01	106.549,03	185.819,22	352.633,94
+ Ingresos Efectivos	676.744,75	948.298,11	1.045.498,67	1.152.662,28	1.270.810,17
+ Otros Ingresos					
= Total Disponible	**869.366,12**	**948.543,12**	**1.152.047,70**	**1.338.481,50**	**1.623.444,11**
	-	-	-	-	-
- Inversiones en Activos Fijos	52.320,00			5.000,00	-
- Gastos de Constitución y Preoperativos	9.388,20				
- Egresos Efectivos Compras	586.613,70	615.944,39	646.741,61	679.078,69	713.032,62
- Egresos Gastos de Personal de Planta	58.902,49	69.386,81	92.727,58	110.989,26	132.608,53
- Egresos Gastos de Publicidad	38.500,00	30.190,00	30.949,00	29.583,90	30.502,29
- Gastos Operativos	25.500,46	26.775,49	28.114,26	29.519,98	30.995,97
- Gastos Administrativos	36.023,00	37.824,15	39.715,36	41.701,13	43.786,18
- Egresos Pagos Capital	39.342,51	47.038,62	56.182,91	-	-
- Egresos Pagos de intereses	22.530,74	14.834,63	5.633,02	-	
- Participacion a Trabajadores			19.849,42	26.992,38	35.778,37
- Impuesto a la Renta y Complementarios	-		46.315,32	62.982,23	83.482,86
Valor de Salvamento					15.981,67
Total Egresos	**869.121,11**	**841.994,09**	**966.228,48**	**985.847,56**	**1.086.168,49**
= Neto Disponible	245,01	106.549,03	185.819,22	352.633,94	537.275,62
= Caja Final	245,01	106.549,03	185.819,22	352.633,94	537.275,62

VALOR ACTUAL NETO Y TASA INTERNA DE RETORNO

SUPER CAMARON
TIR y VAN

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo	-192.621,37	245,01	106.549,03	185.819,22	352.633,94	537.275,62
TIR						60%
VAN						$ 223.363,37