

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

FACULTAD DE ECONOMÍA Y RELACIONES INTERNACIONALES



**PLAN DE NEGOCIOS “GUALAS & FRIENDS TRUCK
COFFEE” EN TIJUANA, BAJA CALIFORNIA**

TESIS

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN RELACIONES INTERNACIONALES**

PRESENTA

GUILLERMO GUADALAJARA MORALES

DIRECTORA DE TESIS

DRA. MA. DEL CARMEN ALCALÁ ÁLVAREZ

TIJUANA, BAJA CALIFORNIA, MÉXICO

DICIEMBRE DE 2021

Índice de contenido

Resumen ejecutivo	3
1. Antecedentes y justificación	5
1.1 Planeación estratégica	7
1.2 Análisis FODA	7
2. Modelo de negocio. Ventaja Competitiva	8
3. El mercado	10
3.1 Elementos de mercadotecnia	13
4. Organización y operaciones	14
5. Aspectos financieros	16
6. Factores de riesgo	23
7. Desarrollo futuro	24
8. Referencias Bibliográficas	25

Resumen ejecutivo

El proyecto de inversión *Gualas & Friends Truck Coffee* nace de la necesidad de contar con una fuente de alimentos saludables en el área noreste de la Universidad Autónoma de Baja California en el campus de Otay, específicamente entre las Facultades de Contaduría y Administración, de Economía y Relaciones Internacionales y de Derecho, tal como lo expresa el nombre del proyecto, éste se ha planificado para operar dentro de un camión de comida, y está sustentando en tres pilares:

- Una propuesta funcional en vía pública que fácilmente pueda cambiar de ubicación, además de presentar una alternativa de negocio itinerante dentro de las nuevas tendencias gastronómicas de las ciudades.
- diseñado El proyecto está para ser autosustentable, es decir, no se usará gas para la operación del camión, el mismo estará equipado con 4 paneles solares capaces de generar 1KW diario de energía eléctrica, suficiente para la operación del camión, esto ayuda por un lado a que el camión sea amigable con el medio ambiente, sea seguro al no utilizar gas y reduce los costos de operación al no usar ni gas ni electricidad de medios convencionales.
- El proyecto solo necesita tramitar los permisos para su ubicación en la vía pública, lo cual da certidumbre a los inversionistas.

En el proceso de elaboración de este proyecto, más específicamente en el estudio de mercado se ha detectado que los estudiantes de las dos Facultades consideradas demandan de productos saludables y bebidas como el café y el té, por tal motivo se ha incorporado en el menú dichos alimentos con la finalidad de ofrecer los productos que nuestro mercado potencial nos solicita, el proyecto estará organizado para funcionar en dos turnos de seis horas como parte de un compromiso de promover las oportunidades laborales en estudiantes, además con un administrador de tiempo completo, que fungirá además como coordinador operativo del proyecto, en el mediano plazo y según sea la respuesta de nuestro mercado meta, se puede contemplar ampliar nuestra oferta con la implementación de un camión extra en una parte diferente de la UABC.

Este proyecto tiene contemplado como principal línea de negocio y hasta el momento la única, la proveeduría de los productos alimenticios arriba mencionados, esto es derivado de que la necesidad que se pretende cubrir es esa y por el tipo de proyecto no hay líneas adicionales que se puedan explotar.

En lo referente a las bases de crecimiento de este negocio, además de la creciente población de las Facultades a la que va dirigido, planteamos este proyecto como autosustentable, dejando de lado las estufas de gas y la generación de electricidad por motores de gasolina, para dar paso a parrillas de inducción eléctricas y a paneles solares que provean de energía a nuestro camión, disminuyendo los costos de operación del negocio y protegiéndonos contra las variaciones bruscas de estos bienes en los últimos años.

1. Antecedentes y justificación

Los alimentos y bebidas han sido esenciales desde siempre para cualquier persona es por eso que su venta es casi siempre el objeto de negocio para muchas empresas, además existen distintos factores los cuales determinan el éxito de dichos negocios entre ellos encontramos la localización de los negocios que en el caso de la universidad esto implica tener una demanda de servicio muy constante, la calidad de los servicios y productos brindados y por ultimo pero no menos importante el precio al que son ofertados dichos productos.

Una de las bebidas más sobresalientes del proyecto es el café con preparación turca el cual presenta diferentes atributos por ejemplo da energía, disminuye el riesgo de desarrollar cáncer, diabetes, cirrosis, Alzheimer, de sufrir Parkinson, mejora el asma, baja la presión, te mantiene alerta, reduce el dolor de cabeza, evita coágulos, es antioxidante. diurético y una excelente fuente de potasio, magnesio y fluoruro. Por eso es que este se incluirá dentro de nuestro menú además de bebidas ya conocidas como el té el cual es fuente de antioxidantes.

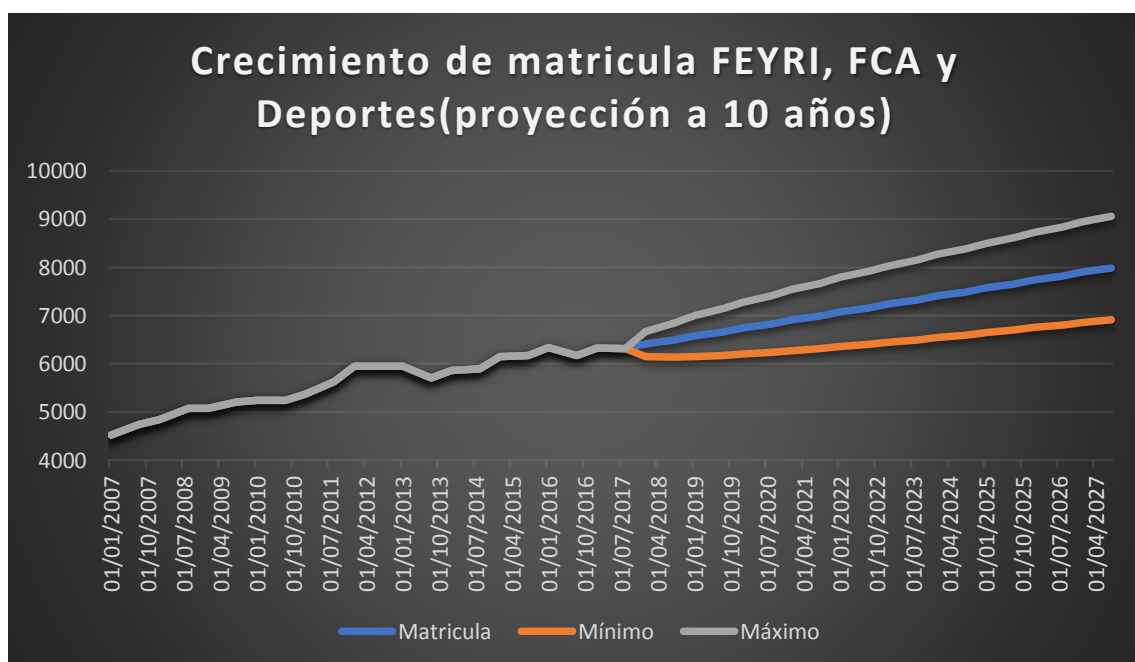
También tenemos como principalmente referente del proyecto a el circulo café ubicado en la zona este de UABC, el cual inicio labores desde el 2012 y sabemos tiene el mismo objetivo de nuestro proyecto ya que se argumenta durante su solicitud de emprendimiento que entro al mercado con casi nada de competencia por su ubicación y oferta de alimentos distintos al que se tiene en UABC

Por último, un antecedente más que es necesario mencionar es el crecimiento de la matrícula de la UABC en su conjunto y específicamente las matriculas de las facultades de economía y relaciones internacionales, administración y contaduría y escuela de deportes, en el caso de estas tres facultades el crecimiento no ha sido exponencial, pero si sostenido, para sustentar esta afirmación utilizaremos algunos datos del departamento de planeación de la UABC.

Un factor más que es necesario tomar en cuenta son los hábitos de los estudiantes, los horarios que ofrece la UABC son muy variados, sin embargo, es

posible identificar al menos dos plenamente definidos: el turno matutino que comprende de las 7 de la mañana hasta las 2 de la tarde y el vespertino que comprende de las 4 de la tarde hasta las 10 de la noche en algunos casos, en ambas situaciones los alumnos universitarios pasan periodos de más de 6 horas en la universidad por lo cual es recurrente que tomen al menos un alimento dentro de su horario de clases. Según un estudio de la UNAM los hábitos alimenticios de los estudiantes universitarios están delineados por el entorno de establecimientos alimenticios en el que se encuentran, claramente por los gustos y preferencias de los estudiantes y en una medida no más pequeña por la necesidad económica de alimentos económicos esta información en conjunto con los resultados obtenidos de las encuestas nos dan el sustento necesario acerca de la necesidad de una oferta adicional de alimentos saludables, económicos y cercanos a los alumnos de UABC.

Es muy importante para nuestro proyecto que de quedar instalados en la ubicación entre las tres facultades automáticamente estaríamos ante una demanda casi segura, ya que la población estudiantil en los últimos 10 años ha mostrado una tendencia al alza, lo cual al realizar un ejercicio de proyección a los próximos 10 años nos da el siguiente escenario, en los tres casos con tasas positivas de crecimiento de matrícula o en otras palabras de mercado meta.



Gráfica 1. Proyección de la matrícula en el mercado meta, realizada con datos de vicerrectoría UABC.

1.1 Planeación estratégica

Misión: Proveer servicios de alimentación de calidad a precios competitivos a los alumnos de la universidad autónoma de Baja California, brindando atención oportuna acorde a sus necesidades de alimentación y tiempo.

Visión: Consolidarnos como una empresa de abastecimiento de alimentos líder en la universidad, además de ampliar a oferta de servicio ubicaciones de nuestra empresa.

Objetivo:

Ampliar la oferta de servicio en un lapso de 5 años.

1.2 Análisis FODA

- **Fortalezas:**

- Uso de tecnologías sustentables (reducción de costos fijos).
- Ubicación estratégica cerca del mercado meta.
- Versatilidad al ser un negocio móvil.

- **Oportunidades:**

- Demanda creciente probada.
- Mercado insatisfecho ubicado en la universidad.

- **Debilidades:**

- Poca posibilidad de crecimiento sin adquirir más camiones.

- **Amenazas:**

- Inflación aun no controlada.
- Incremento en el costo del financiamiento.

Tabla 1. FODA cruzado

	FORTALEZAS	AMENAZAS
	Uso de tecnologías sustentables (reducción de costos fijos). Ubicación estratégica cerca del mercado meta. Versatilidad al ser un negocio móvil.	Inflación aun no controlada. Incremento en el costo del financiamiento
OPORTUNIDADES	F-O	O-A
Demanda creciente probada. Mercado insatisfecho ubicado en la universidad.	La creciente demanda aumentaría el nivel de ventas del negocio lo cual nos permitiría acumular suficiente capital para adquirir más camiones y ampliar la oferta de servicio.	El aumento en la demanda de nuestros productos puede ser un sustituto que nos permita no utilizar financiamiento en el futuro cercano, evitando los costos financieros que este representa.
DEBILIDADES	F-D	A-D
Poca posibilidad de crecimiento sin adquirir más camiones.	La necesidad de adquirir más camiones para ampliar nuestra oferta, se puede superar gracias a los bajos costos fijos resultado de la tecnología usada en el camión.	Bajo un escenario de alta inflación y aumento del costo del financiamiento las posibilidades de crecimiento se verían muy reducidas.

Fuente: Elaboración propia.

2. Modelo de negocio. Ventaja Competitiva

Este proyecto como se ha mencionado en la etapa anterior de desarrollo cuenta con ventajas competitivas considerables en relación con proyectos o establecimientos ya establecidos de la competencia, ¿Por qué? Esto es debido a que el proyecto está planeado para ser energéticamente sustentable, esto implica que la energía eléctrica que utilizaremos será generada por paneles solares y en vez de utilizar estufas convencionales de gas, se realizará una inversión para adquirir una parrilla que genera calor por inducción al contacto con materiales metálicos, de esta manera además de reducir los costos por el no uso de gas LP que en el último año ha presentado una tendencia al alza en su precio, estamos reduciendo los riesgos de operación del negocio,

manteniendo de esta forma el compromiso de brindar la mejor atención a los estudiantes de la UABC.

Nuestra línea de productos puede ser definida como la siguiente:

Alimentos:

- Bagels de jamón y queso manchego
- Bagel de pollo y queso manchego
- Ensalada Cesar

Bebidas:

- Café americano (Folgers) 12, 16 y 20 Oz
- Café turco (Folgers tostado colombiano) 8Oz
- Té en variedad de sabores 12, 16 y 20 Oz

Adicionalmente se implementarán con el paso del tiempo nuevos platillos en función de los gustos y preferencias de nuestros consumidores.

Para la realización de las labores del proyecto se va a contar con el servicio de 1 administrador que hará las veces de coordinador operativo del negocio además de dos pares de empleados con turnos de 6 horas cada uno con función de caja y cocina cada uno de ellos.

La viabilidad del proyecto, una vez obtenidos los fondos necesarios para ponerlo en marcha, depende de la decisión de la junta de gobierno de UABC en Mexicali, ya que los lugares para explotación de negocios están sujetos a concurso por parte de este órgano.

En este proyecto hay una sola línea de negocio detectada, ya que se trata de una actividad de distribución de alimentos y bebidas, los ingresos de este proyecto provienen directamente de las ventas de los productos al mercado meta.

Por último, la principal ventaja competitiva de este proyecto se va a centrar en la reducción de costes, uno de los principales motivos para fundamentar esto, es que por el momento (último trimestre de 2021) los temas de inflación y tipo de cambio que en ambos casos impactan los precios de los insumos requeridos para la operación del proyecto, no son certeros, por lo tanto, en este caso lo que

si tenemos disponible para atacar son los costos fijos de la operación de nuestro negocio.

- 1- Los costos de energía eléctrica.
- 2- Los costos del gas.

Al ser estos dos insumos sustituidos por energía eléctrica proveniente de fuentes limpias, eso deja con costos fijos equivalentes a los salarios de los empleados, renta del espacio para operar, gastos en publicidad y gastos financieros derivados del crédito.

3. El mercado

En este apartado hablaremos acerca del mercado al que se pretende hacer llegar el presente proyecto.

La demanda de nuestro proyecto puede describirse con las siguientes características:

- Estudiantes de la UABC en las Facultades de Economía y Relaciones Internacionales y de Contaduría y Administración; así como de Deportes.
- Los estudiantes pasan en promedio 6 o más horas en la universidad.
- No son afines a llevar consigo alimentos de casa por lo que consumen sus alimentos en los establecimientos de la universidad o establecimientos aledaños.

Para la realización del análisis de demanda de nuestro proyecto se ha optado por la aplicación de un cuestionario a los alumnos de las facultades de economía y relaciones internacionales, administración y contaduría y de la escuela de deportes, esto por ser considerados los clientes potenciales más cercanos al proyecto y de los cuales en un primer momento se ha supuesto que por su localización geográfica son un mercado no satisfecho, para la realización del mismo se han realizado 258 encuestas con la técnica de muestreo estratificado en donde se ha tomado en cuenta cada facultad y la cantidad de

alumnos en ella para obtener el total de encuestas de cada facultad, a continuación presentaremos los resultados.

El tamaño de mercado al que se pretende dar servicio representa un 8% de la demanda diaria que en el largo plazo en 10 años correspondería al 10% de atención de la demanda diaria de servicios de alimentación y bebidas de UABC.

Los productos a los que nos enfrentamos como sustitutos son los siguientes:

Kasa café

Lugar donde se venden alimentos preparados y se sirve variedad de bebidas, por ejemplo: bagels, hamburguesas, papas y bebidas: frappe, café, sodas con los siguientes precios:

Producto	
Hamburguesa \$50.00	Frappe \$35.00
Bagels \$45.00	Smoothie \$30.00
Sándwich \$45.00	Café americano \$20.00
Ensalada \$40.00	Soda 355ml \$13.00

Seven Eleven

Tienda de conveniencia con productos variados

Producto	
Sándwich \$25.00	Papas fritas \$12.00
Bagels \$30.00	Yogur \$13.00
Café americano \$20.00	Galletas \$15.00
Agua 1 L \$12.00	

Circulo café

Lugar donde se ofrece gran variedad de café, té y pastelillos.

Producto	
Café americano \$25.00	Galletas \$15.00
Café Latte \$45.00	Pastel de chocolate \$25.00
Frappe \$45.00	Chocolate \$25.00
Té \$30.00	

El jardín

Lugar donde se vende principalmente comida preparada.

Producto	
Wraps \$50.00	Burros \$35
Hamburguesa \$45.00	Quesadilla \$45.00

Tress Café

Producto	
Café americano \$30.00	Café Latte \$55.00
Frappe \$60.00	Chocolate \$50.00
Té \$35.00	Pastel de chocolate \$40.00

Entre los principales competidores de este proyecto se encuentran:

- D´volada café
- Tress Café
- Kasa Café
- Circulo Café
- Seven Eleven
- Deli Gourmet
- El Jardín

La principal barrera a la entrada en este negocio corresponde a los permisos que hay que obtener para establecerse dentro de la universidad, además del nivel de inversión que se requiere para poner en marcha un proyecto de esta dimensión.

3.1 Elementos de mercadotecnia

Entre los atributos que nuestros productos deben de contener para poder competir contra los productos de los demás oferentes está:

- Ingredientes de la más alta calidad, garantizando la plena satisfacción del cliente.
- Precios competitivos, basados en costos unitarios de producción y en los precios de la competencia.
- Entregados en el momento oportuno, sabemos la importancia de los tiempos de nuestros futuros clientes, por lo cual entregar el producto en el menor tiempo, corresponde a uno de nuestros objetivos.

El establecimiento de los precios de nuestros productos se ha realizado en función de los costos de los insumos del mismo y de la energía que se requiere para la preparación de dicho producto, además se ha tomado en cuenta el precio de los mismos productos en establecimientos de la competencia, tomando en cuenta también que por nuestra ubicación hay una preferencia hacia nuestro establecimiento por parte de nuestros consumidores potenciales.

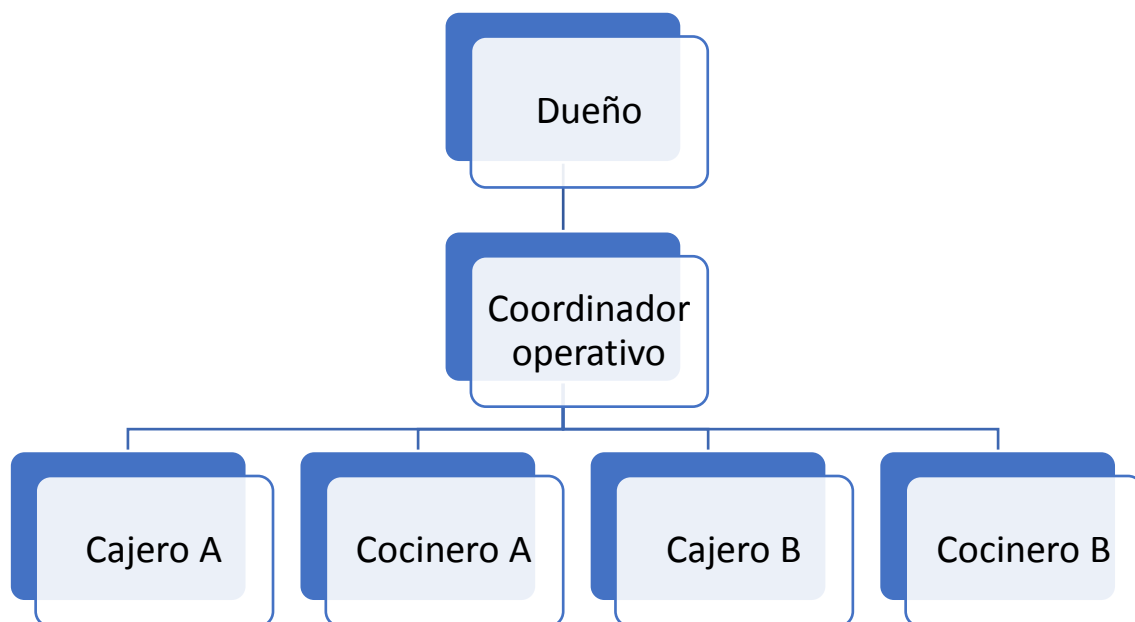
Como parte del proceso de creación de una imagen corporativa de nuestro proyecto, he de agregar, que uno de los objetivos de *“The Gualas & Friends Truck Coffee”* es consolidarnos como un lugar agradable en donde pasar

un momento agradable con tus amigos y poder olvidar un poco las presiones de la vida universitaria.

Para esos fines el proyecto se valdrá de los recursos necesarios para ambientar la visita del consumidor potencial en un ambiente que recuerde al medio oriente, lugar donde nace el café turco, que es el que se prepara en un Cezve dentro de un cazo con arena caliente, este tema de la ambientación resulta muy importante para el proyecto ya que además del producto que se ofrecerá a los clientes, se está vendiendo un ideal de encontrar bienestar al consumir nuestros productos o visitar nuestro establecimiento.

4. Organización y operaciones

La estructura de este proyecto es muy simple y se expresa en el siguiente diagrama:



El lugar del dueño en esta empresa es muy importante, porque además de ser quien desarrolla el proyecto, sino que también debe de fungir como líder que impulsara al coordinador operativo para que realice sus funciones y este a la vez coordine las actividades del personal del camión que son los que generaran el producto que se ha de vender.

Coordinador: Sus funciones son realizar las compras necesarias para la operación del negocio, conseguir cambio para las ventas, realizar cortes de caja a las 1:45 PM y 8:00 PM de los cajeros que van de salida, así mismo deberá realizar pago a proveedores y realizar depósitos de los flujos de venta del proyecto, deberá llevar registro de compras e ingresos del negocio a entregar al dueño.

Cajeros A y B: Realizar ventas del producto y servido de café o té.

Cocinero A y B: Elaboración de alimentos y entregarlos a los clientes, preparación de los ingredientes necesarios para cocinar los productos.

Establecimiento de políticas de la empresa:

- 1- El cliente es prioridad en la empresa.
- 2- Si tienes una labor más importante que tu cliente, vuelve al punto anterior.
- 3- Dentro de tu trabajo, debes de mantener un ambiente sano, procurando en todo momento conservar el respeto con tus compañeros y con tus clientes.
- 4- La excelencia en servicio y calidad en la elaboración en los productos de nuestra empresa es fundamental para el desarrollo adecuado del negocio.

La operación diaria del proyecto se realizará de la siguiente manera:

Cajero y Cocinero A se presentan en el lugar de trabajo 7:45 de la mañana a realizarla apertura, cajero A realiza en presencia de cocinero A la apertura de caja y del fondo de cambio que previamente el coordinador debió dejar, posterior a esto, cajero A debe de realizar la preparación de las jarras de café y agua para té, por su parte el cocinero deberá preparar los alimentos en espera de las primeras órdenes. El mismo procedimiento debe de realizarse en el segundo turno, posterior al corte de caja que debió realizar el coordinador a la 1:45 de la tarde, para finalizar el turno, coordinador y cajero B deberán realizar el corte de caja, el coordinador deberá dejar el fondo de caja con cambio en

presencia del cocinero B, se realizará la limpieza del lugar y se procederá a cerrar.

El coordinador por su parte a las 10 de la mañana deberá estar en el camión para realizar una inspección del lugar y corroborar cuales son las necesidades del día, posteriormente, partirá en busca de cambio para la caja y a realizar las compras de insumos necesarios para la operación del camión y a realizar los depósitos bancarios de los ingresos por la venta de los productos, por tal motivo el coordinador también tendrá en su poder la cuenta de banco del negocio para poder afrontar las necesidades del día a día.

Cada fin de semana será también responsable de realizar los depósitos de nómina a los trabajadores de la empresa.

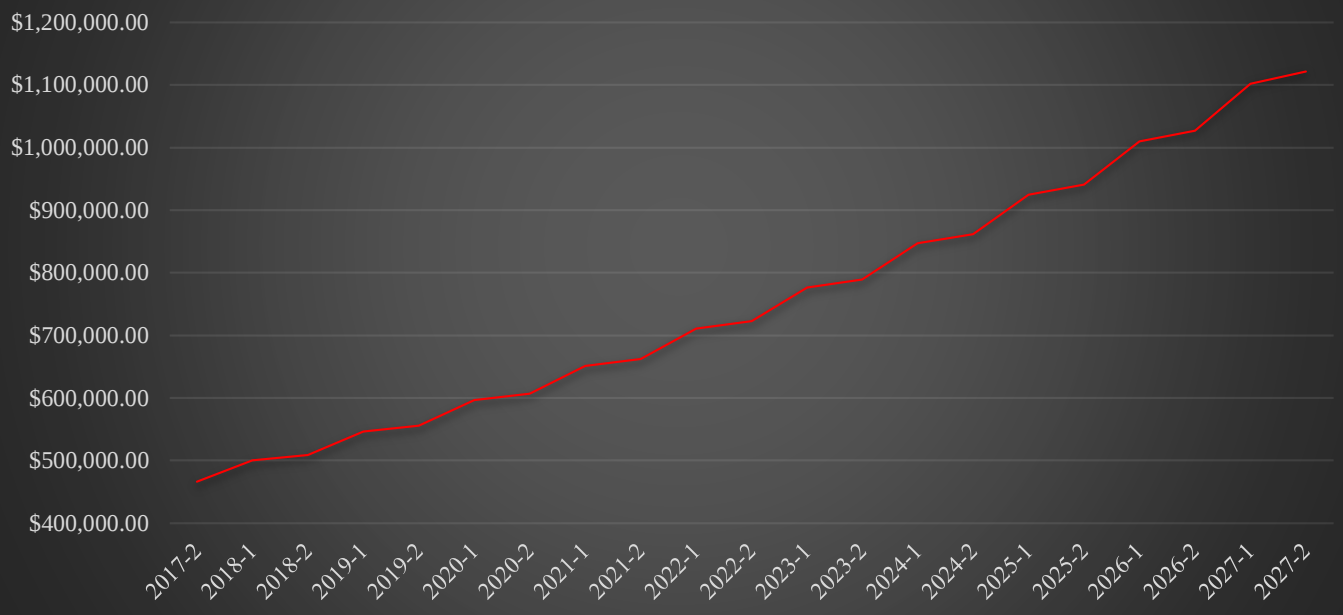
Desde el comienzo de la operación del proyecto, se contará con la infraestructura y equipo necesario para dar servicio de entre 500 a 600 personas diarias, cantidades que corresponden a la capacidad máxima del proyecto, esto implica que al inicio del proyecto se tendrá un nivel de capacidad ociosa que deberá de ser tolerado, a fin de que pasada la proyección de 10 años del proyecto esté trabajando a su máxima capacidad.

5. Aspectos financieros

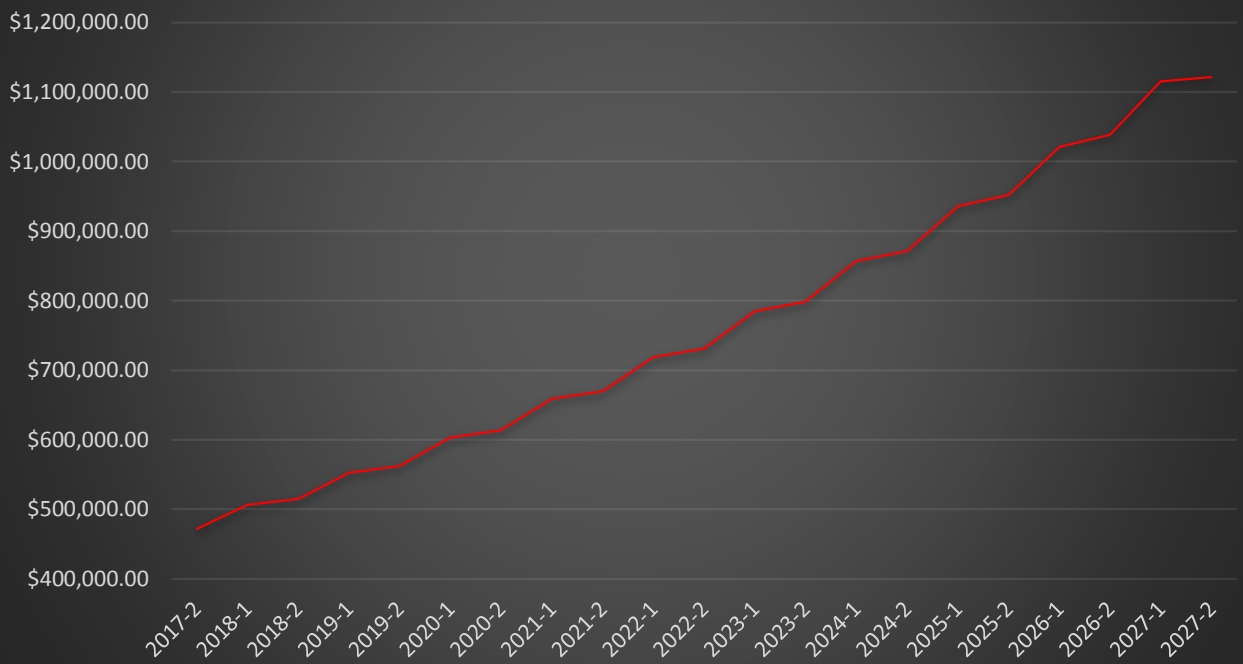
El objetivo del presente documento es evaluar los aspectos financieros del proyecto “The Gualas & Friends Truck Coffee” con la finalidad de determinar si el proyecto es rentable y si es pertinente la realización del mismo.

Ingresos proyectados:

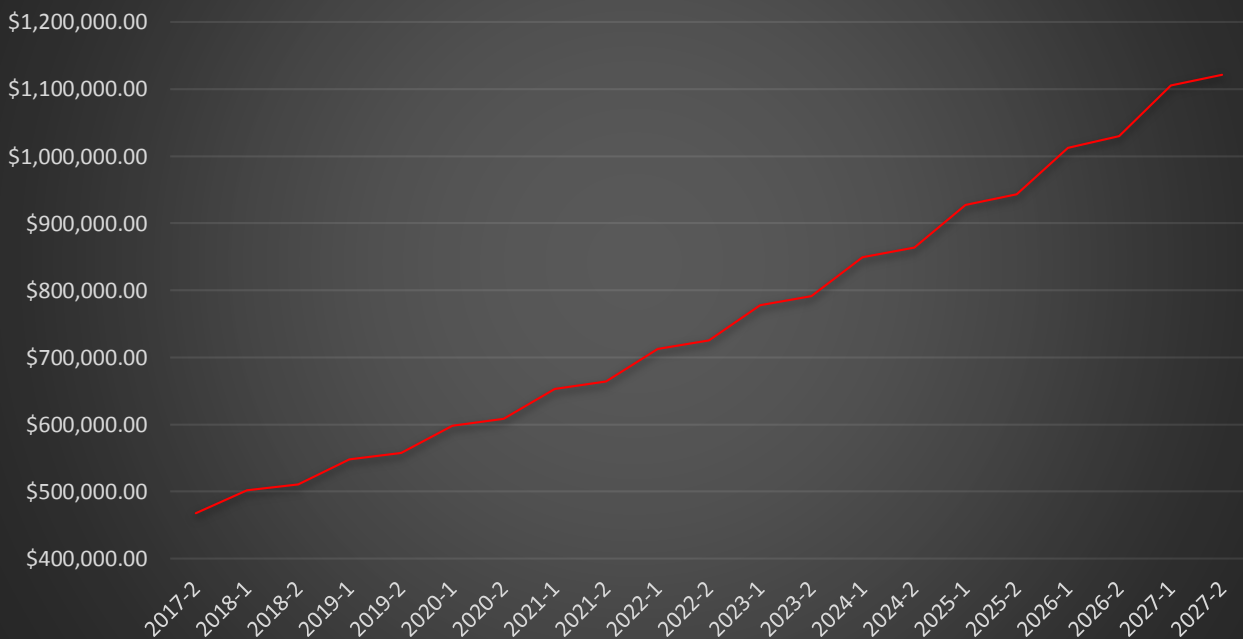
Ingresos tamaño mínimo proyectados por periodo (semestral)

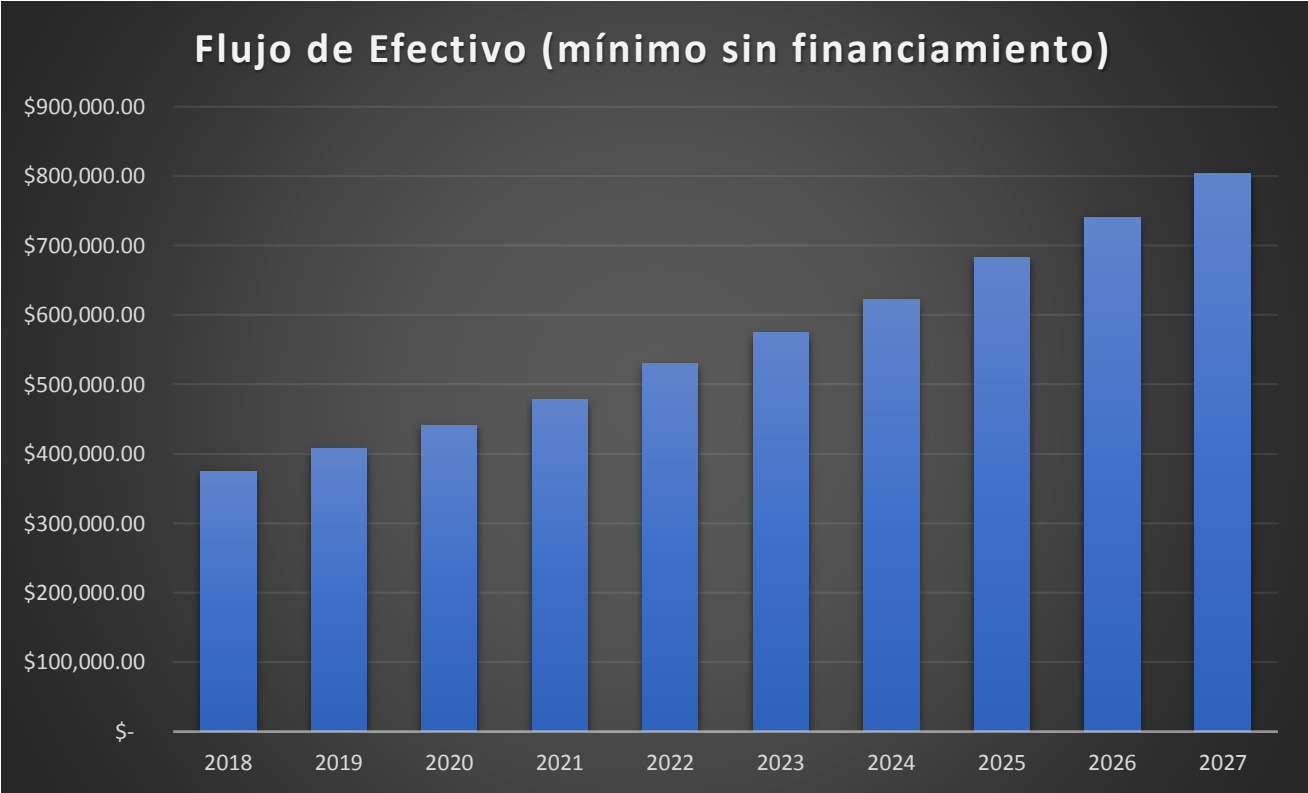
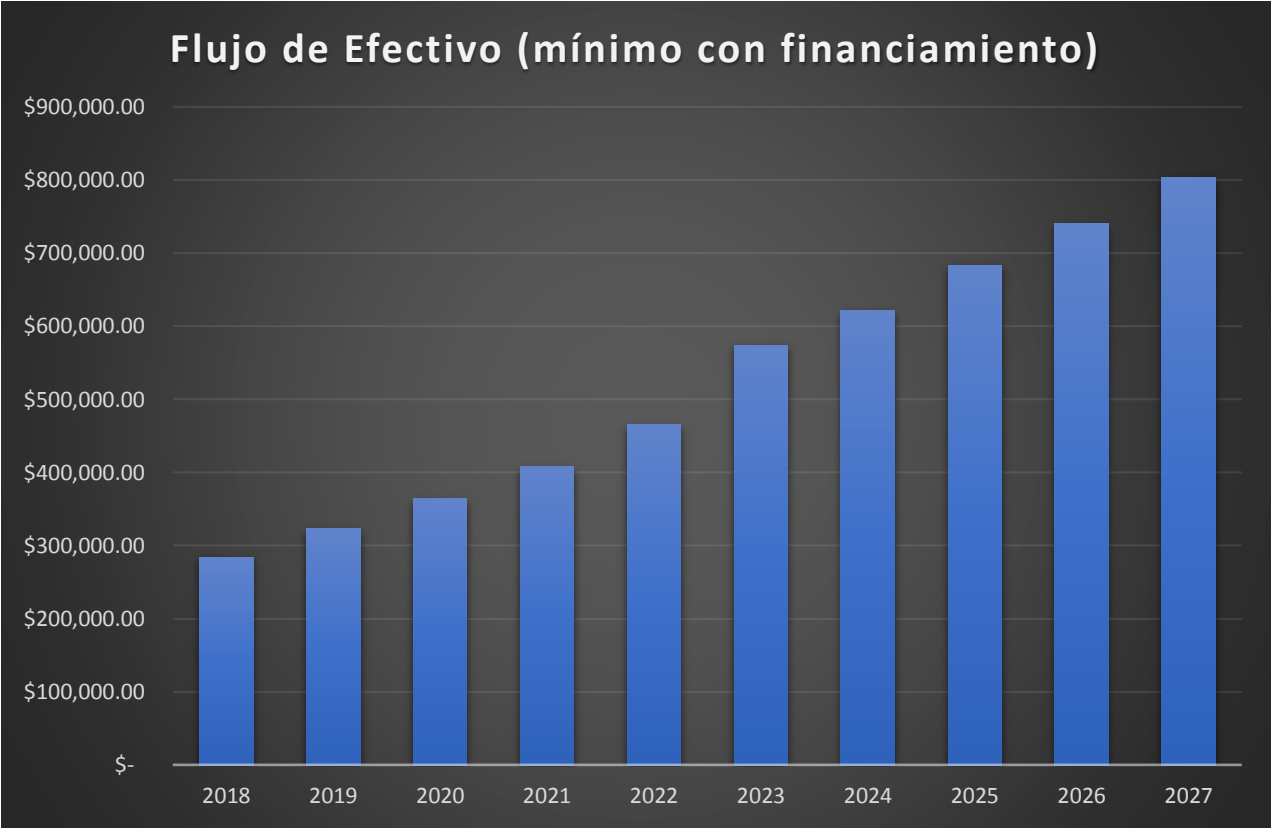


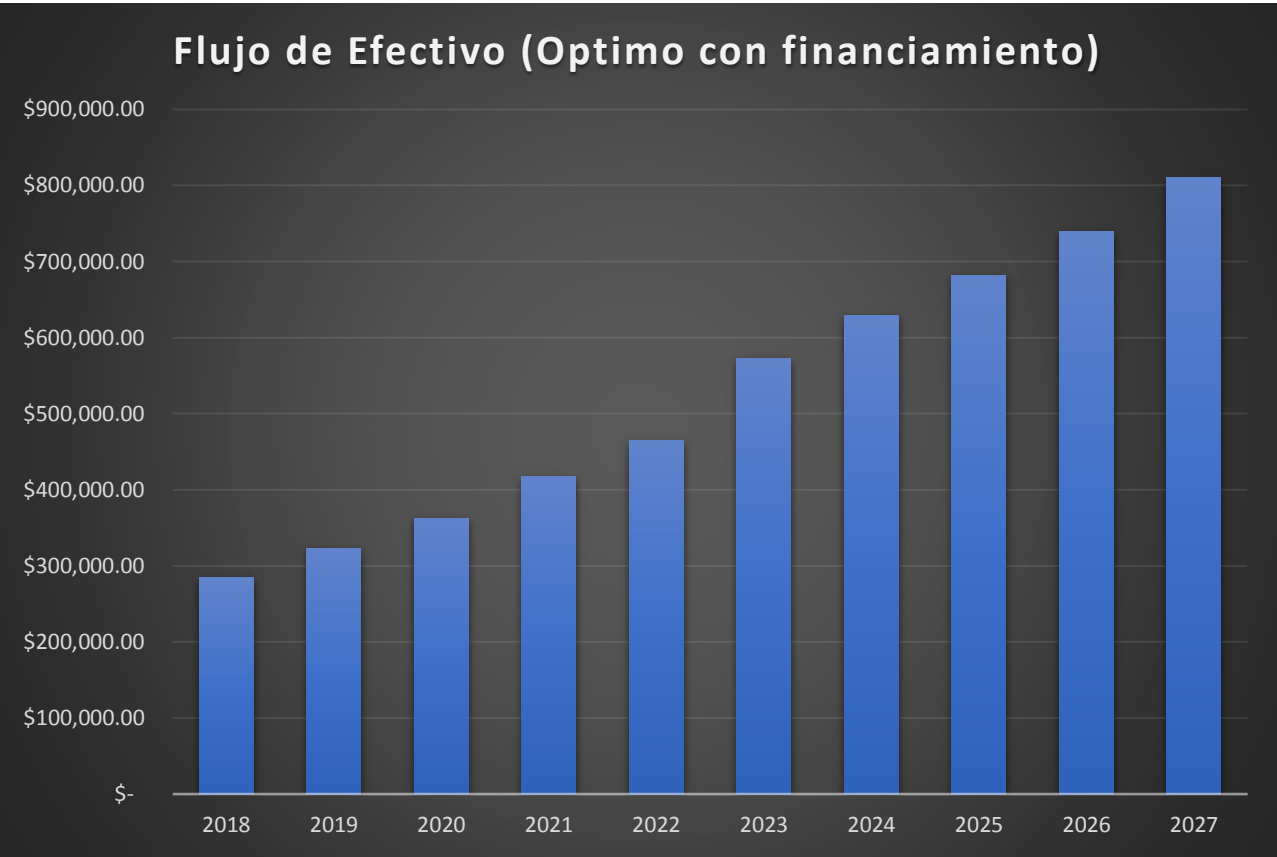
Ingresos proyectados tamaño máximo (por semestre)



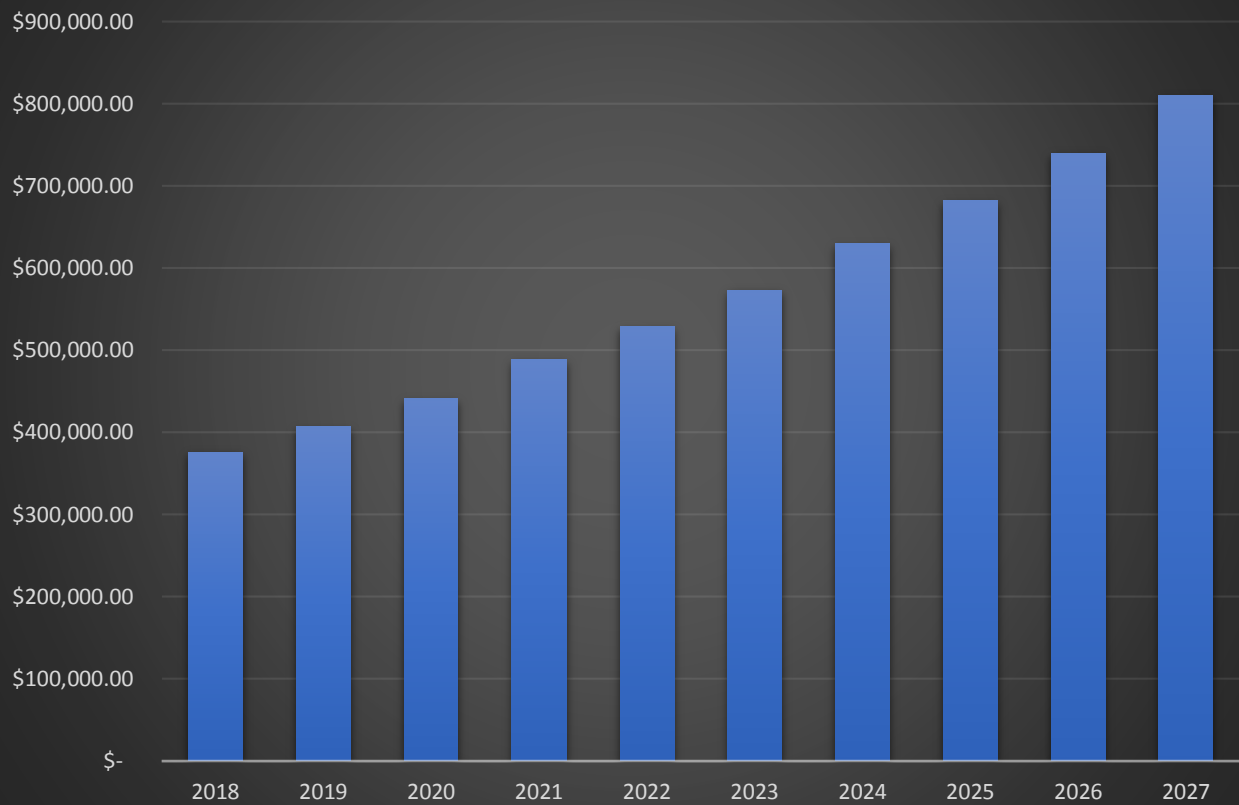
Ingresos proyectados tamaño optimo (por semestre)



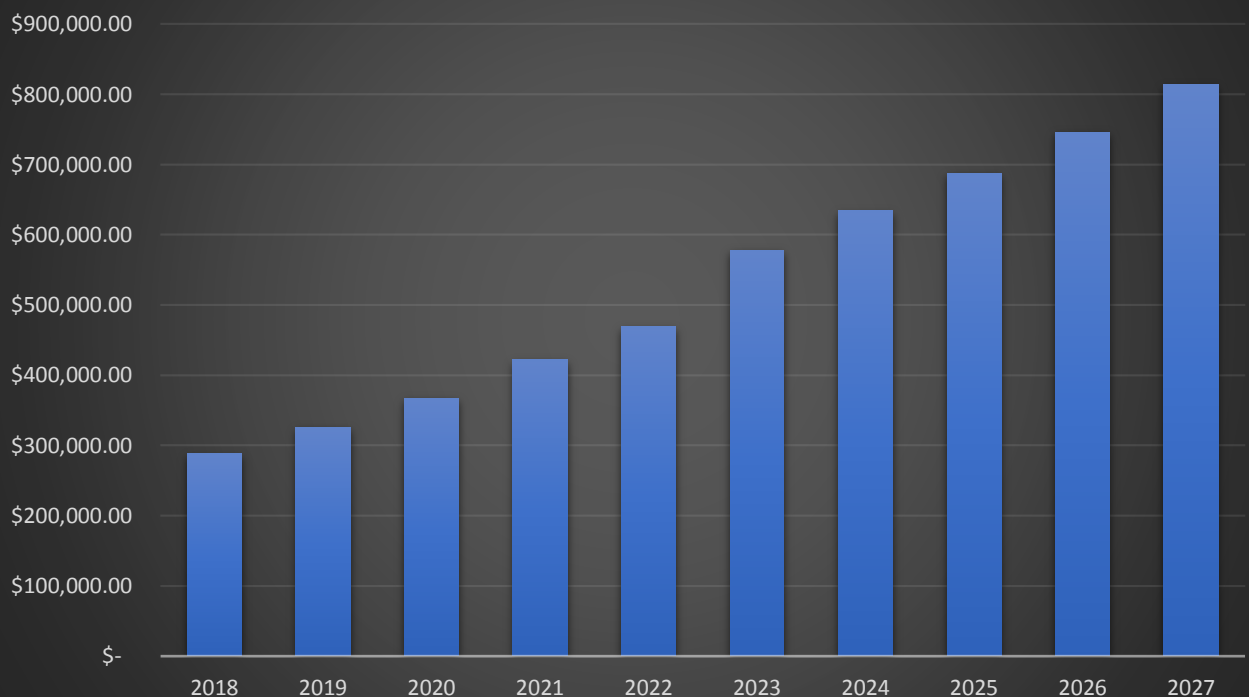




Flujo de Efectivo (Optimo sin financiamiento)



Flujo de Efectivo (Máximo con financiamiento)



A continuación, presentamos el punto de equilibrio de operación del proyecto:

Clasificación de costos				Ventas totales
Fijos	\$	Variables	\$	\$
Gastos Administrativos	\$ 31,143.17	Gastos de Operación	\$738,866.08	\$1,009,595.46
Depreciación y Amortización	\$ 159,871.80	Gasto de Ventas	\$ 9,722.88	
		Tasa de Impuesto 30%	\$ 20,997.46	
Costos Fijos	Costos Variables			
\$ 191,014.97	\$ 769,586.42			
PE=	Costos fijos/ [1- (Costos variables/Ventas totales)]			
PE \$ 803,502.44				

En las tablas anteriores podemos observar que el punto de equilibrio inicial se encuentra al alcanzar el nivel de ventas de 803,502.44 pesos, el cual es alcanzado a partir del año 2026, siendo el punto de partida el año 2021.

A continuación, se presentan los indicadores financieros más importantes para el proyecto, así como una justificación de la elección de cuál de los escenarios sería el más adecuado elegir.

Concepto	Min SF	Min CF	Opt SF	Opt +10%V	SF Opt +10%C	SF
Inversión inicial	\$ 1,012,571.31	\$ 1,012,571.31	\$ 1,013,194.04	\$ 1,013,194.04	\$ 1,013,194.04	
TREMA	39.6%	39.6%	39.6%	39.6%	39.6%	
VPN	\$ 1,141,677.01	\$ 977,795.65	\$ 1,119,924.96	\$ 1,357,846.83	\$ 1,039,111.64	
PRIV	Año 7	N/A	Año 7	Año 5	Año 10	
TIR	44.2%	38.4%	43.6%	51.8%	40.5%	
IR	1.4515	1.2839	1.4483	1.7823	1.9440	
Costo Beneficio	1.1275	0.9657	1.1053	1.3402	1.0256	
Opt CF	Opt +10%V	CF Opt +10%C	Max SF	Max CF		
\$ 1,013,194.04	\$ 1,013,194.04	\$ 1,013,194.04	\$1,015,290.70	\$ 1,015,290.70		
39.6%	39.6%	39.6%	39.6%	39.6%		
\$ 977,226.72	\$ 1,164,590.86	\$ 845,855.67	\$1,154,290.20	\$ 986,597.56		

N/A	Año 7	N/A	Año 7	N/A
38.4%	44.9%	33.5%	44.6%	38.6%
1.3254	1.4128	1.2820	1.4513	1.3287
0.9645	1.1494	0.8348	1.1369	0.9717

El proyecto por sus características es rentable en sus tres tamaños sin contar con financiamiento, ya que en los tres casos Min SF (tamaño mínimo sin financiamiento), Opt SF (tamaño optimo sin financiamiento) y Max SF (tamaño máximo sin financiamiento), presenta tasas internas de retorno por encima de la tasa de retorno mínima aceptable por el inversionista, así mismo presenta otros dos escenarios posibles, el óptimo sin financiamiento con un aumento del 10% en el volumen de ventas, que es el escenario más optimista y en donde la TIR llega hasta 12% por arriba de la TREMA y por ultimo una opción con financiamiento en tamaño optimo con 10% más en ventas, sin embargo como las opciones en donde hay un aumento en las ventas no están bajo control total del evaluador de este proyecto, se recomienda proceder con la opción de tamaño máximo u optimo sin financiamiento, ya que son las que ofrecen un nivel de rentabilidad más alto además de una menor probabilidad de riesgo por el tema de los aumentos de ventas.

6. Factores de riesgo

En caso de que las ventas del proyecto no fueran las esperadas, el proyecto tiene contemplado dentro de sus gastos fijos un consumo de combustible suficiente para cambiar los patrones de compra de insumos, además, que por ser un proyecto que es autosustentable, nuestros costos más altos son los costos variables, por lo que, al hacer ajustes en los niveles de compra del proyecto, se puede mantener la rentabilidad del proyecto.

En la cuestión de los costos, el proyecto tiene una inflación esperada al 5.5% anual durante los 10 años de duración del mismo, según datos brindados por el Banco de México al Financiero, la inflación llegaría a su objetivo +/- 6.3% a finales del 2021, por lo que incluso si se opera durante un periodo con la

inflación por encima de lo estimado, la recuperación sería posible en los 2 periodos siguientes.

También está latente la posible falla de la negociación del TLCAN, lo cual podría encarecer algunos productos como maquinaria y algunos insumos, sin embargo, ningún producto es lo suficientemente específico o tecnológico como para no poder ser sustituido sin generar mayores problemas a la operatividad del proyecto.

7. Desarrollo futuro

A mediano plazo se mantiene el objetivo de adquirir un segundo camión para operar en el área del tecnológico de Tijuana, que al igual que el área de UABC campus Tijuana es muy transitada y posee un gran potencial de mercado, hasta el momento no se ha realizado estudio alguno acerca de las condiciones reales de esa área de la ciudad, sin embargo, incluso si no fueses un mercado factible, el modelo de negocio puede funcionar en cualquier otro lugar con solo conseguir el permiso para el cambio de la ubicación.

8. Referencias Bibliográficas

- Banco de México (2021). Indicadores económicos.
<https://www.banxico.org.mx/tipcamb/main.do?page=inf&idioma=sp>
- Baca, G. (2006). "Evaluación de Proyectos". (4ª. ed.). México: Mc Graw Hill.
- Erossa, V. (1998). "Proyectos de Inversión en Ingeniería". México: Limusa.
- ILPES. (1999). "Guía para la Presentación de Proyectos". (24ª. ed.). Madrid, España: Siglo XXI editores.
- Sapag, N. y Sapag, R. (2000). "Preparación y Evaluación de proyectos". (4ª. ed.). Santiago de Chile: Mc Graw Hill-Interamericana de Chile LTDA