



**PAT FOODS®**

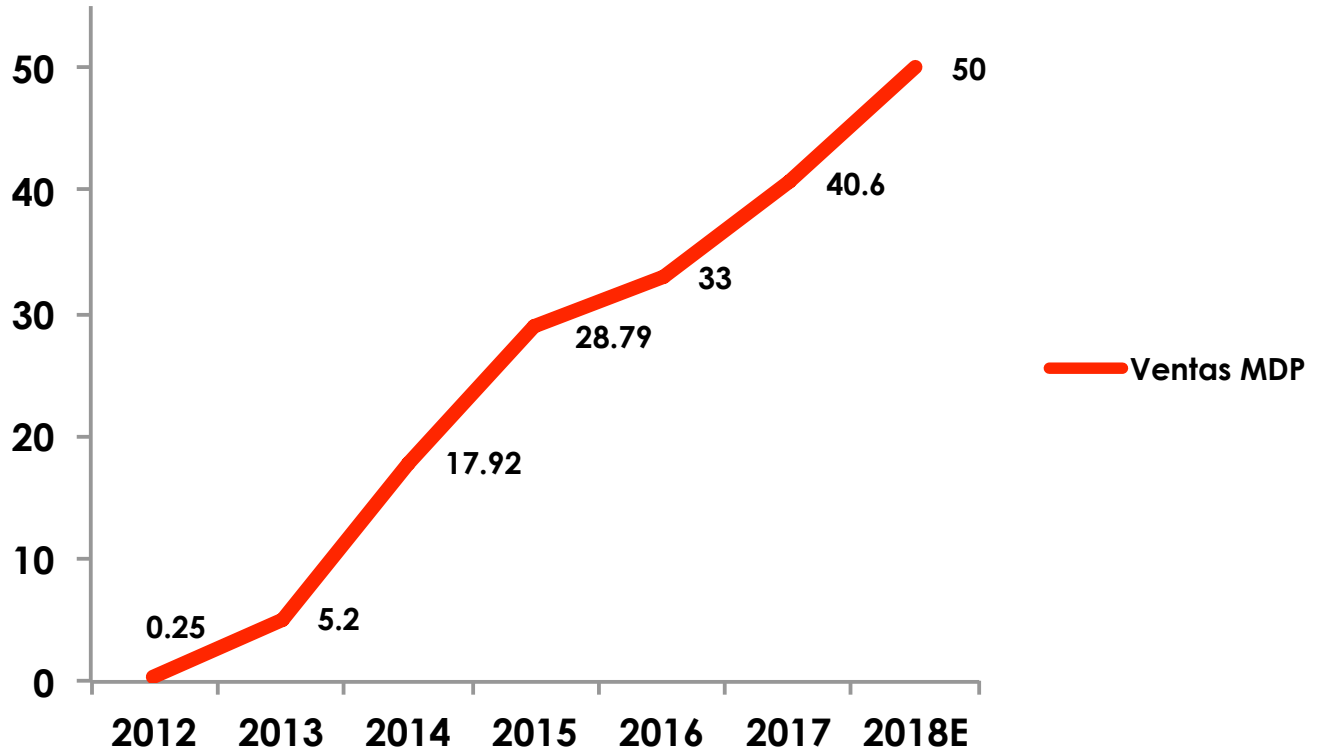
*- Enjoy Premium Service -*

**GIRO: Importación y distribución de alimentos con marcas propias en canal FOOD SERVICE (HORECA):**

- ✓ **Ubicaciones: Riviera Maya, Monterrey, CDMX y Tamaulipas.**
- ✓ **+ 100 clientes**
- ✓ **+ 400 centros de consumo**
- ✓ **Crecimiento promedio anual: 89%**
- ✓ **Flotilla: 12 vehículos de reparto.**

### Marcas Propias





**Indicadores financieros**

- ✓ Margen bruto: 22%
- ✓ EBITDA: 4.42%
- ✓ Costo financiero: 5%



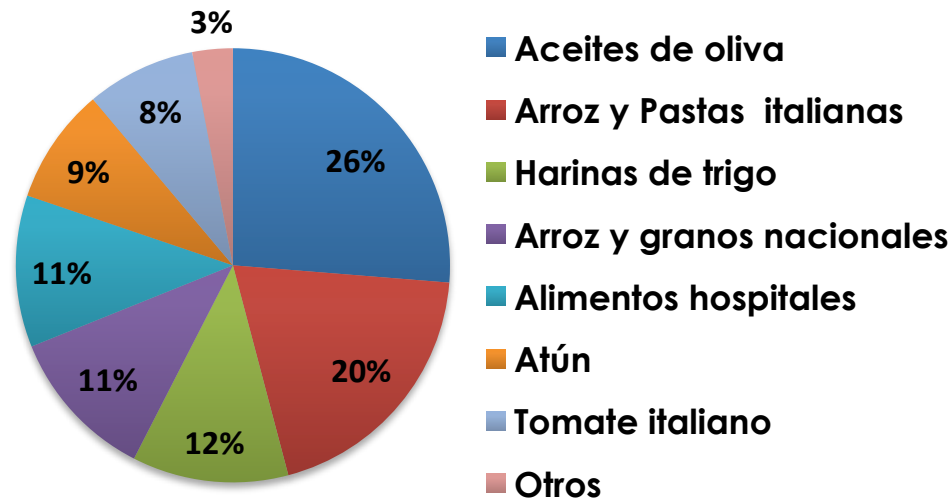
### Mercado Meta: FOOD SERVICE

- ✓ Hoteles
- ✓ Restaurantes
- ✓ Hospitales
- ✓ Cafeterías
- ✓ Comedores industriales
- ✓ Distribuidores

### Sector Turismo

- ✓ 16% del PIB Nacional
- ✓ Crecimiento anual: 8%
- ✓ 3X media nacional
- ✓ Alimentos: 25% del sector turismo
- ✓ Zonas con mayor crecimiento:
  - Península de Yucatán
  - CDMX/EDOMEX
  - Nuevo León
  - Jalisco
  - Baja California Sur
  - Bajío

**Portafolio Actual**



**Estrategias**

- ✓ Especialización en productos de alto margen (30%)
- ✓ Crecer marcas propias
- ✓ Nuevos Productos\*: Lasagna, corazones de alcachofa, salsa para pizza, aceitunas, arroz de suhi, empanizadores, capeadores, entre otros.



- ✓ + 100 clientes, + 400 centros de consumo. Objetivo LP: + 1,000, + 4,000 CC
- ✓ Relación promedio 3.5 años/cliente = Posicionamiento de marcas propias.
- ✓ Nuevas sucursales = nuevos clientes y mayor relación con clientes actuales
- ✓ Incremento en ventas = Reducción de costos e incremento de márgenes.

## COMPETIDORES

- + Grandes
- + Productos
- + Capacidad de financiamiento
- + Capital
- La mayoría tienen presencia regional
- Marcas de fabricantes
- Servicio de distribución subcontratado

## PAT FOODS

- + Marcas propias como principal factor diferenciador.
- + Cobertura territorial
- + Servicio directo al cliente / Asesoría especializada
- + Mejores precios
- + Calidad de nuestros productos



- ✓ **Incrementar el portafolio actual especializándonos en productos de alto margen**
- ✓ **Incrementar ventas a clientes actuales.**
- ✓ **Captar nuevos clientes.**
- ✓ **Expansión territorial para cubrir nuevos mercados en México y de exportación.**
- ✓ **Aprovechar el incremento en ventas para generar economías de escala y maximizar el rendimiento de la compañía.**



	<b>RONDA 1 ABRIL - SEPT 2018</b>	<b>RONDA 2 ENE - MAY 2019</b>	<b>RONDA 3 AGO - DIC 2019</b>	<b>RONDA 4 FEB - JUL 2020</b>
<b>INSTITUCIONALIZACIÓN</b>		\$200,000	\$450,000	\$350,000
<b>CEDIS VALLARTA</b>	\$1,380,000			
<b>CEDIS LOS CABOS</b>		\$1,380,000		
<b>CEDIS GUADALAJARA</b>			\$1,534,000	
<b>NUEVOS PRODUCTOS</b>	\$1,620,000	\$2,120,000	\$2,000,000	\$4,500,000
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	\$2,000,000	\$2,300,000	\$2,016,000	\$4,150,000
<b>PASIVOS</b>	\$2,000,000	\$1,000,000	\$1,000,000	
<b>TOTAL</b>	<b>\$7,000,000</b>	<b>\$7,000,000</b>	<b>\$7,000,000</b>	<b>\$9,000,000</b>

	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
<b>Ventas</b>	38,787,619	50,000,000	62,311,371	86,369,253	125,553,880	160,820,044	191,384,053	228,060,864
<b>Crecimiento</b>	<b>21%</b>	<b>25%</b>	<b>25%</b>	<b>39%</b>	<b>45%</b>	<b>28%</b>	<b>19%</b>	<b>19%</b>
<b>Costo de Ventas</b>	29,272,681	39,000,000	48,602,870	67,368,018	97,932,027	125,439,634	149,279,561	177,887,474
<b>Margen Bruto</b>	<b>24%</b>	<b>22%</b>	<b>22%</b>	<b>22%</b>	<b>22%</b>	<b>22%</b>	<b>22%</b>	<b>22%</b>
<b>Gastos Admtivos/Optivos</b>	7,928,469	8,000,000	9,592,933	12,819,081	16,577,543	21,906,606	21,966,086	26,367,304
<b>Margen Operativo</b>	<b>4%</b>	<b>6%</b>	<b>7%</b>	<b>7%</b>	<b>9%</b>	<b>9%</b>	<b>10%</b>	<b>10%</b>
<b>Depreciación</b>	514,000	650,000	808,234	1,127,909	1,677,767	1,913,140	2,118,865	2,333,149
<b>Costos financieros</b>	1,817,987	2,000,000	1,605,352	1,594,519	1,582,563	1,571,320	1,580,000	1,580,000
<b>Utilidad antes de impuestos</b>	<b>-745,518</b>	<b>350,000</b>	<b>1,701,983</b>	<b>3,459,727</b>	<b>7,783,981</b>	<b>9,989,344</b>	<b>16,439,540</b>	<b>19,892,938</b>
<b>ISR</b>		105,000.00	510,595	737,918	2,035,194	3,296,803	4,631,862	5,667,881
<b>Utilidad Neta</b>	<b>745,518</b>	<b>245,000</b>	<b>1,191,388</b>	<b>2,721,809</b>	<b>5,748,787</b>	<b>6,692,541</b>	<b>11,807,678</b>	<b>14,225,056</b>
<b>Margen Neto</b>	<b>-2%</b>	<b>0.5%</b>	<b>2%</b>	<b>3%</b>	<b>5%</b>	<b>4%</b>	<b>6%</b>	<b>6%</b>

✓ Costo de ventas, gastos administrativos, operativos y financieros proyectados bajo ESCENARIO CONSERVADOR

## La estrategia de salida se podrá ejecutar a partir del año 4 post-inversión

### 1. Opción de recompra a los inversionista de la ronda 1 con una TIR anual de 20%

- ✓ Valor de ejercer la opción:  $(1.20)^4 = 2.07x$

### 2. En caso de venta parcial o total a una valuación menor a MXN\$40 mm

- ✓ Participating liquidation preference: Se repagará el 100% del capital levantado a inversionistas de Play Business y posteriormente del monto restante se hará una repartición proporcional de del valor de la empresa al porcentaje de participación adquirido

### 3. En caso de venta parcial o total a una valuación superior a los MXN\$40 mm

- ✓ Non participating liquidation preference:
  - Venta de acciones con una TIR anual de 25% =  $1.25^n$
  - Repartición proporcional al porcentaje de participación adquirido

## Participating y non- participating liquidation preference

MXN\$ mm	Escenario 1	Escenario 2	Escenario 3	Escenario 4	Escenario 5	Escenario 6	Escenario 7	Escenario 8	Escenario 9	Escenario 10
Levantamiento de Capital	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
Valuación Premoney	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
Venta del proyecto en:	10	20	30	40	50	60	70	80	90	100
Participating Liquidation Preference Players	7	7	7	7	0	0	0	0	0	0
Non-Participating Liquidation Preference Players 25%	NA	NA	NA	NA	8.8	8.8	8.8	8.8	8.8	8.8
Restante	3	13	23	33	50	60	70	80	90	100
Equity Players	14.9%	14.9%	14.9%	14.9%	14.9%	14.9%	14.9%	14.9%	14.9%	14.9%
Utilidad Players	0.4	1.9	3.4	4.9	7.4	8.9	10.4	11.9	13.4	14.9
ROI	6.4%	27.7%	48.9%	70.2%	25.0%	27.7%	48.9%	70.2%	91.5%	112.8%

Con tu inversión, lograremos convertir nuestro negocio  
en una GRAN EMPRESA

Muchas gracias!



[www.patfoods.mx](http://www.patfoods.mx)