Universidad Iberoamericana Puebla

Repositorio Institucional **http://repositorio.iberopuebla.mx**

Proyectos de Inversión Área de Síntesis y Evaluación II

Coconá. Cafetería en Comalcalco

Velázquez Castro, Andrea

2016

http://hdl.handle.net/20.500.11777/1423

http://repositorio.iberopuebla.mx/licencia.pdf

PROYECTO DEL ÁREA DE SÍNTESIS Y EVALUACIÓN II DEL DEPARTAMENTO DE NEGOCIOS

CAFETERÍA EN COMALCALCO

PRESENTAN:
ANDREA VELÁZQUEZ CASTRO (Mercadotecnia)
ALEXIA DE LA CRUZ AGUILAR (Mercadotecnia)
ITZEL YANEL BARRANCO OLIVAR (Comercio Internacional)
DULCE MARISOL BAUTISTA CASTELLANOS (Administración Turística y de la Hospitalidad)

PROFESOR:
Dr. Axel Rodríguez Batres

ÍNDICE

ÍNDICE 2
RESUMEN EJECUTIVO 4
ABSTRACT 6
CAPÍTULO I.- ANTECEDENTES 8
1.1 Historia de la empresa 8
1.2 Misión 9
1.3 Visión 9
1.4 Valores 9
1.5 Objetivos de la empresa 9
1.6 Análisis de los recursos 10
1.7 Identificación de necesidades 11
1.8 Objetivo general estudio 12
1.9 Objetivos específicos 12
CAPÍTULO II.- ESTUDIO DE TÉCNICO DE PRODUCCIÓN 13
2.1 Especificaciones del producto 13
2.2 Descripción del proceso 14
2.3 Identificación de maquinaria y equipo 19
2.4 Presupuesto de maquinaria y equipo 24
2.5 Depreciación de maquinaria y equipo 24
2.6 Descripción de Instalaciones 26
2.7 Diseño de planta y oficinas 28
2.8 Recursos Humanos 28
2.8.1 Organigrama 29
2.8.2 Análisis y descripción de puestos 30
2.8.3 Presupuesto de personal 33
2.8.4 Requisitos y especificaciones reglamentarias de seguridad e higiene 34
2.9 Costo de producción 41
CAPÍTULO III.- ESTUDIO DE MERCADO 49
3.1 Situación actual de la industria o sector 49
3.2 Segmentación y selección del mercado meta 53
3.3 Investigación de mercado 55
3.4 Análisis de la competencia 66
3.5 Análisis de precios 68

3.6 Logística 71
3.7 Etiqueta 72
3.8 Empaque primario 74
3.9 Empaque secundario 75
3.10 Estrategias de promoción y publicidad 75
CAPÍTULO IV.- ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO 77
4.1 Presupuesto de Inversión Inicial 77
4.2 Presupuesto de gasto de operación 78
4.3 Financiamiento 79
4.4 Estado de resultados Pro-Forma y Flujos Netos de Efectivo 80
4.5 Punto de equilibrio 81
4.6 Tasa de Rendimiento Mínima Aceptada 82
4.7 Valor Actual Neto e Índice del Valor Actual Neto 83
4.8 Periodo de Recuperación de la Inversión 84
4.9 Tasa Interna de Retorno 84
4.10 Conclusiones del Estudio Financiero 85
CAPÍTULO V.- ANÁLISIS DE IMPACTO SOCIAL Y MEDIO AMBIENTAL 86
5.1 Empleos Directos 86
5.2 Empleos Indirectos 86
5.3 Identificación de beneficios y/o impactos a la comunidad 87
5.4 Identificación de beneficios y/o impactos al medio ambiente 87
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES 89
REFERENCIAS 90
ANEXOS 91

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto plantea la rentabilidad y viabilidad de una cafetería en la ciudad de Comalcalco en el estado de Tabasco, en la cual, se ofrecerán y venderán productos orgánicos y que trabajará bajo la filosofía de comercio justo. Lo que se busca con el presente proyecto, es ofrecer un plan de negocio redituable para que los productores de cacao y café de la zona de Comalcalco puedan vender sus productos en esta cafetería. La inquietud surge de Eduardo Martínez Licea, miembro de la Asociación de Horizontes Creativos, con el objetivo de ayudar a los pequeños productores de cacao en la zona de Comalcalco, ya que esta actividad de cultivo y recolección de cacao es la segunda en materia económica a nivel estatal y una de las principales a nivel nacional.

La cafetería estará a cargo de la Asociación Horizontes Creativos cuyo capital inicial es de $200,000 pesos, no se cuenta con financiamiento de instituciones bancarias o gubernamentales. La cafetería llevará el nombre de COCONÁ®, nombre proveniente de una de las grutas más visitadas en Tabasco.

La empresa contará con dos áreas, las cuales son: área de operación y área de ventas. Cuyas funciones serán determinantes para el éxito de la cafetería.

La empresa estará ubicada en Calle Benito Juárez García 516B 0, 086300, Comalcalco Centro, Comalcalco, Tabasco, esquina con avenida principal de la ciudad. El local está construido con muros de block, instalación de energía eléctrica y consta de 33 metros cuadrados, en los cuales hay espacio para 8 mesas y cupo para 20 personas, un medio baño, espacio para almacén (que compartirá espacio con la oficina del Gerente General, si así se prefiere) y un espacio de trabajo donde se colocarán una caja registradora, un refrigerador, mostrador de postres, cafetera y molino, licuadoras y microondas.

Para el propósito de este proyecto, se han propuesto tres productos a elaborar en la cafetería. Los insumos y materias primas se obtendrán de proveedores, y el cacao y el café, se obtendrá de los productores.

El costo unitario de producción de los productos, contando costos de operación, es de $21.17 pesos.

Para poder medir la rentabilidad del proyecto se realizó un estudio técnico, de mercado y financiero. Se seleccionó la capacidad más alta que resultó ser la de mercado y en base a ésta se calcularon las ventas.

Al principio se contaba con un universo de 51,112 personas, después se realizó la segmentación por niveles socioeconómicos, demográficos y geográficos y el universo se redujo a 34, 756 personas. Utilizando la fórmula $n = \frac{NZ^2pq}{E^2(N-1)+Z^2pq}$, que sirve para conocer el número de encuestas a realizar para beneficio de la investigación, se obtuvo una muestra de 50 personas a encuestar. Cabe resaltar que para que el resultado fuera lo más acertado posible se contó con el apoyo de Horizontes Creativos en la aplicación de los cuestionarios en la zona de Comalcalco. De ese número de encuestas se dedujo que las personas no son tan sensibles al gasto que realizan en las cafeterías a las que

acuden, ya que gastan un promedio de 74.10 pesos en cada visita. Este dato fue de suma importancia para la determinación y fijación de los precios.

Otro dato importante fue la frecuencia de asiduidad con la que acuden a las cafeterías y arrojó que un porcentaje del 55% acude diariamente a alguno de estos establecimientos.

En el estudio financiero se determinó que la cafetería tiene un VAN de $4, 314,102 y es una de las características a tomar en cuenta al momento de aceptar el proyecto.

La TREMA es de 10.99% y la TIR de 448%. Otra regla básica es, si la TIR es mayor a la TREMA el proyecto debe aceptarse, considerando que tenemos un margen de seguridad de 437.01% se puede decir que el proyecto es seguro.

El IVAN del proyecto es de 19.63, lo que significa que, por cada peso invertido, se retorna o se ganará $19.63 pesos.

Analizando todos los indicadores podemos concluir que el proyecto es rentable y seguro, por lo que debería llevarse a cabo.

En cuestión ambiental se contempla el ahorro de recursos en el reciclado, cuidado de la plantación de la materia prima que no contengan pesticidas o tratamientos químicos, programas de cuidado ambiental con los empleados, separación de desechos orgánicos e inorgánicos y la participación en eventos que impulsen la conservación ambiental.

Lo que se ofrece en este proyecto tiene muchas ventajas que lo hacen atractivo, con el sello de comercio justo y el producto 100% orgánico, le damos entrada a la posibilidad de aplicar en nuestro entorno una actividad en donde no sólo salen beneficiados productores, sino que también, inversionistas.

ABSTRACT

This project involves the profitability and viability of a coffee house in the city of Comalcalco, Tabasco, which will be offering and selling organic products and will work under the philosophy of fair trade.

What it looks forward is to offer a profitable plan for producers of cocoa and coffee in the Comalcalco area so they can sell their products in that coffee house. The concern borns from Eduardo Martinez Licea, member of the “Horizontes Creativos” association, aiming to help small cocoa farmers in the area Comalcalco, since this activity of growing and harvesting the cocoa is the second economic activity in the state of Tabasco and is in the top level of national raiting.

The coffee house will be in charge of “Horizontes Creativos” association, whose initial capital is $ 200,000 pesos, without any form of financing at any bank or government institution. The coffee house will be named COCONÁ®, this name is chosen of one of the most visited grottoes in the Tabasco state. The company will have two areas, which are the operating area and sales area. Whose functions will be crucial to the success of the coffee house.

The company is located in Calle Benito Juarez Garcia 516B 0 086 300, Centro Comalcalco, Comalcalco, Tabasco, corner of a main street of the city.

The coffee house is built with block walls, it has an installation of electricity and consists of 33 square meters, in which there is room for 8 tables and 20 people, half bath, space for storage (which will be a share space for the office of the General Manager) and a works place where a cash register, a refrigerator, dessert counter, coffee mill, blenders and microwave will be placed.

For the purpose of this project, three products have been proposed to develop in the coffee house. Supplies and raw materials will be obtained from suppliers, and in the case of cocoa and coffee, will be obtained from producers in the same city that the coffee house is placed.

The production cost of products, taking in consideration the operating costs, is $ 21.17 pesos. To measure the profitability of the project a technical study, and financial market was conducted. The highest capacity turned out to be the market, which was the one that was selected. We had an universe of 51, 112 people, after segmentation was performed by socioeconomic, demographic and geographic levels, the universe was reduced to 34, 756 people.

Using the formula $n = \frac{NZ^2pq}{E^2(N-1)+Z^2pq}$, we determined the number of surveys to be carried out for the benefit of the investigation, a sample of 50 people was obtained to be interviewed. It is important to mention that for the result to be as successful as possible

we had the support of “Horizontes Creativos” for implementation of the questionnaires in the area of Comalcalco. Of that number of surveys, we could infer that people are not as sensitive to spending in coffee houses as it is to attending, as they spend an average of 74.10 pesos at each visit. This data was of crucial importance for the identification and pricing of the products, that COCONÁ® will offer to its customers.

Another important discovery was the frequency of people that attends coffee houses, and threw us that a percentage of 55% goes daily to one of these establishments.

In the financial study, it was found that COCONÁ® has a NPV of $4, 314,102 and, because it is bigger than zero, the project should be accepted.

TMAR is 10.99% and IRR of 448%. The basic rule is, that if the IRR is bigger than the TMAR the project should be accepted, considering that we have a safety margin of 437.01% the project is not only accepted, but is also safe.

The IVAN project is $ 19.63, which means that for every peso invested in the project, is returned or earn $ 19.63 pesos.

After analyzing all the financial indicators, we can conclude that the project is profitable and safe, so it should be accepted.

In environment matter, the project contemplates the saving of recycling resources, taking care of the planting of raw material that it doesn’t have pesticides or chemical treatments, “taking care of nature” programs with the staff, separation of organic and inorganic trash and the collaboration at events that will give a push to environmental conservation.

What this project offers it has multiple advantages that it makes it attractive, with the seal of fair trade and 100% organic products we give the chance to apply in our environment an activity which in not only the producers are given benefits but, also, the investors

CAPÍTULO I.- ANTECEDENTES

1.1 Historia de la empresa

Horizontes Creativos es una organización de los Misioneros del Espíritu Santo de la Provincia de México que pretende incubar proyectos de Economía Social, Cultura y Democracia de Calidad, a través de la creatividad e innovación social, especialmente con grupos de Jóvenes de la región de la Chontalpa, en Tabasco.

Desde hace dos años iniciamos el proceso de formación de Horizontes Creativos, en estos dos años hemos conformado un equipo de trabajo integrado por:

- Coordinador General: P. Gerardo Gordillo Zamora MSpS.
- Dimensión Cultura: P. Aldo Gil García MSpS.
- Dimensión Creatividad e innovación: Psic. Mónica Askins Jiménez.
- Dimensión Democracia de calidad: Lic. Juan Manuel Orozco Moreno.
- Dimensión Economía Social y Solidaria: Lic. Eduardo Martínez Licea.

Se han acompañado las siguientes experiencias y procesos:

Dimensión de Cultura:

- Palabra Generadora: Proceso de acompañamiento a niñas y niños con alguna dificultad de aprendizaje de lecto-escritura. Se acompaña mediante un método pedagógico basado en “la palabra generadora” y la aplicación de psicomotricidad.
- Residencias Culturales: Se han organizado dos ciclos de talleres de expresión artística en comunidades rurales y ermitas de la parroquia San Isidro Labrador.
- Creatividad e innovación:
    - Diplomado de Creatividad e Innovación: Se ha impartido el diplomado a 45 jóvenes en tres comunidades de la región (Villa Tecolutilla, Comalcalco y Tulipán).
- Democracia de calidad:
    - Laboratorio político: Espacio de reflexión sobre participación ciudadana, transparencia y democracia.
    - Acompañamiento a delegados de las comunidades de Comalcalco.
    - Recuperación de un espacio público en la ranchería de Gregorio Méndez, Comalcalco.
- Economía Social y Solidaria:
    - Recuperación del Cacao: Se ha impulsado el rescate del cultivo de cacao en la región, mediante la estrategia de: Control de Monillia – Aumento de Productividad – Renovación de la Plantación. Se han resembrado 25 hectáreas de cacao y se han acompañado a 45 productoras y productores de cacao.

- Mujeres artesanales de Nacajuca: Se acompañó el proceso de fortalecimiento organizacional al grupo de mujeres indígenas chontales “Las Mariposas”.

Hemos contado con la participación de voluntarias y voluntarios en todas las experiencias que hemos desarrollado, y además se han ido integrando otros miembros al equipo:

- Acompañamiento al proceso de “Rescate del Cacao”: Ing. Manuel Zetina Lanz, Tec. José Jesús Angulo Córdova.
- Comercialización de Chocolate Xocol – Baaxal: Lic. Erika Santos Filigrana, Lic. Ricardo Gordillo Lagunes.
- Fortalecimiento al grupo artesanal de mujeres indígenas chontales “Las Mariposas”: Lic. Rovelmar Córdova.

La idea de la creación de una cafetería en Comalcalco surge a partir de crear una empresa como estrategia que ayude a financiar la incubación de proyectos de economía Social, Cultura y Democracia de Calidad, especialmente con grupos de jóvenes de la región de la Chontalpa, en Tabasco, evitando depender de esta manera de fundaciones.

1.2 Misión

Somos una cafetería en la ciudad de Comalcalco, Tabasco que ofrece productos a base de café y chocolate con la materia prima de la mejor calidad, buscando generar un ingreso para la organización de Horizontes Creativos, un comercio justo con los productores y satisfaciendo la demanda de los clientes.

1.3 Visión

Ser la principal cafetería en la ciudad de Comalcalco que transmita la cultura del comercio justo a través de los productos que ofrece, logrando una estabilidad económica para continuar ayudando a los productores a que su producto sea reconocido por su calidad.

1.4 Valores

- **Respeto:** respetamos el trabajo de los productores y todo el proceso que tienen los granos para llegar al consumidor final.
- **Compromiso:** nos comprometemos a que por cada vaso de café y chocolate que el cliente consuma el productor tendrá una ganancia justa.
- **Calidad:** nuestros insumos son excelentes, así como nuestro servicio.
- **Trabajo en equipo:** se busca la integración de cada uno de los colaboradores de la empresa, desde el productor hasta el vendedor.

1.5 Objetivos de la empresa

1. Vender cinco toneladas de cacao anualmente.

2. Pagar a precio justo el kilo de cacao y café del productor, dependiendo de la demanda que estén viviendo los productos a base de café y chocolate.
3. Contar con estrategias de sostenimiento que permitan no depender exclusiva y mayoritariamente de la fundación después de dos años de apertura.
4. Estandarizar el 100% los procesos de cada uno de los productos que se vendan en la cafetería al periodo de un año de operación.

1.6 Análisis de los recursos

- **Recursos Tangibles**

Capital social: $ 200,000. Este capital lo obtuvieron de un ahorro para crear estrategias que apoyen a la organización Horizontes Creativos.

- **Recursos Intangibles**

Conocimiento:

- En materia de conocimiento se cuenta con el proceso de mantenimiento del cacao. También se conoce cómo se debe hacer la extracción de manera óptima sin dañar la materia prima, para que pueda ser transformada en un producto.
- Se conoce la temporalidad correcta para cada cosecha que está en los cacaotales de la región de Comalcalco, Tabasco.
- Se cuenta con 43 productores en un espacio de 50 hectáreas de cacaotales, que a lo largo de un año tienen la finalidad producir 15 toneladas de cacao.
- Los productores conocen la calidad de su producto y a qué precio se debe vender, para que sea un comercio justo entre los productores y consumidores de cacao.
- Conocen cuáles son las zonas más óptimas para la plantación de cacao y que el producto que brote de las plantas sea de la mejor calidad de la región.

Apoyo de Capeltic[1] en el modelo de negocio y capacitaciones de personal para la elaboración de bebidas.

Apoyos de Gobierno:
Los apoyos presentados son los que el gobierno está dispuesto a brindar a todas las empresas que buscan iniciar un negocio propio.

- Fondo PYME: busca apoyar a las empresas en particular a las de menor tamaño y a los emprendedores con el propósito de promover el desarrollo económico nacional, a través del otorgamiento de apoyos de carácter temporal a programas y proyectos que fomenten la creación, desarrollo, viabilidad, productividad, competitividad y sustentabilidad de las micro, pequeñas y medianas empresas.

[1] Capeltic es producto de un esfuerzo conjunto de las Comunidades tseltales, de Tsumbal Xitalhá (la cooperativa de productores de café de la zona de Chilón, Chis.), Batsil Maya (la beneficiadora de café de Chilón, Chis.), la Misión de Bachajón y la comunidad universitaria de la UIA SantaFé.

- Fondo Empresarial de Tabasco: el cual busca estimular al sector productivo local, el gobierno de Tabasco ofrece recursos económicos mediante un programa de microcréditos dirigido a los empresarios que desarrollan una actividad industrial, comercial o de servicios y necesitan dinero para hacer crecer sus negocios.

- Fondo Nacional del Emprendedor: tiene como objeto incentivar el crecimiento económico nacional, regional y sectorial, mediante el fomento a la productividad e innovación en las micro, pequeñas y medianas empresas ubicadas en sectores estratégicos, que impulse el fortalecimiento ordenado, planificado y sistemático del emprendimiento y del desarrollo empresarial en todo el territorio nacional, así como la consolidación de una economía innovadora, dinámica y competitiva.

- INADEM: Instituto Nacional del Emprendedor genera convocatorias para las nuevas empresas y su desarrollo.

- El "Fondo Emprendedores CONACYT-NAFIN": es una modalidad de apoyo que facilita recursos y permite acceder a capital con otros inversionistas, para desarrollar y consolidar negocios de alto valor agregado. CONACYT aporta recursos económicos y su capacidad para evaluar los negocios desde el punto de vista tecnológico. NAFIN por su parte, participa en la validación financiera del proyecto, determinando la factibilidad del modelo de negocio.

1.7 Identificación de necesidades

Del promotor:

- Aprovechar los recursos de la región de los pequeños productores en la ciudad de Comalcalco.
- Generar recursos que puedan ayudar a incubar proyectos de Economía Social en conjunto con la organización Horizontes Creativos.

De la sociedad:

- Vender los granos de cacao a un precio justo.
- Tener un espacio de recreación en donde las personas puedan reunirse, convivir y practicar el comercio justo.

Planteamiento del problema

¿Es rentable construir una cafetería que comercialice con comercio justo café y chocolate en la ciudad de Comalcalco, municipio de Comalcalco, contando con los conocimientos del cacao y su transformación para satisfacer las necesidades del promotor y de la sociedad?

1.8 Objetivo general estudio

Determinar la rentabilidad del proyecto de inversión de una cafetería en la ciudad de Comalcalco a través de un análisis técnico, estudio de mercado, análisis económico y socioeconómico.

1.9 Objetivos específicos

Del estudio Técnico

- Identificar la maquinaria y equipo necesarios para la apertura de la cafetería en Comalcalco.
- Depreciar la maquinaria y equipo a un plazo de cinco años de su vida útil.
- Identificar la estructura, personal, puestos y perfil de puestos necesarios para la cafetería en Comalcalco.
- Analizar la infraestructura e instalaciones con las que debe contar la cafetería.
- Examinar si el capital con el que cuenta la empresa es el suficiente o se necesita un financiamiento.
- Determinar la localización adecuada y las instalaciones de la cafetería.
- Contar con los requisitos y especificaciones de seguridad e higiene para la empresa.
- Determinar el costo y capacidad de producción del chocolate, café y demás productos que se vendan en el establecimiento.

Del estudio de Mercado

- Valorar el mercado potencial de cafeterías orgánicas y comercio justo.
- Evaluar el mercado real de cafeterías en la ciudad de Comalcalco, en términos de horario de consumo, gasto promedio, ubicación, tipo de servicio entre otros.
- Detectar hábitos de consumo sobre bebidas elaboradas a base de café y chocolate.
- Determinar el perfil de los consumidores meta.
- Identificar oportunidades para el establecimiento de cafeterías orgánicas y de comercio justo, en la ciudad de Comalcalco.
- Detectar información del macro entorno alrededor del municipio.

Del estudio Económico y Financiero

- Diagnosticar el presupuesto de inversión inicial, de gasto de operación, financiamiento.
- Realizar estados de resultados proforma y flujos netos de efectivo para ver la rentabilidad de la empresa.
- Determinar la rentabilidad financiera a través de los diferentes indicadores, TREMA, TIR, entre otras herramientas financieras.
- Calcular el punto de equilibrio y balance.
- El punto mínimo con el que debe operar la empresa.
- Determinar el periodo de recuperación de la inversión para ver en qué año se empiezan a generar utilidades propias de la empresa.

CAPÍTULO II.- ESTUDIO DE TÉCNICO DE PRODUCCIÓN

2.1 Especificaciones del producto

El café orgánico está libre de químicos y pesticidas. Se produce con un control de calidad muy riguroso y controlado. Se cultiva a través de una estrategia orientada a la obtención de café de calidad de la mano de la protección del medio ambiente, sin que se le agreguen químicos o insumos con pesticidas. Se rige por normas de producción y procesamiento, éstas son vigiladas mediante un proceso de certificación que garantiza al consumidor la adquisición de alimentos de calidad sin residuos químicos.

La cafetería será un establecimiento comercial que ofrece diversos productos a base de café y cacao, se ofertarán bebidas calientes, frías, postres y alimentos.

El propósito de establecer esta cafetería es crear un lugar de reunión para jóvenes y adultos manteniendo un concepto tradicional, pero a la vez innovador en sus procesos de elaboración de bebidas a base de café y chocolate y, que, además, practica el comercio justo.
Se requiere un local de al menos 30 m2 en la zona centro de la ciudad y que tenga un acceso fácil para los clientes. Los clientes podrán acceder a la cafetería y encontrarse con un establecimiento que no sólo ofrece bebidas y alimentos, sino que también, es un espacio donde las personas pueden pasar un buen tiempo recreándose.

La cafetería contará con espacios de lectura y espacios para jugar. Se contará con anaqueles en donde el cliente podrá encontrar libros (culturales, recreativos), revistas, periódicos, así como varios juegos de mesa para que en su visita pase un agradable momento.

Juegos de mesa:

- Ajedrez
- Damas chinas
- Damas
- Backgammon
- Jenga
- Dominó
- Uno

Esta cafetería además de ofrecer comodidad en la estancia, será un lugar para platicar, estudiar, relajarse e inclusive trabajar. La cafetería estará abierta de lunes a jueves de 9:00 hrs hasta las 20:00 hrs, y los fines de semana abrirán de 9:00 hrs a 22:00 hrs.
Los insumos principales serán cacao y café del grupo YoMolatel. La cafetería no sólo funcionará como un lugar de estancia, sino que también propone un servicio eficaz para toda persona que no tiene el tiempo suficiente para quedarse a disfrutar de su bebida o alimento.

El servicio de los fines de semana será distinto. En estos horarios las personas tienen más tiempo y prefieren sentarse a platicar y relajarse después de su día, por lo que se contará con personal que lleve las bebidas y alimentos a los clientes directo a su mesa.

2.2 Descripción del proceso

En los siguientes cuadros se presentan los procesos de producción de los principales productos que serán vendidos en la cafetería de Comalcalco, Tabasco. Cada uno acompañado de su flujo de bloques donde se aprecia el proceso paso por paso hasta el resultado del producto final. En primer lugar, está el estado inicial de los insumos y suministros, posteriormente se ve el proceso de producción por pasos, el capital humano y, por último, se describe el producto final, la presentación y la merma obtenida.
Se decidió ilustrar dichos procesos con flujos de bloque. Cada uno presenta paso por paso la elaboración del producto con sus temperaturas y tiempos de producción.

Elaboración de café americano a base de espresso con café orgánico.

Estado inicial	Proceso transformador	Producto final
INSUMOS -Granos de café -Agua caliente	**PROCESO** 1. Moler el grano del café. 2. Poner el grano molido en una medidora para hacer un café espresso. 3. Dar un golpe seco en la misma máquina que muele los granos. 4. Colocar un vaso de espresso al momento que empiece a salir el líquido de café. 5. Retirar los vasos de espresso para verterlos en una taza más grande. 6. Vaciar el agua caliente de la cafetera en la taza de espresso. **EQUIPO PRODUCTIVO** • Moledor de granos de café • Cafetera industrial • Vaso de espresso • Taza de café • Cafetera regular **ORGANIZACIÓN** Elemento humano: Barista	**BIENES FINALES** Café americano a base de espresso con café orgánico **SUBPRODUCTOS** **El precio que se cobrará por la bebida** **RESIDUOS O DESECHOS** Merma que no alcanzo a servirse en el vaso que contiene producto final. Polvo de granos de café molido.

Tabla 1. Elaboración propia.

Diagrama de bloques del café espresso

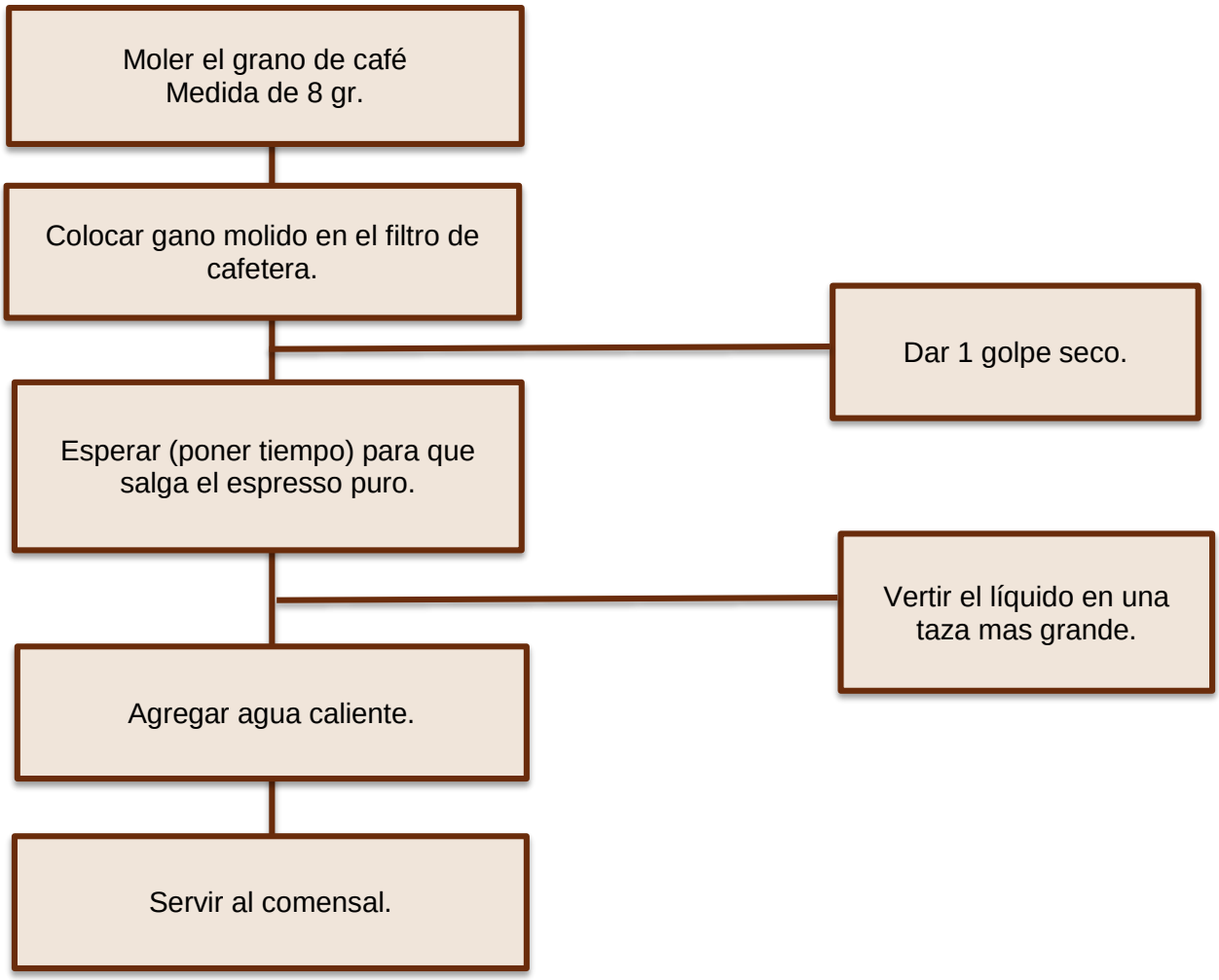


Figura 1. Elaboración propia.

Elaboración de un frappé de café con chocolate.

Estado inicial	Proceso transformador	Producto final
INSUMOS -Chocolate en forma líquida de cacaotales de Comalcalco (1 caballito) -Chocolate en polvo (5 gramos) -Hielo (2 tazas) -Azúcar (10 gramos) -Leche Evaporada (3/4 tazas) -Crema batida (1 taza) -Café espresso (1 taza)	**PROCESO** 1. Se verte en la licuadora el hielo, shots de café, azúcar y chocolate en polvo. 2. Licuar hasta obtener consistencia de café. 3. Vaciar el chocolate líquido en las paredes del vaso donde se servirá la bebida. 4. Verter la mezcla en el vaso. 5. Poner la crema batida al momento del servicio. **EQUIPO PRODUCTIVO** • Licuadora • Tazas medidoras • Vaso • Barra de producción **ORGANIZACIÓN** 1 Elemento humano: Barista	**BIENES FINALES** Frappé a base de chocolate de los cacaotales de Comalcalco, decorado con chocolate líquido y crema batida. Tamaño mediano, servido a una temperatura de 90°C **SUBPRODUCTOS** **El precio que se cobrará por la bebida** **RESIDUOS O DESECHOS** Merma que no alcanzo a servirse en el vaso que contiene producto final.

Tabla 2. Elaboración propia.

Diagrama de bloques del frappé de chocolate.

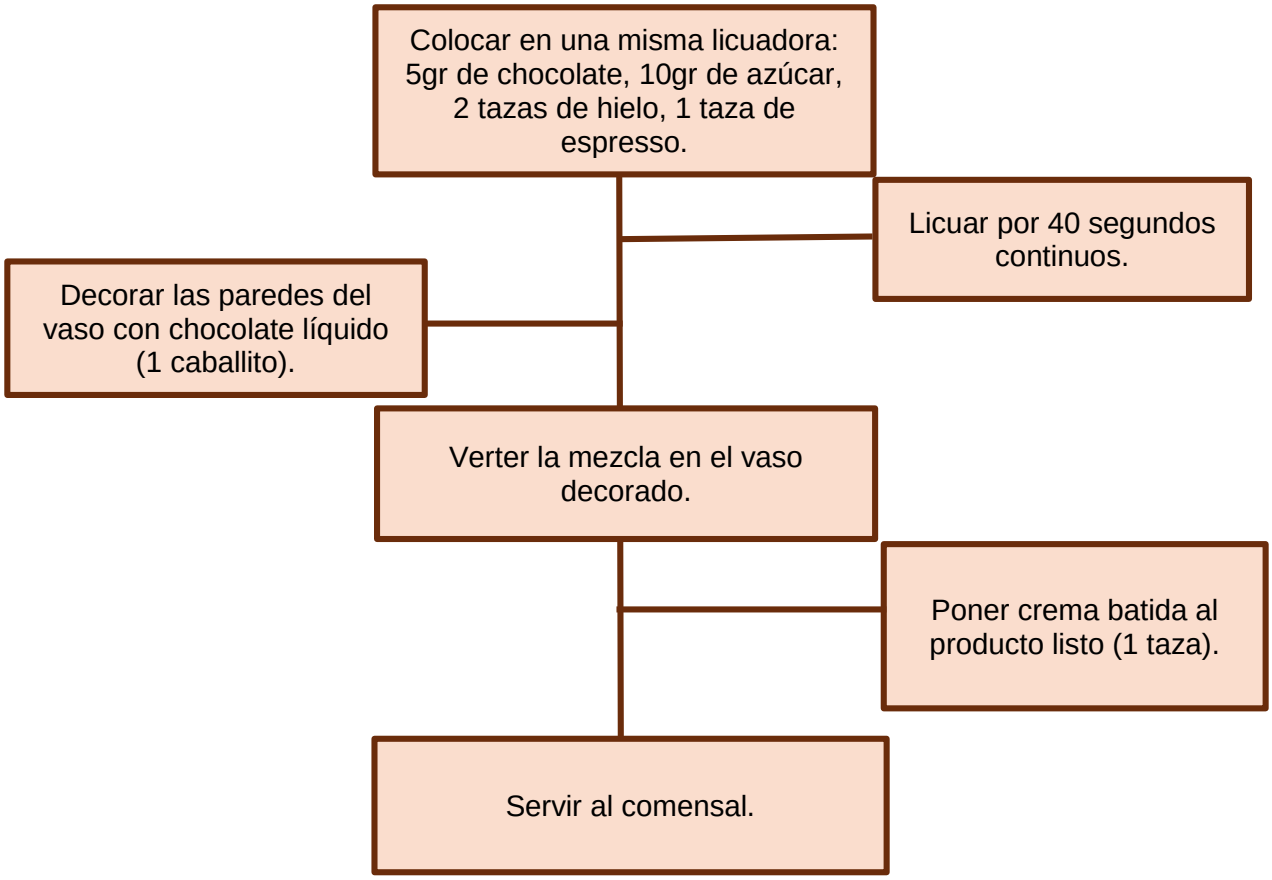


Figura 2. Elaboración propia.

Entrega al comensal de un cuernito.

Estado inicial	Proceso transformador	Producto final
INSUMOS -Cuernito frío	**PROCESO** 1. Tomar el cuernito frío del refrigerador. 2. Colocarlo en el microondas por 1 minuto. 3. Retirarlo del microondas para colocarlo en una plancha especializada y presionar por 30 segundos. 4. Retirarlo y colocarlo en un plato para servirlo. **EQUIPO PRODUCTIVO** • Refrigerador • Microondas • Plancha especializada de alimentos • Plato de presentación **ORGANIZACIÓN** Elemento humano: Barista	**BIENES FINALES** Cuernito Caliente **SUBPRODUCTOS RESIDUOS O DESECHOS** No se cuenta con ninguno

Tabla 3. Elaboración propia.

Diagrama de bloques del cuernito.

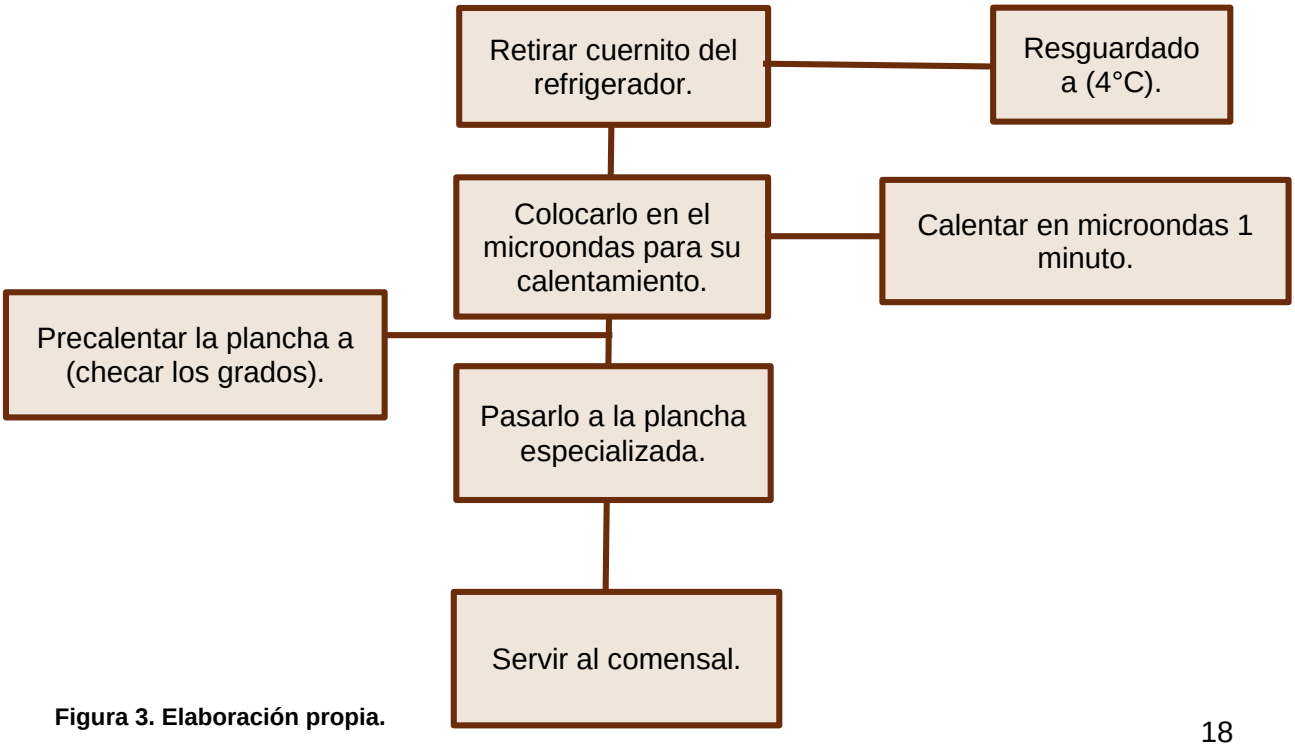


Figura 3. Elaboración propia.

2.3 Identificación de maquinaria y equipo

Para el proceso de molido y elaboración del café se recomienda la siguiente maquinaria:

Nombre y proveedor	Descripción	Qué incluye y precio	Imagen
Cafetera San Remo Modelo. Treviso. **Proveedor:** Etrusca	• Máquina de 1 grupo. • Bomba integrada. • Lanceta de vapor. • Llave de agua caliente. • 110V. • Excelente para preparar espresso, café americano y capuccinos. • Colores: Acero	**Incluye:** Molino Mac. Junior. Instalación. Capacitación. 1 Año de garantía. **Precio:** **$ 33, 524 MXN.**	

Tabla 4. Ver detalles en Anexo 1.

Para el proceso de molido y elaboración de chocolate se recomienda la siguiente maquinaria:

Nombre y proveedor	Descripción	Qué incluye y precio	Imagen
Molino de cacao o chocolate. **Proveedor:** Mercado Libre	• Molino con discos de piedra con motor de 1 hp 110 volts. • Tiene un rendimiento máximo de hasta 80 kg x hora. • Trae piedras de hasta 5". • Es súper movible ya que tiene como máximo 50 cm de alto x 40 cm de ancho. • Tiene buena presentación y es reforzado.	**Incluye:** Envío gratuito si la compra es mayor a $2,000 MXN en la zona de Villahermosa, Tabasco. **Precio:** **$ 6,500 MXN.**	

Tabla 5. Ver detalles en Anexo 1.

Para el proceso de elaboración de los Frappés se recomienda la siguiente maquinaria:

Nombre y proveedor	Descripción	Qué incluye y precio	Imagen
Licuadora Hamilton Beach modelo 450. **Proveedor:** Etrusca	• 1 Hp de fuerza. • 110 volts. • Programas de tiempo definidos y dos velocidades.	**Incluye:** N/A **Precio:** **$ 8, 689.42 MXN** Nota: el precio cotizado de la licuadora esta en dólares, el precio en pesos se calculó al tipo de cambio del 17-feb-2016.	

Tabla 6. Ver detalles en Anexo 1.

Para llevar un control sobre las ventas se recomienda la compra de una caja registradora y una computadora. Además de la compra de un software para la computadora, que llevara el control de las ventas por producto, ventas del día y orden en las comandas.

Nombre y proveedor	Descripción	Qué incluye y precio	Imagen
Caja registradora: Cash Register Drawer **Proveedor:** Mercado libre	• Black color • 24VDC RJ11 interface • La gaveta se abre después de cada impresión de recibo. • Bandeja removible de billetes y monedas • Llaves incluidas. • Compatible con Windows 9x, NT, 2000, ME, XP, Vista, 7, 8, Linux, DOS	**Incluye:** Envío **Precio total:** **$1,398 MXN.**	
Computadora: Computadora de Escritorio Acer AZ1-601 **Proveedor:** Walmart	• Pantalla de 18.5 pulgadas con calidad de resolución HD. • Disco duro 500GB. • Memoria RAM 2GB. • Procesador Intel Celeron N2840. • Sistema operativo Windows 8.1.	**Incluye:** N/A **Precio total:** **$5,199 MXN.**	

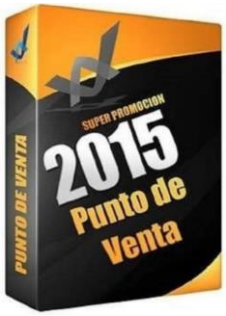
Software: Itpv Punto De Venta Para Restaurante, Cafetería, etc. **Proveedor:** Mercado libre	• Programa con punto de venta, inventarios, manejo de personal y clientes. • Cortes de caja. • Costeo de recetas y control de insumos. • Facturación. • Compatible con Windows XP, Vista, 7, 8, 8.1 y 10.	**Incluye:** Envío, asesoría y garantía. **Precio total:** **$650 MXN.**	

Tabla 7. Ver detalles en Anexo 1.

Para mantener a temperatura la leche y otros productos que requieran refrigeración se recomienda el siguiente equipo:

Nombre y proveedor	Descripción	Qué incluye y precio	Imagen
Vitrina Refrigerada Mod. Nr-rtw100l. **Proveedor:** Mercado Libre	• Vitrina refrigerada de cristal curva. • Máxima exhibición en espacios reducidos. • Capacidad de 100 lt./3.5 ft3. • Temperatura de refrigeración 0 a 12 °C. • Peso 45kg. • Medidas 682 X 450 X 674 MM.	**Incluye:** Garantía. **Precio total:** **$13, 690 MXN.**	
Refrigerador Vertical de 17” - Mod. ARM-17 **Proveedor:** Coffee Solutions	• Refrigerador vertical de 17” mca. • Lamina de acero pre pintada en color blanco. • Piso interior en acero inoxidable. • Puerta con doble cristal y dispositivo automático de cierre. • Sistema de refrigeración con gas ecológico r-134ª. • Temperatura de trabajo de 0 a 5ºc en ambiente externo de 32ºc.	**Incluye:** N/A **Precio total:** **$12, 426 MXN.**	

Tabla 8. Ver detalles en Anexo 1.

Para mobiliario sugerimos lo siguiente de acuerdo al espacio destinado para la cafetería:

Nombre y proveedor	Descripción	Qué incluye y precio	Imagen
Italian sillones lounge **Proveedor:** Moblibar	• Medidas 76x65x65 cm. • Color: café. • Tipo de vestidura: vinil, pero se tapiza al gusto del cliente • Cotizado en vinil otra tela costo extra.	**Incluye:** Garantía. **Precio total:** **$1,208.25**	
Mesa imob **Proveedor:** Moblibar	Medidas 50x80x80 cm. Color: metal. Tipo: vinil.	**Incluye:** Garantía. **Precio total:** **$467.19**	
Silla Para Escritorio Ergonómica **Proveedor:** Mercado libre	Color negro. Tipo de vestidura: tela. Envío gratuito.	**Precio total:** **$1,399**	
Florencia Pack (80 X 80) Sillas y mesas. **Proveedor:** Moblibar	• Paquete de 4 sillas y 1 mesa. • Mesa de 80 x 80 cms y 75 cms de altura. • Cubierta de melamina/PVC 16mm. • Sillas de madera de pino estufado selecto. • Cotizado en vinil otra tela costo extra.	**Incluye:** Garantía. **Precio total:** **$3,674.77**	

Tabla 9. Ver detalles en Anexo 1.

Para el espacio recreativo, en donde se encontrarán los juegos de mesa, libros y revistas se recomienda el siguiente mobiliario:

Nombre y proveedor	Descripción	Qué incluye y precio	Imagen
Librero Woods (Libreros modernos). **Proveedor:** Moblibar	• Moderno librero fabricado en madera y barnizado en poliuretano. • Medidas: 120x50x17 cms.	**Incluye:** Garantía. **Precio total:** **$3,141.45**	
Revistero sencillo para pared. **Proveedor:** Moblibar	• Fabricado en madera de pino de primera estufada y MDF. • Medidas: 180x40x12 cms.	**Incluye:** Garantía. **Precio total:** **$2174.85**	
Estantería **Proveedor:** Mercado libre	• Estantería blanca de cuatro niveles. • Material: metal.	**Incluye:** Garantía. **Precio total:** **$390**	
Escritorio de Trabajo Clare Transparente MDF/Vidrio **Proveedor:** OfficeMax	Escritorio de vidrio con base metálica. Color: plata.	**Incluye:** Garantía. **Precio total:** **$1,398**	
Archivero Metalico Hirsh Mob-02 **Proveedor:** Mercado libre	Archivero metálico color blanco. Cuenta con cuatro cajones y uno con llave.	**Incluye:** Envío gratuito **Precio total:** **$1,200**	
Microondas 0.7' Plata **Proveedor:** Home Depot	Microondas con controles de cocinar. Color plata. 9 niveles de potencia. 700 w. 5 funciones preestablecidas. Temporizador. Medidas: Alto 26.2 cm x Ancho 45.2 cm x Fondo 31.9 cm.	**Incluye:** Garantía de un año **Precio total:** **$999**	

Tabla 10. Ver detalles en Anexo 1.

2.4 Presupuesto de maquinaria y equipo

"*El presupuesto de maquinaria y equipo incluye todos los egresos por adquisición de maquinaria y/o equipo, y las de accesorios y aditamentos que se unan o complementen en la unidad principal*." (Martner, 1981)

A continuación, se enlista la maquinaria y el equipo considerados necesarios para la apertura de la cafetería, se desglosa la cantidad requerida de cada máquina, el precio unitario y el importe total de cada pieza. Al final se tiene una inversión en maquinaria y equipo de $125,687, esta cantidad es necesaria para la elaboración del presupuesto de inversión inicial de la empresa.

Concepto	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Importe
Cafetera	Máquina	1	$33,524	$33,524
Molino	Máquina	1	$6,500	$6,500
Licuadora	Máquina	2	$8,689	$17,379
Caja registradora	Máquina	1	$1,398	$1,398
Computadora de escritorio	Pieza	1	$5,199	$5,199
Software	Programa	1	$650	$650
Vitrina refrigerada	Máquina	1	$13,690	$13,690
Refrigerador	Máquina	1	$12,426	$12,426
Italian sillones lounge	Pieza	6	$1,208	$7,250
Mesa imob	Pieza	6	$467	$2,803
Silla para escritorio ergonómica	Pieza	1	$1,399	$1,399
Sillas y mesas Florencia pack	Paquete	3	$3,675	$11,024
Librero	Pieza	2	$3,141	$6,283
Revistero	Pieza	1	$2,175	$2,175
Estantería	Pieza	1	$390	$390
Escritorio	Pieza	1	$1,398	$1,398
Archivero	Pieza	1	$1,200	$1,200
Microondas	Pieza	1	$999	$999
Total				**$ 125,687**

Tabla 11. Elaboración propia.

2.5 Depreciación de maquinaria y equipo

La información referente a este capítulo se encuentra en las siguientes tablas, los elementos para su elaboración fueron: unidad, cantidad, precio unitario, importe, porcentaje de depreciación fundamentado en la ley del ISR en el artículo 34 fracción III y VII y artículo 35 fracción X, años de depreciación, depreciación anual (del año uno al cinco), valor en libros de cada maquinaria que será parte de la cafetería y el valor de rescate después de cinco años de vida de la máquina.

Depreciación de maquinaria y equipo

	UNIDAD	CANTIDAD	P.U	IMPORTE	% DE DEP.	AÑOS DE DEP.	DEP. ANUAL	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	VALOR EN LIBROS AL AÑO 5	VALOR DE RESCATE EN LIBROS
Cafetera	Máquina	1	$33,524	$33,524	20%	5	$6,705	$6,705	$6,705	$6,705	$6,705	$6,705	-	$17,000
Molino	Máquina	1	$6,500	$6,500	20%	5	$1,300	$1,300	$1,300	$1,300	$1,300	$1,300	-	$1,800
Licuadora	Máquina	2	$8,689	$17,379	20%	5	$3,476	$3,476	$3,476	$3,476	$3,476	$3,476	-	$1,965
Caja registradora	Máquina	1	$1,398	$1,398	20%	5	$280	$280	$280	$280	$280	$280	-	$350
Computadora de escritorio	Pieza	1	$5,199	$5,199	30%	3	$1560	$1560	$1560	$1560			-	$1,800
Software	Programa	1	$650	$650	10%	10	$65	$65	$65	$65	$65	$65	$325	
Vitrina refrigerada	Máquina	1	$13,690	$13,690	20%	5	$2,738	$2,738	$2,738	$2,738	$2,738	$2,738	-	$3,500
Refrigerador	Máquina	1	$12,426	$12,426	20%	5	$2,485	$2,485	$2,485	$2,485	$2,485	$2,485	-	$2,800
Italian sillones lounge	Pieza	6	$1,208	$7,250	10%	10	$725	$725	$725	$725	$725	$725	$3,625	$500
Mesa imob	Pieza	6	$467	$2,803	10%	10	$280	$280	$ 280	$280	$280	$280	$1,402	$200
Sillas y mesas Florencia pack	Paquete	3	$3,675	$11,024	10%	10	$1,102	$1,102	$1,102	$1,102	$1,102	$1,102	$5,512	$1,200
Librero	Pieza	2	$3,141	$6,283	10%	10	$628	$628	$628	$628	$628	$628	$3,141	$950
Revistero	Pieza	1	$2,175	$2,175	10%	10	$217	$217	$217	$217	$217	$217	$1,087	$350
Silla ergonómica	Pieza	1	$1,399	$1,399	10%	10	$140	$140	$140	$140	$140	$140	$700	$200
Estantería	Pieza	1	$390	$390	10%	10	$39	$39	$39	$39	$39	$39	$195	$190
Escritorio	Pieza	1	$1,398	$1,398	10%	10	$140	$140	$140	$140	$140	$140	$699	$480
Archivero	Pieza	1	$1,200	$1,200	10%	10	$120	$120	$120	$120	$120	$120	$600	$360
Microondas	Pieza	1	$999	$999	20%	5	$200	$200	$200	$200	$200	$200	-	500

Tabla 12. Elaboración propia.

2.6 Descripción de Instalaciones

Memoria de Cálculo

Las áreas con las que debe contar la empresa se anuncian a continuación.

- Sanitario
- Oficina administrativa
- Almacén
- Producción

El local mide 33m². 6 metros de largo y 5.62 de ancho. Cuenta con un baño y servicios de luz y agua incluidos en el precio de renta.

- **Almacén:** en el espacio designado al almacén se colocará una estantería en donde se pondrán las leches, la cocoa, los granos de café, y los insumos como envases, tapaderas y los agitadores. Medidas del almacén 1.9m x 1m.
- **Producción:** se tomó en cuenta el tamaño físico de todos los equipos. Medidas del área de producción: 3.22m x 1.9m.
- **Sanitarios:** se decide instalar un sanitario mixto, debido al espacio del local, el cual cuenta con un sanitario y un lavabo. El sanitario tiene ventana. Medidas del sanitario: 1.9m por 1.4m.
- **Oficina:** la oficina se sitúa dentro del almacén. La cual contiene un escritorio, una silla ergonómica y un archivero con llave. Medidas de la oficina 1m x 1m. Si se cuentan con otras oficinas para la administración, el espacio sería completo para el almacén.
- **Lectura y consumo:** son los espacios donde se encontrarán los estantes con libros y el revistero para que los clientes puedan tomarlos mientras disfrutan de su café, así como las mesas y sillones tipo lounge. Medidas de: 5.62m x 4.1m.

Instalaciones:

La entrada al local se encuentra ubicada de lado izquierdo del layout y de lado derecho se cuenta con un ventanal, las medidas de cada una son de 1.5m².
La cafetería contará con siete lugares para sentarse.

- 3 mesas: con cuatro sillas.
- 4 mesas tipo lounge con dos sillones lounge cada uno.

A continuación, se presenta un layout del local de 33 metros cuadrados que se eligió en base a los factores de la Tabla 15. En la Figura 4, se muestra el local ordenado con las mesas necesarias para atender a un total de 20 personas. Se observa el acomodo armonioso de las mesas en relación con la barra y las maquinarias. El estilo del local va acorde al aspecto cultural del municipio de Comalcalco, así como el nombre. Tiene un baño mixto para que los comensales lo usen, un almacén donde se podrán guardar las materias primas no transformadas y ahí se realizará el inventario cada que corresponde.

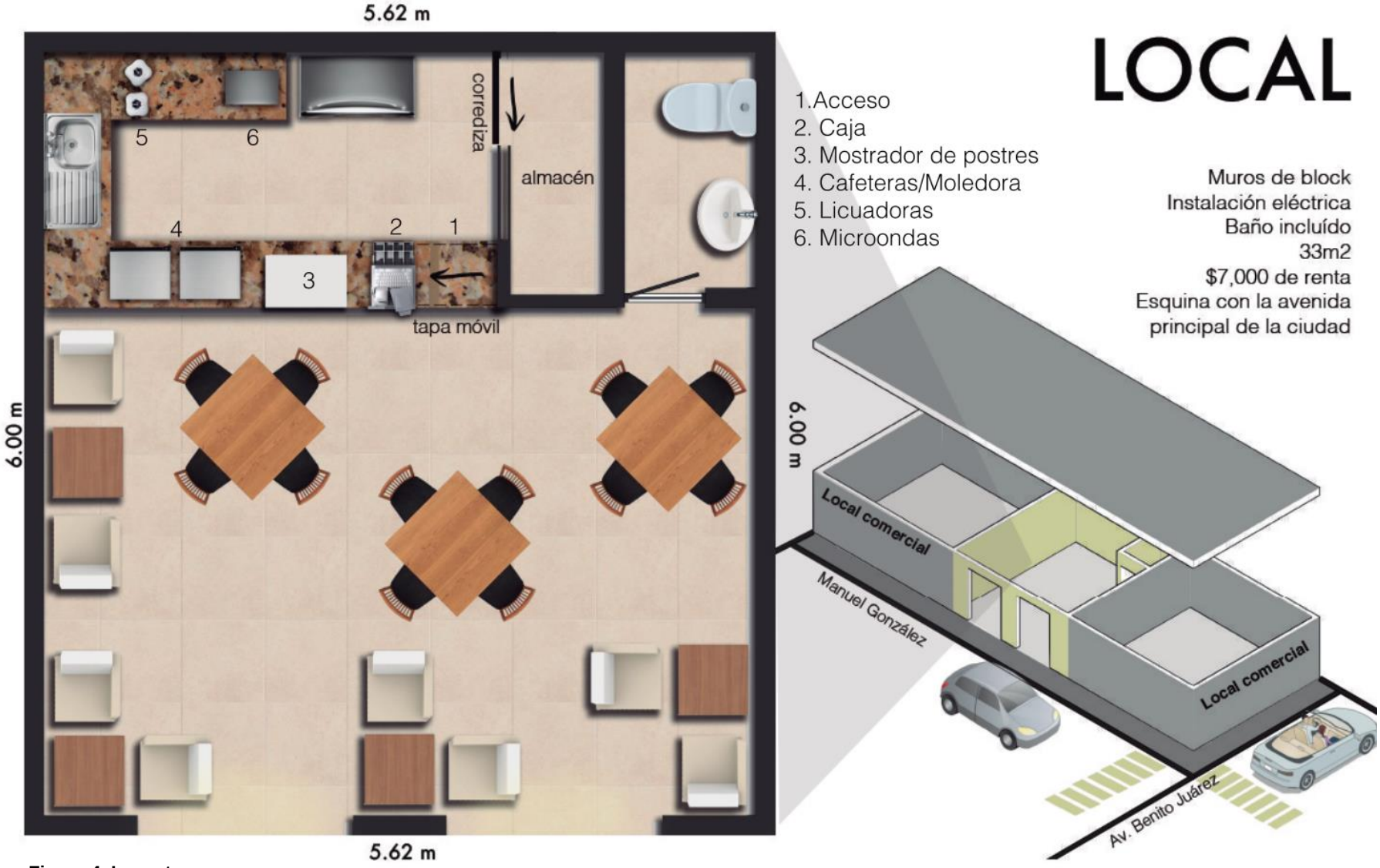


Figura 4. Layout.

2.7 Diseño de planta y oficinas

Figura 5. Oficinas.

Medidas del almacén: 1x1.9m² Debido a la falta de recursos económicos destinados para la renta de un local más grande, las oficinas están instaladas en el almacén donde se guardan las materias primas que están en el inventario. Dentro de este espacio hay un escritorio para el uso del gerente general, además de un archivero para guardar todos los documentos que se vayan presentando. El espacio está propuesto para que el gerente general pueda realizar todas las actividades y lleve la cafetería en óptimas condiciones.

2.8 Recursos Humanos

Debido al presupuesto y a que la propuesta es de una micro empresa la cafetería contará con poco personal.

El gerente general se encargará de realizar la contabilidad, administración y de desarrollar estrategias de maximización de recursos de la cafetería, se considera una sola persona para el puesto.

El área de operación lo integran dos elementos: actividades de baristas y de meseros. Operación, como su nombre lo dice, son quienes realizan la actividad de servir y elaborar los productos que serán parte del menú de la cafetería. El primer elemento es el barista, esta persona estará capacitada en la elaboración de todas las bebidas del menú, con diferentes estilos y en tiempo óptimo; el segundo son los meseros, que se encargarán de llevar el pedido a la mesa del cliente.
La otra área es ventas o caja, la persona encargada de recibir todos los ingresos que se consigan por los productos y de llevar un registro y control diario.

2.8.1 Organigrama

Un organigrama es la representación de la disposición de los “centros de responsabilidad” (gerencias, direcciones departamentos, secciones, oficinas) que configuran el organismo y la relación que mantienen entre sí, determina la estructura organizativa. El organigrama brinda una imagen del “esqueleto” de la organización, los niveles jerárquicos y las relaciones que se producen entre ellos, además permite representar las diferentes clases de autoridad de la organización. (Barquero Corrales, 2005).

Como se mencionó, una de las características principales de una micro empresa como se propone en este proyecto, es que cuenta con poco personal. Algunos puestos que aparecen dentro del organigrama de la Figura 6 son multifuncionales, es decir, una sola persona los ejerce.

A continuación, se presenta el organigrama propuesto para la cafetería:

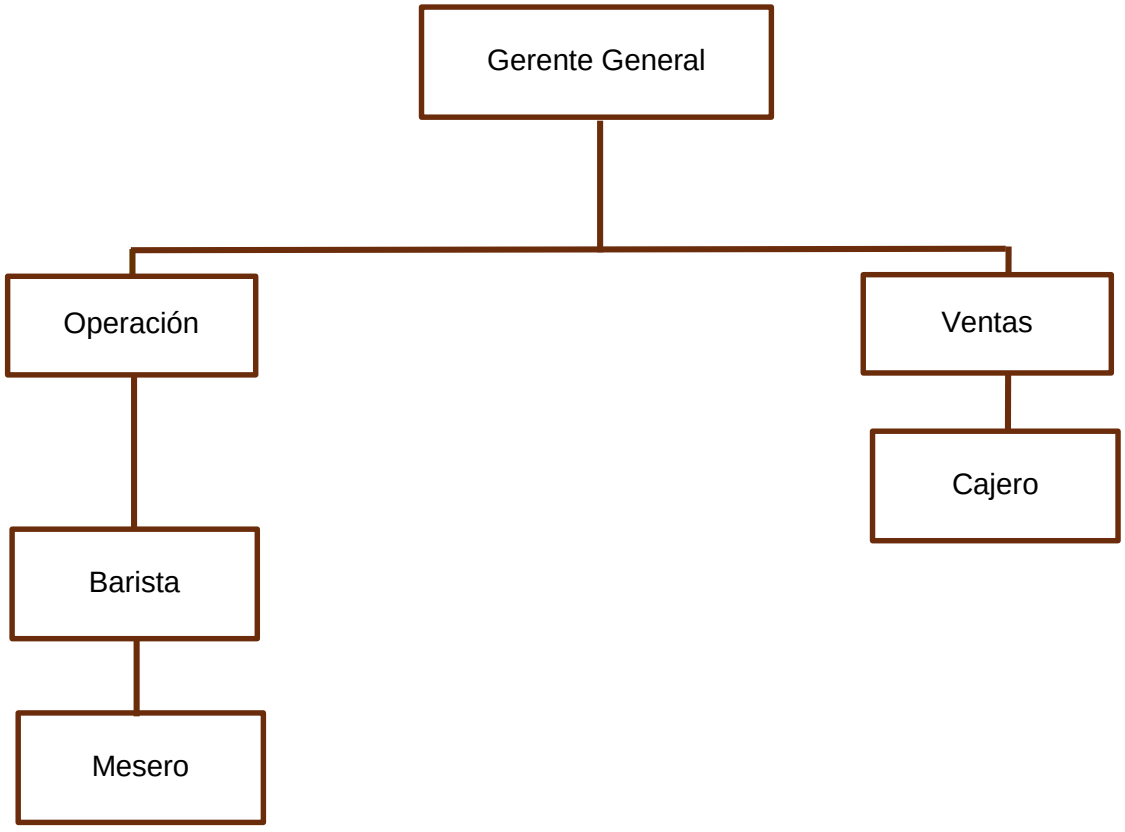


Figura 6. Elaboración propia.

2.8.2 Análisis y descripción de puestos

El análisis y la descripción de puesto *"es un proceso sistemático de estudio que permite concretar y reflejar documentalmente la naturaleza, contenido y alcance de cada posición funcional de la organización".* (Coopers y Lybrand, 1996).

La descripción y el perfil de puestos presentados a continuación muestran las características solicitadas para contratación del personal propuesto para el proyecto. En la descripción de puesto se desarrollan sus funciones generales y las funciones específicas de cada puesto de trabajo, el perfil de puestos engloba los requisitos, habilidades y características mínimas con los que el solicitante deberá cumplir para ser contratado.

PUESTO: GERENTE GENERAL
DESCRIPCIÓN DE PUESTO

Funciones generales:

- Generar mayor volumen de ingresos, manteniendo la calidad y el servicio.
- Dirigir, supervisar y controlar la operación del establecimiento.
- Mantener en óptimas condiciones las instalaciones, mobiliario y equipo existente.
- Dirigir, supervisar, controlar y capacitar al personal a su cargo.
- Implementar las estrategias y lineamientos establecidos por la Dirección General.
- Llevar la contabilidad del local.

Funciones específicas:

- Reclutamiento de personal.
- Cumplir y hacer cumplir el reglamento interno de trabajo.
- Supervisar el inicio diario de operaciones y generar los reportes necesarios.
- Proveer al personal y áreas de lo necesario para desarrollar sus funciones.
- Garantizar que el personal mantenga la excelencia en la atención al cliente.
- Controlar y supervisar cotizaciones, compras y pago a proveedores.
- Supervisar el buen estado de las instalaciones y mobiliario existente.
- Supervisar el cierre diario de operaciones y generar los reportes necesarios.
- Asignar permisos y descansos, de acuerdo a operación y lineamientos establecidos.

PERFIL DE PUESTOS:

Especificaciones:
Grado Académico:

Licenciatura en Administración de Empresas o Contabilidad.

Conocimientos:

- Dirección, supervisión y control en el área administrativa y de operación.

- Reclutamiento, selección de personal y contratación e inducción.
- Manejo de equipo de cómputo y software administrativo.
- Conocimientos en el área contable.

Experiencia:

- Dos años mínimos de experiencia en el puesto o similares en el sector alimenticio de preferencia.

Subordinados:

- Empleados del área de producción del café, mesero y cajero.

Género: Indistinto.
Edad: 30 a 40 años.
Estado Civil: Indistinto.
Capacidades y habilidades:

- Liderazgo.
- Trabajo en equipo.
- Dirección.
- Supervisión.
- Responsabilidad.
- Organización.
- Comunicación.
- Honestidad.

PUESTO: BARISTA
DESCRIPCIÓN DE PUESTO:
Producción de las bebidas y servicio al cliente.

Funciones generales:

- Desarrollo de producción de las bebidas.

Funciones específicas:

- Elaborar los productos conforme a lo establecido por la empresa.
- Brindar rapidez y servicio a los consumidores.
- Agilidad en el manejo de la maquinaria.
- Mantener su área de trabajo en orden.
- Mantener comunicación con el cajero para hacer más ágil el trabajo.
- Generar tarjetas de almacén al cabo del día.
- Mantener limpia su área de trabajo.

PERFIL DE PUESTOS:

Especificaciones:
Grado Académico:
Preparatoria o pasante de universidad.
Conocimientos:

- Facilidad de desarrollar y aprender del uso y manejo de la maquinaria para hacer el café, habilidades técnicas y manuales.

Experiencia:

- No se necesita mucha experiencia sino desarrollar habilidades técnicas que permiten el crecimiento en el puesto.

Subordinados:

- No aplica

Género: Indistinto.
Edad: 20 a 28 años.
Estado Civil: Indistinto.
Capacidades y habilidades:

- Trabajo en equipo.
- Responsabilidad.
- Organización.
- Honestidad.
- Agilidad.
- Comunicación.

PUESTO: MESERO
DESCRIPCIÓN DE PUESTO
Brindar el mejor servicio y atención a los clientes.
Funciones generales:

- Dar un buen servicio al cliente

Funciones específicas:

- Llevar el menú a los consumidores.
- Tomar la orden.
- Dar el mejor servicio y atención al cliente llevándole las bebidas con rapidez.
- Mantener el área de trabajo limpia.
- Encargarse de la limpieza de la cafetería al terminar el turno de la noche.

PERFIL DE PUESTOS:

Especificaciones:

Se debe contar con una excelente higiene dentro del área de trabajo.

Grado Académico: Secundaria o preparatoria.
Conocimientos:

- Habilidad de servicio y atención.

Experiencia:

- Haber laborado como mesero en otras empresas.
- Carta de recomendación de por lo menos una empresa más.

Subordinados: NO APLICA
Género: Indistinto.
Edad: 20 a 30 años.
Estado Civil: Indistinto.
Capacidades y habilidades:

- Comunicación.

- Trabajo en equipo.
- Responsabilidad.
- Organización.
- Agilidad
- Simpatía

PUESTO: CAJERO
DESCRIPCIÓN DE PUESTO:
Desarrollar las actividades de cobranza de la empresa.
Funciones generales:

- Realizar la actividad de cobranza en la cafetería.
- Salvaguardar el dinero en efectivo.

Funciones específicas:

- Cobrar la venta de los productos.
- Realizar arqueos de caja.
- Hacer tarjetas de almacén.
- Realizar inventarios.

PERFIL DE PUESTOS:
Especificaciones:
Conocimientos:

- Conocimientos básicos en contabilidad.
- Uso de software de contabilidad.
- Arqueos de caja.

Experiencia:

- Haber laborado como cajero en alguna empresa

Subordinados: Baristas.

Grado académico: Preparatoria
Género: Indistinto.
Edad: 20 a 30 años.
Estado Civil: Indistinto.
Capacidades y habilidades:

- Trabajo en equipo.
- Responsabilidad.
- Organización.

2.8.3 Presupuesto de personal

Para el trabajo en la cafetería se propone contar con:

- Un gerente general, el cual se encargue de los aspectos administrativos y contables del lugar.
- Dos baristas, uno en cada turno.

- Dos cajeros, uno en cada turno.
- Tres meseros, en el turno de la mañana trabajará sólo un mesero porque en el día las personas prefieren comprar su café para llevar y en la tarde ya que salen de trabajar pueden pasar un tiempo más prolongado en la cafetería, es por esto que se decidió establecer a dos meseros en el turno de la tarde.

Los sueldos del barista, cajero y meseros se obtuvieron mediante el sitio web de gobierno Conasami el cual se publica cada año, el sueldo del gerente general se obtuvo mediante el sitio web misalario.com. Las prestaciones de ley de 35%[2] sobre el sueldo mensuales se obtuvieron de la Ley de Trabajo en los artículos 76, 80 y 87.

Personal	Sueldo Mensual	Prestaciones 35%	Sueldo Mensual con prestaciones	Cantidad de empleados	Importe anual de sueldos
Gerente General	$6,000	$2,100	$8,100	1	$97,200
Barista	$3,100	$1,085	$4,185	2	$100,440
Cajero	$3,400	$1,190	$4,590	2	$110,160
Mesero	$2,800	$980	$3,780	3	$136,080
Total					**$443,880**

Tabla 13. Elaboración propia

2.8.4 Requisitos y especificaciones reglamentarias de seguridad e higiene

La cafetería deberá cumplir con las siguientes normas y requisitos para el proceso de elaboración de sus productos.

NORMA OFICIAL MEXICANA NOM-001-STPS-1999, Edificios, Locales, Instalaciones y Áreas en los Centros de Trabajo-Condiciones de Seguridad e Higiene: establece las condiciones de seguridad e higiene que deben tener los edificios, locales, instalaciones, y áreas en los centros de trabajo, para su funcionamiento y conservación y para evitar riesgos a los trabajadores.

NORMA OFICIAL MEXICANA. NOM 012-SSA1-1993. "Requisitos Sanitarios que deben cumplir los Sistemas de Abastecimiento de Agua para Uso y Consumo Humano Públicos y Privados: establece los requisitos sanitarios que deben cumplir los sistemas de abastecimiento de agua para uso y consumo humano públicos y privados para preservar su calidad.

[2] El 35% que está aplicado al sueldo mensual incluye las prestaciones que se deben cumplir ante la ley y son seis días de vacaciones, aguinaldo de 15 días de salario y prima vacacional del 25%.

NORMA OFICIAL MEXICANA NOM-186-SSA1/SCFI-2002, Productos y servicios. Cacao, productos y derivados de Cacao. II Chocolate. III Derivados. Especificaciones sanitarias. Denominación comercial: establece las especificaciones sanitarias que debe cumplir el cacao, productos y derivados, así como los productos elaborados con ingredientes, procedimientos o aspecto semejante.

NORMA OFICIAL MEXICANA NOM-169-SCFI-2007, Café Chiapas-Especificaciones y métodos de prueba: establece las características, especificaciones y métodos de prueba que debe cumplir el Café Chiapas, que se produce en la zona protegida por la Denominación de Origen expedida para tal efecto.

NORMA OFICIAL MEXICANA NOM-120-SSA1-1994, Bienes y Servicios. Prácticas de Higiene y Sanidad Para El Proceso de Alimentos, Bebidas No Alcohólicas y Alcohólicas. Incluye requisitos necesarios para ser aplicados en los establecimientos dedicados a la obtención, elaboración, fabricación, mezclado, acondicionamiento, envasado, conservación, almacenamiento, distribución, manipulación y transporte de alimentos y bebidas, así como de sus materias primas y aditivos, a fin de reducir los riesgos para la salud de la población consumidora.

NORMA OFICIAL MEXICANA NOM-093-SSA1-1994, Bienes y Servicios. Prácticas de Higiene y Sanidad en la Preparación de Alimentos que se Ofrecen en Establecimientos Fijos: tiene como propósito asegurar que todos los alimentos que se preparen y ofrezcan en los establecimientos fijos lleguen al consumidor de manera inocua.

NORMA OFICIAL MEXICANA NOM-251-SSA1-2009, Prácticas de Higiene para el Proceso de Alimentos, Bebidas o Suplementos Alimenticios. Establece los requisitos mínimos de buenas prácticas de higiene que deben observarse en el proceso de alimentos, bebidas o suplementos alimenticios y sus materias primas a fin de evitar su contaminación a lo largo de su proceso.
NORMA MEXICANA NMX-F605 NORMEX 2004: establece las disposiciones de buenas prácticas de higiene y sanidad que deben cumplir los prestadores de servicios de alimentos y bebidas para garantizar la inocuidad alimentaria y obtener el Distintivo H.
Distintivo H: reconocimiento que otorgan la Secretaría de Turismo y la Secretaría de Salud, a aquellos establecimientos fijos de alimentos y bebidas: por cumplir con los estándares de higiene que marca la Norma Mexicana NMX-F605 NORMEX 2004. **Costo: $ 30,000.**

Este distintivo se buscará implementar cuando la cafetería ya genere utilidades debido a que es un costo muy elevado por el momento y no es obligatorio tenerlo para poder operar.

Señalética de seguridad e higiene:

LETRERO	SIGNIFICADO	COSTO DE IMPLEMENTACIÓN
	No se permite fumar en la cafetería, debido al espacio y a que es agente contaminante en la preparación de los alimentos.	Letrero no fumar: $21.49
	Uso de guantes al manipular los utensilios calientes.	Guantes: $289
	El uso del extintor en caso de incendio.	Extintor: $1279 Letrero Extintor: $105
	Se coloca para identificar el botiquín de primeros auxilios.	Letrero de primeros auxilios: $45.90 Botiquín de primeros auxilios: $230
	Se indica la salida de emergencia.	Letrero salida de emergencia: $37.50
	Se utiliza cuando se manipulan y reciben bebidas calientes.	Letrero cuidado caliente: $71.50
	Indica que los baños de un establecimiento son mixtos.	Letrero baños mixtos: $32
Tabla 14. Elaboración propia. Ver detalles en Anexo 2.		**Total: $ 2111**

2.8 Análisis de localización del proyecto

Para determinar la localización óptima de proyecto se realizó una tabla que involucra cinco factores relevantes (precio, ubicación, tamaño, tiendas alrededor y servicios incluidos). A cada factor se le asignó un peso según se importancia para el posicionamiento adecuado del establecimiento.
Se tomaron en cuenta tres locales comerciales en renta y se valoró lo que cada uno tenía y cuál favorecía más según los factores escogidos.

			Valor de referencia			Calificación			Calificación ponderada		
Factor relevante	**Peso asignado**	**Unidad**	**Local A**	**Local B**	**Local C**	**Local A**	**Local B**	**Local C**	**Local A**	**Local B**	**Local C**
Precio del local	0.30	Pesos mexicanos	7,000	17,000	20,000	7.0	8.0	9.0	2.1	2.4	2.7
Ubicación	0.25	Metros	500	200	2,500	8.0	6.0	7.0	2.0	1.5	1.75
Tamaño	0.20	Metros cuadrados	33	168	1,000	9.0	8.0	7.0	1.8	1.6	1.4
Tiendas alrededor	0.10	Servicios	10	10	1	9.0	5.0	9.0	0.9	0.5	0.9
Servicios incluidos	0.15	Servicios	2	2	1	10.0	9.0	8.0	1.5	1.35	1.2
Suma	**1.00**								**8.3**	**7.35**	**7.95**

Tabla 15. Elaboración propia.

Local A 33 $m^{2.}$ Ubicado en la principal calle Benito Juárez García. $ 7,000.

Local B 168m^2 · MX$ 101.19/m^2. Ubicado en la calle lerdo en el corazón de la ciudad de Comalcalco**,** justo detrás de la principal calle Juárez. $17,000.

Local C Ubicada en la calle Mariano Abasolo, Comalcalco Tabasco. Medidas 10 x 30 mts², con demasía. Cuenta con todos los servicios públicos. $30,000.

Valores de referencia en relación a cada factor

- **Precio del local:** Este factor se mide con pesos mexicanos, por lo que los resultados de esta evaluación deben ser: a menor precio, mejor para la realización del proyecto.
- **Ubicación:** Este factor se mide con metros y la cercanía al centro de la ciudad, por lo que los resultados de esta evaluación deben ser: a mayor cantidad de metros cuadrados, mejor para la realización del proyecto.
- **Tamaño:** Este factor se mide en los metros cuadrados que tendrá el local, por lo que los resultados de esta evaluación deben ser: a mayor número metros cuadrados en el local, mejor para la realización del proyecto.
- **Tiendas alrededor:** este factor se mide con los servicios que ofrecen las tiendas alrededor de donde se colocará el local de cafetería, por lo que los resultados de la evaluación deben ser: a mayor número de tiendas alrededor, mejor para la realización del proyecto.
- **Servicios incluidos en la renta:** este factor se mide con los servicios que ya están incluidos al momento de realizar la renta del local donde se colocará la cafetería, por lo que los resultados de la evaluación deben ser: a mayores servicios incluidos en la renta, mejor para la realización del proyecto.

Factor de Referencia

Precio del Local:

Con un peso 0.30 dentro de la tabla, lo consideramos el factor más importante para elegir la ubicación del local que será destinado a la cafetería. De acuerdo con la información proporcionada de Horizontes Creativos, no cuentan con el capital para poder rentar un espacio demasiado grande, al mismo tiempo, no es algo conveniente pensando que es la primera vez que se abre y explora un mercado de cafetería que ofrece productos orgánicos en la ciudad de Comalcalco, Tabasco. Viéndolo en una perspectiva de largo plazo, cuando la cafetería genere las utilidades correspondientes, podrán considerar rentar un local más grande o ampliar el actual, haciendo que el precio deje de ser el factor más importante para la elección del punto de venta.

Ubicación:

La ubicación, que tiene un peso de 0.25, se basa en la distancia del local al zócalo de Comalcalco (la zona más céntrica de la ciudad) por lo que se delimitaron a cuántos metros se encuentran los locales elegidos. Consideramos esto un factor importante porque las cafeterías ya establecidas en la ciudad se encuentran en el centro, por el tráfico de personas que tiene la zona.

Tamaño:

Con un peso de 0.20, el tamaño del local, considerando toda la maquinaria, el mobiliario y la forma de servicio que se piensa establecer en la cafetería, debe contar con un buen espacio para poder tener un orden y que no exista contaminación visual a los ojos de los

clientes. Cada uno de los locales considerados tienen un buen tamaño para todas las especificaciones necesarias, sin embargo, el tamaño va directamente relacionado con el precio de local, por lo que se tiene que adaptar a los recursos económicos con los que se cuenta en la actualidad.

Tiendas alrededor:
Las tiendas alrededor se les asignó un peso de 0.10 y éstas se pueden ver de dos maneras: como competencia y como servicios incluidos al nuestro. Como competencia tenemos que tener una referencia de quienes son los locales que directamente pueden afectar a nuestras ventas y lograr la utilidad deseada. Como servicio extra, la cercanía a otros locales con diferentes giros en los servicios y productos que ofrecen hacen más atractivo el punto de venta de la cafetería, logrando que se haga un punto de referencia en la sociedad y el mercado de Comalcalco.

Servicios incluidos en la renta:
Al momento de seleccionar los locales considerados para la implementación de la cafetería, uno de los factores que más buscamos fue los servicios incluidos, ya que entre más servicios ofrezcan es mejor para evitar el gasto de instalación. Por esta razón se le asignó un peso de 0.15. Los servicios más relevantes que consideramos para la elección del local fueron los servicios eléctricos, agua y baño para el uso por parte de los clientes. Se podrán hacer mejoras o agregar más servicios, además de los básicos para su buen funcionamiento.

Localización exacta del local

Dirección: Calle Benito Juárez García 516B 0, 86300, Comalcalco Centro, Comalcalco, Tabasco.

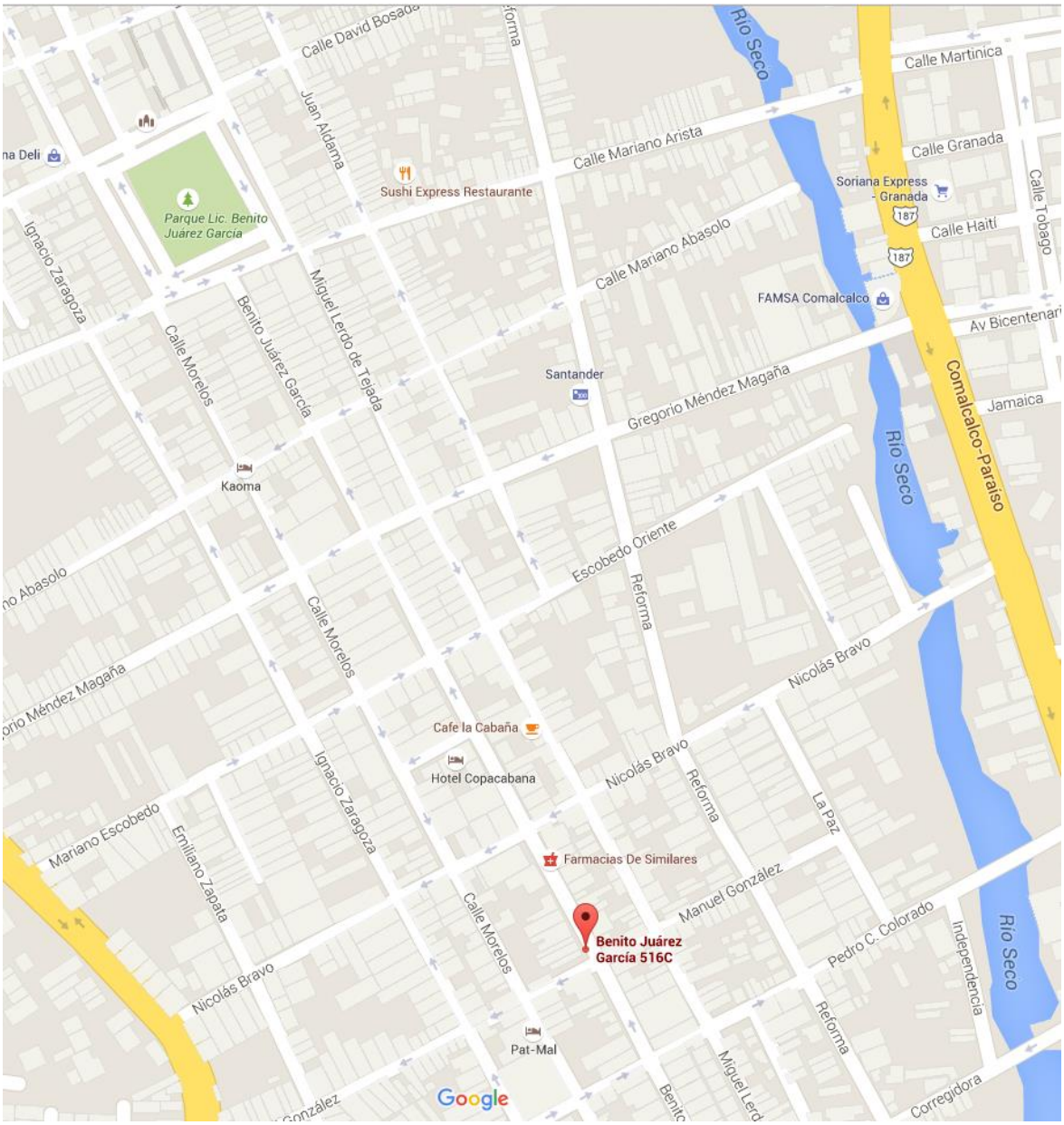


Figura 7. Mapa de la ubicación. Imagen recuperada de Google Maps.

A partir del análisis se determinó que la localización óptima es el local A, ya que fue el que calificó más alto en todos los factores, considerados importantes para elegir un local. La dirección del local propuesto es Calle Benito Juárez García 516B 0, 86300, Comalcalco centro, Comalcalco Tabasco, a cinco calles del zócalo de la ciudad, donde tanto turistas como locales acuden para recrearse durante la semana y fines de semana. Consideramos que la ubicación del local será una parte importante para que se dé a conocer y atraer personas y poco a poco irse posicionando en el mercado de las cafeterías.

2.9 Costo de producción

Para su elaboración:

- Se utilizan 28 gr de café molido para una taza de café americano.
- Un garrafón de agua cuesta 22 pesos y trae 20 litros, se requieren 350 ml para esta presentación.
- Se utilizan 35 gr de café molido para el frappé.
- Un litro de leche les cuesta 18 pesos, se requieren 470 ml para el frappé.
- Un kilo de chocolate cuesta 80 pesos, se requieren 40 gr para hacer el frappé.
- Un kilo de azúcar cuesta 12.90 pesos, 40 gramos se utilizan para el frappé.

Los costos del café americano y el chocolate se determinaron en base a una presentación de 12 oz. Los costos del frappé en base a una presentación de 16 oz.

La capacidad técnica de producción de la cafetera Treviso es de 120 tazas por hora, considerando una apertura diaria de 11 horas, se tiene una producción máxima de 1320 tazas. Esta cifra se dividió en tres para obtener la capacidad diaria por producto, 440 tazas de café americano, 440 de chocolate y 440 de frappé, debido a que todos los productos necesitan la operación de la misma máquina.
Ya que el cuernito se adquiere de una empresa externa y sólo se calienta se decidió obtener los costos de otra bebida caliente, en este caso un chocolate.

Costo de producción de Café Americano					
Insumos	**Unidad de la venta**	**Precio**	**Cantidad en gr/ml**	**Cantidad empleada**	**Costo**
Café molido	Kilo	$100.00	1000	28	$ 2.80
Agua	Litros	$ 22.00	20000	350	$ 0.39
Vasos	Piezas	$ 89.00	50	1	$ 1.78
Costo total U.					**$ 4.97**

Tabla 16. Elaboración propia.

Costo de producción de Chocolate					
Insumos	**Unidad de la venta**	**Precio**	**Cantidad en gr/ml**	**Cantidad empleada**	**Costo**
Chocolate	Kilos	$ 80.00	1000	40	$ 3.20
Leche Alpura descremada	Litros	$18.00	1000	350	$ 6.30
Vaso desechable	Piezas	$ 89.00	50	1	$ 1.78
Costo total U.					**$ 11.28**

Tabla 17. Elaboración propia.

Costo de producción de Frappé					
Insumos	**Unidad de la venta**	**Precio**	**Cantidad en gr/ml**	**Cantidad empleada**	**Costo**
Café	Kilos	$ 100.00	1000	35	$ 3.50
Leche	Litros	$ 18.00	1000	470	$ 8.46
Chocolate	Gramos	$ 80.00	1000	40	$ 3.20
Azúcar	Gramos	$ 12.90	1000	40	$ 0.52
Popote	Piezas	$ 159.00	2000	1	$ 0.08
Vaso Para Frappé	Piezas	$ 104.00	50	1	$ 2.08
Hielo	Kilos	$ 23.50	5000	200	$ 0.94
Costo Total U.					**$ 18.78**

Tabla 18. Elaboración propia.

El costo anual de la materia prima está reflejado en las siguientes tablas, se tomó una producción de 440 tazas por producto.

Costo de producción anual de Café Americano			
Costo	**Producción diaria**	**Semanal**	**Anual**
$2.80	$1,232.00	$8,624.00	$448,448.00
$0.39	$169.40	$1,185.80	$61,661.60
$1.78	$783.20	$5,482.40	$285,084.80
$4.97	$2,184.60	$15,292.20	**$795,194.40**

Tabla 19. Elaboración propia.

Costo de producción anual de Chocolate			
Costo	**Producción diaria**	**Semanal**	**Anual**
$3.20	$1,408.00	$9,856.00	$512,512.00
$6.30	$2,772.00	$19,404.00	$1,009,008.00
$1.78	$783.20	$5,482.40	$285,084.80
$11.28	$4,963.20	$34,742.40	**$1,806,604.80**

Tabla 20. Elaboración propia.

Costo de producción anual del Frappé			
Costo	**Producción diaria**	**Semanal**	**Anual**
$3.50	$ 1,540.00	$ 10,780.00	$ 560,560.00
$8.46	$ 3,722.40	$ 26,056.80	$ 1,354,953.60
$3.20	$ 1,408.00	$ 9,856.00	$ 512,512.00
$0.52	$ 227.04	$ 1,589.28	$ 82,642.56
$0.08	$ 34.98	$ 244.86	$ 12,732.72
$2.08	$ 915.20	$ 6,406.40	$ 333,132.80
$0.94	$ 413.60	$ 2,895.20	$ 150,550.40
$18.78	$ 8,261.22	$ 57,828.54	**$ 3,007,084.08**

Tabla 21. Elaboración propia.

Consumo de Energía Eléctrica							
Maquinaria y equipo	**Unidades**	**Num. De motores**	**Hp del motor**	**Consumo kw-h/ motor**	**Consumo kw/h total**	**H/día**	**Total, consumo kw-h/día**
Cafetera San Remo Modelo. Treviso	1	1	1	2.5	2.5	11	27.5
Molino de cacao o chocolate	1	1	1	2.5	2.5	2	5
Licuadora Hamilton Beach modelo 450	2	2	1	2.5	5	11	55
Cash Register Drawer	1	1	0.15	0.5	0.5	11	5.5
Computadora de Escritorio Acer AZ1-601	1	2	0.15	0.5	1	11	11
Vitrina Refrigerada Mod. Nr-rtw100l	1	1	0.75	1.75	1.75	11	19.25
Refrigerador Vertical de 17” - Mod. ARM-17	1	1	0.5	0.5	0.5	11	5.5
Microondas 0.7' Plata	1	1	0.5	0.5	0.5	11	5.5
Alumbrado (focos)	0	0	0	0.78	0.78	8	6.24
Total							**140.49**

Tabla 22. Elaboración propia.

Costo=0.976 pesos/kw/h (dado que se encuentre en un rango intermedio).
Se considera un 5% adicional de imprevistos.
Consumo total= consumo anual X 1.05= 53, 105 kW/año.

Presupuesto de costo de venta					
	Año 1	**Año 2**	**Año 3**	**Año 4**	**Año 5**
Capacidad de Mercado	101422	114607	129506	146342	165366
Costo de venta	$ 21.17	$ 21.72	$ 22.29	$ 22.86	$ 23.46
Costo de ventas	$858,844	$995,727	$1,154,426	$1,338,418	$1,551,735

Tabla 23. Elaboración propia.

Para obtener el costo de venta se utilizó la fórmula:

$$C.V.U = \frac{P}{(1 + UD)}$$

$$C.V.U = \frac{74.10}{(1 + 2.5)} = 21.17$$

Se utilizó este costo de venta porque las ventas del proyecto se calcularon mediante el ticket promedio, no mediante un promedio de los 3 productos propuestos, de igual manera en el presente capítulo se desarrolla el costo unitario de cada uno de los productos propuestos, su capacidad técnica y el beneficio económico.

2.10 Capacidad de producción

Capacidad técnica

Tomando en cuenta que la cafetería opera 11 horas al día, los siete días a la semana, 52 semanas al año, la capacidad técnica anual de producción es la siguiente.

Máquina	Capacidad de producción/día	Capacidad de producción anual	Concepto
Cafetera	440	160,160	Tazas de café
	440	160,160	Tazas de chocolate
	440	160,160	Frappé
Total	**1,320**	**480,480**	Tazas/vasos

Tabla 24. Elaboración propia.

Capacidad técnica					
CAFÉ AMERICANO				160,160	TAZAS
TC= RAIZ CUADRADA A LA N DE INV FINAL/INV INICIAL, MENOS 1					
TASA DE CRECIMIENTO= 15.01%					
INV. INICIAL 40%					
INV. FINAL 70%					
COSTO X TAZA					$4.97
PRECIO A PUBLICO SUGERIDO					$25.00
BENEFICIO ECONOMICO X TAZA					$20.03
AÑOS	1	2	3	4	5
% DE CRECIMIENTO	40%	46%	52.90%	60.84%	70%
CAPACIDAD DE PRODUCCION	64,064	73,674	84,725	97,441	112,112
BENEFICIO ECONÓMICO	$1,283,202	$1,475,682	$1,697,035	$1,951,750	$2,245,603

Tabla 25. Elaboración propia.

Capacidad técnica					
CHOCOLATE				160,160	TAZAS
TC= RAIZ CUADRADA A LA N DE INV FINAL/INV INICIAL, MENOS 1					
TASA DE CRECIMIENTO= 15.01%					
INV. INICIAL 40%					
INV. FINAL 70%					
COSTO X TAZA					$11.28
PRECIO A PUBLICO SUGERIDO					$35.00
BENEFICIO ECONOMICO X TAZA					$23.72
AÑOS	1	2	3	4	5
% DE CRECIMIENTO	40%	46%	52.90%	60.84%	70%
CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN	64,064	73,674	84,725	97,441	112,112
BENEFICIO ECONÓMICO	$1,519,598	$1,747,538	$2,009,668	$2,311,309	$2,659,297

Tabla 26. Elaboración propia.

Capacidad técnica					
CAFÉ FRAPPÉ CON CHOCOLATE				160,160	TAZAS
TC= RAIZ CUADRADA A LA N DE INV FINAL/INV INICIAL, MENOS 1					
TASA DE CRECIMIENTO= 15.01%					
INV. INICIAL 40%					
INV. FINAL 70%					
COSTO X TAZA					$18.78
PRECIO A PUBLICO SUGERIDO					$40.00
BENEFICIO ECONOMICO X TAZA					$21.22
AÑOS	1	2	3	4	5
% DE CRECIMIENTO	40%	46%	52.90%	60.84%	70%
CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN	64,064	73,674	84,725	97,441	112,112
BENEFICIO ECONÓMICO	$1,359,438	$1,563,354	$1,797,857	$2,067,705	$2,379,017

Tabla 27. Elaboración propia.

Capacidad de Mercado

Cuantificación de la demanda

- Población: 34,756 habitantes.
- Porcentaje de mexicanos que consumen café: 95%. **Ver detalles en Anexo 3. Mexicanos que consumen café.**
- Nivel socioeconómico: 13.20%.
- Tabla de frecuencias de consumo. **Ver detalles en Anexo 4. Frecuencias de consumo.**
- Participación en el mercado: 10%.
- Muestra de mercado: 436 personas.

Personas	Frecuencia	Porcentaje	Anual	Tazas
436	Diario	55%	350	83,930
436	Una vez a la semana	6%	52	1,360
436	Varias veces a la semana	35%	104	15,870
436	Dos veces al mes	2%	24	209
436	Cada dos meses	2%	26	52
Total				**101,422**

Tabla 28. Elaboración propia.

Capacidad Económica

Para obtener la capacidad económica se utilizó el método generado por el Dr. Axel Rodríguez Batres, el cual establece que el capital social se divide en dos, una parte de destina a la inversión inicial y la otra parte a la reserva de capital de trabajo, la cual se recomienda de un 12%. En la reserva de capital de trabajo no se incluyen las aportaciones en especie.

"El capital de trabajo es el capital con el que hay que contar para empezar a trabajar. Desde el punto de vista contable se define como la diferencia aritmética entre el activo circulante y el pasivo circulante". (Baca Urbina, 2013)

Capital social:

- Efectivo: $200,000
- Especie: $107,703

Reserva de capital de trabajo**:** 12%

C.U del café americano: 4.97

Costo de venta:

$$(200{,}000)(0.12) = 24{,}000\ mensual$$

CEP

$$CEP = \frac{Costo\ de\ venta\ x\ 12}{C.U}$$

$$\frac{(24{,}000)(12)}{4.97}$$

$$57{,}948\ unidades$$

C.U del frappé: 18.78

Costo de venta:

$$(200{,}000)(0.12) = 24{,}000\ mensual$$

CEP

$$CEP = \frac{Costo\ de\ venta\ x\ 12}{C.U}$$

$$\frac{(24{,}000)(12)}{18.78}$$

$$15{,}335\ unidades$$

C.U del chocolate: 11.28

Costo de venta:

$$(200{,}000)(0.12) = 24{,}000\ mensual$$

CEP

$$CEP = \frac{Costo\ de\ venta\ x\ 12}{C.U}$$

$$\frac{(24{,}000)(12)}{11.28}$$

$$25{,}532\ unidades$$

Tabla de capacidades proyectada a cinco años.

- Inflación: 2.6%. **Ver detalles en Anexo 5. Porcentaje de inflación.**
- PIB: 2.6%. **Ver detalles en Anexo 6. Porcentaje de PIB.**
- Tasa de crecimiento: 13%. **Ver detalles Anexo 7. Porcentaje de Crecimiento de la industria del café.**
- Ticket promedio: $74.10

CAPACIDADES	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Capacidad Económica	57,948	59,455	61,000	62,586	64,214
Capacidad Técnica	64,064	73,674	84,725	97,441	112,112
Capacidad de Mercado	101,422	114,607	129,506	146,342	165,366
Oferta-Demanda					

Tabla 29. Elaboración propia.

La información para calcular la capacidad de mercado se obtuvo con estadísticas sobre la frecuencia de consumo del café a través de fuentes secundarias. "*Las fuentes secundarias son aquellas que reúnen información escrita que existe sobre el tema, ya sea en estadísticas del gobierno, libros, datos de la propia empresa y otras"*. (Baca Urbina, 2013) . Como los datos recopilados no contienen información precisa de la ciudad de Comalcalco se decidió aplicar un margen de error del 40% que permita hacer de las ventas una proyección más realista, así mismo este margen también está aplicado al costo de venta.

CAPÍTULO III.- ESTUDIO DE MERCADO

3.1 Situación actual de la industria o sector

El consumo per cápita de café en México será de 300 tazas (de 225 mililitros cada una) anuales en el 2025. Tomando en cuenta que hoy (2016) el promedio per cápita es de 215 tazas se puede decir que aumentará el 39%. (INEGI, 2016)

Consumo de café per cápita en México

"*215 Tazas (de 225 mililitros cada una) per cápita al año consumidas actualmente en el 2016 lo que es igual a 2.1 kg de café*". (INEGI, 2016)

Productores de café por estados

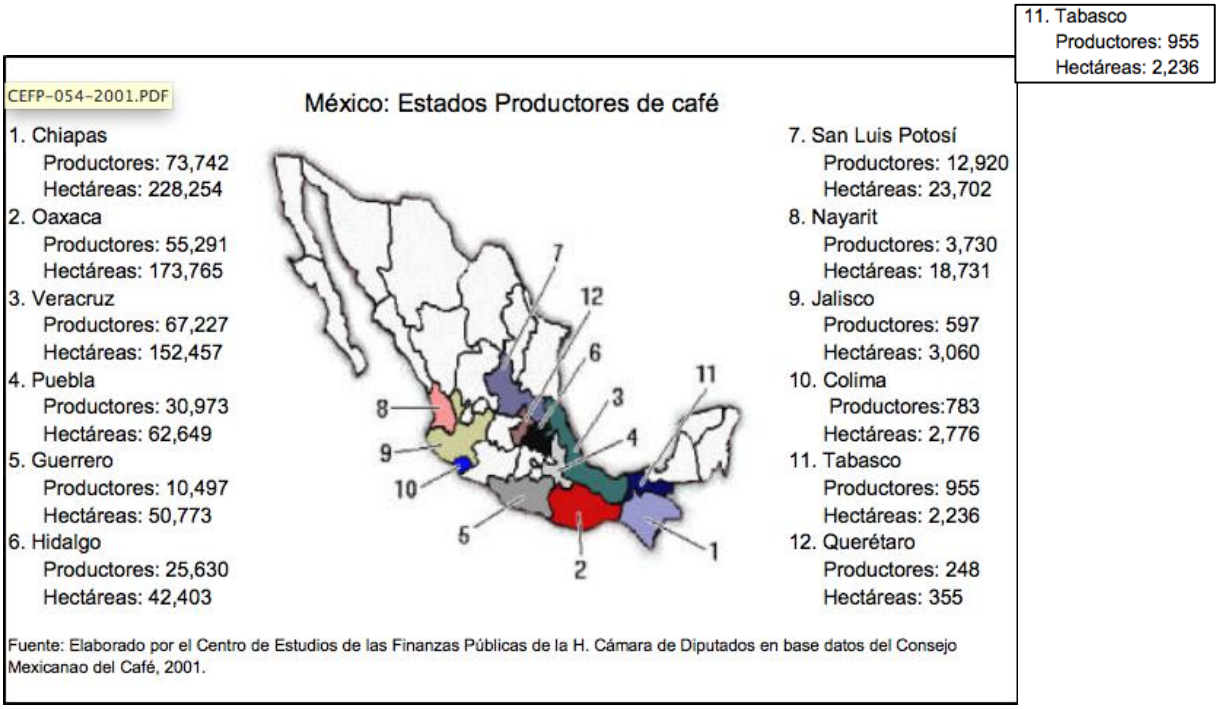
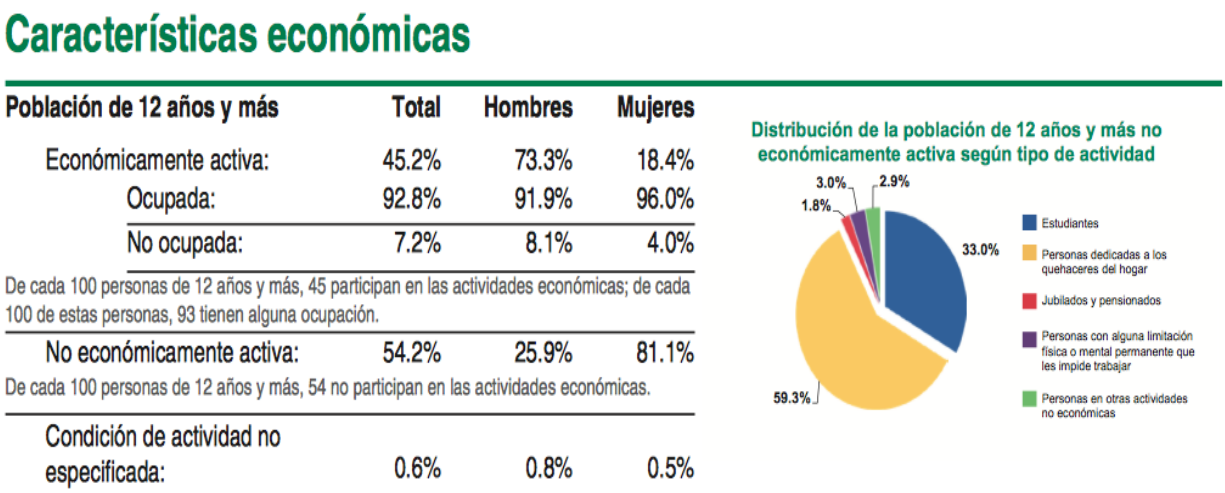


Figura 8. Productores de café. Imagen recuperada de: http://www.mty.itesm.mx/dhcs/deptos/co/co95-832/proy_2008_S1/cafeto/cf_cafeenmexico.htm

Actividad económica de Comalcalco, Tabasco.



Características económicas

Población de 12 años y más	Total	Hombres	Mujeres
Económicamente activa:	45.2%	73.3%	18.4%
Ocupada:	92.8%	91.9%	96.0%
No ocupada:	7.2%	8.1%	4.0%
De cada 100 personas de 12 años y más, 45 participan en las actividades económicas; de cada 100 de estas personas, 93 tienen alguna ocupación.			
No económicamente activa:	54.2%	25.9%	81.1%
De cada 100 personas de 12 años y más, 54 no participan en las actividades económicas.			
Condición de actividad no especificada:	0.6%	0.8%	0.5%

Figura 9. Características económicas. Imagen recuperada de: INEGI. Censo General de Población y Vivienda 2010. SNEIG. Información de Interés Nacional.

La economía del municipio está impulsada principalmente por el cultivo del cacao, al ser Comalcalco el primer productor nacional de este fruto. También el petróleo ocupa un lugar importante al ser uno de los mayores productores de este energético, por lo que Pemex tiene una gran cantidad de instalaciones y pozos productores.

Macroentorno

Datos generales	
Población	192,802 habitantes (censo 2010).
Superficie	770.671 Km²
Densidad de población	250.17 Habitantes/Km²

Tabla 30. Elaboración propia. Fuente: INEGI. Recuperado de: http://www.inegi.org.mx

Distribución de la población por tamaño de la localidad 2010				
Tamaño de localidad (Número de habitantes)	Población	% Población	Número de localidades	% Localidades
Menos de 100	122	0.06	3	2.54
100 a 499	6,150	3.19	20	16.95
500 a 1,499	62,350	32.34	64	54.24

1,500 a 2,499	39,908	20.7	21	17.8
2,500 a 4,999	14,452	7.5	5	4.24
5,000 a 9,999	17,725	9.19	3	2.54
10,000 y más	52,095	27.02	2	1.69
Total	**192,802**	**100**	**118**	**100**

Tabla 31. Distribución de la población. Fuente: INEGI. Recuperado de: http://www.inegi.org.mx

Gráfica de la distribución de la población

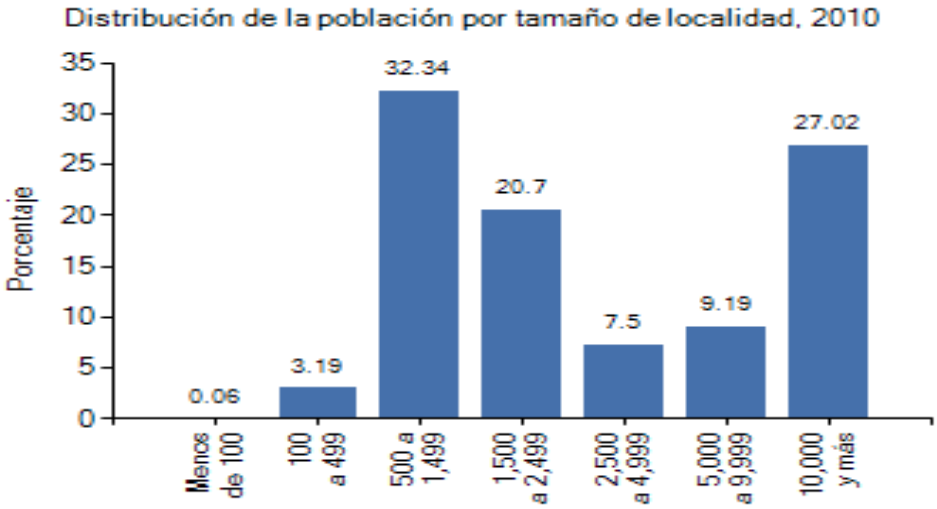


Figura 10. Distribución de la población. Fuente: INEGI Recuperado de: http://www.inegi.org.mx

Mapa de información geográfica

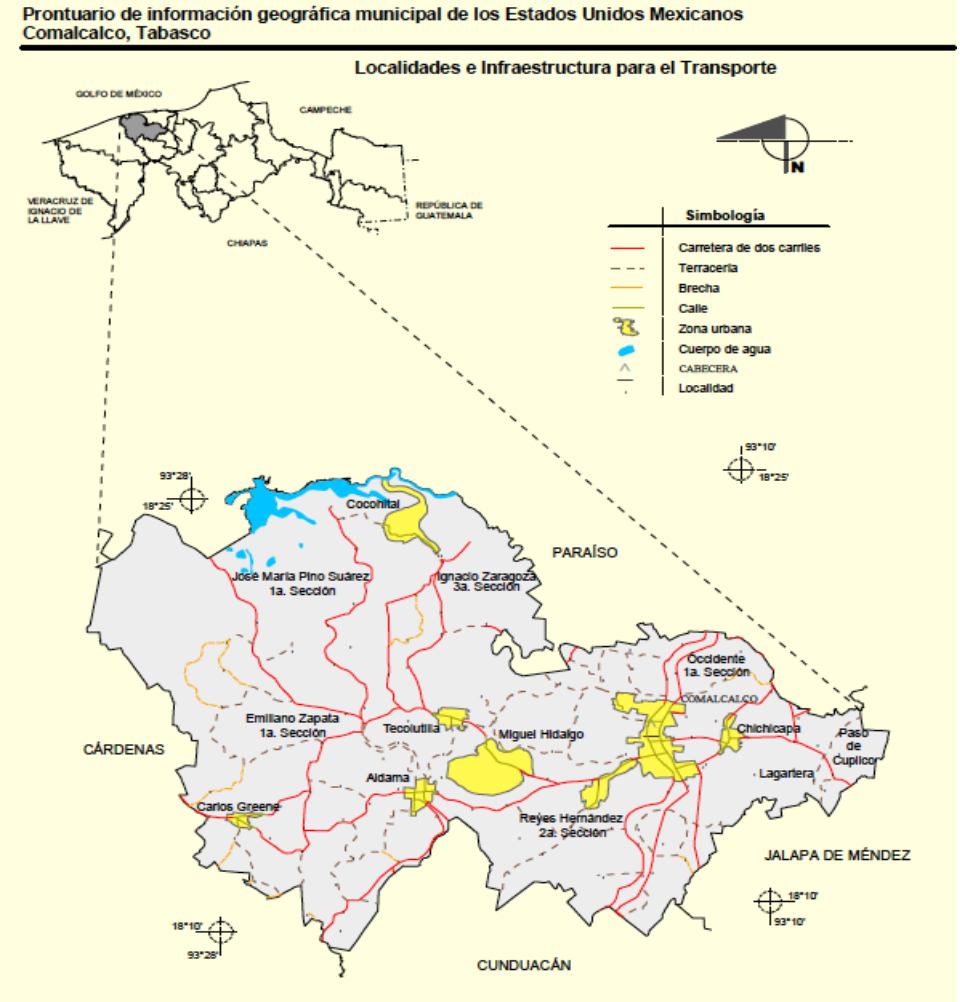


Figura 11. Información geográfica. Fuente: INEGI. Recuperado de: http://www.inegi.org.mx

Población económicamente activa

"La Población Económicamente Activa (PEA) es de 48,360 habitantes, es decir el 41.69% del total de la población. Del total de la PEA el 97.56% está ocupada. La distribución de la PEA por sector económico es la siguiente: en primer lugar, el Sector Terciario con el 44.99% del total, en segundo lugar, el Sector Secundario con el 30.47% y por último el Sector Primario con el 30.47%". (INEGI, 2016)

- **Sector primario:** Incluye todas las actividades donde los recursos naturales se aprovechan tal como se obtienen de la naturaleza, ya sea para alimento o para generar materias primas.
- **Sector secundario:** Se caracteriza por el uso predominante de maquinaria y de procesos cada vez más automatizados para transformar las materias primas que se obtienen del sector primario. Incluye las fábricas, talleres y laboratorios de todos los

tipos de industrias. De acuerdo a lo que producen, sus grandes divisiones son construcción, industria manufacturera y electricidad, gas y agua.

- **Sector terciario:** En el sector terciario de la economía no se producen bienes materiales; se reciben los productos elaborados en el sector secundario para su venta; también nos ofrece la oportunidad de aprovechar algún recurso sin llegar a ser dueños de él, como es el caso de los servicios. Asimismo, el sector terciario incluye las comunicaciones y los transportes.

Unidades económicas

En porcentaje de unidades económicas, Cárdenas y Comalcalco se posicionaron en segundo y tercer sitio con 12.2 y 8.1%, respectivamente.

Variables seleccionadas por municipio 2013 (Porcentajes)				
Municipio	Unidades económicas	Personal ocupado total	Remuneraciones	Producción bruta total.
Comalcalco	8.1	5.9	2.0	0.7

Tabla 32. Fuente: INEGI. Recuperado de: http://www.inegi.org.mx

El municipio de Comalcalco cuenta con 5,939 unidades económicas en total de todos los sectores y 43 unidades económicas en servicios de cafeterías, fuentes de sodas y afines.

En la Tabla 32 se muestran las unidades económicas por localidad del municipio de Comalcalco y divididas por unidades económicas de todos los sectores y unidades económicas en servicios de cafetería, fuentes de sodas y afines.

3.2 Segmentación y selección del mercado meta

"Una segmentación de mercado significa dividir un mercado en grupos más pequeños con distintas necesidades, características o comportamientos, y que podrían requerir estrategias o mezclas de marketing distintas." (Lamb, Hair, & McDaniel, 2008)

La segmentación se fue realizando en base al número de habitantes en el municipio de Comalcalco, especificamos el rango de edad al cual irá dirigida la cafetería, así como también el nivel socioeconómico y áreas geográficas. Estos son los resultados:

Segmentación:

- Edades: Personas de 15 a 80 años.
- Habitantes en Tabasco: 2, 238,603 personas.
- Habitantes en el municipio Comalcalco: 192,802 personas.
- Habitantes en la ciudad de Comalcalco: 51,112 habitantes.
- Mercado personas de Comalcalco de 15–80 años: 68% de la población, lo que es igual a 34,756 personas.
- NSE: A/B C+ C
    - A/B 6.8% de los hogares del país.
    - C+ 14. 2% de los hogares del país.
    - C 17% de los hogares del país.
- Zonas Geográficas: Centro, Santo Domingo, Centro Comercial.

"Las poblaciones mayores a 50,000 habitantes son las que se les puede dar una segmentación más específica respecto a los niveles socioeconómicos en los que viven las personas que residen en el lugar". (AMAI, 2016)

En el caso específico de la ciudad de Comalcalco, su población después de la segmentación demográfica que se realizó, alcanzó un total de 34, 756.16 habitantes, por lo que no cumple con los rangos que se piden, sin embargo, pudimos deducir un porcentaje aproximando la suma de los porcentajes totales de los NSE que se encuentran en nuestra muestra.
La suma de las diferentes clases de NSC en el país da un total del 38%, cuando se hace una regla de tres para poder deducir el número que cumple la ciudad de Comalcalco en estas categorías. De una población total de 34,756.16 el resultado es de 13, 207.3408. Como se mencionó en párrafos anteriores, no se puede usar este total de población ya que, de acuerdo con los estatutos de la AMAI, no se cuenta con lo necesario para ser considerada una población mayor a 50,000 habitantes.

Selección del mercado meta:

El número de habitantes en la ciudad de Comalcalco son 51,112 personas, sin embargo, el mercado meta al que se dirigirá la cafetería son personas de una segmentación demográfica de 15 a 80 años en el municipio de Comalcalco, estos representan el 68% de la población, después de haber realizado todas las segmentaciones correspondientes, el mercado meta final equivale a 34,756 personas y sobre esta cantidad de personas se realizará el muestreo.

3.3 Investigación de mercado

Estudio sindicado del mercado del café orgánico en Comalcalco, Tabasco.

Título / Problema
Estudio sindicado del mercado potencial de cafeterías orgánicas y comercio justo en Comalcalco, Tabasco.

Problema de Investigación (PIM) / Objetivo General
Analizar el mercado de cafeterías orgánicas y comercio justo en Comalcalco, Tabasco, con la finalidad de identificar oportunidades estratégicas.

Objetivos Específicos

1. Detectar el mercado potencial de cafeterías orgánicas y comercio justo.
2. Estudiar el mercado real de cafeterías en el municipio en términos de horario de consumo, gasto promedio, ubicación, tipo de servicio, entre otros.
3. Detectar hábitos de consumo sobre bebidas elaboradas a base de café y chocolate.
4. Determinar el perfil de los consumidores meta.
5. Identificar oportunidades para el establecimiento de cafeterías orgánicas y de comercio justo.
6. Detectar información del macro entorno alrededor del municipio.

Diseño de la Investigación

Población de estudio:
- Mercado real de cafeterías.
- Mercado potencial para la categoría.

Segmentación:
- Edades: Personas de 15 a 80 años.
- NSE: A/B C+ C
- Zonas Geográficas: Centro, Santo Domingo, Centro Comercial

Tipo de investigación:
- Exploratoria (primera fase)
- Concluyente (segunda fase)

Métodos (Técnicas)

QL: Observación directa en puntos de venta.

Total de Cafeterías: **29** Habitantes: **192,802**	**Zona Centro**	**Zona Santo Domingo**	**Zona Centro Comercial**
Nº de Cafeterías	13	9	7
Nivel Socio Económico	Medio / Bajo	Medio / Bajo	Medio
Nº de Observaciones	10 Observaciones	8 Observaciones	6 Observaciones
Total	**10 Personas**	**8 Personas**	**6 Personas**

Tabla 33. Elaboración propia. Datos recuperados de: http://www.inegi.org.mx

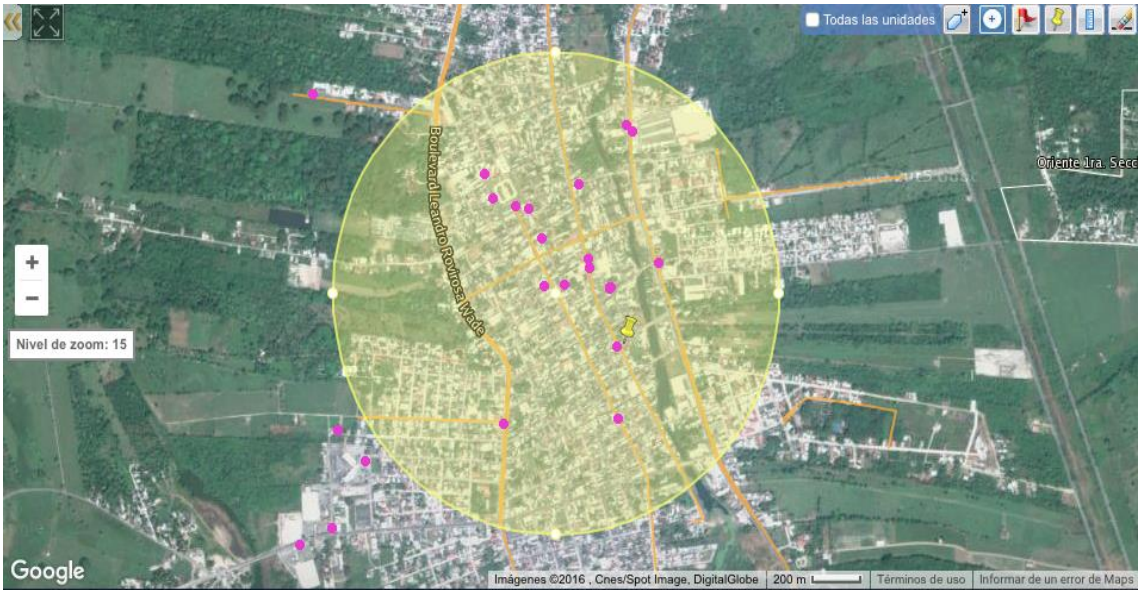


Figura 12. Zona para observación directa y para encuestas face to face en Comalcalco, Tabasco. Fuente: INEGI. Recuperado de: http://www.inegi.org.mx

ON: Encuestas face to face.

Total de Cafeterías: **29** Habitantes: **192,802**	**Zona Centro**	**Zona Santo Domingo**	**Zona Centro Comercial**
Nº de Cafeterías	13	9	7
Nivel Socio Económico	Medio / Bajo	Medio / Bajo	Medio
Nº de Encuestas	10 Encuestas	8 Encuestas	6 Encuestas
Total	**10 Personas**	**8 Personas**	**6 Personas**

Tabla 34. Elaboración propia. Datos recuperados de: http://www.inegi.org.mx

Muestreo

Probabilístico (se basa en el azar)

QL: Censo de puntos de venta en las zonas. (100%) total de cafeterías en las zonas y se hará observación en todas.
QN: Cuantas personas hay entre 15 – 80 años en el municipio.
Margen de error: (8 puntos)

Muestra: 150 encuestas.

$$n = \frac{(NZ)^2\, pq}{E^2(N-1) + Z^2 pq}$$

$$n = \frac{(1.96)^2\,(0.5)(0.5)(34{,}756)}{(0.08)^2(34{,}756-1) + 4(0.5)(0.5)} = \mathbf{150}$$

Se aplicó la siguiente encuesta:

Nombre del encuestador: _____

Objetivo: analizar el mercado de cafeterías orgánicas y comercio justo en la ciudad de Comalcalco, con la finalidad de identificar oportunidades estratégicas. La información que usted proporcione será únicamente objeto de estudio.

Primera Sección: **Consumo**

1. En la última visita que hizo a una cafetería, ¿qué tipo de bebida consumió?

a) Café Americano		g) Espresso		m) Smothies	
b) Café Lechero		h) Té de sabor		n) Café Latte	
c) Capuccino		i) Moka frío		o) Espresso c/panna	
d) Capuccino c/panna o sabor		j) Moka c/panna		p) Chocolate Blanco	
e) Chocolate frío		k) Frappé		q) Moka Blanco	
f) Chocolate caliente		l) Frappé de sabor		r) Agua de sabor	

2. En la última visita que hizo a una cafetería, ¿qué tipo de alimento consumió?

a) Panino de la casa		i) Panqués		q) Tarta de elote	
b) Panino italiano		j) Sándwiches		r) Budín de chocolate	
c) Panino jamón serrano		k) Baguette		s) Helado de fresa	
d) Panino Mexicano		l) Pastel de queso		t) Helado de chocolate	
e) Panino vegano		m) Pastel de fresa		u) Helado de vainilla	
f) Croissant de jamón		n) Pastel de chocolate		v) Pan horneado	
g) Canillas		o) Pan de nuez		w) Ensalada	
h) Galletas		p) Strudel de manzana		x) Otro:	

3. ¿Cuál fue el motivo de su última visita a dicha cafetería?

a) Reunión de negocios
b) Reunión familiar
c) Reunión social
d) Reunión de estudios
e) Almuerzo o Lunch
f) Compra para llevar
g) Desayuno o Cena
h) Otra: _____

4. ¿Cuánto pagó en su última visita a dicha cafetería?

a) De $20 a $50
b) De $51 a $70
c) De $71 a $90
d) De $91 a $120
e) De $121 a $150
f) Más de $151

5. ¿Qué tipo de servicio utilizó para pedir la orden en la cafetería?

a) Para llevar
b) En barra
c) Drive thru
d) Otro: _____

6. ¿Utilizó alguna tarjeta de cliente frecuente o programa de lealtad?

a) Si
b) No

7. ¿Aplicó alguna promoción de ventas?

a) Puntos acumulados
b) Descuento
c) Bonificación
d) Otra: _____

8. ¿Cómo se enteró de esa cafetería en particular?

a) Televisión
b) Radio
c) Periódico
d) Revista
e) Lo vio
f) Internet
g) Redes sociales
h) Recomendaciones
i) Otro: ___

9. ¿Cuánto tiempo permaneció en la cafetería?

a) De 15 a 30min
b) De 31 a 45min
c) De 46min a 1 hora
d) De 1 a 2 horas
e) De 2 a 3 horas
f) Más de 3 horas

10. Marque todos los servicios extra que utilizó en su última visita a la cafetería. (Puede elegir más de una opción)

a) Conexión a internet
b) Cargador de celular
c) Estacionamiento
d) Área de fumar
e) Sala privada
f) Otro: _____

Segunda sección: **Percepción y Preferencias**

11. ¿Cómo califica cada uno de los siguientes servicios en la última cafetería que visitó? Tomando en cuenta el 10 como la mejor calificación.

a) Rapidez: ____ b) Amabilidad: ___ c) Limpieza: ___ d) Higiene en alimentos: ____

12. ¿Cómo califica cada uno de los siguientes factores en la última cafetería que visitó? Tomando en cuenta el 10 como la mejor.

a) Ambientación: ___ b) Música: ___ c) Mobiliario: ___ d) Iluminación: ___
e) Diseño interior: ___

EXPERIENCIA

13. ¿Cree que el precio que pagó equivale a la calidad de los productos que consumió?

a) Si b) No

¿Por qué? _____

14. ¿Qué factor le hizo elegir esa cafetería en particular?

a) Ubicación
b) Servicio
c) Calidad de productos
d) Variedad de productos
e) Precio accesible
f) Diseño del establecimiento
g) Servicios adicionales
h) Otro: _____

15. ¿Qué valor tiene para usted cada uno de los siguientes factores en una cafetería? Tache una calificación para cada factor

	Muy importante	Importante	Regularmente importante	Poco importante	Nada importante
Ambientación					
Música					
Mobiliario					
Iluminación					
Diseño interior					
Rapidez					
Amabilidad					
Limpieza					
Higiene de alimentos					

Tercera sección: **Propuesta**

16. ¿Qué tan importante es para usted consumir productos orgánicos?

a) Muy importante
b) Importante
c) Poco importante
d) Nada importante
e) Me es indiferente

17. ¿Conoce el café orgánico?
a) Si b) No

18. ¿Cuál es su percepción sobre el café orgánico? (Puede elegir más de una opción)

a) Que no contiene químicos
b) Que es más caro
c) Que su sabor es fuerte
d) Que es más saludable
e) Que es más natural
f) Otro: _____

19. ¿Cuál es su percepción sobre el chocolate orgánico para beber? (Puede elegir más de una opción)

g) Que no contiene azúcar
h) Que es más caro
i) Que es menos cremoso
j) Que es más saludable
k) Que es más natural
l) Otro: _____

20. Del 1 al 10, ¿qué tan dispuesto estaría usted para pagar un monto extra en su consumo dentro de una cafetería que respeta y defiende los derechos laborales, ambientales y sociales en una comunidad?

21. Durante su visita a una cafetería, ¿cuánto estaría dispuesto a pagar por una taza de café orgánico?

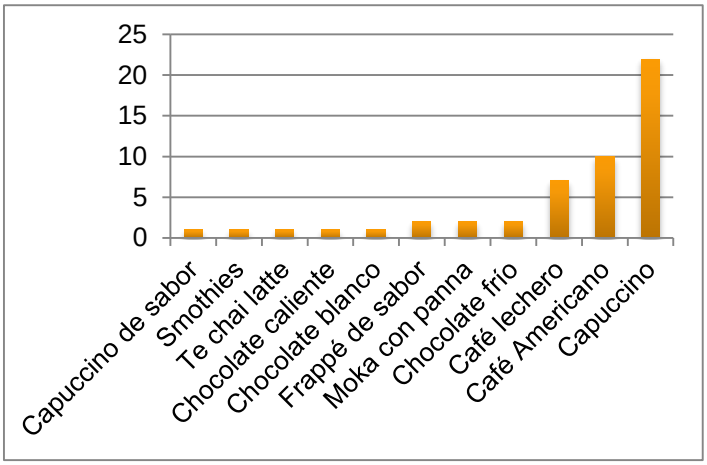
a) De $20 a $30
b) De $31 a $40
c) De $41 a $50
d) Más de $51

Muchas gracias por su tiempo y por su participación.

Análisis de los datos recopilados

El cuestionario previamente presentado fue el utilizado para generar los resultados de la encuesta, con el objetivo de obtener los resultados generales de lo que piensa el mercado meta y sus percepciones sobre los productos.

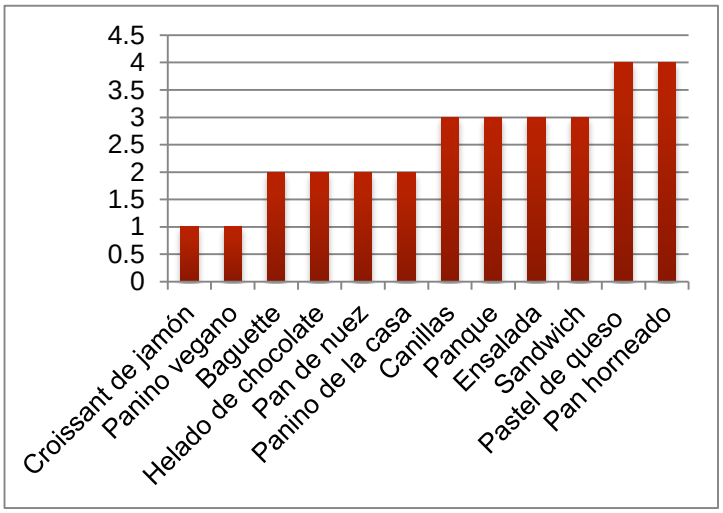
Sin embargo, las gráficas presentadas a continuación fueron seleccionadas ya que nos muestran datos que se pueden accionar en un corto plazo, éstas nos ayudarán a tomar decisiones que favorezcan la capacidad de la empresa y la atención prestada al mercado meta.



Gráfica 1. Última bebida consumida. Elaboración propia.

Gráfica 1:
La mayoría de los encuestados demostraron que su primera opción de consumo en bebidas es el cappuccino, las siguientes opciones con más repeticiones son café americano, frappé y café frío. Esto representa una oportunidad para el negocio, ya que nosotros esperábamos mayor respuesta en los productos fríos y pensábamos proponer pocas bebidas calientes, con este resultado proponemos aumentar las bebidas calientes, y si el capuccino es una bebida muy consumida por los clientes potenciales, sería una buena opción generar promociones para este producto.

Gráfica 2:
Dependiendo de la cafetería a la que se asista será el alimento mayormente consumido, ya que cada una de ellas oferta especialidades diferentes, las más populares entre los encuestados es la torta de elote, galletas y panino. Esto nos dice que no sólo debemos enfocarnos en bebidas, se puede agregar en el menú opciones de comidas, postres y panes. El croissant de jamón fue el alimento que se propuso en el proyecto, sin

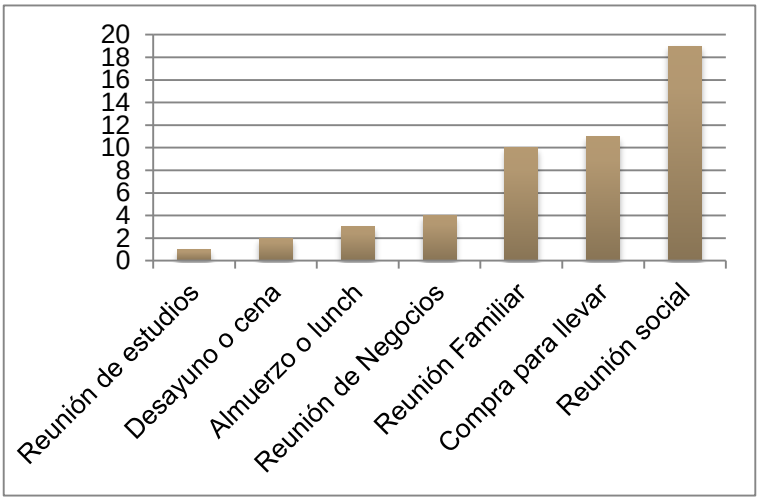


Gráfica 2. Último alimento consumido. Elaboración propia.

embargo, es el que menos consumen. Lo que da una propuesta de descartar el producto (si así lo quisieran), o agregar otro producto como el panino que es más consumido.

Gráfica 3:

Los motivos de visitas varían en un 2% los encuestados que acudieron a quedarse en el establecimiento para tener una reunión social a los que pidieron sus alimentos y bebidas para llevar. Estos resultados nos ayudaron a descartar la idea de sólo hacer una cafetería para llevar y enfocarse en ser eficaces y eficientes en el servicio al cliente. Pese a que la *reunión de estudios* es la más baja, existe una oportunidad de mercado desatendida para todos aquellos estudiantes que buscan un lugar o espacio en donde puedan sentirse cómodos para realizar sus trabajos escolares.

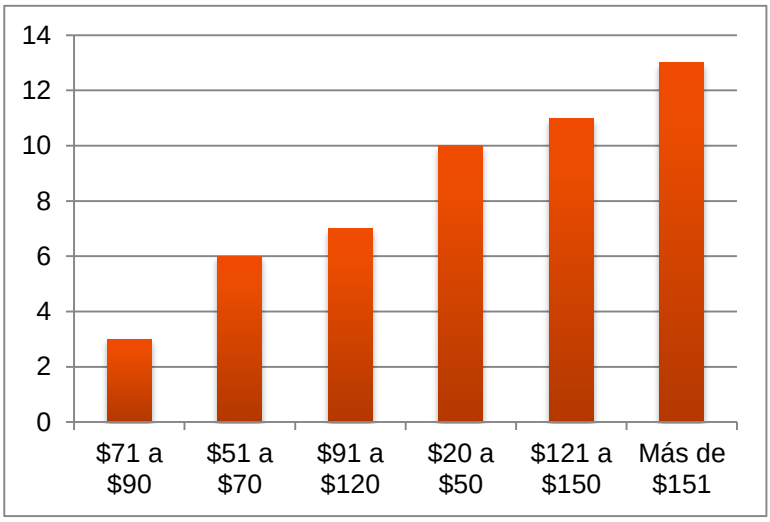


Gráfica 3. Motivo de reunión. Elaboración propia.

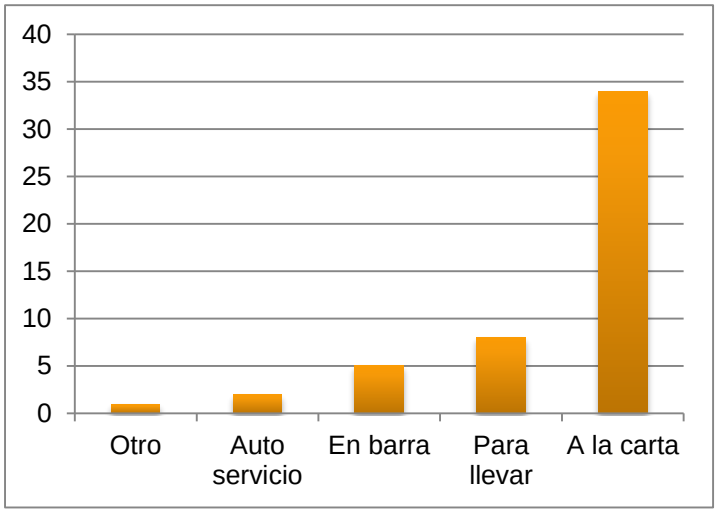
Gráfica 4:

Se puede observar que la cantidad que llegaron a pagar en su última visita (varía en cuanto al establecimiento visitado) fue mayor a cien pesos.

Con base a estos datos se Realizará un cálculo para obtener el ticket promedio y de esta manera obtener las ventas.



Gráfica 4. Cantidad pagada en su última visita. Elaboración propia.



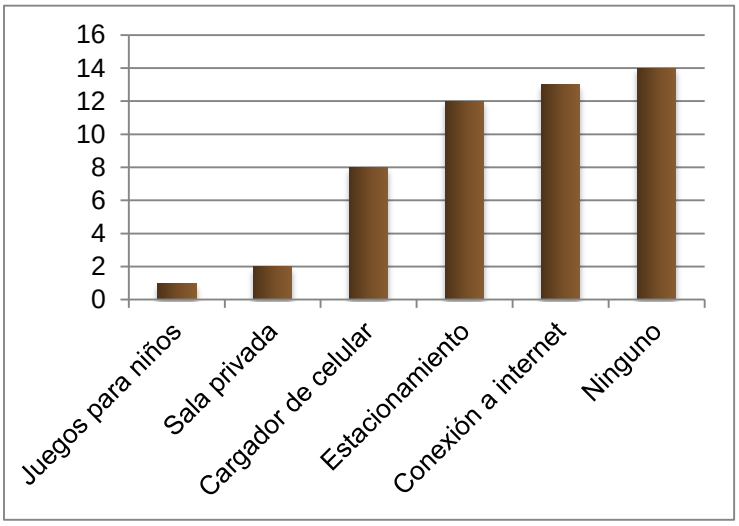
Gráfica 5. Tipo de servicio utilizado. Elaboración propia.

Gráfica 5:

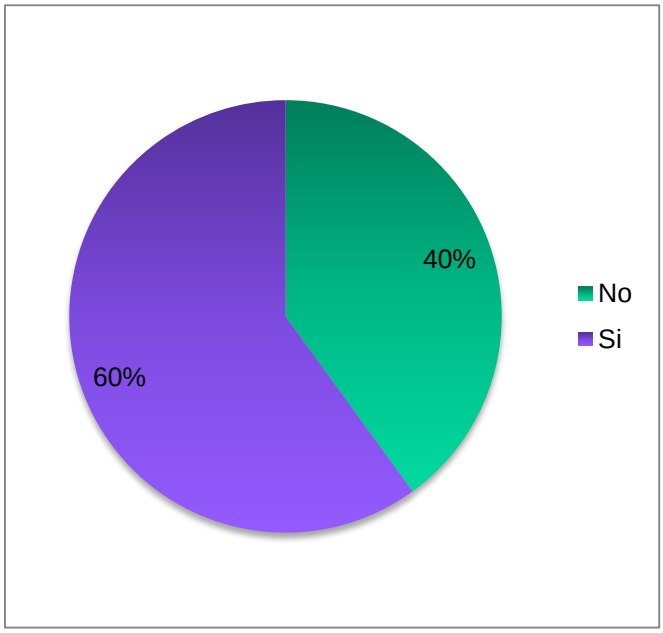
34 personas de las 50 encuestadas respondieron a que el servicio que más ocupan en una cafetería es a la carta, lo que significa que prefieren quedarse en el establecimiento a consumir los alimentos y bebidas. Esto nos ofrece una oportunidad de servicio importante para que el cliente se sienta cómodo y la cafetería pueda ser un lugar concurrido por el público.

Gráfica 6:

De un total de 50 personas encuestadas, 36 personas mencionaron el uso de servicios adicionales dentro del establecimiento visitado. Uno de los servicios a implementar es el servicio de internet, ya que resulta importante para el cliente tener una conexión ya sea para hacer trabajos o simplemente por el uso de internet gratuito. La adecuación del establecimiento para la comodidad del cliente es un aspecto relevante, por lo que recomendamos se consideren los servicios de internet, múltiples conectores además de tener un cargador de teléfono disponible para el uso de los clientes.

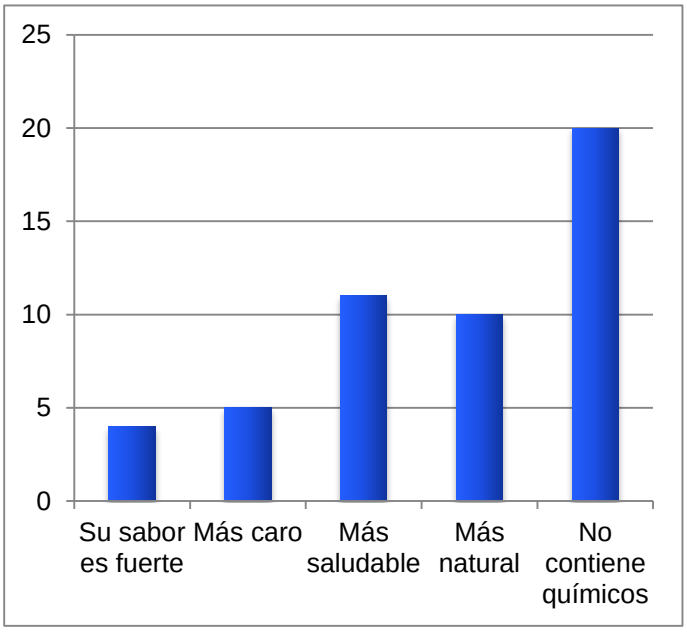


Gráfica 6. Servicios extras utilizados. Elaboración propia.



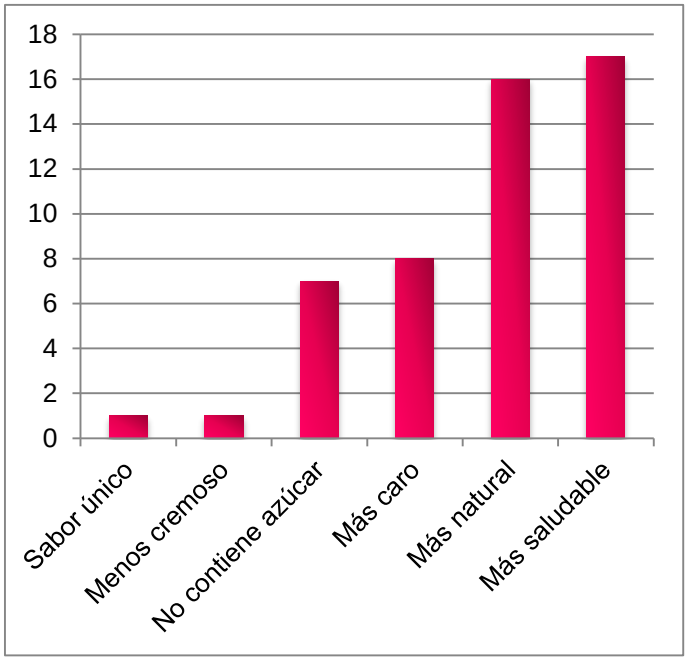
Gráfica 7. Precio equivalente a la calidad. Elaboración propia.

Gráfica 7:
60% de las personas encuestadas dijeron que sí estaban de acuerdo con lo pagado en relación a los productos y/o servicios que recibieron al momento de su última visita. 40% dijeron que no, ameritándolo al tamaño de las porciones, el tiempo de espera por sus productos o la calidad de los mismos. A raíz de estos resultados se recomienda que se tenga en consideración porciones grandes en los alimentos que se piensan servir en la cafetería, para que los clientes sientan que pagan lo equivalente en cuanto a precio-calidad.



Gráfica 8. Calificación Percepción del Café Orgánico. Elaboración propia.

Gráfica 8:
La percepción que tiene los clientes sobre el café orgánico difiere en los diferentes factores que se pusieron a consideración ante las personas encuestadas. La que más frecuencia tiene es que “no contiene químicos” con 20 puntos de valoración seguido de es “más saludable” con 11 puntos. Como recomendación a estos resultados podemos proponemos generar campañas de información correcta para que la comunidad que será nuestro mercado meta puedan conocerlo y comprar los productos a los precios ofertados en la cafetería, además de conocer sus beneficios.



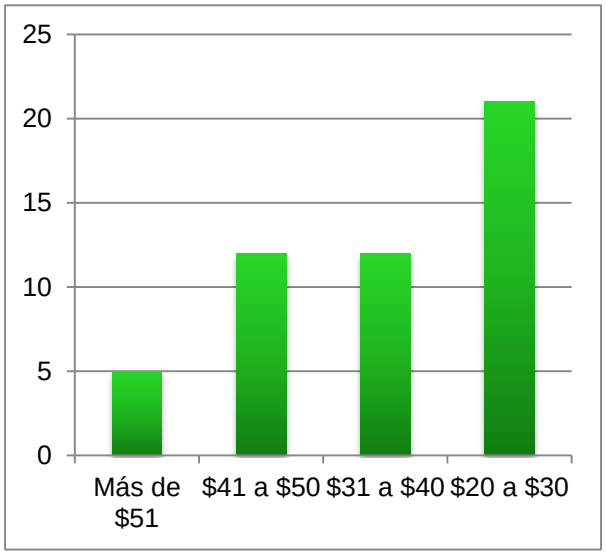
Gráfica 9. Calificación Percepción del Chocolate Orgánico. Elaboración propia.

Gráfica 9:

Como en la pregunta y análisis anterior, la percepción del chocolate orgánico varía en todos los factores expuestos a los encuestados, siendo "más saludable", con 17 puntos, la respuesta que más frecuencia tiene, seguido de es "más natural" con 16 puntos. La recomendación que proponemos es usar estas percepciones a favor de la empresa y usar los medios que más frecuenten para poder tener un gran tráfico de personas que asistan a la cafetería y compren los productos más populares.

Gráfica 10:

Veintiuna personas de cincuenta encuestadas contestaron que estarían dispuestos a pagar un incremento de $20 a $30 en su consumo de productos con ingredientes y elaboración orgánicos. Esto nos ayuda como comparativo para poder elegir de manera correcta los precios con los que va a entrar la cafetería al mercado. La recomendación que damos es aumentar estos precios dados a los previamente estudiados y óptimos. Esta estrategia busca conocer la verdadera reacción del mercado meta y adaptarlos en caso de que no se logré una buena aceptación de los mismos y afecte a las ventas futuras de la empresa.



Gráfica 10. Disponibilidad de pagar monto extra. Elaboración propia.

3.4 Análisis de la competencia

Número de cafeterías en Comalcalco (competencia directa e indirecta)

En la siguiente lista mencionamos a la competencia que consideremos directa por los factores de:

- **Productos y servicios que ofrece:** aunque algunos de los establecimientos que mencionamos son “Juguerías”, en los productos ofrecidos en su menú, en la materia prima que usan hay chocolate y café, por lo que consideramos prudente mencionarlas y estar alertas de cómo atienden a sus clientes y cómo éstos reaccionan a los cambios en la empresa.
- **Número de locales con los que cuenta en la ciudad de Comalcalco:** Usando de referencia los kilómetros a la redonda de donde pensamos que es la mejor ubicación de la cafetería, contabilizamos el número de locales de la principal competencia, teniendo idea de a donde podrían acudir los consumidores en el caso de estar en la zona o en alguna situación donde nuestra localización sea óptima para poder conseguir utilidad.
- **Servicios adicionales:** las cafeterías mencionadas cuentan con algún tiempo en el mercado de las cafeterías en la ciudad de Comalcalco, por lo que han podido detectar necesidades adicionales a las que piden los consumidores, haciendo que se brinde más de lo que se espera, creando una preferencia por su servicio y no sólo por los productos ofertados.
- **Fidelidad de los clientes:** siendo una ciudad donde no reside un gran número de habitantes, los negocios que han estado por un tiempo se vuelven parte de la vida rutinaria, cuando surge la necesidad específica de tomar café o chocolate. Al momento de querer cubrir esa necesidad, estos serían los primeros establecimientos que saltarían en su mente, haciendo la penetración de mercado algo muy fácil o muy difícil. (DENUE, 2016)

Nombre	Número de locales
Café La Cabaña	4
La crepería la peché gourmet MR	4
Manzarina Deli	1
Cafetería plantel 20	1
Cafetería “Sin nombre”	1
Cooperativa escolar	1
Cooperativa tienda de consumo	1
Delimix café	1
Fonda ensaladi	1
Fresas con cremas	1
Jugopolis (venta de licuados y jugos):	1
Jugos y licuados “Angelitos”	1
Jugos y licuados “Don Pablito”:	1
Jugos y licuados “El güero”	1
Jugos y licuado “la esquina”	1
Jugos y licuados “Seyka”	1
Juguería center “Bee Ges”	1
Juguería “Chávez”	1
Juguería pluma blanca	1
La mucca cafetería	1

Tabla 35. Elaboración propia.

Como competencia indirecta localizamos estos negocios en un radio aproximado de 500 metros a la redonda de donde consideramos ubicar el local de la cafetería. En el menú de estos establecimientos su principal fuerza de venta no es el café ni el chocolate en las presentaciones que se planean ofertar, sin embargo, tienen algunos que su materia y todo el proceso de preparación del alimento o bebida sí contiene estos insumos.

Nombre	Número de locales
Kiosko Snacks mercado Soriana Comalcalco	1
La cocina de Lulu	1
Nevería los Pekes	1
Pastelería AZÚCAR Morena	1
Raspados y frappé VENTURA	1
Refresquería de Luis	1
Tienda de helados Mr Yeti	1
Venta de machacados y raspados sin nombre	1
Venta de raspados “platanitos y dulces”	1

Tabla 36. Elaboración propia.

La Figura 13 muestra un mapa en donde se observan los kilómetros a la redonda encerrados en un círculo azul, los puntos representan dónde están ubicadas exactamente las cafeterías y locales de las tablas anteriores y el marcador señala el lugar óptimo de posicionamiento propuesto para la cafetería.

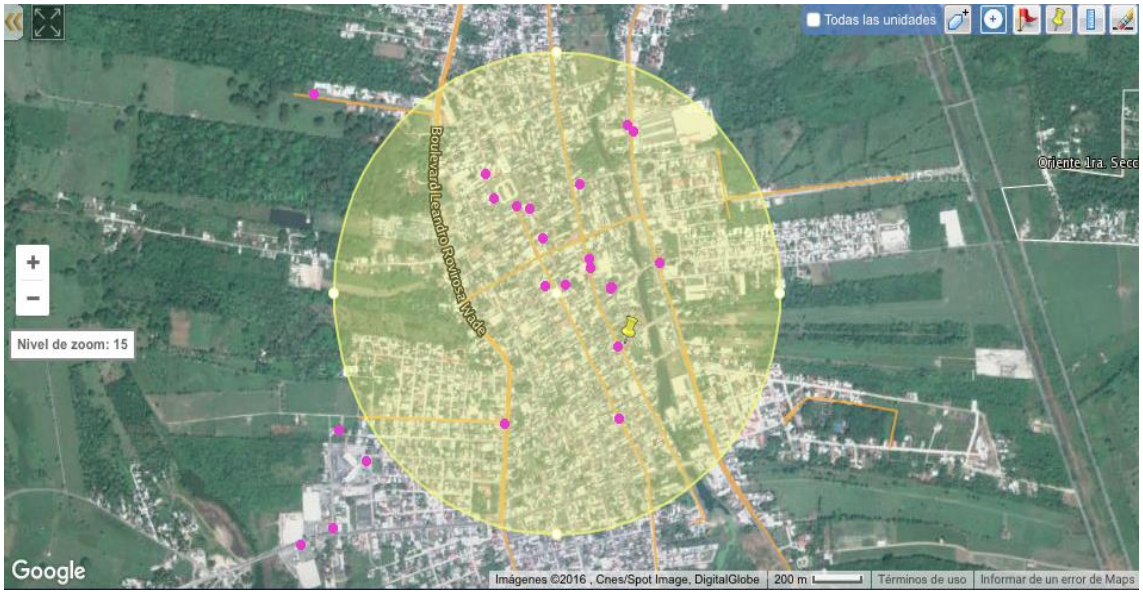


Figura 13. Cafeterías en Comalcalco. Fuente: INEGI. Recuperado de: http://www3.inegi.org.mx/sistemas/mapa/denue/default.aspx

3.5 Análisis de precios

Para determinar el precio ideal al cual se va a ofertar el producto se emplearon dos métodos (el método de la Elasticidad y el método Maximizador de Utilidades).
Para obtener el precio promedio y la desviación estándar era necesario utilizar los precios de los competidores directos, los cuales debido a la ubicación sólo se pudieron encontrar los de los establecimientos “La Cabaña” y “Mazarina”. **Ver detalles en Anexo 8. Precios de la Cafetería La Cabaña.**
El método de margen de utilidad sobre costos tampoco se realizó debido a que el producto no necesita pasar por ningún intermediario; su venta es directa.

Figura 14. Elaboración propia.

La gráfica refleja que nuestro producto se encuentra en la categoría de “muy caro” debido al precio al que lo estamos ofertando. La justificación de este precio es que,

debemos recordar, estos productos están hechos con base a materia prima orgánica y, tanto la producción como la elaboración de las bebidas, son hechas con procesos únicos y especializados que hacen que este tipo de café no pierda su esencia y calidad.

Método de igualdad de Oferta-Demanda

El método de igualdad de Oferta-Demanda o Elasticidad de la Demanda, mide el cambio porcentual en la cantidad demandada de un bien ante un cambio porcentual en el precio del mismo bien. Utilizando un Precio de Reserva (precio máximo dispuesto a pagar por un bien o servicio), la Elasticidad (e) de del café y el Costo Unitario (C.U) por producto, calculamos el precio en base a este método.

$$D = P.de\ Reserva - e(P)$$
$$O = C.U. + e(P)$$
$$D = O$$

El dato sobre el precio de reserva fue sacado de un estudio de la PROFECO, sobre algunas cafeterías en la ciudad de México. **Ver detalles en Anexo 9. Estudio de la PROFECO.**

Método de igualdad de Oferta-Demanda	
Precio del café americano 12 oz.	
Precio de Reserva	28
Costo Unitario	4.97
Elasticidad del café	1.17
Demanda=	P. de Res. - Elasticidad(P)
Oferta=	C.U. + Elasticidad(P)
O=D	4.97+1.17(P)=28-1.17(P)
	2.34P=23.03
	P=23.03/2.34
Precio Final	**10**

Tabla 37. Elaboración propia.

Ya que no se obtuvo el precio de la competencia (Café La Cabaña, Comalcalco), el dato sobre el precio de reserva fue sacado de un estudio de la PROFECO, sobre algunas cafeterías en la ciudad de México.

Método de igualdad de Oferta-Demanda	
Precio del Frappe 16 oz.	
Precio de Reserva	50
Costo Unitario	18.78
Elasticidad del café	1.17
Demanda=	P. de Res. - Elasticidad(P)
Oferta=	C.U. + Elasticidad(P)
O=D	18.78+1.17(P)=50-1.17(P)
	2.34P=31.22
	P=31.22/2.34
Precio Final	**13**

Tabla 38. Elaboración propia.

Método de igualdad de Oferta-Demanda	
Precio del Chocolate 12 oz.	
Precio de Reserva	40
Costo Unitario	11.28
Elasticidad del chocolate	1.17
Demanda=	P. de Res. - Elasticidad(P)
Oferta=	C.U. + Elasticidad(P)
O=D	11.28+1.17(P)=40-1.17(P)
	2.34P= 28.72
	P=28.72/2.34
Precio Final	**12**

Tabla 39. Elaboración propia.

Método Maximizador de Utilidades

"*Este método otorga un precio cuyo valor maximiza las utilidades del proyecto. Este método busca encontrar el auge, es decir cuando el precio llega a su punto máximo en la curva de la oferta*" (Rodríguez Batres, 2016). Para determinar el precio se utilizó el precio de reserva, el costo unitario y la Elasticidad del café.

$$U = Ingresos - Costos$$

Método maximizador de utilidades	
Precio del café americano 12 oz.	
Precio de Reserva	28
Costo Unitario	4.97
Elasticidad café	1.17
U=	Ing. – Costos
U=	(P*Q)-(C.V. + C.F.)
U=	[P(28-1.17P)] - [(4.97(28-1.17P)) +4.97]
U=	$33.81P-1.17P^2$
DERIV. U/P=	33.81/2.34
Precio Final	**14**

Tabla 40. Elaboración propia.

Método maximizador de utilidades	
Precio del Frappé 16 oz.	
Precio de Reserva	50
Costo Unitario	18.78
Elasticidad café	1.17
U=	Ing. – Costos
U=	(P*Q)-(C.V. + C.F.)
U=	[P(50-1.17P)] - [(18.78(50-1.17P)) +18.78]
U=	$71.97-1.17P^2$
DERIV. U/P=	71.97/2.34
Precio Final	**31**

Tabla 41. Elaboración propia.

Método maximizador de utilidades	
Precio del Chocolate 12 oz.	
Precio de Reserva	40
Costo Unitario	11.28
Elasticidad café	1.17
U=	Ing. – Costos
U=	(P*Q)-(C.V. + C.F.)
U=	[P(40-1.17P)] - [(11.28 (40-1.17P))+11.28]
U=	$53.20P-1.17P^2$
DERIV. U/P=	53.20/2.34
Precio Final	**23**

Tabla 42. Elaboración propia.

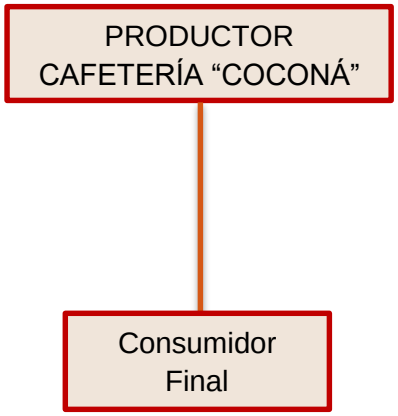
Mediante los métodos “Maximizador de Utilidades” e “Igualdad Oferta-Demanda” se obtuvo el precio final. A pesar de haber encontrado un precio más competitivo y más bajo en comparación al de la competencia, se han descartado ambos métodos, ya que, si se traduce a ventas el ingreso obtenido es muy bajo.
Se seleccionó otro precio de venta, ya que como se mencionó anteriormente, el beneficio económico y los ingresos reflejados son bajos si fijamos el precio en base a alguno de los métodos de fijación de precios que se realizaron. Los precios sugeridos, son incluso más bajos que los de la competencia y menores al precio de reserva, pero consideramos que crea una ventaja competitiva frente a su competidor más fuerte.

3.6 Logística

La figura 14 explica el tipo de venta que realizará la cafetería. Es un canal de venta directa, ya que no existen intermediarios, el consumidor final asistirá personalmente a la cafetería, realizará la compra, esto explica por qué no hay ningún tercero que haga esta transacción por él o se lo lleve a otro lugar. Tampoco usará su compra para transformarla o revenderla, será uso exclusivo y final para él.

El tipo de distribución es exclusiva ya que es sólo un establecimiento, por lo tanto, la longitud del canal es dos y el nivel es cero, por consecuente la cadena de suministro está enfocada al cliente concentrando la mayor atención en el cumplimiento de la demanda de estos mismos y esto comprende aspectos fundamentales, como cubrir las necesidades de los consumidores, así como también brindar un servicio eficiente.

La cadena de suministro empieza por el proveedor y termina con el consumidor final, se cuenta con un sólo proveedor que es el que cumple la función de suministrar el café en grano; en la manufactura se cuenta con los empleados de producción de las bebidas, y por último nuestro consumidor final. El sistema de distribución es integrado porque en este caso la cafetería lleva ella misma el producto terminado al consumidor final.



L: 2
N: 0

Figura 15. Elaboración propia.

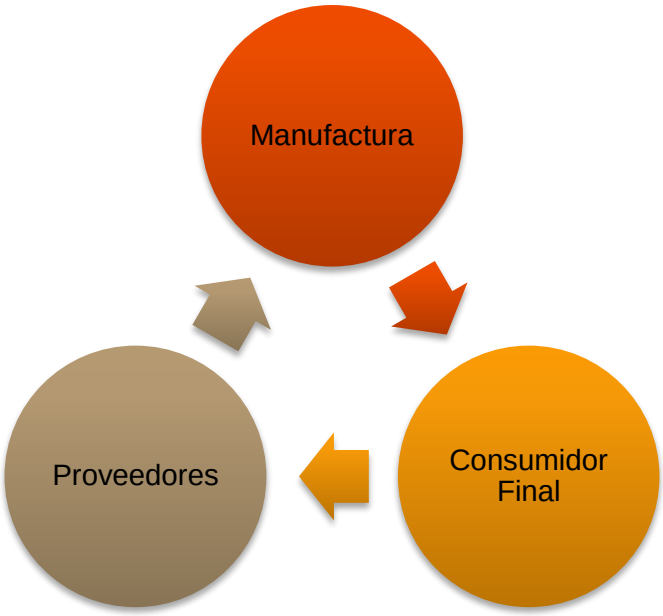


Figura 16. Cadena de suministros. Elaboración propia.

3.7 Etiqueta

La etiqueta del producto se encontrará impresa en el envase primario, el cual son los vasos donde se servirá el café. La elección del nombre se realizó en base a diferentes factores, para escoger el más adecuado.

Al ser el logo la identidad gráfica de la empresa fue muy importante escoger aquél que cumpliera con la mayoría de los factores propuestos, o con todos. Estos factores son: que sea fácil de decir, memorable, corto, representativo, único y cultural. Que destaque entre las demás cafeterías de la región. Tras una serie de propuestas se decidió que COCONÁ era el nombre que cumplía con la mayoría de estos factores.

Lista de nombres propuestos:

- **COCONÁ**
- Le-choc
- Kakaw
- Le kakaw
- La esencia

Consideramos que el nombre es el adecuado porque se planea representar la cultura y esencia de la región en la cafetería.
En la identidad gráfica de la empresa, se encuentra el nombre de la empresa, en letras mayúsculas y de color rojo ladrillo. Se eligió este color para que el consumidor asocie los colores tierra con café y cacao, pero también buscando algo llamativo y atractivo.

El logotipo está basado en elementos iconográficos mayas, con inspiración a tendencias en cafeterías en varias regiones del mundo, siendo principales las que ya están establecidas en México. Los colores escogidos son de una paleta de tonos semi-fríos y cálidos, se eligieron con referencia a la cultura tabasqueña. El logo es un conjunto de iconos de símbolos mayas, la conjunción de las dos *"O"* forman un solo ícono que significa fertilidad, siembra y elementos referentes a ello. El ícono de la *"N"* hace referencia a la procedencia de un lugar con cultura maya. La idea del logotipo es una figura que se puede ver dentro de un rectángulo, hace referencia al lugar de procedencia, en este caso al lugar de la semilla del café con el que se elaborarán los productos. El patrón que se obtuvo para el estampado del vaso hace referencia al proceso del café, que va desde la siembra hasta la distribución a locales donde se sirve ya transformado.

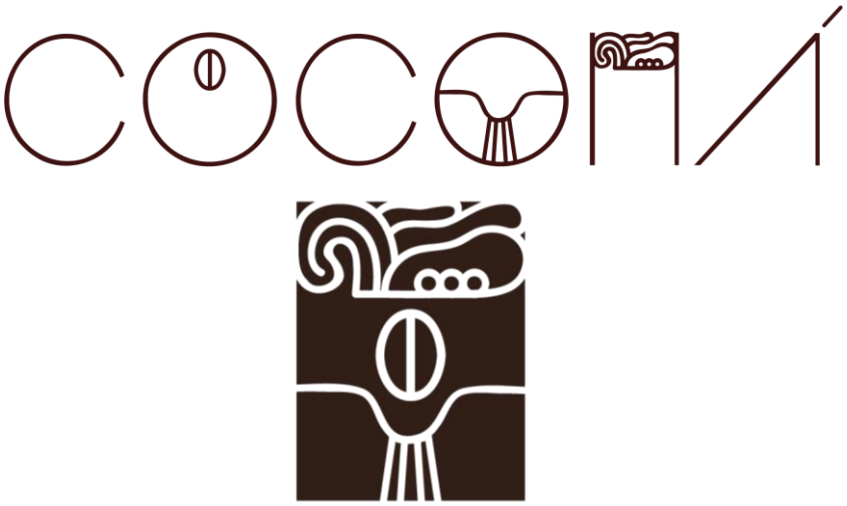


Figura 17. Logotipo. Elaboración de Uriel Palacios.

3.8 Empaque primario

El empaque primario es el que tiene contacto directo con el producto, en nuestro caso serían los vasos. Los vasos que se utilizarán serían de tamaño mediano y grande tanto para las bebidas calientes como para las bebidas frías. Los vasos para las bebidas calientes son de cartón encerado blanco y los de las bebidas frías y alimentos de plástico. Cada vaso tiene una tapa de plástico, empaque tiene un costo de: $ 1.78 pesos.

- Envase mediano: 12 oz.

Figura 18. Imagen recuperada de: http://coffeesolutions.com.mx/

- Envase grande: 16 oz.

Figura 19. Imagen recuperada de: http://coffeesolutions.com.mx/

Cada envase contará con diseño. Por la parte de enfrente se encontrará el nombre de la cafetería, el cual es: COCONÁ. Por la parte de atrás los vasos estarán impresos con el logotipo, alrededor de todo el vaso estarán impresas unas grecas simbolizando la cultura maya. La idea de estampar una representación maya es que la ciudad de Comalcalco pertenece a la región de México donde habitaron los mayas y lo que se busca reflejar es que los consumidores se identifiquen con sus raíces.

A continuación, se presenta una imagen 3D del envase con el nombre y diseño del vaso.

Figura 20. Envase. Elaboración de Uriel Palacios.

3.9 Empaque secundario

Al tratarse de la venta de café líquido sólo se cuenta con un empaque primario. No se planea distribuir las bolsas de café orgánico o ninguna otra actividad que represente contar con un empaque secundario. Para el transporte del producto simplemente se emplearán fajillas y bases de cartón para colocar hasta 4 cafés.
En un futuro se podría buscar la comercialización del café en grano y chocolate en polvo, pero por el momento no se contaría con un empaque secundario.

3.10 Estrategias de promoción y publicidad

Todas las estrategias que se proponen en este apartado son con la finalidad de dar a conocer la cafetería “COCONÁ”, su filosofía y la forma de hacer comercio con el café orgánico y el cacao orgánico. Se utilizarán los medios de comunicación más usados por los futuros consumidores o los que tengan más popularidad entre ellos mismos, para estar al tanto sobre su opinión del establecimiento, los productos y el servicio.

1. **Muestras de productos en lugares populares**

Stant en el centro, centro comercial o calles importantes de la ciudad dando pequeñas muestras de los productos más fuertes de nuestro menú, anticipando la llegada de la cafetería y lo que ofrecerá en contraste con la competencia. Se montará un stant con una persona encargada de dar las muestras y ésta será la encargada de asegurarse de contestar cualquier duda que tengan los clientes potenciales. El costo por esta estrategia es de: $6,000 en total. Edecán: $2,000. Montado y desmontado de stant: $3,000. Muestras gratis: $1,000.

2. **Página Web**

El motivo de desarrollar una página web exclusiva para la cafetería es que los clientes encuentren un espacio donde se pueda explicar la elaboración de los diferentes

productos con ingredientes orgánicos que se ofertan en el menú. Adicionalmente se podrán dejar comentarios u opiniones para mejorar el servicio o sugerir bebidas o servicios que gustarían que se adicionaran. También los usuarios podrán ver notas relacionadas con el comercio justo que se lleva a cabo en Comalcalco y cómo es que se refleja en la vida de los trabajadores que surten la materia prima de los alimentos que consumen. Precio: $3,000 en total. Diseñador ($2,000) programación ($1,000).

3. Redes sociales

Elegimos las plataformas más concurridas por nuestro mercado meta, haciendo que la frecuencia de visita sea elevada y teniendo comunicación bidireccional para atender las necesidades y adaptarnos a cómo va evolucionando la recepción del producto. Elegimos las redes que están más en tendencia tiene mayor número de usuarios: Facebook e Instagram, el costo para tener un buen lugar, que dependiendo de los “likes” salga en páginas principales populares es un estimado de 3,000 pesos por red social.

El total de los costos por este plan de promoción se desarrolla de la siguiente manera, mostrando cada uno de los medios que se seleccionaron para llevarlo a cabo y el total a pagar por todos los medios de comunicación.

Presupuesto	Contenido	Precio total anual
Redes Sociales	$3,000 C/U Facebook e Instagram	$6,000
Página Web	Diseñador $1,000 programador $2,000	$3,000
Muestras	Stant y edecán	$6,000
TOTAL		**$15,000**

Tabla 43. Elaboración propia.

CAPÍTULO IV.- ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO

4.1 Presupuesto de Inversión Inicial

"La inversión inicial indica la cuantía y la forma en que se estructura el capital para la puesta en marcha de la empresa y el desarrollo de la actividad empresarial hasta alcanzar el umbral de rentabilidad". (CEEIM, 2016)

Dentro de los conceptos que forman el presupuesto de inversión inicial se encuentran: la compra de maquinaria y equipo, la renta del establecimiento, gastos de constitución, los gastos de venta y el equipo de seguridad e higiene. La sumatoria de todos estos factores da la cantidad de $ 219,798 pesos. Estos precios y cotizaciones fueron realizados por un especialista en cafeterías, empresa ETRUSCA. Los locales de renta fueron cotizados con una agencia de bienes raíces directamente en la ciudad de Comalcalco, eligiendo el más conveniente para nuestro presupuesto y meta de proyecto. **Ver Detalles en el Estudio Técnico**.

La constitución de la empresa como Sociedad Anónima de Capital Variable tiene un costo de $8,000. Esto lo obtuvimos mediante la llamada a la notaría de la titular Lic. Cinthya Torruco Dagdug número 2 de la Ciudad de Comalcalco, Tabasco. La cuál nos dio el costo para poder constituir la cafetería.

Presupuesto de inversión inicial

Presupuesto de inversión inicial	
Conceptos	**Montos**
Depósito y renta del local	$84,000
Maquinaria y equipo.	$125,687
Equipo de seguridad e higiene	$ 2,111
Gastos de Constitución	$8,000
Total	**$219,798**

Tabla 44. Elaboración propia.

Presupuesto de ventas

El presupuesto de costo de ventas, son estimados que de manera específica intervienen en todo el proceso de fabricación unitaria de un producto, quiere decir que del total del presupuesto del requerimiento de materiales se debe calcular la cantidad requerida por tipo de línea producida la misma que debe concordar con el presupuesto de producción.

El presupuesto de venta se calculó en base a la capacidad de mercado, desarrollada en el capítulo técnico del proyecto.
El ticket promedio: es el promedio de dinero pagado por un grupo de personas con base a los últimos consumos que realizaron en las cafeterías. El resultado obtenido fue de $74.10.

Presupuesto de ventas					
	Año 1	**Año 2**	**Año 3**	**Año 4**	**Año 5**
Ticket promedio	$ 74.10	$ 76.03	$ 78.00	$ 80.03	$ 82.11
Capacidad de Mercado	101,422	114,607	129,506	146,342	165,366
Ventas	**$3,006,158**	**$3,485,279**	**$4,040,763**	**$4,684,779**	**$5,431,440**

Tabla 45. Elaboración propia.

Presupuesto de costo de venta

De acuerdo al método margen de utilidad de los costos, el costo de venta se calculará a través de la siguiente fórmula:

$$P = C.V(1 + U.D)$$

En donde:

- P=Ticket promedio= $74.10
- Utilidad deseada: 250%. **Ver detalles en Anexo 10. Utilidad deseada.**

Considerando que se tienen los siguientes datos, se procede a despejar la fórmula:

$$C.V.U = \frac{P}{(1 + U.D)}$$

$$C.V.U = \frac{74.10}{(1 + 2.5)}$$

$$C.V.U = 21.17$$

Presupuesto de costo de venta					
	Año 1	**Año 2**	**Año 3**	**Año 4**	**Año 5**
Capacidad de Mercado	101,422	114,607	129,506	146,342	165,366
Costo de venta	$ 21.17	$ 21.72	$ 22.29	$ 22.86	$ 23.46
Costo unitario	**$858,844**	**$995,727**	**$1,154,426**	**$1,338,418**	**$1,551,735**

Tabla 46. Elaboración propia.

4.2 Presupuesto de gasto de operación

Presupuesto de gastos de administración

Los gastos de Administración son aquellos los cuales abarcan el control y la dirección de una organización que no son directamente identificables con el financiamiento, la comercialización o las operaciones de una empresa. Por ejemplo, los salarios de altos directivos, los servicios generales tales como; contabilidad, recursos humanos, mercadotecnia etc. Todos estos gastos abarcan los gastos administrativos. (Baca Urbina, 2013)

Estos gastos se pudieron calcular a través de la sumatoria de renta, luz y sueldos, los que se proyectaron a cinco años usando una inflación de 2.60%, la que está actualmente en México, este dato fue tomado de BANXICO.

Los sueldos administrativos están conformados por el pago de forma anual con prestaciones del personal.

- Un gerente general.
- Dos cajeros.
- Dos baristas.
- Tres meseros.

Presupuesto de Gastos de Administración					
	Año 1	**Año 2**	**Año 3**	**Año 4**	**Año 5**
Renta	$ 84,000	$ 86,184	$ 88,425	$ 90,724	$ 93,083
Luz	$ 51,831	$ 53,178	$ 54,561	$ 55,979	$ 57,435
Sueldos administrativos	$ 443,880	$ 455,421	$ 467,262	$ 479,411	$491,875
Total	$ 579,711	$ 594,783	$ 610,247	$ 626,114	$642,393

Tabla 47. Elaboración propia.

Presupuesto de gastos de venta

Los gastos de venta son los gastos indirectamente atribuibles a la venta de un activo a los que la empresa no habría incurrido de no haber tomado la decisión de vender, en estos se incluyen los gastos legales necesarios para transferir un activo y las condiciones de venta. (Baca Urbina, 2013)

Nuestro presupuesto de gastos de ventas está constituido por promoción y publicidad ya que nos estamos enfocando en el crecimiento de las ventas y estamos invirtiendo $15,000 pesos en esta área incrementando cada año el valor de la inflación.

Presupuesto de Gastos de Venta					
	Año 1	**Año 2**	**Año 3**	**Año 4**	**Año 5**
Promoción/ Publicidad	$15,000	$15,390	$15,790	$16,201	$16,622
Total	$15,000	$15,390	$15,790	$16,201	$16,622

Tabla 48. Elaboración propia.

4.3 Financiamiento

En este caso específico no se pedirá ningún financiamiento a ningún tipo de institución bancaria o gubernamental. Las razones principales de tomar esta acción es que no se cuenta con las garantías ni el historial mínimo requerido por dichas instituciones, o aplaza la entrega del mismo por un largo periodo de tiempo, haciendo que accionar el plan de negocios de COCONÁ se vea demorado.
Se realizará con el capital que se acordó en un principio para poder realizar el proyecto, $200,000.

4.4 Estado de resultados Pro-Forma y Flujos Netos de Efectivo

Estado de Resultados						
Concepto	**0**	**Año 1**	**Año 2**	**Año 3**	**Año 4**	**Año 5**
Ventas		$3,006,158	$3,485,279	$4,040,763	$4,684,779	$5,431,440
Costo de Ventas		$858,844	$995,727	$1,154,426	$1,338,418	$1,551,735
Utilidad Bruta		**$2,147,313**	**$2,489,552**	**$2,886,337**	**$3,346,361**	**$3,879,704**
Gastos de Operación		$616,911	$632,373	$648,237	$664,514	$681,215
Gastos Administrativos		$579,711	$594,783	$610,247	$626,114	$642,393
Gastos de Ventas		$15,000	$15,390	$15,790	$16,201	$16,622
Depreciación		$22,200	$22,200	$22,200	$22,200	$22,200
Utilidad de Operación		**$1,530,403**	**$1,857,179**	**$2,238,099**	**$2,681,847**	**$3,198,490**
Gastos Financieros		$-	$-	$-	$-	$-
Utilidad después de Financiamiento		**$1,530,403**	**$1,857,179**	**$2,238,099**	**$2,681,847**	**$3,198,490**
Otros Ingresos		$-	$-	$-	$-	$34,145
Otros Gastos		$0	$-	$-	$-	$-
Utilidad Antes de Impuestos		**$1,530,403**	**$1,857,179**	**$2,238,099**	**$2,681,847**	**$3,232,635**
Impuesto Sobre la Renta (ISR)	30%	$459,120.85	$557,153.75	$671,429.85	$804,554.07	$969,790
PTU	10%	$153,040.28	$185,717.92	$223,809.95	$268,184.69	$323,263.48
Utilidad Neta		**$918,242**	**$1,114,308**	**$1,342,860**	**$1,609,108**	**$1,939,581**
Depreciación		$22,200	$22,200	$22,200	$22,200	$22,200
Amortización (Pago a principal)		$-	$-	$-	$-	$-
Inversiones	$219,798					
Préstamos	$-					
FNE	**-$219,798**	**$940,442**	**$1,136,508**	**$1,365,060**	**$1,631,308**	**$1,961,781**

Tabla 49. Elaboración propia.

El estado de resultados proforma, refleja el método contable de acumulaciones, bajo el cual los ingresos, los costos y los gastos se comparan dentro de periodos de tiempo idénticos. Describe en forma comprendida las transacciones que darán como resultado una pérdida o una ganancia para los propietarios de una empresa. (Rivadeneira Unda, 2014)

El estado de resultados es un estado financiero que muestra ordenada y detalladamente la forma de cómo se obtuvo el resultado del ejercicio durante un periodo determinado.
En nuestro caso podemos ver cómo se hizo la función de la inversión inicial y los demás conceptos que conforman este estado. Al final de estos podemos ver los Flujos Netos de Efectivo que evidencia las ganancias que la empresa tendrá a un periodo de 5 años.

4.5 Punto de equilibrio

"El punto de equilibrio es nivel de producción en el que los ingresos por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los variables". (Baca Urbina, 2013)

El punto de equilibrio se calculó con el precio de $74.10 tomado del ticket promedio, los Costos Fijos se tomaron en base al presupuesto de operación.
Los Costos Variables Unitarios se determinaron a partir del costo del ticket promedio, el cual ya se ha mencionado. Los Costos Variables se calcularon a través de la fórmula de $CVU = \frac{P}{1+U.D}$ esta se recuperó de una base de datos, lo que nos dio 11,236 en unidades después de usar la fórmula destinada para obtener este dato.

En términos monetarios se pudo obtener, adaptando la fórmula, lo que da un resultado de $ 832,573 pesos. Es decir, que, al llegar a producir esta cantidad, tanto en unidades como en ingresos, la cafetería estaría alcanzando su punto de equilibrio en donde no tendrán ni pérdida ni ganancia.

$$PE = \frac{CF}{P - CVU}$$

$$PE = \frac{594{,}711}{74.10 - 21.17}$$

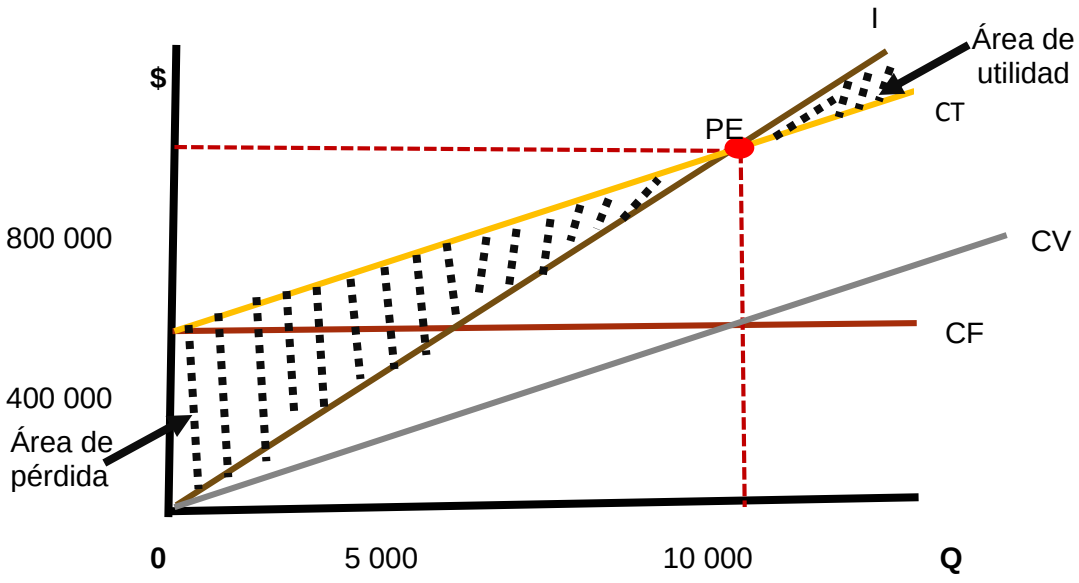
$$PE = 11{,}236\ unidades$$

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CVU}{P}}$$

$$PE = \frac{594{,}711}{1 - \frac{21.17}{74.10}}$$

$$PE = \$832{,}573$$

Gráfica de Punto de Equilibrio



Gráfica 11. Punto de Equilibrio. Elaboración propia.

- I= Ingreso
- CT= Costo Total
- CV= Costos Variables
- CF= Costos Fijos
- PE= Punto de Equilibrio

4.6 Tasa de Rendimiento Mínima Aceptada

"La TREMA representa el porcentaje mínimo de retorno que la organización desea obtener sobre la inversión inicial en el proyecto". (Baca Urbina, 2013)

La TREMA con la que se cuenta en el proyecto es 10.99%. Este dato fue obtenido con la fórmula $TREMA = i + f + (i)(f)$, los datos que se utilizaron para este calculo fueron: bonos americanos de 1.81%, Spread de México de 6.01%, una Beta de 0.76 obtenida de la tabla de betas por sector de Damodaran, tasa de interés de 8.18% y una inflación de 2.60%. Finalmente se obtuvo esta TREMA 10.99%. **Anexo 11. Betas de Damodaran.**

Tasa de Rendimiento Mínima Aceptable			
Bonos americanos	1.81%	**Taza de interés**	8.18%
Spread de México	6.01%	**Inflación**	2.60%
Beta	0.76	**TREMA**	**10.99%**

Tabla 50. Elaboración propia.

4.7 Valor Actual Neto e Índice del Valor Actual Neto

"El VPN o VAN es el valor monetario que resulta de restar la suma de los Flujos descontados a la inversión inicial". (Baca Urbina, 2013)

El Índice de Valor Actual Neto nos proporciona una medida de la rentabilidad de este proyecto, es decir, la actualización de los cobros y pagos de la inversión inicial.
Para fines de este proyecto, se utilizaron los Flujos Netos de Efectivo, previamente calculados en el estado de resultados, la inversión inicial y el horizonte de evaluación, es decir, la proyección de tiempo en la que se evaluará la rentabilidad de este proyecto.

El VAN obtenido en el proyecto nos muestra que se obtiene una utilidad una vez traídos los flujos de efectivo a valor presente, la cual nos demuestra que el proyecto es rentable porque presenta un VAN mayor a la inversión inicial que es de $4, 314,102.
Se calculó el IVAN que representa cuanto VAN se retorna por cada peso invertido, y el resultado fue de $19.63. Por lo tanto, por cada peso invertido se retorna 19.63 pesos.

Fórmula para calcular el VAN:

$$VAN = -Io + \sum_{t=0}^{n} \frac{FNE}{(1+i)^n}$$

Fórmula para calcular el IVAN:

$$IVAN = \frac{VAN}{Io}$$

Valor Actual Neto	
Inversión inicial	-$219,798
FNE1	$940,442
FNE2	$1,136,508
FNE3	$1,365,060
FNE4	$1,631,308
FNE5	$1,961,781
Años	5
VAN	**$4,314,102**
IVAN	**$19.63**

Tabla 51. Elaboración propia.

Van en Relación al Tiempo	
Beneficio promedio anual	**$862,820.40**
Beneficio promedio mensual	**$71,901.70**
Beneficio promedio diario	**$2,396.72**

Tabla 52. Elaboración propia.

4.8 Periodo de Recuperación de la Inversión

"*El periodo de recuperación es tiempo que se requiere para que una inversión genere flujos de efectivo suficientes para recobrar su costo inicial".* (Baca Urbina, 2013)

En el Estado de Resultados Pro-forma se obtuvieron los Flujos Netos de Efectivo, estos nos permitieron poder estudiar y analizar las proyecciones a 5 años. Con base a éstos pudimos calcular el año en el cuál la inversión inicial se recupera y los datos nos arrojaron la recuperación al año se realiza en el primer año y se obtiene un ingreso de $ 720,644 por lo que a partir de este año se presentarán ganancias completas para la empresa.

Periodo de recuperación de la inversión						
	0	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
VA	-$ 219,798	$940,442	$1,136,508	$1,365,060	$1,631,308	$1,961,781
VA ACUMULADO	-$ 219,798	**$720,644**	$1,857,152	$3,222,212	$4,853,520	$6,815,301

Tabla 53. Elaboración propia.

4.9 Tasa Interna de Retorno

"La TIR es la tasa de descuento por la cual el VPN es igual a cero. Es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial". (Baca Urbina, 2013)

La TIR se puede interpretar de dos formas:

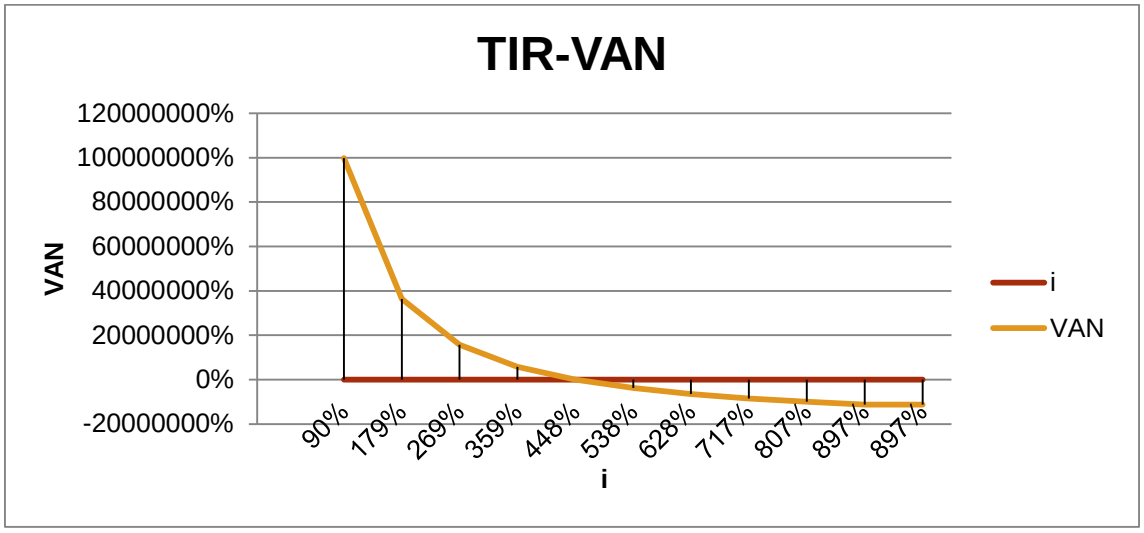
- En cuanto a Tasa Interna de Retorno indica a qué tasa el VAN se vuelve cero.
- En cuanto a Tasa Interna de Rentabilidad o Rendimiento indica el beneficio marginal del proyecto. Este es el dato que los inversionistas buscan.

Los datos que se utilizaron para obtener este resultado fueron la inversión inicial y los Flujos Netos de Efectivo del año uno al quinto.

Tasa Interna de Retorno	
TIR	448%

Tabla 54. Elaboración propia.

Gráfica VAN-TIR



Gráfica 12. Gráfica VAN-TIR. Elaboración propia.

La Tasa Interna de Retorno que calculamos en este proyecto es de 448%, esto se pudo obtener con los FNE y las ganancias que se proyectaron en el mismo. Para saber si el proyecto es seguro se calculó el margen de seguridad multiplicando la TREMA por 1.5, lo que dio una TREMA ajustada de 16.49%, posterior a esto se resta la TREMA ajustada a la TIR, dando un margen de seguridad de 437.01%. Indicando que el proyecto es rentable y seguro, por lo que se debería aceptar.

4.10 Conclusiones del Estudio Financiero

Como conclusión principal podemos decir que este estudio nos ayuda a tener una perspectiva real de cómo se aplicará el proyecto en el mercado real y si realmente el capital con el que planean empezar es suficiente o se necesita de algún préstamo o financiamiento externo para poder llevar a cabo el proyecto de la cafetería en Comalcalco, Tabasco.

Todos los indicadores financieros que se usaron son de gran ayuda para poder analizar de diferentes ángulos la totalidad del proyecto de inversión para accionarlo, por lo que, cada uno de ellos va relacionado y nos proporcionara el panorama más óptimo para tomar las decisiones pertinentes y correspondientes para saber de qué manera se puede comenzar el proyecto con una visión real financiera.

Analizando todo el estudio financiero podemos recomendar que el proyecto se lleve a cabo ya que contiene un alto nivel de rentabilidad, es seguro y se debería realizar en las condiciones más óptimas en Comalcalco, Tabasco.

CAPÍTULO V.- ANÁLISIS DE IMPACTO SOCIAL Y MEDIO AMBIENTAL

5.1 Empleos Directos

La cafetería CONANÁ se encargará de proporcionar empleo a 8 personas que cuenten con el perfil y la descripción de puestos requerido, para poder dar una atención de calidad y contar con el mejor personal para el trabajo mencionado. Serán capacitados y educados para poder elaborar las mejores bebidas y el servicio adecuado para poder introducirse al mercado de las cafeterías en la ciudad de Comalcalco, Tabasco.

Los puestos que se cubrirán en CONANÁ serán:

- Gerente General
- Barista (2)
- Meseros (3)
- Cajero (2)

Además, se darán capacitaciones básicas a todos los empleados en sus respectivas áreas, para que puedan desarrollarse de manera óptima, consiguiendo así que se vuelvan parte activa en la toma de decisiones de la empresa, proponiendo cómo se puede mejorar cualquier área que conforme la cafetería y que tengan trabajos estables por un largo periodo de tiempo mientras crecen profesionalmente.

Proponemos un programa de “Quédate Calientito” en el que haremos campañas en los meses de noviembre a febrero, donde daremos bebidas calientes a personas de bajos recursos con dos metas en mente: la primera poder ayudarlos y la segunda, darles un espacio agradable en un ambiente no hostil como en el que viven día con día, así mismo las propinas que se destinen a la cafetería serán recaudadas y destinadas para la compra de víveres a personas de bajos recursos.

Como segunda meta lo que queremos es que toda clase de personas, sin importar que nivel socioeconómico posean, puedan probar este tipo de café y que conozcan los beneficios que aporta a la comunidad, con la esperanza de inspirarlos a que puedan generar su propio negocio para re contribuir a la sociedad.

5.2 Empleos Indirectos

Los empleos indirectos se refieren a los que están dentro de la cadena de distribución, pero no necesariamente están en el organigrama que explican el funcionamiento de la empresa. En CONANÁ los empleos indirectos que se generarán son de los productores que trabajan en los cafetales y cacaotales en Tabasco y que son los principales actores en la cadena que nos provee la materia prima más importante de nuestra cafetería.

Una manera de mantenerlos en óptimas condiciones de salud sería a través de un programa que realice chequeos mensuales generales que verifiquen que los trabajadores se encuentran en excelentes condiciones. Se planea tomar medidas médicas a los que no tengan sus vacunas completas o tengan algún problema físico que les impida tener un rendimiento del 100% en su trabajo.

5.3 Identificación de beneficios y/o impactos a la comunidad

Beneficios

1. Poder proveer trabajo a personas que cumplan con los requerimientos mínimos para cubrir el trabajo.
2. Saber que se está trabajando en un establecimiento que corre bajo la filosofía de “Comercio Justo” y “Salarios Justos”, transmitiendo que lo que se vende es un producto de calidad, que se comercializará de acuerdo a un precio justo que beneficiará a los productores, trabajadores, hasta llegar al consumidor final, al cual se le brindará productos orgánicos de alta calidad.
3. Se podrá probar una de las mejores producciones de café y chocolate de una de las regiones más importantes de la república, adaptado a las necesidades y gustos de su mercado meta.
4. Mediante la producción y comercialización del cacao se buscará recuperar las hectáreas de cacaotales que se han ido perdiendo por la tala inmoderada que se ha dado en estado de Tabasco.

Impactos

1. Realizar una compra solidaria a lo que se paga en una taza de café, ya que con esta compra se ayuda a que los productores de café y chocolate puedan seguir sacándole provecho a sus tierras y, por consiguiente, permitiendo la existencia de cafeterías que ofrecen productos orgánicos de calidad que a su vez hacen comercio justo y generación de empleos.
2. Ser una empresa que provee a sus empleados, directos como indirectos, la atención necesaria no sólo en lo profesional, también en ámbitos de salud y físicos para que siempre puedan trabajar y puedan recibir su pago justo y correspondiente para poder suministrar dinero a sus familias.

5.4 Identificación de beneficios y/o impactos al medio ambiente

Una política ambiental empresarial es un conjunto de requisitos que la misma empresa se fija para poder colaborar a la disminución y reducción de los residuos que tienen sus operaciones con el medio ambiente.

En CONANÁ, siendo una empresa que su materia prima sale de cosechas de los cacaotales y cafetales, estarán comprometidos en su totalidad para que todos los

procesos que se realicen para llevar una taza de café a la mesa sean lo más amigables con el medio ambiente, sin comprometer la calidad de los productos que se ofrecerán. Para evitar generar una inconmensurable cantidad de basura, los alimentos y bebidas que se consuman en la cafetería se servirán en platos y tazas de porcelana.

Beneficios

1. Se contempla el ahorro de recursos en el reciclado, programas de cuidado ambiental con los empleados, separación de desechos orgánicos e inorgánicos y la participación en eventos que impulsen la conservación ambiental.
2. Cuidado de la plantación de la materia prima que se utiliza en los productos ofertados, cuidar que no contenga pesticidas ni que hayan pasado por tratamientos químicos que puedan dañar su crecimiento y el sabor que le dará al café o chocolate en un futuro.
3. Lograr que las bebidas que se hacen con base a las materias primas que salen de dichas plantaciones conserven su sabor y de esta manera poder ofrecer productos orgánicos, practicando los valores de la empresa.

Impactos

1. Ser la primera empresa en la ciudad de Comalcalco que se preocupa por el medio ambiente, desarrolla estrategias para accionarlas y que se vea reflejado en sus procesos en el periodo de tiempo más corto posible.
2. Ofrecer a los clientes productos sin ningún químico para que los disfruten, pero sobre todo sepan que están apoyando el comercio justo de su mismo estado.
3. Lograr reducir los residuos de todas las materias primas que se utilizan, si es orgánico poder volverlo composta que se colocará en jardines con fines de preservar el medio en el que vivimos y servicios a la comunidad. Los no orgánicos poder reciclarlos y reutilizarlos o llevarlos a centros de acopio en la ciudad, con fines de ahorro y enseñar a los consumidores que consumir un buen café no es sinónimo de crear desechos en la ciudad.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El objetivo general del estudio era determinar la rentabilidad del proyecto de inversión de una cafetería en la ciudad de Comalcalco. Tras haber realizado un extenso análisis por medio del estudio técnico, de mercado, económico y financiero se obtuvieron las siguientes conclusiones.

Se puede concluir que la implementación de una cafetería en el centro de la ciudad de Comalcalco, Tabasco es rentable y pude ayudar a cumplir con la finalidad de financiar la incubación de proyectos de economía social, cultural y democracia de calidad, impulsados por la Asociación Horizontes Creativos.

El producto tiene muchas ventajas una de las más importantes para el consumidor es que es un producto 100% orgánico, por lo que no se encuentra dañado por ningún químico. Consumir un producto orgánico es un compromiso con la salud del consumidor y del medio ambiente. Además, la creación de la cafetería COCONÁ®, busca apoyar a los productores comprándoles su cacao a precio justo, esto a la vez ayuda a su producción e inspira a la recuperación de las hectáreas de cacaotales que se han ido perdiendo por la tala inmoderada que se ha dado en estado de Tabasco.

Analizando la respuesta del mercado meta podemos notar que la cafetería presenta una gran aceptación entre los habitantes de la ciudad de Comalcalco. Una de las razones es que los precios presentados son inferiores a los de la competencia y la idea de un café y chocolate orgánico a “un buen precio” les parece atractiva, además de que la ubicación es la ideal ya que se encuentra a cinco cuadras del centro y alrededor hay varios locales comerciales.

De los puntos más importantes de este proyecto, son los indicadores financieros, los cuales arrojan información que dice que el proyecto es rentable, seguro y sumamente atractivo por lo que debería aceptase, la recuperación de la inversión se realiza en el año uno y se tiene un monto de $ 720,644 como ingresos al final de año. Una de las propuestas realizadas sería que la cafetería se expanda; el local propuesto está dividido en dos, el área más chica es la que se busca rentar, el siguiente año se contará con los ingresos suficientes para poder rentar la otra parte de la cafetería y así poder atender a más personas y crecer en el corto plazo.

REFERENCIAS

AMAI. (2016). *NSE*. Obtenido de Niveles Socioeconómicos: http://nse.amai.org/nseamai2/

Ayuntamiento Constitucional de Comalcalco. (2016). *Comalcalco*. Obtenido de http://www.comalcalco.gob.mx/

Baca Urbina, G. (2013). *Evaluación de proyectos.* México: Mc Graw Hill.

Barquero Corrales, A. (2005). *Administración de Recursos Humanos.* San José: Universidad Estatal a Distancia.

CEEIM. (2016). *Centro Europeo de Empresas e Innovación de Murcia*. Obtenido de http://www.ceeim.es/

CONDUSEF. (10 de Julio de 2010). *CONDUSEF*. Obtenido de http://portalif.condusef.gob.mx/

Damodaran, A. (Enero de 2016). *Betas by Sector (US).* Obtenido de http://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/New_Home_Page/datafile/Betas.html

DENUE. (2016). *INEGI*. Obtenido de Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas: http://www3.inegi.org.mx/sistemas/mapa/denue/default.aspx

INEGI. (2016). *INEGI*. Obtenido de http://www.inegi.org.mx

Lamb, C., Hair, J., & McDaniel, C. (2008). *Marketing.* México: Sengage Learning.

Martner, G. (1981). *Planificación y presupuesto por programas.* Buenos Aires, Argertina: Siglo Veintiuno .

Rivadeneira Unda, M. (2014). *La elabolación de presupuestos en empresas manufactureras.*

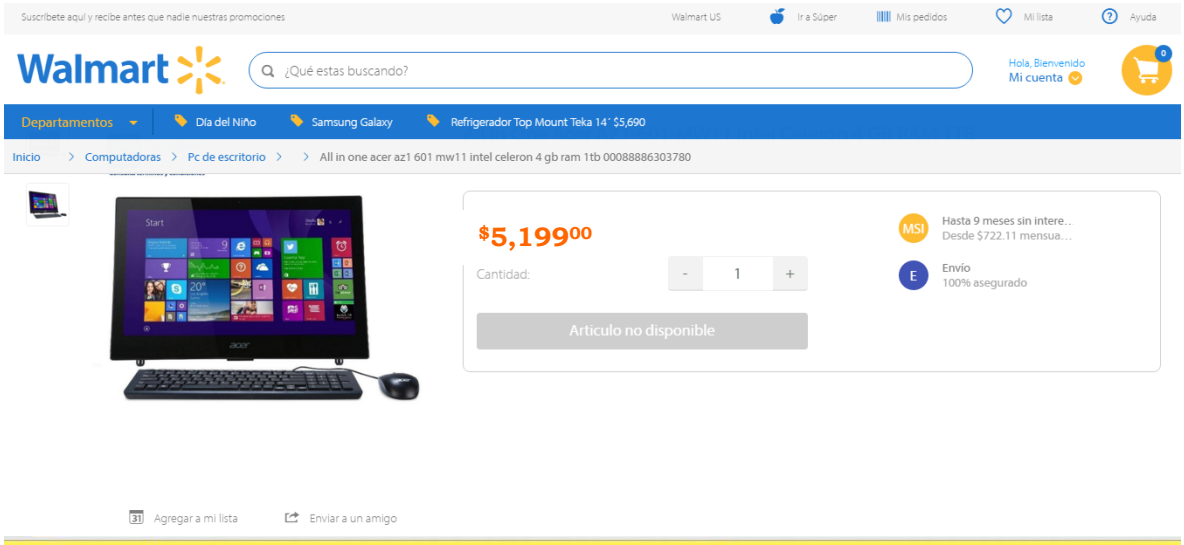
Rodríguez Batres, A. (2016). Método de Capacidad Económica. Puebla, México: Universidad Iberoamericana.

Secretaría de Trabajo y Prevención Social. (2016). *Secretaría de Trabajo y Prevención Social*. Obtenido de http://www.stps.gob.mx/

ANEXOS

Anexo1: Maquinaria y equipo.

Licuadora Hamilton Beach modelo 450, de 1 Hp de fuerza, 110 volts, programas de tiempo definidos y dos velocidades.		**$473.28 DOLARES**	Se cotiza al tipo de cambio del día que la solicites
Licuadora Hamilton Beach modelo 550 de 3 Hp de fuerza, 110 volts, programas de tiempo definido, botón de Jump, dos velocidades, sensores de vaso.		**$696.00 DOLARES**	Se cotiza al tipo de cambio del día que la solicites
Licuadora Hamilton Beach modelo 650 de 3 Hp de fuerza, 110 volts, programas de tiempo definido, botón de Jump, dos velocidades, sensores de vaso.		**$736.60 DOLARES**	Se cotiza al tipo de cambio del día que la solicites
Licuadora Hamilton Beach			Se cotiza al tipo


Suscríbete aquí y recibe antes que nadie nuestras promociones
Walmart US
Ir a Súper
Mis pedidos
Mi lista
Ayuda
Walmart
¿Qué estas buscando?
Hola, Bienvenido
Mi cuenta
Departamentos
Día del Niño
Samsung Galaxy
Refrigerador Top Mount Teka 14' $5,690
Inicio
Computadoras
Pc de escritorio
All in one acer az1 601 mw11 intel celeron 4 gb ram 1tb 00088886303780
$5,199.00
Cantidad:
1
Artículo no disponible
Hasta 9 meses sin intere..
Desde $722.11 mensua...
Envío
100% asegurado
Agregar a mi lista
Enviar a un amigo

mercado libre
Inscríbete
Ingresa
Vender
Itpv Punto De Venta Para Restaurante, Bar, Cafetería, Antros
Artículo nuevo
17 vendidos
$ 650.00
12 meses de $ 54.17 Sin intereses con mercado pago
Más opciones
Envío gratis a todo el país por MercadoEnvíos
Conoce los tiempos y las formas de envío.
Calcular cuándo llega
Cantidad:
1
Comprar
Compra 100% protegida por el Programa de Protección al Comprador.
SUPER PROMOCION
2015
Punto de Venta
PUNTO DE VENTA

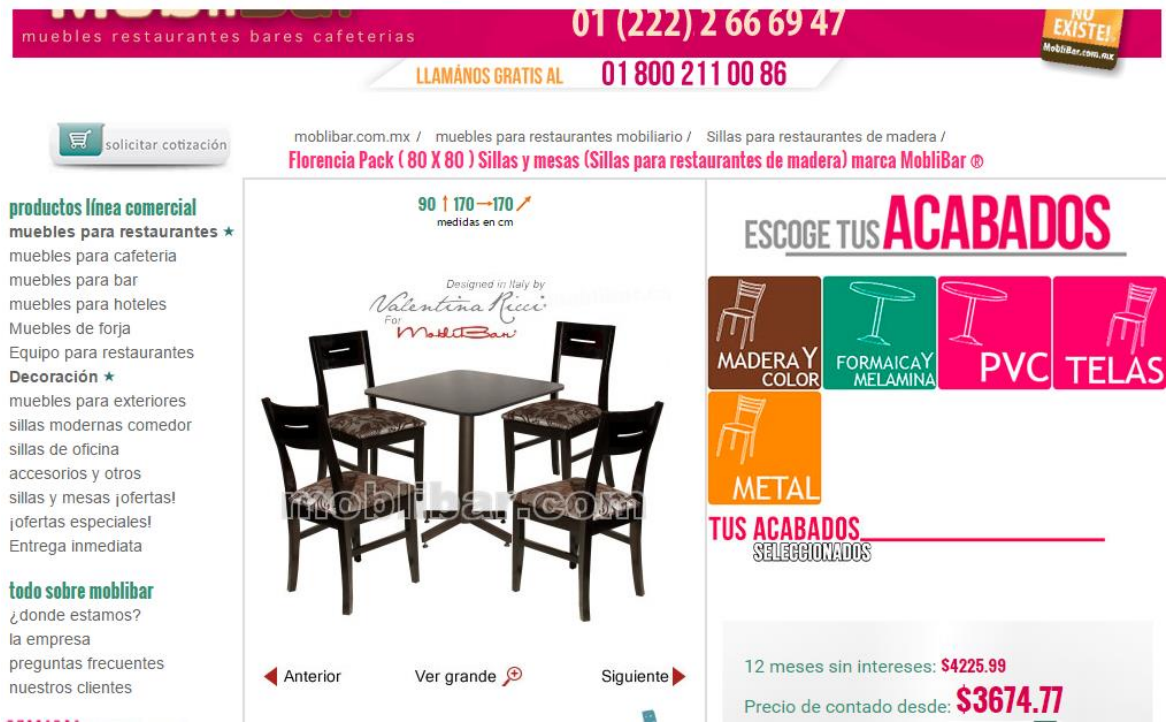
mercado libre
Inscríbete
Ingresa
Vender
Vitrina Refrigerada Mod. Nr-rtw100l Medidas 682 X 450 X 674
Artículo nuevo
$ 13, 690.00
12 meses de $ 1,312.94 con mercado pago
Más opciones
Entrega a acordar con el vendedor
Pachuca De Soto (Hidalgo)
Consultar costos
¡Único disponible!
Comprar
Compra 100% protegida por el Programa de Protección al Comprador.

Enfriadores de Bebidas
Granizadoras de Bebidas - Maquina de Helado
Fabricadoras de Hielo
Vitrinas Industriales
Muebles para Cafeteria
Hornos Industriales
Accesorios Para Cafeteria
Accesorios Para Barista
Consumibles para Cafeteria
Insumos para Cafeteria
Jarabes para Cafe
Polvos para Frappe Big-Train
Refrigeracion Industrial
Electro Comerciales
Molinos de Cafe
Equipos San-Son
Paquetes Cafeteria
Filtros y Cartuchos Para Agua
Accesorios para Servicio
Refrigeradores Industriales
Refrigerador Vertical de 17 - Mod. ARM-17
ARM-17
Cotizar
Cantidad: 1
Precio: $12,426.00

MobliBar
muebles restaurantes bares cafeterias
visita
MAS BARATO NO HAY NO EXISTE!
MobliBar.com.mx
LLAMÁNOS GRATIS AL 01 800 211 00 86
solicitar cotización
moblibar.com.mx / muebles para restaurantes mobiliario / Muebles lounge para bar /
Italian (Sillones lounge para cafeterias y bares) (Muebles lounge para bar) marca MobliBar ®
productos línea comercial
muebles para restaurantes ★
muebles para cafeteria
muebles para bar
muebles para hoteles
Muebles de forja
Equipo para restaurantes
Decoración ★
muebles para exteriores
sillas modernas comedor
sillas de oficina
accesorios y otros
sillas y mesas ¡ofertas!
¡ofertas especiales!
Entrega inmediata
todo sobre moblibar
¿donde estamos?
la empresa
preguntas frecuentes
nuestros clientes
76 ↑ 65 → 65 ↗
medidas en cm
Designed in Spain by
Iñigo Abarrategui
For MobliBar
Anterior
Siguiente
ESCOGE TUS ACABADOS
TELAS
TUS ACABADOS SELECCIONADOS
12 meses sin intereses: $1389.49
Precio de contado desde: $1208.25
No. de piezas:
Agregar

MobliBar
muebles restaurantes bares cafeterias
Envíos a todo México
MAS BARATO NO HAY NO EXISTE!
LLAMÁNOS GRATIS AL 01 800 211 00 86
solicitar cotización
moblibar.com.mx / muebles para restaurantes mobiliario / Mesas lounge para bar /
Mesa Imob Vinil 80x80 cms (Mesas lounge para bar) marca MobliBar ®
productos línea comercial
muebles para restaurantes ★
muebles para cafeteria
muebles para bar
muebles para hoteles
Muebles de forja
Equipo para restaurantes
Decoración ★
muebles para exteriores
sillas modernas comedor
sillas de oficina
accesorios y otros
sillas y mesas ¡ofertas!
¡ofertas especiales!
Entrega inmediata
todo sobre moblibar
¿donde estamos?
la empresa
50 ↑ 80→80↗
medidas en cm
Designed in Spain by
Iñigo Abarrategui
For MobliBar
ESCOGE TUS ACABADOS
TELAS
METAL
TUS ACABADOS SELECCIONADOS
12 meses sin intereses: $537.27
Precio de contado desde: $467.19
No. de piezas:
Agregar

mercado libre
Inscríbete
Ingresa
Vender
Silla Para Escritorio Ergonomica Estudiante Color Negro
Me gusta
Artículo nuevo
$ 1, 399 00
12 meses de $ 98 69 con mercado pago
VISA
Más opciones
Entrega a acordar con el vendedor
Juárez (Chihuahua)
Consultar costos
¡Único disponible!
Comprar
Compra 100% protegida por el Programa de Protección al Comprador.


muebles restaurantes bares cafeterias
01 (222) 2 66 69 47
LLAMÁNOS GRATIS AL 01 800 211 00 86
NO EXISTE!
solicitar cotización
moblibar.com.mx / muebles para restaurantes mobiliario / Sillas para restaurantes de madera /
Florencia Pack (80 X 80) Sillas y mesas (Sillas para restaurantes de madera) marca MobliBar ®
productos línea comercial
muebles para restaurantes ★
muebles para cafeteria
muebles para bar
muebles para hoteles
Muebles de forja
Equipo para restaurantes
Decoración ★
muebles para exteriores
sillas modernas comedor
sillas de oficina
accesorios y otros
sillas y mesas ¡ofertas!
¡ofertas especiales!
Entrega inmediata
todo sobre moblibar
¿donde estamos?
la empresa
preguntas frecuentes
nuestros clientes
90 ↑ 170→170↗
medidas en cm
Designed in Italy by
Valentina Ricci
For
MobliBar
moblibar.com
Anterior
Ver grande
Siguiente
ESCOGE TUS ACABADOS
MADERA Y COLOR
FORMAICA Y MELAMINA
PVC
TELAS
METAL
TUS ACABADOS SELECCIONADOS
12 meses sin intereses: $4225.99
Precio de contado desde: $3674.77

MobliBar
muebles restaurantes bares cafeterias
LLAMA NOS AL
01 (222) 2 66 69 47
LLAMÁNOS GRATIS AL 01 800 211 00 86
MAS BARATO NO HAY NO EXISTE!
solicitar cotización
moblibar.com.mx / /
Librero Woods (Libreros modernos) () marca MobliBar ®
productos línea comercial
muebles para restaurantes ★
muebles para cafeteria
muebles para bar
muebles para hoteles
Muebles de forja
Equipo para restaurantes
Decoración ★
muebles para exteriores
sillas modernas comedor
sillas de oficina
accesorios y otros
sillas y mesas ¡ofertas!
¡ofertas especiales!
Entrega inmediata
todo sobre moblibar
¿donde estamos?
la empresa
120 ↑ 50→17↗
medidas en cm
NUEVO
12 meses sin intereses: $3612.67
Precio de contado desde: $3141.45
No. de piezas:
Agregar
OFERTA DEL MES
Mampara / Biombo minimalista 200x106 cm
()
Desde $2,899 MXN
Lampara Terracota baja
()
Desde $0 MXN

MobliBar
muebles restaurantes bares cafeterias

los muebles
más durables de México®

MÁS BARATO NO HAY NO EXISTE!
MobliBar.com.mx

LLAMÁNOS GRATIS AL 01 800 211 00 86

solicitar cotización

moblibar.com.mx / /

Revistero sencillo para pared () marca MobliBar ®

productos línea comercial
muebles para restaurantes ★
muebles para cafeteria
muebles para bar
muebles para hoteles
Muebles de forja
Equipo para restaurantes
Decoración ★
muebles para exteriores
sillas modernas comedor
sillas de oficina
accesorios y otros
sillas y mesas ¡ofertas!
¡ofertas especiales!
Entrega inmediata

todo sobre moblibar
¿donde estamos?

180 ↑ 40 → 12 ↗
medidas en cm

12 meses sin intereses: $2501.08
Precio de contado desde: $2174.85
No. de piezas: Agregar

OFERTA DEL MES

Librero Colors (Libreros modernos)
()

Lampara Terracota alta
()

Escritorio De Trabajo Clare

SKU:62289 **Modelo:**Escritorio De Trabajo Clare

$ 1. 398^00

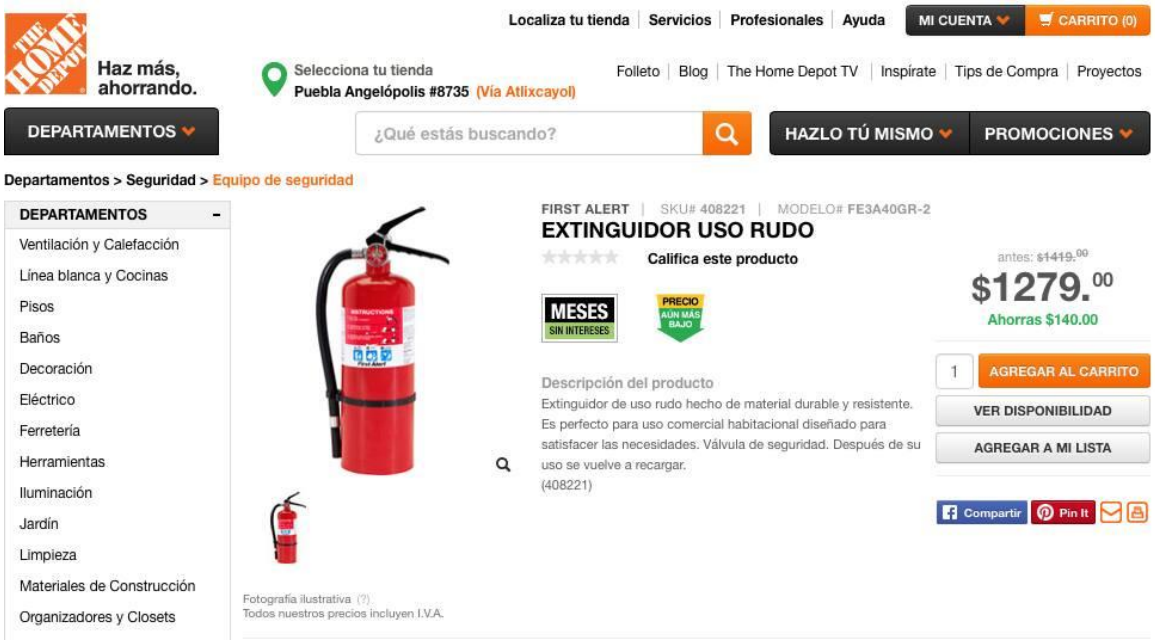
1 AGREGAR AL CARRITO

- ENVÍO GRATIS

Detalle del Producto

- Escritorio Estudiantil Con Base De Acero Y Cristal Tempéradocon Base Para Impresora Y Teclado. Term

Anexo 7: Implementación de las NOMS



Localiza tu tienda | Servicios | Profesionales | Ayuda
MI CUENTA
CARRITO (0)
Haz más, ahorrando.
Selecciona tu tienda
Puebla Angelópolis #8735 (Vía Atlixcayol)
Folleto | Blog | The Home Depot TV | Inspírate | Tips de Compra | Proyectos
DEPARTAMENTOS
¿Qué estás buscando?
HAZLO TÚ MISMO
PROMOCIONES
Departamentos > Ferretería > Buzones, números y letras > Números y letras
DEPARTAMENTOS
Ventilación y Calefacción
Línea blanca y Cocinas
Pisos
Baños
Decoración
Eléctrico
Ferretería
Automotriz
Buzones, números y letras
Buzones
Números y letras
Cerraduras
Ferretería general
NO FUMAR
HY-KO | SKU# 172795 | MODELO# 20681
"LETRERO DE PLÁSTICO DE "NO FUMAR"
Califica este producto
$21.49
Descripción del producto
Letrero de poliestireno de baja densidad con la leyenda no fumar de 9x12.
(172795)
1
AGREGAR AL CARRITO
VER DISPONIBILIDAD
AGREGAR A MI LISTA
Compartir
Pin It
Fotografía ilustrativa (?)
Todos nuestros precios incluyen I.V.A.

Localiza tu tienda | Servicios | Profesionales | Ayuda
MI CUENTA
CARRITO (0)
Haz más, ahorrando.
Selecciona tu tienda
Puebla Angelópolis #8735 (Vía Atlixcayol)
Folleto | Blog | The Home Depot TV | Inspírate | Tips de Compra | Proyectos
DEPARTAMENTOS
¿Qué estás buscando?
HAZLO TÚ MISMO
PROMOCIONES
Departamentos > Ferretería > Letreros > Letreros de ocasión
DEPARTAMENTOS
Ventilación y Calefacción
Línea blanca y Cocinas
Pisos
Baños
Decoración
Eléctrico
Ferretería
Automotriz
Buzones, números y letras
Cerraduras
Ferretería general
Herrajes
Letreros
PRIMEROS AUXILIOS
HY-KO | SKU# 546430 | MODELO# 24907
LETRERO "PRIMERO AUXILIOS" 25X36 CM
Califica este producto
$45.90
Descripción del producto
Letra molde. Hecho de plástico resistente a la intemperie.
Adecuando para aplicaciones interior y exteriores.
(546430)
1
AGREGAR AL CARRITO
VER DISPONIBILIDAD
AGREGAR A MI LISTA
Compartir
Pin It
Fotografía ilustrativa (?)
Todos nuestros precios incluyen I.V.A.

Localiza tu tienda | Servicios | Profesionales | Ayuda | MI CUENTA | CARRITO (0)

Haz más, ahorrando.

Selecciona tu tienda
Puebla Angelópolis #8735 (Vía Atlixcayol)

Folleto | Blog | The Home Depot TV | Inspírate | Tips de Compra | Proyectos

DEPARTAMENTOS | ¿Qué estás buscando? | HAZLO TÚ MISMO | PROMOCIONES

Departamentos > Ferretería > Buzones, números y letras > Números y letras

DEPARTAMENTOS
- Ventilación y Calefacción
- Línea blanca y Cocinas
- Pisos
- Baños
- Decoración
- Eléctrico
- **Ferretería**
- Automotriz
- Buzones, números y letras
  - Buzones
  - Números y letras
- Cerraduras
- Ferretería general

Fotografía ilustrativa (?)
Todos nuestros precios incluyen I.V.A.

HY-KO | SKU# 597110 | MODELO# 21006

"LETRERO DE "EXTINTOR"

Califica este producto

$105.00

Descripción del producto
Letrero extintor con terminado pulido en carbonato liso. con almohadillas autoadheribles.
(597110)

1 AGREGAR AL CARRITO
VER DISPONIBILIDAD
AGREGAR A MI LISTA

Compartir | Pin It

Localiza tu tienda | Servicios | Profesionales | Ayuda | MI CUENTA | CARRITO (0)

Haz más, ahorrando.

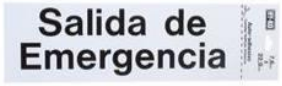
Selecciona tu tienda
Puebla Angelópolis #8735 (Vía Atlixcayol)

Folleto | Blog | The Home Depot TV | Inspírate | Tips de Compra | Proyectos

DEPARTAMENTOS | ¿Qué estás buscando? | HAZLO TÚ MISMO | PROMOCIONES

Departamentos > Ferretería > Letreros > Letreros de seguridad

DEPARTAMENTOS
- Ventilación y Calefacción
- Línea blanca y Cocinas
- Pisos
- Baños
- Decoración
- Eléctrico
- **Ferretería**
- Automotriz
- Buzones, números y letras
- Cerraduras
- Ferretería general
- Herrajes
- Letreros



Fotografía ilustrativa (?)
Todos nuestros precios incluyen I.V.A.

HY-KO | SKU# 547095 | MODELO# 24504

LETRERO 8 X 23 CM SALIDA DE EMERGENCIA

Califica este producto

$37.50

Descripción del producto
Cartel grafico artístico auto-adhesivo.
(547095)

1 AGREGAR AL CARRITO
VER DISPONIBILIDAD
AGREGAR A MI LISTA

Compartir | Pin It

mercado libre

Inscríbete | Ingresa | Vender

2 Letreros Señalizacion Sanitarios 15x15cm Oficina Industria

Me gusta

Artículo nuevo | 2 vendidos

$ 32.00

12 meses de $ 2.67 Sin intereses con mercado pago

VISA

Más opciones

Entrega a acordar con el vendedor

Cuautitlan Izcalli (Estado De México)

Ver costos de envio

Cantidad: 1

Comprar

Compra 100% protegida por el Programa de Protección al Comprador.

THE HOME DEPOT

Haz más, ahorrando.

Localiza tu tienda | Servicios | Profesionales | Ayuda | MI CUENTA | CARRITO (0)

Selecciona tu tienda
Puebla Angelópolis #8735 (Vía Atlixcayol)

Folleto | Blog | The Home Depot TV | Inspírate | Tips de Compra | Proyectos

DEPARTAMENTOS | ¿Qué estás buscando? | HAZLO TÚ MISMO | PROMOCIONES

Departamentos > Seguridad > Equipo de seguridad

DEPARTAMENTOS
- Ventilación y Calefacción
- Línea blanca y Cocinas
- Pisos
- Baños
- Decoración
- Eléctrico
- Ferretería
- Herramientas
- Iluminación
- Jardín
- Limpieza
- Materiales de Construcción
- Organizadores y Closets

Fotografía ilustrativa (?)
Todos nuestros precios incluyen I.V.A.

FIRM GRIP | SKU# 107399 | MODELO# M2002L

GUANTE USO GENERAL ANTIDERRAPE L

Califica este producto

$289.00

MESES SIN INTERESES

1 AGREGAR AL CARRITO

VER DISPONIBILIDAD

AGREGAR A MI LISTA

Descripción del producto

Guante de agarre de propósito con tecnología de pantalla táctil.
Lavable
(107399)

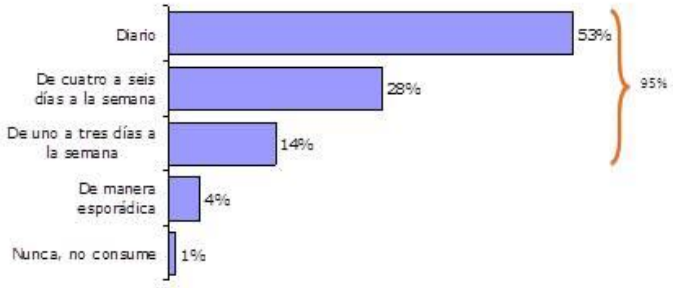
Compartir | Pin It

Anexo 3: Mexicanos que consumen café.

PERO, ¿CÓMO LO CONSUMIMOS?

De acuerdo con los resultados del sondeo en línea *sobre hábitos de compra de café en taza o preparado en cafeterías* realizada por Profeco en 2009, los participantes consumen de la siguiente manera:

1. Toman café por lo menos una vez a la semana



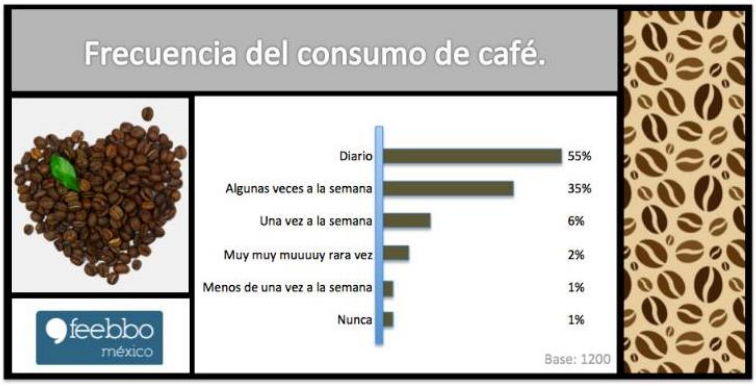
Anexo 4: Frecuencias de consumo.

Search for anything on this site...

...do más gusto al café, ahora muchos **no pueden vivir sin él**, es por eso que se realizó una encuesta para conocer más sobre el café y los consumidores.

Gran gusto por el café…

De acuerdo a la encuesta que realizamos a **1,200 paneliastas** en México, encontramos que al **96% de los entrevistados les gusta el café**, al 3% le da igual y al 1% no le gusta nada el sabor del café.



Categorías

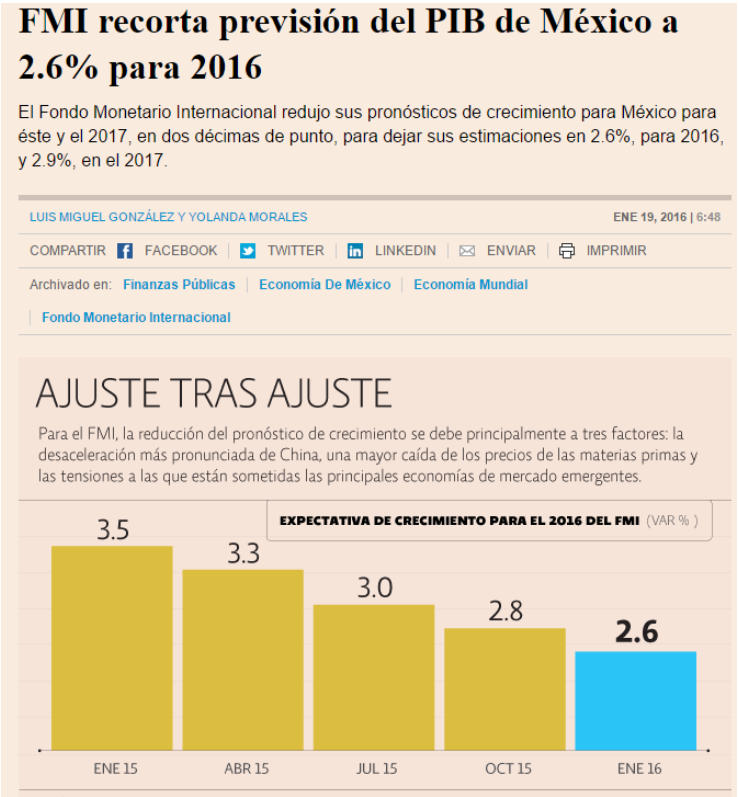
Elegir categoría

Comentarios recientes

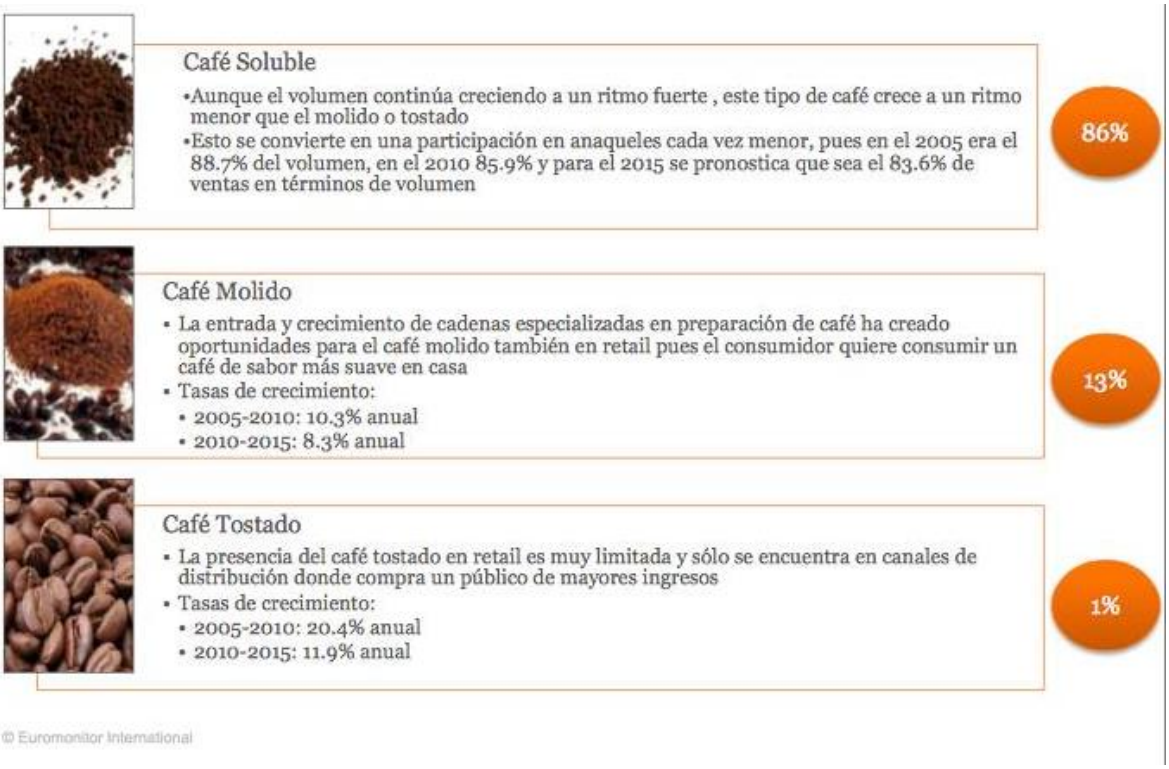
- Uso de tarjetas de crédito en México - Tips y Noticias Financieras en Conocimiento y uso de tarjetas de crédito en México
- ROSA MARIA ROMERO DEL VALLE en Estudio de Mercado sobre Consumo de Café
- ANA BELEN en Estudio de mercado sobre el tabaco
- ana cruz en Estudio de mercado sobre Grupo Bimbo
- Lalo en Estudio de mercado sobre Grupo Bimbo

Anexo 5: Porcentaje de inflación.

Anexo 6: Porcentaje de PIB.

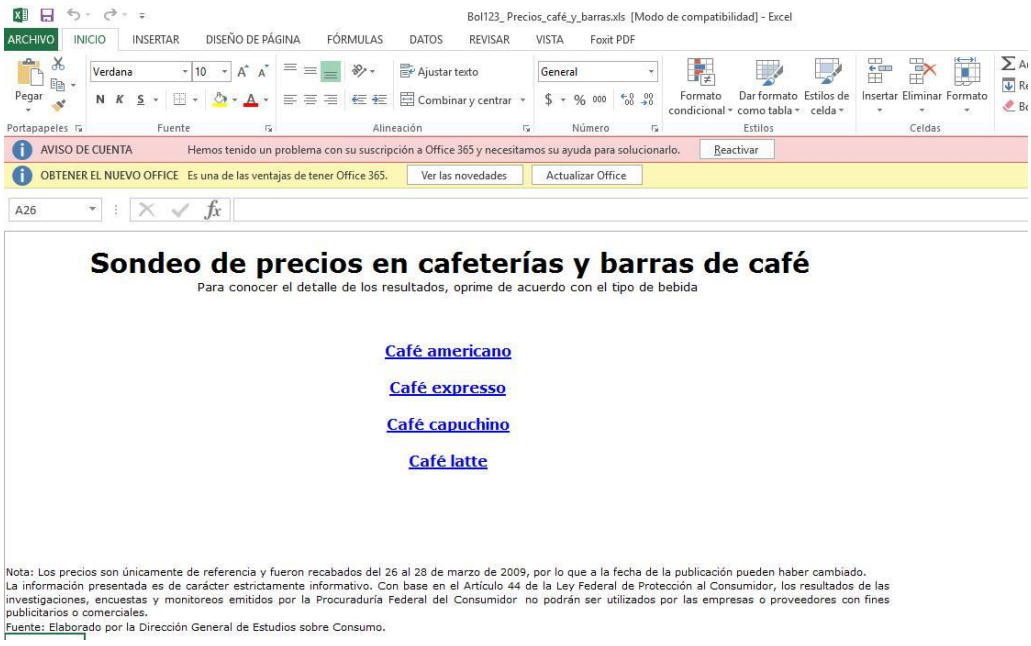


Anexo 7: Porcentaje de Crecimiento de la industria del café.



Anexo 8: Precios de la cafetería la Cabaña

Anexo 9: Estudio de la PROFECO sobre el precio de reserva



Anexo 10: Utilidad deseada

Por qué cierra una cafetería

Bien, hasta ahora hemos hablado de productos de alta rentabilidad, incluso en el caso del café, de un 250% de rentabilidad. Una simple coca-cola, cuesta unos 0,32€ al bar y la vende a 1,50€.

Deberás estar atento, sobre todo al tema de **refrigeración.** Si tienes muchos frigoríficos, la luz, hoy por hoy es el enemigo número uno de este negocio. Climatización del local, frigorífico de bebidas, otro de cervezas, helados, pastelería, máquinas... la luz se te lleva gran parte de la rentabilidad de tu negocio, ya que tengas más clientes o tengas menos, el **gasto mensual en luz**, es similar.

Por otra parte están los impuestos, prevención de riesgos laborales, medidas básicas de seguridad del local, etc...

http://www.negocios1000.com/2010/08/es-rentable-una-cafeteria-ideas-de.html

Anexo 11: Beta de Damodaran

Date updated:	*05-ene-16*					
Created by:	Aswath Damodaran, adamodar@stern.nyu.edu					
What is this data?	Beta, Unlevered beta and other risk measures				US companies	
Home Page:	http://www.damodaran.com					
Data website:	http://www.stern.nyu.edu/~adamodar/New_Home_Page/data.html					
Companies in each industry:	http://www.stern.nyu.edu/~adamodar/pc/datasets/indname.xls					
Variable definitions:	http://www.stern.nyu.edu/~adamodar/New_Home_Page/datafile/variable.htm					
Industry Name	***Number of firms***	***Beta***	***D/E Ratio***	***Tax rate***	***Unlevered beta***	***Cash/Firm value***
Precious Metals	113	1.29	50.03%	1.60%	0.87	16.27%
Publshing & Newspapers	39	1.45	49.57%	13.67%	1.01	5.28%
R.E.I.T.	221	0.76	89.81%	2.17%	0.41	1.44%
Real Estate (Development)	21	1.41	62.89%	1.06%	0.87	6.72%
Real Estate (General/Diversifie	12	1.22	25.47%	9.64%	0.99	3.68%
Real Estate (Operations & Ser	55	1.50	64.54%	11.19%	0.95	4.19%
Recreation	65	0.91	31.61%	11.33%	0.71	4.48%
Reinsurance	3	1.03	39.48%	20.37%	0.78	12.27%
Restaurant/Dining	83	0.76	25.85%	18.54%	0.63	2.12%
Retail (Automotive)	26	1.06	53.16%	21.18%	0.75	1.05%
Retail (Building Supply)	5	1.47	18.73%	23.18%	1.29	1.52%
Retail (Distributors)	83	1.22	60.34%	16.42%	0.81	1.85%
Retail (General)	19	1.16	39.49%	24.75%	0.90	3.12%
Retail (Grocery and Food)	17	1.04	46.89%	23.56%	0.76	1.23%
Retail (Online)	39	1.58	8.49%	11.14%	1.46	4.03%
Retail (Special Lines)	124	1.07	46.68%	19.95%	0.78	3.47%
Rubber& Tires	4	1.66	65.26%	9.60%	1.04	11.26%
Semiconductor	87	1.39	12.57%	9.51%	1.24	5.50%
Semiconductor Equip	46	1.40	37.57%	11.25%	1.05	14.27%
Shipbuilding & Marine	11	1.24	56.95%	11.82%	0.83	1.76%