



---

---

**UNIVERSIDAD POPULAR AUTONOMA  
DEL ESTADO DE PUEBLA**

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE  
EMPRESAS**

**“PROYECTO DE INVERSIÓN PARA EL  
ESTABLECIMIENTO DE UNA CAFETERÍA  
EN LA CIUDAD DE PUEBLA”**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN RECEPCIONAL  
QUE PARA OBTENER EL TITULO DE  
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**PRESENTAN**

**YOLANDA ORTEGA ROLDÁN  
MIGUEL MUÑOZ FLORES**

**PUEBLA, PUE.**

**MARZO 2002**



**UPAEP – Secretaría General**

Dirección General de Apoyos Académicos

Dirección del Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación.

Biblioteca Central - **Karol Wojtyła**

**Tesis Digitales Restricciones de uso:**

**DERECHOS RESERVADOS ©**

**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de textos, imágenes, gráficas, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente de donde la obtuvo mencionando el autor o autores involucrados en el documento.

Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.



Puebla, Pue. Enero 24 de 2002.

**Ing. Tito Livio De la Torre Hidalgo**  
Director  
Departamento de Administración y Contaduría  
Presente

La presente tiene la finalidad de hacer de su conocimiento la liberación de la Tesis con el título: “Proyecto de Inversión para el establecimiento de una Cafetería en la Ciudad de Puebla”, que presentan los alumnos:

- Yolanda Ortega Roldán Matrícula 22234
- Miguel Muñoz Flores Matrícula 22236

Quienes cursaron la Carrera de Administración de Empresas en la Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla, para así obtener el Título de Licenciados en Administración de Empresas.

Agradeciendo de antemano la atención que sirva prestar a la presente, quedo de Usted para cualquier aclaración.

Atentamente

  
C.P. Mauricio Lara Guerrero  
ASESOR DE TESIS

## **DEDICATORIA**

### ***A Dios***

Por haber estado en todo momento y mantenerse siempre junto a nosotros, por guiarnos y llevarnos a alcanzar una de nuestras metas y darnos fortaleza para seguir adelante sin apartarse de nosotros

### ***A Nuestros Padres***

Agradecemos el ser y el ejemplo de sus vidas honestas, sus consejos desinteresados que nos brindaron para hacer de nosotros personas útiles a nuestros semejantes, por su apoyo, por esa infinita confianza en nosotros, por infundir los valores éticos y morales que guían nuestras vidas y que a través del tiempo han hecho posible realizar todos nuestros sueños

### ***A Nuestros Hermanos:***

Por el apoyo y confianza que siempre hemos recibido, por sus consejos y todo lo que hemos podido aprender de cada uno de ellos

### ***A Miguel***

Por que siempre has estado junto a mi en todos los momentos gratos y difíciles, por que compartimos tantas cosas y aprendimos juntos Te quiero mucho .. GRACIAS

### ***A Mi Esposo Kwon***

Por ser el regalo mas grande que Dios me dió y por apoyar todas mis decisiones TE AMO

### ***A Yolanda***

Por todo tu cariño, comprensión y apoyo, por estar juntos en las buenas y en las malas Te quiero mucho GRACIAS

***A Mis Sobrinos, Monique, Rubén y Víctor:***

Por ser mi inspiración en esta nueva etapa de mi vida.

***A Nuestros Amigos:***

A todos ellos por brindarnos su amistad incondicional, apoyándonos y alentándonos cuando más los necesitábamos , por estar siempre juntos en la alegría y la tristeza, nunca los olvidaremos Gracias a todos

***A los Profesores Mauricio, Joel, Gaby y Jessica Mayett***

Por el apoyo y amistad que nos brindaron así como por haber aceptado el asesorarnos en la elaboración de este proyecto.

## **RESUMEN**

Este Proyecto de Inversión pretende demostrar la Factibilidad de establecer una Cafetería en la ciudad de Puebla

El proyecto esta integrado de Introducción, Generalidades, Propuesta Administrativa, Estudio De Mercado, Estudio Técnico, Estudio Económico y Evaluación Financiera, Conclusiones Y Bibliografía

La introducción nos presenta el Propósito de la Investigación así como los Objetivos del proyecto

En la Propuesta Administrativa se señalan los pasos del Proceso Administrativo como son Planeación, Organización, Integración, la Dirección y Control los cuales han sido enfocados al proyecto

El Estudio De Mercado, Estudio Técnico, Estudio Económico y Evaluación Financiera servirán para darnos cuenta con exactitud de la Factibilidad del proyecto

Después de Evaluar y Analizar los resultados arrojados por los estudios antes mencionados se concluye que la implementación de este proyecto es Factible y Rentable

## **SUMMARY**

This Investment Project intends to demonstrate the Feasibility of establishing a Cafeteria in the Puebla city.

The project this integrated of Introduction, Generalities, Administrative Proposal, Market Survey, Technical Study, Economic Study and Financial Evaluation, Conclusions and Bibliography

The Introduction presents us the Purpose of the Investigation as well as the Objectives of the project

In the Administrative Proposal are indicated the steps of the Administrative Process as are Planning, Organization, Integration, the Address and Control those which have been focused to the project

The Market Survey, Technical Study, Economic Study and Financial Evaluation will serve to give us counts on accuracy of the Feasibility of the project

After Evaluating and Analyzing the results thrown by the studies before mentioned is concluded that the Implementation of this project is Feasible and Profitable

# INDICE

<b>INTRODUCCIÓN . . . . .</b>	<b>I</b>
-------------------------------	----------

## **CAPITULO 1**

### **GENERALIDADES**

1 1 Definición del problema . . . . .	4
1 2 Propósito de la investigación . . . . .	4
1 3 Objetivo general . . . . .	4
1 4 Objetivos específicos . . . . .	4
1.5 Justificación de la investigación . . . . .	5
1.6 Alcances y limitaciones . . . . .	5

## **CAPITULO 2**

### **PROPUESTA ADMINISTRATIVA**

#### **Planeación**

2 1 Misión . . . . .	7
2 2 Objetivo general . . . . .	7
2 3 Objetivos específicos . . . . .	7
2.3 1 Área de cocina . . . . .	7
2.3 2 Área de compras y almacén . . . . .	8
2 3 3 Área de comedor . . . . .	8
2 4 Estrategias generales . . . . .	8
2 5 Estrategias específicas . . . . .	10
2 5 1 Área de cocina . . . . .	10
2 5 2 Área de comedor . . . . .	10
2.5 3 Área de compras y almacén . . . . .	10
2 6 Políticas generales . . . . .	11
2 7 Políticas específicas . . . . .	12
2 7 1 Área de cocina . . . . .	12
2.7 2 Área de comedor . . . . .	12
2.7.3 Área de compras y almacén . . . . .	12

2.8 Reglas generales .....	12
2.9 Reglas específicas .....	13
2.9.1 Área de cocina .....	13
2.9.2 Área de comedor .....	14
2.9.3 Área de compras y almacén .....	14
2.10 Procesos y Procedimientos .....	15
<b>Organización</b>	
2.11 Estructura jerárquica (organigrama) .....	16
2.12 Descripción y análisis de puestos .....	16
<b>Integración</b>	
2.13 Diseño del puesto, reclutamiento y selección , inducción al personal, capacitación y adiestramiento .....	27
2.13.1 Diseño del puesto .....	27
2.13.2 Reclutamiento y selección .....	27
2.13.3 Inducción del personal .....	28
2.13.4 Capacitación y adiestramiento .....	29
<b>Dirección</b>	
2.14 Comunicación, Motivación, Supervisión y liderazgo .....	29
<b>Control</b>	
2.15 Formas para realizar un control .....	32

## **CAPITULO 3**

### **ESTUDIO DE MERCADO**

3.1 Análisis de producto .....	35
3.1.1 Definición del servicio .....	35
3.1.2 Productos sustitutos .....	35
3.2 Área del mercado .....	35
3.2.1 Factores determinados del área de mercado .....	35
3.2.2 Área de mercado seleccionado .....	36
3.3 Análisis del consumidor .....	36
3.3.1 Población total en el área de influencia del proyecto .....	36
3.3.2 Características y comportamiento del consumidor .....	36

<b>3.4 Análisis de la demanda</b>	<b>37</b>
3.4.1 Segmentación de la Demanda	37
3.4.2 Cálculo de la demanda	37
3.4.3 Investigación de mercado	38
3.4.3.1 Cálculo de la muestra	40
3.4.3.2 Conteo y graficación de la información	41
3.4.3.3 Análisis de la información obtenida del cuestionario aplicado	50
<b>3.5 Análisis de la oferta</b>	<b>50</b>
3.5.1 Análisis SWOT	51
3.5.2 Tipo de oferta	53
3.5.3 Publicidad de la competencia	53
3.5.4 Promoción de la competencia	53
<b>3.6 Análisis de precios</b>	<b>53</b>
<b>3.7 Comercialización del producto</b>	<b>54</b>
<b>3.8 Conclusiones del estudio de mercado</b>	<b>54</b>

## **CAPITULO 4**

### **ESTUDIO TÉCNICO**

<b>4.1 Tamaño óptimo de la planta</b>	<b>57</b>
4.1.1 Mercado actual y futuro	57
4.1.2 Tecnología y equipo	57
4.1.3 Financiamiento	58
4.1.4 La Organización	58
4.1.5 Capacitación del personal	58
<b>4.2 Localización óptima del proyecto</b>	<b>58</b>
4.2.1 Macrolocalización	58
4.2.2 Microlocalización	59
4.2.3 Efectos ecológicos	60
<b>4.3 Tamaño de la instalación</b>	<b>61</b>
4.3.1 Distribución de la planta	61
4.3.2 Relación con la demanda	62
4.3.3 Relación con los proveedores	62

4.4	Requerimientos de inventarios	63
4.5	Organización de la empresa	64
4.5.1	Conformación de la sociedad	64
4.5.2	Aspectos laborales	64
4.6	Factibilidad legal	64
4.6.1	Tramites de constitución	65
4.6.2	Tramites de instalación	66
4.6.3	Fundamentos legales	66
4.6.4	Aspectos legales técnicos	67
4.6.5	Aspectos legales de seguridad	67
4.7	Amortizaciones y depreciaciones	67

## **CAPITULO 5**

### **ESTUDIO ECONOMICO FINANCIERO**

5.1	Introducción	69
5.2	Cronograma	70
5.3	Gastos preoperativos	71
5.4	Mano de obra	73
5.5	Amortizaciones y depreciaciones	74
5.6	Inversión Inicial y Capital de Trabajo	76
5.7	Presupuesto de ventas	77
5.8	Costos de producción y ventas	78
5.9	Costos de administración y financieros	80
5.10	Estado de resultados	82
5.11	Flujo de efectivo	83
5.12	Balance General Inicial	84
5.13	Balance General Anual	85
5.14	Punto de equilibrio	86
5.15	Valor Presente Neto	87
5.16	TIR	87
5.17	Razones financieras	88

**CAPITULO 6**

**CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

6.1 Conclusiones ..	90
6.2 Recomendaciones	91
6.3 Bibliografía .	93
6.4 Anexos . . . .	95

# INTRODUCCION

---

---

---

## INTRODUCCIÓN

El café es un producto que desde hace muchos años se disfruta con tanta naturalidad y cuyos orígenes provienen de Arabia por el año de 1440. Su llegada al viejo continente se debe gracias a los Turcos al abandonar un cargamento frente a los muros de Viena en un combate, extendiéndose por todo el continente y transportado así hasta el continente Americano en donde el clima y las condiciones del suelo permitieron su rápido cultivo en Brasil, Venezuela, Colombia y México.

Es por eso que hoy en día, gran parte del café que se disfruta en todo el mundo proviene de nuestro continente con calidad y satisfaciendo los paladares más exigentes.

Este proyecto surge de observar la necesidad que tiene el país de desarrollarse económicamente, y es por lo que se ha querido contribuir aportando los conocimientos adquiridos, de una manera práctica creando fuentes de empleo a la sociedad que lo exige y al mismo tiempo generar ingresos que nos permitan un desarrollo personal y social.

Este estudio será de gran utilidad para aquellas personas que tengan la inquietud de saber que es lo que se requiere para poder instalar un establecimiento de café o para aquellas personas que simplemente quieran saber lo que es necesario para el establecimiento de una empresa de servicio, como se inicia un negocio, la documentación necesaria, el costo y el tiempo entre otras cosas.

La investigación será presentada en diferentes etapas, en el capítulo 1 se presentan los datos generales del proyecto, en el capítulo 2 se presenta una

propuesta administrativa, en el capítulo 3 se describirá la realización del estudio de mercado y sus resultados, en el capítulo 4 se podrá consultar todos los diferentes trámites, procedimientos y principalmente los costos en los que se incurre para la instalación (estudio técnico), en el capítulo 5 se determinará las cantidades necesarias para invertir y de donde saldrá el capital para dicha inversión Y por último en el capítulo 6 se presentará la conclusión a la que se llegó con esta investigación

Con esto se podrá llegar a tener una visión más clara de lo que implica el establecimiento de un café o de una empresa de servicio

# CAPITULO 1

## GENERALIDADES

---

---

---

## **CAPITULO 1**

### **GENERALIDADES**

#### **1 1 Definición del problema**

En la zona centro de la ciudad de Puebla se encuentran instaladas un gran número de cafeterías cuyo objetivo se concreta a ofrecer al consumidor solo sus productos olvidándose del servicio y la calidad. Hoy en día, el ritmo de la ciudad es demasiado agitado, por lo que la gente busca espacios para relajarse, platicar, convivir, y sacar el estrés de todos los días. El problema radica en la falta de un establecimiento en el que la gente pueda realizar estas actividades, en un espacio cercano a su lugar de trabajo, de estudios o de residencia, un lugar reservado, exclusivo, tranquilo y relajante que lo invite a regresar aun sin la necesidad de estar acompañado.

#### **1 2 Propósito de la investigación**

El fin de esta investigación es el de analizar mediante un Proyecto de Inversión, que tan rentable y viable es el establecimiento de una cafetería en la zona centro de la Ciudad de Puebla, con un ambiente especial en donde la decoración, la música y un excelente servicio le brinde al consumidor seguridad, tranquilidad que lo haga sentir como en casa.

#### **1 3 Objetivo general**

El objetivo que se persigue con la realización de esta investigación es el de conocer la rentabilidad y viabilidad del establecimiento de una cafetería en la zona centro de la Ciudad de Puebla y así crear una empresa de servicio.

#### **1 4 Objetivos específicos**

- a Determinar la capacidad potencial de penetración en el mercado de cafeterías mediante el estudio de mercado

- b. Determinar la factibilidad de su establecimiento a través del estudio técnico
- c. Determinar la rentabilidad del negocio mediante un estudio financiero y económico.

### 1.5 Justificación de la investigación

El desarrollo profesional al transformar los conocimientos teóricos en prácticos y con esto ayudar al desarrollo social creando fuentes de empleo y así obteniendo beneficios económicos

### 1.6 Alcances y Limitaciones

Los resultados y la información obtenidos en esta investigación podrán utilizarse para la instalación de una o varias cafeterías

Posibilidad para la apertura de sucursales en la zona centro de la ciudad de Puebla

Como base para la investigación de posibles aperturas en lugares alejados de la zona céntrica

La estructuración de procesos de la organización de manera real

Se restringe el estudio a un grupo de nivel socioeconómico

Dificultad de obtener el financiamiento en caso de una posible implantación

El tiempo demorado en una posible implantación ya que con esto cambian las conclusiones y resultados

Los resultados de la investigación se concretan a proporcionar información única y exclusiva para la instalación de una cafetería

# CAPITULO 2

PROPUESTA ADMINISTRATIVA

---

---

---

## **CAPITULO 2**

### **PROPUESTA ADMINISTRATIVA**

2. Propuesta Administrativa y de Servicios para las áreas de Comedor, Cocina y Almacén para el establecimiento de una cafetería en el Centro Histórico de la Ciudad de Puebla

#### **PLANEACIÓN**

Misión para el establecimiento de una cafetería en el Centro Histórico de la Ciudad de Puebla

##### **2.1 Misión**

Formar parte de las cafeterías líderes en el mercado respondiendo de manera ética y profesional las necesidades de los clientes y colaboradores, garantizando productos de calidad y un servicio oportuno

##### **2.2 Objetivo General**

Ofrecer un servicio de calidad a todos los clientes creando un clima exclusivo y relajado en un lugar reservado que invite a su permanencia dentro del establecimiento

##### **2.3 Objetivos Específicos**

###### **2.3.1 Área de Cocina**

1. Prever los requerimientos de nuestros clientes, proporcionando alimentos y bebidas que satisfagan sus necesidades de calidad y servicio
2. Realizar un trabajo eficaz, logrando productividad y satisfacción de los clientes
3. Mantener las instalaciones y equipo de cocina en óptimas condiciones de higiene, mediante programas de limpieza

- 4 Crear un flujo operativo eficiente distribuyendo correctamente las actividades

### 2 3.2 Área de Compras y Almacén

- 1 Mantener calidad en productos y materias primas
- 2 Adquirir la mejor opción en lo referente a proveedores, buscando calidad, servicio y precio
- 3 Mantener la continuidad de abastecimiento con la inversión mínima en existencia evitando duplicidades, desperdicios e inutilización de los productos y materias primas.
- 4 Proporcionar la seguridad de tener los artículos disponibles cuando sean necesarios manteniendo un nivel de inventarios en base a máximos y mínimos

### 2 3 3 Área de Comedor

1. Mantener las instalaciones y mobiliario limpios y en buen estado a través de programas de limpieza y mantenimiento continuo
- 2 Ofrecer una atención esmerada y un ambiente agradable al cliente, brindando un servicio eficiente y rápido
- 3 Crear un flujo operativo eficiente, distribuyendo correctamente las actividades y evitando la duplicidad de funciones

### 2 4 Estrategias Generales

La estrategia que se propone llevar a cabo será el encontrar una ubicación que permitan competir a la par y mejorar notablemente el servicio superando así a nuestra competencia y con esto tratar de posicionar una marca, en el lugar con las características que requiere el consumidor

Como mejoramiento del servicio se hace referencia a la capacitación continua de todo el personal de la organización, al igual que al ofrecer nuestros productos sea con una presentación que haga que el consumidor se sienta como en su casa.

### Publicidad

Se dará a conocer el café a través de medios masivos de comunicación como lo son radio, revista y diarios de las cuales inciten a conocer el lugar

### Promoción

Se manejarán promociones como el regalar cerillos, ceniceros o algún artículo promocional a los clientes mas asiduos, con el fin de posicionar el nombre de la cafetería

### Empaque

La presentación es una característica muy importante en la cual debemos de mejorar con respecto a la competencia por lo que se tiene que ofrecer en una loza apropiada a la decoración del lugar

### Distribución

La distribución del producto es de forma directa con el cliente por lo que no amerita estudio de distribución

- 1 Dar a conocer al personal los objetivos, políticas y normas mediante un manual de inducción, comprometiéndolos a respetar, seguir y alcanzar lo establecido por la empresa
- 2 Realizar evaluaciones de servicio al cliente, mediante encuestas y entrevistas personales acerca de
  - a) La calidad
  - b) El servicio
  - c) Sugerencias de platillos y bebidas
  - d) Decoración del lugar
  - e) Evaluando estos 4 puntos podemos modificar aspectos importantes en el establecimiento, en la carta y en el servicio
- 3 Cuidar minuciosamente el estado e higiene de las instalaciones, mobiliario y utensilios .
- 4 Vigilar e inspeccionar los productos comprados, almacenados y producidos

- 5 Evaluar por medio de encuestas directas a los clientes y al mismo personal considerando los siguientes aspectos
  - a) Apariencia y presentación
  - b) Actitud de servicio
  - c) Desempeño laboral
  - d) Actitud personal
  - e) Lenguaje
- 6 Dar constantemente capacitación al personal con el fin de obtener un mejor servicio y mantener la calidad en la presentación del mismo

## 2.5 Estrategias Específicas

### 2.5.1 Área de Cocina

- 1 Adaptar los menús con base en sugerencia de nuestros clientes
- 2 Verificar a través de un programa de limpieza que el piso, paredes y techos estén limpios
- 3 Las instalaciones dentro del área de lavado de manos contarán con jabón, cepillo, toallas desechables o secador de aire
- 4 La manipulación de los alimentos se hará con los utensilios adecuados

### 2.5.2 Área de Comedor

- 1 Brindar promociones en horas y días específicos ( día del padre, día de la madre, día del amor y la amistad etc ), programando eventos en base a un calendario de actividades tomando en cuenta las opiniones y sugerencias de los clientes
- 2 El mobiliario y equipo se mantendrá en óptimas condiciones a través de programas de limpieza y mantenimiento

### 2.5.3 Área de Compras y Almacén

- Recepción de alimentos

- 1 Verificar empaques limpios e íntegros, las temperaturas recomendadas para cada producto así como sus fechas de caducidad
  - Almacén de secos
- 2 Sus anaqueles y tarimas se mantendrán limpios y en buen estado, a 15 cm sobre el nivel del piso, no se colocarán alimentos directamente sobre el piso
- 3 Los alimentos permanecerán en recipientes limpios y tapados, verificar que las latas no tengan abombamientos, abolladuras o corrosión, los granos y productos secos sin presencia de plagas u hongos
- 4 Los alimentos rechazados se desecharán
  - Almacén de sustancias químicasUtilizadas para limpieza y mantenimiento ( plaguicidas, detergentes, desinfectantes, entre otros ) se colocarán en gabinetes bajo llave, separados de los alimentos y en recipientes etiquetados y cerrados

## 2.6 Políticas Generales

- 1 Se evaluará constantemente la calidad del servicio
- 2 Proteger los bienes de la empresa es responsabilidad de cada empleado
- 3 Los horarios de trabajo variarán de acuerdo a la naturaleza de las actividades
- 4 Los horarios y descansos serán fijados por la gerencia de la empresa y podrán modificarse con previo aviso al trabajador
- 5 Si el trabajador llega a tener tres faltas quedará despedido inmediatamente
- 6 Los trabajadores tendrán pleno conocimiento de sus responsabilidades durante una situación de emergencia y que sepan los procedimientos que deben seguir en caso de incendio y seguridad de las personas
- 7 Cualquiera de los empleados que reciba una queja del cliente “ se hará responsable “ y ayudará a resolver la queja.

8. Los trabajadores asistirán puntualmente a los cursos y demás actividades que formen parte del proceso de capacitación e integración de la empresa
- 9 Los trabajadores ejecutarán su trabajo con el cuidado y esmero que se requiera

## 2.7 Políticas Específicas

### 2.7.1 Área de Cocina

- 1 Obtener calidad en la producción de los alimentos y bebidas, seleccionando la materia prima, equipo y personal adecuado
- 2 Los alimentos y bebidas se prepararán de acuerdo las recetas establecidas

### 2.7.2 Área de Comedor

- 1 El cliente se atenderá inmediatamente tanto a los que llegan como a los que se despiden o están consumiendo
- 2 Los meseros tendrán pleno conocimiento de la carta de alimentos y bebidas, de las sugerencias y recomendaciones del día

### 2.7.3 Área de Compras y Almacén

- 1 Para la selección de proveedores realizar una investigación a los mismos y buscar diversidad de alternativas
- 2 Requerir precio, calidad y servicio en todas las materias primas, productos y servicios que nos proporcionen
- 3 Verificar oportunamente las requisiciones de las áreas de producción y servicio
- 4 Ser puntuales en los pagos a proveedores

## 2.8 Reglas Generales

- 1 El personal deberá presentarse 15 minutos antes de la hora de entrada perfectamente uniformado y listo para empezar sus labores
- 2 Todo el personal deberá checar su hora de entrada y salida en las tarjetas correspondientes

- 3 Los uniformes deben estar impecables, usar calzado apropiado y seguro (limpio y lustrado ) y su nombre correcto en la identificación
4. Cada trabajador deberá mantener limpia y desinfectada su área de trabajo
- 5 Deberán mantenerse en buen estado las instalaciones y herramientas de trabajo.
6. No se otorgarán permisos sin previo aviso
- 7 En horario de trabajo no se podrán recibir visitas.
- 8 No se permitirá comer, fumar o mascar chicle dentro del horario de trabajo
- 9 Los empleados deberán aceptar la revisión de sus bolsas o maletas personales que será de forma selectiva y en cualquier momento
10. Deberán lavar las manos antes y después de ir al baño

## 2.9 Reglas Específicas

### 2.9.1 Área de Cocina

- 1 El personal afectado con infecciones respiratorias, gastrointestinales o cutáneas no deberán laborar en el área de preparación de alimentos
2. El personal que labora en el área de preparación no debe utilizar joyas (reloj, pulseras, anillos, aretes, entre otros)
- 3 El personal deberá proyectar una imagen presentable presentarse con el uniforme limpio y en buen estado, manos limpias y uñas cortas, sin esmalte, cabello corto o recogido y dentro del área de preparación con cofia o red.
- 4 Lavarse las manos con las normas establecidas antes de iniciar las labores y después de cada interrupción en el manejo de los alimentos (personal que tiene contacto directo con los alimentos)
5. Evitar tocarse la cabeza, nariz, orejas, boca y otras partes que podrían ser fuente de contaminación.
6. Los aparatos electrodomésticos deben ser lavados y desinfectados después de su uso
7. Las mesas de trabajo deberán estar siempre limpias y desinfectadas.
8. El uso de trapos de limpieza deberán ser lavados y desinfectados

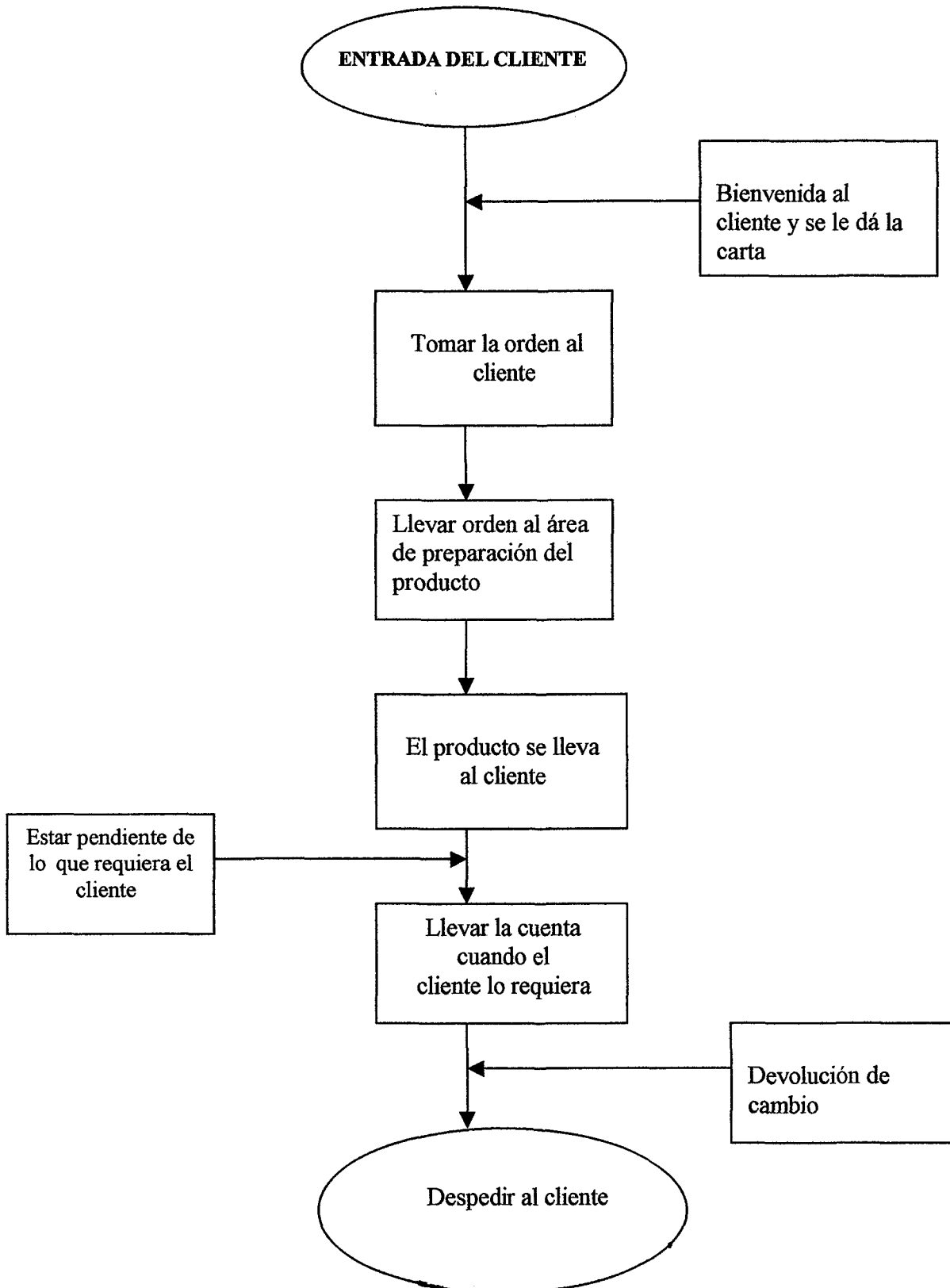
### 2.9.2 Área de Comedor

1. Presentarse ante el cliente limpio y con respeto.
2. Mantener limpia la mesa del cliente
3. Recibir la orden del cliente
4. Llevar los productos en el momento que el cliente lo solicite

### 2.9.3 Área de Compras y Almacén

1. Por ningún motivo podrán salir del almacén productos y materias primas sin la requisición previamente elaborada y autorizada
2. El encargado del almacén será el único para autorizar las entradas y salidas de productos y materias primas
3. No se permitirá la entrada a personas ajenas al área de almacén
4. El inventario deberá realizarse en la fecha determinada o cuando así lo indique la administración

## 2.10 Procesos y Procedimientos (Diagramas de Flujo) Atención a clientes

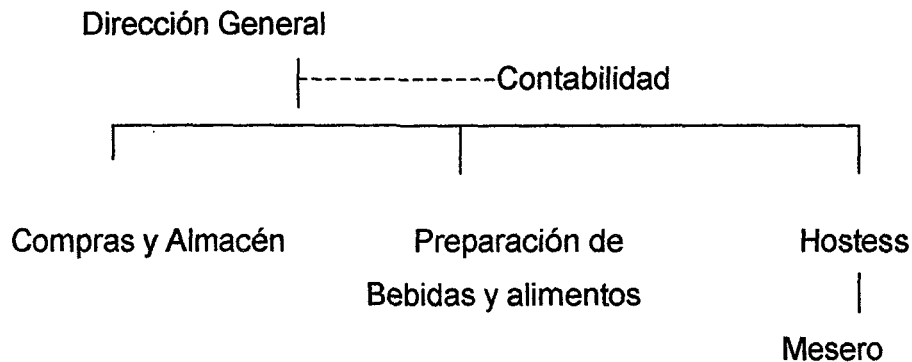


## ORGANIZACIÓN

### 2 11 Estructura Jerárquica

En este caso se maneja la organización formal con esto se logra que la estructura proporcione un ambiente en el que el desempeño individual contribuya con la mayor eficacia a alcanzar las metas del grupo

#### Organigrama



### 2 12 Descripción y Análisis de Puestos

#### DESCRIPCION DE PUESTOS

1)

Nombre del puesto Dirección General del establecimiento de café

Cargo Director General

Departamento Administrativo

Nivel Jerárquico Dirección

Reporta a: Socios

Delega a: Gerente de compras y Contador

Se relaciona con. Gerente de compras, contador y empleados

Fecha. 16 de febrero 2002

## Perfil

### Personales

- Excelente presentación
- Puntual
- Honesto
- Activo
- Organizado
- Amable
- Responsable
- Seguro
- Decidido

### De Relaciones Humanas

- Hábil para hacer tratos
- Buen fisonomista
- Don de mando
- Amable a su personal

### Técnicas y Experiencias

- Amplio conocimiento sobre las labores que desempeña el personal a su cargo.
- Tener conocimientos administrativos

### Descripción General

Dirigir, controlar y supervisar todas las actividades relacionadas con el establecimiento de café. Teniendo autoridad para la toma de decisiones concernientes al mismo

### Descripción Específica

- Autorizar las compras de materiales e insumos necesarios para el funcionamiento del establecimiento de café.

- Dirigir todas las áreas y personal a su cargo.
- Llevar y mantener las relaciones públicas del establecimiento de café
  
- Revisar la contabilidad, estados financieros del establecimiento de café
- Ser responsable de las necesidades, imprevistos o problemas que se vayan presentando

2)

Nombre del puesto Compras y Almacén

Cargo Comprador y Almacenista

Área Almacén

Nivel Jerárquico Auxiliar

Reporta a Gerencia General

Delega a Ninguno

Se relaciona con Gerente general, contador, preparador de bebidas y alimentos, meseros

Fecha 16 de febrero 2002

Perfil.

Personales

- Amable
- Atento
- Puntual
- Honesto
- Ordenado

De Relaciones Humanas

- Don de mando
- Conciente de lo que su labor representa para el buen funcionamiento de la organización

### Técnicas y experiencias

- Conocimiento de sistemas de cómputo para almacenamiento
- Auxiliar contable
- Manejo de inventarios

### Descripción General

Será el responsable de realizar las compras necesarias de materia prima y de lo que la organización requiera en el momento adecuado, verificará que las instalaciones del área de almacén se encuentren en óptimas condiciones para recibir y almacenar la mercancía llevando un estricto control de las mismas

### Descripción Específica

- Mantener los proveedores necesarios para la organización
- Supervisar el almacén
- Recibir la mercancía
- Manejo de facturas
- Revisar y elaborar los reportes diarios de entradas y salidas de mercancía
- Realizar el inventario de mercancía junto con el Gerente General

3)

Nombre del puesto Contabilidad

Cargo Contador

Departamento: Administrativo

Nivel Jerárquico. Jefatura

Reporta a Gerente General

Delega a. Ninguno

Se relaciona con: Gerente General, Gerente de compras y Almacén, Empleados

Fecha: 16 de febrero 2002

## **Perfil**

### **Personales**

- Excelente presentación
- Puntual
- Honesto
- Honrado
- Organizado
- Responsable
- Seguro
- Decidido

### **De Relaciones Humanas**

- Hábil para hacer tratos
- Amable con el personal

### **Técnicas y experiencias**

- Contabilidad
- Manejo de impuesto y nómina

### **Descripción General**

Llevar al corriente todos los pagos y documentación necesarios para cumplir con las obligaciones adquiridas como empresa ante el gobierno

### **Descripción Específica**

- Mantener los registros financieros al corriente
- Llevar control de las entradas y salidas de dinero
- Pagar los gastos autorizados de la empresa
- Registrar los pagos a los trabajadores
- Elaborar los reportes periódicos

**Nombre del puesto:** Preparación y manejo de alimentos y bebidas

**Cargo:** Preparador de bebidas y alimentos

**Área:** Cocina

**Nivel Jerárquico:** Auxiliar

**Reporta a:** Gerencia General

**Delega a:** Ninguno

**Se relaciona con:** Gerente General y Meseros

**Fecha:** 16 de febrero 2002

**Perfil:**

**Personales**

- Limpio
- Puntual
- Honesto
- Ordenado
- Apariencia Agradable
- Presentación excelente
- Amable y cortés

**De Relaciones Humanas**

- Don de mando
- Trato fino al personal
- Consciente de lo que su labor representa para la imagen del establecimiento
- Discreto en su trato

**Técnicas y Experiencias**

- Amplio conocimiento sobre preparación de bebidas nacionales e internacionales y coctelería en café
- Conocimiento de equipo de trabajo

**Descripción General**

Organizar y supervisar su área de trabajo para la preparación de alimentos y bebidas, manteniendo limpio y en orden su área de trabajo

**Descripción específica**

- Ordenar y poner en condiciones adecuadas su área de trabajo
- Recibir las instrucciones del gerente con respecto a sus tareas del día
- Verificar la existencia suficiente de los ingredientes necesarios y elaborar la requisición para el almacén
- Estar atento a las necesidades del cliente

5)

Nombre del puesto Hostess

Cargo Jefe de Piso

Área Comedor

Nivel Jerárquico Auxiliar

Reporta a Gerencia General

Delega a Meseros

Se relaciona con Gerente General, Preparador de Bebidas y Alimentos y Meseros

Fecha 16 de febrero 2002

Perfil

Personales

- Limpio
- Puntual
- Honesto
- Ordenado
- Apariencia Agradable
- Presentación excelente
- Amable y cortés

De Relaciones Humanas

- Don de mando

- Trato fino al personal y clientes.
- Consciente de lo que su labor representa para la imagen del establecimiento

#### Técnicas y Experiencias

- Amplio conocimiento sobre bebidas nacionales e internacionales y coctelería en café
- Conocimiento acerca de los nombres y uso de los diversos tipos de cristalería, plaqué y loza
- Conocimiento de equipo de trabajo
- Experiencia en el área de atención y servicio al cliente

#### Descripción General

Proporcionar un cortes recibimiento a los clientes, organizando y supervisando a su equipo de trabajo

#### Descripción específica

- Ordenar y poner en condiciones adecuadas su área de trabajo
- Recibir las instrucciones del gerente con respecto a sus tareas del día
- Recibir a los clientes cortésmente
- Registrar el nombre del cliente y número de comensales que lo acompañan
- Asignar oportunamente la mesa que deseen
- Estar atento a las necesidades del cliente
- Despedirlo

6)

Nombre del puesto **Mesero**

Cargo: **Mesero**

Área Comedor

Nivel Jerárquico Auxiliar

Reporta a. Gerencia General y Preparador de bebidas y alimentos

Delega a: Ninguno

Se relaciona con Gerente General y Preparador de Bebidas y Alimentos

Fecha 16 de febrero 2002

Perfil.

Personales

- Limpio
- Puntual
- Honesto
- Ordenado
- Apariencia Agradable
- Presentación excelente
- Amable y cortés
- Atento y discreto

De Relaciones Humanas

- Trato fino al cliente
- Consciente de lo que su labor representa para la imagen del establecimiento.
- Buen fisonomista
- Discreto en su trato

Técnicas y Experiencias

- Amplio conocimiento sobre bebidas nacionales e internacionales y coctelería en café
- Conocimiento acerca de los nombres y uso de los diversos tipos de cristalería, plaqué y loza
- Conocimiento de equipo de trabajo
- Experiencia en el área de atención y servicio al cliente

### **Descripción General**

Proporcionar el servicio de alimentos y bebidas con un trato amable y eficiente a los clientes

### **Descripción específica**

- Ordenar y poner en condiciones adecuadas su área de trabajo
- Recibir las instrucciones del gerente con respecto a sus tareas del día
- Estar atento a las necesidades del cliente
- Supervisar que las mesas estén bien alineadas
- Supervisar que las estaciones cuenten con los suministros necesarios
- Tomar la orden a los clientes
- Trapear cristalería loza diaria
- Bolear cubiertos
- Llevar la comanda al preparador de bebidas y alimentos
- Servir los alimentos y bebidas
- Recoger los muertos (platos sucios)
- Presentar la cuenta al cliente
- Hacer cuentas de lo vendido al final del turno

## Análisis de Puestos

Fecha. \_\_\_\_\_

<b>Datos Generales:</b>	
Nombre del puesto	_____
Nivel jerárquico en organigrama	_____
Nombre y Puesto de Jefe inmediato	_____
Nombre y Puesto de Subordinados	_____
Jornada de trabajo	De ____ a ____ (días y horas)
Alimentos	De ____ a ____
<b>Perfil del puesto</b>	
Edad. _____ Sexo M F No importa Edo. Civil S C No importa	
Características Físicas.	
<b>Requerimientos del puesto:</b>	
Experiencia	Necesaria en el area ____ Necesaria en puesto similar ____ No necesaria ____ Deseada ____
<b>Escolaridad:</b>	
Secundaria	_____
Bachillerato	_____
Carrera Técnica	Nombre _____
Profesional	Nombre _____
Conocimientos especiales requeridos _____	
<b>Datos del analista:</b>	
Nombre	_____
Puesto	_____
Fecha de elaboración	_____
Firma	_____

## **INTEGRACIÓN**

**2 13 Diseño del puesto, Reclutamiento y selección, Inducción al personal, Capacitación y adiestramiento**

Una vez que ha determinado la necesidad del personal administrativo y del personal para la elaboración de alimentos se reclutara cierto número de candidatos

Esta tarea incluye atraer candidatos calificados para desempeñar los distintos roles organizacionales, antes de comenzar el reclutamiento se deben determinar con claridad los requerimientos del puesto, los cuales deben estar relacionados directamente con la tarea

El proceso de selección consiste en una serie de pasos específicos que se emplean para decidir que solicitantes deben ser contratados El proceso se inicia en el momento en que una persona solicita un empleo y termina cuando se produce la decisión de contratar a uno de los solicitantes (WETHER, 1995, Pág 146)

### **2 13 1 Diseño del Puesto**

Es importante diseñar los puestos de tal forma que las personas se sientan bien en el mismo Esto requiere de una estructura de puestos apropiada en términos de contenido, su función y relaciones

### **2 13 2 Reclutamiento y Selección**

Los dueños de la cafetería serán los encargados del reclutamiento y selección del personal, así como sus respectivos pasos incluyendo pruebas, entrevistas y su contratación

El proceso que se utilizará es el siguiente

**Primero**, se establecen los criterios de selección, con base usualmente en los requisitos vigentes del puesto. Estos criterios incluyen elementos como nivel de estudios, conocimientos, habilidades y experiencias.

**Segundo**, se pide al candidato llenar una solicitud.

**Tercero**, se sostiene una entrevista preliminar para identificar a los candidatos más prometedores.

**Cuarto**, en caso de ser necesario se obtiene información adicional por medio de pruebas de la aptitud de los aspirantes para ocupar el puesto.

**Quinto**, El administrador directamente involucrado realizará entrevistas formales.

**Sexto**, la información proporcionada por los candidatos es revisada y verificada.

**Séptimo**, Con base en los resultados de los pasos anteriores, se ofrece el puesto al candidato o se le informa que no ha sido seleccionado.

### 2.13.3 Inducción del personal

Cada persona que se contrate debe tener una orientación sobre el mismo. La mayoría de los empleados se sienten ajenos al nuevo empleo y por eso es necesario que se les dé un programa de inducción que los familiarice con la empresa (COLTMAN, 1991, Pág. 113).

Esta inducción puede darse ya sea por el jefe inmediato y ésta debe incluir lo siguiente:

- Misión y objetivos de la cafetería
- Organigrama
- Descripción de su puesto
- Vacaciones y otros beneficios
- Uso de uniformes
- Normas de conducta
- Proceso de evaluación del personal

- Mostrar las áreas de la cafetería
- Resolución de dudas

#### 2.13.4 Capacitación y Adiestramiento

Últimamente es considerada la capacitación del personal como un punto muy importante para el desarrollo y competitividad de las empresas. Para esto se contará con cursos de capacitación enfocados a los meseros y cocineros para que estos den su mayor esfuerzo en cada actividad que desempeñen

Entre mejor sea la capacitación de los subordinados menor será el número de contactos superior-subordinados necesarios. Los subordinados bien capacitados no solo requieren menos tiempo de sus jefes, sino también menos contacto con ellos.

El proceso que se aplicará para la capacitación será el siguiente:

**Primero**, Investigación para determinar las necesidades reales que existan o que deban satisfacerse a corto, mediano y largo plazo diagnóstico de necesidades.

**Segundo**, Fijar los objetivos que se deben lograr planeación.

**Tercero**, Definir qué contenidos de educación son necesarios, es decir, qué temas, materias, y áreas deben ser cubiertas en los cursos.

**Cuarto**, Señalar la forma y método de instrucción para el curso.

**Quinto**, Una vez determinado el contenido y forma y realizado el curso, se deberá evaluar.

**Sexto**, el seguimiento o continuación de la capacitación.

## DIRECCIÓN

2.14 Comunicación, Motivación, Supervisión y Liderazgo para el Área de Alimentos y Bebidas del Establecimiento de Café

Esta parte del proceso administrativo es la encargada de influir en las personas que laboran en la organización para que contribuyan a lograr las metas.

fijadas Dando a conocer a todo el personal, la importancia de su participación en la empresa, para motivarlos a obtener lo mejor de ellos de manera voluntaria

Una buena comunicación entre líderes y colaboradores es necesaria para un desempeño eficiente de las tareas diarias, un buen funcionamiento interno de la organización, un aumento en la productividad optimizando los tiempos y para evitar confusiones y malos entendidos

Hay que procurar que los mensajes se reciban correctamente, evitando distracciones, ruido y demás barreras. La comunicación formal (escrita) es la ideal para un establecimiento de café ya que con ésta se pueden dar avisos y mensajes importantes con la seguridad de que estos serán captados por los receptores

Es importante la motivación al personal que labora en ésta área, elevando la autoestima de las personas se podrán alcanzar los objetivos fijados

Algunas formas de motivar al personal para lograr su desarrollo laboral es a través de

1 La teoría de reforzamiento que sostiene que " los individuos pueden ser motivados mediante el adecuado diseño de sus condiciones de trabajo y el elogio de su desempeño" (B.F Skinner, Pág 514, Koontz) por lo que se necesita hacer conciencia al personal de lo importante que es su participación en la organización como colaborador individual y como parte de un equipo de trabajo

2 Se seleccionará al colaborador del mes tomando en cuenta los siguientes aspectos.

- a) Puntualidad
- b) Presentación
- c) Limpieza
- d) Eficacia
- e) Eficiencia

Como estímulo se colocará su foto en la Cafetería.

3 Realizando juntas breves semanalmente, en donde se tomarán en cuenta las opiniones y sugerencias de los colaboradores, con el fin de:

- d) Solucionar problemas y conflictos
- e) Conocer las necesidades del grupo
- f) Lograr integración y armonía en el grupo
- g) Alcanzar mayor productividad

4 Realizando actividades de integración tales como Periódico mural cada mes, se colocarán avisos, fechas conmemorativas, días festivos y fechas de cumpleaños, entre otros

5 Al dirigirse a los colaboradores, es conveniente, llamarles por su nombre ya que esto ayudará a tener un trato más personal y humano

6 Otorgando reconocimientos anuales, destacando cualidades y aptitudes de trabajo.

7 Realizando cursos para la superación personal y laboral de los colaboradores

Esto da por resultado que los colaboradores se sientan parte de un equipo, de una familia y que tengan una motivación para realizar sus labores diarias

La Dirección en el establecimiento de café debe estar a cargo de líderes capaces de motivar y mantener una relación amistosa y de confianza con sus colaboradores, quienes deberán reconocer en ellos las cualidades y aptitudes necesarias para hacer el trabajo involucrado

Un líder es aquella persona que logra conseguir la admiración y respeto de los demás, por lo que es capaz de mantener a su gente motivada

Algunas características a buscar en un líder para el establecimiento de café son

- 1 Que sea innovador, práctico y humano
- 2 Que utilice eficientemente el poder y la responsabilidad
- 3 Que inspire confianza y motive su gente
- 4 Que sea participativo y que no solo ordene
- 5 Que tenga una actitud de servicio
6. Que tenga decisión e iniciativa

El supervisor ideal es aquel que guía e instruye a sus empleados, aporta sus ideas y las procedentes de sus superiores, es el mediador ante los niveles superiores, en cuento a las necesidades de sus subordinados

## **CONTROL**

El control es la función administrativa que consiste en medir y corregir el desempeño individual y organizacional para asegurar que los acontecimientos se adecuen a los planes

Para esto se usarán formas que deberán ser llenadas adecuadamente para poder medir cada una de las actividades realizadas por el personal en la organización

2 15 Formas para Realizar un Control que Ayudarán a Verificar y Medir lo Planeado (Anexo 1)

Forma No 1 Lista de asistencias Para llevar un control de asistencias y faltas del personal así como días de descanso, castigos, incapacidades, permisos o vacaciones.

Forma No 2 Requisición de tiempo extra. Para controlar el pago de las horas extra solicitadas

Forma No 3 Acción disciplinaria Forma que lleva el control de la disciplina del trabajador para poder determinar cual es el motivo de su conducta y aplicar alguna medida.

Forma No 4 Hoja de control de personal. (baja) Para conocer los motivos de su baja ya que posteriormente puede ayudar a la no repetición de errores.

Forma No. 5 Memorándum Este formato se llenará para el conocimiento de algo con importancia

Forma No. 6 Relación de bebidas Para llevar un control de las entradas y existencia de bebidas, saber cual es la que mas se consume

Forma No.7 Nota de consumo Se guardará el original para poder hacer corte diario y conocer el consumo de los clientes, sus preferencias y su consumo en determinado tiempo por ejemplo en una semana

Forma No 8 Arqueo de fondo Para llevar el control del dinero introducido al establecimiento

Forma No 9 Sobre de concentración Forma en la que se lleva el control de las ventas en efectivo y su importe

Forma No. 10 Requisición Se utiliza para la solicitud oportuna de las materias primas

Forma No 11 Reporte de recepción de Mercancías Se utiliza para llevar un control de todo lo que se introduce a la cafetería

Forma No. 12 Orden de compra Sirve para poder llevar un registro de los proveedores así como para saber la cantidad y el precio de la mercancía que se necesita.

Forma No. 13 Requisición de compra Utilizada para solicitar la compra de algún artículo

Forma No. 14 Comanda Utilizada para tomar la orden de clientes.

Forma No 15 Receta estándar. Utilizada para tener un registro de las recetas manejadas y conservar siempre el mismo sabor



## **CAPITULO 3**

### **ESTUDIO DE MERCADO**

#### **3.1 Análisis de Producto**

##### **3.1.1 Definición del Servicio**

La Cafetería será un lugar que brinde un ambiente agradable en donde sus clientes puedan disfrutar de diferentes actividades como una plática ya sea personal o de negocios, la lectura de diarios o libros, escuchar música en vivo o simplemente el pasar un rato agradable. Se contará con las comodidades posibles que los clientes requieran para hacerlo sentir en un lugar que le proporciona confianza, seguridad y tranquilidad tanto por la decoración que tratará de llevarlo a un lugar cálido así como el servicio que lo hará sentir en un ambiente familiar y por supuesto disfrutarán de un gran surtido de finos y exóticos cafés sin dejar de tomar en cuenta los cafés tradicionales y una gran variedad de postres.

##### **3.1.2 Productos Sustitutos**

Dentro de la investigación encontramos un mercado de productos sustitutos que son todos aquellos establecimientos que ofrecen productos como nieves, paletas y postres. Igualmente se consideran otras cafeterías ubicadas en la zona con semejantes características.

#### **3.2 Área de Mercado**

\*

De acuerdo con Philip Kotler el término mercado tiene muchas acepciones, sin embargo para nuestro estudio, mercado es el total de individuos y organizaciones que son clientes actuales o potenciales de un producto o servicio.

##### **3.2.1 Factores determinantes del área de Mercado**

Se deberá establecer en un lugar que cuente con las siguientes características:

---

\* Philip Kotler, Dirección de mercadotecnia, 2ª Edición, Diana, México 1974, pág. 128

- a) Necesidad de clientes que no estén satisfechos con la oferta actual de Cafeterías
- b) La existencia de una cultura por frecuentar este tipo de lugares
- c) Existencia de una población con nivel de ingresos que pueda hacer uso del servicio que se pretende ofrecer

### 3.2.2 Área de Mercado seleccionado

El área de mercado seleccionado es la zona centro de la Ciudad de Puebla, porque cumple con los factores determinantes del área de mercado

## 3.3 Análisis del Consumidor

### 3.3.1 Población total en el área de influencia del proyecto

La población total en el área de influencia del proyecto es de 1,157,625 habitantes aproximadamente, los cuales corresponden no únicamente a la zona centro de la Ciudad de Puebla ya que es visitado por la mayoría de la población además de ser una zona turística por lo tanto se tomo el número total de la población de la Ciudad de Puebla

### 3.3.2 Características y Comportamiento del consumidor

Las características básicas que consideramos que nuestro consumidor debe reunir son:

#### VARIABLES DEMOGRÁFICAS

- a) Edad: De 18 años en adelante. Consideramos que a partir de ésta edad se frecuentan ambientes como el que ofrecemos
- b) Sexo. Femenino y masculino
- c) Nivel de Ingresos: El nivel de ingresos al que va dirigido el servicio es a personas que perciban sueldos mayores a 11 salarios mínimos y que tengan la capacidad de compra de un producto que no es de primera necesidad pero que les satisface una necesidad de estatus.

### Variables Psicográficas

- d) Clase social: Media media en adelante.
- e) Estilo de Vida: Este servicio esta enfocado a personas que gusten de tomar café y que frecuenten lugares agradables para su adquisición y consumo ya sea de manera individual al disfrutar de una lectura o momento de tranquilidad o en compañía de otras personas para asuntos de negocios, personales o convivencia con amistades.

### 3.4 Análisis de la Demanda

✦

Entendiendo como demanda total de mercado para un producto o servicio: Al volumen total que un grupo de consumidores definido compraría en un área geográfica definida, en un lapso de tiempo definido

#### 3 4 1 Segmentación de la Demanda

Para seleccionar la demanda se realizará una segmentación demográfica que para Kotler (1996, p 285) consiste en dividir el mercado en grupos, a partir de variables como la edad, sexo, tamaño de familia, ingresos, ocupación, grado de estudios, religión, raza y nacionalidad De los cuales solo se tomarán en cuenta únicamente los siguientes

- a) Edad de 18 años en adelante
- b) Sexo Femenino y masculino
- c) Ingresos Mayores a 11 salarios mínimos (nivel socioeconómico medio medio en adelante)

#### 3 4 2 Cálculo de la Demanda

Población Total 1,157625 habitantes aproximadamente en la Ciudad de Puebla.

Según el censo de población y vivienda del INEGI

Según investigaciones de SIGMA Consultores el 20 35% de la población total cuenta con ingresos superiores a 11 salarios mínimos, por lo que

$$(1,157625 \text{ hab}) * 20 35 \% = 235,577 \text{ habitantes}$$

Podemos concluir que la demanda es de 235,577 habitantes de la Ciudad de Puebla

### 3 4 3 Investigación de Mercados

Para analizar la demanda es necesario realizar una Investigación de Mercado, la cual se define como<sup>1</sup> “ la función que vincula al consumidor, al cliente y al público con el mercadólogo, por medio de información que se usa para identificar y definir oportunidades y problemas de mercado “

El instrumento de investigación empleado para llevar a cabo la investigación de mercados es el cuestionario, el cual según Kotler (1996, p 127.) se define como la serie de preguntas que se le presenta a un entrevistado para que conteste

El cuestionario que se aplicará para determinar la viabilidad de una Cafetería en la zona centro de la Ciudad de Puebla es el siguiente

---

<sup>1</sup> KOTLER, 1996, pág 127

Sexo \_\_\_\_\_  
 Edad \_\_\_\_\_  
 Ocupación \_\_\_\_\_  
 Colonia donde reside. \_\_\_\_\_

El objetivo de este cuestionario es determinar la posibilidad de abrir un establecimiento de café La información aquí recopilada será confidencial

### ESTABLECIMIENTO DE UNA CAFETERIA CUESTIONARIO

- 1 -¿Con qué frecuencia toma usted café?  
 a) 1 o 2 veces al día      b) 3 a 4 veces al día      c) 5 en adelante
- 2 -¿Cuántas tazas al día llega a tomar usted?  
 a) 1 o 2 tazas      b) 3 o 4 tazas      c) 5 en adelante
- 3 -¿En que lugares consume el café?  
 a) Casa      b) Trabajo      c) Cafeterías      d) Restaurantes
- 4 -¿Qué tipo de ambiente prefiere en una cafetería?  
 a) Moderno      b) Rústico      c) Bohemio      d) Otro (Cuál)
- 5 -¿Qué buscas en una cafetería?  
 Comodidad \_\_\_\_\_  
 Decoración \_\_\_\_\_  
 Música \_\_\_\_\_  
 Variedad de productos \_\_\_\_\_  
 Servicio \_\_\_\_\_  
 Otros \_\_\_\_\_
- 6 -¿En caso de que se abriera una cafetería en el centro histórico de la ciudad de Puebla con las características mencionadas tendrías la disposición de visitarla?  
 SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

¿Por qué? \_\_\_\_\_

- 7 -¿Con qué frecuencia visitas las cafeterías del centro histórico de Puebla ?  
 a) 1 vez por semana      b) 2 a 3 veces por semana      c) 4 veces o más      d) ninguna
- 8 - ¿Cuánto gastas generalmente en tus visitas a una cafetería ?  
 a) menos de \$25 00      b) de \$35 00 a \$40 00      c) mas de \$45.00
- 9 -¿Te gustaría que se sirvieran aparte de los cafés tradicionales, algún café exótico con diversos licores ?

SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

**“ G R A C I A S “**

### 3.4.3.1 Cálculo de la muestra

Por la fórmula de Laura Fisher, la muestra se calcula de la siguiente manera

$$n = \frac{(s^2)(N)(p)(q)}{e^2(N-1) + (s^2)(p)(q)}$$

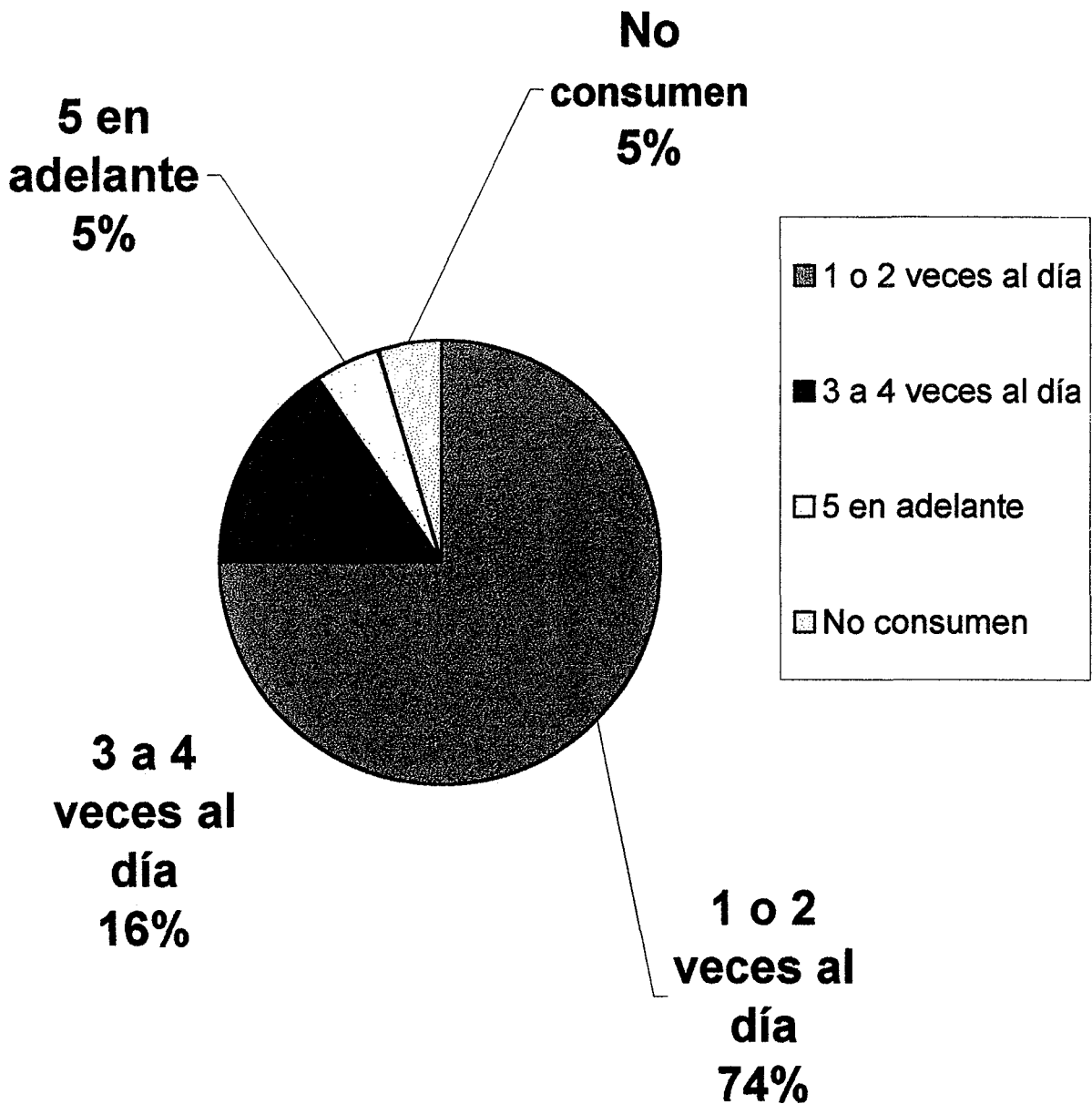
N= Población	235,577 hab
s= Nivel de confianza	1.64 (90% de confianza)
p= Probabilidad de que el evento ocurra	50 %
q= Probabilidad de que el evento no ocurra	50 %
e= Error permitido	10 %
n= Tamaño de la muestra	?

$$n = \frac{(1.64)^2 (235,577) (0.5) (0.5)}{0.10^2 (235,577 - 1) + (1.64)^2 (0.5) (0.5)}$$

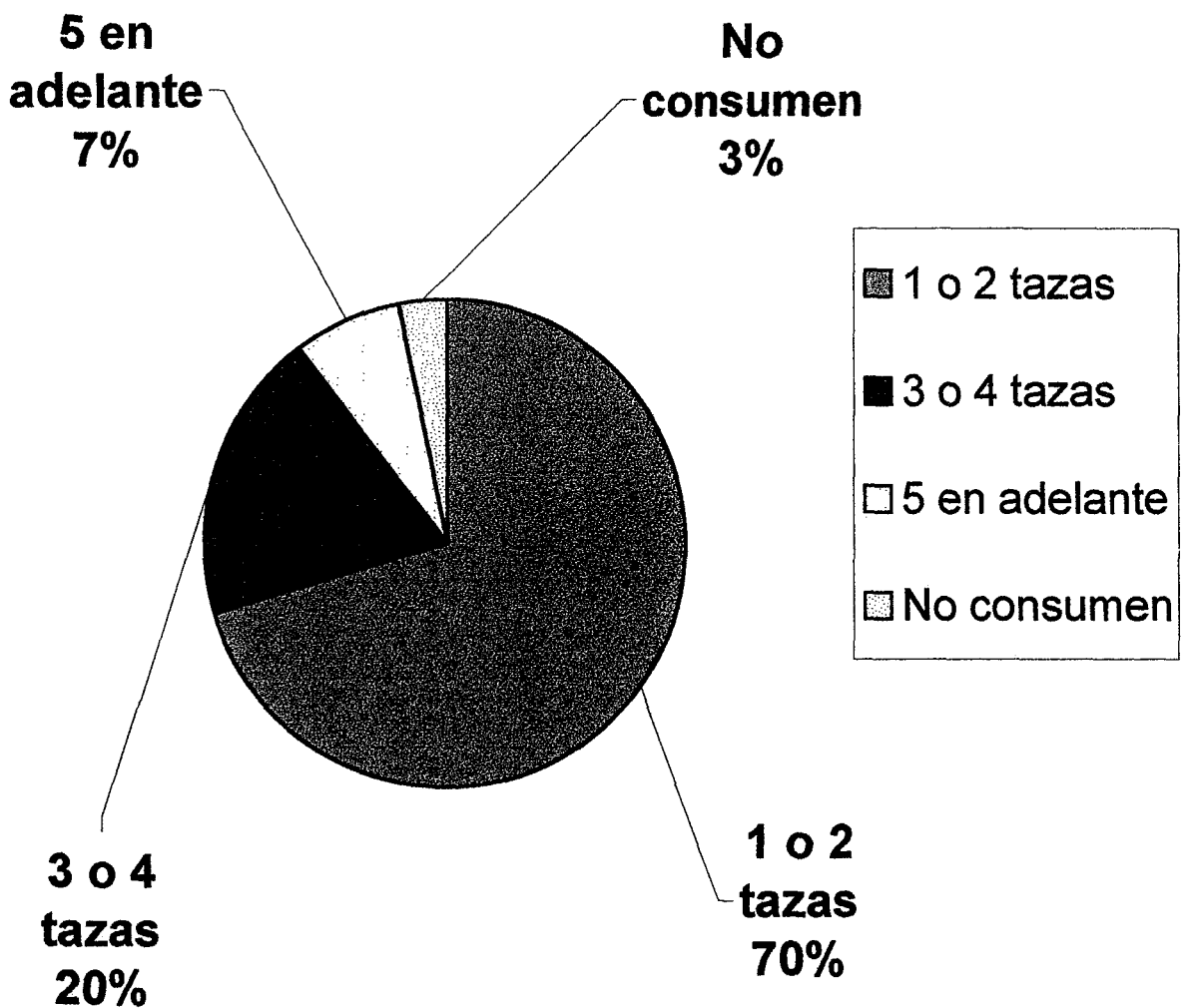
$$n = 67.22$$

Por lo que nuestra muestra asciende a 68 personas.

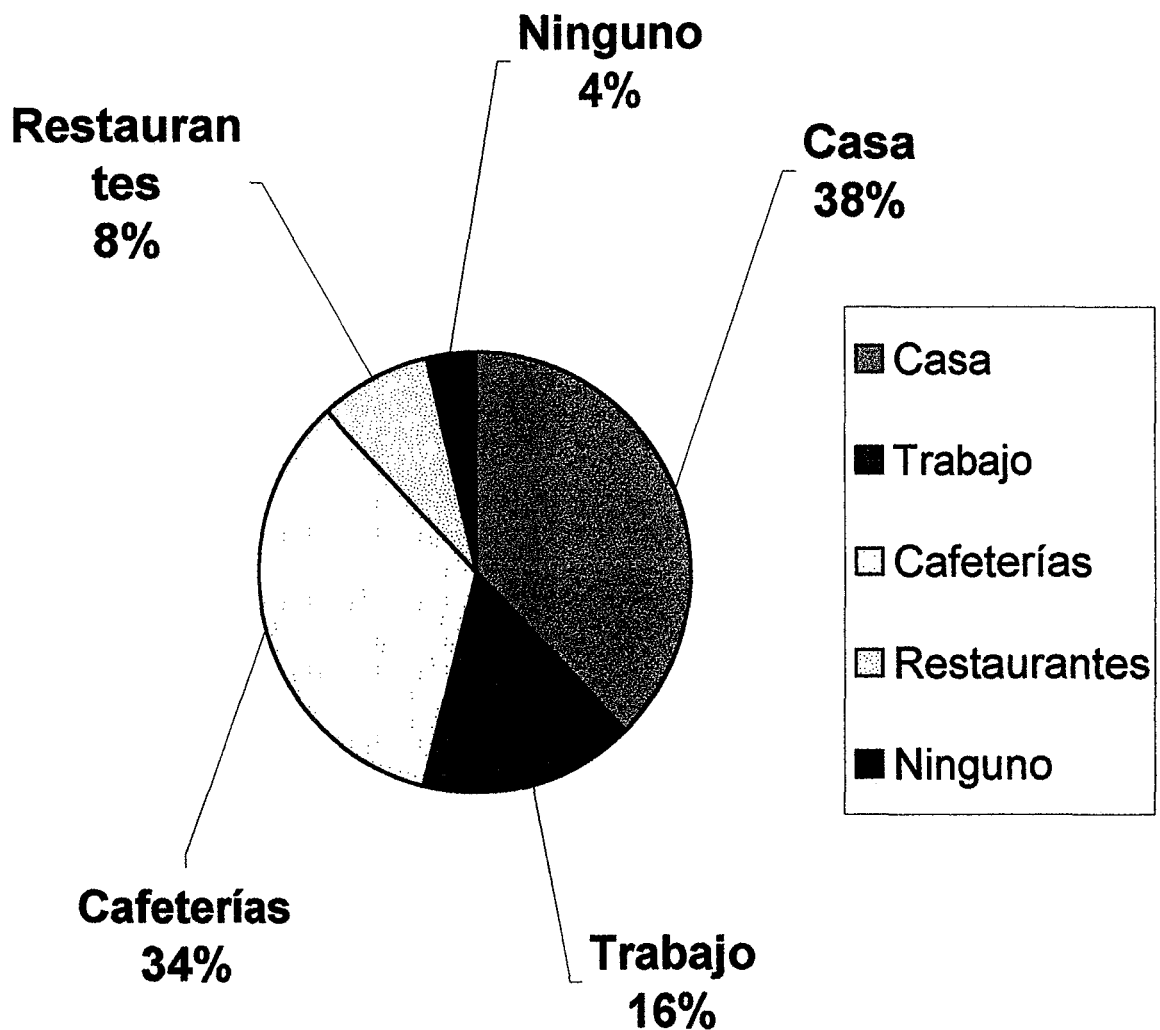
# 1.-¿Con qué frecuencia toma usted café?



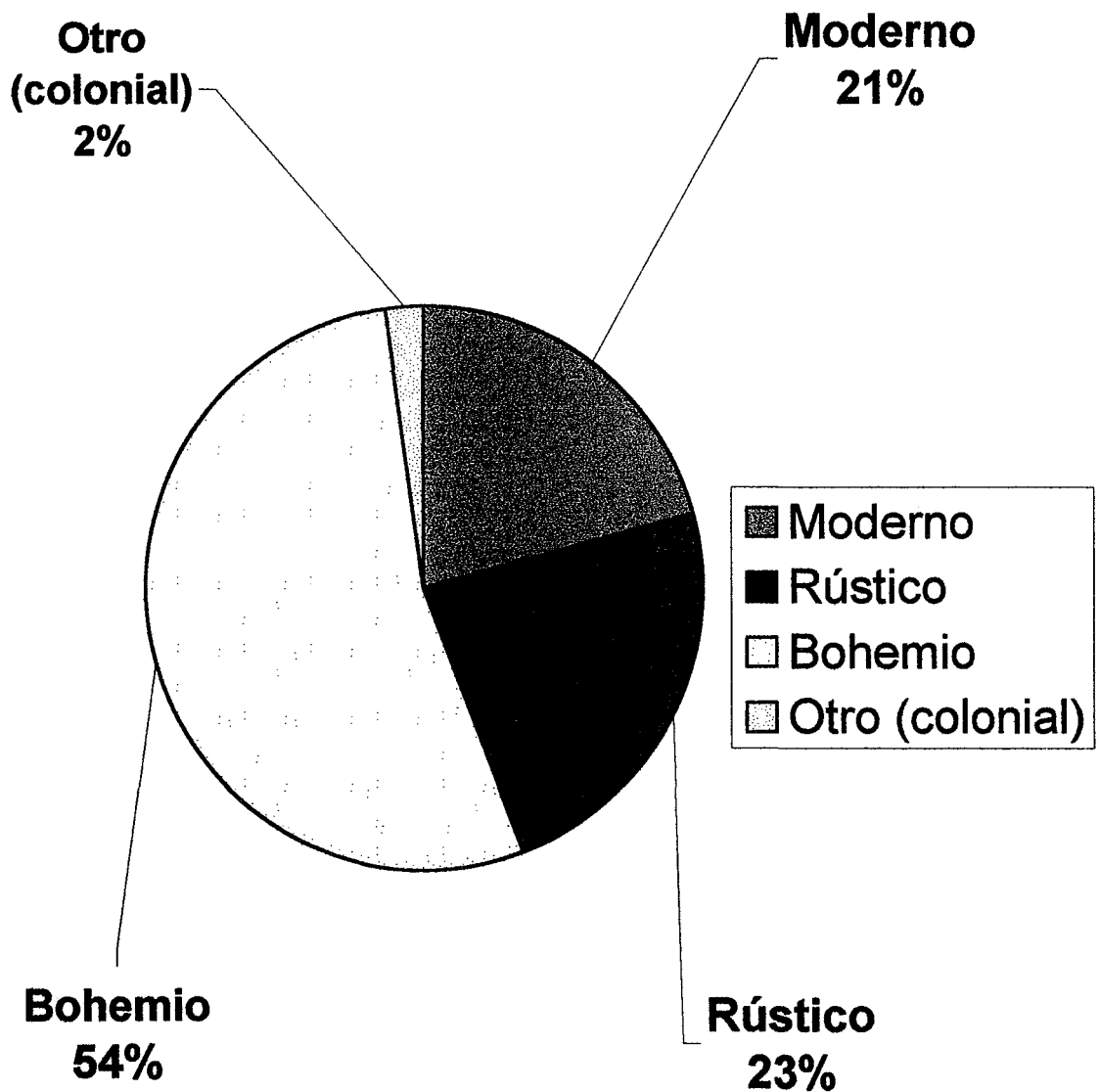
## 2.-¿Cuántas tazas al día llega a tomar usted?



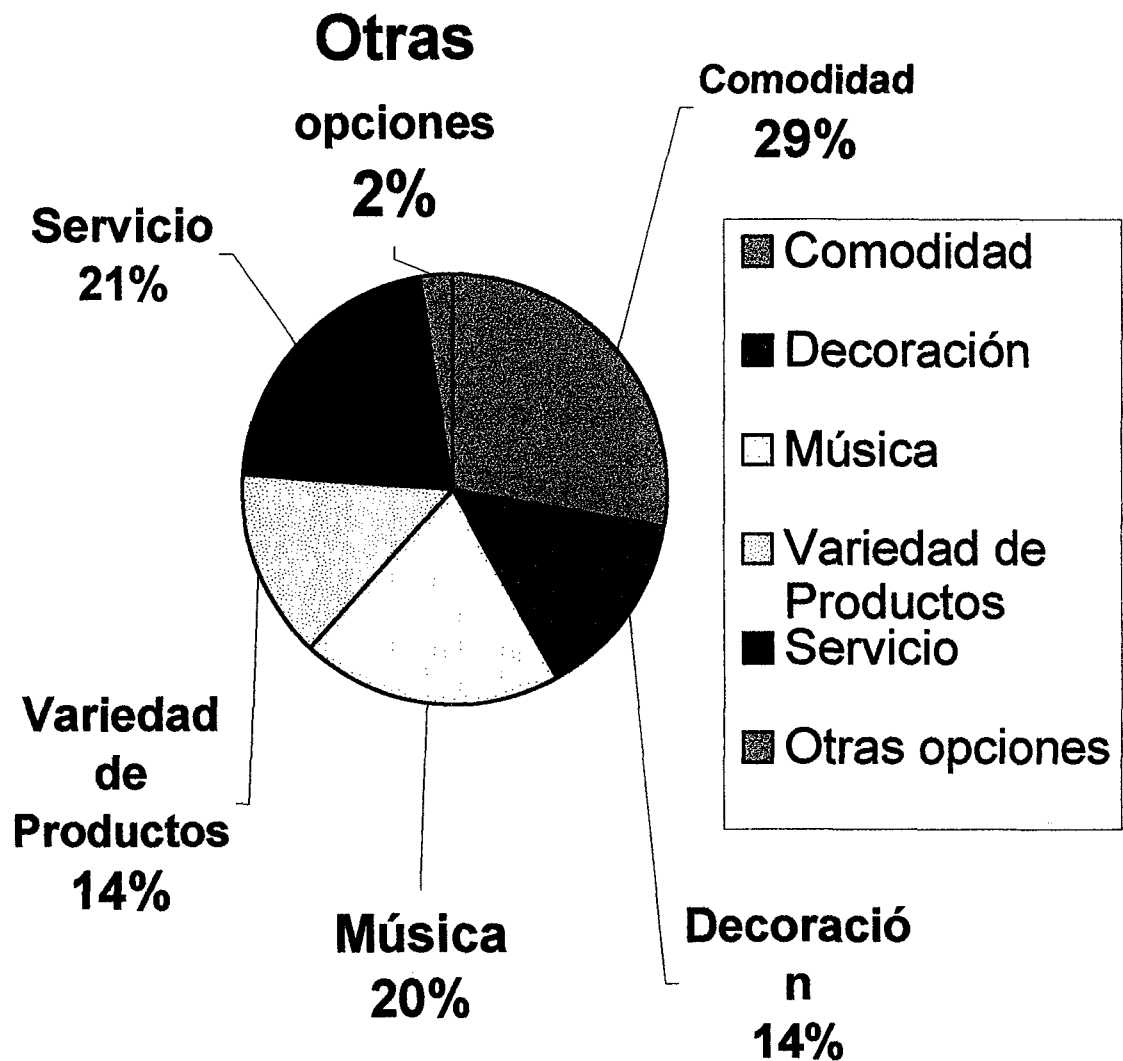
### 3.-¿En que lugares consume el café?



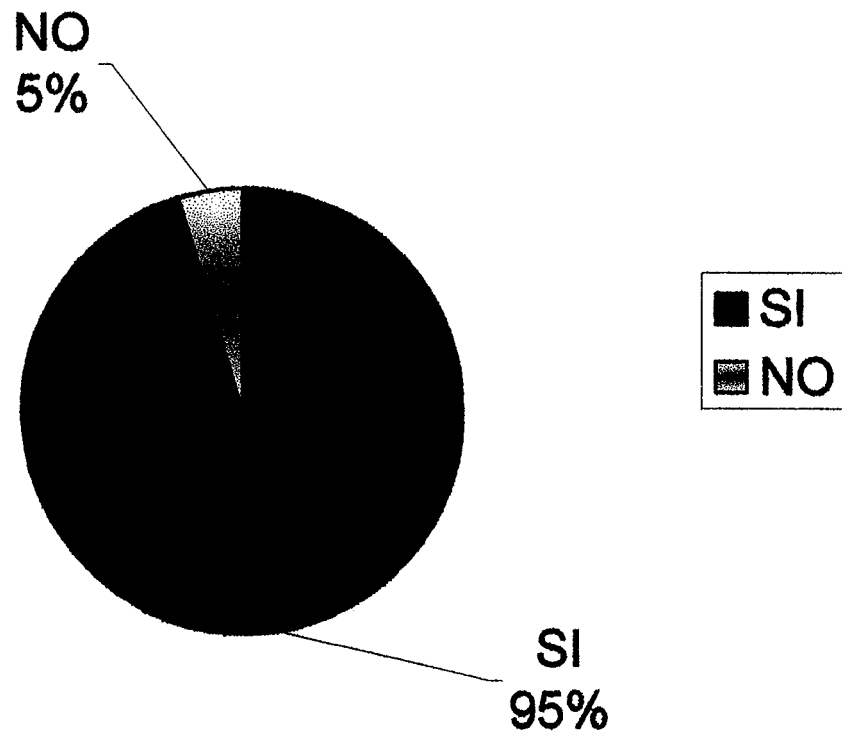
#### 4.-¿Qué tipo de ambiente prefiere en una cafetería?



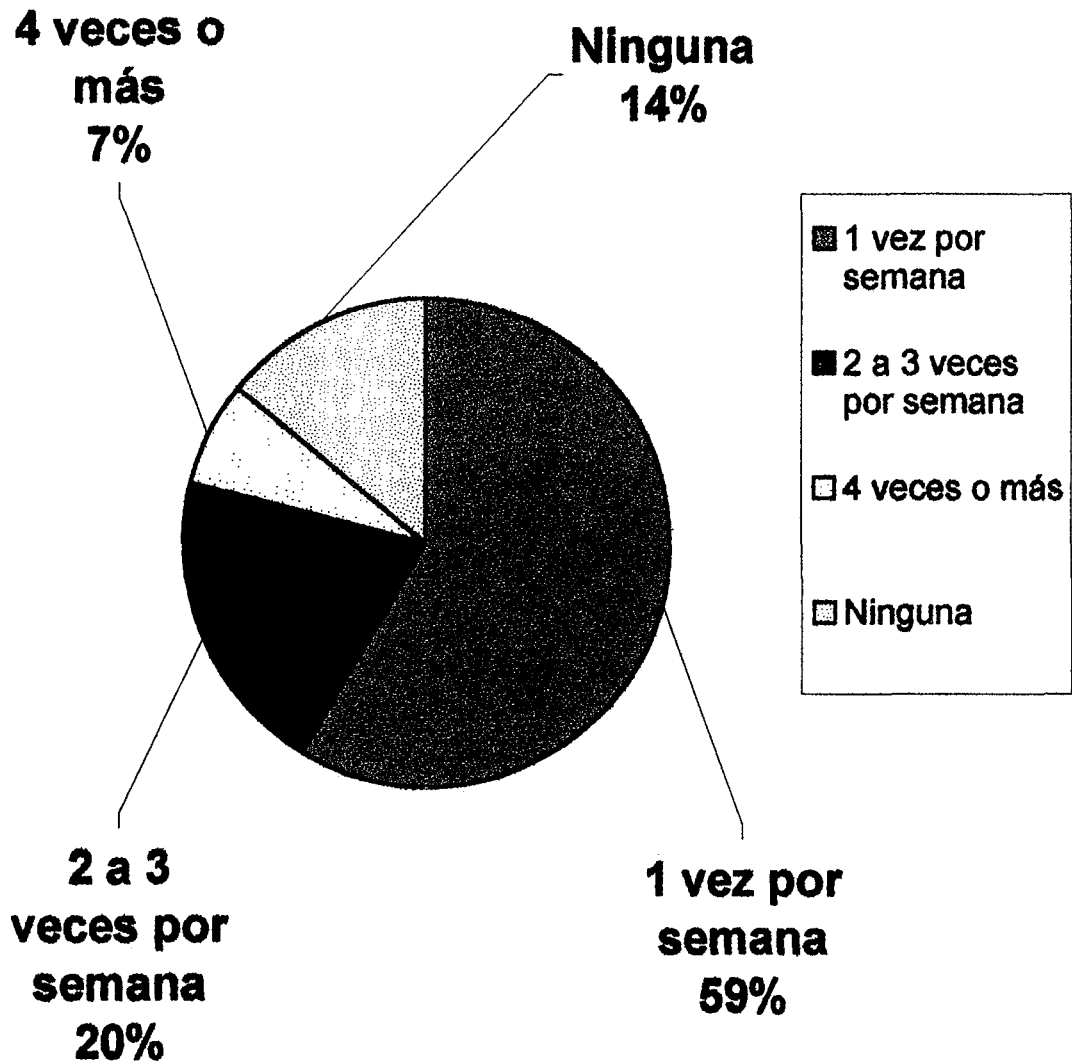
## 5.-¿Qué buscas en una cafetería?



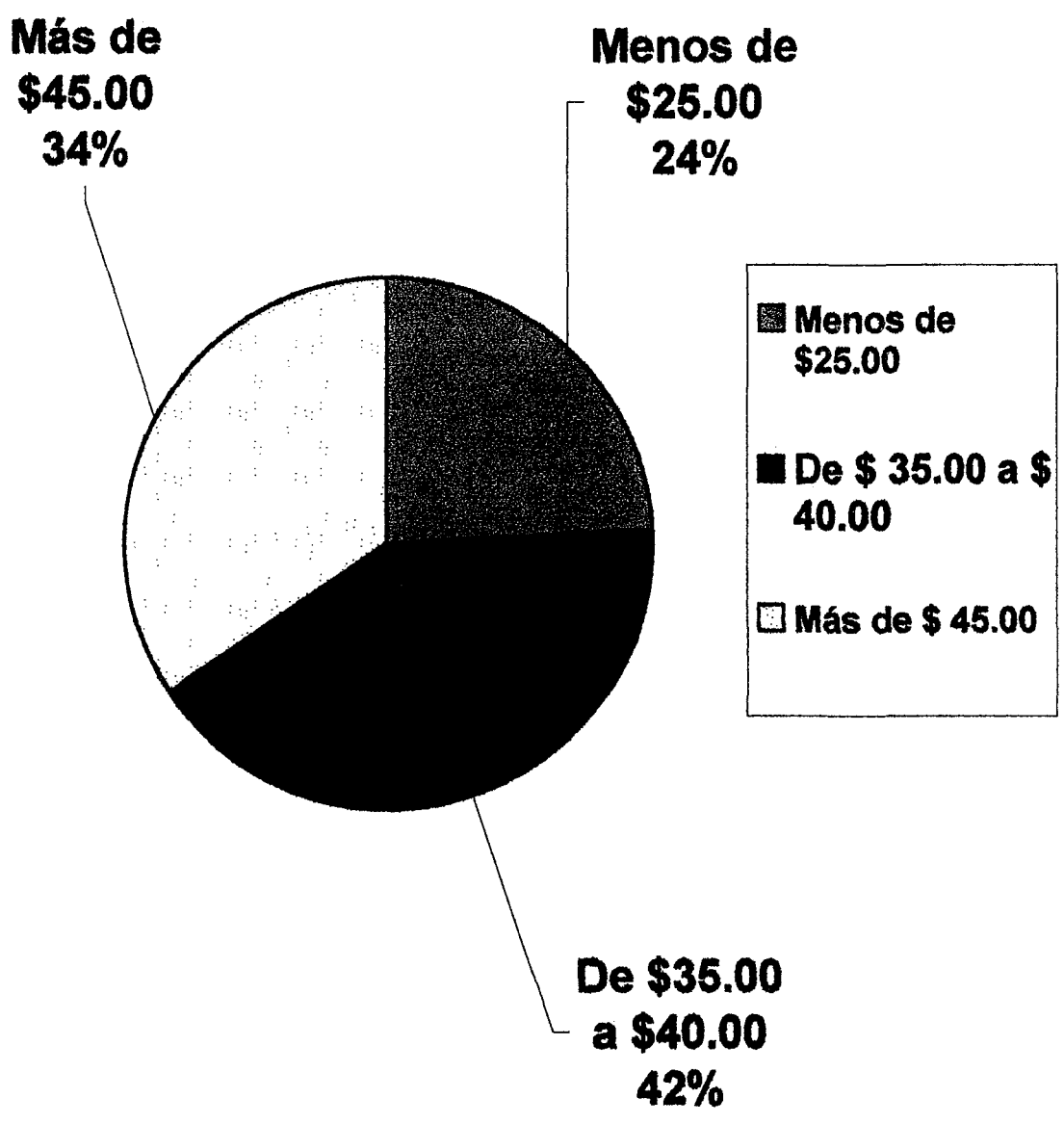
**6.-¿En caso de que se abriera una cafetería en el centro histórico de la ciudad de Puebla con las características mencionadas tendrías la disposición de visitarla?**



## 7.-¿Con qué frecuencia visitas las cafeterías del centro histórico de Puebla.?

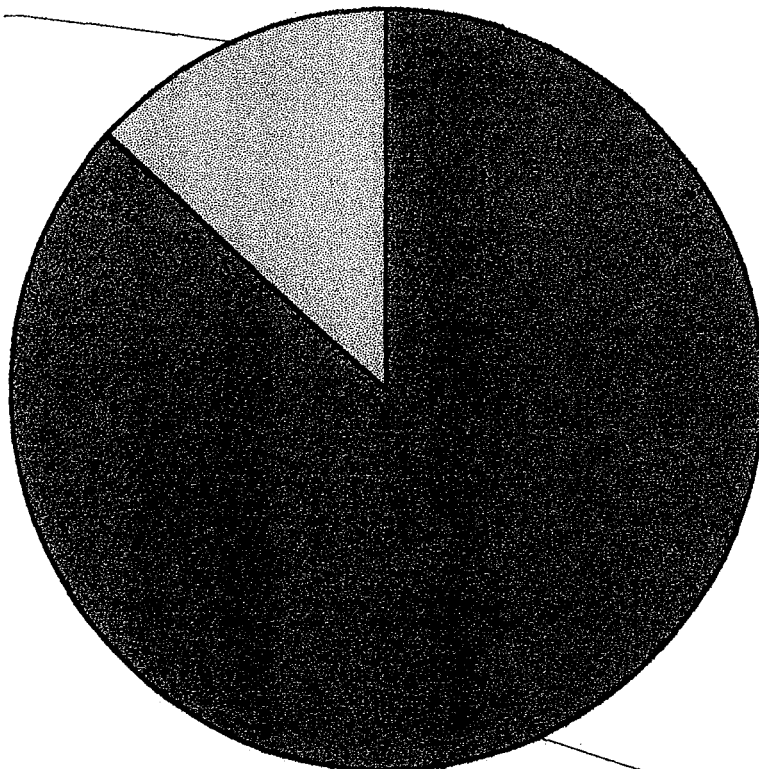


### 8.-¿Cuánto gastas generalmente en tus visitas a una cafetería.?



**9.-¿Te gustaría que se sirvieran  
aparte de los cafés tradicionales,  
algún café exótico con diversos  
licores.?**

**NO  
13%**



**SI  
87%**

### 3.4.3.3 Análisis de la información obtenida del cuestionario aplicado

Se concluye que alrededor de un 70% de los encuestados tanto mujeres como hombres toman café 1 o 2 veces al día en proporciones de 1 o 2 tazas, los lugares en donde más lo consumen es en su hogar por la tranquilidad que esta les da y en las cafeterías en segundo término en las cuales la mayor parte de la gente busca un ambiente bohemio en donde encuentre comodidad, excelente servicio, y pueda disfrutar de música teniendo a su alcance variedad de productos así como una decoración del lugar adecuada

El 95% de la gente encuestada a pesar de no vivir en la zona de interés tendría la disposición de asistir a una cafetería en el centro histórico por el simple hecho de conocer lugares nuevos y sus servicios ya que no están a gusto con el servicio que prestan las cafeterías actuales además de no encontrar un lugar que cumpla con las características sugeridas y que este ubicado en el centro de la ciudad de Puebla en donde encuentren privacidad, tranquilidad y un lugar para conversar y hacer negocios

Las cafeterías del centro histórico son visitadas generalmente 1 vez por semana por los encuestados gastando un promedio de \$35 a \$40 en cada visita y a los cuales les gustaría que se sirvieran cafés con diferentes licores

### 3.5 Análisis de la Oferta

Para llevar a cabo el análisis de la oferta, es necesario en primera instancia determinar la competencia directa e indirecta de este proyecto.

En el área analizada nuestros principales competidores directos en cuanto a Cafeterías encontramos a:

Italian Coffe

Café Plaza

Teorema

Café Aguirre

Wimmpy's

Ya que cada uno de ellos tiene ciertas características del mercado al cual nos enfocaremos. Tomando en cuenta también la existencia de 11 cafés de menor tamaño

Dentro de nuestros competidores indirectos principales podemos encontrar a

VIPS (centro y victoria)

Samborns

Woolworth

Restaurante Royalty

Restaurante Macs

Vittorios Pizza

La Vaca Negra

No obstante que ofrecen también café su mercado principal es el Resturantero y no tienen las características que nosotros queremos dar

### 3.5 1 Análisis SWOT

Este análisis se realiza con los competidores más fuertes que son Café Aguirre, Italian Coffee y Café Plaza

COMPETIDOR	FUERZAS	DEBILIDADES	OPORTUNIDAD ES	AMENAZAS
Café Aguirre	Es ya una tradición ya que abrió sus puertas desde 1950 y cuenta con una estupenda ubicación	La misma tradición hizo que este establecimiento cayera en el conformismo por lo que el mobiliario no es el adecuado	La mayoría de la gente al cual está enfocado es de 50 años en adelante.	La apertura de nuevos establecimientos que ofrezcan un ambiente tranquilo con instalaciones cómodas y modernas sin perder el buen gusto ni la tradición

Italian Coffee	La ubicación de este café es buena, su clientela es variada pero principalmente es centro de reunión de gente joven de 15 a 35 años en su mayoría, tiene una gran variedad de productos y cuenta con el apoyo de la marca	El servicio que ofrece es malo ya que utiliza gente sin experiencia lo que hace que no le pongan la suficiente atención a los cliente, además de no tener una buena presentación de meseros Su decoración es muy simple por lo que no crea un ambiente agradable	Al ser una franquicia cuenta con el apoyo de la marca y su fuerza en el nombre Un aspecto muy importante es también que la mayoría de sus clientes son jóvenes y la población de este tipo es muy amplia	El establecimiento de una franquicia en la misma calle que tenga un mayor nombre o arraigo en la gente, o de otro establecimiento que ofrezca calidad en los productos y un excelente servicio
Café plaza	Tiene una buena ubicación, una gran variedad de productos y es una marca muy arraigada de la gente de la ciudad de Puebla.	El ruido en esa calle afecta, ya que es muy transitada y no es un lugar tranquilo además la mayoría de la gente que visita el café es de clase media y baja	La gente en su mayoría es de paso por lo que constantemente se rota	Si se coloca un establecimiento de café que proporcione tranquilidad y buen servicio

### 3.5.2 Tipo de Oferta

El tipo de Oferta la cual se ha analizado tiene como característica principal la de ser de **mercado libre** ya que los competidores se encuentran en libre competencia sin que exista un dominio total de alguien. Esto quiere decir que a pesar de que constantemente se abren diferentes establecimientos de café existen muchos de estos que no cubren las necesidades del cliente en precio, calidad o servicio o no cuentan con una buena administración por lo que se ven obligados a cerrar provocando una constante entrada y salida de competidores

La permanencia en el mercado del proyecto se deberá al excelente servicio que se brinde, así como a la calidad de los productos y el uso de valores agregados

### 3.5.3 Publicidad de la Competencia

La competencia no maneja ningún tipo de publicidad ya que son establecimientos conocidos de muchos años atrás o son franquicias cuyo nombre es muy fuerte en el ramo de cafés

### 3.5.4 Promoción de la Competencia

No manejan ningún tipo de promociones ya que el mercado enfocado tiene la capacidad de compra sin importarle el precio por lo que no se recomienda realizar promociones o rebajas de precios porque restaría la imagen que se pretende proyectar a la Cafetería

### 3.6 Análisis de Precio

Debido a que los clientes buscan tranquilidad y estatus el precio de los productos no puede ser el punto para penetrar en el mercado, el punto de partida para poder llevar a cabo este objetivo será el servicio, es por esto que deberá capacitarse a los empleados en el enfoque de excelencia en el servicio Cabe mencionar que actualmente los precios que maneja la competencia de los cafés

más comunes como lo son el expreso, americano y capuchino no varia más allá de \$1.00 peso por lo que los precios de introducción que se manejarán no tienen que sobrepasar ese rango en cuanto a cafés comunes, en cuanto a los cafés exóticos, al igual que la competencia maneja precios diferentes en los productos de especialidad, también en este establecimiento de café se les asignará un precio especial a los diferentes cafés que se ofrezcan según su contenido, tomando en cuenta que no se deberán poner precios muy elevados

### 3.7 Comercialización del Producto

La estrategia que se propone llevar a cabo será el encontrar una ubicación adecuada en el lugar que nos permita competir a la par y mejorar notablemente el servicio superando así a nuestra competencia y con esto tratar de posicionar una marca, con las características que requiere el consumidor

Como mejoramiento del servicio nos referimos a la capacitación continua de todo el personal de la organización, al igual que al ofrecer nuestros productos sea con una presentación que haga que el consumidor se sienta como en su casa

Con respecto a la publicidad daremos a conocer la cafetería a través de medios masivos de comunicación, como por ejemplo, diarios, la radio, etc, las cuales inciten a conocer el lugar. En cuanto a la promoción solo se manejarán promociones como el regalar cerillos, ceniceros o algún artículo promocional en los aniversarios del lugar a los clientes más asiduos, con el fin de posicionar la marca.

La presentación de los productos es una característica muy importante en la cual debemos de mejorar con respecto a la competencia por lo que se tiene que ofrecer una imagen apropiada a la decoración del lugar

### 3.8 Conclusiones del Estudio de Mercado

Se concluye que.

- En la zona Centro de la Ciudad de Puebla existe la necesidad de crear una cafetería con una demanda de 235,577 habitantes

- La demanda mensual por persona es de 4 veces aproximadamente.
- Las personas gastan un promedio de \$ 35 a \$ 40 en cada visita.
- Las características más importantes del lugar son. Comodidad, Servicio, un ambiente Bohemio, Decoración y la Variedad de Productos, sin olvidarse de tener música apropiada todo el tiempo y la posible alternancia de música en vivo.

# CAPITULO 4

## ESTUDIO TÉCNICO

---

---

---

## **CAPITULO 4**

### **ESTUDIO TÉCNICO**

#### **4.1 Tamaño Óptimo de la Planta**

##### **4.1.1 Mercado Actual y Futuro**

México atraviesa actualmente por un periodo de crecimiento económico moderado, sin embargo el mercado con el que cuenta la Cafetería que es de 235,577 habitantes en la Ciudad de Puebla, la cual al ser considerada Patrimonio Cultural de la Humanidad se incrementará la demanda año con año según pronósticos de la Secretaría de Turismo, puesto que dicho sector se consolidará en una de las primeras fuentes de divisas para el país

##### **4.1.2 Tecnología y Equipo**

Por ser una empresa de servicio el proyecto no requiere de una tecnología muy avanzada ya que el equipo necesario en la Cafetería no se vuelve obsoleto rápidamente

Como tecnología y equipo tenemos

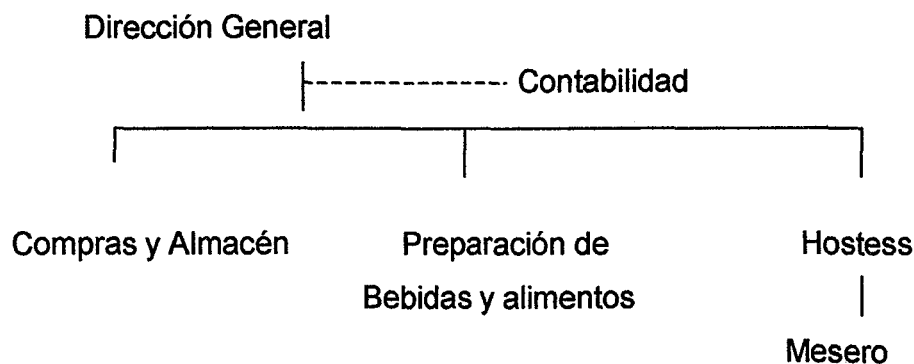
- Refrigerador
- Cafetera
- Licuadora
- Equipo de Cómputo
- Fregadero
- Llaves mezcladoras
- Mobiliario (sillas, mesas)
- Barra
- Baño 3 pzas
- Loza y Cristalería
- Equipo de Limpieza
- Equipo de Sonido

La capacidad de producción será determinada por el número de comensales y por el personal que se tiene contemplado.

#### 4.1.3 Financiamiento

Los recursos que se ocuparan para la instalación de la Cafetería serán de tipo interno el cual consiste en ocupar recursos propios , sin embargo es necesario tomar en cuenta que este capital no deberá perder su valor con respecto al tiempo por lo que se le aplicara la tasa de inflación que es de 13%.

#### 4.1.4 La Organización



#### 4.1.5 Capacitación del Personal

Se le dará al personal sesiones de capacitación y actualización , dicha capacitación será dada por la dirección general, razón por la cual no tendrá ningún costo para la organización.

#### 4.2 Localización óptima del proyecto

##### 4.2.1 Macrolocalización

Los factores de Macrolocalización que afectan a la rentabilidad del proyecto de la Cafetería es como en toda inversión la estabilidad política y económica del país en la que se encuentre en el momento de realizar el proyecto

Actualmente se debe tomar en cuenta el clima y los fenómenos naturales como terremotos o temblores ya que la Cafetería se encontrará ubicada en el centro histórico de la ciudad de Puebla, localizada en el Estado de Puebla, México

#### 4.2.2 Microlocalización

Los factores de Microlocalización que afectan la rentabilidad del proyecto es la existencia de contaminación de ruido en el lugar de ubicación y sobretodo el costo de las rentas de locales ya que por ser el centro histórico se eleva su precio.

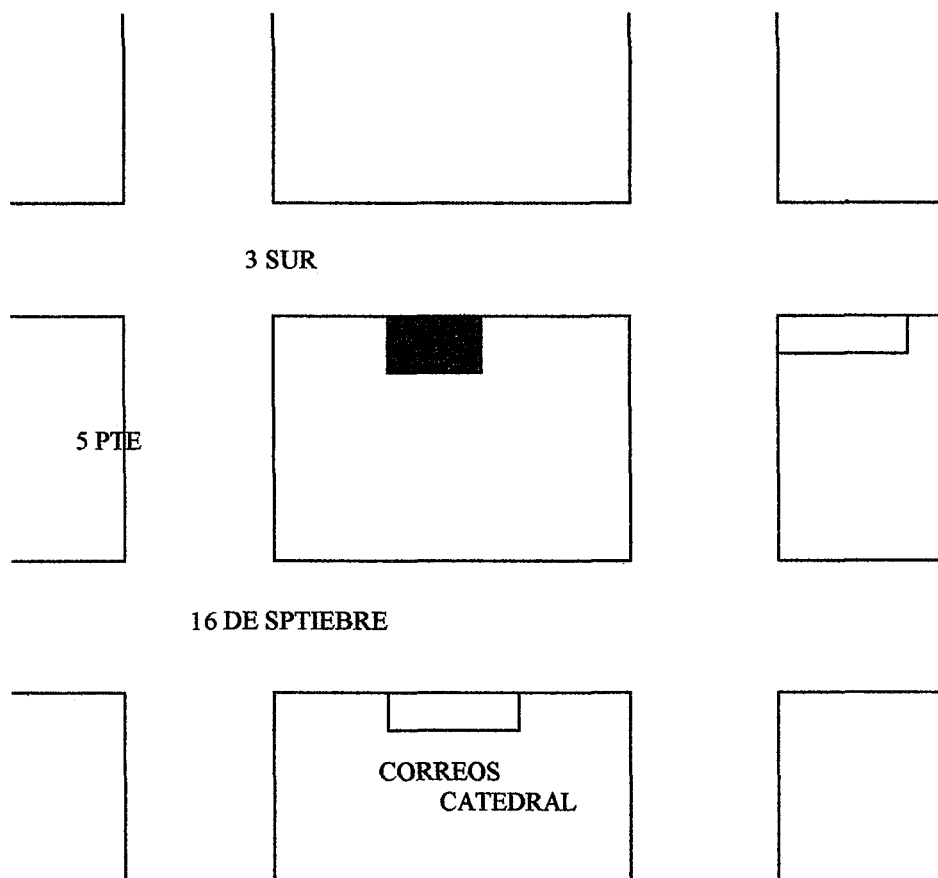
La ubicación probable para la Cafetería en la zona centro de la ciudad de Puebla fue determinada bajo el método de "Evaluación por factores no cuantificables", ponderando diferentes factores como lo son

- Tránsito peatonal
- Tránsito vehicular
- Cercanía al mercado
- Costos
- Disponibilidad de servicios públicos
- Tamaño del lugar

Las posibles ubicaciones que se analizaron fueron

- 16 de Septiembre No. 906, entre 11 y 9 Oriente.
- 3 sur No 306, entre 5 y 3 Poniente.
- 16 de Septiembre No. 101-D

La ubicación seleccionada de acuerdo a los factores analizados anteriormente fue:



Ubicación probable del local para la instalación de la Cafetería 3 sur No. 306 entre 3 y 5 Poniente, Colonia Centro.

#### 4.2 3 Efectos Ecológicos

En el proyecto de la Cafetería no hay ninguna legislación ecológica que regule las actividades realizadas en él, o en el establecimiento de maquinaria especializada para la protección del medio ambiente.

Solo se tomará en cuenta la separación de basura de orgánica e inorgánica en recipientes adecuados y en una zona del establecimiento adecuada para no interferir en la higiene e imagen del proyecto

#### 4.3 Tamaño de la Instalación

El tamaño de la planta o la capacidad instalada, en la Cafetería será de 14 mesas, con capacidad de 3 personas cada una, dando un total de 42 personas a las cuales se les atiende al mismo tiempo de una manera óptima y con un excelente servicio el producto deseado, sin tomar en cuenta la rotación de clientes.

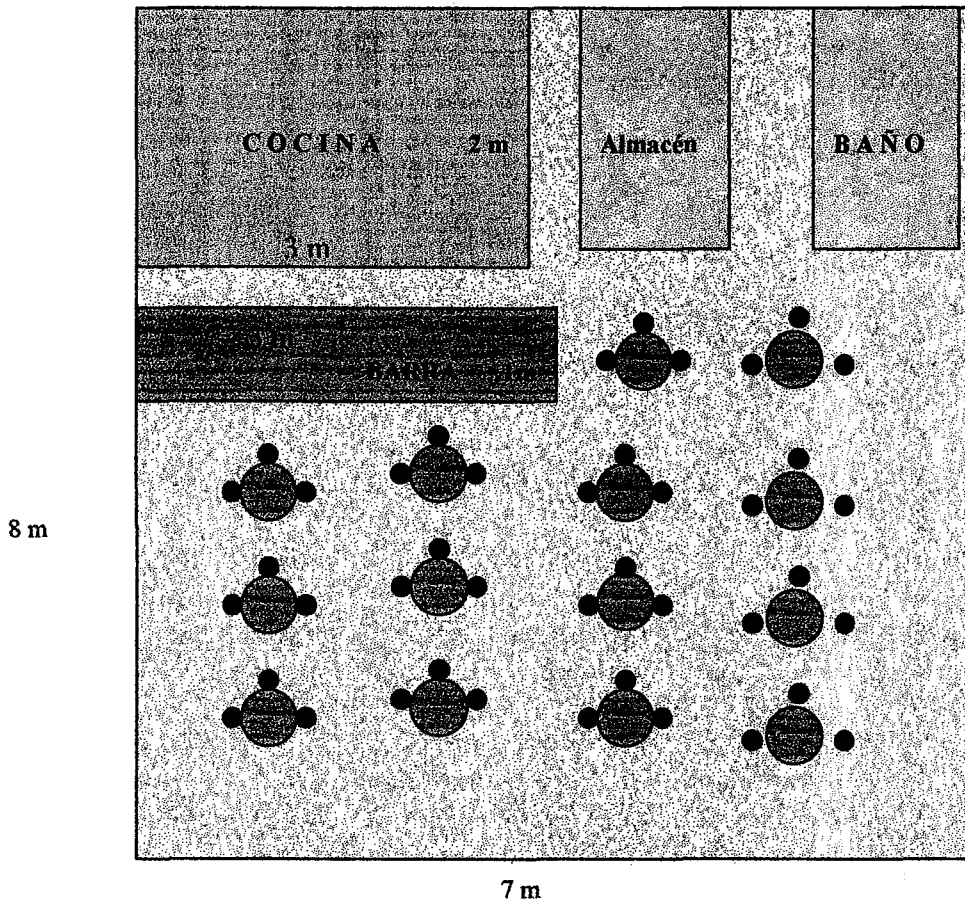
##### 4 3.1 Distribución de la Planta

El tamaño del local el cual se va a rentar para el proyecto de la Cafetería tiene 8m \* 7m. Dando un total de 56m cuadrados

#### dimensiones (metros)

Área del local	Largo	Ancho
Cocina	3m	2m
Barra	3m	1m
Baño	2m	2m
Área de servicio al cliente	3m	6m

### PLANO DEL LOCAL



#### 4.3.2 Relación con la demanda

Dado que la demanda de nuestro estudio de mercado es demasiada para nuestra capacidad instalada y el tamaño del local sugerido es reducido no se tomará en cuenta en un principio, sin embargo se puede ir incrementando paulatinamente según nuestra capacidad financiera.

#### 4.3.3 Relación con los proveedores

Debido a que se manejarán por el momento productos únicamente de la región no necesitaremos áreas muy grandes de almacenaje ya que los proveedores se

encuentran cerca del lugar de trabajo y tienen capacidad para hacer entregas constantes y confiables.

#### 4.4 Requerimientos de inventarios

En este proyecto es indispensable contar con un inventario tanto de materia prima incluyendo licores, como el de la loza ya que nuestro producto es de venta directa al cliente por lo que se necesita tener las cosas inmediatamente que se requieran

Los artículos más importantes que se manejarán en el inventario serán los siguientes

TIPO	ARTÍCULO
Loza	Vaso para capuchino Tarro para café cristal Plato para taza decorado Taza Plato extendido 19cm Azucarera tapa y sobre Tenedor liso Cuchara cafetera Propinera Charola con corcho
Materia prima	Café Limón Azúcar Agua Hielo Helados (vainilla, chocolate) Chocolate Agua mineral Leche Canela Crema chantilly Vainilla líquida Agua quina Gingerale Huevo Nueces picadas Cocoa Lechera Leche carnation Rompopo Cajeta

Licores	Brandy Licor de café Whisky Ron Angostura Anis Contreau Crema de cacao Vermut Oporto Coñac Licores de frutas
Tes	Manzanilla Canela Yerba buena Naranja Limón Menta Azhar Negro Jamaica Nestea

## 4.5 Organización de la Empresa

### 4.5 1 Conformación de la Sociedad

Se recomienda que la Cafetería , conforme al Código de Comercio y Leyes Complementarias y el capítulo quinto en los artículos 87 y 88, se constituya y funja como Sociedad Anónima

### 4.5 2 Aspectos Laborales

La apertura de la Cafetería obliga a la contratación de personal, ya sea sindicalizado o no En caso de que no sea sindicalizado se deberá adherir el personal a la C.R.O C , la cual agrupa a todos los trabajadores de hoteles y restaurantes, cantinas, centros nocturnos y similares

### 4 6 Factibilidad Legal

En México existen leyes que rigen los actos tanto de las instituciones ya sean privadas o de gobierno como de los individuos por lo que es importante señalar

dichas leyes (Constitución, códigos y reglamentos) las cuales repercuten de alguna manera sobre cualquier proyecto

Los trámites legales necesarios para la instalación de una Cafetería son los siguientes.

#### 4.6 1 Trámites de Constitución

1.- Protocolización del Acta Constitutiva ante un notario público, fundamento art 6 y 89 de la Ley General de Sociedades Mercantiles para la constitución de una sociedad. Dicha acta debe cubrir los siguientes requisitos:

- 2 socios mínimo
- capital inicial mínimo de \$50000
- 3 opciones de nombre de Razón social
- RFC de cada uno de los socios
- Estatutos de la sociedad
- Estatutos generales de cada socio
- Facultades de cada uno de los socios

El notario se encargará de que dicha acta sea autorizada en la Secretaría de Relaciones Exteriores al igual que su inscripción en el Registro Público de la Propiedad como lo establece el artículo 18 del Código de comercio

2 - Solicitud de inscripción para el Registro Federal de Contribuyentes y expedición de la Cédula de Identificación Fiscal ante SHCP Fundamento en el art. 7 del Código Fiscal de la Federación.

3 - Registro Patronal en el IMSS, INFONAVIT Y SAR.

4.- Contrato de servicio eléctrico expedido y autorizado por la CFE Fundamento en la Ley de Suministro de Energía Eléctrica de la Federación.

#### **4 6 2 Trámites de Instalación.**

**1 - Aviso de apertura de establecimiento o licencia sanitaria de acuerdo a la actividad que desarrolle la empresa expedida por la SSA en el estado de Puebla. Fundamento en el art 198 y 200 de la Ley General de Salud.**

**2 -Cédula de empadronamiento municipal y licencia de funcionamiento**

**3 - Pago De derechos por la constancia contra incendios y siniestros expedida por el Cuerpo de Bomberos**

**4 - Licencia de construcción, reconstrucción, ampliación o remodelación**

**5 - Inscripción en la Cámara que le corresponda de acuerdo al tamaño, rama y actividad**

**6 - Pago de derechos por el alta de anuncio comercial ante el H Ayuntamiento**

**7.- Permiso del INAH**

#### **4 6 3 Fundamentos Legales**

**1.- Ley de Sociedades Mercantiles Art. 87 y 88**

**2 - Ley de Ingresos de la Federación Estado y Municipio**

**3 - Ley de Protección del Ambiente y Equilibrio Ecológico del estado de Puebla**

**4.- Ley de Hacienda Municipal y Estatal**

## 5.- Ley de ingresos de los Municipios.

### 4 6.4 Aspectos Legales Técnicos

Estos aspectos no aplican al proyecto ya que no se cuenta con tecnología prohibida ni con aspectos relacionados con franquicias o regalías. La tecnología que se maneja no maneja ningún tipo de legislación.

### 4 6.5 Aspectos Legales de Seguridad

Se contara con un sistema de alarmas formado por

- Teclado digital numérico
- Censores infrarrojos
- Censores magnéticos
- Sirena

### 4 7 Amortizaciones y Depreciaciones

Se realizaran según el art 44 de LISR y estas se harán sobre el mobiliario, maquinaria y el equipo de cómputo, se aplicara el porcentaje correspondiente

25 % Mobiliario

30 % Equipo de Cómputo

25 % Maquinaria de Fabricación

25 % Maquinaria Indirecta

5 % Gastos de Instalación (decoración)

CAPITULO 5  
ESTUDIO  
ECONÓMICO FINANCIERO

---

---

---

## **CAPITULO 5**

### **ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO**

#### **5.1 Introducción**

Para que un proyecto de inversión sea satisfactorio debe justificarse desde dos puntos de vista importantes como lo es el Social o el Empresarial, por lo que debe proveerse una rentabilidad atractiva que justifique la asignación de recursos, que en este caso serán aportados por los socios o bien existir una justificación muy clara de los beneficios sociales esperados frente a los costos de inversión y operación del proyecto.

El presente estudio trata del análisis de los métodos y determina la rentabilidad del proyecto

Los objetivos son

- La planeación y diseño de los presupuestos de ingresos y egresos
- Presentar la información financiera proyectada
- Hacer el análisis e interpretación de la información financiera
- Realizar la evaluación financiera del proyecto

## 5.2 CRONOGRAMA

ACTIVIDADES	DICIEMBRE																															ENERO							
	S	D	3	4	5	6	7	S	D	10	11	12	13	14	S	D	17	18	19	20	21	S	D	24	25	28	27	28	S	D	31	1	2	3	4	5			
Negociación renta local			■	■	■	■																																	
Firma de contrato							■																																
Trámites legales									■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	
Compra remodelación										■	■	■	■	■																									
Remodelación												■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■		
Compra de maquinaria																					■	■																	
Compra de mobiliario																						■	■																
Compra de equipo cómputo																							■																
Flete de maquinaria																								■	■														
Flete de mobiliario																								■	■														
Flete equipo cómputo																									■	■													
Instalación de maquinaria																									■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Insatación de mob. y eq.																										■	■												
Puesta a punto de maq.																																							
Compra de decoración																																							
Decoración del local																																							
Publicidad																																							
Compra equipo limpieza																																							
Contratación del personal																																							
Capacitación del personal																																							
Compra de insumos																																							
<b>Apertura</b>																																							■

### 5.3 Gastos Preoperativos, de Instalación e Inversión Inicial.

#### GASTOS PREOPERATIVOS

Pago de Permisos	\$	8,000
Gastos de Publicidad	\$	10,000
Equipo de limpieza	\$	850
Deposito y Renta	\$	14,000
Licencia	\$	11,000
<b>Total Gastos Preoperativos</b>	<b>\$</b>	<b>43,850</b>

#### GASTOS DE INSTALACIÓN

Decoración	\$	15,000
<b>Total Gastos de Instalación</b>	<b>\$</b>	<b>15,000</b>

Remodelación	\$	18,000
--------------	----	--------

<b>Total Remodelación</b>	<b>\$</b>	<b>18,000</b>
---------------------------	-----------	---------------

<b>Iva Acreditable</b>	<b>\$</b>	<b>16,265</b>
------------------------	-----------	---------------

#### INVERSION DE MOBILIARIO Y MAQUINARIA

Licuada	\$	300	Maq
Refrigerador	\$	6,200	Maq
Cafetera	\$	20,000	Maq
Equipo de Cómputo	\$	15,500	
Mobiliario y Equipo	\$	12,000	Mob
Barra	\$	5,000	Mob
Cristalería y Loza	\$	6,000	Mob
Fregadora	\$	900	Mob
Llaves Mezcladoras	\$	380	Mob
Baño	\$	3,000	Mob
Equipo de Sonido	\$	10,000	Mob

Mobiliario	\$	37,280
------------	----	--------

Maquinaria	\$	26,500
------------	----	--------

Gastos Instalación MOB	\$	1,000
------------------------	----	-------

Gastos Instalación MAQ	\$	1,500
------------------------	----	-------

Fletes	\$	800
--------	----	-----

<b>TOTAL Mobiliario</b>	<b>\$</b>	<b>38,280</b>
-------------------------	-----------	---------------

<b>TOTAL Maquinaria</b>	<b>\$</b>	<b>28,800</b>
-------------------------	-----------	---------------

<b>TOTAL Cómputo</b>	<b>\$</b>	<b>15,500</b>
----------------------	-----------	---------------

<b>TOTAL MOB , MAQ Y COM</b>	<b>\$</b>	<b>82,580</b>
<b>Gastos Operativos (Efectivo Disponible)</b>		
Caja ( fondo fijo )	\$	1,000
Renta de local	\$	15,000
Servicio telefónico	\$	400
Energía eléctrica	\$	1,000
Papelería	\$	300
<b>Personal</b>		
Mano de obra directa	\$	10,452
Personal administrativo	\$	8,230
<b>Inventario de materiales</b>		
Insumos	\$	8,000
<b>TOTAL GASTOS POR PAGAR</b>	<b>\$</b>	<b>44,382</b>
<b>TOTAL CAJA</b>	<b>\$</b>	<b>44,382</b>
<b>INVERSIÓN INICIAL</b>	<b>\$</b>	<b>220,077</b>

### 5.4 Mano de Obra

CALCULO DE PERSONAL MANO DE OBRA I/D Y ADMINISTRATIVOS MENSUAL					
PUESTO	Sal. Neto Mens	Factor	Salario Bruto	Personal	total
<b>MANO DE OBRA DIRECTA</b>					
Bebidas y Alimentos	\$2,000	1.0452	\$2,090	2	\$4,181
Meseros	\$1,000	1.0452	\$1,045	4	\$4,181
Hostess	\$2,000	1.0452	\$2,090	1	\$2,090
<b>TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA</b>	<b>\$5,000</b>		<b>\$5,226</b>		<b>\$10,452</b>
<b>PERSONAL ADMINISTRATIVO</b>					
Contador	\$600		\$600	1	\$600
Gerente	\$6,000	1.0452	\$6,271	1	\$6,271
Compras y Almacén	\$1,300	1.0452	\$1,359	1	\$1,359
<b>TOTAL PERSONAL ADMINISTRATIVO</b>	<b>\$7,900</b>		<b>\$8,230</b>		<b>\$8,230</b>
<b>TOTAL PAGO PERSONAL</b>					<b>\$18,681.96</b>

### 5.5 Amortizaciones y Depreciaciones

#### DEPRECIACIONES

	VALOR	Tasa de depreciación anual	Tasa de depreciación Trimestral	Depreciación 1er. Trim.	Depreciación 2o. Trim.	Depreciación 3er Trim.	Depreciación 4o. Trim.
Equipo de computo	\$15,500	30%	7.50%	\$1,162.5	\$1,162.5	\$1,162.5	\$1,162.5
Remodelación	\$18,000	5%	1.25%	\$225.0	\$225.0	\$225.0	\$225.0
Maquinaria	\$30,080	25%	6.25%	\$1,880.0	\$1,880.0	\$1,880.0	\$1,880.0
Mobiliario y equipo	\$31,000	25%	6.25%	\$1,937.5	\$1,937.5	\$1,937.5	\$1,937.5
Cristalería y Loza	\$6,000	50%	12.50%	\$750.0	\$750.0	\$750.0	\$750.0
<b>Total Producción</b>				\$4,792.5	\$4,792.5	\$4,792.5	\$4,792.5
<b>Total Vtas y Ad.</b>				\$1,162.5	\$1,162.5	\$1,162.5	\$1,162.5

**Total PROD.      \$19,170.00**  
**Total Vta y Ad      \$4,650.0**

#### DEPRECIACIÓN ANUAL

	VALOR	Tasa de depreciación anual	Depreciación 2002	Depreciación 2003	Depreciación 2004	Depreciación 2005
Equipo de computo	\$15,500	30%	\$4,650.0	\$4,650.0	\$4,650.0	\$1,549.0
Remodelación	\$18,000	5%	\$900.0	\$900.0	\$900.0	\$900.0
Maquinaria	\$30,080	25%	\$7,520.0	\$7,520.0	\$7,520.0	\$7,519.0
Mobiliario y equipo	\$31,000	25%	\$7,750.0	\$7,750.0	\$7,750.0	\$7,749.0
Cristalería y Loza	\$6,000	50%	\$3,000.0	\$2,999.0		
<b>Total Producción</b>			\$19,170.0	\$19,169.0	\$16,170.0	\$16,168.0
<b>Total Vtas y Ad.</b>			\$4,650.0	\$4,650.0	\$4,650.0	\$1,549.0

**AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS**

		Tasa de	Tasa de				
	<b>VALOR</b>	amortización	amortización	amortización	amortización	amortización	amortización
		anual	Trimestral	1er Trim.	2o. Trim.	3er. Trim.	4o. Trim.
Decoración	\$15,000	5%	1.25%	\$187.5	\$187.5	\$187.5	\$187.5
Amortización total	\$750						

**Total \$750**

**Amortización ANUAL**

		Tasa de				
	<b>VALOR</b>	amortización	amortización	amortización	amortización	amortización
		anual	2002	2003	2004	2005
Decoración	\$15,000	5%	\$750	\$750	\$750	\$750

**TOTAL DEPRECIACION Y AMORTIZACION**

		1er Trim.	2o. Trim.	3er Trim.	4o. Trim.
Depreciación Prod.		\$4,792.50	\$4,792.50	\$4,792.50	\$4,792.50
Depreciación Vtas y Ad.		\$1,162.50	\$1,162.50	\$1,162.50	\$1,162.50
Amortizaciones		\$187.50	\$187.50	\$187.50	\$187.50
<b>TOTAL</b>		<b>\$6,142.50</b>	<b>\$6,142.50</b>	<b>\$6,142.50</b>	<b>\$6,142.50</b>

**TOTAL AMORTIZACION Y DEPRECIACION \$24,570.00**

### 5.6 Inversión Inicial y Capital de Trabajo

INVERSION INICIAL y CAPITAL DE TRABAJO			
<b>ACTIVOS TANGIBLES</b>			
<b>Obra civil</b>			
Remodelación		\$ 18,000	
Decoración		\$ 15,000	
<b>TOTAL OBRA CIVIL</b>		<b>\$ 33,000</b>	
<b>Equipo y maquinaria</b>			
Compra de Maquinaria		\$ 28,800	
Compra de Equipo Cómputo		\$ 15,500	
Compra de Mob y Equipo		\$ 38,280	
<b>Total Equipo y Maquinaria</b>		<b>\$ 82,580</b>	
<b>TOTAL DE ACTIVOS TANGIBLES</b>			<b>\$ 115,580</b>
<b>ACTIVOS INTANGIBLES</b>			
Gastos preoperativos		\$ 43,850	
<b>TOTAL DE ACTIVOS INTANGIBLES</b>			<b>\$ 43,850</b>
<b>IVA ACREDITABLE</b>		<b>\$ 16,265</b>	<b>\$ 16,265</b>
<b>INVERSIÓN TOTAL EN ACTIVOS (TANG. E INTANG)</b>			<b>\$ 175,695</b>
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>			<b>\$ 44,382</b>
<b>INVERS.TOTAL EN ACTIVOS Y CAPITAL DE TRAB.</b>			<b>\$ 220,076</b>



### 5.8 Costos de Producción y Ventas

	1er Trim.	2o. Trim.	3er. Trim.	4o. Trim.	Total
<b>COSTOS DIRECTOS</b>					
Insumos	\$ 24,000	\$ 45,186	\$ 57,062	\$ 71,048	\$ 197,297
Salarios	\$ 31,356	\$ 31,356	\$ 31,356	\$ 31,356	\$ 125,424
<b>TOTAL DE COSTOS DIRECTOS</b>	<b>\$ 55,356</b>	<b>\$ 76,542</b>	<b>\$ 88,418</b>	<b>\$ 102,404</b>	<b>\$ 322,721</b>
<b>COSTOS INDIRECTOS</b>					
Renta del Local	\$ 45,000	\$ 45,000	\$ 45,000	\$ 45,000	\$ 180,000
Luz	\$ 3,000	\$ 3,000	\$ 3,000	\$ 3,000	\$ 12,000
Equipo de Limpieza	\$ 300	\$ 300	\$ 300	\$ 300	\$ 1,200
<b>TOTAL COSTOS INDIRECTOS</b>	<b>\$ 48,300</b>	<b>\$ 48,300</b>	<b>\$ 48,300</b>	<b>\$ 48,300</b>	<b>\$ 193,200</b>
Depreciación y amortización	\$ 4,980	\$ 4,980	\$ 4,980	\$ 4,980	\$ 19,920
<b>Total Depreciación y Amortización</b>	<b>\$ 4,980</b>	<b>\$ 4,980</b>	<b>\$ 4,980</b>	<b>\$ 4,980</b>	<b>\$ 19,920</b>
<b>Costos de Producción y Ventas</b>	<b>\$ 108,636</b>	<b>\$ 129,822</b>	<b>\$ 141,698</b>	<b>\$ 155,684</b>	<b>\$ 535,841</b>

	1er Trim.	2o. Trim.	3er. Trim.	4o. Trim.	Total
<b>COSTOS DE PRODUCCION</b>	<b>\$ 108,636</b>	<b>\$ 129,822</b>	<b>\$ 141,698</b>	<b>\$ 155,684</b>	<b>\$ 535,841</b>

### Costos de Producción

<b>COSTOS DE PRODUCCION</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>
<b>COSTOS DIRECTOS</b>				
Insumos	\$ 197,297	\$ 226,891	\$ 260,925	\$ 300,064
Salarios	\$ 125,424	\$ 144,238	\$ 165,873	\$ 190,754
<b>TOTAL DE COSTOS DIRECTOS</b>	<b>\$ 322,721</b>	<b>\$ 371,129</b>	<b>\$ 426,798</b>	<b>\$ 490,818</b>
<b>COSTOS INDIRECTOS</b>				
Renta del Local	\$ 180,000	\$ 207,000	\$ 238,050	\$ 273,758
Luz	\$ 12,000	\$ 13,800	\$ 15,870	\$ 18,251
Equipo de Limpieza	\$ 1,200	\$ 1,380	\$ 1,587	\$ 1,825
<b>TOTAL COSTOS INDIRECTOS</b>	<b>\$ 193,200</b>	<b>\$ 222,180</b>	<b>\$ 255,507</b>	<b>\$ 293,833</b>
Depreciacion y amortización	\$ 19,920	\$ 19,919	\$ 16,920	\$ 16,918
<b>Total Depreciación y Amortización</b>	<b>\$ 19,920</b>	<b>\$ 19,919</b>	<b>\$ 16,920</b>	<b>\$ 16,918</b>
<b>COSTOS DE PRODUCCION</b>	<b>\$ 535,841</b>	<b>\$ 613,228</b>	<b>\$ 699,225</b>	<b>\$ 801,569</b>

	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>
<b>COSTOS DE PRODUCCION</b>	<b>\$ 535,841</b>	<b>\$ 613,228</b>	<b>\$ 699,225</b>	<b>\$ 801,569</b>

## 5.9 Costos de Administración y Financieros

### COSTOS DE ADMINISTRACION Y FINANCIEROS TRIMESTRALES

	1er Trim.	2o. Trim.	3er Trim.	4o. Trim.	Total
<b>GASTOS DE ADMINISTRACIÓN</b>					
<b>Gastos admvos:</b>					
Servicio telefónico	\$ 1,200	\$ 1,200	\$ 1,200	\$ 1,200	\$ 4,800
Papelería	\$ 900	\$ 900	\$ 900	\$ 900	\$ 3,600
Personal administrativo	\$ 24,690	\$ 24,690	\$ 24,690	\$ 24,690	\$ 98,760
<b>TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACION</b>	<b>\$ 26,790</b>	<b>\$ 26,790</b>	<b>\$ 26,790</b>	<b>\$ 26,790</b>	<b>\$ 107,160</b>
<b>Gastos de venta</b>					
Publicidad	\$ 2,000	\$ 2,000	\$ 2,000	\$ 2,000	\$ 8,000
<b>TOTAL GASTOS DE VENTAS</b>	<b>\$ 2,000</b>	<b>\$ 2,000</b>	<b>\$ 2,000</b>	<b>\$ 2,000</b>	<b>\$ 8,000</b>
<b>GASTOS PREOPERATIVOS</b>					
<b>Tramites legales</b>	\$ 5,500	\$ 5,500	\$ 5,500	\$ 5,500	\$ 22,000
<b>Pago de licencia</b>	\$ 2,750	\$ 2,750	\$ 2,750	\$ 2,750	\$ 11,000
<b>Publicidad</b>	\$ 2,500	\$ 2,500	\$ 2,500	\$ 2,500	\$ 10,000
<b>Equipo de limpieza</b>	\$ 850	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 850
<b>TOTAL GASTOS PREOPERATIVOS</b>	<b>\$ 11,600</b>	<b>\$ 10,750</b>	<b>\$ 10,750</b>	<b>\$ 10,750</b>	<b>\$ 43,850</b>
Depreciación Equipo de Ventas	\$ 1,163	\$ 1,163	\$ 1,163	\$ 1,163	\$ 4,650
<b>TOTAL DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN</b>	<b>\$ 1,163</b>	<b>\$ 1,163</b>	<b>\$ 1,163</b>	<b>\$ 1,163</b>	<b>\$ 4,650</b>
<b>TOTAL GASTOS ADMINISTRACION Y VENTAS</b>	<b>\$ 41,552</b>	<b>\$ 40,702</b>	<b>\$ 40,702</b>	<b>\$ 40,702</b>	<b>\$ 163,660</b>

**COSTOS DE ADMINISTRACION Y FINANCIEROS ANUALES**

<b>GASTOS DE ADMINISTRACIÓN</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>
<b>Gastos admvos:</b>				
Servicio telefónico	\$ 4,800	\$ 5,520	\$ 6,348	\$ 7,300
Papelería	\$ 3,600	\$ 4,140	\$ 4,761	\$ 5,475
Personal administrativo	\$ 98,760	\$ 113,573	\$ 130,609	\$ 150,201
<b>TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACION</b>	<b>\$ 107,160</b>	<b>\$ 123,233</b>	<b>\$ 141,718</b>	<b>\$ 162,976</b>
<b>Gastos de venta</b>				
Publicidad	\$ 8,000	\$ 9,200	\$ 10,580	\$ 12,167
<b>TOTAL GASTOS DE VENTAS</b>	<b>\$ 8,000</b>	<b>\$ 9,200</b>	<b>\$ 10,580</b>	<b>\$ 12,167</b>
<b>TOTAL GASTOS PREOPERATIVOS</b>	<b>\$ 43,850</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>
Depreciación Equipo de Ventas	\$ 4,650	\$ 4,650	\$ 4,650	\$ 1,549
<b>TOTAL DEPRECIACIÓN</b>				
<b>TOTAL GASTOS ADMINISTRACION Y VENTAS</b>	<b>\$ 163,660</b>	<b>\$ 137,083</b>	<b>\$ 156,948</b>	<b>\$ 176,692</b>

### 5.10 Estados de Resultados Anuales

ESTADO de RESULTADOS del 5 de ENERO del 2002 al 31 de DICIEMBRE del 2002 y Anuales								
	FEB - ABR	MAY - JUL	AGS - OCT	NOV - ENE	AÑO 2002	AÑO 2003	AÑO 2004	AÑO 2005
Ventas Netas	\$ 153,120	\$ 288,288	\$ 364,056	\$ 453,288	\$ 1,258,752	\$ 1,592,321	\$ 2,014,286	\$ 2,316,429
Compras netas	\$ 24,000	\$ 45,186	\$ 57,062	\$ 71,048	\$ 197,297	\$ 226,891	\$ 260,925	\$ 300,064
<b>UTILIDAD EN VENTAS</b>	<b>\$ 129,120</b>	<b>\$ 243,102</b>	<b>\$ 306,994</b>	<b>\$ 382,240</b>	<b>\$ 1,061,455</b>	<b>\$ 1,365,430</b>	<b>\$ 1,753,362</b>	<b>\$ 2,016,366</b>
<b>Gastos de venta</b>								
Renta del Local	\$ 45,000	\$ 45,000	\$ 45,000	\$ 45,000	\$ 180,000	\$ 207,000	\$ 238,050	\$ 273,758
Publicidad	\$ 2,000	\$ 2,000	\$ 2,000	\$ 2,000	\$ 8,000	\$ 9,200	\$ 10,580	\$ 12,167
Salarios	\$ 31,356	\$ 31,356	\$ 31,356	\$ 31,356	\$ 125,424	\$ 144,238	\$ 165,873	\$ 190,754
Luz	\$ 3,000	\$ 3,000	\$ 3,000	\$ 3,000	\$ 12,000	\$ 13,800	\$ 15,870	\$ 18,251
Equipo de Limpieza	\$ 300	\$ 300	\$ 300	\$ 300	\$ 1,200	\$ 1,380	\$ 1,587	\$ 1,825
Depreciación y Amortización	\$ 4,980	\$ 4,980	\$ 4,980	\$ 4,980	\$ 19,920	\$ 19,919	\$ 16,920	\$ 16,918
<b>Total Gastos de VENTAS</b>	<b>\$ 86,636</b>	<b>\$ 86,636</b>	<b>\$ 86,636</b>	<b>\$ 86,636</b>	<b>\$ 346,544</b>	<b>\$ 395,537</b>	<b>\$ 448,880</b>	<b>\$ 513,672</b>
<b>Gastos de Admón</b>								
Servicio telefónico	\$ 1,200	\$ 1,200	\$ 1,200	\$ 1,200	\$ 4,800	\$ 5,520	\$ 6,348	\$ 7,300
Papelería	\$ 900	\$ 900	\$ 900	\$ 900	\$ 3,600	\$ 4,140	\$ 4,761	\$ 5,475
Personal Administrativo	\$ 24,690	\$ 24,690	\$ 24,690	\$ 24,690	\$ 98,760	\$ 113,573	\$ 130,609	\$ 150,201
Gastos Preoperativos	\$ 10,963	\$ 10,963	\$ 10,963	\$ 10,963	\$ 43,850	\$ -	\$ -	\$ -
Depreciación.	\$ 1,163	\$ 1,163	\$ 1,163	\$ 1,163	\$ 4,650	\$ 4,650	\$ 4,650	\$ 1,549
<b>Total gastos de ADMÓN</b>	<b>\$ 38,915</b>	<b>\$ 38,915</b>	<b>\$ 38,915</b>	<b>\$ 38,915</b>	<b>\$ 155,660</b>	<b>\$ 127,883</b>	<b>\$ 146,368</b>	<b>\$ 164,525</b>
<b>GASTOS DE OPERACIÓN</b>	<b>\$ 125,551</b>	<b>\$ 125,551</b>	<b>\$ 125,551</b>	<b>\$ 125,551</b>	<b>\$ 502,204</b>	<b>\$ 523,420</b>	<b>\$ 595,249</b>	<b>\$ 678,198</b>
<b>U de OPERACIÓN ANTES IMP</b>	<b>\$ 3,569</b>	<b>\$ 117,551</b>	<b>\$ 181,443</b>	<b>\$ 256,689</b>	<b>\$ 559,252</b>	<b>\$ 842,010</b>	<b>\$ 1,158,113</b>	<b>\$ 1,338,168</b>
ISR (35%)	\$ 1,249	\$ 41,143	\$ 63,505	\$ 89,841	\$ 195,738	\$ 294,704	\$ 405,340	\$ 468,359
PTU (10%)	\$ 357	\$ 11,755	\$ 18,144	\$ 25,669	\$ 55,925	\$ 84,201	\$ 115,811	\$ 133,817
Utilidad Neta	\$ 1,963	\$ 64,653	\$ 99,794	\$ 141,179	\$ 307,589	\$ 463,106	\$ 636,962	\$ 735,993
Depreciación y Amortización	\$ 6,143	\$ 6,143	\$ 6,143	\$ 6,143	\$ 24,570	\$ 24,569	\$ 21,570	\$ 18,467
Flujo Neto de Efectivo	\$ 8,106	\$ 70,795	\$ 105,936	\$ 147,321	\$ 332,159	\$ 487,675	\$ 658,532	\$ 754,460

### 5.11 Flujo de Efectivo

<b>FLUJO DE EFECTIVO</b>	<b>AÑO 2002</b>	<b>AÑO 2003</b>	<b>AÑO 2004</b>	<b>AÑO 2005</b>
<b>Entradas</b>				
Saldo Inicial	\$ 44,382	\$ 548,169	\$ 1,204,502	\$ 2,084,459
Ventas Netas	\$ 1,258,752	\$ 1,592,321	\$ 2,014,286	\$ 2,316,429
Iva por Pagar	\$ 188,813	\$ 238,848	\$ 302,143	\$ 347,464
<b>Salidas</b>				
Compras netas	\$ 197,297	\$ 226,891	\$ 260,925	\$ 300,064
Renta del Local	\$ 180,000	\$ 207,000	\$ 238,050	\$ 273,758
Publicidad	\$ 8,000	\$ 9,200	\$ 10,580	\$ 12,167
Salarios	\$ 125,424	\$ 144,238	\$ 165,873	\$ 190,754
Luz	\$ 12,000	\$ 13,800	\$ 15,870	\$ 18,251
Equipo de Limpieza	\$ 1,200	\$ 1,380	\$ 1,587	\$ 1,825
Servicio telefónico	\$ 4,800	\$ 5,520	\$ 6,348	\$ 7,300
Papelería	\$ 3,600	\$ 4,140	\$ 4,761	\$ 5,475
Personal administrativo	\$ 98,760	\$ 113,573	\$ 130,609	\$ 150,201
ISR (35%)	\$ 195,738	\$ 294,704	\$ 405,340	\$ 468,359
PTU (10%)	\$ 55,925	\$ 84,201	\$ 115,811	\$ 133,817
Iva Acreditable	\$ 61,034	\$ 70,190	\$ 80,718	\$ 92,826
<b>FLUJO DE EFECTIVO</b>	<b>\$ 548,169</b>	<b>\$ 1,204,502</b>	<b>\$ 2,084,459</b>	<b>\$ 3,093,557</b>

### 5.12 Balance General Inicial

BALANCE INICIAL PREOPERATIVO 1 DE ENERO 2002		
ACTIVO CIRCULANTE		
Caja	\$	44,382
<b>TOTAL ACTIVO CIRCULANTE</b>	<b>\$</b>	<b>44,382</b>
IVA ACREDITABLE	\$	16,265
ACTIVO FIJO		
Equipo de Cómputo	\$	15,500
Maquinaria	\$	28,800
Mobiliario	\$	38,280
<b>TOTAL ACTIVO FIJO</b>	<b>\$</b>	<b>82,580</b>
ACTIVO DIFERIDO		
Gastos Preoperativos	\$	43,850
Gastos de instalación	\$	15,000
Remodelación	\$	18,000
<b>TOTAL ACTIVO DIFERIDO</b>	<b>\$</b>	<b>76,850</b>
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>\$</b>	<b>220,076</b>
CAPITAL CONTABLE		
CAPITAL SOCIAL	\$	220,076
<b>CAPITAL</b>	<b>\$</b>	<b>220,076</b>

### 5.13 Balance General Anual

BALANCE GENERAL AL 5 DE ENERO DEL.				
	2002	2003	2004	2005
<b>ACTIVO CIRCULANTE</b>				
Caja	\$ 548,169	\$ 1,204,502	\$ 2,084,459	\$ 3,093,557
Iva Acreditable	\$ 77,299	\$ 147,489	\$ 228,207	\$ 321,033
<b>TOTAL ACTIVO CIRCULANTE</b>	<b>\$ 625,468</b>	<b>\$ 1,351,991</b>	<b>\$ 2,312,666</b>	<b>\$ 3,414,590</b>
<b>ACTIVO FIJO</b>				
Equipo de Cómputo	\$ 15,500	\$ 15,500	\$ 15,500	\$ 15,500
Maquinaria	\$ 28,800	\$ 28,800	\$ 28,800	\$ 28,800
Mobiliario	\$ 38,280	\$ 38,280	\$ 38,280	\$ 38,280
<b>TOTAL ACTIVO FIJO</b>	<b>\$ 82,580</b>	<b>\$ 82,580</b>	<b>\$ 82,580</b>	<b>\$ 82,580</b>
Depreciación Acumulada	\$ 23,820	\$ 47,639	\$ 68,459	\$ 86,176
<b>ACTIVO DIFERIDO</b>				
Gastos de instalación	\$ 15,000	\$ 15,000	\$ 15,000	\$ 15,000
Remodelación	\$ 18,000	\$ 18,000	\$ 18,000	\$ 18,000
<b>TOTAL ACTIVO DIFERIDO</b>	<b>\$ 33,000</b>	<b>\$ 33,000</b>	<b>\$ 33,000</b>	<b>\$ 33,000</b>
Amortización Acumulada	\$ 750	\$ 1,500	\$ 2,250	\$ 3,000
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>\$ 716,478</b>	<b>\$ 1,418,432</b>	<b>\$ 2,357,537</b>	<b>\$ 3,440,994</b>
<b>PASIVO</b>				
IVA POR PAGAR	\$ 188,813	\$ 427,661	\$ 729,804	\$ 1,077,268
<b>CAPITAL CONTABLE</b>				
CAPITAL SOCIAL	\$ 220,076	\$ 220,076	\$ 220,076	\$ 220,076
UTILIDAD NETA	\$ 307,589	\$ 770,694	\$ 1,407,656	\$ 2,143,649
<b>CAPITAL + PASIVO</b>	<b>\$ 716,478</b>	<b>\$ 1,418,432</b>	<b>\$ 2,357,537</b>	<b>\$ 3,440,994</b>

### 5.14 Punto de Equilibrio

#### COSTOS FIJOS

	AÑO 2002	AÑO 2003	AÑO 2004	AÑO 2005
Renta del Local	\$ 180,000	\$ 207,000	\$238,050	\$273,758
Publicidad	\$ 8,000	\$ 9,200	\$ 10,580	\$ 12,167
Salarios	\$ 125,424	\$ 144,238	\$165,873	\$190,754
Luz	\$ 12,000	\$ 13,800	\$ 15,870	\$ 18,251
Equipo de Limpieza	\$ 1,200	\$ 1,380	\$ 1,587	\$ 1,825
Servicio telefónico	\$ 4,800	\$ 5,520	\$ 6,348	\$ 7,300
Papelería	\$ 3,600	\$ 4,140	\$ 4,761	\$ 5,475
Personal administrativo	\$ 98,760	\$ 113,573	\$130,609	\$150,201
Gastos preoperativos	\$ 43,850	\$ -	\$ -	\$ -
<b>TOTAL GASTOS FIJOS</b>	<b>\$ 477,634</b>	<b>\$ 498,851</b>	<b>\$573,679</b>	<b>\$659,731</b>

#### COSTOS VARIABLES

Compras netas	\$ 197,297	\$ 226,891	\$260,925	\$300,064
---------------	------------	------------	-----------	-----------

#### VENTAS

Ventas Netas	\$ 1,258,752	\$ 1,592,321	\$ 2,014,286	\$ 2,316,429
--------------	--------------	--------------	--------------	--------------

				Años	
Costos Fijos	\$	477,634	\$	566,413	2002
<u>1 - Costos Variables</u>	1-	\$	197,297		
Ventas	\$	1,258,752			
Costos Fijos	\$	498,851	\$	581,744	2003
<u>1 - Costos Variables</u>	1-	\$	226,891		
Ventas	\$	1,592,321			
Costos Fijos	\$	573,679	\$	659,050	2004
<u>1 - Costos Variables</u>	1-	\$	260,925		
Ventas	\$	2,014,286			
Costos Fijos	\$	659,731	\$	757,908	2005
<u>1 - Costos Variables</u>	1-	\$	300,064		
Ventas	\$	2,316,429			

## 5.15 Valor Presente Neto y TIR

### Valor Presente Neto

Inversión Inicial **\$220,076**  
 TMAR **13%**

Periodos	F.N. De Efectivo
Año 2002	\$332,158.52
Año 2003	\$487,674.56
Año 2004	\$658,532.11
Año 2005	\$754,459.60
<b>VPN</b>	<b>\$1,594,986.29</b>

El valor presente neto del proyecto por estar por arriba de la inversión inicial indica que el proyecto es viable puesto que la inversión no pierde su valor a través del tiempo

El valor presente neto en el año **2005** es de \$ 1,594,986 29

## 5.16 Tasa Interna de Rendimiento ( TIR )

Cálculo de la TIR

El valor de la TIR nos indica que el porcentaje de riqueza generado por la inversión inicial rebasa el valor de la tasa mínima (TMAR) por lo que el proyecto es viable

Inversión Inicial **\$220,076.46**  
 TMAR **13%**

Periodos	F.N. De Efectivo
<b>0</b>	<b>-\$220,076</b>
Año 2002	\$332,158.52
Año 2003	\$487,674.56
Año 2004	\$658,532.11
Año 2005	\$754,459.60
<b>TIR</b>	<b>182%</b>

El valor de la TIR

El valor de la Tasa de Rendimiento que se estaría dispuesto a pagar por este proyecto es de **182 %**.

## 5.17 Razones Financieras

### Razón de Rentabilidad

<b>Periodo</b>	<b>Utilidad del Ejercicio</b>	<b>Ventas</b>	<b>%</b>
2002	\$307,589	\$1,258,752	<b>24.44%</b>
2003	\$463,106	\$1,592,321	<b>29.08%</b>
2004	\$636,962	\$2,014,286	<b>31.62%</b>
2005	\$735,993	\$2,316,429	<b>31.77%</b>

Esta tabla nos demuestra que este proyecto es rentable con base en las ventas netas realizadas por año ya que se observa el incremento de los porcentajes, por lo que se supone que el invertir en este proyecto es de mayor rentabilidad que si se decidiera invertir en algun otro instrumento de inversión como son los CETES

### Razón de Liquidez

<b>Periodo</b>	<b>Activo circulante</b>	<b>Pasivo circulante</b>	<b>\$</b>
2002	\$625,468	\$188,813	<b>\$3.313</b>
2003	\$1,351,991	\$427,661	<b>\$3.161</b>
2004	\$2,312,666	\$729,804	<b>\$3.169</b>
2005	\$3,414,590	\$1,077,268	<b>\$3.170</b>

### Razón de Apalancamiento

<b>Periodo</b>	<b>Total PASIVO</b>	<b>Total ACTIVO</b>	<b>\$</b>
2002	\$188,813	\$716,478	<b>\$0.264</b>
2003	\$427,661	\$1,418,432	<b>\$0.302</b>
2004	\$729,804	\$2,357,537	<b>\$0.310</b>
2005	\$1,077,268	\$3,440,994	<b>\$0.313</b>

# CAPITULO 6

CONCLUSIONES Y  
RECOMENDACIONES

---

---

---

## **CAPITULO 6**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **6.1 Conclusiones**

Tomando en cuenta los resultados arrojados en los análisis de cada uno de los estudios que forman parte de este proyecto, se ha llegado a la siguiente conclusión.

Se determinó la existencia de una gran demanda en la creación de una cafetería en la zona Centro de la Ciudad de Puebla, con características primordiales como lo es la seguridad, comodidad y el buen gusto en la decoración sin olvidarse del servicio, creando así un ambiente en donde la gente pueda degustar de un café de calidad. Por lo que se determinó que la ubicación de la cafetería fuese en la calle 3 sur No 306 en la zona centro de esta Ciudad ya que cuenta con las dimensiones óptimas y elementos necesarios para poder ofrecer el servicio adecuado a los clientes.

Es por esto y aunado a los análisis realizados, de los costos totales de la inversión, de los gastos anuales y los estados financieros en donde se observa el crecimiento anual de las utilidades e ingresos que dan como resultado la rentabilidad del proyecto y su viabilidad dado que el valor presente neto es mayor que la Inversión Inicial, así como también la Tasa Interna de Rendimiento.

Con estos resultados se concluye que el proyecto de inversión para el establecimiento de una cafetería en la zona centro de la Ciudad de Puebla es factible y viable para invertir en el.

## 6.2 Recomendaciones

Se deben de respetar las características ofrecidas en el proyecto ya que estas son las fortalezas del mismo

Se recomienda la realización del proyecto en un lapso no mayor a 5 meses ya que la ubicación probable podría ser modificada debido a la gran demanda de locales en la zona centro de la ciudad de Puebla.

Otras de las opciones que se recomienda es la introducción de bebidas alcohólicas así como la alternancia de música en vivo ya que esto atraería a mas consumidores y aumentaría el mercado y los ingresos.

# BIBLIOGRAFÍA

---

---

---

## BIBLIOGRAFÍA

- ❖ ARIAS Galicia Fernando, Administración de Recursos Humanos, (Trillas, México D.F. 1973)
- ❖ COLTMAN, México 1991, Pág 113.
- ❖ C CERTO Samuel, Administración Moderna, (Nueva Editorial Interamericana, México D F 1987)
- ❖ Conteo de Población y Vivienda, Resultados Definitivos Tabulados Básicos, INEGI
- ❖ KOONTZ O' Donnell, Administración, (Mc Graw Hill, México D F.) Pág 514
- ❖ KOTLER PHILIP, Mercadotecnia, 3ª edición, (Prentice hall ,1994), Pág 239
- ❖ WETHER, 1995, Pág 146

ANEXOS

---

---

---





FORMA No 2

**REQUISICIÓN DE TIEMPO  
EXTRA**

FECHA \_\_\_\_\_

AREA \_\_\_\_\_

POR MEDIO DE LA PRESENTE SE AUTORIZAN \_\_\_\_\_

HORAS DE TIEMPO EXTRA A \_\_\_\_\_

EL \_\_\_\_\_ EN EL DESEMPEÑO

DE \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Vo Bo Gerente de A y B

FORMA No 3

ACCIÓN DISCIPLINARIA		AREA	FECHA
		NOMBRE	
		VIOLACIÓN	
PRIMERA ( )	VIOLACIÓN AL ARTÍCULO		
SEGUNDA ( )			
TERCERA ( )			
COMENTARIOS		MEDIDA	
RECURSOS HUMANOS	GERENTE DE	EMPLEADO	

FORMA No 4

HOJA DE CONTROL DE PERSONAL

(BAJA)

Nombre completo \_\_\_\_\_

Área \_\_\_\_\_

Empleo \_\_\_\_\_

Trabajó hasta \_\_\_\_\_

Motivo \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_

Aceptado por

\_\_\_\_\_  
Recursos Humanos

\_\_\_\_\_  
Gerente de A y B

FORMA No 5

A.	FECHA
DE	ASUNTO

**MEMORÁNDUM**



FORMA No 7

NOTA DE CONSUMO
-----------------

CONCEPTOS	IMPORTE
ALIMENTOS	
BEBIDAS	
PROPINAS	
IVA.	
TOTAL	

CLIENTE
R F C.
DOMICILIO
CIUDAD

FOLIO DE CONSUMO	FECHA
------------------	-------

FORMA No 8

**ARQUEO DE FONDO**

FONDO TOTAL	CANTIDAD	IMPORTE
Moneda Nacional		
Metálica	0.1	
	0.2	
	0.5	
	1	
	2	
	5	
	10	
Billetes	500	
	200	
	100	
	50	
	20	
	10	
SUBTOTAL DINERO DISPONIBLE		
SOBRANTE (o faltante)		
SUMA		
REEMBOLSO		
TOTAL		

\_\_\_\_\_  
FIRMA DEL CAJERO

FORMA No 9

**SOBRE DE CONCENTRACIÓN**

FECHA \_\_\_\_\_

CAJERO \_\_\_\_\_

DEPARTAMENTO \_\_\_\_\_

TURNO \_\_\_\_\_

VENTAS EN EFECTIVO		
INGRESOS NETOS.		
FALTANTE (EN ROJO)		
SOBRANTE (EN NEGRO)		
NETO A DEPOSITAR		
CONTENIDO DEL SOBRE		
BILLETES	500	
	200	
	100	
	50	
	20	
	10	
FRACCIONARIA		
	TOTAL	







**REQUISICIÓN DE COMPRAS**

FECHA \_\_\_\_\_

No.

Partida	Orden de compra No.	Artículo	Cantidad	Unidad	Existencia a la fecha	Consumo aprox. Mens.	COTIZACIONES		
							1	2	3
1									
2									
3									
4									
5									
6									
7									
8									
9									
10									
11							0		
12									
13									
14									
15									

<b>PROVEEDOR</b>									
1	<input type="text"/>					DESCTO.			
2	<input type="text"/>					I.V.A.			
3	<input type="text"/>					TOTAL			

<b>OBSERVACIONES</b>	<b>PROVEEDOR SELECCIONADO</b>			<input type="radio"/> 1	<input type="radio"/> 2	<input type="radio"/> 3
	Solicitado por:			Aprobado:		



