



**UNIVERSIDAD POPULAR AUTÓNOMA**  
**DEL ESTADO DE PUEBLA**

FUNDAÇÃO CENTRAL  
TESIS  
SO UNICAMENTE EN SALA

**FACULTAD DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

**PROYECTO DE INVERSION.  
PARA EL ESTABLECIMIENTO DE UNA CAFETERIA.**

**TRABAJO DE INVESTIGACION RECEPCIONAL**

**QUE PARA OBTENER EL TITULO DE  
LICENCIADO DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

**PRESENTAN**

**SANDRA MONICA HERRERA MEZA  
ESTHER HUERTA ESPINOZA**

**PUEBLA, PUE.**

**NOVIEMBRE DE 1997**



**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., a 17 de Noviembre de 1997.

**Dr. Marco Polo Tello Velasco**  
**Director de la Facultad de**  
**Administración de Empresas**  
**P r e s e n t e.**

Por este medio hago constar mi total aprobación al Trabajo Recepcional con el tema:

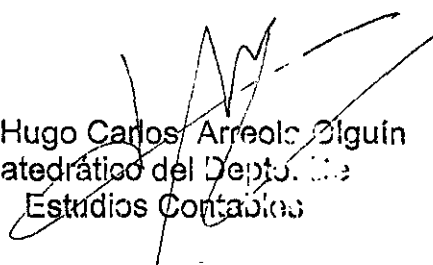
**Proyecto de Inversión para el Establecimiento de una Cafetería**

Que para obtener el título de Licenciatura en Administración de Empresas, presentan las alumnas:

**Sandra Mónica Herrera Meza**  
**Esther Huerta Espinoza**

El cuál cumple con los requisitos establecidos por las autoridades de la Facultad de Administración de Empresas de la Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla, para efecto de la realización de su examen profesional.

**ATENTAMENTE**  
"La Cultura al Servicio del Pueblo"

  
LCF. Hugo Carlos Arreola Olguín  
Catedrático del Depto. de  
Estudios Contables

46032

## AGRADECIMIENTOS

Damos las Gracias a todas aquellas personas que participaron con Nosotras para la realización de este Proyecto.

Brindándonos parte de su tiempo y experiencia que sin duda alguna fue de gran utilidad.

De manera especial agradecemos al LCF. Hugo Carlos Arreola Olguin por su participación como Asesor.

Así como al LAE. Oscar Gil de La Vega por confiar en Nosotras, darnos su amistad y por el gran apoyo que recibimos de su parte.

Al CP. Mauricio Lara y a la CP. Pilar Igiñez por la ayuda desinteresada que prestaron para la realización de este Trabajo

Gracias Claudia, Ana, Vero Hernandez, Nelly, Jane, Adrián por compartir con Nosotras todos los momentos buenos y malos y esperamos que esta amistad perdure por siempre.

SANDRA Y ESTHER.

## A DIOS NUESTRO SEÑOR.

Por permitirme llegar a cumplir una de mis metas y agradeciéndote infinitamente por estar siempre a mi lado y por todo lo que me has dado.

## A MIS PADRES

Gracias por todo su apoyo, amor, comprensión y paciencia que me han tenido a lo largo de mi Vida y decirles de todo corazón que son el mejor ejemplo que Dios pudo haberme dado y que Gracias ha Ustedes estoy cumpliendo con una meta más en mi Vida. Los Quiero Mucho.

## A MIS HERMANAS

Nancy, Paola, Dayami por todo su cariño y apoyo que me han dado, por ser las mejores Hermanas, por su confianza para que llegara a cumplir esta meta.

## A EDUARDO

Gracias por Apoyarme en todas mis metas por estar a mi lado compartiendo los momentos más Hermosos y los más difíciles y por confiar en mí para que todas mis metas se cumplan. Te amo

## A ESTHER

Por tu Amistad que siempre me diste por tu apoyo y confianza que me brindaste y por todas los momentos que compartimos juntas.

Y a todas aquellas personas que confiaron en mí y que siempre recibí de manera incondicional su apoyo. Gracias

## SANDRA

## A DIOS Y A LA VIRGEN DE GUADALUPE

Gracias por haberme permitido llegar a cumplir mis metas y ayudarme siempre en todo lo que he hecho a lo largo de mi vida.

## A MIS PAPAS

Papá y Mamá los Quiero Mucho. Gracias por su cariño, su amor, su tiempo y por todo el apoyo que he recibido de ustedes de manera incondicional ya que sin el no hubiera logrado esta meta.

## A MIS HERMANOS

Blanca, Pepe y Rigo gracias por toda su comprensión, cariño, paciencia y por su apoyo desinteresado.

## A SANDRA

Gracias amiga, por todo el apoyo que siempre me has dado, por tus consejos y por todos los momentos padres que hemos pasado juntas.

Y a todas aquellas personas con las que he compartido momentos inolvidables de mi vida.

## ESTHER

## SINTESIS

El Presente Proyecto de Inversión se realizó con la idea de crear un nuevo concepto en Cafeterías.

Este surge con la intención de aplicar los conocimientos adquiridos durante la carrera de Administración de Empresas. Así como para tener un panorama más amplio de cómo se lleva a cabo una idea a la realidad.

El Proyecto de Inversión de una Cafetería en el Centro Histórico de la Ciudad de Puebla consta de cuatro estudios que son:

A) Estudio de Mercado. Que abarca aspectos de la realidad económica y potencial del mercado meta así como los gustos, preferencias y necesidades.

B) Estudio Técnico. Es donde se dan a conocer los pasos a seguir para el establecimiento de una Cafetería, así como de manera general el funcionamiento de la Organización.

C) Estudio Financiero. Estudia la parte monetaria del negocio, al igual que el rendimiento que se puede tener en un año por medio de los estados financieros y presupuestos proyectados, ya que como no es una empresa grande se recuperara la inversión en menos de un año.

D) Estudio Económico. Es la parte final del Proyecto en ella se analiza la información financiera através de herramientas útiles como son, las Razones Financieras, TIR, y Valor Presente Neto que sirven para tomar decisiones acertadas.

Por último se puede constatar que el Presente Proyecto ya analizando los estudios muestra que es viable en cuanto a su Rentabilidad dando una Satisfacción Personal.

## ABSTRACT

This investment project was done with the idea of create a new concept in Cafeterías.

This comes with the intention of applying the Knowledges taken during the carrier of business administration, more over for having a larger idea of how to become real an idea or proyect, because is necesary the existence of people interested in become real any proyect or idea now.

This investment project of a Cafeteria in the Historic Center of Puebla City is based in four preview studies done:

A) The market study. That contains aspects about the economic reality, the potential of our goal market and preferences or needs of our consumers.

B) The technique study. Here we show the steps for establishing a Cafeteria and a general way, the function of the organization.

C) The financial study. This studies the monetary part of the business and the profits that we can have. This can be studied through the financial reports and the investment made here count be recuperate in a year, because is a small business.

D) The Economic study. This is the final part of the proyect, here we analize the financial information through useful tools like financial ,Tir and VPN, this is useful because with this information we can know if we put the business or not.

Now we can say that with the proyect and analized studies, have shown how is avabile the rentability given a personal satisfaccion.

INTRODUCCIÓN 1

I. MARCO TEORICO

---

1.1.	Historia Del Café	5
1.2.	¿ Qué Es El Café?	7
1.3.	Tipos De Café	9
1.3.1	Café Arábica	9
1.3.2	Café Canephora	9
1.4.	Tradiciones	10
1.4.1	¿Cómo Se Extendió El Habito De Tomar Café?	10
1.5.	Antecedentes Históricos De Las Cafeterías	14
1.5.1	Evolución De Las Cafeterías	14
1.5.2	Cronología De Las Cafeterías	16
1.5.3	Snack Bar- Cafetería	17
A)	Snack Bar	17
B)	Cafetería	18
1.6.	Tipos De Cafetería	20
1.7.	La Primera Cafetería En Puebla	21

II. ESTUDIO DE MERCADO

---

Introducción		
2.1.	Definición	25
2.2.	Metodología	26
2.2.1	Desarrollo	26
2.2.2	Prueba Piloto	29
2.2.3	Cuestionario	29
2.2.4	Representación Gráfica de Los Resultados	34
2.3.	Demanda	40
2.3.1	Definición	40
2.3.2	Tipos De Demanda	41

A) En Relación a Su Oportunidad	41
B) En Relación a Su Necesidad	41
C) En Relación a Su Temporalidad	42
D) De Acuerdo a Su Destino	42
2.3.3 Análisis De La Demanda	43
2.4. Oferta	45
2.4.1 Definición	45
2.4.2 Análisis De La Oferta	46
2.5. Análisis De Los Precios	49

### III. ESTUDIO TÉCNICO

---

Introducción	51
3.1. Diseño Del Negocio	52
3.1.1 Localización Óptima Del Negocio	52
A) Macrolocalización	52
B) Microlocalización	54
C) Servicios Públicos	55
3.1.2 Tamaño Óptimo Del Negocio	55
A) Maquinaria Y Equipo	56
B) Mobiliario Y Equipo	57
C) Distribución Física De La Cafetería	57
3.2. Marco Legal De La Empresa	59
3.2.1 Requisitos	59
A) Constitución Legal De La Empresa	59
B) Solicitar Inscripción en Secretaría de Hacienda Y Crédito Público.	60
C) Solicitud de Empadronamiento	60
D) Solicitar Aviso de Apertura en la Secretaría de Salubridad.	61

E) Inscripción En Instituto Mexicano Del Seguro Social.	62
3.3. Organización Administrativa	63
3.3.1 Tipo De Administración	63
3.3.2 Estructura Organizacional	63
A) Estructura	64
B) Descripción De Puestos	64
3.3.3 Reclutamiento, Selección E Inducción Del Personal	67
A) Reclutamiento	67
B) Selección	68
C) Inducción	69
3.4. Control Administrativo.	69
A) Proveedores Aceptables	70
B) Compras	72
C) Recepción	74
D) Ventas	75
E) Orden De Requisición	77

### III. ESTUDIO FINANCIERO

---

Introducción	79
4.1. Inversión Inicial	80
4.1.1 Maquinaria Y Equipo	80
4.1.2 Mobiliario Y Equipo	81
4.1.3 Gastos Preoperativos	82
4.1.4 Gastos De Instalación	82
4.1.5 Total De La Inversión	83
4.2 Punto De Equilibrio	83
4.2.1 Costos Fijos	83

4.2.2	Desarrollo Del Punto De Equilibrio	84
4.2.3	Expresión Gráfica Del Punto De Equilibrio	89
4.3	Presupuestos Proyectados	90
4.3.1	Índice Nacional De Precios Al Consumidor	90
4.3.2	Presupuesto De Ventas	92
4.3.3	Presupuesto De Compras	95
4.3.4	Presupuesto De Sueldos Y Salarios	97
4.3.5	Presupuesto De Gastos De Operación	98
	A) Depreciación De Maquinaria Y Equipo	100
	B) Depreciación De Mobiliario Y Equipo	101
	C) Amortización De Gastos De Instalación	102
4.4.	Estados Financieros	103
4.4.1	Flujo De Efectivo Proyectado	103
4.4.2	Estado De Resultado Proyectado	105
4.4.3	Balance General Proyectado	105

#### IV. ESTUDIO ECONÓMICO

---

Introducción	109
5.1. Razones Financieras	110
5.1.1 Razones De Liquidez	110
A) Razón De Capital De Trabajo	110
5.1.2 Razones De Solvencia	111
A) Razón Pasivo Total Al Capital Contable	111
B) Razón Capital Contable A Activos Totales	111
C) Razón Activos Totales Al Capital Contable	112
D) Razón Activo Circulante Al Capital Contable	112
E) Razón Activo Fijo Neto Al Capital Contable	112
F) Razón Capital De Trabajo A Capital Contable	113
5.1.3 Razones De Rendimiento Sobre La Inversión	113
A) Utilidad Neta A Inversión Inicial	113
B) Razón Utilidad Neta A Ventas Netas	114

C) Razón Ventas Netas A Activos Totales	114
D) Razón Ventas Netas A Capital De Trabajo	114
5.2. Evaluación Financiera Por Medio De La Tir Y Vpn	115
5.2.1 Tir	115
5.2.2 Valor Presente Neto	116
CONCLUSIONES	117
GLOSARIO	122
BIBLIOGRAFIA	124
ANEXOS	

## INTRODUCCIÓN

Actualmente en el país, se vive una situación económica inestable debido a la pasada devaluación del peso mexicano. Esta es considerada como una de las crisis más fuertes que ha vivido el país, ya que originó un alto índice de desempleo por el gran número de empresas que se desplomaron económicamente.

Por lo que es necesario en estos tiempos ser un emprendedor. Este término proviene de la palabra francesa del siglo XII *entreprendre*, que significa emprender o hacer algo, se utilizó con frecuencia durante el renacimiento para describir a los comerciantes, que ahora en estos tiempos se utiliza para llamar a las personas que llevan al desarrollo de nuevos mercados, productos, servicios, métodos de producción y distribución.

La característica central de los emprendedores es fundar nuevas compañías. Por lo que es necesario tener conciencia de todo esto y ver la importancia que tiene el ser una persona emprendedora para poder enfrentarse a los cambios que suceden diariamente tanto en el entorno económico como en el social.

---

Esto deja vislumbrar la necesidad de generar nuevas fuentes de empleo, que reactiven el ciclo económico rumbo a una estabilidad firme y sostenida que abra nuevos horizontes y perspectivas para el desarrollo de México.

Es por ello que las empresas y el empresario en general necesitan herramientas útiles y prácticas que los lleven a tomar mejores decisiones obteniendo así los máximos rendimientos de su inversión. Por lo tanto desde el punto de vista económico las finanzas se presentan como una herramienta indispensable para el buen desarrollo de la empresa que aunado a un adecuado enfoque de mercado y técnico se lograra la excelencia de la misma.

Teniendo esto como antecedente, el objetivo primordial de este trabajo práctico es crear un proyecto de investigación donde se propone exponer un estudio completo sobre la inversión de una Cafetería con la finalidad de conocer la viabilidad real para su puesta en marcha.

---

En el presente proyecto se determinará la rentabilidad del negocio, así como advertir su gradual desarrollo y el tiempo indicado para recuperar la inversión inicial. Se realizará a través de cuatro estudios que son el Estudio de Mercado, Estudio Técnico, Estudio Financiero y Estudio Económico.

Para la realización de este trabajo no se busca desarrollar nuevas técnicas, más bien se expondrá un estudio completo para la creación de una nueva empresa.

CAPITULO I

## MARCO TEORICO

### 1.1. HISTORIA DEL CAFÉ

En los Mercados Internacionales del café, circulan dos grandes clases de grano:

El Arábica y La Robusta. La producción de cada una de estas especies se ubican en regiones y países distintos. El primero tuvo lugar en Yemen y se expandió principalmente en América Central y del Sur. El segundo se implantó en África y Asia.

La clase Coffea Arábica es un constituyente natural de los bosques de altura del Sur-Oeste de Etiopía, del Sur de Sudan y del Norte de Kenia, esta región es el lugar de origen del café. No se conocen exactamente las circunstancias por las cuales el café se traslado desde Etiopía y Sudan a Yemen.

El primer uso del grano tostado como bebida del que se tiene memoria se remota al año 575 después de Cristo y se situó en Yemen.

De ahí el cafeto fue llevado a fines del siglo XVII a Ceilán (actual Sri Lanka y a Indonesia por la compañía de las Indias Orientales). Desde Java, pasando por los invernaderos de Amsterdam y del Rey Louis XIV de Francia, un pie único de cafeto fue mandado en 1723 a las Antillas, dando origen a la variedad conocida como *typica*.

Otros cafetos fueron llevados en 1640 del puerto de Moka hacia Amsterdam y de ahí hasta la isla de Bourbon (actualmente La Reunión) entre 1708-1718.

En América la planta del café se expandió muy rápidamente por la parte sur y centro del continente durante el siglo XVIII y posteriormente llegó a Brasil, Jamaica, Filipinas, Cuba, Venezuela, Puerto Rico, Costa Rica, México, Colombia, posteriormente a todo Centro América.

En 1900 comenzaron a cultivar el café en Etiopía otras especies de cafetos naturales del mismo continente dados a conocer por misioneros como la especie *Coffea Conephora* en su forma Robusta que, como su nombre lo indica, es más resistente a las plagas del cafeto que el Arábica.

Aunque el café es una planta originaria de África, no se desarrolló masivamente como se hizo en América donde se introdujo para su cultivo en el siglo XVIII.

El café fue introducido en México en las postrimerías del siglo XVIII con semilla procedente de la Habana Cuba y se cultivo en el actual municipio de Córdoba, en el Estado de Veracruz.

## 1.2. ¿ QUÉ ES EL CAFÉ ?

"El cafeto o planta productora del café es un arbusto que se da en la región tropical . Pertenece a la gran familia de las ribiáceas, muy numerosas, ya que abarcan 500 géneros y 8000 especies. Unos de los 500 géneros de la familia es el coffea que lo constituyen árboles, arbustos y bejucos ; y comprende 10 especies civilizadas, es decir, cultivadas por el hombre y 50 especies silvestres".<sup>1</sup>

De las 10 especies civilizadas las más importantes son la coffea Arábica y la Coffea Canephora o café Robusta.

---

<sup>1</sup> RENARD MARÍA CRISTINA." Comercialización Internacional del Café".p 12.

### 1.3. TIPOS DE CAFÉ

#### 1.3.1. CAFÉ ARÁBICA.

"Es la especie más cultivada en el mundo cafetalero, está constituida por plantas autógamas o de autopolinización en una proporción superior a 95%, los cafés más finos por su calidad corresponden a esta especie. En México el 99% de la producción proviene del café arábica".<sup>2</sup>

#### 1.3.2. CAFÉ CANEPHORA.

"Esta especie está constituida por plantas alógamas, de polinización cruzadas que han dado origen a poblaciones heterogéneas en cuanto a sus hábitos de crecimiento y producción, lo cual tiene una mayor resistencia a las plagas".<sup>3</sup>

Con un 30% de la población mundial, el café Robusta se encuentra principalmente en Africa, Asia y Filipinas. Este es utilizado para la elaboración de los cafés solubles ya que una parte del contenido de cafeína se pierde en el proceso de industrialización.

---

<sup>2</sup> IBIDEM p.14

<sup>3</sup> IBIDEM. P.14

De sabor menos fino que el arábica obtiene menor precio en los mercados mundiales.

## 1.4. TRADICIONES

### 1.4.1. ¿COMO SE EXTENDIÓ EL HABITO DE TOMAR CAFÉ ?

En el año 1563 después de Cristo, se da crédito a Mollah llamado Djmaleddin Abou Elfrager, el cual, según se cree, introdujo café a Arabia desde Abisinia en el siglo XV después de Cristo en donde se usó como bebida, fue pronto preferido a una fusión que se hacia anteriormente con las hojas de catha edulis forsk.

Se decía que el café ayudaba a la gente a permanecer despierta cuando se deseaba trabajar o viajar en la noche, y cuando se adquirió el gusto por él, se tomaba por su sabor. La bebida se popularizó no obstante que un grupo de sacerdotes mahometanos declararon que era una bebida alcohólica y, en consecuencia, prohibida por el Corán.

Entre la especie Arábica y la Robusta el primer lugar de importancia corresponde a la arábica ya que el 70% del café que se consume en el mundo pertenece a esta especie en sus distintas variedades.

El fruto del cafeto, cuya semillas tostadas y molidas se utilizan para el consumo humano, es una baya drupaceá de color rojo o amarillo- según la variedad- cuando está madura esta formada por una cubierta exterior llamada pulpa ; una sustancia gelatinosa azucarada (mucilago); por una cubierta dura que se denomina pergamino o cáscara; una cubierta más delgada y fina llamada película y finalmente una almendra que es la parte del fruto que una vez tostada y molida se utiliza para la producción del café .

---

La práctica de tomar café pronto se extendió a La Meca , Medina y Siria y por este país y Aden, El Cairo y los países mahometanos del Cercano Oriente, alrededor del año 1510 después de Cristo.

En 1511 después de Cristo se prohibió beber café en La Meca y en todas las tierras religiosas , por Khaine Beg, quien era entonces gobernador.

Doce años después el sacerdote Abdalh Ibrahim denunció la bebida del café desde la mezquita del Haffanaine y volvieron las dificultades entre aquellos que consideraban la práctica como contraria a la religión y los que consideraban la práctica como un placer inofensivo.

En tanto que la práctica de tomar café se extendía a través del Cercano Oriente y alcanzaba Turquía alrededor de 1554 después de Cristo , el recelo con el que lo recibieron los mahometanos, se debía sin duda a los rumores que precedían a cada nuevo lugar.

---

Chenney relata la forma en que unos hombres de Damasco y Alepo abrieron casas de café en Constantinopla, ahora conocida como Estambul y como la atracción de estos establecimientos comenzó a afectar la asistencia a las mezquitas, el sultán Ameret III, cerró las casas de café, pero su sucesor las reabrió y desde entonces el café se volvió indispensable en todo el Imperio Turco.

En Europa fue usado hasta un poco después de 1600, cuando un veneciano llamado Prieto della Valle llevó un cargamento, de café desde Turquía. Más tarde fue preparado y vendido en Roma durante el año 1625.

Granos tostados y aparatos para preparar el café fueron introducidos en Francia desde Turquía por De Haye en el año 1644 y casi al mismo tiempo Pietro della Valle llevó café a Marsella desde donde paso como curiosidad a París.

La Primera casa del café en Francia se abrió en Marsella en 1671 y durante el siguiente año, un hombre llamado Pascal poseía una de estas en París.

Los marineros Ingleses también llevaron noticias a Londres sobre el uso del café donde hasta el año 1650 fue realmente usado. Según se dice, un Judío del Líbano de nombre Jacob, Jacobs, o Jobson abrió la primera casa del café en el "ángel" en el barrio de St.Peter en el este de Oxford.

La casa de Mols en Exeter fue célebre en el año de 1652. Daniel Edwards, comerciante inglés de Londres que hacía negocios en Turquía introdujo café de grano a Inglaterra. En pocos años se abrió un cierto numero de casas de café, se establecieron impuestos por consumo a la clientela y en el año 1663 llegaron a obtener patentes en las cuales se anunciaba el café como una infusión tónica.

En el año 1675, cuando había cerca de 3000 casas de café en Inglaterra, el rey Carlos II las denunció como lugares de rebelión. Dictó una proclama rescindiendo sus licencias, pero tuvo que dejarlas sin efecto al poco tiempo debido a la tremenda oposición que provocó.

El uso del café se generalizó en Gran Bretaña en el año de 1688 y las casas de café llegaron a ser centros de intercambio de noticias donde se discutían los temas de actualidad por hombres instruidos sin que su presencia fuera considerada mala.

Conforme pasaban los años la fama del café como bebida refrescante y agradable se extendió a través de Europa a Holanda en el año 1664 y de allí a Alemania y Austria, desde Turquía en el año 1683.

Después de lo cual comenzó el intercambio comercial se abrieron casas de café en Hamburgo en el año de 1687; Suecia y Dinamarca tomaron este hábito de Alemania en el año 1756 y la bebida de café se extendió a Rusia alrededor del año 1700.

## 1.5. ANTECEDENTES HISTORICOS DE LAS CAFETERIAS

### 1.5.1. EVOLUCION DE LAS CAFETERIAS

"Las cafeterías datan del siglo XVII en Europa y Constantinopla"<sup>4</sup>.

Los restaurantes europeos comienzan a americanizarse y se transforman en cafeterías, autoservicio y "snack-bars".

---

<sup>4</sup> ENCLICLOPEDIA BARSA. TOMO 1. p 91

A los restaurantes que se les denominó como cafeterías, tuvieron éxito con este nombre por ser más comercial y fácil de pronunciar, pero no es otra cosa que un snack-bar del cual se derivó.

Antiguamente en la época del Imperio Romano, los Thermopoliums (los snack-bar de la época), vendían vino en un mostrador de bebidas calientes y alimentos, que se encontraba en la pared exterior del edificio. En un mostrador de mármol había recipientes de barro con aceitunas, verduras secas y aperitivos. Algunos de los mostradores incorporaban un pequeño horno que utilizaban para calentar agua del caldum, una bebida caliente hecha de vino y agua hirviendo. Algunos de los thermopoliums tenían una habitación en la pared trasera del mostrador que se utilizaba como comedor.

En Inglaterra, son famosos los cafés o "coffee houses", como el Cheshire Cheese. En la época de la Reina Ana de Inglaterra, dada la libertad de que gozaban los ingleses para hablar y escribir, los clubes y los cafés estaban llenos de clientes que discutían los ensayos, las sátiras y otros escritos de José Addison, Jonatan Swift, Ricardo Steele y Daniel Defoe (políticos, filósofos, artistas de la época).

## 1.5.2. CRONOLOGIA DE LAS CAFETERIAS ( SIGLO XVII al XIX )

**\*1645**

Primer café de Venecia.

**\*1650**

Primer café de Oxford. Los cafés alcanzaron gran popularidad a finales del siglo XVII y principios del XVIII.

**\*1669**

El embajador turco introdujo el café en París, servido por hermosas esclavas.

**\*1670**

Primer café de Boston. Servían café y chocolate.

**\*1700**

Existían más casas de café en Londres.

**\*1790**

El Conde Rumford inventó la primera máquina de café.

1794

The City Hotel, situado en el 115 de Brodway, Nueva York, cuya población era entonces de 30,000 habitantes, es abierto. Se conocían como el Burns Coffe House.

\*1806

The Exchange Coffe House en Boston, de 7 pisos y 200 apartamentos era considerado el mayor edificio en Estados Unidos.

### 1.5.3. SANCK-BAR Y CAFETERIA

#### A) SNACK-BAR

Snack-Bar es un establecimiento originario de Estados Unidos, en donde se puede tomar rápidamente una comida ligera, motivo por el cual ha tenido una gran aceptación en los países occidentales en esta agitada época donde el reloj controla todas las actividades humanas.

En medio de oficinas y edificios nace el sanck-bar, el cual ofrece ahorro de tiempo y de dinero, ya que sus platillos sencillos y su servicio sin tanto lujo permiten precios económicos.

Un menú fijo y sin problemas de horarios invita a empleados de oficinas a tomar sus alimentos en el tiempo que se les ha asignado, o si se prefiere el servicio a la carta, con alimentos de rápida preparación, tales como hamburguesas, emparedados, tacos, salchichas, ensaladas, pastelillos. Si la prisa es excesiva, en la barra se atiende con mayor rapidez, escogiendo el plato del día o lo que se desee consumir.

El snack-bar rompió con todo lo establecido debido al servicio práctico y funcional que ahí se brinda. Los alimentos son servidos en la cocina misma, es decir, de la cazuela o sartén al plato del cliente, lo que significa ahorro de mano de obra y de tiempo.

El Snack -bar dio origen a la cafeterías, fuentes de sodas, coffe-shops y expendios de hamburguesas.

## B) CAFETERIA

"Cafetería es un lugar que presta un servicio de alimentos y bebidas rápida y económica, la decoración es sencilla. Los alimentos que se sirven son de elaboración sencilla."<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup> RAMOS Martín F; González Puga. "Administración de Alimentos y Bebidas". P 20

Las cafeterías fueron en otro tiempo centro de reunión de clientes o de empleados de empresas importantes, bancos, centros comerciales, institutos u oficinas de gobierno. Tenían un menú fijo y en el lapso entre el desayuno y la comida se consumía café, así como durante la tarde, vendiendo además pastelillos, galletas y emparedados.

Las cafeterías se encontraban en los mismos edificios en que laboraba la clientela, lo que aseguraba su asistencia.

En la actualidad el nombre de "cafetería" se ha generalizado más, llamando así a todo lo establecido de servicio informal y con venta de café durante todo el día, por lo que no es muy común ver nombres como sanck-bar, fuentes de sodas o coffe-shop. Incluso algunos self-service (autoservicio) que se autodenominan como cafeterías.

## 1.6. TIPOS DE CAFETERIAS

Hay cafeterías de tipo americano y francés. En el primero, los platos se sirven en la cocina, por lo que el mesero es el que se encarga de transportarlos hasta la mesa de comensal. Por lo general se manejan comidas sencillas. Dentro de este tipo de cafeterías puede encontrarse el *self-service*.

Este tipo de servicio es en el que el comensal se puede servir sin esperar a ordenar. Todos los alimentos se encuentran en una barra para que él mismo vaya pasando con una charola y se sirva o bien solicitarlos al personal que está atendiendo. Al final se encuentra la caja, donde el cliente paga su consumo después de haber recorrido y solicitado lo que apetecía.

En el segundo, sólo se puede servir todo tipo de cafés, té, pastelillos, bocadillos y/o dulces finos.

## 1.7. LA PRIMERA CAFETERÍA EN PUEBLA

En el 2º almanaque de Efemérides del Estado de Puebla del año de 1890 de Don José de Mendizabal, se lee en el "Breve directorio de la Ciudad de Puebla" - en la Sección de Cafés- que existían varios en las calles de 3ª y 5ª de Santa Clara, a un costado del templo de Santo Domingo, compañía 24, Callejón del teatro, Cruz de Piedra 1 y cerca del templo de Santo Domingo.

Es quizá la primera noticia que vemos en las calles aledañas del templo de Santo Domingo, donde muchos años después, Don Melitón D. Rodríguez Calixto, nacido el 24 de marzo de 1893, instala un tostador de café denominado "Tres Gallos" por el año de 1943. Posteriormente en el año 1965 se ubicó un tostador de Café en la calle 3 Sur 107, quedando únicamente el local de la 4 Poniente No. 109 como expendio de Café 100% puro, llamado "Tres Gallos".

"En el año de 1975 un grupo de personas, dirigidas por don Rafael Covarrubias Salvatori, deseosas de establecer un verdadero negocio de venta de café tostado y molido, adquiere la Patente de "Café Tres Gallos" S.A".<sup>6</sup>

<sup>6</sup> AZCATL Elizabeth Noticafé nº 04

Al abrirse "Plaza dorada", el Primer Centro Comercial en Puebla, en el año de 1979, la empresa "Tres Gallos" S.A. es pionera en expansión, diversificación y crecimiento, como resultado de una inquietud: ofrecer algo más fue el compromiso fundamental con los consumidores, instalando cafeteras para degustación y venta de exquisitas tasas de café estilos capuchino y americano con el nombre de Café Plaza.

CAPITULO II

## ESTUDIO DE MERCADO

A través de una Investigación de Mercado se pretende comprobar por medio de la oferta, la demanda y el análisis de los precios, la viabilidad del presente proyecto, se llevará a cabo por medio de la aplicación de un cuestionario a una muestra representativa de la población a la cuál se pretende llegar.

Para esto es necesario analizar el mercado de cafeterías en el Centro Histórico de la ciudad de Puebla para conocer los gustos, preferencias de los consumidores en cuanto a decoración , economía, funcionalidad, ambiente y calidad.

Este análisis también da una idea de cual es la competencia y de esta manera será la forma de dar una nueva imagen del concepto al posible consumidor.

## 2.1. DEFINICIÓN

"El Estudio de Mercado es la primera parte a estudiar en un proyecto. Consta básicamente de la determinación y cuantificación de la demanda, de la oferta, y del análisis de los precios".<sup>7</sup>

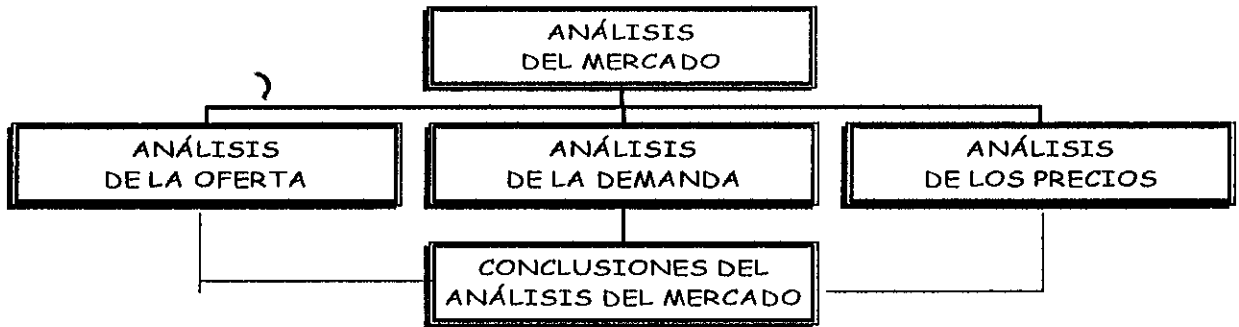
El Estudio de Mercado, más que describir y proyectar los mercados relevantes para el proyecto, deberá ser la base sólida sobre la que continúe el estudio completo, además proporcionarán datos básicos para las demás partes del estudio.

Aunque hay factores intangibles importantes, como el riesgo, que no es cuantificable, pero que puede percibirse, esto no implica que puedan dejarse de realizar estudios cuantitativos. Por el contrario la base de una buena decisión siempre serán los datos recabados en la investigación de campo, principalmente en fuentes primarias (cuestionarios, encuestas, etc.).

---

<sup>7</sup> BACA Urbina Gabriel. "Evaluación de Proyectos" p.7

Para el Estudio de Mercado se reconocen cuatro variables fundamentales que forman la siguiente estructura: (mostrada en la Figura 1).



Fuente : Evaluación de Proyectos de Inversión. Baca Urbina Gabriel. Mac Graw Hill. Pp87

## 2.2. METODOLOGÍA

### 2.2.1. DESARROLLO

En el desarrollo del estudio de mercado se utiliza la siguiente información que permite detectar las necesidades y requerimientos de los actuales consumidores del servicio de cafeterías.

A) Por medio de la información recabada de Instituto Nacional de Estadística Geografía e Información (INEGI) de acuerdo al reporte global de la ciudad de Puebla se obtiene que la población de 18 años y más es de 731,808 habitantes de los cuales se obtiene un 10% del total para su estudio, en donde el número de personas es N=73,180 que son nuestro mercado meta.

B) De acuerdo a la prueba piloto aplicada con anterioridad y tomando en cuenta las expectativas en el mercado de cafeterías se utiliza el 50% de probabilidad a favor y 50% en contra respectivamente.

C) Con el fin de lograr la mayor confiabilidad en el estudio se establece un grado de confianza del 95%, es decir una desviación estandarizada del 1.96 y un error en la estimación máximo del 10%.

Con la información anterior se pudo observar que la población tiene como característica de ser finita, ya que es menor a los 500,000 elementos, y para ello se emplea la siguiente fórmula de poblaciones finitas con los datos establecidos:

$$n = \frac{O^2 N p q}{e^2 (N-1) + O^2 p q}^8$$

<sup>8</sup> FISHER Laura y Navarro "Introducción a la Investigación de Mercados" p59

En donde:

Coeficiente de Confianza	$z_{\alpha} = 95\% = 1.96$
Población	$N = 73,180$
Probabilidad a favor	$p = 50\%$
Probabilidad en contra	$q = 50\%$
Error de Estimación	$e = 10\%$
Tamaño de la muestra	$n = ?$

Sustitución :

$$n = \frac{(1.96)^2 (73,180) (.50) (.50)}{(.10)^2 (73,180 - 1) + (1.96)^2 (.50) (.50)}$$

$$n = \frac{67400.87}{702.75} = 95.91$$

$n = 96$  encuestas

### 2.2.2. PRUEBA PILOTO

Para diseñar el siguiente cuestionario se aplicó con anterioridad una encuesta a 20 personas para conocer e identificar las necesidades de los consumidores del mercado al cual se enfoca el proyecto.

El método de recolección de datos que se utilizó para obtener la información del estudio fue a través de entrevistas directas con los consumidores en el Centro Histórico de la Ciudad de Puebla, además del método de observación que permite enriquecer la información más detalladamente.

De esta manera se logra integrar el cuestionario definitivo que se aplicará a 96 personas.

### 2.2.3. CUESTIONARIO

Con el Afán de crear un concepto nuevo en cafeterías para cubrir sus gustos y preferencias, agradeceremos su gentil ayuda para responder la siguiente encuesta.

Marque con una X la respuesta que mejor indique cuál es su opinión con respecto a lo que se pregunta.

EDAD

18 A 24 AÑOS \_\_\_\_\_ 25 A 34 AÑOS \_\_\_\_\_

35 AÑOS EN ADELANTE \_\_\_\_\_

SEXO F \_\_\_\_\_ M \_\_\_\_\_

1. - ¿ Le gusta salir a tomar café?

SÍ \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

2.- ¿ A qué lugar acude para tomar café?

CAFETERIA \_\_\_\_\_ RESTAURANTES \_\_\_\_\_

OTROS \_\_\_\_\_

3. - ¿ Con qué frecuencia sale a tomar café ?

DIARIO \_\_\_\_\_ TERCiado \_\_\_\_\_

SEMANTAL \_\_\_\_\_ MENSUAL \_\_\_\_\_

OTROS \_\_\_\_\_

4.- ¿ Cuáles cafeterías conoce en el Centro Histórico de la Ciudad de Puebla ?

MENCIONARLAS \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

5.- ¿ Tiene preferencia por alguna ?

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

MENCIÓNELA \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

6.- Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿Cómo considera Ud. los siguientes aspectos de las cafeterías en cuanto a ?

BUENO

REGULAR

MALO

CAFÉ			
SERVICIO			
CALIDAD			
PRECIO			
COMIDA			
TRATO			

4.- ¿ Cuáles cafeterías conoce en el Centro Histórico de la Ciudad de Puebla ?

MENCIONARLAS \_\_\_\_\_

5.- ¿ Tiene preferencia por alguna ?

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

MENCIÓNELA \_\_\_\_\_

6.- Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿Cómo considera Ud. los siguientes aspectos de las cafeterías en cuanto a ?

BUENO                      REGULAR                      MALO

CAFÉ			
SERVICIO			
CALIDAD			
PRECIO			
COMIDA			
TRATO			

7.-¿Cuál es el ambiente que le gusta en las cafeterías ?

BOHEMIO\_\_\_\_\_ MODERNO\_\_\_\_\_

OTRO\_\_\_\_\_

8.- ¿ Cuánto dinero suele gastar cuanto va a tomar un café ?

\$7.00 a 10.00\_\_\_\_\_ \$11.00 a 20.00\_\_\_\_\_

MAS DE \$21.00\_\_\_\_\_

9.- Aparte del café, ¿ Qué otra bebida prefiere ?

LIMONADA\_\_\_\_\_ NARANJADA\_\_\_\_\_

TÉ\_\_\_\_\_ OTROS\_\_\_\_\_

10.- En el Centro Histórico de la Ciudad de Puebla ¿ Qué hora es su preferida para ir a tomar un café ?

8 a 11 HRS A.M\_\_\_\_\_ 12 a 3 HRS P.M\_\_\_\_\_

4 A 8 HRS P.M\_\_\_\_\_

11.- ¿ Con qué le gusta acompañar el café ?

POSTRES\_\_\_\_\_ ALIMENTOS\_\_\_\_\_

OTROS\_\_\_\_\_

12.-¿ Qué tipo de café le gusta más ?

AMERICANO\_\_\_\_\_

CAPUCHINO\_\_\_\_\_

EXPRESS\_\_\_\_\_

OTROS\_\_\_\_\_

13.-¿ Le gustaría que se estableciera una cafetería cerca de Catedral ?

SI\_\_\_\_\_

NO\_\_\_\_\_

14.- En una cafetería, ¿ Qué decoración le llama la atención?

RUSTICA\_\_\_\_\_

CLASICA\_\_\_\_\_

MODERNA\_\_\_\_\_

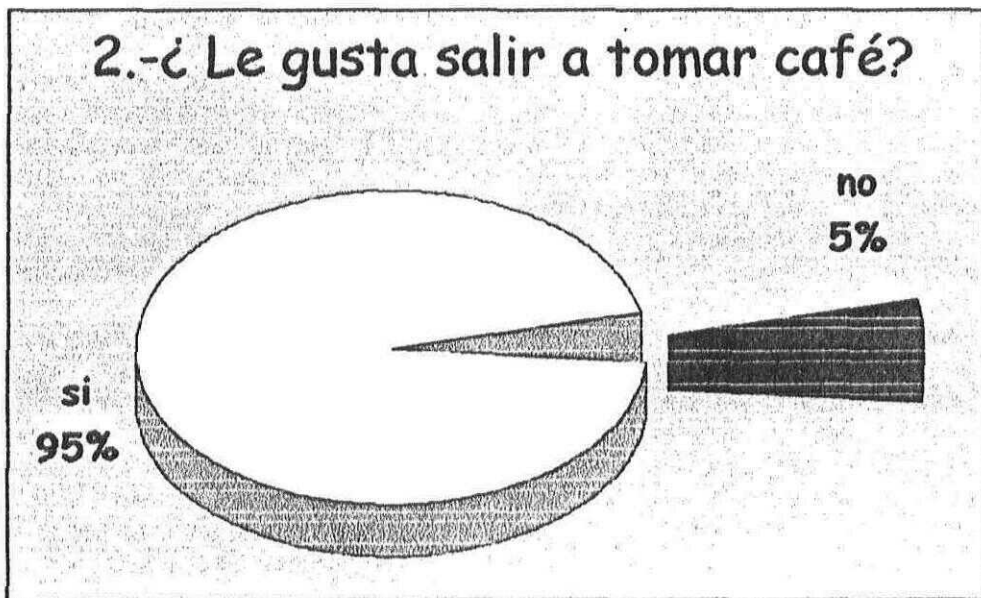
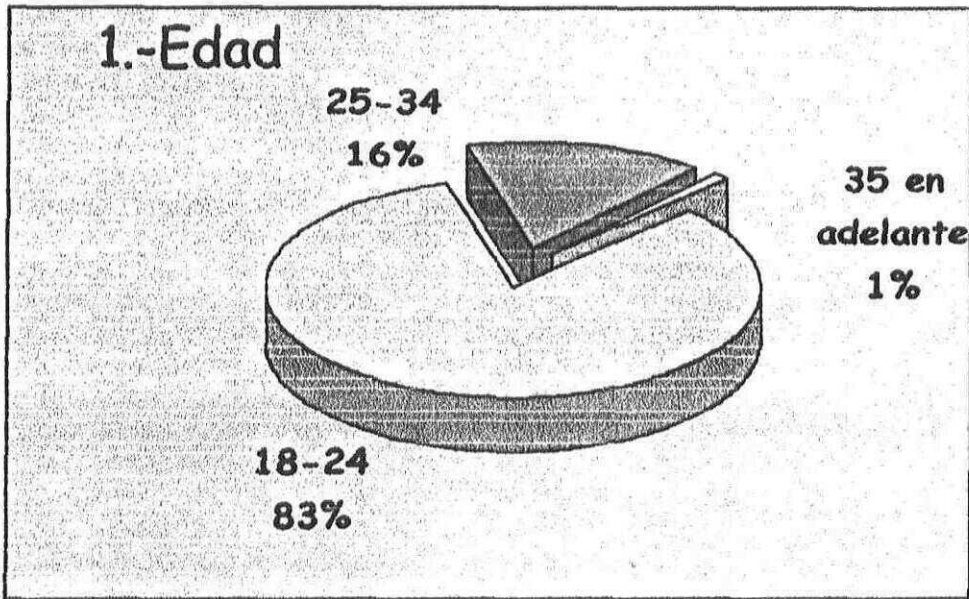
ELEGANTE\_\_\_\_\_

SENCILLA\_\_\_\_\_

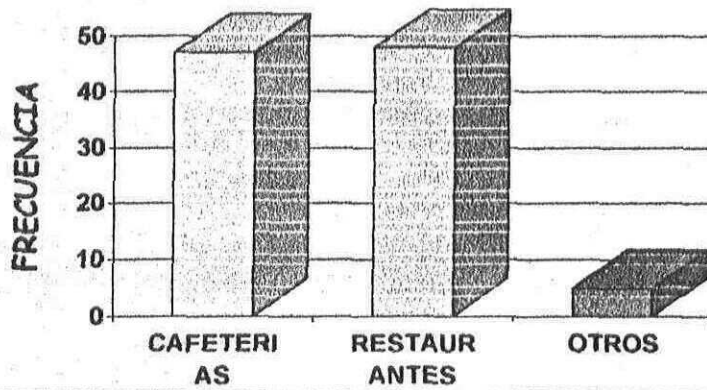
OTRA\_\_\_\_\_

GRACIAS

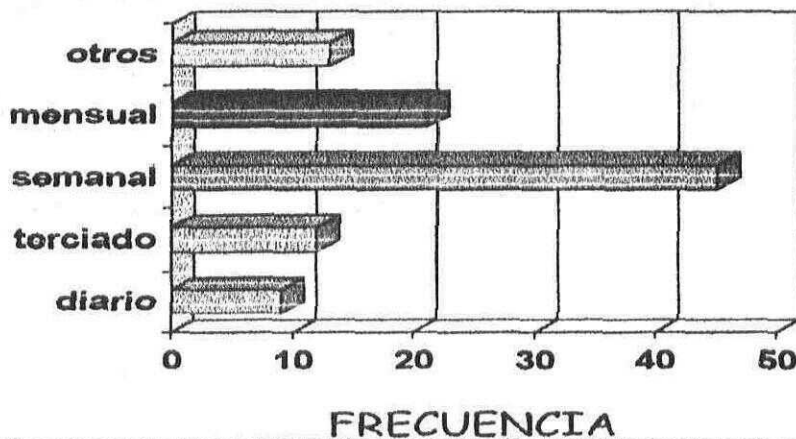
2.2.4. REPRESENTACIÓN GRAFICA DE LOS RESULTADO

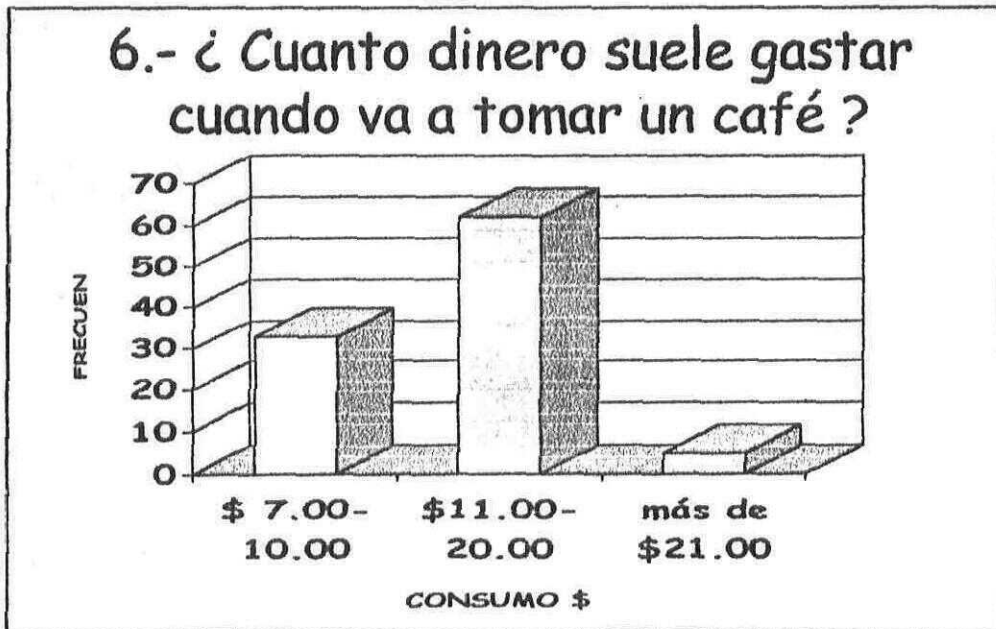
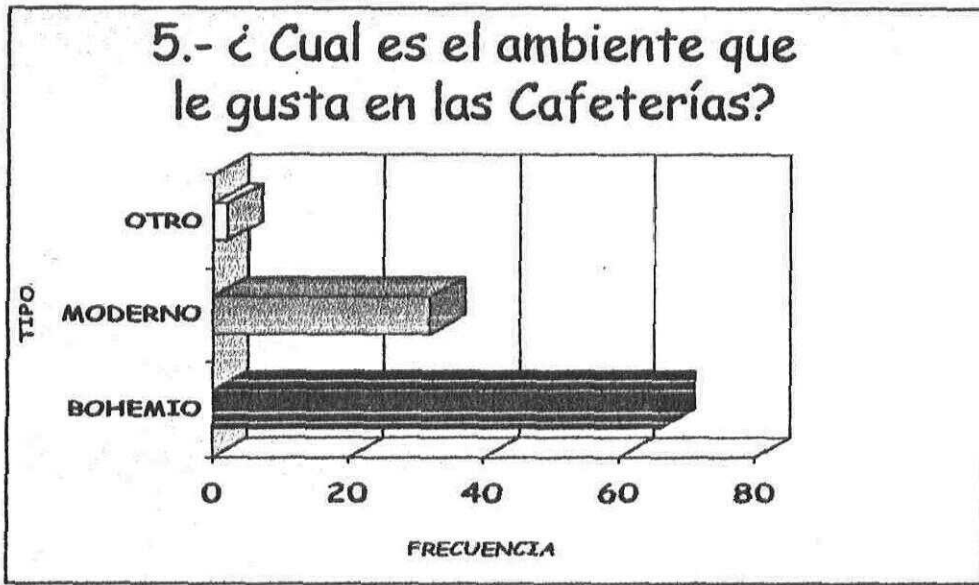


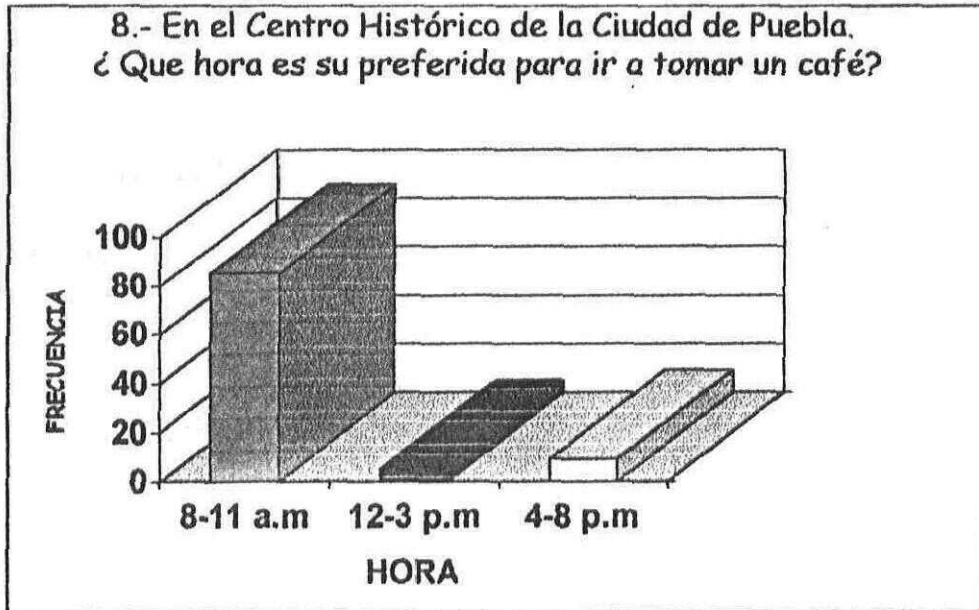
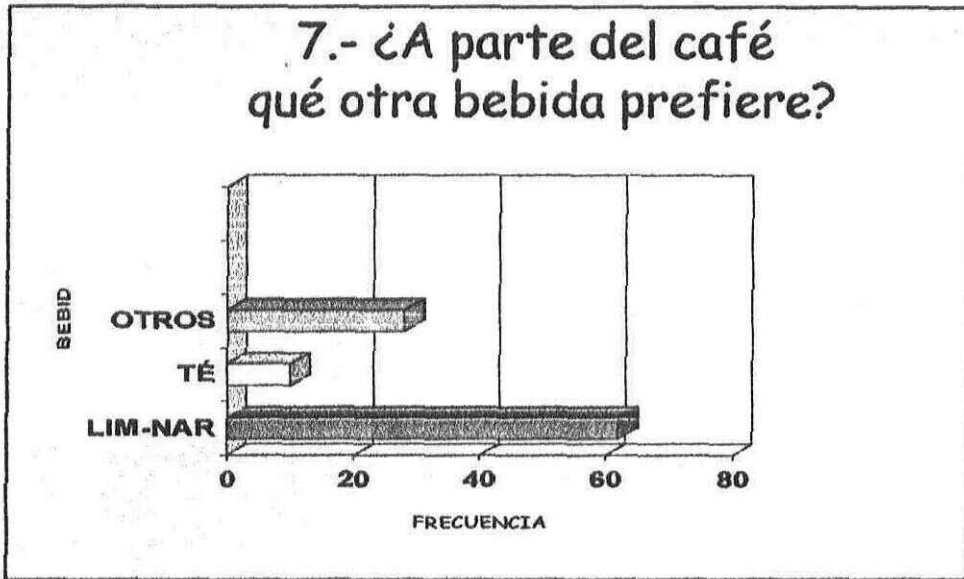
### 3.- ¿ A que lugar acude a tomar café?



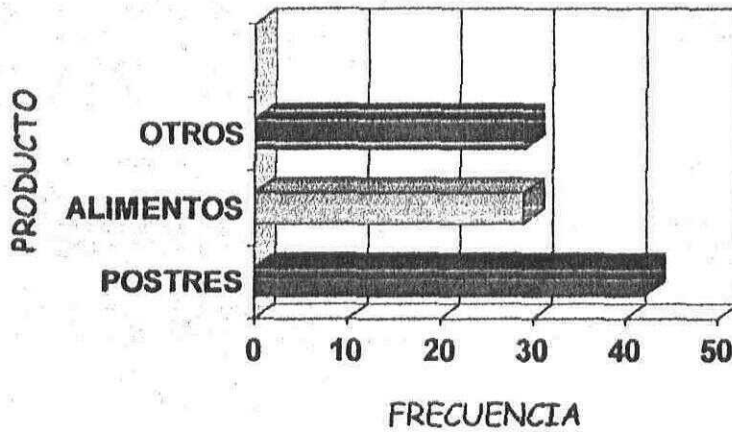
### 4.- ¿Con que frecuencia sale a tomar café?



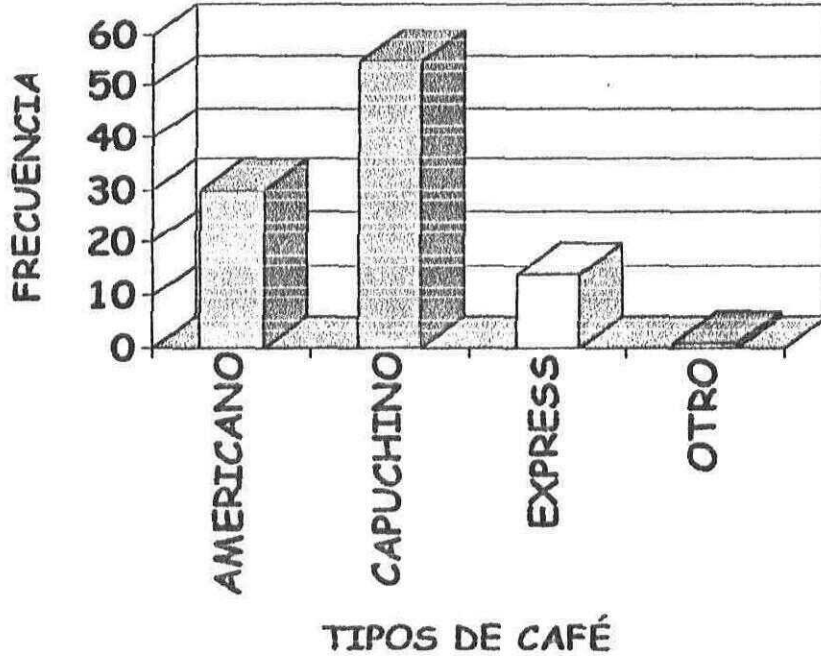


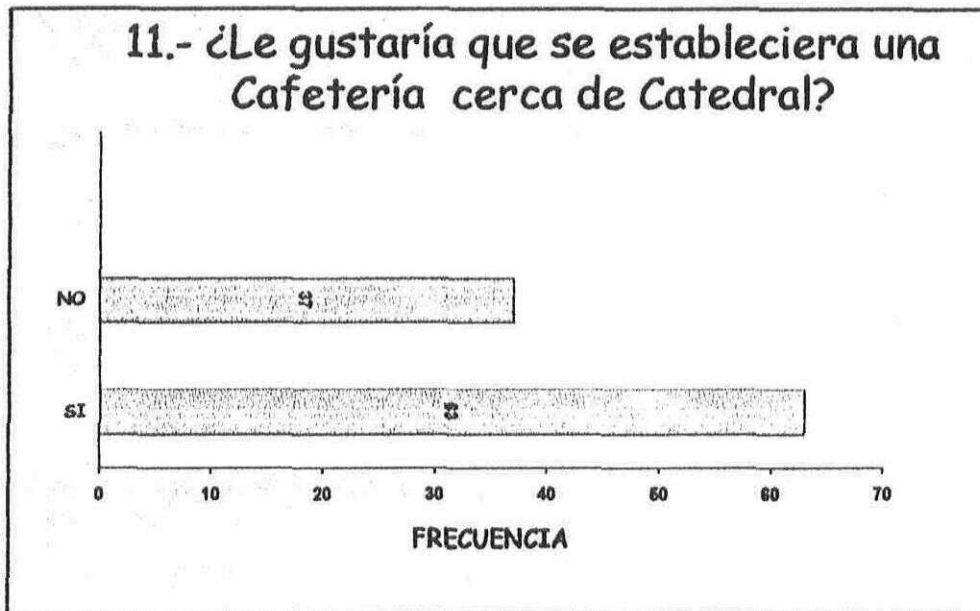


9.- ¿ Con que le gusta acompañar el café?



10.-¿ Que tipo de café le gusta más?





## 2.3. DEMANDA

### 2.3.1. DEFINICIÓN

"Se entiende por demanda a la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado".<sup>9</sup>

Está tiene por objeto demostrar y cuantificar la existencia, en ubicaciones geográficamente definidas de personas que son consumidores o usuarios actuales o en potencia del Bien y Servicio que se piensa ofrecer.

El estudio de la Demanda debe abarcar tres grandes aspectos: El Volumen de la Demanda Prevista para el periodo de vida útil del Proyecto es, la parte de la Demanda que se espera sea atendida por el Proyecto teniendo en cuenta la Oferta de otros Proveedores; y los supuestos que se han utilizado que para fundamentar las conclusiones del estudio.

---

<sup>9</sup> BACA Urbina Gabriel."Evaluación de Proyectos":p17

## 2.3.2. TIPOS DE DEMANDA

A) En relación a su oportunidad existen dos tipos de demanda:

1.- Demanda Insatisfecha. Es en la que lo producido u ofrecido no alcanza a cubrir los requerimientos del mercado.

2.- Demanda Satisfecha. Es en la que lo ofrecido al mercado es exactamente lo que este requiere.

Se pueden conocer dos tipos de demanda satisfecha.

✱ Demanda Satisfecha Saturada. Es la que ya no puede soportar una mayor cantidad del bien o servicio en el mercado, pues sé esta usando plenamente. Es muy difícil encontrar esta situación en un mercado real.

✱ Demanda satisfecha No Saturada. Es la que se encuentra aparentemente satisfecha, pero se puede hacer crecer mediante el uso adecuado de herramientas de mercadotecnia, como las ofertas y la publicidad.

B) En Relación con su necesidad se encuentran dos tipos :

1.- Demanda de bien social y nacionalmente necesarios. Son los que la sociedad requiere para su desarrollo y crecimiento, y están relacionados con la alimentación, el vestido, la vivienda y otros rubros.

2.- Demanda de bienes no necesarios o de gusto. Es prácticamente el llamado consumo suntuario, como la adquisición de perfumes, ropa fina y otros bienes de este tipo.

C) En Relación con su temporalidad se reconocen dos tipos :

1.- Demanda continua.- Es la que permanece durante largos periodos normalmente en crecimiento como ocurre con los alimentos cuyo consumo irá en aumento mientras crezca la población.

2.- Demanda cíclica o estacional.- Es la que se relaciona con los periodos del año, por circunstancias climatológicas o comerciales.

D) De acuerdo con su destino se reconocen dos tipos :

1.- Demanda de bienes finales.- Son los adquiridos directamente por el consumidor para su uso o aprovechamiento.

2.- Demanda de bienes intermedios o industriales.- Son los que requieren algún procesamiento para ser bienes de consumo final.

### 2.3.3. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

En el presente proyecto el análisis de la demanda de una cafetería está enfocado a cubrir una necesidad social ya que en estos lugares la gente busca salir de la rutina encontrando distracción. Por esto para determinar la demanda se ha considerado el mercado meta especificado anteriormente.

De una muestra de 96 personas se comprueba que al 95% le agrada salir a tomar café y sólo el 5% no tiene esta afinidad. Además se determina una frecuencia de consumo donde: El 45% de las personas salen a tomar café una vez a la semana; El 21% lo hace mensualmente; el 13% eventualmente; El 12% lo prefiere cada tercer día y solo el 9% lo hace diariamente.

Cubriendo los gustos y preferencias de los encuestados se identificó que al 66% le agrada un ambiente bohemio, mientras que al 32% le agrada el ambiente moderno y al restante prefiere otro tipo de ambiente.

“El poder adquisitivo es un componente básico de la demanda ya que se define como aquel importe de dinero, el cual la gente esta dispuesta a pagar por un producto o servicio”. En esta encuesta el 62% de la gente está dispuesta a gastar de \$11.00 a 20.00 cuando acude a estos lugares; el 33% suele gastar de \$7.00 a 10.00 y el 5% gasta más de \$21.00.

El horario que prefieren los consumidores para tomar un café en el Centro Histórico arrojó las siguientes cifras; el 86% prefiere salir a tomar un café de 8 a 11 a.m.; el 9% de 4 a 8 p.m. y el 5% de 12 a 3 p.m.

Durante la encuesta que se realizó se observó que el 63% de las personas les agradaría que existiera una Cafetería cerca de Catedral.

Además de que el 63% prefiere una cafetería con una decoración rústica.

A las personas que gustan de tomar café el 42% lo acompaña con Postres, el 29% con Alimentos y al 29% restante le agrada otro tipo de bebidas.

## 2.4. OFERTA

### 2.4.1. DEFINICIÓN

"Oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) están dispuestos a poner a disposición del Mercado a un precio determinado".<sup>10</sup>

Las investigaciones sobre Ofertas de Bienes y/o Servicios deben basarse en informaciones sobre volúmenes de producciones actuales, proyectadas, capacidades instaladas y utilizadas, planes de aplicación y costos actuales y futuros. Por su origen la Oferta podrá ser sólo interna, externa o combinada. Cualquiera de estos casos podrá corresponder a un número más o menos grande de productores.

Cabe mencionar que existe para este mercado un tipo de oferta competitiva en que la participación del mercado esta determinada por la calidad, precio, servicio, trato, comida, y café que se ofrece al consumidor.

---

<sup>10</sup> IBIDEM p.37

### 2.4.2. ANÁLISIS DE LA OFERTA

Para este estudio se ha considerado a los competidores del mercado meta preestablecidos. Una lista de estos, así como su participación en el mercado se muestra en la siguiente tabla.

VIP' S PARTICIPACION EN EL MERCADO 40%

	BUENO	REGULAR	MALO
CAFÉ	*		
SERVICIO	*		
CALIDAD	*		
PRECIO		*	
COMIDA		*	
TRATO	*		

TEOREMA PARTICIPACION EN EL MERCADO 14%

	BUENO	REGULAR	MALO
CAFÉ	*		
SERVICIO	*		
CALIDAD	*		
PRECIO	*		
COMIDA		*	
TRATO	*		

SAMBORNS PARTICIPACION EN EL MERCADO 12%

	BUENO	REGULAR	MALO
CAFÉ		*	
SERVICIO	*		
CALIDAD	*		
PRECIO		*	
COMIDA	*		
TRATO	*		

CAFÉ AMPARO PARTICIPACION EN EL MERCADO 12%

	BUENO	REGULAR	MALO
CAFÉ	*		
SERVICIO		*	
CALIDAD		*	
PRECIO	*		
COMIDA		*	
TRATO	*		

OTROS PARTICIPACION EN EL MERCADO 10%

	BUENO	REGULAR	MALO
CAFÉ		*	
SERVICIO			*
CALIDAD		*	
PRECIO		*	
COMIDA		*	
TRATO			*

## 2.5. ANÁLISIS DE LOS PRECIOS

En el estudio de Mercado se analizarán los Precios que se tienen en los Bienes y/o Servicios que se espera Producir, con el propósito de caracterizar el impacto que una alteración de los mismos tendría sobre la Oferta y la Demanda del Bien.

### PRECIO DE VENTA DEL CAFÉ

	VIP'S	SAMBORNS	ROYALTY	WOOL WORTH	CAFÉ PLAZA	AMPARO	TEOREMA	MAC'S	VACA NEGRA	PROMEDIO LA CATEDRAL DEL CAFÉ
CAFÉ AMERICANO	7.50	7.50	7.00	6.50	6.00	6.00	6.00	7.50	6.00	6.66
CAFÉ EXPRESS	7.50	7.50	7.00	6.50	6.00	6.00	6.00	7.50	6.00	6.66
CAFÉ CAPUCHINO	10.00	0.00	9.00		8.00	8.50	8.00	10.00	7.00	8.81

# CAPITULO III

## ESTUDIO TÉCNICO

Una vez analizados los aspectos básicos del Estudio de Mercado como segunda parte de la realización del Proyecto de Inversión para la Cafetería, se realiza el Estudio Técnico.

En este Estudio los puntos a considerar serán los siguientes:

Determinación de la Localización para conocer el lugar donde se establecerá la Cafetería y los Servicios Públicos que se ofrecen en esa zona.

Determinación del Tamaño para saber que tipo de Cafetería es, igual que para cuantas personas es el servicio que se va a prestar.

Características de la Maquinaria y Equipo que se utilizará para prestar el servicio con calidad.

La Organización más adecuada en su operación, describiendo cada uno de los puestos que la conforman, reclutamiento, selección e inducción.

La Constitución Legal del Negocio, al igual que todos los trámites que sea necesario realizar, para su establecimiento.

Métodos de Control de todas las entradas y salidas de Insumos, para llevar mejor la Administración dentro del negocio.

### 3.1. DISEÑO DEL NEGOCIO

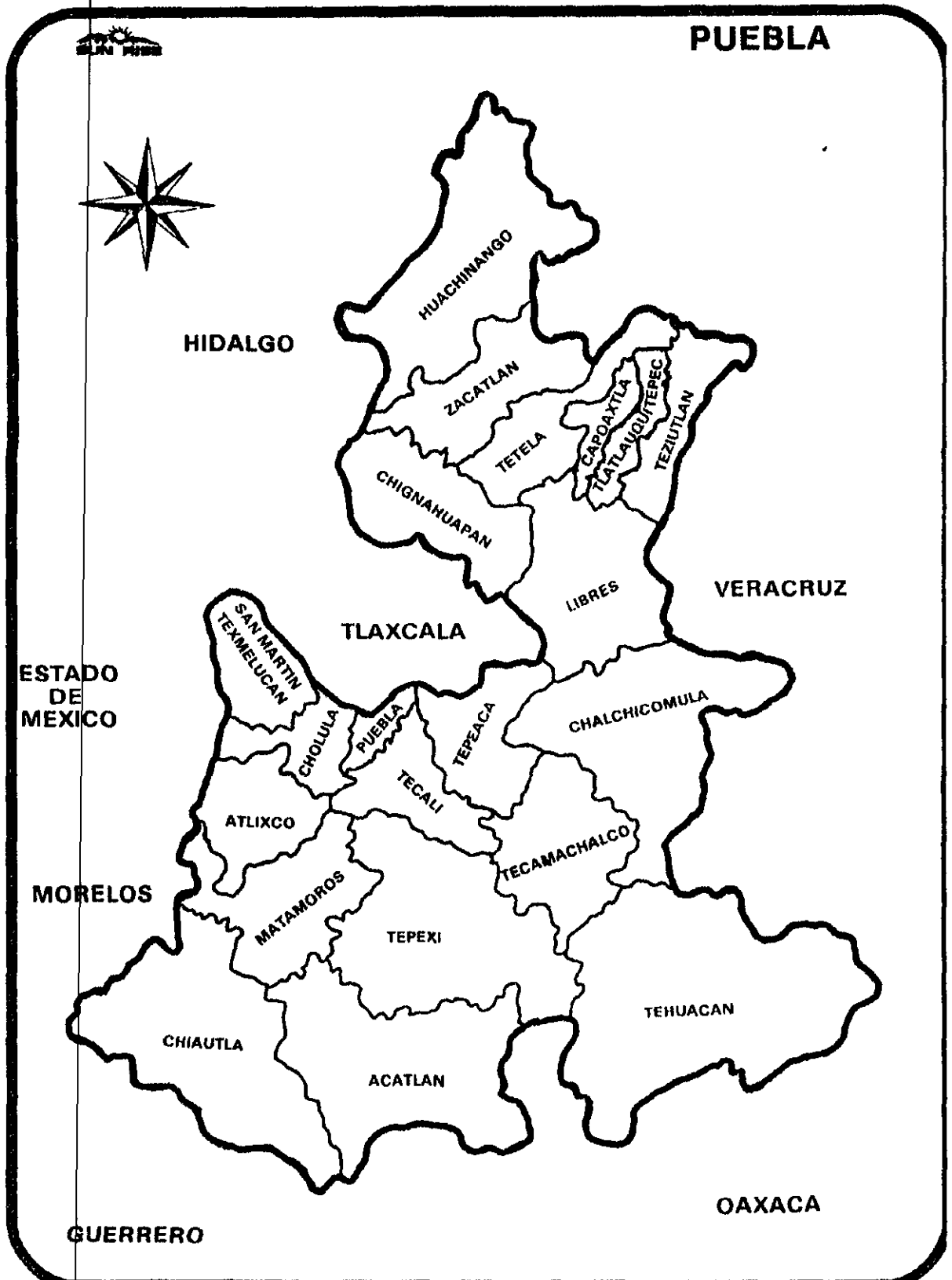
#### 3.1.1. LOCALIZACIÓN ÓPTIMA DEL NEGOCIO

##### A ) MACROLOCALIZACIÓN

Con el fin de tener una panorámica general del lugar donde se localizará la empresa se muestra a continuación el entorno general del Estado de Puebla dentro de la República Mexicana.

El estado de Puebla se encuentra situado en la porción Centro-Este de la República Mexicana, limitando al Norte y Este con Veracruz; al Sur con Oaxaca; al Sur-Oeste con Guerrero y al Oeste con Hidalgo, Tlaxcala, Estado de México y Morelos.

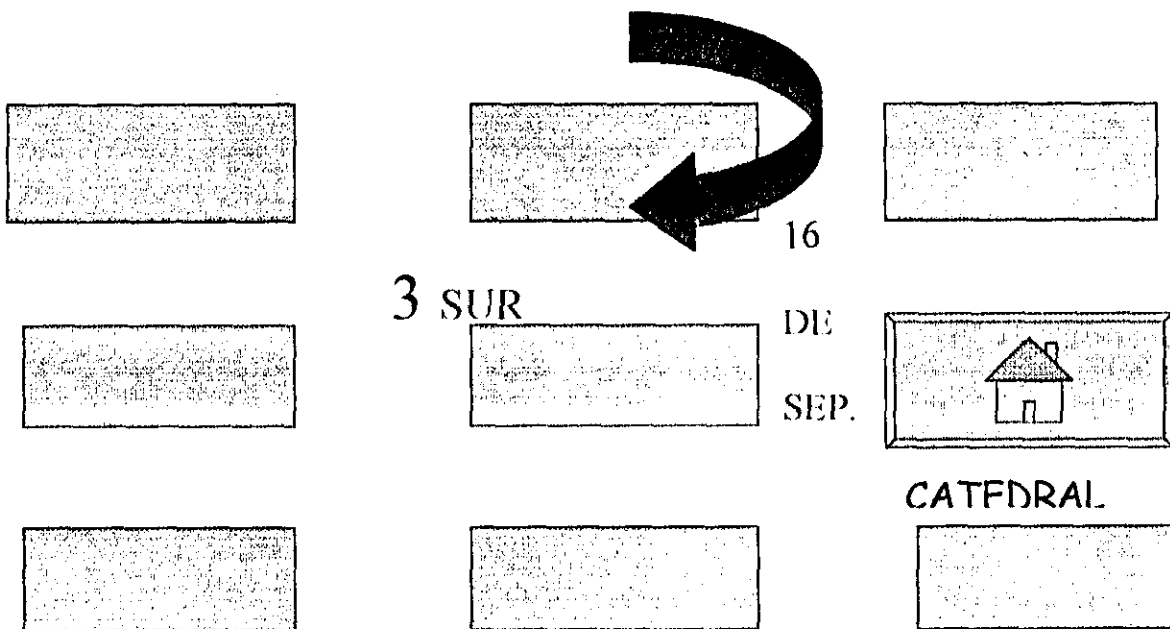
La ciudad de Puebla cuenta aproximadamente con una Población de 4'000,000 de personas por lo que se deduce que es una ciudad en crecimiento que a través del tiempo se ha ido convirtiendo en un lugar comercial y con un gran tradicionalismo, donde la gente gusta salir de compras y buscar distracción. Una de estas distracciones que la gente Poblana prefiere es el salir a tomar café.



## B) MICROLOCALIZACIÓN

La localización óptima de la cafetería de acuerdo al estudio de mercado previamente realizado arrojó resultados donde las personas sugieren que exista una cafetería cerca de la Catedral de Puebla en el Centro Histórico.

Por lo que se propone que el lugar óptimo para establecer la cafetería se encuentra ubicado en el Portal Hidalgo con vista a la calle 3 Poniente N° 102; ya que el lugar es muy transitado, debido a que existen muchas escuelas y comercios donde asiste personas jóvenes, los cuales son nuestros posibles clientes.



## **C) SERVICIOS PUBLICOS**

En relación a los servicios con los que contará el establecimiento se cubren los servicios básicos; como el lugar se encuentra en el centro Histórico de la ciudad de Puebla se cuenta con los servicios de :

- \* AGUA POTABLE.
- \* ELECTRIFICACION
- \* TRANSPORTE
- \* VIAS DE COMUNICACIÓN (CORREO, TELEGRAFO, TELEFONO Y FAX)

### **3.1.2. TAMAÑO OPTIMO DEL NEGOCIO**

La Secretaría de Turismo deduce que el tamaño de la cafetería depende, en buena parte de la complejidad y alcances operativos, sin embargo, no existe una regla para establecer los diferentes tamaños en cafeterías, aunque en la práctica las cafeterías se pueden clasificar en :

Grande AAA 40 o más mesas ( 100 personas o más)

Mediana AA 30 a 39 mesas ( de 60 a 99 personas)

Pequeña A 15 a 29 mesas ( de 15 a 59 personas)

Micro 1 a 14 mesas ( de 01 a 19 personas)

El tamaño de las mesas es aproximadamente de 80 cm x 80 cm , las mesas son para cuatro personas.

### A) MAQUINARIA Y EQUIPO

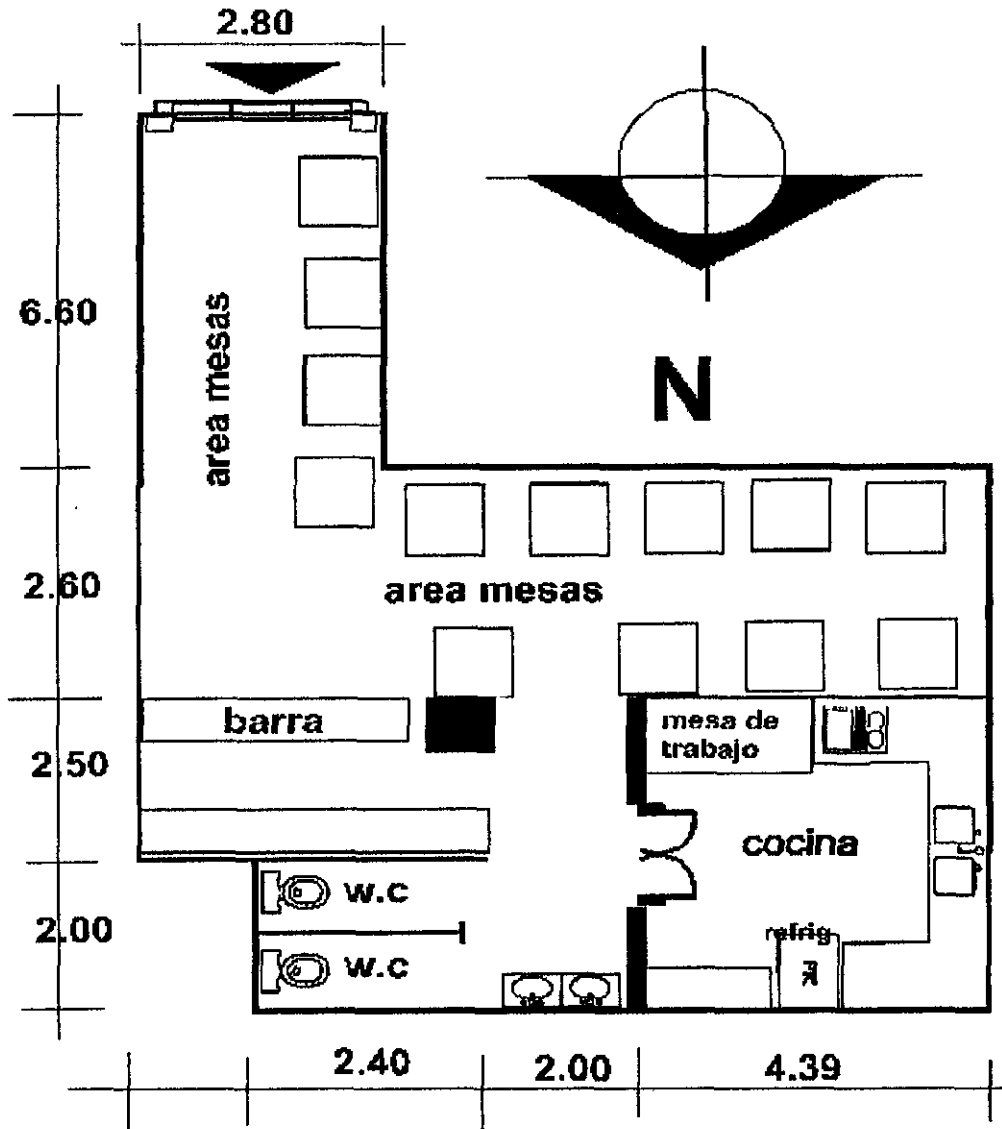
- 1 CAFETERA GALIZA MOD.1-AM
- 1 PARRILLA COMERCIAL MOD.PEV-2 EN LAMINA
- 1 MESA DE TRABAJO A MURO CON ENTREPAÑO  
1.50X70X90.
- 1 REFRIGERADOR MARCA NIETO RBE250
- 60 PLATOS PARA TAZA DE CAFÉ
- 30 PLATOS MEDIANOS
- 60 VASOS MEDIANOS DE CRISTAL
- 60 VASOS GRANDES DE CRISTAL
- 30 COPAS DE CRISTAL
- 60 TAZAS PARA CAFÉ
- 60 CUCHARITAS PARA CAFÉ MODELO LISO
- 30 TENEDORES MODELO LISO
- 30 CUCHILLOS MODELO LISO
- 40 VASOS PARA CAFÉ CAPUCHINO
- 40 AROS PARA CAFÉ CAPUCHINO
- 15 SERVILLETOS TRIANGULAR
- 3 BANDEJAS PARA MUERTOS
- 15 SALEROS DE CRISTAL
- 15 AZUCARERAS CON TAPA
- 10 CENICEROS DE CRISTAL

- 10 COPAS PARA LICUADO
- 15 FLANERAS DE CRISTAL
- UTENCILIOS DE CONINA EN GENERAL
- 4 CHAROLAS DE ACERO
- 1 EXTRACTOR DE CITRICOS MARCA OSTER
- 1 HORNO DE MICROONDAS MARCA SHARP
- 1 LICUADORA MARCA OSTER
- 1 FREGADERO DE 1.35 MTS
- 1 FREIDORA OSTER
- 20 MANTELES

### B) MOBILIARIO Y EQUIPO

13	MESAS DE MADERA 80X80
48	SILLAS DE MADERA
1	MOSTRADOR 1.50X1.00
1	BANCO GRANDE
1	REPIZA DE MADERA 2.00X1.00
1	CAJA REGISTRADORA CON 4 DEPARTAMENTOS
	TOTAL
	TOTAL CON IVA

### C) DISTRIBUCIÓN FÍSICA DE LA CAFETERÍA



PLANTA ARQUITECTONICA  
CAFETERIA

## 3.2. MARCO LEGAL DE LA EMPRESA

En toda nación existe una constitución que rige los actos tanto del gobierno, como de las instituciones y los individuos, así como gran parte de los reglamentos locales, regionales y nacionales que repercuten de alguna manera sobre cualquier proyecto por lo que deben tomarse en cuenta ya que toda actividad empresarial y lucrativa se encuentra incorporada en determinado marco jurídico.

### 3.2.1. REQUISITOS

Es por ello que dentro de este marco jurídico los requisitos que de acuerdo a la ley se deben cumplir son los siguientes :

#### A) Constitución legal de la empresa.

Esta empresa quedará constituida como Persona Física, ya que será una cafetería pequeña, por lo que no se manejan grandes volúmenes de producción y cantidades de dinero como en las empresas grandes que requieren ser constituidas como una Sociedad.

B) Solicitar la Inscripción de la persona Física en la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, por medio de la forma R-1 (\$1.00).

1.-Tipo de Actividad :

Compra y venta de artículos de cafetería.

2.- Obligaciones fiscales que se deben cumplir :

Clave : 905

Personas Físicas con Actividad Empresarial. ( Micro Industria Servicios y Transporte) Contribuyentes que no pagan  
(Ver anexo 1)

C) Solicitud de Empadronamiento de la empresa en la Tesorería Municipal de Ayuntamiento Local de la ciudad de Puebla para obtener la licencia de funcionamiento.

Empadronamiento

requisitos :

Comprar la forma de solicitud de Empadronamiento en Dirección general de desarrollo urbano y ecología (\$11.00)

Fotocopia de la carátula de la solicitud

Croquis de la ubicación al reverso de la fotocopia

Comprobante domiciliario del local (luz, teléfono, agua)

Fotografía de la fachada del local. (para Centro Histórico, dentro o cerca de unidades habitacionales o infonavit)

Licencia de funcionamiento

requisitos :

Forma de Empadronamiento original

Dictamen de uso de suelo

Recibo de pago de uso de suelo (Costo \$3.00 M2)

Identificación con fotografía del propietario o representante legal

Copia del Alta de Hacienda

Copia del comprobante del domicilio del local

Acta constitutiva (en caso de ser persona moral)

Pago de Predial

Recibo de renta

(Ver anexo 2)

D).Solicitar a la Secretaría de Salubridad un Aviso de apertura del establecimiento.

Este requisito es indispensable por el giro del establecimiento ya que se dedicara a preparar alimentos y bebidas. (ver anexo 3)

#### E) Inscripción en el Instituto Mexicano del Seguro Social.

1.-Inscribir a la empresa en el Seguro de acuerdo con el grado de riesgo de trabajo.

2.-Inscripción patronal.

3.-Inscripción de los trabajadores.

(Ver anexo 4)

Solicitar el registro empresarial ante el Instituto del Fondo Nacional para la vivienda de los Trabajadores.(INFONAVIT)

Establecer el manejo del sistema de ahorro para el retiro (SAR) de los trabajadores

### 3.3. ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA

#### 3.3.1. TIPO DE ADMINISTRACIÓN

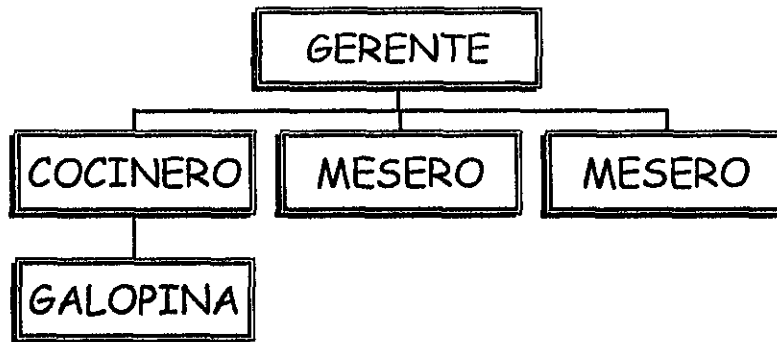
Este establecimiento no se registrará bajo otra empresa o nombre comercial. Por lo que se su administración será de forma independiente.

#### 3.3.2. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.

Para lograr un mejor desempeño en la organización se establecerá una delegación clara de las funciones en donde el factor más importante a considerar, es que cada individuo tenga bien definida su actividad dentro de la organización . Para esto se desarrolló un organigrama abarcando los siguientes niveles :

## A) ESTRUCTURA

### ORGANIGRAMA



### B) DESCRIPCION DE PUESTOS

**GERENCIA GENERAL:** "Es el Departamento donde se asumen las tareas y funciones de la administración en cualquier nivel y tipo de empresa".<sup>11</sup>

Las tareas principales que la Gerencia va a desempeñar serán:

- 1.- Mantener un ambiente agradable de trabajo para un desempeño eficaz y eficiente en la organización.
- 2.- Responsabilizarse de que los trabajadores cumplan con sus funciones para satisfacer las necesidades de los clientes.

<sup>11</sup> KOONTZ Harold. "Administración" p 44

- 3.- Será el responsable del servicio que presta la empresa así como de la imagen del negocio, los empleados, las instalaciones, el equipo disponible, inventario, y cualquier tipo de valor perteneciente a la empresa.
- 4.- Será el responsable de la entrada y salida de bienes de consumo y efectivo.
- 5.- Será el encargado del pago a los trabajadores de manera justa y puntual. Así como del pago a proveedores y acreedores diversos.
- 6.- Será el encargado de la contratación y selección de personal.
- 7.- Será el responsable de controlar todas las entradas de notas de consumo y al final del día realizar el corte de caja.

**MESEROS:** Atenderán personalmente y con cortesía, amabilidad y respeto al cliente para que se sienta complacido así como proporcionarle atención esmerada desde el momento en que el cliente llega hasta que se retira.

Las tareas principales a desempeñar serán las siguientes :

- 1.- Anotar la orden de lo que el cliente decida consumir y llevarla a la cocina para que se elabore dicha orden.

- 2.- Mantener limpias las mesas montando azucarera, salero, cenicero y servilletero.
- 3.- Levantar los platos sucios de la mesa y llevarlos a la cocina.
- 4.- Cuando por accidente derrama el comensal algún líquido debe apresurarse a secar el lugar del accidente, cambiando si es necesario el mantel y los cubiertos que se hayan manchado o caído.
- 5.- Mantener limpios los sanitarios y revisar que no falten artículos sanitario (jabón, papel higiénico, y toallas desechables).
- 6.- Será el responsable de que el lugar luzca limpio y agradable para dar una buena imagen al cliente.

COCINERA : Será la encargada de elaborar todos los alimentos y bebidas con limpieza, calidad y servicio.

Las tareas principales a desempeñar serán :

- 1.- Informar los faltantes tanto de insumos como de utensilios al administrador.
- 2.- Acomodar la despensa en los gabinetes.
- 3.- Realizar una limpieza semanal de los gabinetes.
- 4.- Conocer el uso adecuado del equipo de cocina.
- 5.- Llevar a cabo la elaboración de los alimentos y bebidas que conforman la carta y prepararlos de acuerdo a las recetas.

## 6.- Mantener limpia el área de cocina.

**GALOPINA** : Se encargara de ayudar al cocinero.

Sus funciones a realizar serán :

- 1.- Lavar, enjuagar y secar perfectamente toda la loza, además de los utensilios de cocina.
- 2.- Acomodar la loza en el lugar asignado así como los utensilios.
- 3.- Ayudar a preparar los alimentos.

### 3.3.3. RECLUTAMIENTO, SELECCIÓN E INDUCCIÓN DEL PERSONAL.

**A) RECLUTAMIENTO** : Es un conjunto de procedimientos orientado a atraer candidatos potencialmente calificados y capaces de ocupar cargos dentro de la organización. Es en esencia un sistema de información mediante el cual la organización divulga y ofrece al mercado de recursos humanos las oportunidades de empleo que pretende satisfacer.

Para el buen funcionamiento de la cafetería se solicitará el personal antes descrito en el organigrama, por medio de fuentes externas como es el aviso clasificado del periódico local de mayor circulación en la Ciudad de Puebla.

Después de recibir las solicitudes de empleo se seleccionarán aquellas que cumplan con los requisitos previamente establecidos, en el listado del punto 3.3.2.

Posteriormente se realizará una entrevista directa con el gerente de la empresa.

Al realizar la entrevista directa, el gerente tomará en cuenta aspectos tales como: datos personales, familiares, aspiraciones y expectativas que no estén incluidas en la solicitud de empleo.

## B) SELECCIÓN DE PERSONAL

Una vez realizadas estas entrevistas se procederá a seleccionar a la persona más adecuada para el puesto vacante estableciendo una cita posterior con el gerente de la empresa, con la finalidad de dejar en claro cualquier duda que exista respecto al puesto de trabajo, detallando sus derechos y obligaciones.

## C) INDUCCIÓN

Después de haber seleccionado y contratado a uno de los aspirantes, se le va a dar una bienvenida agradable presentándolo con sus compañeros de trabajo al igual que una información completa de la empresa.

Para que los trabajadores en la cafetería se relacionen con su nuevo ambiente de trabajo la gerencia se ocupara de realizar un tríptico en donde se dará a conocer todo lo relacionado a la empresa (Historia, Productos que se elaboran, Organigrama, Reglas y Normas). Así como los derechos que tiene como trabajador.

### 3.4 . CONTROL ADMINISTRATIVO

Es la función Administrativa que consiste en medir y corregir la realización de las actividades de los subordinados, con el fin de asegurar que se logren los planes y objetivos de la empresa".<sup>12</sup>

---

<sup>12</sup> IBIDEM, p 583.

## A) PROVEEDORES ACEPTABLES.

Para poder seleccionar a los proveedores más idóneos que abastecerán la cafetería, se tomarán en cuenta los siguientes criterios :

- ☐ Calidad
- ☐ Precio
- ☐ Condiciones de Pago
- ☐ Puntualidad para surtir pedidos
- ☐ Rendimiento de los alimentos.

El gerente obtendrá cotizaciones de dos o más proveedores con el fin de comparar los criterios anteriores, y además contar con proveedores sustitutos en caso de que se interrumpa el servicio del proveedor actual.

El control de los proveedores se hará por medio de formas impresas, éstas sólo serán manejadas por el Gerente General.

<b><u>LA CATEDRAL DEL CAFÉ</u></b>	
<b>DIRECCIÓN</b>	
<b>TELEFONO</b>	
<b>RFC</b>	
<b>FOLIO</b>	
<b>SELECCIÓN DE PROVEEDORES</b>	
<b>PRODUCTO</b>	
<b>FECHA DE INSCRIPCIÓN</b>	
<b>NOMBRE DEL PROVEEDOR</b>	
<b>DIRECCION</b>	
<b>TELEFONO</b>	
<b>RFC</b>	
<b>FORMA DE PAGO</b>	
<b>OBSERVACIONES</b>	

## B) COMPRAS

Para realizar las compras de los insumos se debe seguir un cierto proceso que consiste en :

1.- Habrá una forma impresa de orden de compra la cual será utilizada por el Gerente para llevar un control de lo que se le pide a cada proveedor, con el fin de calificar el servicio que éste presta a la empresa.

Se llevará por medio de duplicado , en el cual el Gerente se quedará con la hoja original y la copia al proveedor para que en caso de que hubiera alguna duda aclararla inmediatamente.

<b><u>LA CATEDRAL DEL CAFÉ</u></b>			
DIRECCIÓN			
TELEFONO			
RFC			
FOLIO			
<b>ORDEN DE COMPRA.</b>			
FECHA			
PROVEEDOR			
DIRECCION			
CANTIDAD	PRODUCTO	COSTO UNITARIO	IMPORTE
		\$	\$
		TOTAL	\$

### C) RECEPCIÓN

Para la recepción de mercancías se utilizará la siguiente forma impresa la cual permitirá llevar un mejor control de todas las entradas de mercancía.

El Gerente registrará en ellas la recepción y el conteo de toda la mercancía pedida con las especificaciones exigidas al igual que revisará la factura del proveedor.

<b>LA CATEDRAL DEL CAFÉ</b>		
DIRECCIÓN		
TELEFONO		
RFC		
FOLIO		
<b>RECEPCIÓN DE MERCANCIAS.</b>		
FECHA		
FOLIO DE LA ORDEN DE COMPRA		
TIPO DE INSUMO	CANTIDAD	IMPORTE
		\$
OBSERVACIONES		

### D) VENTAS

Se controlarán las ventas a través de órdenes de consumo en donde se especificarán los alimentos y bebidas al igual que su precio, incluyendo el día que se realizó la venta para llevar un mejor control en la caja.

Esta se manejará por duplicado para que una copia se quede en la y la original en la caja . Al finalizar el día se realizará un conteo entre la cocina y la caja para que se observe la coincidencia de los resultados.

<b>LA CATEDRAL DEL CAFÉ</b>		
<b>DIRECCIÓN</b>		
<b>TELEFONO</b>		
<b>RFC</b>		
<b>FOLIO</b>		
<b>ORDEN DE CONSUMO</b>		
	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO</b>
<b>CAFÉ</b>		
<b>CAFÉ CAPUCHINO</b>		
<b>CAFÉ EXPRESS</b>		
<b>CAFÉ AMERICANO</b>		

<b>BEBIDAS</b>		
LICUADO DE FRESA		
JUGOS		
REFRESCOS		
TÉ		
LIMONADA		
NARANJADA		
FLOTANTE		
<b>ALIMENTOS</b>		
EMPAREDADO		
TORTAS		
HOT-DOG		
SINCRONIZADA		
CROISSANTS		
PAPAS A LA FRANCESA		
<b>POSTRES</b>		
PASTEL		
PAY		
FLAN		
	<b>TOTAL</b>	
FECHA		



# CAPITULO IV

## ESTUDIO FINANCIERO

En esta parte del Proyecto de Inversión se determinará la cantidad de dinero que se requiere para poner en marcha el negocio, conformada por los costos de instalación (Inversión fija y diferida) y para el funcionamiento de la empresa que es el Capital de Trabajo.

Para esto se aplicará el punto de equilibrio operativo tomando cada uno de los diferentes productos.

Se conocerán los diferentes Presupuestos Proyectados para así calcular los Estados Financieros Proforma.

## 4.1. INVERSIÓN INICIAL

### 4.1.1. MAQUINARIA Y EQUIPO

MAQUINARIA Y EQUIPO				
CANTIDAD	NOMBRE Y CARACTERISTICA	PREC/UNITARIO	TOTAL	IVA
1	CAFETERA GALIZA MOD.1-AM	\$8,086.96	\$8,086.96	\$1,213.04
1	PARRILLA COMERCIAL EN LAMINA	\$1,405.22	\$1,405.22	\$210.78
1	MESA DE TRABAJO A MURO CON ENTREPAÑO 1.50X70X90.	\$2,023.48	\$2,023.48	\$303.52
1	REFRIGERADOR MARCA NIETO	\$5,593.91	\$5,593.91	\$839.08
60	PLATOS PARA TAZA DE CAFÉ	\$4.78	\$286.80	\$23.01
30	PLATOS MEDIANOS	\$5.11	\$153.39	\$43.04
60	VASOS MEDIANOS DE CRISTAL	\$3.24	\$194.61	\$29.19
60	VASOS GRANDES DE CRISTAL	\$4.31	\$258.78	\$38.82
30	COPAS DE CRISTAL	\$2.68	\$341.22	\$51.18
60	TAZAS PARA CAFÉ	\$4.43	\$266.09	\$39.92
60	CUCHARITAS PARA CAFÉ	\$1.21	\$73.04	\$10.96
30	TENEDORES MODELO LISO	\$1.47	\$44.35	\$6.65
30	CUCHILLOS MODELO LISO	\$3.13	\$93.91	\$14.09
40	VASOS PARA CAFÉ CAPUCHINO	\$5.21	\$208.69	\$31.31
40	AROS PARA CAFÉ CAPUCHINO	\$5.33	\$213.22	\$31.98
15	SERVILLETEROS TRIANGULAR	\$15.65	\$234.78	\$35.22
3	BANDEJAS PARA MUERTOS	\$42.13	\$126.39	\$18.96
15	SALEROS DE CRISTAL	\$4.78	\$71.74	\$10.76
15	AZUCARERAS CON TAPA	\$4.98	\$74.74	\$11.21
10	CENICEROS DE CRISTAL	\$2.52	\$25.22	\$3.78

10	COPAS PARA LICUADO	\$20.86	\$208.69	\$31.31
15	FLANERAS DE CRISTAL	\$4.20	\$63.00	\$9.45
	UTENCILIOS DE CONINA EN GENERAL		\$434.78	\$65.22
4	CHAROLAS DE ACERO	\$56.52	\$226.09	\$33.92
1	EXTRACTOR DE CITRICOS MARCA OSTER		\$694.78	\$104.22
1	HORNO DE MICROONDAS		\$1,465.22	\$219.78
1	LICUADORA MARCA OSTER		\$256.22	\$38.48
1	FREGADERO DE 1.35 MTS		\$2,173.91	\$326.09
1	FREIDORA OSTER		\$240.87	\$36.13
20	MANTELES	\$6.95	\$139.13	\$20.87
	TOTAL		\$25,679.69	\$3,851.97
	TOTAL CON IVA		\$29,531.65	

#### 4.1.2. MOBILIARIO Y EQUIPO

MOBILIARIO Y EQUIPO				
CANTIDAD		PREC/UNITARIO	TOTAL	IVA
13	MESAS DE MADERA 80X80	\$226.08	\$2,939.13	\$440.87
48	SILLAS DE MADERA	\$69.56	\$3,339.13	\$500.87
1	MOSTRADOR 1.50X1.00	\$695.65	\$695.65	\$104.35
1	BANCO GRANDE	\$86.96	\$86.96	\$13.04
1	REPIZA DE MADERA 2.00X1.00	\$652.17	\$652.17	\$97.83
1	CAJA REGISTRADORA CON 4 DEPARTAMENTOS	\$1,826.09	\$1,826.09	\$273.91
	TOTAL		\$9,539.13	\$1,430.87
	TOTAL CON IVA		\$10,970.00	

4.1.3. GASTOS PREOPERATIVOS

FORMAS DE HACIENDA	\$ 1.00
SOLICITUD DE EMPADRONAMIENTO	\$ 11.00
LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO	\$ 3.00 mts2 (90 mts2)
FORMAS DE ALTA IMSS	\$ 10.00
OTROS GASTOS	<u>\$ 8.00</u>
TOTAL	\$300.00

4.1.4. GASTOS DE INSTALACIÓN

PINTURA	\$ 800.00
ROTULOS	\$ 250.00
DECORACIÓN	\$1,500.00
MANO DE OBRA	\$ 630.00
ANUNCIO LUMINOSO	<u>\$2,000.00</u>
TOTAL	\$5,180.00

4.1.5. TOTAL DE LA INVERSIÓN INICIAL

CAPITAL INICIAL	\$ 60,000.00
<i>SALIDAS</i>	
MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 29,531.65
MOBILIARIO Y EQUIPO	\$ 10,970.00
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	\$ 300.00
GASTOS DE INSTALACIÓN	\$ 5,180.00
TOTAL	<u>\$ 45,981.65</u>

4.2. PUNTO DE EQUILIBRIO

4.2.1. COSTOS FIJOS

COSTOS FIJOS MENSUALES

RENTA	\$4,500.00
ENERGIA ELECTRICA	\$175.00
AGUA	\$166.00
GAS	\$200.00
SERVICIO DE LIMPIA	\$10.00
SUELDOS Y SALARIOS	\$5,085.00
CUOTA PATRONAL IMSS	\$1,220.39

INFONAVIT	\$254.25
TELEFONO	\$300.00
SEGURO CONTRA DAÑOS	\$125.00
1% SOBRE LA NOMINA	\$50.85
DEPRECIACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO	\$492.19
DEPRECIACIÓN DE MOBILIARIO Y EQUIPO	\$91.47
AMORTIZACION GASTOS DE INSTALACIÓN	\$21.58
	<hr/>
	\$12,691.70

#### 4.2.2. DESARROLLO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO.

#### CLASIFICACIÓN DE PRODUCTOS

##### PRODUCTO A

	PRECIO	COSTO	MARGEN DE CONTRIBUCIÓN
CAFÉ AMERICANO	\$7.00	\$0.74	\$6.26
CAFÉ EXPRESS	\$7.00	\$1.34	\$5.66
CAFÉ CAPUCHINO	\$8.00	\$1.04	\$6.96
PROMEDIO	<hr/>	<hr/>	<hr/>
	\$7.33	\$1.04	\$6.29

PRODUCTO B

	PRECIO	COSTO	MARGEN DE CONTRIBUCIÓN
LICUADO DE FRESA	\$8.00	\$1.84	\$6.16
JUGO	\$6.00	\$1.08	\$4.92
REFRESCO	\$5.00	\$1.80	\$3.20
TÉ	\$7.00	\$0.60	\$6.40
LIMONADA	\$8.00	\$2.50	\$5.50
NARANJADA	\$8.00	\$2.50	\$5.50
FLOTANTE	\$10.00	\$2.90	\$7.10
PROMEDIO	\$7.43	\$1.89	\$5.54

PRODUCTO C

	PRECIO	COSTO	MARGEN DE CONTRIBUCIÓN
PASTEL	\$12.00	\$3.38	\$8.62
PAY	\$12.00	\$3.13	\$8.87
FLAN	\$8.00	\$3.00	\$5.00
PROMEDIO	\$10.67	\$3.17	\$7.50

PRODUCTO D

	PRECIO	COSTO	MARGEN DE CONTRIBUCIÓN
SINCRONIZADA	\$10.00	\$4.10	\$5.90
EMPAREDADO	\$6.00	\$2.41	\$3.58
TORTA	\$8.00	\$4.62	\$3.38
HOT-DOGS	\$5.00	\$1.86	\$3.14
CROISSANT	\$15.00	\$4.80	\$10.20
PAPAS A LA FRANCESA	\$15.00	\$3.00	\$12.00
PROMEDIO	\$9.83	\$3.47	\$6.37

(VER ANEXO 5)

La participación de cada producto será con relación al total.

PRODUCTO A	50%
PRODUCTO B	15%
PRODUCTO C	20%
PRODUCTO D	15%

LOS COSTOS FIJOS TOTALES SON DE \$12,691.70

Los precios de venta de cada producto y sus costos variables son:

	A	B	C	D
PRECIO DE VENTA	\$7.33	\$7.43	\$10.67	\$9.83
COSTO VARIABLE	\$1.04	\$1.89	\$3.17	\$3.47
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	\$6.29	\$5.54	\$7.50	\$6.37

Penetración en el mercado

A	B	C	D
50%	15%	20%	15%

Margen de contribución ponderado:

(\$ 6.29x.50)	(\$ 5.54x.15)	(\$ 7.50x.20)	(\$ 6.37x.15)
\$3.145	\$0.84	\$1.50	\$0.95

Margen de Contribución

Promedio Ponderado  $\$3.145 + \$0.84 + \$1.5 + \$0.95 = \$6.43$

PUNTO DE EQUILIBRIO =  $\frac{\$12,691.70}{\$6.43} = 1973.83 = 1974$  UNIDADES

A continuación se relacionaran las 1974 unidades con los porcentajes de participación de cada producto para determinar la cantidad que hay que vender de cada una de ellas a fin de lograr el punto de equilibrio.

Producto A =  $1974 \times .50 = 987$  unidades

Producto B =  $1974 \times .15 = 296$  unidades

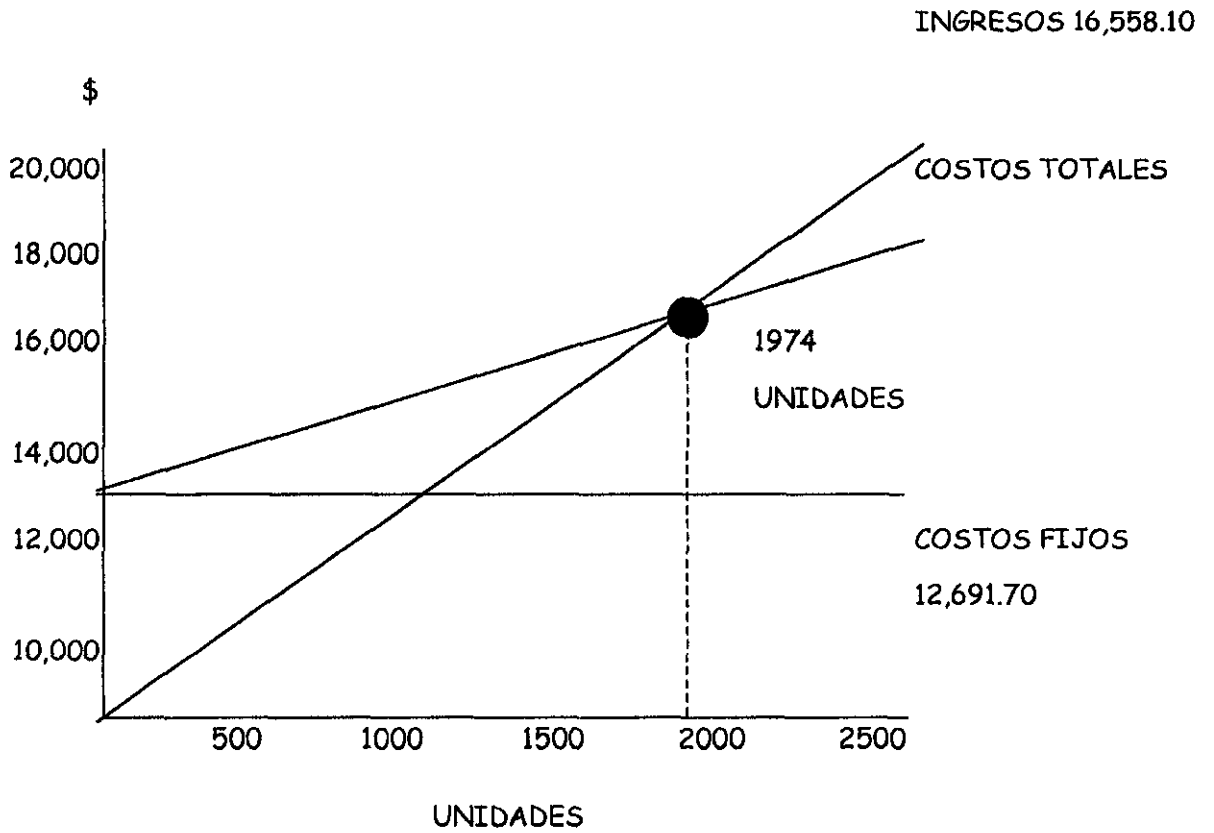
Producto C =  $1974 \times .20 = 395$  unidades

Producto D =  $1974 \times .15 = 296$  unidades

Es necesario analizar si, de acuerdo con esta composición, se logra el Punto de Equilibrio.

	PRODUCTOS				
	A	B	C	D	TOTAL
Ventas	\$7,234.70	\$2,199.20	\$4,214.60	\$2,909.60	\$16,558.10
Costos	\$1026.90	\$559.90	\$1,252.50	\$1,027.10	\$3,866.40
Variables					
Margen de Contribución	\$6,207.80	\$1,639.30	\$2,962.10	\$1,882.50	\$12,691.70
Costos Fijos					\$12,691.70
Utilidad					0

4.2.3. EXPRESIÓN GRÁFICA DEL PUNTO DE EQUILIBRIO



### 4.3. PRESUPUESTOS PROYECTADOS

#### 4.3.1 INDICE NACIONAL DE PRECIOS AL CONSUMIDOR

INDICE NACIONAL DE PRECIOS AL CONSUMIDOR			
MES	1995	1996	1997
ENERO	107.1430	162.5560	205.5410
FEBRERO	111.6841	166.3500	208.9950
MARZO	118.2700	170.0120	211.5960
ABRIL	127.6900	174.8450	213.8820
MAYO	133.0290	178.0320	215.8340
JUNIO	137.2510	180.9310	217.7470
JULIO	140.0409	183.5030	219.6460
AGOSTO	142.3720	185.9420	221.5990
SEPTIEMBRE	145.3170	188.9150	224.3590
OCTUBRE	148.3070	191.2730	
NOVIEMBRE	151.9640	194.1710	
DICIEMBRE	166.9160	200.3880	

MES			FACTOR
ENERO	INPC DE ENERO 97	205.541	1.03
	INPC DE DICIEMBRE 96	200.388	
FEBRERO	INPC DE FEBRERO 97	208.995	1.02
	INPC DE ENERO 97	205.511	
MARZO	INPC DE MARZO 97	211.596	1.01
	INPC DE FEBRERO 97	208.995	
ABRIL	INPC DE ABRIL 97	213.882	1.01
	INPC DE MARZO 97	211.596	
MAYO	INPC DE MAYO 97	215.834	1.01
	INPC DE ABRIL 97	213.882	
JUNIO	INPC DE JUNIO 97	217.747	1.01
	INPC DE MAYO 97	215.834	
JULIO	INPC DE JULIO 97	219.646	1.01
	INPC DE JUNIO 97	217.747	
AGOSTO	INPC DE AGOSTO 97	221.599	1.01
	INPC DE JULIO 97	219.646	

SEPTIEMBRE	INPC DE SEPTIEMBRE 97	224.35	1.01
	INPC DE AGOSTO 97	221.599	
OCTUBRE	INPC DE OCTUBRE 96	191.273	1.01
	INPC DE SEPTIEMBRE 96	188.915	
NOVIEMBRE	INPC DE NOVIEMBRE 96	194.171	1.02
	INPC DE OCTUBRE 96	191.273	
DICIEMBRE	INPC DE DICIEMBRE 96	200.388	1.2
	INPC DE NOVIEMBRE 96	194.71	

#### 4.3.2. PRESUPUESTO DE VENTAS

Las ventas estimadas para cada uno de los periodos se determinaron tomando en consideración, el punto de equilibrio que nos da la cantidad que hay que vender de cada producto, así como de la entrada de los posibles clientes partiendo de la hora pico que en el estudio de mercado se reflejo este resultado. Por lo que se supone que las ventas aumentarán en un 100%.

En el Presupuesto de Venta el total vendido se integra por el número de ventas en unidades de cada producto por el precio de venta obteniendo así el total presupuestado a un año.

**PRESUPUESTO DE VENTAS PRODUCTO A**

MES	VENTA EN UNIDADES	PRECIO DE VENTA	TOTAL
ENERO	2046	\$7.40	\$15,140.40
FEBRERO	1848	\$7.48	\$13,823.04
MARZO	2046	\$7.55	\$15,447.30
ABRIL	1980	\$7.62	\$15,087.60
MAYO	2046	\$7.70	\$15,754.20
JUNIO	1980	\$7.78	\$15,404.40
JULIO	2046	\$7.86	\$16,081.56
AGOSTO	2046	\$7.94	\$16,245.24
SEPTIEMBRE	1980	\$8.02	\$15,879.60
OCTUBRE	2046	\$8.10	\$16,572.60
NOVIEMBRE	1980	\$8.18	\$16,196.40
DICIEMBRE	2046	\$8.28	\$16,940.88
TOTAL			\$188,573.22

**PRESUPUESTO DE VENTAS PRODUCTO B**

MES	VENTA EN UNIDADES	PRECIO DE VENTA	TOTAL
ENERO	620	\$7.51	\$4,656.20
FEBRERO	560	\$7.58	\$4,244.80
MARZO	620	\$7.66	\$4,749.20
ABRIL	600	\$7.74	\$4,644.00
MAYO	620	\$7.82	\$4,848.40
JUNIO	600	\$7.89	\$4,734.00
JULIO	620	\$7.97	\$4,941.40
AGOSTO	620	\$8.05	\$4,991.00
SEPTIEMBRE	600	\$8.14	\$4,884.00
OCTUBRE	620	\$8.22	\$5,096.40
NOVIEMBRE	600	\$8.30	\$4,980.00
DICIEMBRE	620	\$8.40	\$5,208.00
TOTAL			\$57,977.40

**PRESUPUESTO DE VENTAS PRODUCTO C**

MES	VENTA EN UNIDADES	PRECIO DE VENTA	TOTAL
ENERO	806	\$10.77	\$8,680.62
FEBRERO	728	\$10.87	\$7,913.36
MARZO	806	\$10.97	\$8,841.82
ABRIL	780	\$11.08	\$8,642.40
MAYO	806	\$11.19	\$9,019.14
JUNIO	780	\$11.30	\$8,814.00
JULIO	806	\$11.41	\$9,196.46
AGOSTO	806	\$11.52	\$9,285.12
SEPTIEMBRE	780	\$11.63	\$9,071.40
OCTUBRE	806	\$11.74	\$9,462.44
NOVIEMBRE	780	\$11.85	\$9,243.00
DICIEMBRE	806	\$11.99	\$9,663.94
			<u>\$107,833.70</u>

**PRESUPUESTO DE VENTAS PRODUCTO D**

MES	VENTA EN UNIDADES	PRECIO DE VENTA	TOTAL
ENERO	620	\$9.93	\$6,156.60
FEBRERO	560	\$10.03	\$5,616.80
MARZO	620	\$10.13	\$6,280.60
ABRIL	600	\$10.23	\$6,138.00
MAYO	620	\$10.33	\$6,404.60
JUNIO	600	\$10.43	\$6,258.00
JULIO	620	\$10.53	\$6,528.60
AGOSTO	620	\$10.63	\$6,590.60
SEPTIEMBRE	600	\$10.73	\$6,438.00
OCTUBRE	620	\$10.83	\$6,714.60
NOVIEMBRE	600	\$10.94	\$6,564.00
DICIEMBRE	620	\$11.07	\$6,863.40
TOTAL			<u>\$76,553.80</u>

### 4.3.3. PRESUPUESTO DE COMPRAS

Este Presupuesto esta ligado con el Presupuesto de Ventas ya que se traslada a éste el número de ventas en unidades de cada producto, por el precio de compra que este se determina por la selección de los mejores Proveedores.

**PRESUPUESTO DE COMPRAS PRODUCTO A**

MES	COMPRA EN UNIDADES	PRECIO DE COMPRA	TOTAL
ENERO	2046	\$1.051	\$2,150.35
FEBRERO	1848	\$1.061	\$1,960.73
MARZO	2046	\$1.072	\$2,193.31
ABRIL	1980	\$1.083	\$2,144.34
MAYO	2046	\$1.094	\$2,238.32
JUNIO	1980	\$1.105	\$2,187.90
JULIO	2046	\$1.116	\$2,283.34
AGOSTO	2046	\$1.127	\$2,305.84
SEPTIEMBRE	1980	\$1.139	\$2,255.22
OCTUBRE	2046	\$1.150	\$2,352.90
NOVIEMBRE	1980	\$1.162	\$2,300.76
DICIEMBRE	2046	\$1.176	\$2,406.09
TOTAL			\$26,779.10

**PRESUPUESTO DE COMPRAS PRODUCTO B**

MES	COMPRA EN UNIDADES	PRECIO DE COMPRA	TOTAL
ENERO	620	\$1.91	\$1,184.20
FEBRERO	560	\$1.93	\$1,080.80
MARZO	620	\$1.95	\$1,209.00
ABRIL	600	\$1.97	\$1,182.00
MAYO	620	\$1.99	\$1,233.80
JUNIO	600	\$2.00	\$1,200.00
JULIO	620	\$2.03	\$1,258.60
AGOSTO	620	\$2.05	\$1,271.00
SEPTIEMBRE	600	\$2.07	\$1,242.00
OCTUBRE	620	\$2.09	\$1,295.80
NOVIEMBRE	600	\$2.11	\$1,266.00
DICIEMBRE	620	\$2.14	\$1,326.80
<b>TOTAL</b>			<b>\$14,750.00</b>

**PRESUPUESTO DE COMPRAS PRODUCTO C**

MES	COMPRA EN UNIDADES	PRECIO DE COMPRA	TOTAL
ENERO	806	\$3.20	\$2,579.20
FEBRERO	728	\$3.23	\$2,351.44
MARZO	806	\$3.26	\$2,627.56
ABRIL	780	\$3.29	\$2,566.20
MAYO	806	\$3.32	\$2,675.92
JUNIO	780	\$3.35	\$2,613.00
JULIO	806	\$3.38	\$2,724.28
AGOSTO	806	\$3.41	\$2,748.46
SEPTIEMBRE	780	\$3.44	\$2,683.20
OCTUBRE	806	\$3.47	\$2,796.82
NOVIEMBRE	780	\$3.50	\$2,730.00
DICIEMBRE	806	\$3.54	\$2,853.24
<b>TOTAL</b>			<b>\$31,949.32</b>

**PRESUPUESTO DE COMPRAS PRODUCTO D**

MES	COMPRA EN UNIDADES	PRECIO DE COMPRA	TOTAL
ENERO	620	\$3.50	\$2,170.00
FEBRERO	560	\$3.53	\$1,976.80
MARZO	620	\$3.56	\$2,207.20
ABRIL	600	\$3.60	\$2,160.00
MAYO	620	\$3.64	\$2,256.80
JUNIO	600	\$3.68	\$2,208.00
JULIO	620	\$3.71	\$2,300.20
AGOSTO	620	\$3.75	\$2,325.00
SEPTIEMBRE	600	\$3.79	\$2,274.00
OCTUBRE	620	\$3.83	\$2,374.60
NOVIEMBRE	600	\$3.87	\$2,322.00
DICIEMBRE	620	\$3.92	\$2,430.40
<b>TOTAL</b>			<b>\$27,005.00</b>

**4.3.4. PRESUPUESTO DE SUELDOS Y SALARIOS**

Este presupuesto esta ligado al Estado de Resultados Proyectado a un año de la Cafetería y nos sirve como fuente de información para sacar parte del Flujo de Efectivo Proyectado.

También es importante estimarlo para tener una idea clara de cuanto se le tiene que pagar a los empleados en un año.

PRESUPUESTO DE SUELDOS Y SALARIOS			
<i>MES</i>	<i>NOMINA MENSUAL</i>	<i>CREDITO AL SALARIO</i>	<i>TOTAL</i>
ENERO	5137.38	\$843.60	\$5,980.98
FEBRERO	5189.78	\$852.29	\$6,042.07
MARZO	5242.19	\$860.98	\$6,103.17
ABRIL	5295.14	\$869.68	\$6,164.82
MAYO	5348.62	\$878.46	\$6,227.08
JUNIO	5402.64	\$887.33	\$6,289.97
JULIO	5457.21	\$896.29	\$6,353.50
AGOSTO	5512.33	\$905.34	\$6,417.67
SEPTIEMBRE	5568	\$914.48	\$6,482.48
OCTUBRE	5624.24	\$923.72	\$6,547.96
NOVIEMBRE	5681.6	\$933.14	\$6,614.74
DICIEMBRE	5749.78	\$944.34	\$6,694.12
TOTAL			\$75,918.56

#### 4.3.5. PRESUPUESTOS DE GASTOS DE OPERACIÓN

Dentro de este presupuesto se han desglosado los diferentes conceptos en los que se puede incurrir en cada mes durante un año de actividades.

PRESUPUESTO DE GASTOS DE OPERACIÓN

CONCEPTO	I	II	III	IV	TOTAL
RENTA	\$13,500.00	\$13,500.00	\$13,500.00	\$13,500.00	\$54,000.00
ENERGIA ELECTRICA	\$560.34	\$560.34	\$560.34	\$560.34	\$2,241.36
AGUA	\$498.00	\$498.00	\$498.00	\$498.00	\$1,992.00
GAS	\$679.20	\$679.20	\$679.20	\$679.20	\$2,716.80
SERV.LIMPIA	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$120.00
SUELDOS Y SALARIOS	\$18,126.22	\$18,681.87	\$19,253.65	\$19,856.82	\$75,918.56
CUOTA PATRONAL IMSS	\$3,736.64	\$3,851.14	\$3,969.00	\$4,093.35	\$15,650.13
INFONAVIT	\$778.47	\$802.32	\$826.88	\$852.78	\$3,260.45
TELEFONO	\$1,018.80	\$1,018.80	\$1,018.80	\$1,018.80	\$4,075.20
SEGURO CONTRA DAÑOS	\$375.00	\$375.00	\$375.00	\$375.00	\$1,500.00
PAPELERIA	\$350.00	\$350.00	\$350.00	\$350.00	\$1,400.00
1 % SOBRE NOMINA	\$155.69	\$160.46	\$165.37	\$170.56	\$652.08
DEPRECIACION DE MAQUINARIA Y EQ.	\$1,476.57	\$1,476.57	\$1,476.57	\$1,476.57	\$5,906.28
DEPRECIACION DE MOBILIARIO Y EQUIPO	\$274.41	\$274.41	\$274.41	\$274.41	\$1,097.64
AMORTIZACIÓN GROS DE INSTALACIÓN	\$64.74	\$64.74	\$64.74	\$64.74	\$258.96
<b>SALDO</b>	<b>\$41,624.08</b>	<b>\$42,322.85</b>	<b>\$43,041.96</b>	<b>\$43,800.57</b>	<b>\$170,789.46</b>
-DEPRECIACION DE MAQUINARIA	\$1,476.57	\$1,476.57	\$1,476.57	\$1,476.57	\$5,906.28
-DEPRECIACION DE MOBILIARIO Y EQUIPO	\$274.41	\$274.41	\$274.41	\$274.41	\$1,097.64
- AMORTIZACION	\$64.74	\$64.74	\$64.74	\$64.74	\$258.96
<b>SALDO PARA FLUJO EFECTIVO</b>	<b>\$39,808.36</b>	<b>\$40,507.13</b>	<b>\$41,226.24</b>	<b>\$41,984.85</b>	<b>\$163,526.58</b>

Gasto Operativo.

B) DEPRECIACIÓN DE MOBILIARIO Y EQUIPO

DEPRECIACION DE MOBILIARIO Y EQUIPO 10%

MES	% MENSUAL	VALOR ACTUAL	DEPRECIACION DEL EJERCICIO	DEPRECIACION ACUMULADA	DEPRECIACION TOTAL	SALDO
ENERO	0.00833	\$10,970.00	\$91.47	\$0.00	\$91.47	\$10,878.53
FEBRERO	0.00833	\$10,970.00	\$91.47	\$91.47	\$182.83	\$10,787.17
MARZO	0.00833	\$10,970.00	\$91.47	\$182.83	\$274.25	\$10,695.75
ABRIL	0.00833	\$10,970.00	\$91.47	\$274.25	\$365.67	\$10,604.33
MAYO	0.00833	\$10,970.00	\$91.47	\$365.67	\$457.08	\$10,512.92
JUNIO	0.00833	\$10,970.00	\$91.47	\$457.08	\$548.50	\$10,421.50
JULIO	0.00833	\$10,970.00	\$91.47	\$548.50	\$639.92	\$10,330.08
AGOSTO	0.00833	\$10,970.00	\$91.47	\$639.92	\$731.33	\$10,238.67
SEPTIEMBRE	0.00833	\$10,970.00	\$91.47	\$731.33	\$822.75	\$10,147.25
OCTUBRE	0.00833	\$10,970.00	\$91.47	\$822.75	\$914.17	\$10,055.83
NOVIEMBRE	0.00833	\$10,970.00	\$91.47	\$914.17	\$1,005.58	\$9,964.42
DICIEMBRE	0.00833	\$10,970.00	\$91.47	\$1,005.58	\$1,097.00	\$9,873.00

C) AMORTIZACIÓN DE GASTOS DE INSTALACIÓN.

AMORTIZACION DE GASTOS DE INSTALACION 5%

MES	%MENSUAL	VALOR ACTUAL	AMORTIZACION ACUMULADA	AMORTIZACION EJERCICIO	AMORTIZACION TOTAL	SALDO
ENERO	0.00417	\$5,180.00	\$0.00	\$21.58	\$21.58	\$5158.42
FEBRERO	0.00417	\$5,180.00	\$21.58	\$21.58	\$43.16	\$5136.84
MARZO	0.00417	\$5,180.00	\$43.16	\$21.58	\$64.74	\$5115.26
ABRIL	0.00417	\$5,180.00	\$64.74	\$21.58	\$86.32	\$5093.68
MAYO	0.00417	\$5,180.00	\$86.32	\$21.58	\$107.90	\$5072.1
JUNIO	0.00417	\$5,180.00	\$107.90	\$21.58	\$129.48	\$5050.52
JULIO	0.00417	\$5,180.00	\$129.48	\$21.58	\$151.06	\$5028.94
AGOSTO	0.00417	\$5,180.00	\$151.06	\$21.58	\$172.64	\$5007.36
SEPTIEMBRE	0.00417	\$5,180.00	\$172.64	\$21.58	\$194.22	\$4985.78
OCTUBRE	0.00417	\$5,180.00	\$194.22	\$21.58	\$215.80	\$4964.2
NOVIEMBRE	0.00417	\$5,180.00	\$215.80	\$21.58	\$237.38	\$4942.62
DICIEMBRE	0.00417	\$5,180.00	\$237.38	\$21.58	\$258.96	\$4921.04

#### 4.4. ESTADOS FINANCIEROS.

##### 4.4.1. FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO

Al desarrollar el flujo de efectivo proyectado se tomó como saldo inicial, la inversión inicial menos los gastos, la maquinaria, mobiliario y equipo.

El cual se incrementará por las entradas que generará la empresa por sus ventas al contado y disminuyendo por las salidas en cada periodo por las Cuentas de Compras, Gastos de Operación, Iva Acreditable, Pago de Impuestos . Así como el saldo de cada periodo se invertirá para que se generen intereses a nuestro favor. De esta manera se obtiene el saldo final del Flujo de Efectivo que se presentará en la cuenta de caja en el respectivo Estado Financiero ( Balance General).

FLUJO DE EFECTIVO					
CONCEPTO	I	II	III	IV	TOTAL
SALDO INICIAL	\$14,018.35	\$47,602.11	\$81,544.42	\$118,900.94	\$14,108.35
+ ENTRADAS					
Ventas al Contado	\$101,550.74	\$105,748.74	\$110,132.98	\$113,505.58	\$430,938.04
SALDO DISPONIBLE	\$115,569.09	\$153,350.85	\$191,677.40	\$232,406.52	\$444,956.39
- SALIDAS					
Compras	\$23,690.59	\$24,666.28	\$25,671.14	\$26,455.41	\$100,483.42
Gastos de Operación	\$39,808.36	\$40,507.13	\$41,226.24	\$41,984.85	\$163,526.58
Iva Acreditable	\$5,971.25	\$6,076.07	\$6,183.93	\$6,297.73	\$24,528.98
Pago de Impuestos ISR	\$0.00	\$3,132.03	\$3,449.92	\$3,705.17	\$10,287.12
TOTAL DE SALIDAS	\$69,470.20	\$74,381.51	\$76,531.23	\$78,443.16	\$298,826.10
SALDO	\$46,098.89	\$78,969.34	\$115,146.17	\$153,963.36	\$146,130.28
INTERESES	\$1,503.22	\$2,575.08	\$3,754.76	\$5,020.54	\$12,853.60
SALDO FINAL	\$47,602.11	\$81,544.42	\$118,900.94	\$158,983.90	\$158,983.90

#### 4.4.2. ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

En base a los Presupuestos de Venta, Compras, Gastos de Operación, se logra desarrollar el Presente Estado de Resultados Proyectado a Un Año. ( ver tabla 1)

#### 4.4.3. BALANCE GENERAL PROYECTADO

Para realizar el Presente Balance General Proyectado se tomó en cuenta el Flujo de Efectivo Proyectado; el Estado de Resultados proyectado, se determinó la Depreciación Acumulada Anual de 1998 por el Método de Línea Recta a los bienes de Activo Fijo y la Amortización Acumulada anual de los Gastos Erogados del activo Diferido. (ver tabla 2)

<b>Tabla 1.</b>		<b>LA CATEDRAL DEL CAFÉ.</b>		
<b>ESTADO DE RESULTADOS ANUAL PROYECTADO DEL 1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DE 1998.</b>				
VENTAS TOTALES	\$430,938.04			
-COMPRAS TOTALES	\$100,483.42			
UTILIDAD BRUTA		\$330,454.62		
GASTOS DE OPERACIÓN		\$170,789.46		
+ PRODUCTOS FINANCIEROS		\$12,853.60		
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO			\$172,518.76	
ISR		\$14,551.56		
PTU 10%		\$17,251.87	\$31,803.43	
RESULTADO DEL EJERCICIO				\$140,715.33

<b>Tabla 2. LA CATEDRAL DEL CAFÉ</b> <b>BALANCE GENERAL PROYECTADO AL 31 DE DICIEMBRE DE 1998.</b>					
<u>ACTIVO</u>			<u>PASIVO</u>		
<u>CIRCULANTE</u>			ISR por Pagar		
Caja	\$146,130.28		PTU por Pagar	\$4,264.44	
Intereses pagados por inversión	\$12,853.60		TOTAL DEL PASIVO	\$17,251.87	\$21,516.31
Iva Acreditable	\$24,528.99				
TOTAL DEL ACTIVO CIRCULANTE		\$183,512.87			
<u>FIJO</u>			<u>CAPITAL CONTABLE</u>		
Maquinaria y Equipo	\$29,531.65		Capital Social	\$60,000.00	
Depreciación de mobiliario y equipo	(\$5,906.33)		RESULTADO DEL EJERCICIO	\$140,715.33	
Mobiliario y Equipo	\$10,970.00		TOTAL DEL CAPITAL CONTABLE		\$200,715.33
Depreciación de mobiliario y equipo	(\$1,097.00)				
TOTAL DEL ACTIVO FIJO		\$33,497.68			
<u>DIFERIDO</u>					
Gastos de Constitución	\$300.00				
Gastos de Instalación	\$5,180.00				
Amortización Gastos de Instalación	(\$258.96)				
TOTAL DEL ACTIVO DIFERIDO		\$5,221.04			
TOTAL DEL ACTIVO		<u>\$222,231.60</u>	TOTAL PASIVO +CAPITAL		<u>\$222,231.60</u>

CAPITULO V

## ESTUDIO ECONÓMICO

Este Estudio es la última parte que se analizará para el Proyecto de Inversión en el que se aplicarán técnicas de Evaluación Económica y Financiera, para comprobar si es factible el Proyecto.

En esta parte se hará un análisis financiero por medio de Razones Financieras para determinar cuál será la posición de la Empresa y conocer el manejo de los Recursos.

También se analizarán los métodos de Evaluación Económica más utilizados como son la Tasa Interna de Retorno (TIR) y Valor Presente Neto (VPN) para comprobar la Rentabilidad Económica del Proyecto.

## 5.1. RAZONES FINANCIERAS

### 5.1.1. RAZÓN DE LIQUIDEZ

Miden la Capacidad que tiene la empresa para cubrir sus necesidades en el corto plazo.

#### A) Razón de Capital de Trabajo

Activo Circulante = \$ 183,512.87 = 8.50 veces

Pasivo Circulante     \$ 21,516.31

La empresa dispone de 8.50 veces de Activo Circulante para pagar cada \$ 1.00 de obligaciones a Corto Plazo.

Esto es bueno para la empresa ya que en un año tiene la capacidad de pasivos a Corto Plazo.

Esta es la única razón de liquidez que se aplicara en la empresa ya que no cuenta con inventario, ya que se trabaja con productos perecederos, y las ventas son de contado.

## 5.1.2. RAZONES DE SOLVENCIA.

### A) Pasivo Total a Capital Contable

Pasivo Total = \$ 21,516.31 = 0.10

Capital Contable \$200,715.33

Por cada \$0.10 que los Acreedores han invertido en la empresa los inversionistas han invertido \$ 1.00.

Por lo que se dice que los inversionistas son importantes en la organización.

### B) Capital Contable a Activos Totales.

Capital Contable = \$ 200,715.33 = 0.90 = 90%

Activos Totales \$ 222,231.60

La participación de la inversión en el total de los Activos de la empresa es de 90%.

C) Activos Totales al Capital Contable.

$$\underline{\text{Activos totales}} = \underline{\$ 222,231.60} = 1.10$$

$$\text{Capital contable} \quad \$ 200,715.33$$

Por cada peso que se invierte en el negocio se requiere de 1.10 de Activos y por lo tanto 0.10 de Financiamiento Externo.

D) Activo Circulante al Capital Contable.

$$\underline{\text{Activo Circulante}} = \underline{\$ 183,512.87} = 0.91 \text{ veces}$$

$$\text{Capital Contable} \quad \$ 200,715.33$$

Los inversionistas han invertido 0.91 a 1 con relación a esta parte de los Activos.

E) Activo Fijo Neto al Capital Contable

$$\underline{\text{Activo Fijo}} = \underline{\$ 33,497.68} = 0.16 \quad 16\%$$

$$\text{Capital Contable} \quad \$200,715.33$$

Por cada peso que se invirtió el 16% se proporcionará para Activo Fijo.

F) Capital de Trabajo al Capital Contable

$$\frac{\text{Act. CIRCULANTE} - \text{Pas. CIRCULANTE}}{\text{Capital Contable}} = \frac{\$161,996.56}{\$200,715.33} = 0.80 \quad 80\%$$

El 80% de Capital de Trabajo participa en el Capital Contable de la Empresa.

5.1.3. RAZONES DE RENDIMIENTO SOBRE LA INVERSIÓN

A) Utilidad Neta a Inversión Inicial

$$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Inversión Inicial}} = \frac{\$140,715.33}{\$60,000.00} = 2.34 \quad 234\%$$

Por cada \$ 1.00 invertido se tiene 234% de Ganancia.

B) Utilidad Neta a Ventas

Utilidad Neta = \$ 140,715.33 = 0.32 32%

Ventas Netas \$ 430,938.04

Por cada \$ 1.00 invertido se gana 0.32 32%

C) Ventas Netas a Activos totales

Ventas = \$ 430,938.04 = 1.93 193%

Activos Totales \$ 222, 231.60

D) Ventas Netas a Capital de Trabajo

Ventas Netas = \$ 430,938.04 = 2.66 veces

Capital de Trabajo \$ 161,996.56

Por cada \$ 1.00 de Capital de Trabajo se genera 266% de Ventas.

## 5.2. EVALUACION FINANCIERA POR MEDIO DE LA TIR Y VPN.

### 5.2.1. TIR (TASA INTERNA DE RETORNO).

DEFINICIÓN: TIR es la tasa de descuento que hace que el VPN sea igual a cero. Ya que es la tasa que iguala la suma de Flujos de Efectivo Descontados a la Inversión Inicial.

Fórmula:

$$\text{Inversión Inicial} = \frac{U}{(1+i)^n}$$

Despejar i:

$$i = U / I - 1$$

Sustituir:

$$i = \$140,715.33 / \$60,000 - 1$$

$$i = 234.52 \%$$

Este resultado que arroja la Cafetería después de funcionar un año supone que la empresa está muy bien económicamente ya que la TIR es mayor que la Tasa de Rendimiento Esperada Mínima Aceptable (TRAMA) que en este caso se tomó como referencia a los Cetes a 28 días con 21.17 puntos porcentuales.

### 5.2.2. VPN (VALOR PRESENTE NETO).

DEFINICIÓN: Es el Valor monetario que resulta de Restar la Suma de los Flujos Descontados a la Inversión inicial.

Formula:

$$VPN = \frac{U}{(1 + i)^n}$$

Sustituir:

$$\begin{aligned} VPN &= \$ 140,715.33 / (1 + :30)^1 \\ &= \$ 108,242.56 \end{aligned}$$

Este resultado es positivo, ya que es mayor que 1, por lo que se obtienen ganancias. Tomando como referencia de Tasa de Rendimiento (TRAMA) a la Inflación de 1996, que fue de 30%.

Las dos tasas que se toman para hacer el análisis del estudio económico se comparan con la Tasa de Inversión (TRAMA), tomando como referencia la Inflación de 1996, para hacer una comparación con datos reales.

## CONCLUSIONES GENERALES

Después haber terminado el análisis de las etapas que integran éste proyecto de inversión, se puede concluir que la hipótesis planteada al inicio de este estudio se comprueba, es decir el proyecto analizado es rentable y recuperable a corto plazo.

Haciendo referencia a la Investigación de Mercado, se obtuvo el resultado de que hay demanda en Centro Histórico de la Ciudad de Puebla de que exista una Cafetería para gente joven, ya que de 96 personas encuestadas que son la muestra representativa de la población a la cual se pretende llegar el 63% dio una respuesta afirmativa, además se comprobó que el 95% de las personas gusta salir a tomar café, el 62% gasta de \$11.00 a 20.00, y en un horario de 8.00 a 11 a.m. el 86% de las personas acostumbra a hacerlo en esta zona de la Ciudad.

También se obtuvieron resultados de los gustos y preferencias de las personas que opinan que les gustaría una cafetería con un ambiente bohemio con una decoración rústica en el Centro Histórico y sugiere que se ofrezca solo el servicio de cafetería ya que en la

mayoría de los lugares establecidos ofrecen también el servicio de restaurante o bar.

Es de importancia destacar que un Estudio Técnico asegura la Calidad con la que se va a realizar el Proyecto , para contar con un lugar confiable y seguro.

En este estudio se presentó en detalle todo lo necesario para llevar a cabo el establecimiento de una cafetería, mostrando esquemáticamente las características y lineamientos requeridos para la distribución de esta.

Con este Estudio se buscó dar respuesta a las necesidades y debilidades que se expusieron en el Estudio de Mercado, identificando entre otras cosas la localización óptima, el tamaño de la cafetería y todo lo necesario para su constitución.

No se limitó el proyecto solo al aspecto operativo del negocio, sino que se tomo en cuenta el punto de vista organizacional, al igual que el punto de vista administrativo ya que es necesario tener un Control del negocio y tomar en cuenta el aspecto humano dentro de la Cafetería.

En cuanto al análisis financiero aplicado al proyecto se presentó un panorama optimista a pesar de la situación económica por la que pasa el País y aunque no se ha dado una estabilización de los precios, el Proyecto es Rentable ya que se dan resultados positivos por arriba de la Inversión Inicial de \$ 45,981.65 que es la cantidad requerida para poner en marcha el Proyecto, estimando los recursos que se necesitan tanto para la instalación y para el funcionamiento de la empresa.

Para llegar a este resultado se procedió a sacar el Punto de Equilibrio para igualar los Costos con los Ingresos, el cuál por tener diferentes productos se clasificaron en cuatro grupos ( Cafés, Bebidas, Postres y Comidas), para sacar un punto de Equilibrio Combinado el cual nos da la cantidad de productos a vender para cubrir los costos mensuales.

Se elaboró un análisis Financiero por medio de Presupuestos a una año del 1º de Enero al 31 de Diciembre de 1998 para determinar cuales serán los ingresos y egresos del negocio tomando en cuenta las expectativas inflacionarias por medio del Indice Nacional de Precios para determinar la situación financiera de la Cafetería la cuál será favorable en virtud de que el valor de los activos reportados

garantizan el valor de los pasivos, teniendo una Utilidad Neta anual de \$140,715.33 por lo que se confirma que el Proyecto es Rentable ya que cubre la Inversión Inicial y deja una Utilidad aceptable.

Por medio del análisis de las Razones Financieras se comprobó que en un periodo de un año la empresa tiene una liquidez de 8.50 veces la capacidad de cubrir sus necesidades a corto plazo. Al igual que el rendimiento que tendrán los Inversionistas por cada peso aportado será de 234% de Ganancia.

También se realizó un Estudio por medio de la Tasa Interna de Retorno (TIR) que arrojó 234.52% de Utilidad del Proyecto en un año. Comparando este rendimiento con la Tasa de Rendimiento Esperada Mínima Aceptable (TRAMA) que se tomó como referencia a los Cetes a 28 días con un valor de 21.17 puntos porcentuales , se llega a la conclusión de que el Rendimiento esta muy por arriba de lo que se puede ganar en otro tipo de Inversión.

También se realizó el análisis con Valor Presente Neto (VPN) el cuál arrojó el resultado de \$ 108,244.52 de Utilidad considerando una Inflación del 30% del año de 1996, ocupando un dato real y no estimado de lo que pudiera suceder en la Economía del País para el año en curso.

Es por todo esto que el Proyecto de Inversión para una Cafetería en Portal Hidalgo con vista a la calle 3 poniente # 102 en el Centro Histórico ofrece rendimientos altos para los inversionistas y también da como resultado un Nuevo Conceptos en Cafeterías.

## GLOSARIO

**AMORTIZACIÓN.-** Acción y efecto de redimir. Recuperar los fondos invertidos.

**ANÁLISIS.-** Método que va de lo compuesto a lo sencillo.

**AUTOPOLINIZACIÓN.-** Es un método de polinización más seguro, no sujeto a los asares de las brisas o insectos voladores.

**BAYA DRUPACEA.-** Es el tipo más general de fruto carnoso que encierra una sola semilla.

**DEGUSTACIÓN.-** Acción de gustar o probar una cosa.

**DEPRECIACIÓN.-** Disminuir el Valor o el precio de una cosa.

**EMPRENDEDOR.-** Que emprende cosas difíciles, atrevidas.

**FUSIÓN.-** Paso de un cuerpo sólido al estado líquido por medio del calor.

**IDONEO.-** Conveniente, propio para una cosa.

**INFUSIÓN.-** Acción de extraer de una sustancia sus partes solubles por medio de agua caliente.

**INSUMO.-** Factor de Producción.

**MEZQUITA.-** Edificio religioso Mahometano. Sinónimo de Iglesia.

**PLANTAS ALOGAMAS.-** Plantas de diferente producción.

**PLANTAS AUTOGAMAS.-** Plantas que se reproducen por sí mismas.

POBLACIONES HETEROGENEAS.- Poblaciones de naturaleza diferente.

POLINIZACIÓN CRUZADA.- Produce diferentes combinaciones de genes existentes, del polen al estigma en las flores.

POSTRIMERÍA.- Último periodo de vida

PROYECTO.- Representación de la obra que se ha de fabricar con indicaciones del precio y demás detalles.

**BIBLIOGRAFIA**

BACA Urbina Gabriel. Evaluación de Proyectos. 2da ed, México, Mc Graw Hill, 1995.

BERESFORD Lynn. "Comercialización Creativa". Entrepreneur. Para el éxito del emprendedor. (México Octubre de 1996).

CRONQUIST Arthur. Introducción a la Botánica. 2da ed México Cecsá 1986.

FISCHER Laura. Mercadotecnia. 2da. Ed, México, Mc Graw Hill, 1995.

FULLER J. Harry ; RITCHIE Donald. Botánica General. 3era. ed México., Cecsá 1986.

GABRINSKY Salo., Más sobre empresas familiares ., 2da ed, México, Trillas. 1996.

GABRINSKY Salo., Mujeres y sus empresas., 2da ed. México, Trillas 1996.

GUAJARDO Cantú Gerardo. Contabilidad Financiera. Mc Graw Hill. México 1995.

HAARER A.E. Producción Moderna del Café. Cecsá México 1994.

KOONTZ Harold ; WEIHRICH Hernz. Administración. 9a ed, trad. J. Manuel Salazar, México, Mc Graw Hill, 1991.

LOZA Maricela., Diccionario Enciclopédico Ilustrado .ed 1997  
México , editores Mexicanos unidos.

MC- GARVEY. "Ahora y después". Entrepreneur. Para el éxito del emprendedor. (México. Octubre de 1995) .

MC-GARVEY Robert. "La razón de su negocio es servir". Entrepreneur.  
Para el éxito del emprendedor. ( México. Septiembre de 1995).

RENARD María Cristina. Comercializadora Internacional del Café.  
Cecsá México 1993.

SCARLATO Nancy. "Más vale prevenir que lamentar". Entrepreneur.  
Para el éxito del emprendedor. (México. Agosto de 1995).

**ANEXOS**

ANTES DE INICIAR EL LLENADO, LEA LAS INSTRUCCIONES DEL REVERSO

CBS

ADMINISTRACION LOCAL DE RECAUDACION

2

REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES

INDICAR CON "X" PERSONA FISICA PERSONA MORAL SI EL TRAMITE ES NORMAL COMPLEMENTARIO

**DATOS GENERALES DPL CONTRIBUYENTE**

3 APELLIDO PATERNO MATERNO Y NOMBRE (S) O DENOMINACION O RAZON SOCIAL

4 DOMICILIO FISCAL O DOMICILIO DEL ESTABLECIMIENTO: CALLE No. Y/O LETRA EXTERIOR No. Y/O LETRA INTERIOR  
 COLONIA TELEFONO

REFERENCIA ENTRE LAS CALLES DE Y DE

MUNICIPIO O DELEGACION EN EL D.F. CODIGO POSTAL

LOCALIDAD ENTIDAD FEDERATIVA

5 SOLICITUD DE INSCRIPCION  
 FECHA DE NACIMIENTO O FECHA DE FIRMA DE LA ESCRITURA O DOCUMENTO CONSTITUTIVO ANO MES DIA FECHA DE INICIO DE OPERACIONES ANO MES DIA  
 ACTIVIDAD PREPONDERANTE (DESCRIBA)  
 OBLIGACIONES FISCALES (CLAVE)

6 EN CASO DE ESTAR OBLIGADO EN EL REGIMEN SIMPLIFICADO A PRESENTAR RELACION DE BIENES Y DEUDAS, INDIQUE MONTO DE BIENES DEUDAS CAPITAL DE APORTACION

7 CAMBIO DE SITUACION FISCAL OBLIGACIONES FISCALES (CLAVE)

MARQUE CON UNA "X" EL TIPO DE MOVIMIENTO	ANO	MES	DIA	ALIMENTO	CANCELACION EN EL REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES
1 AUMENTO Y/O DISMINUCION DE OBLIGACIONES FISCALES				DISMINUCION	
2 ASALARIADOS QUE AUMENTAN OBLIGACIONES POR OTRAS ACTIVIDADES				AUMENTO	
3 CAMBIO DE DOMICILIO FISCAL					
4 APERTURA DE ESTABLECIMIENTOS O LOCALES				11	LIQUIDACION TOTAL DEL ACTIVO
5 CIERRE DE ESTABLECIMIENTOS O LOCALES				12	LIQUIDACION DE LA SUCESION
6 SUSPENSION DE ACTIVIDADES				13	DEFUNCION
7 CAMBIO DE DENOMINACION O RAZON SOCIAL				14	FUSION DE SOCIEDADES
8 REANUDACION DE ACTIVIDADES				15	ESCISION TOTAL DE SOCIEDADES
9 INICIO DE LIQUIDACION				16	PERSONAS MORALES NO CONTRIBUYENTES (QUE NO ENTAN EN LIQUIDACION)
10 APERTURA DE SUCESION					FECHA DE CANCELACION ANO MES DIA

8 SERVICIOS

1 ETIQUETAS CON CODIGO DE BARRAS	2 CEDULA DE IDENTIFICACION FISCAL (EXPEDICION)	3 CEDULA DE IDENTIFICACION FISC/A (REFEDICION)	4 CONSTANCIA DE INSCRIPCION (R.F.C.)	5 SOLICITUD DE COPIAS DE DECLARACIONES
----------------------------------	--	--	--------------------------------------	--

9 DATOS DEL REPRESENTANTE LEGAL O LIQUIDADOR APELLIDOS NOMBRE(S) REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES FIRMA DEL CONTRIBUYENTE REPRESENTANTE LEGAL O LIQUIDADOR

SE PRESENTA POR DUPLICADO

**ANEXO 1.**

INSTRUCCIONES GENERALES

- Esta forma será llenada a máquina o con letra de molde, a tinta negra, con bolígrafo y las letras no deberán invadir los límites de los recuadros.
- En caso de que ésta sea llenada a mano, utilíse números y letras mayúsculas como las siguientes.
- Se podrá utilizar un formulario para varios tipos de trámites.
- En caso de cambio de situación fiscal, invariablemente deberá anotar el tipo de movimiento, la fecha y la(s) clave(s) de obligación(es) fiscal(es), en el renglón correspondiente según sea el caso.
- En cambio de domicilio fiscal, se deberá presentar el aviso correspondiente ante el módulo de atención fiscal o de recepción de trámites fiscales que corresponda a la nueva ubicación del domicilio fiscal.
- Deberán asentarse los datos correspondientes al trámite a efectuar, como se indica en el recuadro siguiente, recordándole que todos los datos requeridos son obligatorios. Se previene que en caso de error u omisión se aplicarán las sanciones establecidas en el Código Fiscal de la Federación.

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9
A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T
U	V	W	X	Y	Z				

RECIBIDO A LITR 248

TRÁMITES A EFECTUAR 1 2 3 4 5 6 7 8 9

SOLICITUD DE INSCRIPCIÓN X X X X X

CAMBIO DE SITUACIÓN FISCAL X X X X X

SERVICIOS X X X X X

X) SOLICITUD PARA ESTE RECIBIDO DEBE PRESENTARSE EN EL MOMENTO DE ENTREGAR EL DOCUMENTO A EFECTUAR.

INSTRUCCIONES ESPECÍFICAS

- El contribuyente deberá anotar el número de la C.R.H. que identifica a la misma Oficina Federal de Hacienda, correspondiente a su domicilio fiscal. En inscripciones se dejará en blanco.
- En seguida de los recuadros correspondientes a "Regístralo Federal de Contribuyentes", recuadro número 7 de la columna del formulario, deberá marcar con "X" si se trata de Persona o Persona Moral e indicar de igual forma si el trámite a realizar es normal o complementario.
- Para el caso de inscripción, las personas físicas deberán anotar su nombre y fecha de nacimiento tal y como aparece en el acta respectiva, las personas morales anotarán la denominación o razón social y la fecha de firma de la escritura o documento constitutivo, tal y como aparece en el mismo.
- Para cambio de situación fiscal, denominación o razón social y registro federal de contribuyentes, tal y como aparece en la constancia de inscripción o cédula de identificación fiscal.
- Anotar domicilio fiscal en caso del aviso de inscripción, tratándose del aviso de apertura o cierre de un establecimiento o local se consignará la ubicación del mismo. En los casos de suspensión o cancelación del R.F.C. anotar el domicilio donde se conservará la documentación fiscal. Se deberá describir con la mayor precisión la ubicación de cada domicilio. En caso de difundirse la descripción de la ubicación se utilizará el renglón marcado "referencia", anotando elementos materiales más cercanos a su domicilio que permitan identificar su ubicación.
- Marque con una "X" el tipo de servicio seleccionado según sea el caso. Para solicitud de cédula de identificación fiscal (referencia), constancia de inscripción y copias de declaraciones, se anexará copia sellada por el banco, de la forma SHCP-5 del pago de derechos.
- Si se trata de persona física deberá estar firmado por éste, o en su caso, por el representante legal o albacea. Tratándose de persona moral, deberá llevar el nombre del representante legal o liquidador y su clave del registro federal de contribuyentes y su firma.
- Las personas físicas que en el recuadro 7 marquen el número 2 "Asalariados que aumentan obligaciones por otras actividades", deberán adjuntar copia certificada del acta de nacimiento.

Con el formulario deberá adjuntarse el documento que acredite el movimiento en los siguientes casos:

	SOLICITUD DE INSCRIPCIÓN
Personas Físicas	Acta de nacimiento (copia certificada) o Cédula o Pasaporte (copia certificada)
Personas Morales	Documento constitutivo (copia certificada)
	CAMBIO DE SITUACIÓN FISCAL
Cambio de denominación o razón social	Documento notarial (copia)
Inicio de liquidación	Documento notarial (copia)
Apertura de Sucesión	Documento en el que el representante acepta el cargo (copia)
	CANCELACIÓN EN EL R.F.C.
Liquidación total del activo:	1. Declaración final de liquidación (copia) 2. Documento notarial (copia) 3. Última declaración del ejercicio (copia)
Liquidación de la Sucesión:	Documento que acredite al albacea (copia)
Defunción:	Acta de defunción (copia)
Fusión de Sociedades:	1. Documento Notarial (copia) 2. Última declaración del ejercicio (copia)
Extinción total de Sociedades:	1. Documento Notarial (copia) 2. Última declaración del ejercicio (copia)
Personas morales no contribuyentes (que no estén en liquidación)	Última declaración del ejercicio (cuando estén obligados)

- En la clave 119 (otros ingresos) quedan incluidos los autores que tributan conforme al régimen simplificado.
- Anotar la fecha de nacimiento o firma de la escritura o fecha del documento constitutivo, así como la fecha de inicio de operaciones según corresponda. Se considera para efectos fiscales "fecha de Operaciones" la fecha que se anote, salvo prueba en contrario.
- Describir la actividad preponderante, indicando la(s) clave(s) de obligación(es) fiscal(es), según se trate y conforme al cuadro siguiente.

CLAVE	DESCRIPCIÓN	OBLIGACIONES FISCALES	
		INGRESOS POR ACTIVIDADES EMPRESARIALES	INGRESOS POR ACTIVIDADES EMPRESARIALES
101	SOCIEDADES MERCANTILES	400	COMERCIO Y SERVICIOS EMPRESARIALES
102	EMPRESARIOS ORGANIZADOS CON ACTIVIDAD EMPRESARIAL	401	COMERCIO Y SERVICIOS EMPRESARIALES
103	SOCIEDADES Y ASOCIACIONES CIVILES	402	COMERCIO Y SERVICIOS EMPRESARIALES
104	SOCIEDADES COMERCIALES DE PRODUCCIÓN	403	COMERCIO Y SERVICIOS EMPRESARIALES
105	SOCIEDADES DE SERVICIOS	404	COMERCIO Y SERVICIOS EMPRESARIALES
106	PERSONAS MORALES NO CONTRIBUYENTES	405	COMERCIO Y SERVICIOS EMPRESARIALES
107	ASOCIACIÓN EN PARTICIPACIÓN	406	COMERCIO Y SERVICIOS EMPRESARIALES
108	CONTRIBUYENTE REGIMEN GENERAL DE LEY	407	COMERCIO Y SERVICIOS EMPRESARIALES
109	CONTRIBUYENTE MENOR	408	COMERCIO Y SERVICIOS EMPRESARIALES
110	CONTRIBUYENTE REGIMEN ESPECIAL DE LEY	409	COMERCIO Y SERVICIOS EMPRESARIALES
111	ASOCIACIÓN EN PARTICIPACIÓN	410	COMERCIO Y SERVICIOS EMPRESARIALES
112	ASOCIADO	411	COMERCIO Y SERVICIOS EMPRESARIALES
113	PERSONAS FÍSICAS CON ACTIVIDADES EMPRESARIALES	412	COMERCIO Y SERVICIOS EMPRESARIALES
114	ASOCIACIÓN	413	COMERCIO Y SERVICIOS EMPRESARIALES
115	ASOCIADO	414	COMERCIO Y SERVICIOS EMPRESARIALES
116	CONTRIBUYENTE REGIMEN GENERAL DE LEY	415	COMERCIO Y SERVICIOS EMPRESARIALES
117	CONTRIBUYENTE MENOR	416	COMERCIO Y SERVICIOS EMPRESARIALES
118	CONTRIBUYENTE REGIMEN ESPECIAL DE LEY	417	COMERCIO Y SERVICIOS EMPRESARIALES
119	ASOCIACIÓN EN PARTICIPACIÓN	418	COMERCIO Y SERVICIOS EMPRESARIALES
120	ASOCIADO	419	COMERCIO Y SERVICIOS EMPRESARIALES
121	PERSONAS FÍSICAS CON ACTIVIDADES EMPRESARIALES	420	COMERCIO Y SERVICIOS EMPRESARIALES
122	ASOCIACIÓN	421	COMERCIO Y SERVICIOS EMPRESARIALES
123	ASOCIADO	422	COMERCIO Y SERVICIOS EMPRESARIALES
124	CONTRIBUYENTE REGIMEN GENERAL DE LEY	423	COMERCIO Y SERVICIOS EMPRESARIALES
125	CONTRIBUYENTE MENOR	424	COMERCIO Y SERVICIOS EMPRESARIALES
126	CONTRIBUYENTE REGIMEN ESPECIAL DE LEY	425	COMERCIO Y SERVICIOS EMPRESARIALES
127	ASOCIACIÓN EN PARTICIPACIÓN	426	COMERCIO Y SERVICIOS EMPRESARIALES
128	ASOCIADO	427	COMERCIO Y SERVICIOS EMPRESARIALES
129	PERSONAS FÍSICAS CON ACTIVIDADES EMPRESARIALES	428	COMERCIO Y SERVICIOS EMPRESARIALES
130	ASOCIACIÓN	429	COMERCIO Y SERVICIOS EMPRESARIALES
131	ASOCIADO	430	COMERCIO Y SERVICIOS EMPRESARIALES
132	CONTRIBUYENTE REGIMEN GENERAL DE LEY	431	COMERCIO Y SERVICIOS EMPRESARIALES
133	CONTRIBUYENTE MENOR	432	COMERCIO Y SERVICIOS EMPRESARIALES
134	CONTRIBUYENTE REGIMEN ESPECIAL DE LEY	433	COMERCIO Y SERVICIOS EMPRESARIALES
135	ASOCIACIÓN EN PARTICIPACIÓN	434	COMERCIO Y SERVICIOS EMPRESARIALES
136	ASOCIADO	435	COMERCIO Y SERVICIOS EMPRESARIALES
137	PERSONAS FÍSICAS CON ACTIVIDADES EMPRESARIALES	436	COMERCIO Y SERVICIOS EMPRESARIALES
138	ASOCIACIÓN	437	COMERCIO Y SERVICIOS EMPRESARIALES
139	ASOCIADO	438	COMERCIO Y SERVICIOS EMPRESARIALES
140	CONTRIBUYENTE REGIMEN GENERAL DE LEY	439	COMERCIO Y SERVICIOS EMPRESARIALES
141	CONTRIBUYENTE MENOR	440	COMERCIO Y SERVICIOS EMPRESARIALES
142	CONTRIBUYENTE REGIMEN ESPECIAL DE LEY	441	COMERCIO Y SERVICIOS EMPRESARIALES
143	ASOCIACIÓN EN PARTICIPACIÓN	442	COMERCIO Y SERVICIOS EMPRESARIALES
144	ASOCIADO	443	COMERCIO Y SERVICIOS EMPRESARIALES
145	PERSONAS FÍSICAS CON ACTIVIDADES EMPRESARIALES	444	COMERCIO Y SERVICIOS EMPRESARIALES
146	ASOCIACIÓN	445	COMERCIO Y SERVICIOS EMPRESARIALES
147	ASOCIADO	446	COMERCIO Y SERVICIOS EMPRESARIALES
148	CONTRIBUYENTE REGIMEN GENERAL DE LEY	447	COMERCIO Y SERVICIOS EMPRESARIALES
149	CONTRIBUYENTE MENOR	448	COMERCIO Y SERVICIOS EMPRESARIALES
150	CONTRIBUYENTE REGIMEN ESPECIAL DE LEY	449	COMERCIO Y SERVICIOS EMPRESARIALES
151	ASOCIACIÓN EN PARTICIPACIÓN	450	COMERCIO Y SERVICIOS EMPRESARIALES
152	ASOCIADO	451	COMERCIO Y SERVICIOS EMPRESARIALES
153	PERSONAS FÍSICAS CON ACTIVIDADES EMPRESARIALES	452	COMERCIO Y SERVICIOS EMPRESARIALES
154	ASOCIACIÓN	453	COMERCIO Y SERVICIOS EMPRESARIALES
155	ASOCIADO	454	COMERCIO Y SERVICIOS EMPRESARIALES
156	CONTRIBUYENTE REGIMEN GENERAL DE LEY	455	COMERCIO Y SERVICIOS EMPRESARIALES
157	CONTRIBUYENTE MENOR	456	COMERCIO Y SERVICIOS EMPRESARIALES
158	CONTRIBUYENTE REGIMEN ESPECIAL DE LEY	457	COMERCIO Y SERVICIOS EMPRESARIALES
159	ASOCIACIÓN EN PARTICIPACIÓN	458	COMERCIO Y SERVICIOS EMPRESARIALES
160	ASOCIADO	459	COMERCIO Y SERVICIOS EMPRESARIALES
161	PERSONAS FÍSICAS CON ACTIVIDADES EMPRESARIALES	460	COMERCIO Y SERVICIOS EMPRESARIALES
162	ASOCIACIÓN	461	COMERCIO Y SERVICIOS EMPRESARIALES
163	ASOCIADO	462	COMERCIO Y SERVICIOS EMPRESARIALES
164	CONTRIBUYENTE REGIMEN GENERAL DE LEY	463	COMERCIO Y SERVICIOS EMPRESARIALES
165	CONTRIBUYENTE MENOR	464	COMERCIO Y SERVICIOS EMPRESARIALES
166	CONTRIBUYENTE REGIMEN ESPECIAL DE LEY	465	COMERCIO Y SERVICIOS EMPRESARIALES
167	ASOCIACIÓN EN PARTICIPACIÓN	466	COMERCIO Y SERVICIOS EMPRESARIALES
168	ASOCIADO	467	COMERCIO Y SERVICIOS EMPRESARIALES
169	PERSONAS FÍSICAS CON ACTIVIDADES EMPRESARIALES	468	COMERCIO Y SERVICIOS EMPRESARIALES
170	ASOCIACIÓN	469	COMERCIO Y SERVICIOS EMPRESARIALES
171	ASOCIADO	470	COMERCIO Y SERVICIOS EMPRESARIALES
172	CONTRIBUYENTE REGIMEN GENERAL DE LEY	471	COMERCIO Y SERVICIOS EMPRESARIALES
173	CONTRIBUYENTE MENOR	472	COMERCIO Y SERVICIOS EMPRESARIALES
174	CONTRIBUYENTE REGIMEN ESPECIAL DE LEY	473	COMERCIO Y SERVICIOS EMPRESARIALES
175	ASOCIACIÓN EN PARTICIPACIÓN	474	COMERCIO Y SERVICIOS EMPRESARIALES
176	ASOCIADO	475	COMERCIO Y SERVICIOS EMPRESARIALES
177	PERSONAS FÍSICAS CON ACTIVIDADES EMPRESARIALES	476	COMERCIO Y SERVICIOS EMPRESARIALES
178	ASOCIACIÓN	477	COMERCIO Y SERVICIOS EMPRESARIALES
179	ASOCIADO	478	COMERCIO Y SERVICIOS EMPRESARIALES
180	CONTRIBUYENTE REGIMEN GENERAL DE LEY	479	COMERCIO Y SERVICIOS EMPRESARIALES
181	CONTRIBUYENTE MENOR	480	COMERCIO Y SERVICIOS EMPRESARIALES
182	CONTRIBUYENTE REGIMEN ESPECIAL DE LEY	481	COMERCIO Y SERVICIOS EMPRESARIALES
183	ASOCIACIÓN EN PARTICIPACIÓN	482	COMERCIO Y SERVICIOS EMPRESARIALES
184	ASOCIADO	483	COMERCIO Y SERVICIOS EMPRESARIALES
185	PERSONAS FÍSICAS CON ACTIVIDADES EMPRESARIALES	484	COMERCIO Y SERVICIOS EMPRESARIALES
186	ASOCIACIÓN	485	COMERCIO Y SERVICIOS EMPRESARIALES
187	ASOCIADO	486	COMERCIO Y SERVICIOS EMPRESARIALES
188	CONTRIBUYENTE REGIMEN GENERAL DE LEY	487	COMERCIO Y SERVICIOS EMPRESARIALES
189	CONTRIBUYENTE MENOR	488	COMERCIO Y SERVICIOS EMPRESARIALES
190	CONTRIBUYENTE REGIMEN ESPECIAL DE LEY	489	COMERCIO Y SERVICIOS EMPRESARIALES
191	ASOCIACIÓN EN PARTICIPACIÓN	490	COMERCIO Y SERVICIOS EMPRESARIALES
192	ASOCIADO	491	COMERCIO Y SERVICIOS EMPRESARIALES
193	PERSONAS FÍSICAS CON ACTIVIDADES EMPRESARIALES	492	COMERCIO Y SERVICIOS EMPRESARIALES
194	ASOCIACIÓN	493	COMERCIO Y SERVICIOS EMPRESARIALES
195	ASOCIADO	494	COMERCIO Y SERVICIOS EMPRESARIALES
196	CONTRIBUYENTE REGIMEN GENERAL DE LEY	495	COMERCIO Y SERVICIOS EMPRESARIALES
197	CONTRIBUYENTE MENOR	496	COMERCIO Y SERVICIOS EMPRESARIALES
198	CONTRIBUYENTE REGIMEN ESPECIAL DE LEY	497	COMERCIO Y SERVICIOS EMPRESARIALES
199	ASOCIACIÓN EN PARTICIPACIÓN	498	COMERCIO Y SERVICIOS EMPRESARIALES
200	ASOCIADO	499	COMERCIO Y SERVICIOS EMPRESARIALES

# ANEXO 2

<b>H. AYUNTAMIENTO DE PUEBLA</b> TESORERIA MUNICIPAL OFICINA DE EMPADRONAMIENTO		NUMERO DE REGISTRO		FOLIO	
<b>SOLICITUD DE EMPADRONAMIENTO</b>				46432 A	
C. TEBORERO MUNICIPAL: En cumplimiento a lo dispuesto en la Ley de Ingresos en vigor para el municipio de Puebla de Zaragoza, y para los Efectos de Empadronamiento manifiestamos bajo protesta de decir la verdad lo siguiente.					
DIRECCION DEL ESTABLECIMIENTO			LUGAR DE EMPADRONAMIENTO		
DVE. COLONIA			CLAVE GIRO		
DOMICILIO COMERCIAL		CALLE	P.O.	NUMERO O LETRA	
				OFICIAL	INTERIOR
NOMBRE DEL PROPIETARIO					
NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO					
ACTIVIDAD O GIRO					
LICENCIA DE FUNDACIONiento (CONDICIONES)					
CATEGORIA DEL ESTABLECIMIENTO					
UNICO ( )		HATAS ( )		SECUNERA ( ) REFERENCIA ( )	
				OTRO ( ) EXPLICAR	
ANOTE EN ORDEN DE IMPORTANCIA LAS ACTIVIDADES PRODUCTIVAS O SERVICIOS QUE OFREDE					
COMERCIO			PRESENTACION DE SERVICIOS		
DVE. COLONIA	DOMICILIO PARTIDO ( )		CALLE	P.O.	NUMERO O LETRA
					OFICIAL INTERIOR
INICIACION DE OPERACIONES		REGISTRO MUNICIPAL EN CARTELES		SUPERFICIE M <sup>2</sup>	
DA	ME	AÑO			CAPITAL EN GIRO
ESCRITURA CONSTITUTIVA		AUTORIZACION PRESIDENCIA MUNICIPAL			
FECHA DE PRESENTACION		FIRMA DEL CONTRIBUYENTE			
DA	ME	AÑO			
RECIBO Y REVISO		IMPORTE A PAGAR		CALIFICADO Y AUTORIZADO	
SELLO Y FIRMA					
ENCARGADO DE LA MESA DE EMPADRONAMIENTO		CONTRIBUYENTE		JEFE DE LA OFICINA DE EMPADRONAMIENTO	

PARA USO EXCLUSIVO DE LA TESORERIA

CLAVE	CONCEPTO E IMPORTE A PAGAR	PARCIAL	TOTAL
	<b>CEXULA DE EMPADRONAMIENTO</b> EMPADRONAMIENTO \$ _____ PENPENSO ANUAL _____ \$ _____ SANCIONES _____ \$ _____ RECARGOS _____ \$ _____ OTROS _____ \$ _____		\$
	<b>LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO</b> EXPEDICION _____ \$ _____ REFERENCIO _____ \$ _____ SANCIONES _____ \$ _____ RECARGOS _____ \$ _____ OTROS _____ \$ _____		\$
	<b>APARATOS DIVERSOS</b> IMPUESTOS _____ \$ _____ DERECHOS _____ \$ _____ SANCIONES _____ \$ _____ RECARGOS _____ \$ _____ OTROS _____ \$ _____		

**CANTIDAD TOTAL A PAGAR** 

# ANEXO 3.

## AVISO DE APERTURA DE ESTABLECIMIENTO

FECHA

DIA	MES	AÑO

Antes de llenar lea cuidadosamente el instructivo.

### DATOS DEL PROPIETARIO O RAZON SOCIAL

_____	_____	_____	_____
APELLIDO PATERNO	APELLIDO MATERNO	NOMBRE (S)	R.F.C
DOMICILIO (CALLE, NUMERO Y COLONIA)			
_____	_____	_____	_____
DELEGACION POLITICA O MUNICIPIO	CODIGO POSTAL	LOCALIDAD	
_____	_____	_____	
ENTIDAD FEDERATIVA	TELEFONO	FAX	
_____	_____	_____	

### DATOS DEL ESTABLECIMIENTO

_____	_____	_____
DENOMINACION O RAZON SOCIAL	R.F.C.	FECHA INICIO OPERACION
DOMICILIO (CALLE, NUMERO Y COLONIA)		
_____	_____	_____
DELEGACION POLITICA O MUNICIPIO	CODIGO POSTAL	LOCALIDAD
_____	_____	_____
ENTIDAD FEDERATIVA	TELEFONO	FAX
_____	_____	_____
ENTRE _____	Y _____	_____
CALLE		CALLE

### DATOS DEL RESPONSABLE DE ESTABLECIMIENTO

_____	_____	_____
APELLIDO PATERNO	APELLIDO MATERNO	NOMBRE (S)
NOMBRE Y FIRMA DEL PROPIETARIO O RESPONSABLE DEL ESTABLECIMIENTO		

**SALUBRIDAD CONCURRENTE**

DATOS DE LAS ACTIVIDADES QUE DESARROLLA EN SU ESTABLECIMIENTO

ACTIVIDAD								
1	1	2	3	4	5	6	7	8
2	1	2	3	4	5	6	7	8

**SALUBRIDAD LOCAL**

INDIQUE A CONTINUACION LA (S) ACTIVIDAD (ES) QUE SE DESARROLLA (N) EN SU ESTABLECIMIENTO

Nº	ACTIVIDAD	CLAVE DEL GIRO USO EXCLUSIVO S.S.A.

**OBSERVACIONES**


**SUBDIRECCION GENERAL DE FINANZAS**  
**SERVICIOS DE AFILIACION-VIGENCIA DE DERECHOS**  
**AVISO DE INSCRIPCION PATRONAL**  
**O DE**  
**MODIFICACION EN SU REGISTRO**


EXCLUSIVO IMSS		
TIPO DE	CLAVE MUNICIPIO	
MOV	CAUSA	ARGUMENTO

NUMERO DE REGISTRO PATRONAL	
DRUAFOS	DIR VER
REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES	

LLENARSE A MAQUINA O LETRA DE MOLDE

NOMBRE DENOMINACION RAZON SOCIAL DEL PATRON O SUJETO OBLIGADO					
N CASO DE PERSONA FISICA NOMBRE(S)		PATERNO		MATRNO	
ACTIVIDAD O GIRO DE LA EMPRESA					
EXCLUSIVO I.M.S.S.			FECHA DE LA CAUSA DEL AVISO		
CLASE DE RIESGO MANIFIESTA PARA EL PATRON	FRACCION	PRIMA	DIA (2 DIGITOS)	MES (2 DIGITOS)	ANO (2 DIGITOS)
DOMICILIO					
DEL					
CALLE Y MANZANA		NUMERO		COLONIA Y O POBLACION	
PATRON		MUNICIPIO		ENTIDAD	
		CP		ZP	
INDUSTRIA DE LA CONSTRUCCION - PATRON PERSONA FISICA ANOTAR DOMICILIO DE LA OBRA					
MARQUE CON UNA "X" LA CAUSA DE PRESENTACION DE ESTE AVISO					
<input type="checkbox"/> A	<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> D	<input type="checkbox"/> E	<input type="checkbox"/> F
ALTA PATRONAL	REANUDACION ACTIVIDADES	CAMBIO DOMICILIO O CIRCUNSCRIPCION	CAMBIO NOMBRE O RAZON SOCIAL	SUSTITUCION PATRONAL	DUPLICIDAD
<input type="checkbox"/> G	<input type="checkbox"/> BAJA				
IMPORTANTE LEA LAS INSTRUCCIONES AL REVERSO					
				DELEGACION	SUBDELEGACION

EXCLUSIVO IMSS



**ALTA PATRON**  
 FECHA Y HORA DE RECEPCION DE ESTE AVISO EN EL IMSS

NOMBRE Y FIRMA DEL PATRON, SUJETO OBLIGADO O SU REPRESENTANTE LEGAL (ANOTAR CARGO)

**AVISOS ORIGINALES - CONSERVE ESTE DOCUMENTO PARA TRAMITES POSTERIORES ANTE EL INSTITUTO MEXICANO DEL SEGURO SOCIAL**

**EXCLUSIVO IMSS PARA LAS CAUSAS A, B, D Y E ANOTE LOS DATOS DEL ACTA CONSTITUTIVA O DE OTROS DOCUMENTOS AFINES**

No. DE AFILIARIA	No. ACTA	No. LIBRO	No. FOJA	INFORMACION ADICIONAL
LUGAR Y FECHA DE CONSTITUCION		LUGAR Y FECHA DE CONSTITUCION		

**INSTRUCCIONES PARA EL PATRON**

<b>CAUSA A ALTA</b>	PRESENTAR LOS AVISOS DE INSCRIPCION DE TODOS SUS TRABAJADORES
<b>CAUSA B REANUDACION ACTIVIDADES</b>	ANOTE LOS DATOS REGISTRADOS ANTERIORMENTE EN EL IMSS. PRESENTANDO ADEMÁS LOS AVISOS DE INSCRIPCION DE SUS TRABAJADORES
<b>CAUSA C CAMBIO DE DOMICILIO O CIRCUNSCRIPCION</b>	ANOTE EL DOMICILIO ANTERIOR. EN CAMBIOS DE CIRCUNSCRIPCION PRESENTE EN LA NUEVA CIRCUNSCRIPCION LOS AVISOS CONFORME CAUSA "A" (EXCEPTO D F)
<b>CAUSA D CAMBIO DE NOMBRE O RAZON SOCIAL</b>	ANOTE NOMBRE, DENOMINACION O RAZON SOCIAL ANTERIOR
<b>CAUSA E SUSTITUCION PATRONAL</b>	ANOTE COMPLETO Y NUMERO DEL REGISTRO DEL PATRON SUSTITUIDO (SOLICITE INFORMACION ADICIONAL)
<b>CAUSA F DUPLICIDAD</b>	ANOTE COMPLETO EL REGISTRO PATRONAL APLICADOS Y SOLICITE INFORMACION ADICIONAL
<b>CAUSA G BAJA</b>	ANOTE MOTIVO DE LA BAJA

**NOTA**

- PARA LAS CAUSAS A, B, D, Y E ADJUNTE COPIA DEL ACTA CONSTITUTIVA DE LA EMPRESA DEBIDAMENTE PROTOCOLIZADA Y COPIA DEL REGISTRO EN LA SHCP U OTRA DEPENDENCIA QUE AUTORICE EL EJERCICIO ADEMÁS DE LA FORMA SSRT-01-003 (ESTA ULTIMA EXCEPTO EN CAUSA "D")
- PARA LA CAUSA C ADJUNTE COPIA DEL AVISO DE CAMBIO DE DOMICILIO (SHCP)

## ANEXO 5.

## TABLA DE COSTOS

### CAFÉ EXPRESS

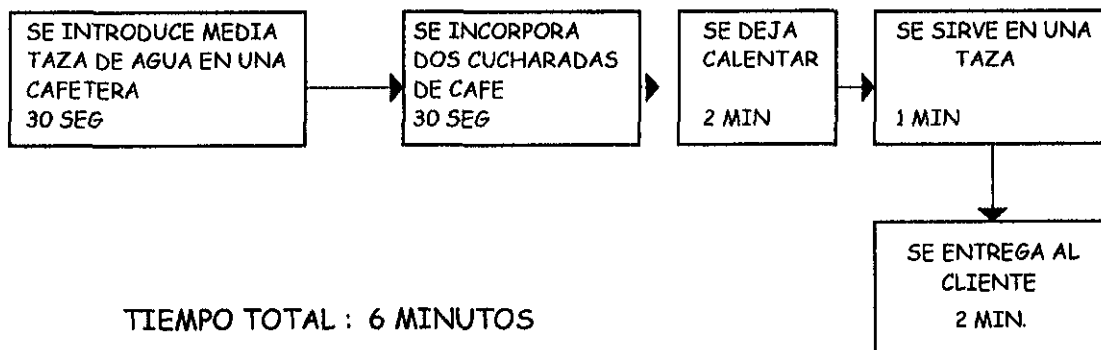
INGREDIENTE	CANTIDAD ORIGINAL	ESTANDARIZACIÓN.	PRECIO UNITARIO	COSTO ESTANDARIZADO
AZUCAR	1 C	10 grs	4.00 kg	0.040
CAFÉ	2 C	20 grs	60.00 kg	1.2
AGUA	1 TAZA	250 ml	7.5 (19 litros)	0.10

COSTO DE	1.34
MATERIA PRIMA	
PREC.UNITARIO	7.00
UTILIDAD BRUTA	5.66

### PROCEDIMIENTO :

Se colocan dos cucharadas de café en media taza de agua, en una cafetera y se deja calentar por 2 minutos . Después se incorpora en una taza y se sirve al cliente.

### DIAGRAMA DE FLUJO



## CAFÉ AMERICANO

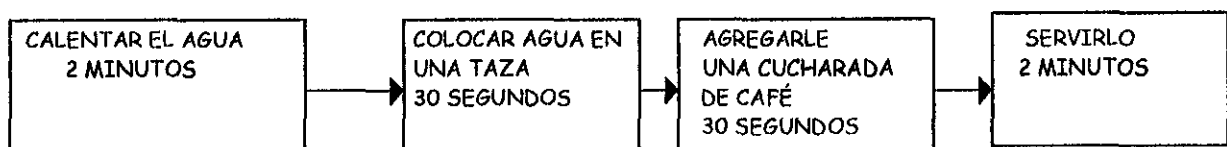
INGREDIENTE	CANTIDAD ORIGINAL	ESTANDARIZACIÓN	PRECIO UNITARIO	COSTO ESTANDARIZADO
AZUCAR	1 C	10 grs	4.00 kg	0.040
CAFÉ	1 C	10 grs	60.00 kg	0.60
AGUA	1 TAZA	250 ml	7.5 (19 litros)	0.10

COSTO DE  
MATERIA PRIMA 0.74  
PREC.UNITARIO 7.00  
UTILIDAD BRUTA 6.26

### PROCEDIMIENTO :

Se calienta el agua durante 1 minuto. Se introduce el agua caliente en una taza, después se le añade una cucharada de café. Se sirve al cliente en su mesa.

### DIAGRAMA DE FLUJO



TIEMPO TOTAL : 5 MINUTOS

## CAFÉ CAPUCHINO

INGREDIENTE	CANTIDAD ORIGINAL	ESTANDARIZACIÓN	PRECIO UNITARIO	COSTO ESTANDARIZADO
AZUCAR	1 C	10 grs	4.00 kg	0.040
CAFÉ	1 C	10 grs	60.00 kg	0.60
LECHE EVAPORADA	$\frac{1}{4}$ TAZA	25 ml	5.00 (360 ml)	.328
CANELA EN POLVO	$\frac{1}{2}$ c	2.5 grs	7.50 kg	0.018
AGUA	$\frac{1}{2}$ TAZA	175 ml	7.5 (19 litros)	0.050

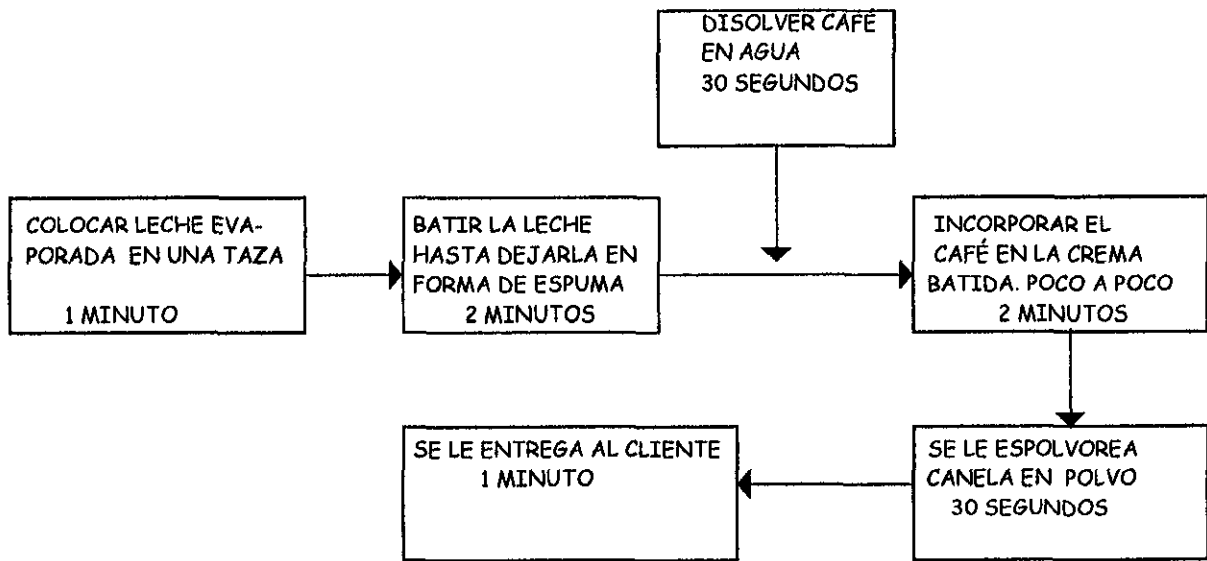
COSTO DE 1.04  
 MATERIA PRIMA  
 PREC.UNITARIO 8.00  
 UTILIDAD BRUTA 6.96

### PROCEDIMIENTO :

Se coloca la leche evaporada en una taza y se bate con el aire que contiene la cafetera o también se puede hacer con una batidora manual hasta que queda en forma de espuma.

Se disuelve una cucharada de café en dos cuartos de taza de agua y se calienta. Después se incorpora el café ya disuelto en la leche batida poco a poco y se espolvorea una cucharadita de canela en polvo. Se sirve al cliente en su mesa.

## DIAGRAMA DE FLUJO



TIEMPO TOTAL : 7 MINUTOS

## LICUADO DE FRESA

INGREDIENTE	CANTIDAD ORIGINAL	ESTANDA RIZACIÓN	PRECIO UNITARIO	COSTO ESTANDA RIZADO
FRESA	6 PZAS	30 grs	20.00 kg	0.60
AZUCAR	1 C	10 grs	4.00 kg	0.040
LECHE	1 VASO	240 ml	5.00 lt	1.20

COSTO DE  
MATERIA PRIMA  
PREC.UNITARIO 8.00  
UTILIDAD BRUTA 6.16

### PROCEDIMIENTO :

Lavar y desinfectar las fresas. Después incorporar leche en una licuadora junto con las fresas y agregarle una cucharada de azúcar. Servir en vaso y entregar.

## TORTAS

INGREDIENTE	CANTIDAD ORIGINAL	ESTANDA RIZACIÓN	PRECIO UNITARIO	COSTO ESTANDA RIZADO
BOLILLO	1 PZA	80	.50 pza	0.50
CARNE	1 PZA	100	35.00 kg	3.5
MAYONESA	1 C	10	11.00	0.282
JITOMATE	$\frac{1}{2}$ PZA	30	4.50 kg	0.135
CEBOLLA	$\frac{1}{2}$ c	2.5	5.50 kg	0.0138
LECHUGA	3 C	30	2.50 pza	0.075
CHILE EN VINAGRE	$\frac{1}{2}$ c	2.5	6.00 kg	0.015
FRIJOLES	1 C	10	10.00 kg	0.10

COSTO DE	4.62
MATERIA PRIMA	
PREC.UNITARIO	8.00
UTILIDAD BRUTA	3.38

### PROCEDIMIENTO :

Se lava y desinfecta la lechuga y se pica finamente. Se lava el jitomate y se corta en rodajas igual que la cebolla. Se unta la mayonesa en una parte del bolillo y se le agrega la carne y a la otra parte del bolillo se le agrega frijoles y se tapa. Posteriormente se introduce al microondas por 20 segundos, y después se le agrega la cebolla el jitomate y los chiles.

## HOT-DOGS

INGREDIENTE	CANTIDAD ORIGINAL	ESTANDA RIZACIÓN	PRECIO UNITARIO	COSTO ESTANDAR IZADO
SALCHICHA	1 PZA	60	12.50 kg	.75
MAYONESA	1 C	10	11.00	.282
CATSUP	1 C	10	7.80	.137
JITOMATE	1 C	10	4.50 kg.	.045
CEBOLLA	$\frac{1}{2}$ c	2.5	5.50 kg.	.0137
CHILES EN VINAGRE	$\frac{1}{2}$ c	2.5	6.00 kg.	.015
PAN	1 PZA	60	3.50 pza.	0.58
MOSTAZA	$\frac{1}{2}$ c	2.5	4.00	.041

COSTO DE	1.86
MATERIA PRIMA	
PREC.UNITARIO	5.00
UTILIDAD BRUTA	3.14

### PROCEDIMIENTO :

Se calientan las salchichas en el microondas con agua por 20 segundos.

Se lavan los jitomates y se pica finamente al igual que los chiles en vinagre y la cebolla.

Se unta el pan con mayonesa y se le coloca la salchicha. Después se le agrega jitomate, cebolla y chile. Se sirve adornado con catsup y mostaza formando unas olas.

## EMPAREDADO DE JAMÓN

INGREDIENTES	CANTIDAD ORIGINAL	ESTANDA RIZACION	PRECIO UNITARIO	COSTO ESTANDA RIZADO
JAMÓN	2 PZA	40	25.00 kg	1.00
MAYONESA	1 C	10	11.00	.28
LECHUGA	3 C	30	2.50 pza	.075
JITOMATE	1 C	10	4.50 kg	.045
CEBOLLA	$\frac{1}{2}$ c	2.5	5.50 kg	.0137
CHILES EN VINAGRE	$\frac{1}{2}$ c	2.5	6.00 kg	.015
PAN	2 PZA	50	6.80 pza	.283
QUESO	1 REBANADA	25	28.00	0.70

COSTO DE	2.41
MATERIA PRIMA	
PREC.UNITARIO	6.00
UTILIDAD BRUTA	3.58

### PROCEDIMIENTO :

Se lava la lechuga, se escurre y se hace en trozos , los jitomates se lavan y se hacen en rodajas.

Se toman dos rebanadas de pan y se les unta mayonesa. Después se le pone dos rebanadas de jamón y el queso. Se introduce al microondas 10 segundos después se le agrega la lechuga y el jitomate.

## SINCRONIZADA

INGREDIENTE	CANTIDAD ORIGINAL	ESTANDA RIZACIÓN	PRECIO UNITARIO	COSTO ESTANDA RIZADO
JAMON	2 PZA	40	25.00	1.00
QUESO ASADERO	3 C	30	24.00	1.80
QUESO AMARILLO	1 REBANADA	25	28.00	0.70
TORTILLAS DE HARINA	2 PZAS	60	3.00	0.60

COSTO DE	4.10
MATERIA PRIMA	
PREC.UNITARIO	10.00
UTILIDAD BRUTA	5.90

## PROCEDIMIENTO

Se deshebra el queso asadero, se coloca la tortilla en un plato se le agrega el jamón el queso deshebrado, queso amarillo y se tapa con la otra tortilla.

Se incorpora al microondas por 1 minuto.

## FLOTANTE

INGREDIENTES	CANTIDAD ORIGINAL	ESTANDARIZACIÓN GRS	PRECIO UNITARIO	COSTO ESTANDARIZADO
REFRESCO DE COLA	1 VASO	250	1.80 ml	1.80
NIEVE DE LIMON	1 BOLA	50	22.00 ml	1.10

### COSTO DE

MATERIA PRIMA	2.90
PREC.UNITARIO	10.00
UTILIDAD BRUTA	7.10

### PROCEDIMIENTO :

Se sirve el refresco de cola en un vaso y se le agrega una bola de nieve de limón. Se sirve al cliente.