



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE ECONOMÍA

"PROYECTO DE INVERSIÓN PARA ESTABLECER UNA
FRANQUICIA DE 'BARRA DE CAFÉ' EN MÉXICO"

T E S I S
QUE PRESENTA:
LETICIA IRLANDA ALCANTARA PEREZ
PARA OBTENER EL GRADO DE:
LICENCIADO EN ECONOMÍA



ASESOR: LIC. RAYMUNDO MORALES ORTEGA

MARZO 2004



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

El uso de imágenes, 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 donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

**ESTA TESIS NO SALE
DE LA BIBLIOTECA**



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

FACULTAD DE ECONOMIA

**“PROYECTO DE INVERSION PARA ESTABLECER UNA
FRANQUICIA DE ‘BARRA DE CAFÉ’ EN MEXICO”**

Tesis que presenta para obtener el grado de Licenciado en Economía:

LETICIA IRLANDA ALCANTARA PEREZ

ASESOR: Lic. RAYMUNDO MORALES ORTEGA

marzo 2004.

DEDICATORIA

Este trabajo lo dedico primero a Dios, a mis padres y a mi hermana, les agradezco infinitamente el que hayan velado por mí desde niña y el que me hayan impulsado a seguir siempre adelante a pesar de las adversidades. Hoy también me lleno de orgullo al dedicarles esta hermosa realidad que me han permitido alcanzar.

A mis padres por haberme dado el privilegio de estar viva y de estar con ellos.

A Lety, por ser mi guía, amiga y cómplice, gracias por todos tus consejos, por tu apoyo, cariño y por la paciencia y el tiempo has dedicado a cuidarnos, eres una parte fundamental para mí gracias por todo, te quiero mucho mamá.

A Memo, por ser un gran apoyo para mi formación profesional y un buen padre, gracias también por todos tus consejos, te quiero mucho.

A Ana, por ser una persona muy importante en mi vida, por compartir conmigo momentos inolvidables de nuestra niñez y adolescencia, te quiero mucho.

A Oscar, gracias por todo el apoyo y el tiempo que hemos compartido, porque con el paso del tiempo he reafirmado que mejor persona no pude encontrar para compartir gran parte de mi vida, te amo.

A mi familia, por ser tan unida y estar conmigo en todos los momentos tanto buenos como malos, los quiero mucho.

A Pedro, Celia y Memo, que aunque no están físicamente conmigo se que me cuidan y me protegen.

A la familia Castrejón Valverde, gracias por abrirme las puertas de su casa, por su apoyo y cariño, los quiero mucho.

Gracias a cada uno de ellos por haberme ayudado a alcanzar esta meta en mi vida.

GRACIAS POR TODO

LOS QUIERO MUCHO

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios, a mis padres y hermana por compartir este logro en mi formación profesional.

A la UNAM por haberme permitido realizar mi formación profesional en sus aulas.

A Oscar, Pedro, Yessika, Ivette, Alejandro, Yanette y a todos mis demás amigos por los momentos que compartimos en la universidad que van a ser inolvidables, al igual que todos mis compañeros.

A Raymundo Morales, por su orientación, apoyo y paciencia para realizar esta investigación, gracias por todo.

A mis sinodales:

Lic. Rubén Valbuena Álvarez

Lic. Ismael Mora López

Lic. Fidel Tapia López

Lic. Francisco Payno y Sánchez

Gracias a todos por sus consejos para la mejora de este trabajo.

INDICE	Pág.
INTRODUCCIÓN	1
ANTECEDENTES	
OBJETIVOS GENERALES	
OBJETIVOS PARTICULARES	
CAPITULO I. ESTUDIO DE MERCADO	
A. MARCO DE DESARROLLO	
1. Definición del Producto	7
2. Productos Sustitutos	11
3. Productos Complementarios	13
4. Normas de Calidad	13
5. Clasificación del Producto	15
B. ANÁLISIS DE LA DEMANDA	
1. Comportamiento Histórico de la Demanda	21
2. Valor Agregado	23
3. Investigación de Mercado a Nivel Muestral	24
C. ANÁLISIS DE LA OFERTA	32
D. ANÁLISIS DE PRECIOS	
1. Determinación del Precio Promedio	34
E. COMERCIALIZACION	
1. Canales de Distribución	36
2. Promoción y Publicidad	38
CAPITULO II. ESTUDIO TÉCNICO	
A. ¿POR QUÉ UNA FRANQUICIA?	39
1. Ventajas de una Franquicia	40
2. Requisitos para adquirir una franquicia	42
B. LOCALIZACIÓN DE LAS FRANQUICIAS	45
C. TAMAÑO	50
1. Descripción General de las Instalaciones	50
D. MATERIA PRIMA	51
E. PROCESO DE PRODUCCIÓN	53
F. MAQUINARIA Y EQUIPO	
1. Características técnicas básicas de la maquinaria y equipo de producción	55
G. REQUERIMIENTO DE MANO DE OBRA	57
H. REGLAMENTACIÓN	59

CAPITULO III. ESTUDIO FINANCIERO	
A. ESTIMACIÓN DE LA INVERSIÓN	
1. Estimación de la Inversión Fija	63
2. Inversión Diferida	65
3. Capital de Trabajo	65
4. Calendario de Inversiones	68
5. Depreciación	70
6. Amortización	71
7. Resumen de Inversiones	72
CAPITULO IV. EVALUACIÓN ECONÓMICA	
A. ESTADOS FINANCIEROS PROFORMA	
1. Presupuesto de ingresos y egresos	73
B. ESTADOS DE RESULTADOS	78
C. FLUJO NETO DE EFECTIVO	79
D. VALOR PRESENTE NETO	80
E. TASA INTERNA DE RETORNO	81
F. RELACION BENEFICIO/COSTO	82
G. PERIODO DE RECUPERACION DE LA INVERSION	82
H. ORGANIZACIÓN	
1. Funciones del Personal	84
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	86
BIBLIOGRAFIA	89

INTRODUCCION

Las franquicias de barras de café son un proyecto que han tenido gran auge en los últimos años, por esto es un proyecto viable para invertir ya que las personas en su mayoría buscan un lugar donde puedan ellos disfrutar de un café para satisfacer una necesidad, aunque existen productos complementarios como el té u otras bebidas parecidas o que bien, pueden ser de igual manera la causa para bajar la demanda del café, y sin embargo, sobre la base de los estudios realizados se observa que los consumidores prefieren en su mayoría tomar el café que otro tipo de bebida.

El presente trabajo se realiza con la finalidad de saber si el proyecto de inversión de una cafetería es viable y rentable. Se puede ver que cantidad se demanda de café así como se da una breve historia del café y de cómo surgen las cafeterías, esto permitirá conocer más ampliamente la tendencia y la evolución que han tenido estos negocios desde su fundación hasta la fecha. Esta demanda es medida en que el café es el segundo producto básico legal de exportación que existe en el mundo (el primero es el petróleo).

El café es una bebida que bajo la forma de infusión caliente preparada con sus semillas tostadas y molidas, se consume en todo el mundo por su aroma agrisado, por el estímulo mental que proporciona o simplemente por hábito social. Cuando se dice que una cafetería es un proyecto viable es porque la lista de quienes ganan dinero con el café no tiene fin. Están los exportadores, los importadores, los tostadores, y en este caso los propietarios de franquicias que se dedican a abrir el mayor número de franquicias con su nombre.

El objetivo de este estudio es el de comprobar la factibilidad técnico-económica del proyecto para establecer el mayor número de franquicias de Barras de Café en principio en el Distrito Federal pero con el fin de expandirse en todo el país, también el mostrar que con este proyecto se puede motivar y ayudar a los productores mexicanos de café al emplear su producto. Se podrá ver que para este proyecto existe y además se encuentra disponible la tecnología y maquinaria requeridas.

El café es un producto requerido por millones de personas ya que puede hacer tolerable el día más terrible, proporciona un importantísimo momento de contemplación además de que llena de energía a cualquier persona si lo toma al principio del día.

El café es una bebida estimulante preferida de las personas durante su descanso y se convirtió en un componente tan básico del Occidente que se ha filtrado como un hábito para la sociedad. En este proyecto se describen los procesos de producción de una barra de café, para conjuntarse el estudio de mercado, el estudio técnico, estudio económico y la evaluación financiera.

En referencia al Capítulo I, Estudio de Mercado se exponen las características principales del café y los servicios que ofrece una barra de café, así como sus características, los productos sustitutos y complementarios, los productos que se comercializan; por otro lado se presenta un análisis de la oferta y la demanda en el cual, se elabora una investigación entre los consumidores de café para ver el grado de aceptación de esta bebida en la zona en donde se piensa iniciar esta franquicia. Este análisis de oferta y demanda se hace con el objeto de ver el comportamiento del café en un periodo pasado para poder pronosticar su comportamiento futuro. En este Capítulo I se realiza el análisis de la asignación del precio del café y de las variedades en que se venda ya preparado, también se investigó cuales pueden ser los mejores canales de distribución con el fin de ampliar más el mercado y así colocarse entre las mejores barras de café.

En el Capítulo II, se realiza el Estudio Técnico, en el cual se efectúa una descripción del lugar en donde se localice la Barra de Café así como el tamaño que tendrá y las ventajas que existen el ponerla en dicho punto. Se hace una descripción general de las instalaciones de la Barra con la que se espera, los clientes se sientan satisfechos y a gusto. En este capítulo se presenta la maquinaria y sus características, se presenta el proceso de producción, el requerimiento de insumos, materia prima y de mano de obra que se requieren.

El Capítulo III, se refiere al estudio económico en el cual se contemplan, la inversión fija, la inversión diferida y el capital de trabajo; ya obtenida esta información se realiza un resumen de inversiones que indica el monto total de la inversión y con lo cual pasar posteriormente al calendario de inversiones el cual muestra en que tiempo se van a realizar las inversiones para poder tener los requerimientos de capital y mostrarnos así los gastos y costos que tendrá la Barra de Café antes de su puesta en marcha.

El Capítulo IV se refiere a la evaluación financiera siendo esta la parte final y trata de distinguir si el proyecto es viable o no, en este capítulo se presentan todos los elementos para contemplar la rentabilidad del proyecto como son los estados financieros pro forma, el estado de resultados, el flujo neto de efectivo, el valor presente neto, la tasa interna de retorno, relación beneficio / costo, incluye el período de recuperación de la inversión y como punto final de este proyecto se muestra la organización que se lleva a cabo dentro de la Barra de Café, así como las conclusiones y recomendaciones que se dan para la puesta en marcha del proyecto.

Las plantas de café son originarias de la antigua Etiopía en la República de Yemen. La más fuerte y aceptada de las leyendas acerca del descubrimiento del café y la bebida del café es la que hace referencia a un pastor llamado Kaldi. La leyenda dice que Kaldi se dio cuenta del extraño comportamiento de sus cabras después de que habían comido la fruta y las hojas de cierto arbusto. Las cabras estaban saltando alrededor muy excitadas y llenas de energía, el arbusto del que se pensó habían comido las cabras tenían como frutos frutas parecidas a las cerezas, entonces Kaldi decidió probar las hojas del arbusto y un rato después se sintió lleno de energía.

Kaldi llevó algunos frutos a un monasterio y le contó al Abad el caso de las cabras, y de cómo se había sentido después de haber comido las hojas, el Abad decidió cocinar las ramas y las cerezas dando como resultado una bebida muy amarga que él tiró al fuego. Cuando las cerezas cayeron en las brazas empezaron a hervir y las arvejas que tenían en su interior produjeron un delicioso aroma que hicieron que el Abad pensara en hacer una bebida basada en el café tostado y es así como nace la bebida del café.

Esto les dio la idea de preparar una infusión, la cual sintieron que tenía un efecto tonificante. De ahí el consumo de esta bebida se extendió a Arabia y al resto del mundo, este descubrimiento ocurrió entre los siglos XII y XIV. Las formas de tomar el café fue variado, primero la infusión de las hojas en cerezas, después se secaron y tostaron las cerezas y de ahí en adelante los gastrónomos han inventado mil formas de tomar el café.

Los árabes fueron los primeros en descubrir las virtudes y posibilidades económicas del café, esto fue porque desarrollaron todo el proceso de cultivo y procesamiento del café y lo guardaron como un secreto y trataron de evitar la extradición de cualquier semilla.

El café comenzó a conquistar territorio en el mundo como la bebida favorita en Europa y llegó a Italia en 1645 cortesía del comerciante Pietro Della Valle. Inglaterra comenzó a tomar café en 1650 gracias al comerciante Daniel Edwards quien fue el primero que abrió un establecimiento de venta de café en Inglaterra y en Europa.

El café llegó a Francia a través del Puerto de Marsella en 1660 donde algunos comerciantes quienes sabían del café, sus atributos y efectos por sus viajes alrededor del mundo, decidieron llevar unos sacos desde Egipto y por 1661 la primera tienda de café fue abierta en Marsella.

La primera tienda de café en París fue abierta al público en 1672 a lo largo de la tradicional avenida Saint Germain. Un Siciliano de nombre Procopio abrió una tienda similar cerca, donde se reunían alrededor del exquisito sabor del café, muchos de los mejores ejemplares de la sociedad parisina. En 1689 Procopio trasladó su tienda de café a un lugar cerca del teatro de la comedia francés donde prosperó y finalmente finalizó cuando ya era conocido en todo París.

Los primeros cafés funcionaron en Arabia en el siglo XV, principalmente en la ciudad de la Meca, de ahí se extendieron con la dominación musulmana a Turquía donde se establecieron en Constantinopla en 1555. Pasaron a Egipto y de ahí al resto del mundo.

En Francia los cafés tuvieron gran relevancia en la vida política y cultural del país. Mucho antes de que se pensara en los cafés y restaurantes temáticos ya existían los famosos Caveau, Corazza, Valois, Lambin y Foy que eran cafés políticos donde concurrían alternativamente personalidades como Voltaire y Montesquieu así como los jacobinos, girondinos, realistas y bonapartistas. A fines del siglo XIX se estableció el célebre café Du la Paix y el de Rotonde, donde hasta en nuestros días es una visita obligada de turistas, escritores, pintores y toda clase de artistas.

En América, el primer café abrió en Boston en 1691, bajo el nombre de The King's Head. Ahí se reunían funcionarios de la Corona y personajes de la colonia Inglesa; en 1697 se abrió The Green Dragon que en el siglo XVIII sirvió como centro de reunión de John Adams y Paul Revere que eran líderes insurgentes que junto con George Washington iniciaron la Independencia de Estados Unidos de América. En Cuba, isla amante del café, el primer establecimiento fue el café de La Taberna en 1772 que a finales del siglo XIX fueron famosos en la capital Cubana.

En México desde mediados del siglo XVIII, aparecieron varias "Casas de Café" (como se les llamaba entonces), en los portales de Mercaderes. En estos antecesores de las barras que conocemos hoy en día, se reunían protagonistas de todos los ámbitos. Se encontraban en sus mesas los mismo a militares, clérigos, escritores o aristócratas españoles.

Sin embargo, estos recintos perdieron fuerza después de la guerra de Independencia, ya que sus capitales de inversión eran principalmente españoles, lo que derivó en su desaparición.

Alrededor de 1850 se inauguró el famoso "Tivoli" en la calle de Puente de Alvarado y luego "El Eliseo". Después se inauguró el famoso "Café Tacuba", pero poco a poco fue perdiendo el concepto de "café", derivando en fondas y en el mejor de los casos en restaurantes de las más variadas categorías. En 1901, el express hace su aparición de la mano de Giuseppe Bezzera, quien exhibió su máquina por primera vez, un año más tarde, durante la exposición Ambrosiana.

Es a través de la Perla del Caribe que el express hace su primera incursión en esta región del planeta, a través de la empresa Cafeteras Nacional, que se reconoce como precursora en la fabricación y comercialización de máquinas de express en Latinoamérica. Pocos años más tarde la inmigración italiana las llevó a Sudamérica y desde entonces se ha ganado un lugar dentro del medio restaurantero del continente.

A finales de los años 70 los incipientes “yuppies” norteamericanos generaron una invasión masiva de productos y servicios destinados a satisfacer los sentidos de esa nueva élite que arrasaba con todo lo establecido.

Lo que se pretende en este estudio del Proyecto de las Barras de Café es tener lo que el más exigente consumidor desea, tener un producto fresco, preparado al momento de forma cuidadosa siguiendo el ritual de su preparación, que se ha ido mejorando en la preparación del café.

Hoy por hoy, en México se busca una identidad propia, ya que como país productor de café, resultaba imperdonable su ausencia en nuestros hábitos; es por eso que la existencia de las Barras de Café reúnen todo lo que el más exigente consumidor desea, producto fresco, preparado al momento, “personal y cuidadosamente siguiendo un proceso que se ha venido mejorando durante todo un siglo de expreso y 5 siglos desde el primer café”.¹

La competencia de las Barras de Café es el elemento de mercado con influencia más directa sobre el éxito de su operación, puesto que se constituye generalmente de establecimientos que buscan objetivos similares a los propios, valiéndose de medios y servicios parecidos, abarca segmentos afines al mercado; es por ello que es tan importante la competencia y es vital conocer sus características y elementos competitivos. “El concepto de competencia supone la disputa de un fin, en este caso el cliente, por parte de 2 o más empresas que proporcionan un mismo tipo de satisfactor”.²

Los objetivos generales de este proyecto de inversión son el crear una empresa que permita satisfacer una necesidad humana ya que al haber esta, siempre va a existir la posibilidad de invertir para producir un bien o servicio. Estos Objetivos son:

- Cubrir una demanda insatisfecha y la posibilidad de que se pueda brindar un mejor servicio y tomar el riesgo de invertir en dicho proyecto.
- Ratificar que el proyecto es viable y rentable, tanto a nivel social como económico
- Desarrollar la cadena más importante de cafeterías / expendio en la República Mexicana, a través de personas independientes, que como pequeños empresarios busquen su crecimiento bajo el esquema de negocio de franquicia, así mismo beneficiar a los agro-productores del café mexicano, con mayor consumo de café gourmet a precios competitivos.

¹ MALKUFF, M. Introducción al Café. Editorial GCN. México, 2000

² BOHL. “Diccionario Enciclopédico Quillet”. 12 Tomos. Pág. 440

Como objetivos particulares se pueden mencionar los siguientes:

- Proporcionar a la población mexicana una cafetería / expendio cercano a sus casas y/o sitio de trabajo, que sea confiable y segura, y que ofrezca productos de calidad a precios justos, fomentando el consumo de café mexicano a nivel nacional.
- Mantener un crecimiento constante en número de cafeterías, creándoles una variedad de servicios y productos de alta calidad y apoyándolas con tecnología de vanguardia.
- Producir, procesar, empaçar y ofrecer al mercado nacional varias clases de café tostado y/o molido, tal que su calidad, sabor y aromas respondan plenamente a las más altas exigencias del consumidor.
- Ofrecer la venta de café y bebidas derivadas.
- Conformar kits de elementos relacionados con la demanda y consumo de café y otras bebidas derivadas, de acuerdo a las necesidades y demandas institucionales.

CAPITULO I. ESTUDIO DE MERCADO

A. MARCO DE DESARROLLO

1. DEFINICIÓN DEL PRODUCTO

"El café provoca un estado de excesiva excitación cerebral que se manifiesta por una notable locuacidad, acompañada en ocasiones por una acelerada asociación de ideas. En las cafeterías también es posible ver a políticos que beben una taza tras otra, y este abuso les infunde una profunda sabiduría sobre todos los acontecimientos terrenales"³

"Toma un café cuidadosamente mezclado, con cuerpo, muy aromático y prepáralo con cuidado... obtendrás una bebida fuerte, delicada y placentera. Dáselo al bebedor corriente de café y dirá: 'no es bueno'. Luego toma ese mismo café, hiévelo hasta que sus delicadas características hayan desaparecido y consigas obtener un líquido semejante a la lejía y dáselo al mismo hombre que lo aceptará gozoso y exclamará: '¡ah! ¡esto es café!'".⁴

El producto principal de este proyecto es el Café, por lo que a continuación se dan las características principales de este.

- Café: El cafeto es un arbusto de 3 a 6 metros de altura, con hojas opuestas, lanceoladas, persistentes, de un bello color verde intenso, flores blancas y olorosas, parecidas a las del jazmín, y fruto de baya roja, cuya semilla es el café. Perteneciente a la familia de las Rubiáceas, conforma el género Coffea, que comprende 70 especies, aunque solo son productivas las agrupadas en 3 grandes grupos muy diferentes: ARÁBICA, que es por mucho el de mayor calidad y más extendido; ROBUSTA, muy recio; y LIBÉRICA, descubierta en 1843 en estado salvaje en Liberia, de ahí su nombre, y de cultivo prácticamente circunscrito en África, que en estado silvestre puede alcanzar los veinte metros.

Dentro del género Arábica cabe distinguir a 3 especies:

- C. Arábica, que constituye cerca del 90% del café.
- C. Congensis
- C. Stenopylla

³ Lewis Lewin, Phantastica: Narcotic and Stimulating Drugs, 1931. PENDERGRAST, Mark. El Café historia de la semilla que cambió el mundo. Javier Vergara Editor. Argentina. 2002. Pág. 25

⁴ Charles Trigg, investigador del café, 1917. PENDERGRAST, Mark. El Café historia de la semilla que cambió el mundo. Javier Vergara Editor. Argentina. 2002. Pág. 149

Aunque hay muchas subespecies la que sobresale es la *C. Arábica* culta o común, y es la variedad más importante siendo la base de los cafetales de Colombia. Su cultivo, inicialmente en Abisinia, se extiende hoy por los países intertropicales (aquellos incluidos entre los trópicos de Cáncer y Capricornio) principalmente en los siguientes países: Península Arábiga, Etiopía, India, Archipiélago Malayo, Ceilán, Filipinas, Sumatra, Java, Antillas, América Central, Colombia, Brasil, México, Venezuela, Guayanas, Bolivia, Kenya, Costa de Marfil, Uganda y otros más, y esto se debe a su facilidad de adaptación y a la aparición de nuevos híbridos capaces de soportar climas y terrenos menos propicios.

El café Arábica (el único tipo conocido hasta finales del siglo XIX) crece mejor entre los 900 y los 1800 metros en zonas con una temperatura anual media de unos 20° C, que no baje de los 0° C ni supere los 30° C. Los cafetos cultivados a mayor altitud, que se desarrollan lentamente, dan granos generalmente más compactos y de mejor sabor que los que crecen a menor altitud.

Las Robustas, originadas en estado silvestre, de las selvas tropicales africanas, existen numerosas variedades, las principales son:

- Java
- Congensis
- Kovillou
- Carillón
- La genérica *Canephora*

Su cultivo se inició en Indonesia, de la mano de los holandeses, para extenderse luego por Brasil y otros países. El género Robusta, por ser originariamente un cafeto en estado silvestre se ha adaptado siempre a las condiciones climatológicas más adversas, como la falta de agua, temperaturas extremas tanto por el excesivo calor como frío, plagas y demás.

La *Coffea Canephora*, 'descubierta' por los blancos en el Congo Belga y denominada Robusta por un empresario, resultó ser resistente y prolífica y crece en altitudes menores y en condiciones de mayor humedad y temperatura. Esta variedad de café da una bebida de sabor fuerte, con el doble de cafeína que la variedad arábica.

El género Libérica, que en producción es el menor de los tres también parece estar abocado a la extinción, destacan variedades como: *Worensis* y *Grandifolia*. En México, el género que se cultiva es la Arábica y los meses de cosecha son: Octubre, Noviembre, Diciembre, Enero, Febrero y Marzo.

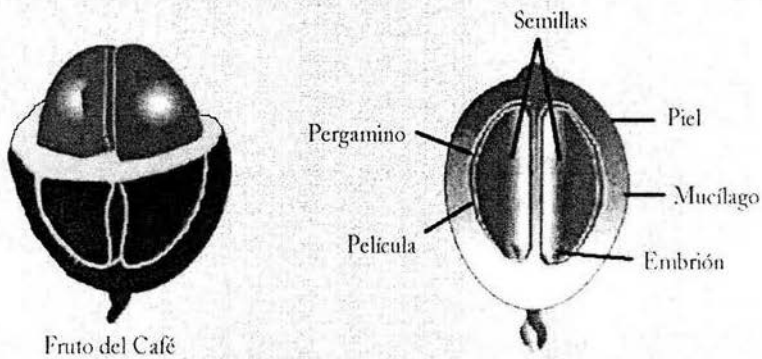
Los estados productores de café en México son:

- Chiapas
- Colima
- Guerrero
- Hidalgo
- Jalisco
- Nayarit
- Oaxaca
- Puebla
- Querétaro
- San Luis Potosí
- Tabasco
- Veracruz

Un buen café debe recolectarse en su punto justo de maduración, dado que en la planta se encuentran bayas en distinto estadio, se comprende la importancia que tiene la cosecha manual, sin embargo el hecho de que se haga la recolección manual en algunos países no es precisamente por cuidar la calidad, sino por las dificultades orográficas del terreno.

La baya o fruto del cafeto, esta formada por una piel denominada **exocarpio**, cuyo cromatismo cambiante indica su evolución, (en la figura 1 se aprecia un racimo de bayas de café en plena etapa de maduración) y recubre la pulpa denominada **mesocarpio** de naturaleza mucilaginoso, que encierra en su corazón dos semilla (o una llamada **caracolillo**) de un color gris verdoso o amarillento, alargadas, ovaladas y planas si pertenecen a la especie Arábica, o más pequeñas, irregulares y convexas si son Robustas, pegadas por su parte plana y recubiertas de una película de celulosa amarillenta conocido como **pergamino**. Finalmente cada grano está recubierto a su vez de una fina membrana de tonalidad plateada.

PLANTA DEL CAFE



Fuente: Consejo Mexicano del Café

Descritas las características de nuestro producto principal, el siguiente paso es describir lo que es una Barra de Café como tal, en cuanto a sus funciones y las causas por las que este tipo de expendio de café esta siendo de gran importancia dentro del mercado nacional, para posteriormente en el siguiente capítulo, describir la forma de concentrar más mercado por medio de las conocidas franquicias.

Este tipo de conceptos dentro de la rama cafetalera en el País empezó a operar por consecuencia del bajo consumo interno de café en México ya que el consumo per cápita en el País asciende a 740 gramos anuales mientras que en los Países Nórdicos es de 12 kilos y en Sudamérica de tres a cinco kilos, debido a esto es que las autoridades empezaron a tomar medidas extremas, con inversiones en beneficio a esta actividad, una de ellas fueron las Barras de Café, con esto se busca aumentar y estimular a la población a consumir más de esta bebida y se espera que con esta medida aumente el consumo cuando menos un kilo para los inicios de este tipo de inversión.

La Barra de Café es un concepto relativamente joven en México y que por ende, obliga al mercado actualmente a ir evolucionando para satisfacer sus propias demandas. Con esta mentalidad se busca dominar el mercado ayudándolo a desarrollarse por completo y además a profesionalizarse. Esto va encaminado al café, un mercado que crece con gran rapidez y al mismo tiempo va hacia la maduración, exige una respuesta completa que abarque la solución integral y profesional que demandan las empresas y los empresarios actuales. Lo que se busca es crear un nuevo concepto de Barra de Café es una solución profesional que incluya todo: desde una cafetera hasta un logotipo, pasando por asesoría y entrenamiento hasta financiamiento bancario si se requiere.

El concepto de Barra de Café implica darle al consumidor "una taza cortada a la medida"; es decir, el cliente recibe el café que desea de acuerdo a su gusto y preferencia.

2. PRODUCTOS SUSTITUTOS

Entre los productos sustitutos del café se encuentran: el Té, leche, agua, jugos, chocolate y refrescos. Estos productos pueden ser sustitutos del café, ya que pueden satisfacer las necesidades de los consumidores además de contener cafeína.

Ante el bajo consumo del producto antes descrito, es conveniente mencionar los beneficios y lo inocuo que resulta beberlo moderadamente ya que por ejemplo, los nutriólogos afirman que la cafeína disminuye la somnolencia y la sensación de fatiga, incrementa el bienestar y facilita el trabajo mental y muscular, además de calmar algunos tipos de dolor de cabeza, beneficia la circulación, aunque consumirla en grandes cantidades puede resultar nocivo. Cabe mencionar que el consumo de refresco es de 800 latas por persona al año, por lo que esto podría explicar el bajo consumo de café. A continuación se presenta una tabla comparativa del contenido de cafeína en diferentes productos que permite dar una idea de que en México existen gran variedad de productos que contienen también cafeína y el porque se consumen más estos productos.

TABLA COMPARATIVA DEL CONTENIDO DE CAFEÍNA

TIPO DE BEBIDA	TAMAÑO	CAFEINA (Mg.)	PROMEDIO (Mg.)	OTROS INGREDIENTES
Café Regular	Taza 12 oz.	150	53-246	
	Taza 8 oz.	80	65-120	
Café Instantáneo	Débil	45	60-85	
	Promedio	75		
	Fuerte	85		
Café Descafeinado		3	2-4	
Espresso	Taza 4 oz.	266	30-54 por oz	
Cocoa/Chocolate	Taza 12 oz.	22	5-22	Teobromina 250 mgs.
Refresco o bebida de Cocoa	Taza 8 oz.	6	3-32	
Refresco o bebida de Chocolate		5	2-7	
Leche con Chocolate		6	1-15	
Coca Cola (Regular o Dieta)	Refresco 12 oz.	45.6	30-100	
Pepsi Cola Regular	Refresco 12 oz.	37.2	30-100	
Pepsi Cola Dieta	Refresco 12 oz.	35.4	30-100	

Fuente: Consejo Mexicano del Café, 2003

En lo que se refiere a los lugares sustitutos de la Barra de Café se encuentran los restaurantes ya que ahí además de vender café se especializan en alimentos, como por ejemplo Vips, Toks, Sanborns, por mencionar solo algunos, ya que estos a pesar de vender diferentes tipos de café preparados su fuerte son los alimentos, además se encuentran los cines, tiendas, hospitales, carritos, máquinas tragamonedas e incluso personas que cargan un termo en la espalda por la calle ofreciéndolo.

Las adulteraciones y falsificaciones de café, mezclándolo o sustituyéndolo con otros productos como arroz, centeno, garbanzo, trigo, sorgo, soya o remolacha, entre otros se presentan tanto en México como en otros países, debido principalmente a la diferencia de precio entre el café y los productos sustitutos.

3. PRODUCTOS COMPLEMENTARIOS

Dentro de los productos complementarios para el café más importantes se encuentran: la leche, azúcar, canela, crema y agua. También se debe de tomar en cuenta los diferentes cafés preparados y son los diferentes productos para hacer cafés preparados como son:

- Licor de café; Vainilla y Saborizantes como: amaretto, rompope, cajeta, menta.

4. NORMAS DE CALIDAD

La diversidad de condiciones geográficas y climáticas, aunado a las distintas variedades de café que se cultiva en México y sus técnicas de beneficiado, hacen que el país cuente con café verde de distintas características físicas y cualidades sensoriales, que están agrupadas en once distintos tipos, cuyas especificaciones se encuentran:

- NOM-F-551-1996-SCFI. Norma de Café Verde
- NOM-F-552-1998-SCFI. Norma de Café Verde Descafeinado

México cuenta con un sistema de normalización de la calidad de los productos de café, contando con normas que deben ser actualizadas periódicamente en sus especificaciones y/o métodos de prueba aplicables para su determinación. Para el manejo del café se presentan las principales Normas Oficiales Mexicanas las cuales son las siguientes:

- NOM-149-SCFI-2001. "Norma de Especificaciones y Métodos de Prueba". La presente NOM se refiere a la denominación "Café Veracruz" en sus presentaciones verde y tostado, su titularidad corresponde al Estado Mexicano, en los términos de la Ley de la Propiedad Industrial de la denominación "café Veracruz". Establece las características, especificaciones y métodos de prueba que deben cumplir los usuarios autorizados para producir, beneficiar, industrializar y comercializar el café denominado "Café Veracruz", que se produce dentro de la zona establecida en la Declaración General de Protección de la Denominación de Origen.
- NOM-F-551-SCFI-1996 y NOM-F-013-SCFI-2000. "Terminología de Catación". Estas normas se refieren a los términos que se establecen para la catación del producto y son:
 1. Acidez.- es el sabor primario resultante de la disolución de un ácido orgánico y percibido en las regiones laterales de la lengua, se compara al gusto del ácido cítrico
 2. Bebida.- Infusión preparada mediante la extracción de las sustancias solubles y la suspensión de una porción de las sustancias insolubles del café tostado y molido, utilizando agua recién hervida.

3. Buqué.- Es el perfil aromático del café, se compone de cuatro partes distintas que son: fragancia, aroma, nariz y resabio.
- NMX-F-013-SCFI-2000. "Norma de Café tostado, en grano o molido". Se refiere a que el café Veracruz en su presentación tostado en grano o molido debe cumplir con especificaciones establecidas que son:

Cuadro N° 2

ESPECIFICACIONES FÍSICAS Y SENSORIALES DEL "CAFÉ VERACRUZ"

Parámetro	Estrictamente Altura	Altura	Extra Prima Lavado	Prima Lavado	Método de Prueba
Físicas					
Color	Fino o muy fino; 90% uniforme o más	Fino o muy fino; 90% uniforme o más	Claro, fino o muy fino; 90% uniforme o más	Claro, fino o muy fino; 90% uniforme o más	Se determina mediante la Norma de Especificaciones
Humedad	11.5 a 12.5%	11.5 a 12.5%	11.5 a 12.5%	11.5 a 12.5%	Se determina mediante la NMX-F-083-SCFI-1996
Tamaño	98% o más sobre Z16 y 80% o más sobre Z17	95% o más sobre Z15 y 80% o más sobre Z16	95% o más sobre Z15 y 75% o más sobre Z16	90% o más sobre Z15 y 75% o más sobre Z16	Se determina mediante la NMX-F-551-SCFI-1996
Forma	95% planchuela o más	95% planchuela o más	90% planchuela o más	90% planchuela o más	Se determina con la separación de los granos de café de acuerdo a su forma física
Defectos Totales	Ver nota 1	Ver nota 1	Ver nota 1	Ver nota 1	Se determina de acuerdo a la NMX-F-551-SCFI-1996
Sensoriales (Escala de 0 a 5)					
Aroma	5	4 o más	3 o más	3 o más	Se determina mediante una degustación.
Acidez	5	4 o más	3 o más	2 o más	Se determina mediante una evaluación degustativa.
Cuerpo	3 o más	3 o más	2 o más	1 o más	Se determina mediante una degustación.
Malos sabores	ninguno	Ninguno	ninguno	ninguno	Se determina mediante una degustación.
Aceptabilidad General	5	4 o más	3 o más	3 o más	Se determina mediante una evaluación degustativa.

Nota 1. La preparación debe presentar un máximo de 22 defectos.

Nota 2. La NMX-F-083, es para la determinación de humedad en alimentos, 2003.

La NMX-F-551, se refiere al café verde-especificaciones y métodos de prueba, 2003.

Por otro lado, el país está avanzando en la Evaluación y Certificación de la Competencia Laboral de sus trabajadores, a lo largo de toda la cadena productiva del sector café; a través de normas de competencia laboral donde se especifica las habilidades, destrezas y conocimientos con los que debe contar una persona para realizar una función productiva. En este proyecto no se especificaran las últimas normas de Competencia Laboral ya que a la fecha no se tienen registros oficiales de dicha norma.

5. CLASIFICACIÓN DEL PRODUCTO

El café se obtiene de la planta de cafeto, originaria de Etiopía, África Oriental; la bebida preparada fue introducida a Europa en el siglo XV, y a partir de ese momento su consumo se extendió alrededor del mundo. Llegó a México hace 200 años y desde entonces, en el país es uno de sus principales productores.

Actualmente el café mexicano se produce en las regiones montañosas de 12 estados de la República, pues se trata de un producto tropical que requiere de ciertas condiciones climáticas, agronómicas y de altura sobre el nivel del mar para un adecuado desarrollo.

En México, las especies más comerciales son la Coffea Arábica y Coffea Canephora en sus variedades Arábica y Robusta respectivamente, aunque existen muchas más especies de café.

Con base al estudio de calidad de café tostado, en grano o molido, puro, con azúcar o descafeinado, el cual se comercializa en el Distrito Federal, da como resultado lo siguiente:

COMPOSICIÓN QUÍMICA DEL CAFÉ TOSTADO EN BASE SECA

COMPONENTE	CAFÉ ARÁBICA (%)	CAFÉ ROBUSTA (%)
Proteínas y Aminoácidos	7.5	7.5
Azúcares	38.3	42.3
Sacarosa	1	0
Azúcares Reductores	.03	0.3
Polisacáridos	38	42
Otros azúcares	ND	ND
Ácidos	4.5	6.4
Clorogénicos	2.5	3.8
Alifáticos	1.6	1.6
Químicos	.08	1
Lípidos	17	11
Minerales	4.5	4.7
Cafeína	1.3	2.4
Trigonelina	1	0.7
Productos caramelizados y condensación (por diferencia)	25.4	25
TOTAL	100	100

Fuente: Espresso Coffee. The Chemistry of Quality, 2003.

La mayor parte de la gente cree que el café solo contiene cafeína, pero como se observa en el cuadro No. 3, se encuentran otros componentes, cuya composición varía por especie, variedad, región, país de origen y grado de tostado del grano. El contenido de cafeína es diferente según el tipo de café: el mínimo es de 0.8% si se trata de café puro, de 0.56% si es café mezclado con azúcar, y un máximo de 0.3% en el caso de café descafeinado.

Los cafés de la variedad Arábica contienen la mitad de cafeína que las Robustas. No sólo el café contiene cafeína, sino que distintas bebidas la contienen, y en el caso del café, dependiendo del tipo, el contenido en cafeína es:

CONTENIDO DE CAFEINA

Una taza de café expreso	Contiene aproximadamente 120 mg.
Una taza de café filtrado	Contiene aproximadamente 80 mg.
Una taza de café instantáneo	Contiene aproximadamente 60 mg.
Un vaso de bebida refrescante de cola	Contiene aproximadamente 40 mg.
Una taza de té	Contiene aproximadamente 40 mg.
Una taza de café descafeinado	Contiene aproximadamente 3 mg.

Fuente: Expresso Coffee. The Chemistry of Quality.

Las características básicas del café se detectan en la taza y estos atributos son:

- a) Aroma: Esta característica aromática se debe al aceite contenido en el grano llamado cafeona que se presenta en los cafés ya tostados, siendo lo primero que detecta el catador.
- b) Cuerpo: Dicha característica también es conocida como de textura y se aprecia cuando al probar la bebida y se arroja o se traga, se queda en la boca por algunos instantes ese particular bouquet, ya que cuando al arrojar el líquido desaparece rápidamente el sabor, se dice que no tiene mucho cuerpo dicho café (también se le conoce como que es una bebida delgada).
- c) Acidez: Este es un término convencional determinante en la valoración de la calidad del café, ya que se mide su pH que esta en un rango de 4.9 a 5.4 dentro de las sustancias ácidas. Es por ello, que por la intensidad que se detecte al catarlo, así será la calidad que contenga, dicha acidez se nota con mayor abundancia en los cafés procedentes de alturas superiores a 950 m.s.n.m.

Así como se tiene atributos como color, aroma, cuerpo y sabor del café, también se detectan algunos defectos de sabor y aroma que afectan su calidad y entre los cuales están los siguientes:

- Sabor a humedad
- Sabor a fermento (es la degradación de café que va de agrio a putrefacto)
- Sabor a terroso (es el sabor a tierra removida)
- Aroma a viejo (es la pérdida total o parcial de aroma, sabor y cuerpo)
- Sabor sucio (es la mezcla indefinida de defectos)

Cabe mencionar, que después de medir dichos atributos se considera como el mejor café al que no tiene defectos y se le denomina Café Gourmet.

Cuadro N° 5

COMPOSICIÓN FÍSICOQUÍMICA
(%)

COMPONENTES	PUNTAJE MÁXIMO (%)
Composición fisicoquímica	48
Humedad	6
Cenizas	6
Grasa	6
Almidón	6
Reductores totales	6
Cafeína	6
Materia extraña	6
Aflatoxinas	6

Fuente: PROFECO (puntaje máximo que debe de tener cada uno de los componentes). 2003.

Cuadro N° 6

DETECCIÓN DE DEFECTOS DE SABOR

DETECCIÓN DE DEFECTOS DE SABOR (sabor a humedad, tierra, fermento, moho, rancio y viejo)	PUNTAJE MÁXIMO
Detectados por 1 – 2 catadores en un café	5
Detectados por 3 – 4 en un café	10
Detectados por más de 4 catadores en un café	20
TOTAL	35

Fuente: PROFECO, 2003.

El grano de la planta del cafeto debe someterse a procesos de transformación antes de preparar la bebida, entre los está el TOSTADO, que se realiza a más de 150° C para generar cambios químicos en los componentes del grano.

El café por lo general es tostado a diferente intensidad para acentuar sus atributos y obtener características que satisfagan el gusto del consumidor, Existen 3 principales grados comerciales de tostado y son: claro, medio y oscuro. La diferencia radica en que un café con tueste claro tiene un sabor más suave que uno con tueste oscuro.

Ya que está tostado, el grano también se muele a diferente granulometría, esto dependiendo del tipo de cafetera que se utilice para preparar la bebida. Los tres grados de molienda comercial son: grueso, medio y fino.

Los productores recomiendan para cafeteras percoladoras un molido grueso, un molido medio para cafeteras de filtro y para preparar café tipo express el molido fino.

Una característica del café tostado es que en tanto no sobrepase un contenido de humedad de 6% no presenta problemas de deterioro o descomposición, no obstante algunos de sus componentes son volátiles por lo que se recomienda que se consuma recién tostado o se adquiera solamente la cantidad que se va a utilizar en periodos cortos (de 2 a 3 semanas).

Por lo que en este proyecto de inversión de una Barra de Café se toma en cuenta que el producto principal que se maneja es el café, el cual es considerado como un producto no perecedero.

Por lo tanto la Barra de Café ofrece un producto de consumo final, al cual se le puede clasificar como un producto de conveniencia por impulso, cuya compra no necesariamente se planea.

En el siguiente cuadro se muestran los diferentes tipos de cafés preparados que se tendrán a la disposición de los consumidores:

TIPOS DE CAFÉS

TIPOS DE CAFÉS PREPARADOS
Americano
Americano con sabor
Capuchino
Capuchino con sabor
Moka
Expresso
Expresso cortado
Latte
Vienés
Chocolate
Capuchino frío
Té
Té frutal

Fuente: Elaboración propia.

B. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado.⁵

El mercado de la Barras de Café ha tenido gran auge dentro de los últimos años, es un servicio que está constituido por los individuos que lo utilizan, o bien los que pueden ser inducidos a utilizarlos. Dentro de estas consideraciones cabe mencionar que en un 97% las personas son afectas a tomar café y por ello, buscan algún lugar en donde satisfacer sus necesidades o simplemente en donde cubran las mismas de servicio y gusto.

La "Barra de Café" es un proyecto viable ya que, aún existiendo gran número de cafeterías en el Área Metropolitana, existe una demanda insatisfecha, ya que la demanda insatisfecha es "aquella en la que lo producido u ofrecido no alcanza a cubrir los requerimientos del mercado".⁶

⁵ BACA, Urbina Gabriel. Evaluación de Proyectos. Tercera Edición. Mc Graw Hill, 1995. Pág. 17.

⁶ BACA, Urbina Gabriel. Evaluación de Proyectos. Tercera Edición. Mc Graw Hill, 1995. Pág. 18.

Dicho lo anterior, la franquicia de Barras de Café va a tratar de llevar al mercado una opción más para poder cubrir en mayor medida el mercado. De esto depende en gran parte de algunos factores que condicionan la demanda y son:

1. Factores Socioculturales: Este se refiere a la composición étnica de la población, costumbres locales, estructura social y nivel educativo que condicionan el perfil del cliente;
2. Factores Económicos: Como son el sistema económico, políticas fiscales, condiciones de crédito, etc; estos condicionan el poder adquisitivo de los clientes, la frecuencia de su asistencia y el volumen de su compra;
3. Factores Naturales: se refiere principalmente a los fenómenos climatológicos que condicionan una estacionalidad, temporalidad y la oferta de servicios, por otro lado también influye en la cosecha del café;
4. Factores Tecnológicos: Resulta ser las innovaciones en los sistemas administrativos junto con la ejecución de nuevas técnicas, ya que son las que pueden condicionar la cantidad del producto.

1. COMPORTAMIENTO HISTÓRICO DE LA DEMANDA

El siguiente cuadro muestra claramente cual fue el comportamiento en la producción del café en en los años 1998-1999, esto conlleva a realizar un análisis de la producción y su evolución desde estos años a la fecha.

Cuadro N° 8

Producción por tipo de Café, 1998 – 1999 en México

PERIODO (Años)	SUPERFICIE (Hectáreas)	TIPOS DE CAFÉ (MILES DE Qq.)			VOLUMEN PRODUCIDO	
		Lavados	Naturales	Robusta	Miles de Qq.	Miles de Sacos de 60 Kg.
1998-89	560,343	6,103.11	780.63	212.89	7,096.65	5,440.76
1989-90	560,217	5,777.32	738.95	201.53	6,717.81	5,150.33
1990-91	558,415	5,145.32	658.12	179.48	5,982.93	4,586.50
1991-92	558,500	5,787.61	740.27	201.9	6,729.78	5,159.50
1992-93	560,001	4,960.10	634.43	173.03	5,767.56	4,421.83
1993-94	592,565	4,617.43	590.6	161.07	5,369.10	4,116.24

Fuente: Consejo Mexicano del Café

Para comprender el consumo que se tiene en el mundo, y comprender las tendencias que ha tenido este del café en los diferentes países principales consumidores de café que a su vez son productores, estas cifras muestran como todos estos países han tenido un incremento considerable en el consumo de café, sin embargo, en el periodo 1997-1998 se muestra que hubo una recesión en el consumo de este producto por las condiciones económicas principalmente que afectaban al planeta en ese periodo, afectando solo a algunos países que se consideran hasta la fecha como de las primeras potencias en productores de café y existen países que sin ser considerados como productor de primer mundo no les afecto esta disminución en el consumo.

Este es un claro ejemplo de que existe un aumento y una preferencia por de más marcada hacia la bebida del café por lo que se considera que en nuestros días existe una demanda insatisfecha aún a pesar de que hay muchos lugares en donde se expende esta bebida preparada.

Cuadro N° 9

**CONSUMO ESTIMADO DE CAFÉ EN LOS PRICIPALES
PAÍSES PRODUCTORES
Años Cosecha 1995/96 – 1999/00**

KILOS/ PERSONA/ AÑO					
PAISES	1995/96	1996/97	1997/98	1998/99	1999/00
Brasil	3.8	3.94	4.34	4.39	4.51
Costa Rica	3.53	3.46	4.32	4.25	4.41
Honduras	1.95	2.84	2.35	2.97	2.58
El Salvador	2.03	2	2.35	2.34	2.18
Colombia	2.33	2.38	2.28	2.07	2.13
Nicaragua	1.28	1.24	1.77	1.64	1.92
Guatemala	1.65	1.6	1.67	1.76	1.9
Etiopía	1.54	1.49	1.55	1.56	1.54
Ecuador	1.54	1.51	1.48	1.45	1.45
México	0.56	0.62	0.57	0.62	0.61
Indonesia	0.64	0.63	0.59	0.55	0.48
Madagascar	1.37	1.33	0.61	0.53	0.34
Costa de Marfil	0.19	0.2	0.22	0.24	0.24
Rep. Dem. Del Congo (Zaire)	0.26	0.26	0.21	0.24	0.23
Uganda	0.27	0.26	0.23	0.22	0.22
India	0.06	0.06	0.06	0.06	0.05

Fuente: USDA, NACIONES UNIDAS, FMI Y FEDERACAFE – Gerencia Comercial. ONU 2002

Uno de los problemas que enfrenta el consumo nacional es su "satanización" y la escasa producción interna, ya que el consumo en México lo ubica en el cuarto lugar por ser una nación más consumidora de refresco. Pero esta apatía, es una responsabilidad compartida entre los productores y autoridades gubernamentales; esta situación en nuestro país y en especial, para los 282,369 productores que en su mayoría son indígenas y cuyo único modo de sobrevivencia es la cafecultura.

En Conclusión, su puede decir que el consumo per-cápita en México desde 1995 hasta el año 2002 ha ido en descenso, como se observa en el cuadro anterior, México es uno de los países con el consumo más bajo a pesar de que es uno de los principales países productores de café. Es por ello que las autoridades encargadas de ello han tomado cartas en el asunto y es por eso que la promoción de las barras de café son proyectos que tienden a ser redituables.

Cuadro N° 10

CONSUMO PER-CAPITA EN MEXICO

CONSUMO PER-CÁPITA	
CICLOS	KILOGRAMOS
1995/1996	0.591
1996/1997	0.624
1998/1999	0.652
2000/2002	0.739

Fuente: SAGARPA y Consejo Mexicano del Café, México 2000

2. VALOR AGREGADO

En el proyecto de inversión de las Barras de Café se trata de añadir un valor agregado, lo cual significa proponer una estrategia de comercialización sin costo alguno, lo cual significaría realizar una propuesta sin que con esto se origine un gasto.

Ante la baja de los precios en el mercado, la innovación de estrategias de comercialización en el país adquiere relevancia para los pequeños productores, y a su vez para los propietarios de las Barras de Café, ya que se refiere a agregar valor al café en el momento de la venta, lo cual no costaría dinero.

Un valor agregado, es el vender el café en grano, pudiendo ser entero, tostado o molido, de esta forma lo podemos vender en la barra de café y así esto podría traer más beneficios. Otra forma de proponer un valor agregado es el introducir el café en diferentes modalidades como son:

- Café en sus diferentes modalidades (americano, capuchino, moka, expreso, etc)

- Vender otros productos que complementen la carta y que sirven para acompañar la bebida como son: donas, empanadas dulces y saladas, galletas y pastelillos.

Se ha pensado en que para tener más auge entre los consumidores podría dar resultado el agregar, aparte de los productos ya mencionados, promociones que hagan el proyecto más atractivo a la población consumidora de modo que se sientan atraídos para convertirse en consumidores regulares y estas promociones son las siguientes:

- Un día a la semana, la promoción de cafés tipo capuchino o de cualquier preparación al 2x1.
- Meter en la compra de cualquier café, una dona o algún complemento gratis.
- Variedad, como un cantante los fines de semana.}

Estas promociones son los que se pueden considerar como un valor agregado para las barras de café, y cabe mencionar que estas no significan gasto alguno ya que por la utilidad que se obtiene de cada taza de café lo soporta.

3. INVESTIGACIÓN DE MERCADO A NIVEL MUESTRAL

Para determinar la aceptación que tendrá la Barra de Café, se aplicó una encuesta para determinar así la demanda del producto que tendrá en el lugar donde se localizará el local. El método que se utilizó para determinar el tamaño de la muestra o de las encuestas que se practicaron fue el de poblaciones finitas y con un margen de error del 7%, ya que el número de habitantes que hay en la delegación no rebasa los 500,000 habitantes obteniéndose de la siguiente manera:

$$n = \frac{s^2 pq}{e^2}$$

Donde:

n= número de elementos

s= nivel de confianza = 1.645 Es el Valor Correspondiente al 90% de Intervalo de Confianza (IC)

p= probabilidad a favor = 50

q= probabilidad en contra = 50

e= error = 7

Sustituyendo:

$$n = \frac{(1.645)^2 (50) (50)}{(7)^2}$$

$$n = 138$$

Por lo tanto, el número de encuestas practicadas fue de 138 para la población de la delegación de Benito Juárez. La encuesta se le practicó a la población que esta entre el rango de consumidores potenciales que se encuentran de los 15 años en adelante y la encuesta es la siguiente.

ENCUESTA

1. EDAD

15-20 _____ 21-30 _____ 31-40 _____ Más de
40 _____

2. OCUPACIÓN

Estudiante _____ Empleado _____ Hogar _____

3. ¿CON QUE FRECUENCIA CONSUME CAFÉ?

Diario _____ 2 a 3 veces a la semana _____ Una vez a la
semana _____

4. ¿EN QUE LUGAR CONSUME O COMPRA EL CAFÉ?

Cafeterías _____ Oficina _____ Hogar _____

5. ¿QUÉ TIPO DE CAFÉ PREFERE?

Americano _____ Capuchino _____ Express _____
Sabores _____

6. ¿CUÁL ES SU INGRESO MENSUAL?

\$1000 A \$5000 _____ \$5,001 a \$8,000 _____ \$8,001 a \$10,000 _____
Más de \$10,000 _____

7. ¿CADA CUANTO TIEMPO COMPRA CAFÉ PARA CONSUMO EN SU HOGAR?

Cada 15 días _____ Cada Mes _____ Cada 2 meses _____

8. ¿CÓMO LE GUSTA MAS EL CAFÉ?

Soluble _____ Grano _____

9. ¿QUÉ TIPO DE ENVASE PREFERE PARA EL CAFÉ?

Vidrio _____ Bolsa Metalizada _____ Bolsa de Papel _____
No importa _____

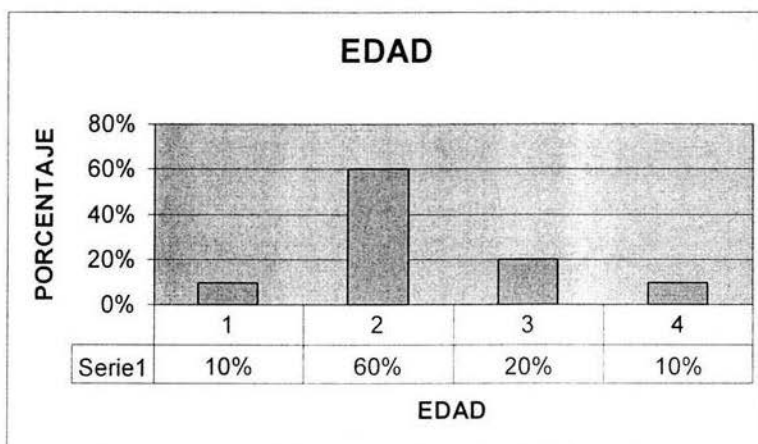
Fuente: Elaboración Propia

Para el mejor entendimiento de las encuestas practicadas en la zona donde se piensa abrir el proyecto de inversión de la Barra de Café, se hizo de la siguiente forma:

1. La primer pregunta se refiere a la edad de los encuestados y se busco que estuvieran dentro de los rangos que se tiene previsto los cuales corresponden de la siguiente manera:
El 1. De 15 a 20 años;
El 2. De 21 a 30 años;
El 3. De 31 a 40 años y
El 4. Corresponde a las personas con más de 40 años

Estas personas son los que se consideran como consumidores potenciales y por los cuales se obtuvieron las siguientes respuestas:

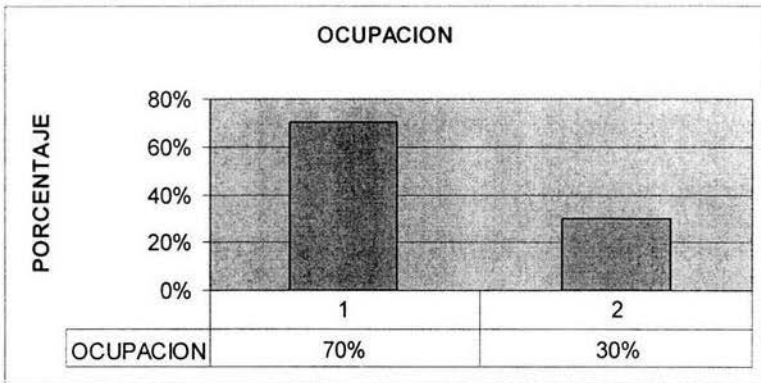
Gráfica N.º 1



Fuente: Elaboración Propia

2. La pregunta dos se refiere a la ocupación de los encuestados y se obtuvo que las personas en su totalidad realizan alguna actividad ya sea de nivel académico o laboral y en base a ello se obtuvo que:
EL 1. Se refiere a las personas que son Estudiantes y
EL 2. Se refiere a las personas que son Empleados.

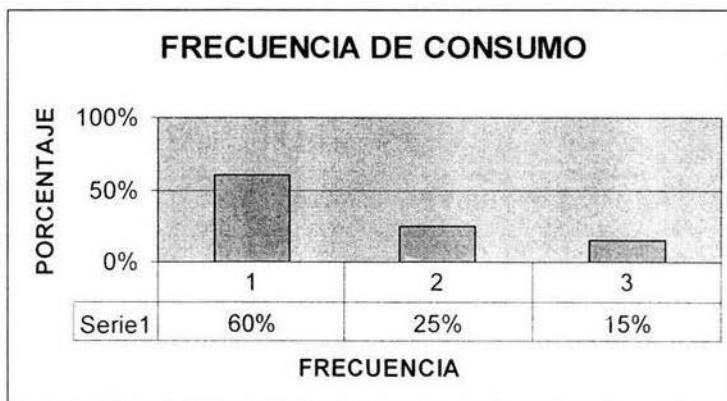
Gráfica No. 2



Fuente: Elaboración Propia

3. La tercer pregunta correspondiente a la frecuencia con que los encuestados consumen café arroja que, en su mayoría, las personas toman café a diario, los números corresponden al número de veces que las personas toman café y son:
 El número 1 corresponde a las personas que toman café a diario
 El número 2 corresponde a las personas que toman de 2 a 3 veces a la semana
 Finalmente el 3 corresponde a las personas que toman por lo regular una vez a La semana.

Gráfica No. 3



Fuente: Elaboración Propia

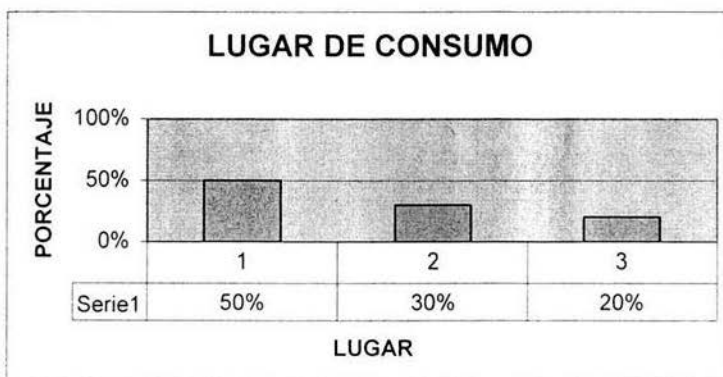
4. La pregunta cinco se trataba de conocer la viabilidad de las ventas del proyecto y para eso era necesario conocer en que lugar las personas consumen el café, invariablemente las respuestas que se obtuvieron reflejan que es dependiendo de la actividad que se realiza, es el lugar de preferencia para consumir café, esto es:

El número 1 se refiere a comprarlo en cafeterías con servicio a domicilio.

En cuanto al número 2 se refiere a las personas que lo consumen en la oficina.

El número tres se refiere a los consumidores que pueden hacerlo en el hogar.

Gráfica No. 4



Fuente: Elaboración Propia

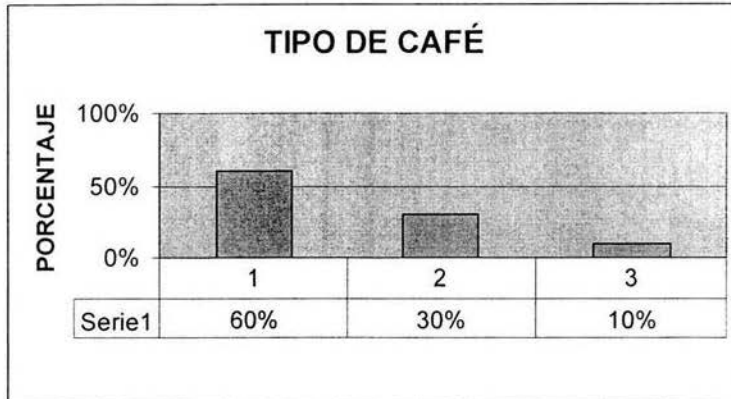
5. Para conocer un poco los gustos de las personas, la pregunta cinco pregunta acerca de que tipo de café es el que le gusta tomar a las personas y se obtuvo que

El número 1 se refiere al café Americano

El número 2 se refiere al café Capuchino

El número 3 se refiere al café Express

Cabe hacer mención que en la encuesta, como se puede observar, se dieron más opciones de respuesta, sin embargo, las personas encuestadas prefirieron solamente estos tipos de café.



Fuente: Elaboración Propia

6. Para darse una idea de las características que va a tener la clientela, se propuso realizar la sexta pregunta que se trata acerca de los ingresos de las personas encuestadas y las respuestas son las siguientes:

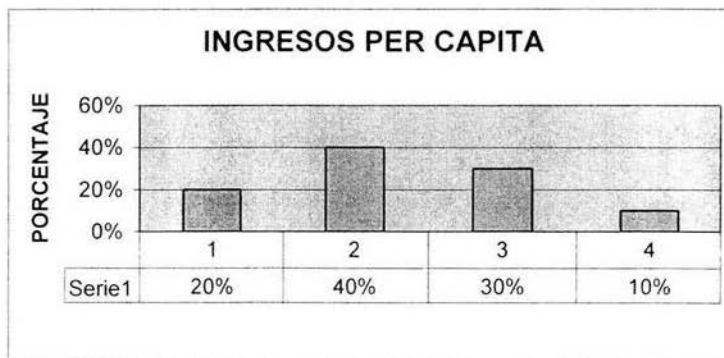
En primer lugar están las personas que ganan de 1,000 a 5,000 pesos

En segundo lugar se encuentran las personas que ganan de 5,001 a 8,000 pesos

En el lugar número 3 están las personas con ingresos de 8,001 a 10,000 pesos

Finalmente se encuentran las personas que ganan más de 10,001 pesos

Gráfica No. 6



Fuente: Elaboración Propia

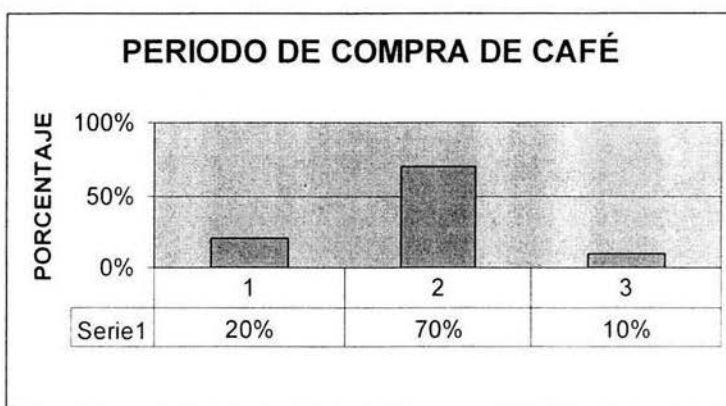
7. En cuento a la séptima pregunta de la encuesta que se refiere al periodo de tiempo que las personas utilizan para comprar café para su consumo en el hogar se tiene que:

En el lugar número 1 se trata de las personas que compran cada 15 días

En el lugar número 2 están las personas que lo compran cada mes

Finalmente en el lugar número 3 las personas que compran cada 2 meses

Gráfica No. 7

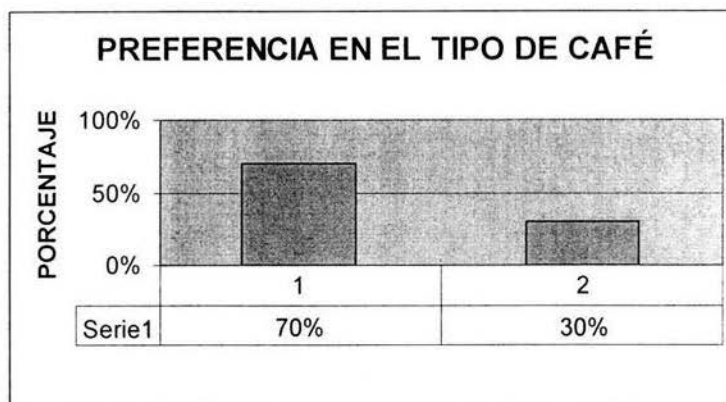


Fuente: Elaboración Propia

8. Al igual que la pregunta anterior, ambas están encaminadas a conocer más acerca de las preferencias que tienen en la compra de café para consumirlo en el hogar o bien en la oficina ya que la octava pregunta se refiere al tipo de café que adquiere ya sea soluble o en grano:

La respuesta 1 se refiere a las personas que compran el café soluble

La siguiente respuesta se trata de los consumidores que prefieren el café en grano.



Fuente: Elaboración Propia

9. La última pregunta es hecha para poner en énfasis que lo más importante en el proyecto de inversión es darle a los consumidores algo que satisfaga sus necesidades y se refiere al empaque que debe llevar el café a modo de que la calidad perdure:

La respuesta número 1 se refiere a la preferencia por el envase de vidrio

La respuesta número 2 se refiere básicamente a la Bolsa Metalizada

La tercera respuesta es para la preferencia por la Bolsa de Papel

La última respuesta se refiere a los consumidores que no les importa el envase siempre y cuando el café no pierda sus características



Fuente: Elaboración Propia

C. ANÁLISIS DE LA OFERTA

"La 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"⁷

En este aspecto de la oferta lo que se busca es que los productores y en este caso, los comercializadores de café, ya sea en forma de bebida o a granel y es que en México existe un grave problema para los cafecultores ya que su producto en ocasiones tiene que ofrecerse a un precio alto para los consumidores nacionales debido principalmente a que el consumo en el País es bajo, por esto, las autoridades encargadas plantean una serie de medidas que puedan solucionar este problema:

- El retiro permanente de café de mala calidad, entendiendo por malo al café roto, manchado, con exceso de humedad.
- El otorgamiento de apoyos monetarios para levantar las cosechas, mediante una entrega justa y apropiada.
- Contar con una mesa de trabajo permanente para analizar los temas vigentes, debido a que las jornadas en el campo requieren de esfuerzos continuos y constantes.
- La implementación de un programa de comercialización específico para el consumo interno que lleve a una planeación, estrategia de venta y obviamente la mercadotecnia y la publicidad.
- La presentación de una propuesta de negocio, basada en la comercialización de café con valor agregado, es decir, tomar como base una marca para hacer una preparación que despierte el gusto del consumidor y le ofrezca una gama de tostados, recetas y productos que lo acompañan

El primer y más grande problema que tiene México, en comparación con otros productores de café de calidad, es que ni el mismo cafetalero sabe catar su café y por eso es difícil que defienda su excelencia o que la mejore.

La crisis de la cantidad ofertada es que no existe una gran cantidad demandada, y las posibles soluciones son temas recurrentes en todos los ámbitos porque hay muchas soluciones baratas para promover la calidad del café mexicano en hoteles, restaurantes, al turismo en vez de promocionar una imagen del grano nacional que es lo que no existe, por ello se debe marcar una dirección común y empezar con pequeños avances para que se alcance un estándar de calidad compatible con los otros países que tienen gente que conoce esa calidad que se necesita.

⁷ BACA, Urbina Gabriel. Evaluación de Proyectos. Tercera Edición. Mc Graw Hill, 1995. Pág. 39

En la República Mexicana, doce son los estados productores de café como ya se había mencionado anteriormente, el principal de estos es Chiapas, con una producción anual de 1,410,000 sacos al año, seguido muy de cerca por Veracruz con 1,370,000 sacos, luego sigue Oaxaca, Puebla, Guerrero, Hidalgo, San Luis Potosí, Nayarit, Jalisco, Colima, Tabasco, y Querétaro. Entre todos se llega a una producción nacional de alrededor de 5 millones de sacos.

Entre los datos interesantes que se tomaron del Consejo Mexicano del Café y que vale la pena mencionar esta lo siguiente: México perdió el cuarto lugar como productor mundial, desplazado por Vietnam a partir del ciclo 1996/1997, cuando Vietnam produjo 5.5 millones de sacos y México 200,000 sacos menos. Dos ciclos más tarde, es decir, en el correspondiente a 1998/1999, el País logró una producción de 4,750,000 sacos, en tanto que Vietnam nos superó por 600,000 sacos, alcanzando entonces 6,333,000 sacos.

A continuación se da una forma de clara de expresar y entender las situación del País en el ambiente cafetalero dando a conocer la producción del café en México y la evolución que ha sufrido este.

Cuadro N° 11

PRODUCCIÓN NACIONAL Y SU PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO

PRODUCCIÓN DEL CAFÉ Y SU PARTICIPACIÓN EN EL CONSUMO INTERNO			
CICLOS	PRODUCCIÓN (Miles de Sacos)	CONSUMO NACIONAL (grs)	PARTICIPACIÓN %
1995/1996	5,400	1,005	18.6
1996/1997	5,100	980	19.2
1998/1999	4,800	970	20.2
2000/2002	5,000	736	14.7

Fuente: Consejo Mexicano del Café y Organización Internacional del Café

D. ANÁLISIS DE PRECIOS

El precio "es la cantidad monetaria a que los productores están dispuestos a vender, y los consumidores a comprar un bien o servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio".⁸

El precio del café depende de los siguiente;

- Calidad y presentación del producto.
- Mercado en el que se venda el producto.
- Competencia.

1. DETERMINACIÓN DEL PRECIO PROMEDIO

En el proyecto de las Barras de Café el tipo de precio que se utiliza es el regional interno, ya que es el precio vigente en solo una parte del país y que si se desea consumir en otra región del mismo, el precio varía.

Es importante conocer el precio, ya que es la base para calcular los ingresos futuros. Para determinar el precio promedio del producto se tomaron en cuenta los precios del café de diferentes establecimientos y de productores, así como la calidad, la ubicación de las Barras y la presentación del producto.

Para las Barras de Café, el precio competitivo es muy importante ya que de ello depende, en este caso, el éxito del proyecto.

Para calcular el precio se tomaron los precios de algunos negocios que tuvieran las características similares al proyecto para después sumarlos y dividirlos entre el número de establecimientos que se tomaron como muestra.

⁸ BACA, Urbina Gabriel. Evaluación Financiera. Tercera Edición. Mc Graw HILL. 1995. Pág. 43

Para calcular el precio se tomaron los precios de algunos negocios que tuvieran las características similares al proyecto para después sumarlos y dividirlos entre el número de establecimientos que se tomaron como muestra.

Cuadro N° 12

**DETERMINACIÓN DEL PRECIO PROMEDIO DEL CAFÉ
(1998-2000)
pesos**

TIPOS DE CAFÉ	CAFETERÍAS PRECIOS (\$)					PRECIO PROMEDIO (\$)
	1 (\$)	2 (\$)	3 (\$)	4 (\$)	5 (\$)	
Americano	8	10	7	9	7	8.20
Americano con sabor	10	18	10.50	13	17	13.70
Capuchino	12	17	9.50	11	14	12.70
Capuchino con sabor	15	22	13	15	19	16.80
Capuchino frío	16	25	17	15	20	18.60
Moka	16	22	11.50	15	16	16.10
Latte	11	23	9.50	11.50	10	13
Expresso	8	11	17	16	11	12.60
Expresso doble	10	16	7	12	15	12
Expresso cortado	10	12	7.50	17	12	11.70
Chocolate	11	22	11.50	12.50	8	13
Té	8	14	5	7	4	7.60
Té frutal	10	14	7.50	10.50	7.50	9.90

Fuente: Elaboración Propia

Nota: Se toman en cuenta los tipos de café preparados más consumidos.

En lo que se refiere a la venta de café en grano o molido y por kilo se llevó a cabo el mismo procedimiento para determinar el precio promedio.

DETERMINACIÓN DEL PRECIO

TIPOS DE CAFÉ MOLIDO	CAFETERIA PRECIO Kg(\$)				PRECIO PROMEDIO (\$)
	1	2	3	4	
Caracolillo	106	88	80	85	89.75
Chiapas	112	85	80	90	91.75
Coatepec	112	85	80	90	91.75
Descafeinado	132	100	80	91	100.75
Pluma oaxaca	118	90	80	85	93.25
Mezcla de la casa	106	90	82	88	94

Fuente: Elaboración Propia

Nota: Los tipos de café molido que se mencionan son las que tienen más demanda en los establecimientos.

E. COMERCIALIZACIÓN

1. CANALES DE DISTRIBUCIÓN

El presente proyecto de inversión refiriéndose a la Barra de Café, y siendo el café el producto principal, será la comercializado en sus variadas formas y sabores para ser disfrutados al momento o para ser llevados a su domicilio y centros de trabajo, o si lo prefiere por empaque, el cual será en presentaciones de 250, 500 y 1000 gramos, ya sea molido o en grano.

Se sabe que existen diferentes tipos de café considerados los más comerciales y son: café Veracruz, caracolillo, chiapas, etc. La idea de la barra es ofrecer a los consumidores la oportunidad de comprar el café que ya conocen, pero a la vez ofrecerles diferentes tipos de café que no puedan conseguir en cualquier lugar pero que pueda satisfacer el buen gusto de los paladares de los clientes potenciales.

Se afirma de manera básica que los productos se pueden vender directamente al público consumidor. Sin embargo, en el proyecto de la Barra de café es necesario identificar que tipo de canal de comercialización es posible utilizar para conferirle al producto los beneficios de tiempo y lugar.

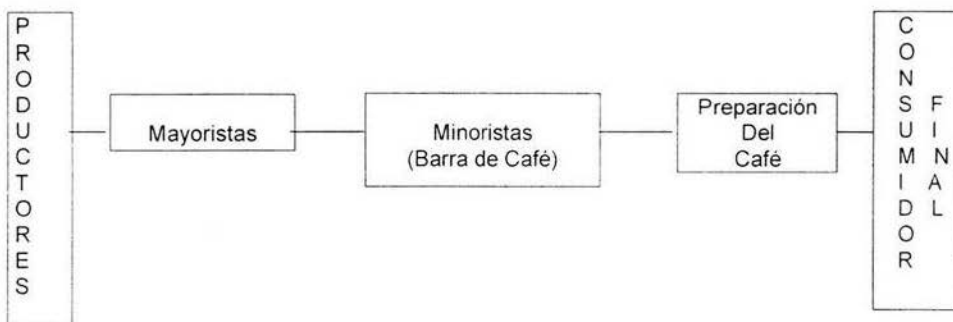
Cabe mencionar que es fundamental encontrar un canal en donde exista el menor número de intermediarios, ya que cada uno de estos gana del 25 al 30% del precio de adquisición, de manera que si hubiera 4 intermediarios el producto doblaría su precio al llegar al consumidor final.

Para poder determinar el canal de comercialización más adecuado se debe tomar en cuenta que tiene que ser el canal más ventajoso desde todos los puntos de vista. De todo lo anterior se deduce que el canal de comercialización más adecuado para el proyecto es:

- Productores – mayoristas – minoristas – consumidores: El mayorista entra como auxiliar al comercializar productos más especializados como es en este caso el café. Es el más adecuado porque cuenta con un solo intermediario que en este caso es el mayorista, lo que reduce su costo para que como minorista, se pueda ofrecer el producto al consumidor a un precio competitivo.

Es necesario hacer mención de que se va a comercializar de manera directa al consumidor ya que serán estos los que directamente compren el producto para ser degustado dentro de la barra de café o bien para ser llevado al hogar u oficina, pero siempre pensando en la satisfacción del consumidor para que la clientela aumente cada vez más y estén seguros que están adquiriendo un producto de calidad, además de hacer que se sientan cómodos y a gusto comprando el café en este proyecto para que eso permita abaratar aún más el canal de comercialización.

CANAL DE COMERCIALIZACIÓN



Fuente: Elaboración Propia

2. PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

“La promoción es un conjunto de incentivos usados en forma temporal por una organización para informar al mercado y persuadirlo respecto a sus productos o servicios y de esta manera estimular las ventas”.⁹

La promoción de las Barras de Café son acciones encaminadas a incrementar las ventas y comunicar mejor la imagen de los servicios de la barra para estimular así que el cliente acuda cada vez en mayor número. La venta, representa un ingreso que se logra y mantiene a través de los servicios, actitudes además de realizar acciones que puedan mejorar la imagen de la Barra de Café

En cuanto a la publicidad se puede decir que son los medios técnicos a los que el proyecto de inversión puede recurrir para incrementar sus ventas, esto es por medio de la creación de una imagen positiva y atractiva para el cliente.

La publicidad que se utiliza para la Barra de Café es la llamada “Publicidad no controlada”, la cual es resultado de la satisfacción de los clientes, ya que si quedan satisfechos van a recomendar el lugar. Sin embargo, con este tipo de publicidad se corre el riesgo de que si el cliente no queda satisfecho de una opinión negativa.

Por otro lado se va a utilizar anuncios a exteriores para la mejor identificación de la Barra de Café, así como la entrega de propaganda por medio de volantes e imanes, los cuales tendrán el concepto y teléfono del lugar para su posterior visita o pedido.

⁹ SCHOELL / Guilitinan, Mercadotecnia, Conceptos y Práctica Moderna. Tercera Edición. Editorial Printece Hall. 1991. Pág. 551.

CAPÍTULO II. ESTUDIO TÉCNICO

A. ¿POR QUÉ UNA FRANQUICIA?

“La franquicia es un método de distribución de un producto o servicio gobernado por un contrato. En la franquicia, el franquiciatario está limitado por una asociación con el franquiciante durante un tiempo definido”¹⁰.

“Existirá una franquicia, cuando con la licencia de una marca se transmitan conocimientos técnicos o se proporcione asistencia técnica, para que la persona a quien se le concede pueda producir o vender bienes o prestar servicios de manera uniforme y con los métodos operativos, comerciales y administrativos establecidos por el titular de la marca, tendientes a mantener la calidad, prestigio e imagen de los productos o servicios a los que ésta distingue”¹¹.

El proyecto de las Barras de Café se va a introducir bajo el concepto de franquicias, ya que estas han probado ser el método y esquema más seguro para establecer un negocio en México, por el simple hecho de que los negocios independientes fracasan en promedio dentro de los primeros cinco años y por consiguiente nunca llegan a ser rentables. Invertir en una franquicia es un medio seguro de obtener rentabilidad al invertir en su patrimonio y para que usted principalmente se asegure, que la utilidad se genera al estar operando el negocio. Es decir, que se puede esperar un alto rendimiento de la inversión siempre y cuando se tenga un respaldo financiero y operativo.

Cuando una persona cuenta con un capital para invertir (sea como negocio o como su medio de subsistencia), la franquicia ha resultado ser cada vez más atractiva debido a las siguientes circunstancias:

- Tiene una marca que reconoce el mercado.
- Tiene sistemas de operación probados.
- Se cuenta con la experiencia previa del franquiciante y los demás franquiciatarios.

Con esto se tiene que la probabilidad de éxito bajo el sistema de franquicia tiene 75% más de probabilidades de ser exitoso que uno con sistema y marca propia.

¹⁰ Asociación Mexicana de Franquicias

¹¹ Ley de la Propiedad Industrial Artículo 142

Por lo tanto, al consolidar el proyecto de las Barras de Café como franquicias es una de las estrategias de penetración al mercado que se va a utilizar, ya que la imagen se conserva en todos los puntos de venta desde el logotipo hasta la exhibición de los productos, lo que infunde confianza en los consumidores, ya que están seguros de que van a adquirir productos que se encuentran bajo un estricto control de calidad por lo que se tiene la oportunidad de que un punto de venta va a promocionar al otro y así sucesivamente.

Al adquirir una franquicia, los inversionistas reciben una marca de prestigio y de calidad, tendrá una operatividad resuelta ya que desde las oficinas centrales se dirigirá a todos los puntos de venta, una seguridad en el abastecimiento de café ya que nunca va a existir un desabasto del producto principal, lo que influye a que los consumidores tengan la confianza de que siempre habrá el producto que busca; también se va a tener un sistema de administración eficiente y una cobertura mercadológica.

Esto último es una ventaja que tienen las franquicias ya que se necesitan estudios constantes para hacer crecer día con día el proyecto de la Barra de Café, cabe señalar que los estudios mercadológicos incrementan los costos de las franquicias, ya que son empresas especializadas las que los realizan.

Los participantes en la franquicia son los siguientes:

Franquiciante

Es quien posee la marca y los derechos de comercialización de una serie de productos o servicios. Accede al sistema de franquicias como una forma de expandir su actividad.

El franquiciante es titular de una propiedad industrial y es quien debe transmitir al franquiciatario los métodos operativos que hacen que el negocio funcione con éxito, y que se refieren a la fabricación, distribución y comercialización de productos o prestación de servicios, dicha agrupación de conocimientos se denomina Know How.

Franquiciatario

Es aquel que por una contraprestación económica accede al uso de la marca y a los derechos de comercialización de los productos o servicios de la compañía franquiciante.

1. VENTAJAS DE UNA FRANQUICIA

Dentro de las principales ventajas que va a tener el franquiciatario al adquirir una franquicia de las Barras de Café se encuentran las siguientes:

a) **Mínima Inversión:** Se requiere de invertir un importe mínimo para incurrir en los gastos de:

- Mobiliario y equipo necesario, permisos, acondicionamiento del local, rentas y depósito, seguros y capital de trabajo más el Fee de Entrada (Derechos de la Franquicia), el cual cuenta con el mobiliario y equipo estándar base nuevo, negociado con anterioridad con los fabricantes y proveedores a los mejores precios.

Gráfica No. 10



Fuente: Elaboración Propia

b) **Adquisición en Propiedad:**

- Al año de operación de la franquicia pasará en propiedad sin costo al franquiciatario el mobiliario y equipo, contenido en el contrato de comodato respectivo.

c) **Alta Rentabilidad:**

- Se obtiene un amplio margen de utilidad de operación real y demostrable

d) **Soporte Permanente:**

- El corporativo apoya con su estructura administrativa y técnica a las franquicias.
- Una asesoría constante para cubrir las necesidades que se presenten en la operación diaria a través del personal capacitado con que se cuenta para ello.

e) **Liquidez Diaria:**

- Cada franquicia cuenta desde el primer día de su apertura con liquidez, debido al mismo giro del negocio.

f) **Crédito con proveedores**

- Desde su apertura, cada franquicia contará con un crédito revolvente del productor de café, previamente autorizado y contratado, el cual irá incrementándose conforme el buen manejo de la operación.

- g) Bajo Costo en Compras
- Costo bajo de la materia prima del café por compras directas al productor.
 - El franquiciatario tendrá acceso a los beneficios de la producción corporativa, la cual permite bajos costos y precios competitivos.
- h) Rápido Retorno de la Inversión:
- De acuerdo a una operación normal, el volumen de ingresos reales genera las utilidades necesarias para una rápida recuperación de la inversión, que puede ser de 2 a 3 años.

2. REQUISITOS PARA ADQUIRIR UNA FRANQUICIA

Este punto es realizado para presentar una base necesaria para la adquisición de una franquicia, serán proporcionados todos los elementos con los que debe contar el solicitante para la preapertura, apertura, operación y administración de una Barra de Café.

a) REQUISITOS INICIALES

1. Perfil del Franquiciatario
El solicitante debe de cumplir con los siguientes requisitos:
 - Solvencia moral y económica
 - Arraigo en la ciudad donde tendrá la franquicia
 - Administrar directamente la franquicia o contrate un administrador apto para ello
2. Carta de Intención
Es una carta que debe ser enviada por el solicitante indicando las características de la unidad:
 - Medidas del local (debe de contar con un mínimo de 60 metros cuadrados)
 - Lugar: en donde se establecerá la Barra de Café (Estado, ciudad, zona)
 - Datos personales del solicitante (nombre, dirección y teléfonos, e-mail)
 - Pago del estudio de factibilidad, es una cantidad a tomarse en cuenta como anticipo del FEE de entrada (Derecho de Entrada al Sistema de Franquicias)
 - \$ 5,000.00 en la ciudad de México y Área Metropolitana
 - \$ 7,500.00 en el interior de la República

Si el local propuesto no cubre el puntaje mercadológico necesario para su operación, la cantidad pagada por el estudio de factibilidad será considerada hasta contar con un local que llene el puntaje necesario del estudio. (Esta cantidad no es reembolsable)

3. Contrato de Confidencialidad

Al firmar un contrato de confidencialidad se protege la documentación a entregar y de los procesos del trabajo del estudio de factibilidad a realizar.

b) DOCUMENTACIÓN

Esta documentación debe ser enviada por el franquiciante al solicitante, para su revisión, además de que sea recabada y enviada la información faltante, esto con el fin de que sirva como soporte inicial al estudio de factibilidad que se va a realizar. Dicha documentación es la siguiente:

1. Solicitud de Franquicia

- Es el formulario base que debe llenar el solicitante, para la investigación socioeconómica del solicitante a franquiciatario.

2. COF (Circular de Oferta de FRANQUICIA)

- Es el documento regulatorio llamado COF, en el cumplimiento a los requerimientos marcados en el artículo 142 de la Ley de Propiedad Industrial, para el otorgamiento de franquicia.¹²

3. Contrato de Franquicia

Se refiere a la presentación del contrato de franquicia y sus anexos (duración del contrato de 5 años)

Anexos:

- Licencia de uso
- Estudio de factibilidad
- Ubicación
- Contrato de confidencialidad
- Contratos de comodato
- Circular de Oferta de Franquicia (COF)
- Carta de autorización de licencia de uso
- Listado de manuales
- Documentación de acreditación
- Seguros

4. Cuestionario Mercadológico

Es un cuestionario mercadológico a realizar por el solicitante con el fin de establecer ciertos puntos como:

- Ubicación de la Barra de Café (estado, ciudad, colonia, etc.)
- Datos del local (tamaño, si es propio o a rentar, etc.)
- Competencia (de la zona, general, etc.)
- Medios de publicidad local (periódicos, radio, volantes, etc.)

¹² Existirá una franquicia, cuando con la licencia de una marca transmitan conocimientos técnicos para que le conceda a la persona que se le conceda pueda producir o vender bienes o servicios de manera uniforme y con los métodos establecidos por el titular de la marca.

c) ACTIVIDADES A REALIZAR

Al contar con la información solicitada en los puntos a y b, se procederá a realizar las siguientes actividades:

1. Revisión en campo
Es la visita de un auditor de operaciones en desarrollo de franquicias en el lugar donde se ubicará la franquicia de la Barra de Café.
2. Estudio Preliminar Mercadológico
Este estudio es realizado para medir el puntaje comercial del local y como base preliminar de las acciones mercadológicas a desarrollar y el modo de llevar el negocio, este parámetro inicial es muy importante para el buen desarrollo de la franquicia.
3. Análisis de Viabilidad Económica
Será presentado al solicitante un estudio económico con análisis de ventas proyectadas y gastos reales de la Barra de Café de acuerdo a las características del local y la zona.
4. Anteproyecto arquitectónico o remodelación
Es presentada la base de un proyecto arquitectónico, considerando que se trata de una Barra de Café, tomando en cuenta el mobiliario y equipo necesario a invertir de acuerdo a las características del local, así como la remodelación o adecuación del mismo.
5. Firma del contrato de franquicia
6. Programa Pre-operativo
Se entrega un programa detallado de las actividades pre-operativas (remodelación del local, equipamiento, surtido de mercancía, capacitación del personal y campaña de publicidad)

B) LOCALIZACIÓN DE LAS FRANQUICIAS

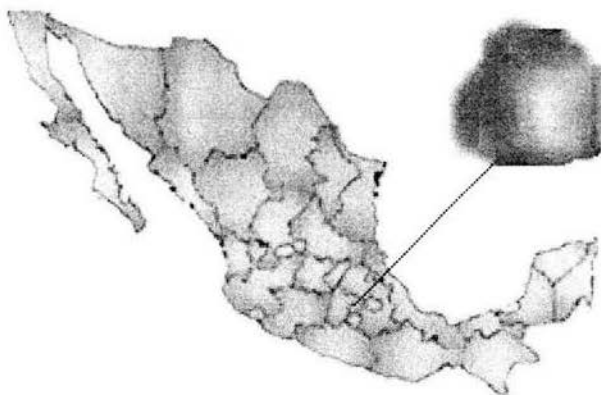
"El objetivo del estudio técnico es demostrar si el proyecto de inversión es o no técnicamente factible, justificando además, desde un punto de vista económico, haber seleccionado la mejor alternativa en tamaño, localización y proceso productivo para abastecer el mercado demandante del bien o servicio a producir"¹³

Para poder determinar la localización tanto macro como micro se tiene que conocer el lugar para establecer el proyecto, para determinar la localización de una franquicia como es el caso de este proyecto de inversión de las Barras de Café es más complicado ya que, se debe de tomar en cuenta que una franquicia es un proyecto en donde lo primordial es que se ubique en una zona en donde pueda obtener los resultados esperados siendo uno el abarcar el mayor mercado posible y captar así un importante número de clientes que necesiten se cumplan sus necesidades.

La localización que se propone para el proyecto de la Barra de Café es el Distrito Federal, el cual tiene los siguientes aspectos geográficos:

El Distrito Federal está conformado por 16 delegaciones políticas, colinda al norte, este y oeste con el Estado de México y al sur con el Estado de Morelos. Se situó al norte $19^{\circ} 36'$, al su $19^{\circ} 03'$ de latitud al norte, al este $98^{\circ} 57'$ y al oeste $99^{\circ} 22'$ de longitud norte. Posee una superficie de 1489.86 km^2 que representan 0.1% de la superficie del Territorio Nacional.

DISTRITO FEDERAL Mapa No. 1



Fuente: CONAPO, México, 2001

¹³ NAFINSA. Pág. 42

Conforme a lo dicho anteriormente, se tiene pensado ubicar el proyecto de inversión primeramente en la Delegación Benito Juárez que cumple con las características que se buscan, ya que cuenta con una población de 360,478 habitantes con un porcentaje del 82% que se encuentra dentro de las personas consideradas como consumidores potenciales, siendo estas 296,603 personas.¹⁴

En este lugar se ubican zonas en donde los comercios, empresas y viviendas particulares están concentradas en su mayoría y el caso de la Colonia del Valle. Esta colonia se caracteriza porque las empresas, hogares y población en general son consumidores totalmente aceptadas, además de que los ingresos son de los más altos en el Distrito Federal además de que es una de las delegaciones más pobladas en el Distrito Federal.

Se tiene pensado que la ubicación exacta sea en la Calle de San Lorenzo entre las Avenidas Coyoacán y Gabriel Mancera debido a que en las cercanías se tienen desde unidades habitacionales, hospitales (ejemplo 20 de Noviembre) y porque es una zona con alto índice de escuelas, oficinas, sitios de taxis colectivos y debido a la alta afluencia de personas que existen en ese punto desde muy temprano en la mañana hasta altas horas de la noche.

La siguiente delegación en donde se puede abrir otra franquicia y que cumple con las características que se busca de los lugares para que se pueda instalar una franquicia es la delegación de Coyoacán, debido a que es una de las delegaciones con mayor demanda del producto debido a las características socio-económicas de la población, cuenta con una población de 640,423 habitantes, de los cuales el 77% está dentro de los consumidores potenciales que son 495,804¹⁵, que busca cada vez más lugares donde disfrutar su café o simplemente donde pasar un momento agradable por los lugares que se encuentran en esa delegación que es por tradición un lugar donde se encuentran lugares propios a las necesidades de la gente.

Por consumidores potenciales se encuentra considerada la población dentro del rango de 15 años o más, ya que es este sector de la población los que cuentan con la decisión propia de adquirir productos como es en este caso del café.

Estas son las 2 delegaciones en donde se empezaría a comercializar con las franquicias de la Barra de Café, pero cabe mencionar que se tiene pensado desarrollar este tipo de negocio en todo el Distrito Federal empezando a poner franquicias en las delegaciones en donde existan las condiciones adecuadas para que el proyecto sea rentable, y más adelante poner en todo el país.

¹⁴ Porcentaje elaborado en base a datos tomados del INEGI, XII Censo de Población del Distrito Federal, 2000.

¹⁵ Porcentaje elaborado en base a datos tomados del INEGI, XII Censo de Población del Distrito Federal, 2000.

Estas dos delegaciones se escogieron teniendo como base los factores que ayudan a una mejor localización y son los siguientes:

- Factores Geográficos: En este primer punto el clima no tiene mucho impacto dentro del proyecto debido a que no es relevante para que los consumidores tomen café. También se toma en cuenta de que son zonas que tienen grandes avenidas, las cuales ayudan para el desplazamiento de los clientes y de los proveedores, esto también sirve para implementar un mejor servicio como es el reparto a domicilio
- Factores Institucionales: Aquí lo que se busca es el desarrollo del proyecto teniendo como meta el captar el mayor número de clientes y esto se puede lograr por medio de la publicidad, además del buen servicio y mejor calidad del producto.
- Factores Sociales: El proyecto de la Barra de Café no tiene problemas para adaptarse al ambiente y a la comunidad de estas delegaciones, ya que estas cuentan con características similares porque se encuentran escuelas tanto de nivel básico como de nivel superior, hospitales, zonas habitacionales, oficinas empresas y varios negocios aledaños, los cuales cuentan con personas que están dentro del rango de consumidores potenciales.
- Factores Económicos: Es relevante dentro de este punto el observar que el negocio es redituable, ya que no se necesita mano de obra especializada, la materia prima tendrá fácil acceso, lo que bajará los costos. En estas delegaciones se cuenta con una gran disponibilidad de servicios e infraestructura, además de tomar en cuenta el nivel de ingresos que tienen los habitantes de estas zonas.

Los siguientes cuadros reflejan el porqué se tomaron en cuenta estas delegaciones con base a los anteriores factores. Por lo que el siguiente método permite asignar factores cuantitativos a una serie de elementos que son relevantes para la localización y deriva en una comparación cuantitativa de diferentes sitios lo que permite tomar la mejor decisión para la instalación de las Barras de Café.

Los resultados se toman en cuenta por la calificación que se la da a los factores dependiendo de la importancia que tienen cada uno de ellos para obtener así la calificación ponderada.

DELEGACIÓN BENITO JUÁREZ

FACTORES RELEVANTES	PESO ASIGNADO	CALIFICACIÓN DEL 1 AL 10	CALIFICACIÓN PONDERADA
Local Disponible	.35	8.0	2.8
Precios del Local	.15	5.0	.75
Servicios (Agua, Luz., Transporte)	.05	3.0	.15
Cercanía de Negocio	.10	4.0	.4
Cercanía de Escuelas	.10	4.0	.4
Nivel Socioeconómico	.02	3.0	.06
Mano de Obra	.02	1.0	.02
Materia Prima	.21	8.5	1.78
TOTAL	1.00		6.36

Fuente: Elaboración Propia

DELEGACIÓN COYOACAN

FACTORES RELEVANTES	PESO ASIGNADO	CALIFICACIÓN DEL 1 AL 10	CALIFICACIÓN PONDERADA
Local Disponible	.25	7.0	1.75
Precios del local	.20	6.0	1.20
Servicios (Agua, Luz, Transporte)	.10	5.0	.5
Cercanía del Negocio	.05	3.0	.15
Cercanía de Escuelas	.10	4.0	.4
Nivel Socioeconómico	.05	5.0	.25
Mano de Obra	.05	3.0	.15
Materia Prima	.20	6.5	1.3
TOTAL	1.00		5.7

Fuente: Elaboración Propia

DELEGACIÓN IZTAPALAPA

FACTORES RELEVANTES	PESO ASIGNADO	CALIFICACIÓN DEL 1 AL 10	CALIFICACIÓN PONDERADA
Local Disponible	.35	7.0	2.45
Precio del Local	.10	4.0	.4
Servicios (Agua, Luz, Teléfono)	.05	2.0	.1
Cercanía del Negocio	.20	5.0	1
Cercanía de Escuelas	.05	1.0	.05
Nivel Socioeconómico	.05	1.5	.075
Mano de Obra	.05	1.0	.05
Materia Prima	.15	4.0	.6
TOTAL	1.00		4.72

Fuente: Elaboración Propia.

Al observar los resultados de las calificaciones ponderadas se puede constatar el porque se instalará en la Delegación Benito Juárez (Colonia del Valle) la primera Barra de Café, y posteriormente en la Delegación Coyoacán, descartándose en un principio la instalación de una franquicia de la Barra de Café en la Delegación Iztapalapa por el momento. Por medio de este método se seguirá buscando los puntos en donde instalar las demás franquicias.

C. TAMAÑO

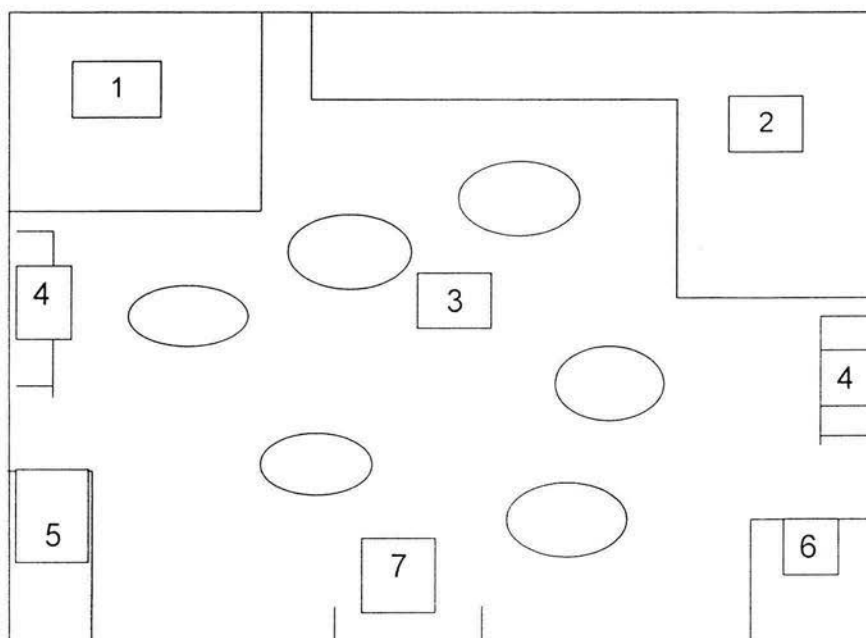
“El tamaño de un proyecto es su capacidad instalada, y se expresa en unidades de producción por año”¹⁶. Además de poder definir el tamaño del proyecto de la manera descrita, también puede definirse por indicadores indirectos como son: el monto de la inversión, el monto de ocupación efectiva o algún otro de sus efectos sobre la economía.

El tamaño se define como la capacidad máxima de operación de los equipos instalados junto con sus características, ya que el tamaño de la maquinaria, de la mano de obra que se utiliza y de la capacidad de almacenamiento que se necesite para guardar la materia prima.

Teniendo en cuenta que el requerimiento mínimo del local debe ser de 60 m², la primera unidad de las franquicias que va a ser instalada en la Delegación Benito Juárez tendrá una dimensión de 90 m², lo cual es más que necesario para la perfecta ubicación tanto de las máquinas como del mobiliario en general.

Figura N.º 2

1. DESCRIPCIÓN GENERAL DE LAS INSTALACIONES



¹⁶ BACA, Urbina Gabriel. Evaluación de Proyectos. Tercera Edición. Mc Graw Hill, 1995. Pág. 108

En donde:

1	Cocina
2	Barra de Café, Muestrario de Café y Área de Refrigeradores
3	Área de Mesas
4	Barras Laterales
5	Sanitarios
6	Bodega
7	Entrada y Salida

La ubicación de las instalaciones está diseñada para proporcionar buena movilidad al personal, no existen oficinas administrativas debido a que todo el registro, la evaluación y el control de ventas estarán dirigido desde el mismo local. Cabe mencionar que esta ubicación es perfecta para dar una imagen de refinamiento y buen gusto.

Se debe tomar en cuenta que las instalaciones eléctricas y otras especiales no necesitan de un espacio específico, ya que estas son principalmente para el suministro de servicios como luz, gas, agua, etc.

D. MATERIA PRIMA

Las principales materias primas que se utilizan En este proyecto para la operación de la Barra de Café son las siguientes:

- **Café:** El café es el producto principal que se va a comercializar, es un producto que se comprará en territorio nacional, lo que va a contribuir para ayudar a los cafetaleros nacionales. Se comercializará y se va a usar para consumo de la Barra de Café. Los diferentes tipos de café más comercializados en territorio nacional son; el café verde, caracolillo, arábigo, descafeinado, pluma Oaxaca, Chiapas; además de innovar con la mezcla de la casa.
- **Leche:** Es un ingrediente importante en la preparación de varios cafés preparados como por ejemplo del capuchino y de otras bebidas que también son hechas a base de leche y café, además se tiene considerado que un importante número de consumidores son afectos a tomar bebidas con leche.

- Azúcar: Es un producto necesario para complementar la bebida del café, para endulzar no sólo el café, sino en la preparación de los postres que se puedan servir para acompañar dicha bebida. Al agregarse el azúcar para endulzar el café la bebida sabe mejor, aquí hay que considerar que existe el azúcar normal o cualquier sustituto como el endulzante dietético que muchas personas lo prefieren.
- Saborizantes: Es una materia prima que sirve para preparar las diferentes especialidades que se les ofrece a los consumidores, tiene que haber una gran variedad de sabores, ya que puede llegar a convertirse en una especialidad de la casa. Los saborizantes convierten al café en una bebida deliciosa que a mucha gente le agrada, ya que le quita el sabor amargo al café que muchos consumidores no desean, algunos saborizantes son: anís, amaretto, vainilla, rompopo, menta, cajeta, irlandesa. etc.
- Barras (muebles): Estas se utilizan para los clientes que deseen consumir ahí mismo el café
- Portacafés (charolas): Utilizadas principalmente por si el cliente desea que se lo lleven a su negocio, casa u oficina.
- Mesas
- Sillas
- Bancos
- Máquinas Cafeteras
- Báscula
- Molino
- Refrigerador
- Parilla
- Servilletas
- Vasos
- Popotes
- Bolsas
- Cucharas
- Platos
- Canela
- Crema para el café
- Agua
- Vajilla

En la preparación de algunos alimentos la materia prima que se va a utilizar es la siguiente:

- Carne
- Queso
- Jamón
- Verduras
- Carnes frías
- Etc

Los cuales van a servir principalmente para la preparación de diferentes alimentos que se van a ofrecer en la Barra de Café y que pueden ser complemento para su bebida. Además también se van a ofrecer:

- Donas
- Pasteles
- Etc.

E. PROCESO DE PRODUCCIÓN

Para obtener el proceso de producción se toma en cuenta que este proceso es el procedimiento técnico siendo este el que se utiliza para obtener los bienes y servicios a partir de la materia prima identificándose esto como la transformación de una serie de insumos para convertirlos en producto final mediante una función de producción. A continuación se muestra el proceso de producción para la preparación de la bebida en las Barras de Café:

1. Selección del Café: El café que se debe de escoger para preparar la bebida es algo condicionado por los gustos de las personas y la facilidad de la comercialización de los diferentes tipos de café. Se puede utilizar cafés envasados o en este caso se trata de encontrar al productor que ofrezca la mejor calidad del café.
2. Molido del Café: Es importante destacar que debe ser un molido exacto para que se conserve en buen estado por más tiempo y que no cambie su sabor ni calidad, moliéndolo de preferencia antes de utilizarlo. La molienda del café debe de ser fina.

3. Agregar agua y café en la cafetera: Una vez que se tiene el café finamente molido, se introduce a la cafetera. Otro factor importante es el agua, ya de ella dependerá que el resultado final se ajuste a las perspectivas esperadas, ya que la misión del agua es precisamente no transmitir ningún sabor ni olor a la bebida, por lo cual no debe contener mucho cloro o abundantes minerales. Esta debe ser calentada a no más de 90° C y no menos de 85° C, ya que es la temperatura en la cual se armoniza la extracción de aromas y sabores.
- La función de la cafetera consiste en hacer pasar el agua a 90° C por medio de un dispensador y a unas 8.5 atmósferas de presión a través de una cantidad de café que se encuentra en un portafiltros móvil, el cual es molido bastante fino en comparación con los demás tipos de preparación.

a) Flujo de Producción

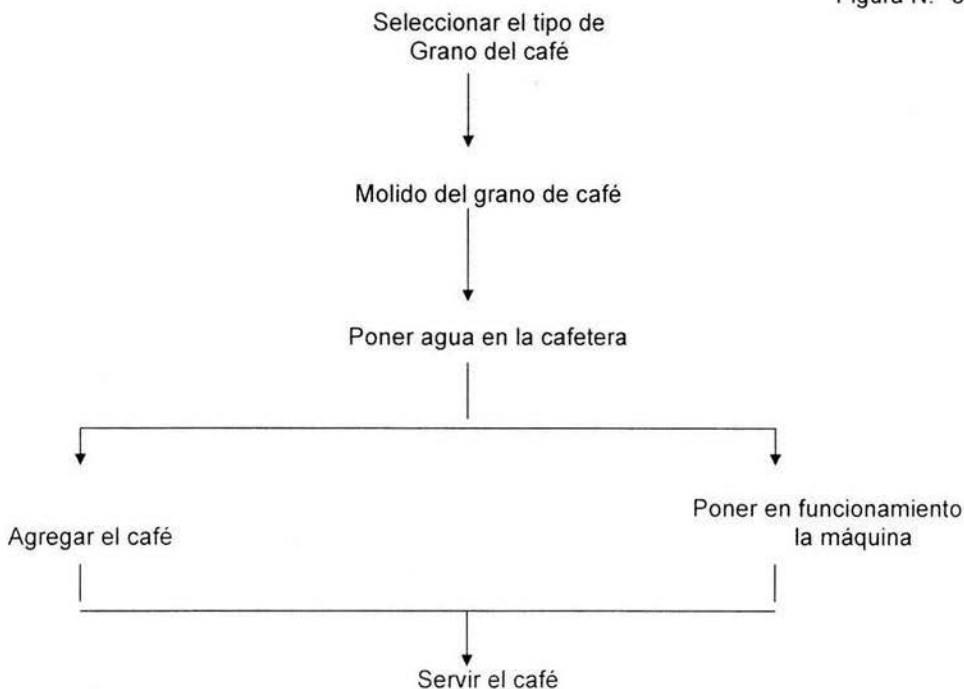
ESTADO INICIAL	PROCESO TRANSFORMADOR	PRODUCTO FINAL
Compra de materias primas (café, azúcar, leche, agua, vasos, etc)	Proceso: Selección del café, Molido del café y ponerlo junto Con el agua en la cafetera. Equipo Productivo: Las Máquinas cafeteras, el molino. La instalación de luz (120 v) Por máquina, gas y agua. Organización: Se necesita un empleado por máquina.	Producto: El café listo para beberse y saborearse.

Fuente: Elaboración Propia.

b) Diagrama de Bloques

El siguiente diagrama es el de bloque en donde permitirá observar los pasos que se tienen que llevar a cabo en la elaboración del café desde que se pide al productor pasando por la selección, la preparación hasta llegar al cliente que finalmente es a él a quien va encaminado el servicio para poder satisfacer así su demanda insatisfecha.

Figura N.º 3



Fuente: Elaboración Propia

F. MAQUINARIA Y EQUIPO

Para que un excelente café pueda mostrar todos sus atributos en la taza, el método de preparación de sus bebidas, debe ser el adecuado y es necesario respetar las técnicas básicas de extracción. Si no existe conocimiento y estricto apego a los principios y procedimientos de elaboración, poca importancia tendrán los cuidados en la selección de granos, si estos son arábigos o de altura, si la mezcla es la ideal o el grado de tueste es el adecuado. De nada sirve ser demasiados exigentes en la calidad del café si no hay cuidado en su manejo o si dicha calidad no se extiende a los métodos usados en la preparación de sus bebidas en la máquina cafetera.

1. CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS BÁSICAS DE LA MAQUINARIA Y EQUIPO DE PRODUCCIÓN

A continuación se muestra la descripción del equipo y maquinaria que se va a utilizar. Es importante mencionar que se escogió ésta, porque es la que cumple las expectativas esperadas por la Barra de Café:

Cuadro N.º 16

MAQUINARIA Y EQUIPO					
PRODUCTO	MARCA	MODELO	MEDIDAS	DESCRIPCION TECNICA	PRECIO (\$)
Cafetera	WEGA	Atlas	74X54X57cm.	Semiautomática y Electrónica. Caldera 1½ litros. Salida de agua caliente y doble lanceta de vapor. Chasis tropicalizado y motobomba incluida 110 volts/60Hz/2400w.	27.216
Molino	GAGGIA	CT-2	18X31X61cm.	Molino Dosificador. Tolva de 2 Kg. Paro Automático 110volts/60Hz/190w.	3.704.4
Bebidas Especiales	BUNN	Ultra-2	63X41X38cm.	Máquina Granita con 2 depósitos de 10 Lts. c/u. Acero Inoxidable. Control Electrónico con display independiente para cada depósito. Sistema de noche para evitar merma. 120 Volts/60Hz/20amp.	25.253.6
Vitrina Pastelera	COFFEE SOLUTIONS	VTIPC-1000	105x98x127cm.	Vitrina Real con vidrio curvo, estructura metálica con laterales en poliuretano. Área de guarda refrigerada inferior con puerta independiente y dos entrepaños	22.140
Refrigerador Vertical	FOGEL	VR-17	76X60X165cm.	Refrigerador Vertical de 15 pies cúbicos, y puerta de cristal con bisagras y con Capacidad de 378 latas 110 volts/1/4HP/5.7amps.	7.376.4

Fuente: Elaboración Propia.

Nota: Los precios son en pesos.

G. REQUERIMIENTO DE MANO DE OBRA

En lo que se refiere a la mano de obra, no se contemplan problemas para la disponibilidad de la misma para la operación de la Barra de Café ya que en el Distrito Federal existen personas que requieren trabajo de medio tiempo (estudiantes) o tiempo completo contando con una población de habitantes suficientes para cubrir las necesidades de mano de obra, además no se necesitará de mano de obra especializada ya que los jóvenes aprenderán con un curso de capacitación a manejar la cafetera y los demás utensilios necesarios para sus labores, solamente el cocinero tendrá que tener conocimientos gastronómicos.

En el siguiente cuadro se presenta el personal que se requiere para el funcionamiento de la barra de Café y para su Administración, en él se detalla el salario percibido por cada uno de ellos a nivel mensual y anual.

Cuadro N° 17

MANO DE OBRA (pesos)

DESCRIPCIÓN	NUMERO DE PERSONAL	SALARIO POR DIA	SALARIO		PRESTACIONES 30% (\$)
			Mes	Costo Anual	
Gerente	1	300	9,000	108,000	32,400
Contador	1	200	6,000	72,000	21,600
Secretaria	1	80	2,400	28,800	8,640
Barista	1	60	1,800	21,600	6,480
Cocinero	1	80	2,400	28,800	8,640
Mesero	1	45	1,350	16,200	4,860
Personal de Limpieza	1	40	1,200	14,400	4,320
Subtotal				289,800	86,940
TOTAL	7				376,740

Fuente: Elaboración Propia

Los sueldos y salarios se calculan para el 2003, adicionalmente con un 30% de prestaciones los cuales se componen del 15% de pago de cuotas al IMSS, 5% a INFONAVIT, 2% al SAR y 8% a otras prestaciones

El Gerente: Será propuesto por la Asamblea General, será responsable directo del funcionamiento tanto financiero como operativo dentro de la Barra de Café, deberá ser un profesionista con experiencia en el giro y con una visión empresarial. Sus funciones serán:

- Mantener una excelente imagen ante los clientes dando atención, calidad y servicio, así como dentro de sus facultades tendrá a su cargo:
- Evaluar y Seleccionar al personal con el perfil adecuado para los diferentes puestos que se requieran, para el buen funcionamiento de la empresa.
- Supervisar el área de cafetería continuamente, mantenimiento del equipo e instalaciones en óptimas condiciones.
- Recibir sugerencias y quejas para darle una mejor solución a las mismas.
- Elaborar los programas de atención y servicio al cliente, la forma de cómo dirigirse a cada uno de ellos, como desenvolverse dentro del local de la Barra, en pocas palabras, el reglamento interno para los trabajadores el cual someterá a consideración de la Asamblea general.
- Tener a su cargo la lista de asistencia del personal para evitar retrasos y faltas, así mismo, la sanción correspondiente al personal que infrinja alguno de estos lineamientos ya establecidos:

Contador: Es indispensable tener un contador en la empresa para que proporcione las técnicas más apropiadas para la mejor administración de la Barra de Café. Sus funciones principales serán:

- Proporcionar al gerente la información confiable y oportuna para la toma de decisiones en el curso diario.
- Proporcionar en cualquier momento, una imagen clara y verídica de la situación financiera de la empresa.
- Registrar en forma clara y precisa, todas las operaciones efectuadas por la Barra de Café durante el ejercicio fiscal.
- Elaborar, analizar e interpretar los estados financieros.
- Presentar el Informe Financiero del negocio por lo menos una vez al año.
- Cumplir con todas y cada una de las Obligaciones Fiscales que marcan las Diferentes Leyes, oportuna y verazmente.

Barista: Será contratado teniendo experiencia en el manejo de diversas máquinas cafeteras, no se necesita una persona profesional.

- La preparación de los diferentes tipos de café y sus especialidades
- Enseñar al personal restante el buen manejo de la cafetera
- Darle la limpieza adecuada a las cafeteras todos los días.
- Atender a los clientes que deseen café por kilo o algunas mezclas especiales.

Meseros: Será uno de los más importantes ya que serán la imagen directa del negocio al cliente, tendrán que ser estudiantes para ayudarlos en el mantenimiento de sus estudios. Sus principales funciones son:

- Atender con cortesía y amabilidad al cliente para que este quede satisfecho
- Ofrecer al cliente la diversa variedad de productos que en la Barra de Café se ofrezcan.
- Respetar los lineamientos y reglamento interno del negocio.
- Mantener el área de las mesas y estas mismas limpias y en orden.
- Realizar la limpieza del local diariamente antes de comenzar actividades.

Cocinero: Tendrá que tener conocimientos de gastronomía para la elaboración y preparación de platillos. Sus principales funciones son:

- La preparación de platillos y botanas que los clientes pidan.
- La limpieza de la cocina y de los instrumentos que se requieren en la preparación de los platillos.
- Supervisar que cada uno de los platillos sean hechos con limpieza y calidad.
- Presentar un inventario semanal de la materia prima que se encuentra para su oportuno abasto.

H. REGLAMENTACIÓN

Para abrir un negocio de Barra de Café en el Distrito Federal se necesitan una serie de pasos y trámites que pide el gobierno capitalino para dar las licencias y permisos correspondientes. Cada uno de los trámites requeridos se realizan con la instancia responsable para cada trámite, esto es con la finalidad de dar una pronta respuesta a los mismos, de esto se desprende lo siguiente:

Lo primero que se tiene que hacer es decidir que tipo de sociedad u organización existirá; en este caso es una sola persona el propietario y por consiguiente se tiene que llevar a cabo los trámites necesarios para que quede asentado como tal registro

Con la finalidad de que estos pasos queden mejor comprendidos, se incluye a continuación un cuadro y un esquema en donde quedan mejor resumidos los pasos por las que el proyecto de la Barra de Café debe pasar antes de su apertura y funcionamiento, estos pasos gracias al siguiente cuadro y esquema son claros y las instancias correspondientes para que los trámites se hagan más rápidamente.

PERMISOS Y REQUERIMIENTOS DE LICENCIAS

TITULO TRAMITE	GESTION	RESPUESTA	VIGENCIA	FORMATO	COSTO
Constitución de Sociedades ante la S.R.E.	Dirección de Permisos	5 días hábiles	Indefinida	SA-1	\$525
Aviso de Uso de los Permisos para la Constitución de Sociedades	Dirección de Permisos	No requiere	Indefinida	Mediante Oficio	\$190
Registro Público de la Propiedad y el Comercio	Dirección General del Registro Público de la Propiedad	6 días hábiles	Indefinida	No Existe	Varia
Inscripción en el RFC/Cédula Fiscal	Administración Local de Recaudación	1 día	Indefinida	R-1	Gratuito
Orientación de Uso de Suelo para Giros Comerciales y de Servicios	Secretaría de Desarrollo Urbano, Obras y Servicios Públicos del gobierno del D.F. (SDUYOPMO)	10 a 15 días hábiles	Indefinida	Orientación de Uso de Suelo	Gratuito
Dictamen de Uso de Suelo	SDUYOPMO	10 a 15 días hábiles	1 año	Dictamen de Uso de Suelo	Gratuito
Registro Empresarial ante IMSS/INFONAVIT/SAR	Subdelegación del IMSS	30 días Hábiles	1 año	AFIL01, SSRT0 1003 y AFIL 02	Gratuito
Licencia de Apertura para Giros Comerciales, Industriales y de Servicios	Dirección de Licencias de Funcionamiento de Distrito Federal	30 días Hábiles	1 año	Solicitud de Licencia de Apertura	Varia
Autorización de Protección Civil		30 días Hábiles	Indefinida	Mediante Oficio	Gratuito

Licencia de Anuncio	SDUYOPMO	Varia	Indefinida	Licencia de Anuncio	Varia
Constitución de la Comisión Mixta para la Capacitación y Adiestramiento	Delegación de la Secretaría del Trabajo y Previsión Social	Varia	Indefinida	DC-1	Gratuito
Aviso de Manifestación Estadística	Delegación del INEGI	1 día	Indefinida	Manifestación Estadística	Gratuito
Integración de la Comisión de Seguridad en los Centros de Trabajo	Delegación de la Secretaría de Trabajo y Previsión Social	No requiere	Indefinida	DC-1	Gratuito

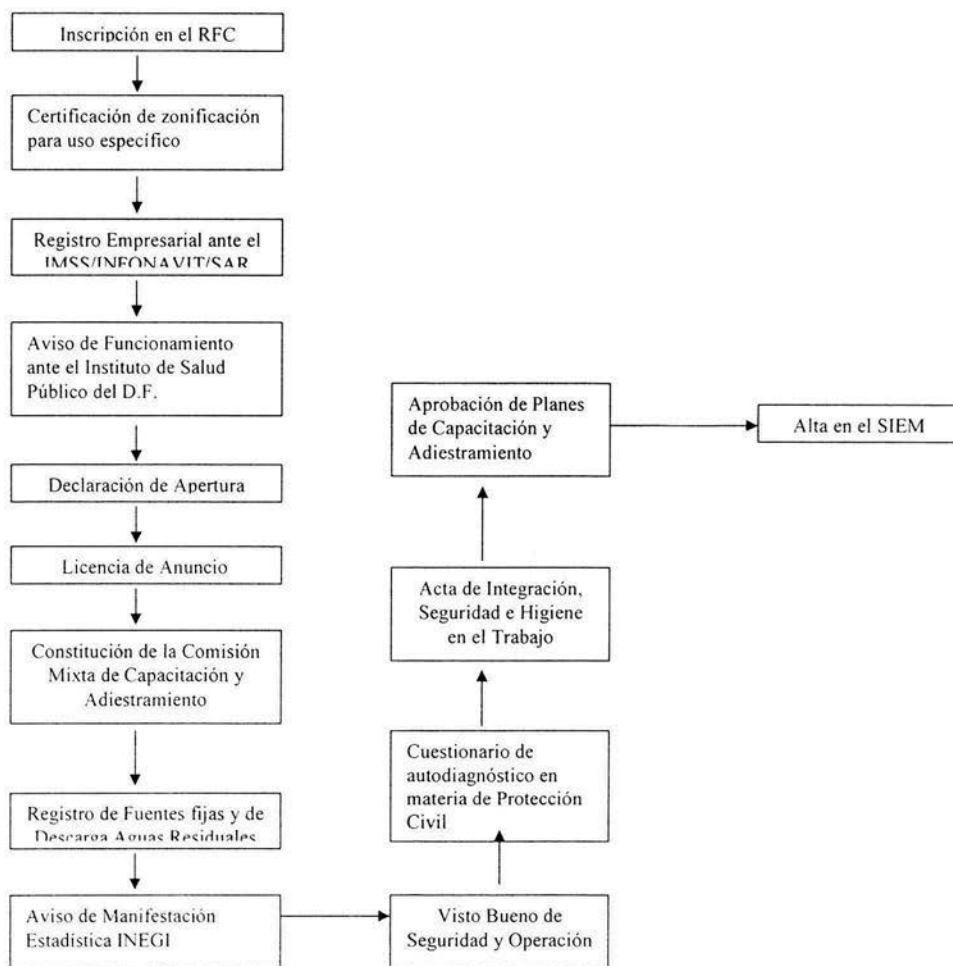
Fuente: Sistema Empresarial de México

Lo siguiente es dar a conocer el esquema en donde viene detallado paso por paso, si es una sociedad o no, el primer esquema es para dar a conocer los pasos en específico para la apertura a la Barra de Café, el segundo es otorgado por la Secretaría de Economía para la apertura de cualquier negocio en general. Si se va a poner anuncio, en fin, la serie de trámites que se tienen que hacer para poder poner en funcionamiento el proyecto de la Barra de Café.

Se debe mencionar que la diferencia entre estos dos esquemas es que los pasos para abrir la Barra de Café amerita pasos que son sumamente diferentes, sobre todo en el aspecto del manejo de productos de consumo como son los alimentos y el agua.

El siguiente esquema ayuda a entender mejor los pasos a seguir para la apertura del proyecto, es sumamente importante llevar a cabo los pasos tal y como se muestran en el cuadro, ya que de lo contrario no se podrá comenzar el paso anterior.

PASOS A SEGUIR EN LA APERTURA DE UN PROYECTO



Fuente: Elaboración Propia

CAPITULO III. ESTUDIO ECONOMICO

ESTIMACIÓN DE LA INVERSIÓN FIJA

La inversión la conforman tres rubros: la inversión fija, la inversión diferida y el capital de trabajo. La inversión fija son bienes tangibles que se adquieren al inicio del proyecto y una sola vez se hacen, son los bienes propiedad de la empresa durante un contrato o bien los compra de forma indefinida, "se llaman fijos porque la empresa no se puede deshacer de ellos tan fácilmente sin que su actividad productiva se vea alterada"¹⁷.

En el caso de este proyecto de inversión de las franquicias de Barra de Café, la inversión fija esta compuesta por los siguientes elementos: Local (renta), acondicionamiento del mismo, mobiliario, maquinaria y su instalación, etc. La inversión fija tiene un costo de \$ 186,690 pesos.

- LOCAL: Para poder poner en marcha este proyecto, se requiere de un local de 9 por 8 m², con un costo en su renta de \$ 5,000 pesos mensuales con un depósito de 2 meses de renta, lo que arroja un costo inicial de \$ 30,000 pesos por la renta del local.
- ACONDICIONAMIENTO: En este rubro se incluye el costo de limpieza del local que es de \$ 4,000 pesos y la remodelación e instalación tanto eléctrica, hidráulica y de gas para el buen desempeño de la maquinaria que es de \$ 15,000 pesos lo cual da un total de \$ 19,000 pesos.
- MAQUINA PARA HACER CAFE: La maquinaria es un elemento indispensable para la puesta en marcha del proyecto y esta tiene un costo de \$85,690 pesos.
- MOBILIARIO Y EQUIPO: Este es un aspecto importante ya que de ahí se deriva la imagen del negocio, debe ser un mobiliario que incluye mesas, sillas, barras, muebles, anaqueles y todo lo que incluye el equipo que se utiliza para la ayuda de servir, preparar, mejorar y dar una mejor imagen al proyecto como son jarras, termos, vajilla, etc, y en general todo lo que se utilice para mostrar la imagen y presentación del negocio a los clientes, esta inversión tiene un costo de inversión de \$ 40,000 pesos.
- EQUIPO DE COMPUTO: El equipo de computo es un factor importante ya que ahí se va a mantener el orden de inventario, los ingresos y egresos diarios, la mejor opción es adquirir el equipo en paquete que incluye computadora, impresora y escáner. El costo del paquete es de \$ 12, 000 pesos.

¹⁷ Baca Urbina. Evaluación de Proyectos de Inversión, 2da. Edición, página 169

ESTIMACIÓN DE LA INVERSIÓN FIJA
(pesos)

DESCRIPCION	UNIDADES	PRECIO UNITARIO \$	IVA 15%	COSTO TOTAL (\$)
Obra Civil				49,000
> Renta del Local				30,000
> Acondicionamiento del Local				4,000
> Instalación Hidráulica				5,000
> Instalación Eléctrica				5,000
> Instalación de Gas				5,000
Mobiliario y Equipo				40,000
> Barras	2	680.425	120.075	1,601
> Porta cafes	2	266.5	46.5	620
> Mesas	6	905.25	159.75	6,390
> Sillas	24	399.5	70.5	11,280
> Bancos	6	420.75	74.25	2,970
> Bascula	1	4105.5	724.5	4,830
> Parrilla	1	8527.2	1,504.8	10,032
> Vajilla	2	967.725	170.775	2,277
Maquinaria				85,690
> Cafetera	1	23,133.6	4082.4	27,216
> Molino	1	3,149.25	555.75	3,705
> Máquina P/ bebidas esp.	1	21,465.05	3,787.95	25,253
> Vitrina Pastelera	1	18819	3321	22,140
> Refrigerador Vertical	1	6269.6	1,106.4	7,376
Equipo de Computo		10200	1800	12,000
TOTAL				186,690

Fuente: Elaboración Propia

INVERSIÓN DIFERIDA

La inversión diferida se refiere a la cantidad total que se utiliza a los activos intangibles necesarios para la realización y puesta en marcha, son bienes intangibles puesto que son bienes que son propiedad de la empresa pero que son necesarios para su funcionamiento tales como, envase, logotipos, marcas, nombres comerciales, los gastos pre-operativos, que son el 5% del costo total de la inversión fija, los pagos de los permisos necesarios para la apertura y puesta en marcha del proyecto que no son mas del 3% sobre la inversión fija, sumando estos costos, la inversión diferida tiene como costo total \$ 20,654.

Cuadro N.° 20

INVERSION DIFERIDA (pesos)

INVERSION DIFERIDA	
DESCRIPCION	COSTO TOTAL DE LA ESTIMACION
Elaboración del Proyecto (2.5%)	4,667
Permisos y Licencias (3%)	5,600
Imprevistos (2%)	3,733
TOTAL	14,000

Fuente: Elaboración Propia

CAPITAL DE TRABAJO

"El capital de trabajo en el punto de vista práctico, esta representado por el capital adicional con que hay que contar para que empiece a funcionar una empresa, esto es, hay que financiar la primera producción antes de recibir ingresos; entonces, debe pagarse materia prima, pagar mano de obra y contar con cierta cantidad de efectivo para sufragar los gastos diarios del proyecto".¹⁸

Aunque el capital de trabajo es una inversión inicial es diferente a la inversión inicial y a la inversión diferida ya que la fija y diferida se pueden recuperar por la vía fiscal, el capital de trabajo no se puede recuperar ya que por su naturaleza, la empresa puede resarcirse de él, esto es, que puede volver a comprarlo en cualquier momento para que este pueda seguir ayudando a generar ingresos. Los aspectos que se consideran

¹⁸ Baca Urbina. "Evaluación de Proyectos de Inversión", 2ª. Edición, página 172

dentro del capital de trabajo para que empiece a funcionar el proyecto de la Barra de Café son los siguientes:

➤ **MATERIA PRIMA:** La materia prima tiene como propósito, mostrar los requerimientos que se necesita para satisfacer la demanda que se tenga con respecto a las ventas, dentro de la materia prima se sitúan: café, leche, azúcar, lechera, agua, Saborizantes, crema batida, chocolate canela, tazas, platos, vasos desechables, cucharas, servilletas, bolsa metalizada y en fin, todo material que tenga que ver con la elaboración de los diferentes estilos de café que existen en el mercado y las especialidades que se hagan en el proyecto.

La elaboración de estos costos se basa en la lista de precios de los diferentes distribuidores de esta materia prima, así como las visitas a los lugares con mayor afluencia comercial como lo es la central de abasto, la merced y las fabricas que elaboran dichos productos. Esto sirve para poder estimar cuanto es el efectivo con el que hay que contar para que se sufragen dichos costos y no se tenga que esperar a iniciar las ventas. El siguiente cuadro refleja de manera detallada los costos en que incurre el proyecto para adquirir la materia prima que es una parte fundamental en este proyecto ya que es un costo que debe realizarse constantemente.

Cuadro N° 21

COSTO DE LA MATERIA PRIMA

COSTO DE LA MATERIA PRIMA			
COSTO DE LA MATERIA PRIMA PARA LA ELABORACION DEL CAFÉ			
Materia Prima	N.° de Uni.	Costo Unitario (\$)	Costo Total (\$)
Café	50 Kg	50 kg.	2,500
Azúcar	100 Kg.	7 kg.	700
Leche	30 Lts.	7.5 lt.	225
Lechera	3 bolsa	350 bolsa	1,050
Agua	30 piezas	20 pza.	600
Saborizante	24 piezas	35 pza.	840
Crema Batida	16 piezas	35 pza.	560
Chocolate	15 piezas	25 pza.	375
Canela	3 Kgs.	30 kg.	90
SUBTOTAL			6,940
COSTO DE LA MATERIA PRIMA PARA EL ENVASADO			
Materia Prima		Costo Unitario	Costo Total
Tazas	50 piezas	9 pza.	4.50
Platos	50 piezas	12 pza.	600
Cucharas	100 piezas	4 pza.	400
Vaso Desechable	20 paq.	25 pqte.	500
Cuchara Desechable	20 paq.	10 pqte.	200
Servilletas	10 paq.	40 pqte.	400
Bolsa Metalizada	10 jgos.	45 jgo.	450
SUBTOTAL'			3,000.0
TOTAL			9,940

Fuente: Elaboración Propia

➤ **MANO DE OBRA:** En el aspecto de la mano de obra, se puede decir que tiene como propósito agrupar a toda la mano de obra tanto directa como indirecta, por período anual, esta conformada por la mano de obra directa que como se menciona anteriormente, es la que esta involucrada en la producción, esta integrada por 7 personas, mientras que la mano de obra indirecta esta integrada por 4 personas lo cual hace un total de 11 personas con costo anual total de \$ 584,280; esto incluye el 30% que se tiene contemplado para prestaciones y contraprestaciones de cada uno de ellos.

Para entender el salario y el cargo de cada uno de ellos, se puede observar el siguiente cuadro cuyos datos fueron calculados mediante el salario mínimo vigente.

Cuadro N.º 22

COSTO ANUAL DE MANO DE OBRA

DESCRIPCIÓN	NUMERO DE PERSONAL	SALARIO POR DIA (\$)	SALARIO (\$)		PRESTACIONES 30%
			Mes	Costo Anual	(\$)
Gerente	1	300	9,000	108,000	32,400
Contador	1	200	6,000	72,000	21,600
Secretaria	1	80	2,400	28,800	8,640
Barista	1	60	1,800	21,600	6,480
Cocinero	1	80	2,400	28,800	8,640
Mesero	1	45	1,350	16,200	4,860
Personal de Limpieza	1	40	1,200	14,400	4,320
Subtotal				289,800	86,940
TOTAL	7				376,740

Fuente: Elaboración propia

CALENDARIO DE INVERSIONES

El calendario de inversiones tiene como principal objetivo el de organizar las actividades previas para la apertura del negocio, teniendo en cuenta los plazos de entrega que ofrecen los proveedores de los bienes y servicios y los tiempos que se necesitan para sacar las licencias y permisos, la Barra de Café puede iniciarse con la renta del local, la limpieza y acondicionamiento del mismo y la instalación de la maquinaria y servicios que se requieren. El calendario de inversiones se presenta por mes en las inversiones que se realizan para tener los requerimientos necesarios de capital conforme a los estudios previos de costos anteriormente descritos, llegando finalmente a la apertura del proyecto que puede ser en 2 meses.

El calendario de actividades esta ligado al calendario de inversiones puesto que es el que muestra la actividad y el tiempo que se toma en realizar cada uno de estas para determinar así, el tiempo que se tomara en cuenta para la apertura del proyecto.

Cuadro N° 23

CALENDARIO DE ACTIVIDADES

CONCEPTO	MESES							
	SEMANAS							
	1	2	3	4	1	2	3	4
Renta del Local	X	X						
Limpieza del Local			X	X				
Acondicionamiento			X	X	X			
Instalación Hidráulica				X	X			
Instalación Eléctrica			X	X				
Instalación de Maquinaria					X	X		
Puesta en Marcha							X	X

Fuente: Elaboración Propia

Así mismo, el calendario de inversiones debe contener el costo total de cada uno de los rubros, los cuales participan dentro de la inversión inicial. Este calendario de actividades es el que se describe a continuación:

**CALENDARIO DE INVERSIONES
(PESOS)**

CALENDARIO DE INVERSIONES									
CONCEPTO	SEMANAS								TOTAL
	1	2	3	4	5	6	7	8	
<u>Inversión Fija</u>									
Local	15,000	15,000							
Acondicionamiento			9,500	9,500					
Maquinaria					42,845	42,845			
Mobiliario y Equipo						20,000	20,000		
Equipo de Computo							12,000		
SUBTOTAL	15,000	15,000	9,500	9,500	42,845	62,845	32,000	0	186,690
<u>Inversión Diferida</u>									
Elaboración del Proyecto	5,600								
Permisos y Licencias	4,667								
Imprevistos	3,733								
SUBTOTAL	14,000	0	0	0	0	0	0	0	14,000
<u>Capital de Trabajo</u>									
Materia Prima							59,640	59,640	
Insumos				14,050	14,050	14,050	14,050		
Mano de Obra									
Directa								105,300	
Indirecta								271,440	
SUBTOTAL	0	0	0	14,050	14,050	14,050	73,690	436,380	552,220
TOTAL	29,000	15,000	9,500	23,550	56,895	76,895	105,690	436,380	752,910

Fuente: Elaboración Propia

INSUMOS

El objetivo de los insumos en este proyecto es el de integrar el costo total que tienen los insumos utilizados para la producción de cada periodo anual. Los servicios están integrados por la energía eléctrica, el teléfono, limpieza y mantenimiento, gas y agua, los costos de la maquinaria para que se pueda dar el servicio están considerados dentro de la inversión fija anteriormente descrita, los costos de los insumos son los siguientes.

Cuadro N.º 25

COSTO TOTAL EN INSUMOS

COSTO ANUAL DE LOS INSUMOS	
CONCEPTO	COSTO ANUAL (\$)
Energía Eléctrica	21,000
Agua	4,200
Gas	12,000
Mantenimiento	6,000
Teléfono	13,000
TOTAL	56,200

Fuente: Elaboración Propia

DEPRECIACION

La inversión fija son todos los bienes tangibles cuya función es servir de medio en la producción, comercialización de bienes, se adquieren para hacer uso de ellos y no para venderlos; tienen una vida limitada, ellos serán de utilidad para la empresa por un número limitado de periodos contables futuros, lo anterior significa que el costo de los activos, deben ser distribuidos adecuadamente en los periodos contables en los que el activo será utilizado en la empresa. Es importante enfatizar que la depreciación no es un gasto real sino virtual y no es considerado como un gasto real sino como un gasto solamente para propósitos de determinar los impuestos a pagar.

DEPRECIACION

DEPRECIACION				
CONCEPTO	INVERSION (\$)	VIDA UTIL (Años)	Tasa Fiscal (%)	DEPRECIACION ANUAL (\$)
Acondicionamiento	19,000	10	10	1,900
Maquinaria	85,690	10	10	8,569
Mobiliario y Equipo	40,000	10	10	4,000
Equipo Computo	12,000	3	35	4,200
TOTAL	156,690			18,669

Fuente: Elaboración Propia

AMORTIZACION

La amortización solo se aplica a los activos diferidos que son aquellos bienes intangibles que se adquirieron o pagaron por adelantado. Es cuando se paga el capital de un préstamo y se recuperan los fondos invertidos. A continuación se describen los rubros que la componen

AMORTIZACION

AMORTIZACION				
CONCEPTO	INVERSION (\$)	VIDA UTIL (Años)	Tasa Fiscal (%)	DEPRECIACION ANUAL (\$)
Elaboración del Proyecto	5,600	10	10	560
Permisos y Licencias	4,667	10	10	466.7
Imprevistos	3,733	10	10	373.3
TOTAL	14,000			1,400

Fuente: Elaboración Propia

RESUMEN DE INVERSIONES

El resumen de inversiones debe presentar el monto total de las inversiones, desglosando cada una de las partidas o conceptos que lo integran. Se debe mostrar en forma sintetizada el monto de la inversión fija, la inversión diferida y el capital de trabajo, este resumen sirve para que se pueda conocer más claramente la forma en que serán utilizados los recursos que son destinados para la puesta en marcha de la barra de café.

Cuadro N° 28

RESUMEN DE INVERSIONES

RESUMEN DE INVERSIONES		
Concepto	Costo (\$)	Porcentaje (%)
<u>INVERSION FIJA</u>		
Local	30,000	
Acondicionamiento	19,000	
Maquinaria	85,690	
Equipo de Computo	12,000	
Mobiliario	40,000	
SUBTOTAL	186,690	24.8%
<u>INVERSION DIFERIDA</u>		
Elaboración del Proyecto	5,600	
Permisos y Licencias	4,667	
Imprevistos	3,733	
SUBTOTAL	14,000	1.9%
<u>CAPITAL DE TRABAJO</u>		
Materia Prima	119,280	
Mano de Obra	376,740	
Insumos	56,200	
SUBTOTAL	552,220	73.3%
TOTAL	752,910	100%

Fuente: Elaboración Propia

CAPITULO IV. EVALUACION FINANCIERA

EVALUACION FINANCIERA

La realización de un proyecto de inversión tiene como objeto básico apoyar la toma de decisiones respecto a que si es o no rentable establecer un proyecto determinado, como en este caso el de las franquicias de las Barras de Café. También busca prever los acontecimientos futuros que habrán de presentarse respecto a la operación de la unidad productiva. Es necesario definir bajo un nivel razonable la certidumbre respecto a si se recuperan las inversiones y si se compara con un saldo adecuado de utilidades que justifiquen los riesgos asociados a esta decisión.

A. ESTADOS FINANCIEROS PROFORMA

Es el documento contable que presenta la situación financiera de una empresa en una fecha determinada; este tipo de estados, pueden presentar total o parcialmente situaciones o hechos por ocurrir, y se preparan con el objeto de presentar la forma en que determinadas situaciones aún no consumadas puedan modificar la posición financiera de la empresa. El plan financiero consiste en presuponer una serie de factores y situaciones con mayor o menor detalle para el control de las mismas.

1. PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS

El presupuesto de ingresos y egresos es un documento contable que muestra detallada y ordenadamente la utilidad o pérdida del ejercicio. El presupuesto de ingresos agrupa todos aquellos presupuestos que signifiquen las operaciones propias de ingresos.

El análisis de los ingresos y egresos tienen como objetivo la comparación entre ambos, plasmados en los estados financieros, los cuales ayudarán a tomar la decisión de poner en marcha el proyecto, darán las bases para la aplicación de los instrumentos de análisis económicos los cuales indicarán si es rentable o no el proyecto y la forma de destinar recursos hacia otras inversiones.

PRESUPUESTO DE INGRESOS

Este presupuesto de ingresos es la cantidad de dinero que se espera obtener en cada periodo determinado en el lapso de la vida útil del proyecto, estos ingresos son obtenidos con la venta del producto. También se pueden obtener ingresos con las ventas de subproductos que se obtienen del producto principal.

Cuadro. N°. 29

PRESUPUESTO DE INGRESOS

PRESUPUESTO DE INGRESOS					
CONCEPTO	PRECIO UNITARIO (\$)	VENTA POR DIA	VENTA POR MES	VENTA ANUAL	INGRESO ANUAL (\$) 100%
		Tazas	Tazas	Tazas	
Americano	8	25	750	9,000	72,000
Americano c/ sabor	13	15	450	5,400	70,200
Capuchino	12	30	900	10,800	129,600
Capuchino c/ sabor	16	15	450	5,400	86,400
Capuchino frío	18	15	450	5,400	97,200
Moka	16	10	300	3,600	57,600
Latté	13	10	300	3,600	46,800
Expresso	12	20	600	7,200	86,400
Expresso doble	12	15	450	5,400	64,800
Expresso cortado	11	15	450	5,400	59,400
Chocolate	13	25	750	9,000	117,000
Té	7	10	300	3,600	25,200
Té frutal	10	10	300	3,600	36,000
SUBTOTAL		215	6,450	77,400	948,600
Café por Kilo					
CONCEPTO		Kg.	Kg.	Kg.	
Caracolillo	90	1	30	360	32,400
Chiapas	90	2	60	720	64,800
Coatepec	90	1	30	360	32,400
Descafeinado	100	2	60	720	72,000
Pluma Oaxaca	90	1	30	360	32,400
Mezcla de la casa	90	1	30	360	32,400
SUBTOTAL		8	240	2,880	266,400
TOTAL		223	6,690	80,280	1,215,000

Fuente: Elaboración Propia

INGRESO ANUAL
(pesos)

PRESUPUESTO DE INGRESOS						
CONCEPTO	NUMERO DE TAZAS ANUAL	PRECIO UNITARIO (\$)	AÑOS			
			1	2	3	4-10
			80%	85%	90%	95%
Americano	9,000	8	57,600	61,200	64,800	68,400
Americano c/ sabor	5,400	13	56,160	59,670	63,180	66,690
Capuchino	10,800	12	103,680	110,160	116,640	123,120
Capuchino c/ sabor	5,400	16	69,120	73,440	77,760	82,080
Capuchino frío	5,400	18	77,760	82,620	87,480	92,340
Moka	3,600	16	46,080	48,960	51,840	54,720
Latté	3,600	13	37,440	39,780	42,120	44,460
Expresso	7,200	12	69,120	73,440	77,760	82,080
Expresso doble	5,400	12	51,840	55,080	58,320	61,560
Expresso cortado	5,400	11	47,520	50,490	53,460	56,430
Chocolate	9,000	13	93,600	99,450	105,300	111,150
Té	3,600	7	20,160	21,420	22,680	23,940
Té frutal	3,600	10	28,800	30,600	32,400	34,200
SUBTOTAL			758,880	806,310	853,740	901,170
Café por Kilo						
CONCEPTO	Kg.					
Caracolillo	360	90	25,920	27,540	29,160	30,780
Chiapas	720	90	51,840	55,080	58,320	61,560
Coatepec	360	90	25,920	27,540	29,160	30,780
Descafeinado	720	100	57,600	61,200	64,800	68,400
Pluma Oaxaca	360	90	25,920	27,540	29,160	30,780
Mezcla de la casa	360	90	25,920	27,540	29,160	30,780
SUBTOTAL			213,120	226,440	239,760	253,080
TOTAL			972,000	1,032,750	1,093,500	1,154,250

Fuente: Elaboración Propia

PRESUPUESTO DE EGRESOS

El presupuesto de egresos es el documento contable en que se encuentran todas aquellas operaciones que signifiquen un costo o gasto; están integrados los presupuestos de costos por el presupuesto de materia prima, el presupuesto de mano de obra, así como el presupuesto de los gastos indirectos de fabricación (mano de obra indirecta, servicios, depreciación y amortización).

Cuadro N.º 31

PRESUPUESTO DE EGRESOS

PRESUPUESTO DE EGRESOS					
CONCEPTO	PRECIO UNITARIO (\$)	UNIDADES POR MES	UNIDADES POR AÑO	EGRESOS (\$)	
		Tazas	Tazas	Mes	Año
COSTOS VARIABLES					
<u>Producción</u>					
Materia Prima				9,940	119,280
Café	50 Kg.	50 Kgs.	600	2,500	30,000
Azúcar	7 Kg.	100 Kgs.	1,200	700	8,400
Leche	7.5 lt.	30 Lts.	360	225	2,700
Lechera	350 bolsa	3 bolsas	36	1,050	12,600
Agua	20 pza.	30 pzas.	360	600	7,200
Saborizantes	35 pza.	24 pzas.	288	840	10,080
Crema Batida	35 pza.	16 pzas.	192	560	6,720
Chocolate	25 pza.	15 pzas.	180	375	4,500
Canela	30 Kg.	3 Kgs.	36	90	1,080
Tazas	9 pza.	50 pzas.	600	450	5,400
Platos	12 pza.	50 pzas.	600	600	7,200
Cucharas	4 pza.	100 pzas.	1200	400	4,800
Vaso Desechable	25 pqte.	20 pqtes.	240	500	6,000
Cuchara Desechable	10 pqte.	20 pqtes.	240	200	2,400
Servilletas	40 pqte.	10 pqtes.	120	400	4,800
Bolsa Metalizada	45 jgo.	10 jgos.	120	450	5,400
COSTOS FIJOS					453,009
<u>Producción</u>					
Mano de Obra Directa					105,300
Energía Eléctrica					21,000
<u>Administración</u>					
Mano de Obra Indirecta					271,440
Insumos					35,200
Depreciación					18,669
Amortización					1,400
TOTAL					572,289

Fuente: Elaboración Propia

PRESUPUESTO DE EGRESOS
(pesos)

PRESUPUESTO DE EGRESOS						
CONCEPTO	UNIDADES POR AÑO	PRECIO UNITARIO (\$)	AÑOS			
			1	2	3	4-10
			80%	85%	90%	95%
COSTOS VARIABLES			95,424	101,388	107,352	113,316
Producción						
Materia Prima						
Café	600	50	24,000	25,500	27,000	28,500
Azúcar	1,200	7	6,720	7,140	7,560	7,980
Leche	360	7.5	2,160	2,295	2,430	2,565
Lechera	36	350	10,080	10,710	11,340	11,970
Agua	360	20	5,760	6,120	6,480	6,840
Saborizantes	288	35	8,064	8,568	9,072	9,576
Crema Batida	192	35	5,376	5,712	6,048	6,384
Chocolate	180	25	3,600	3,825	4,050	4,275
Canela	36	30	864	918	972	1,026
Tazas	600	9	4,320	4,590	4,860	5,130
Platos	600	12	5,760	6,120	6,480	6,840
Cucharas	1,200	4	3,840	4,080	4,320	4,560
Vaso Desechable	240	25	4,800	5,100	5,400	5,700
Cuchara Desechable	240	10	1,920	2,040	2,160	2,280
Servilletas	120	40	3,840	4,080	4,320	4,560
Bolsa Metalizada	120	45	4,320	4,590	4,860	5,130
COSTOS FIJOS			453,009	453,009	453,009	453,009
Producción			105,300	105,300	105,300	105,300
Mano de Obra Directa			21,000	21,000	21,000	21,000
Energía Eléctrica						
Administración						
Mano de Obra Indirecta			271,440	271,440	271,440	271,440
Insumos			35,200	35,200	35,200	35,200
Depreciación			18,669	18,669	18,669	18,669
Amortización			1,400	1,400	1,400	1,400
TOTAL			548,433	554,397	560,361	566,325

Fuente: Elaboración Propia

B. ESTADO DE RESULTADOS

El estado de resultados sirve para calcular la utilidad o pérdida en la operación de la empresa, permite apreciar el estado en que se encuentra una empresa y la productividad que ha tenido en cierto periodo, está formado por los siguientes rubros:

- Ingresos por ventas: Corresponde anotar los ingresos esperados por periodo, para estas operaciones se toman en cuenta los cálculos realizados en el presupuesto de ingreso por venta.
- Costo de producción: Se anotan los totales por periodo de la materia prima y mantenimiento, así como de los costos fijos.
- Utilidad Bruta: Se obtiene por diferencia de los rubros, ingresos por venta menos los costos de producción.
- Gastos de Operación: Corresponde al total de gastos de administración y ventas.
- Utilidad antes de Impuestos: Es la diferencia entre la utilidad bruta menos el total de gastos de operación.
- Utilidad neta después de Impuestos: Corresponde a la diferencia de utilidad antes del impuesto menos impuesto sobre utilidad.

Cuadro N.º 33

ESTADO DE RESULTADOS (pesos)

ESTADO DE RESULTADOS				
CONCEPTO	MESES			
	1	2	3	4-10
Ingresos por Ventas	972,000	1,032,750	1,093,500	1,154,250
<u>Costo de Producción</u>	221,724	227,688	233,652	239,616
Mat. Prima	95,424	101,388	107,352	113,316
Costos Fijos	126,300	126,300	126,300	126,300
UTILIDAD BRUTA	750,276	805,062	859,848	914,634
Gastos de Operación	306,640	306,640	306,640	306,640
Gastos de administración	306,640	306,640	306,640	306,640
Depreciación y Amortización	20,069	20,069	20,069	20,069
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	423,567	478,353	533,139	587,925
ISR (34%)	144,013	162,640	181,267	199,895
PTU (10%)	42,357	47,835	53,314	58,793
UTILIDAD NETA	237,198	267,878	298,558	329,238

Fuente: Elaboración Propia

C. FLUJO NETO DE EFECTIVO

El flujo neto de efectivo son las cantidades que sirven para realizar la evaluación económica. Mientras mayores sean los flujos netos de efectivo mejor será la rentabilidad económica de la empresa o del proyecto. Si no se sumaran los cargos de depreciación y amortización a los flujos netos de efectivo, estos serían menores y se tendría una rentabilidad del proyecto menor.

Cuadro N°. 34

FLUJO NETO DE EFECTIVO (pesos)

FLUJO NETO DE EFECTIVO				
CONCEPTO	MESES			
	1	2	3	4-10
Ingresos por Ventas	972,000	1,032,750	1,093,500	1,154,250
Costo Total	548,433	554,397	560,361	566,325
<u>Producción</u>				
Mano de obra Directa	105,300	105,300	105,300	105,300
Mano de Obra Indirecta	271,440	271,440	271,440	271,440
Materia Prima	95,424	101,388	107,352	113,316
Energía Eléctrica	21,000	21,000	21,000	21,000
<u>Gastos de Administración</u>				
Insumos	35,200	35,200	35,200	35,200
Depreciación	18,669	18,669	18,669	18,669
Amortización	1,400	1,400	1,400	1,400
Utilidad Bruta	423,567	478,353	533,139	587,925
ISR (34%)	144,013	162,640	181,267	199,895
PTU (10%)	42,357	47,835	53,314	58,793
Utilidad Neta	237,198	267,878	298,558	329,238
Flujo Neto de Efectivo	257,267	287,947	318,627	349,307

Fuente: Elaboración Propia

ESTA TESIS NO SALE
DE LA BIBLIOTECA

D. VALOR PRESENTE NETO

El valor presente neto es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial. Se interpreta fácilmente porque su resultado es en términos monetarios. Supone una inversión total de todas las ganancias, su valor depende exclusivamente del factor de actualización o tasa de interés que se le aplique y el criterio de evaluación es.

- Si el valor presente neto es mayor a cero se acepta la inversión y si el valor presente neto es menor a cero se rechaza la inversión.

Cuadro N°. 35

VALOR PRESENTE NETO

VALOR PRESENTE NETO						
MES	FLUJO DE INVERSION	FLUJO NETO DE EFECTIVO	FACTOR DE ACTUALIZACION (30%)	V P N 1	FACTOR DE ACTUALIZACION (40%)	V P N 2
0	-643,570	-643,570	1.0000	-752,910	1.0000	-752,910
1		257,267	0.7692	197,890	0.7142	183,740
2		287,947	0.5917	170,378	0.5102	146,911
3		318,627	0.4551	145,007	0.3644	116,108
4		349,307	0.3501	122,292	0.2603	90,925
5		349,307	0.2693	94,068	0.1859	64,936
6		349,307	0.2072	72,376	0.1328	46,388
7		349,307	0.1594	55,680	0.0948	33,114
8		349,307	0.1226	42,825	0.0677	23,648
9		349,307	0.0943	32,940	0.0484	16,906
10		349,307	0.0725	25,325	0.0345	12,051
VPN				205,871		-18,183

Fuente: Elaboración Propia

El cálculo del Valor Presente Neto es:

$$\begin{array}{ll} T1 = 30\% & \text{V.P.N. 1} = 205,871 \\ T2 = 40\% & \text{V.P.N. 2} = (18,183) \end{array}$$

El Valor Presente Neto (V.P.N.) del proyecto esta dado por la diferencia del Valor Actual de los Beneficios y el Valor Actual de la Inversión con lo cual el Valor Presente del Proyecto se acepta puesto que es un Valor Positivo. En el cuadro 35 se muestra que con un tasa de actualización al 30% el V.P.N. 1 es de \$205,871, esto expresa que el proyecto promete beneficios netos positivos, aún después de traerlos a un valor presente; y para una tasa actualizada del 40% el V.P.N. es de \$ (18,183), este resultado expresa que el proyecto baja menos que proporcionalmente las condiciones en que se han considerado sus variables, generarían beneficios netos positivos bajos, si la tasa relevante de mercado fuera del 35% y si se incrementara la tasa, los resultados fuesen aún más descendentes y serían negativos con lo cual no se generarían beneficios.

E. TASA INTERNA DE RETORNO

La Tasa Interna de Retorno (TIR) es el interés que hace el Valor Presente igual a cero, expresa la rentabilidad en términos porcentuales; se determina como el interés al que descontado el Valor Presente los flujos de un determinado Proyecto de Inversión, dicho Valor Presente se iguala al monto de la inversión, y también es la tasa a la cual el Valor Presente Neto de un proyecto de Inversión es cero.

$$TIR = i1 + (i2 - i1) \frac{V.P.N. 1}{(V.P.N. 1 - V.P.N. 2)}$$

$$TIR = 30 + (40 - 30) \frac{205,871}{[205,871 - (-18,183)]}$$

$$TIR = 30 + (10) \frac{205,871}{224,054}$$

$$TIR = 30 + (10) (0.9188)$$

$$TIR = 30 + 9.188$$

$$TIR = 39.1\%$$

F. RELACIÓN BENEFICIO/COSTO

La relación de Beneficio/Costo, es un indicador Financiero que expresa la rentabilidad en términos relativos. La interpretación de los resultados es en pesos por cada peso invertido, está dada por el cociente que hay entre el Valor Actual Neto y el Valor Actual de la Inversión, es decir, es el resultado de dividir los valores del Valor Presente Neto del V.A.N., del 30% y el valor de la inversión en el año cero: esto indica que por cada peso invertido, el proyecto promete generar \$ 1.27 de ganancia.

$$B / C = \frac{V.P.N. 1}{Valor Inversión Total}$$

$$B / C = \frac{958,781}{752,910}$$

$$B / C = 1.27$$

Por lo tanto por cada peso invertido se promete generar \$ 1.27.

G. PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

En este cálculo se tiene un enfoque contable; y aunque no expresa el valor del dinero a través del tiempo da una clara idea del tiempo en que se recupera la inversión. Es el tiempo necesario para que los beneficios netos del proyecto amorticen el capital invertido, o sea, se utiliza para conocer en cuanto tiempo una inversión genera los recursos suficientes para igualar el monto de dicha inversión

FLUJO NETO DE EFECTIVO

PERIODO DE RECUPERACION DE LA INVERSION		
MESES	FLUJO NETO DE EFECTIVO	FLUJO NETO ACUMULADO
0	-752,910	-752,910
1	257,267	-495,643
2	287,947	-207,696
3	318,627	110,931
4	349,307	460,238
5	349,307	809,545
6	349,307	1,158,852
7	349,307	1,508,159
8	349,307	1,857,466
9	349,307	2,206,773
10	349,307	2,556,080

Fuente: Elaboración Propia

Para determinar el Periodo de Recuperación de la Inversión se efectúa por medio de la siguiente fórmula:

$$PRI = N - 1 + \frac{FA_{n-1}}{(F)_n}$$

En donde:

N = Año en el que el flujo acumulado cambia de signo.

FA_{n-1} = Flujo de Efectivo Acumulado previo a N .

$(F)_n$ = Flujo Neto de Efectivo en el año N .

$$PRI = 4 - 1 + \frac{(110,931)}{349,307}$$

$$PRI = 3 + [0.3175]$$

$$PRI = 3.3$$

$$PRI = 3.3 \text{ AÑOS}$$

La recuperación de la inversión es equivalente a 3 AÑOS y 3 MESES.

H. ORGANIZACIÓN

1. FUNCIONES DEL PERSONAL

El Gerente: Será propuesto por la Asamblea General, será responsable directo del funcionamiento tanto financiero como operativo dentro de la Barra de Café, deberá ser un profesionalista con experiencia en el giro y con una visión empresarial. Sus funciones serán:

- Mantener una excelente imagen ante los clientes dando atención, calidad y servicio, así como dentro de sus facultades tendrá a su cargo:
- Evaluar y Seleccionar al personal con el perfil adecuado para los diferentes puestos que se requieran, para el buen funcionamiento de la empresa.
- Supervisar el área de cafetería continuamente, mantenimiento del equipo e instalaciones en óptimas condiciones.
- Recibir sugerencias y quejas para darle una mejor solución a las mismas.
- Elaborar los programas de atención y servicio al cliente, la forma de cómo dirigirse a cada uno de ellos, como desenvolverse dentro del local de la Barra, en pocas palabras, el reglamento interno para los trabajadores el cual someterá a consideración de la Asamblea general.
- Tener a su cargo la lista de asistencia del personal para evitar retrasos y faltas, así mismo, la sanción correspondiente al personal que infrinja alguno de estos lineamientos ya establecidos:

Contador: Es indispensable tener un contador en la empresa para que proporcione las técnicas más apropiadas para la mejor administración de la Barra de Café. Sus funciones principales serán:

- Proporcionar al gerente la información confiable y oportuna para la toma de decisiones en el curso diario.
- Proporcionar en cualquier momento, una imagen clara y verídica de la situación financiera de la empresa.
- Registrar en forma clara y precisa, todas las operaciones efectuadas por la Barra de Café durante el ejercicio fiscal.
- Elaborar, analizar e interpretar los estados financieros.
- Presentar el Informe Financiero del negocio por lo menos una vez al año.
- Cumplir con todas y cada una de las Obligaciones Fiscales que marcan las Diferentes Leyes, oportuna y verazmente.

Barista: Será contratado teniendo experiencia en el manejo de diversas máquinas cafeteras, no se necesita una persona profesional.

- La preparación de los diferentes tipos de café y sus especialidades
- Enseñar al personal restante el buen manejo de la cafetera
- Darle la limpieza adecuada a las cafeteras todos los días.
- Atender a los clientes que deseen café por kilo o algunas mezclas especiales.

Meseros: Será uno de los más importantes ya que serán la imagen directa del negocio al cliente, tendrán que ser estudiantes para ayudarlos en el mantenimiento de sus estudios. Sus principales funciones son:

- Atender con cortesía y amabilidad al cliente para que este quede satisfecho
- Ofrecer al cliente la diversa variedad de productos que en la Barra de Café se ofrezcan.
- Respetar los lineamientos y reglamento interno del negocio.
- Mantener el área de las mesas y estas mismas limpias y en orden.
- Realizar la limpieza del local diariamente antes de comenzar actividades.

Cocinero: Tendrá que tener conocimientos de gastronomía para la elaboración y preparación de platillos. Sus principales funciones son:

- La preparación de platillos y botanas que los clientes pidan.
- La limpieza de la cocina y de los instrumentos que se requieren en la preparación de los platillos.
- Supervisar que cada uno de los platillos sean hechos con limpieza y calidad.
- Presentar un inventario semanal de la materia prima que se encuentra para su oportuno abasto.

CONCLUSIONES

Y

RECOMENDACIONES

Del estudio de mercado se concluye que es viable la instalación de la franquicia de la barra de café en el Distrito Federal, esto se debe a que existe una demanda insatisfecha creciente del servicio actualmente ofrecido en la ciudad, la existencia de esta demanda se comprobó a través de los datos obtenidos del número de habitantes sacados del XII Censo de Población y Vivienda 2000 del INEGI, así como la información recabada del SIEM en el Distrito Federal, además se cuenta con los datos arrojados de los resultados de las encuestas realizadas en donde se informa que la población de la ciudad espera más del servicio ofrecido, esto se refiere a que se cuente con un método que implemente y contribuya a satisfacer la demanda contando para esto con un mecanismo que ayude a desarrollar un servicio diferente a los demás competidores y que a su vez haga que la preferencia de los consumidores hacia el proyecto sea cada vez más creciente, esto conllevará al éxito del proyecto, debe ser una barra de café que sea el único que cuente con este tipo de aditamentos que lo hacen diferente y se espera que quizás con esto se cree una aceptación en la población y en la población aledaña para que todos ellos y los que ocupan el servicio de las barras de café sea el de preferir el presente proyecto para satisfacer la demanda de tomar café.

Así mismo, el nivel de ingreso y el número de habitantes con que cuenta la población y las empresas; el aspecto geográfico y climático que imperan en la delegación aumentan las posibilidades de que el proyecto tenga éxito en el mercado de esta región.

Los servicios de la Barra de Café se comercializarán de la siguiente manera:

- Campañas de propaganda anunciando la apertura y enfatizando los servicios que hacen de este proyecto diferente a lo que los consumidores están acostumbrados explicando que con ello podrán satisfacer su necesidad.
- Aspectos Promocionales como son la integración de propaganda y símbolos recordatorios como son imanes con el teléfono y nombre del negocio, calendarios, encendedores, café de muestras y así mismo crear menús en donde la bebida de café este incluida para así captar más clientela ya sea de oficinas como de hogares. Todo esto para que el consumidor vea un ahorro y la facilidad para hacer los pedidos desde el lugar en donde se encuentre
- Ofrecer horarios flexibles en donde el grueso de la población tenga oportunidad de utilizar el servicio sin ver interferidas sus demás actividades tanto de lunes a viernes como sábados y domingos que son los días con mayor afluencia de clientes en las Barras de Café.

Se determinó que los precios de los servicios son competitivos frente a los precios de los competidores que ofrecen un servicio similar dentro de las zonas colindantes, sin embargo, la tecnología que se ocupa en el proyecto supera por mucho a la de los competidores más cercanos.

En cuanto a la ubicación de la Barra de Café se determinó que estará situado en la colonia del Valle, que se encuentra en buena ubicación, ya que esta en una de las principales avenidas de dos sentidos y que es un paso obligado tanto para transeúntes como para vehículos que ingresen o salgan de esta famosa colonia, a 5 cuadras se encuentra una pequeña zona de colegios que son primaria y secundaria, cerca del lugar en donde se encontrará el proyecto se encuentra un hospital grande del ISSSTE, y tres hospitales pequeños privados que son sumamente importantes como clientes potenciales, esta calle es la principal entrada y salida que tiene esta colonia en la zona comercial más importante que tiene la zona, aunque el competidor más cercano se encuentra 7 cuadras la demanda es tan grande que se busca captar los clientes insatisfechos del competidor y a su vez los que buscan algo diferente a lo que están acostumbrados, una ventaja de esto es que la ubicación del proyecto es mejor que la de los competidores.

Durante su estancia en la Barra de Café, los consumidores podrán disfrutar desde un refresco un simple café hasta platillos de comida rápida (botanas) y platillos elaborados mientras esperan el regreso a su trabajo o vehículo, el funcionamiento de las instalaciones será por conducto de un personal que será capacitado para darle buen trato a los clientes pensando en la comodidad tanto del personal como del cliente pudiendo constatar cada consumidor que hizo la elección correcta al escoger a la Barra de Café para tratar de satisfacer la necesidad que en ese momento requiera.

La fase operativa de la franquicia requerirá personal que no necesariamente deberá ser mano de obra calificada (a excepción de unos cuantos como son el barista y el cocinero) ya que se les ofrecerá un curso introductorio desde como recibir a los clientes hasta como atenderlos y como deben ser tratados para que este se sienta satisfecho, todo esto para que ellos (como trabajadores), también salgan beneficiados con las remuneraciones (propinas), que el cliente les ofrezca.

Con referente a la Tasa Interna de Retorno (TIR), se puede decir que el 39.1% es un porcentaje por demás aceptable y para el proyecto representa una excelente rentabilidad.

La relación Beneficio/Costo es muy buena ya que salta como resultado que se van a obtener 1.27 centavos por cada peso invertido y este se obtiene por el cociente que hay entre el valor presente neto y el valor presente de la inversión o el flujo de inversión como también es conocido.

Por todo lo anterior es bueno decir que el período de recuperación de la inversión será de 3 años por lo que se considera que el período es bueno tomando en cuenta el monto de la inversión.

BIBLIOGRAFIA

- Baca Urbina Gabriel. Evaluación de Proyectos de Inversión, edit. MacGraw-Hill, México, 1996.
- Bohl. "Diccionario Enciclopedico Quillet". 12 tomos, pág. 440
- Código de Comercio y Leyes Complementarias. Ley de las Sociedades Mercantiles.
- Cohen, Ernesto. Evaluación de Proyectos Sociales, edit. Siglo XXI, México, 1992.
- Fondo Nacional de Estudios y Proyectos. Guía para la Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión, México, 1986.
- Marmolejo, Martín. Inversiones, publicaciones IMEF, México, 1985.
- Munich, Galindo. Fundamentos de Administración. México, 1985.
- NAFINSA. Guía para la Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión, 1999.
- Lewis, Lewin. Phantastica: Narcotic and Stimulating Drugs, 1931. Pendergrast, Mark. El Café: Historia de la Semilla que Cambio al Mundo. Javier Vergara Vergara. Editor, Argentina, 2002. pág.25.
- Prieto, Alejandro. Principios de Contabilidad. México, 1991.
- Nalkuff, M. INTRODUCCION AL CAFÉ. Editorial GCN, México, 2000.
- Revista del Consumidor.
- Samuelson, Paul. Economía, España, 1993.
- Santillana, Juan Ramón. Como hacer una Contabilidad, México, 1993.
- SECOFI.
- Solanet, Cozetti. "Evaluación de económica de Proyectos de Inversión, Argentina, 1984.
- Soto Rodríguez, Humberto. "La Formulación y Evaluación Técnico económica de Proyectos. México, 1970.

- Trigg, Charles. "Investigador del Café". Pág. 149
- Varsavsky, Oscar. Proyectos Nacionales y Estudio de Viabilidad. Buenos Aires, 1971.

PAGINAS WEB

<http://www.sagarpa.gob.mx>

<http://www.cmcafe.org.mx>

<http://www.ssp.gob.mx>

<http://www.rak.com.mx>

<http://www.secofi.gob.mx>

<http://www.nuovasimonelli.com.mx>

<http://economia.gob.mx>