



UNIVERSIDAD DON VASCO, A. C.

INCORPORACIÓN No. 8727-02

A LA UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN

**Proyecto de inversión para
la creación de una cafetería
en el pueblo de Nuevo San
Juan Parangaricutiro, Mich.**

Tesis

Que para obtener el título de:

Licenciada en Administración

Presenta:

Martha Eugenia Aguilar Campoverde

Asesor: Lic. Ildelfonso Huante Sandoval



Uruapan, Michoacán. 18 de abril de 2013



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.

AGRADECIMIENTOS

*“Señor, enséñame el camino de tus mandamientos,
que yo lo seguiré hasta el fin”. (Salmo 119)*

*Principalmente quiero agradecer a DIOS por haberme concedido
el don de la vida y por dejarme llegar, hasta estos hermosos
momentos.*

*Muy en especial desde el fondo de mi corazón con mucho cariño y
respetos, a mi madre la señora Ma. Esthela Campoverde Murillo,
quien siempre me guió por el buen camino, con su amor, apoyo y
compresión para lograr esta gran meta.*

*A la memoria de mi padre el Ing. Rodolfo Alberto Aguilar
Saldaña, que aunque ya no este conmigo en estos momentos tan
especiales, le agradezco este gran logro, porque dejo en mí, la
enseñanza
de ser una mujer de bien.*

*De una forma muy especial a mis
Hermanos Salvador y Alicia, que
juntos hemos pasado momentos
alegres y tristes a lo largo
de nuestras vidas.*

*Para mis sobrinas Luisa y Esthela,
que con su sonrisa y cariño, me
enseñan diariamente lecciones
de vida.*

*A mi querida y estimada cuñada
Ángeles M., que es una gran persona,
de la cual he aprendido mucho.*

*Por estar presentes a mis abuelos
paternos y maternos, que
aunque no he convivido
mucho con ellos, han sido pieza
fundamental en mi vida.*

*A nuestra Universidad Don Vasco
que me formo bajo sus aulas durante
mis estudios como Lic. en Administración,
dándome herramientas necesarias para
ejercer mi profesión.*

*Para todos los profesores de la Universidad
Don Vasco que de alguna manera me forjaron
durante estos 5 años de carrera profesional,
en especial al Prof. Idelfonso, Prof., Antonio,
Profa. Julieta, Profa. Érika, Prof. Ana Karina,
Prof. Minchaca, Prof. Efraín y Profa. Eugenia.*

*Para la Profesora Carmen Lucía
Mora Ochoa, quien me apoyó y
ayudó para la realización de
mi tesis.*

*Hacia mis tíos y tías, Amalía, Jesús,
Esther, Jesús A., Alicia, Ambrosio,
Hortensia, que me han apoyado siempre.*

*A mi gran amiga y compañera
de carrera Ariana Peñaloza Padilla,
con quien compartimos las aulas y
juntas convivimos en momentos
alegres y complicados*

*Para mi querida y gran amiga
Isabel Sandoval quien me ayudo
y apoyo en la realización de esta
tesis y quien me brinda su amistad.*

*A mis amigas y amigos queridos
Marina, Teresa, Perla, Edgar,
Jesús, Maribel, Karla, Margarita,
María Elena, hna. Lucí, hna. Efi,
y de manera especial a la religiosa
Hermana Claudia y Pbro. Gustavo Ruíz*

*Finalmente a mis primos y primas
con quienes he convivido siempre,
en especial a Yunuen, Claudia,
Felipe, Alex. Esthela, Jaime, Aída, Esther,
Luis, Cristina y Blanca.*

MUCHAS GRACIAS, CON TODO MI AMOR Y CARIÑO

MARTHA EUGENIA AGUILAR CAMPOVERDE

ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN.....	XIV
CAPITULO I GENERALIDADES DE LA EMPRESA.....	18
1.1 Antecedentes de la empresa.....	19
1.2 Definición de empresa.....	22
1.3 La empresa y el proceso administrativo.....	22
1.4 Funciones sustantivas y adjetivas de la empresa.....	24
1.5 Tipos de empresa.....	25
1.5.1 La empresa individual.....	26
1.5.2 La sociedad mercantil.....	26
1.6 Clasificación de las empresas.....	27
1.6.1 Actividad o giro.....	28
1.6.2 Origen de Capital.....	29
1.6.3 Según su tamaño.....	30
1.7 Principales valores institucionales de la empresa.....	32
1.8 Principales áreas funcionales en una empresa.....	33
1.9 Recursos esenciales en la empresa.....	36
CAPITULO II GENERALIDADES DEL CAFÉ.....	40
2.1 Los orígenes del café.....	40
2.2 La aparición del café en México.....	43
2.3 Composición del café.....	44

2.4 Proceso de elaboración.....	45
2.4.1 Principales tipos y mezclas del café.....	46
2.5 El primer lugar llamado cafetería.....	48
2.6 La primera cafetería en México.....	50
2.7 Que es una cafetería.....	50
2.7.1 Principales características de las cafeterías.....	51
2.7.2 Clasificación de las cafeterías.....	51
2.8 Definición de bar.....	52
2.8.1 Elemento importante de un bar.....	53
2.9 Que es un café bar.....	53
2.10 Importancia de las cafeterías en la sociedad.....	53
2.11 Apoyo a este tipo de empresas.....	54
CAPITULO III PROYECTOS DE INVERSIÓN.....	56
3.1 Concepto.....	57
3.2 Antecedentes de los proyectos de inversión.....	58
3.3 Clasificación.....	60
3.4 Niveles de los proyectos de inversión.....	61
3.5 Etapas principales de un proyecto de inversión.....	63
3.6 Tres estudios importantes en la elaboración de proyectos.....	65
3.6.1 Estudio de mercado.....	65
3.6.1.1 Cuatro aspectos que deben estudiarse.....	65

3.6.1.2 Mercado.....	66
3.6.1.2.1 Tipos de mercado.....	66
3.6.1.3 Objetivos del estudio de mercado.....	67
3.6.1.4 Importancia del estudio de mercado.....	68
3.6.1.5 Elementos que deben considerarse.....	68
3.6.1.5.1 Demanda.....	68
3.6.1.5.2 Tipos de demanda.....	69
3.6.1.5.3 Elementos importantes en la demanda.....	71
3.6.1.5.4 Métodos de proyección de la demanda.....	73
3.6.1.5.5 Oferta.....	74
3.6.1.5.6 Principales tipos de oferta.....	74
3.6.1.5.7 Como analizar la oferta.....	75
3.6.1.5.8 Proyecciones de la oferta.....	75
3.6.1.5.9 Análisis de los precios.....	76
3.6.1.5.10 Tipos de precio.....	77
3.6.1.5.11 Determinación del precio.....	78
3.6.2 Estudio técnico.....	79
3.6.2.1 Objetivos del estudio técnico.....	79
3.6.2.2 Partes que conforman un estudio técnico.....	80
3.6.2.3 Determinación del tamaño óptimo de la planta.....	80
3.6.2.4 Factores que determinan o condicionan el tamaño de una planta.....	81
3.6.2.5 Localización óptima del proyecto.....	82
3.6.2.5.1 Factores de localización.....	83

3.6.2.6. Ingeniería del proyecto.....	83
3.6.2.7 Proceso de producción.....	84
3.6.2.8 Técnicas de análisis del proceso de producción.....	84
3.6.2.9 Distribución de la planta.....	87
3.6.2.10 Objetivos de la distribución de la planta.....	87
3.6.2.11 Tipos de procesos y sus características.....	88
3.6.2.12 Cálculo de las áreas de la planta.....	89
3.6.2.13 Organización del recurso humano y organigrama general de la empresa.....	89
3.6.2.14 Administración de sueldos y salarios.....	90
3.6.2.15 Marco legal de la empresa.....	90
3.6.3 Estudio económico-financiero.....	91
3.6.3.1 Objetivos del estudio financiero.....	91
3.6.3.2 Determinación de los costos.....	92
3.6.3.3 Inversión Inicial.....	93
3.6.3.4 Capital de trabajo.....	94
3.6.3.5 Calendario de inversión.....	94
3.6.3.6 Presupuestos.....	95
3.6.3.6.1 Presupuesto de ingresos.....	95
3.6.3.6.2 Presupuesto de egresos.....	95
3.6.3.7 Ingresos netos.....	96
3.6.3.8 Depreciación y amortización.....	96
3.6.3.9 Análisis de costos y gastos.....	96

3.6.3.10 Estados financieros preforma.....	97
3.6.3.11 Estado de resultados.....	98
3.6.3.12 Balance general.....	99
3.6.3.13 Flujo de efectivo.....	101
3.6.3.14 Cuatro métodos de análisis para interpretar en forma acertada las cifras contenidas en los estados financieros.....	103
3.6.3.15 Tasa interna de rendimiento.....	108
3.6.3.16 Tasa interna de retorno.....	108
3.6.3.17 Valor presente neto.....	109
3.6.3.18 Tasa promedio de rentabilidad.....	110
3.6.3.19 Retorno anual promedio sobre la inversión.....	110
3.6.3.20 Valor del dinero en el tiempo.....	111
3.6.3.21 Periodo de recuperación de la inversión.....	112
3.6.3.22 Valor actual neto de una inversión.....	113

CAPITULO IV CASO PRÁCTICO

PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA CREACIÓN DE UN CAFÉ EN EL PUEBLO DE NUEVO SAN JUAN NUEVO PARANGARICUTIRO.....	115
4.1 Antecedentes históricos del lugar del proyecto.....	115
4.2 Metodología de la investigación.....	118
4.2.1 Objetivo general.....	118
4.2.2 Objetivos específicos.....	118
4.2.3 Justificación.....	119

4.3 Estudio de mercado.....	120
4.3.1 Mercado objetivo.....	121
4.3.2 Tamaño y determinación de la muestra.....	121
4.3.3 Diseño para la investigación.....	124
4.3.4 Demanda.....	127
4.3.4.1 Demanda normal.....	127
4.3.4.2 Demanda baja.....	127
4.3.4.3 Demanda alta.....	128
4.3.5 Análisis de la información.....	128
4.3.6 Oferta.....	141
4.3.7 Análisis de la competencia.....	142
4.3.8 Estrategias.....	142
4.3.9 Foda del café.....	143
4.3.10 Estrategias generales.....	144
4.3.11 Estrategias específicas.....	145
4.3.12 Políticas.....	145
4.3.13 Desarrollo de estrategias.....	146
4.3.14 Proyección.....	147
4.3.15 Análisis de precios.....	147
4.4 Estudio técnico.....	151
4.4.1 Determinación de la capacidad óptima instalada de la planta.....	151
4.4.2 Descripción del proceso productivo.....	153
4.4.3 Selección del mobiliario y equipo.....	155

4.4.4 Determinación y cálculo del personal.....	158
4.4.5 Justificación de la cantidad del equipo comprado.....	159
4.4.6 Determinación de las áreas de trabajo.....	159
4.4.7 Distribución del negocio.....	160
4.4.8 Localización de la planta.....	165
4.4.9 Organigrama.....	166
4.4.9.1 Descripción de puestos.....	167
4.5 Estudio Financiero.....	179
4.5.1 Estados financieros básicos.....	179
4.5.1.2 Estado de posición financiera inicial 2013.....	179
4.5.1.3 Estado de resultados proyectado.....	180
4.5.1.4 Estado de posición financiera proyectado.....	181
4.5.1.5 Estado de variaciones en el capital contable.....	183
4.5.1.6 Flujo de efectivo proyectado.....	184
4.5.2 Razones financieras.....	185
4.5.3 Técnicas de evaluación de los proyectos de inversión.....	187
4.5.3.1 Tasa interna de rendimiento.....	188
4.5.3.2 Valor presente neto.....	188
4.5.3.3 Índice de rentabilidad.....	189
4.5.3.4 Periodo de recuperación de la inversión.....	189
CONCLUSIÓN	190
BIBLIOGRAFÍA	193
ANEXOS	197

INTRODUCCIÓN

Hoy en día se vive en un mundo donde los cambios experimentados en el orden social, cultural, económico y político han abierto diferentes oportunidades en aspectos trascendentales, debido a que la juventud se ha vuelto más abierta e informativa con el uso de la tecnología y el modernismo que se viene percibiendo desde este siglo XXI, es por ello que se desea aterrizar en este tipo de proyectos.

Con este proyecto “un café-bar” que se pretende poner en marcha dentro del pueblo de Nuevo San Juan Parangaricutiro Michoacán, se desea satisfacer las necesidades de nuestros futuros consumidores y que en realidad no han sido atendidos satisfactoriamente.

Dentro del pueblo no existe un lugar de entretenimiento como el que se está proponiendo, es por ello que resultara atractivo y colorido para la población juvenil, y que en realidad es muy necesario, ya que hoy en día las personas de esta generación desean estar a la moda y distraerse en lugares como este.

La juventud de este lugar es mucho más despierta ahora en estos tiempos, por el uso de la tecnología (Internet), y porque que muchos de estos jóvenes han visitados y vivido en lugares como Uruapan, Morelia, Guadalajara etc. y desean que en el pueblo existan más lugares de diversión en donde puedan entretenerse, socializar y convivir con sus amistades.

Por lo tanto este proyecto pretende analizar si el café, en Nuevo San Juan parangaricutiro, es una alternativa eficiente para la inversión, más aun considerando que no existe una competencia directa para el tipo de café sugerido y por ende que la propuesta resulte rentable.

Para lograr lo antes dicho, la investigación consta de varios estudios como un análisis de mercado que nos determina gustos y preferencias de los posibles consumidores, un análisis técnico que nos muestra los factores internos y externos, para el funcionamiento del proyecto y un análisis financiero que nos mostrará las bases, factores y análisis necesarios y suficientes para obtener los resultados económicos esperados.

Esta tesis está compuesta por dos partes la teórica y la práctica. En cada una de ellas se describirán aspectos importantes para poder concluir los resultados esperados de nuestro proyecto, la parte teórica está compuesta por tres capítulos.

En el primer capítulo se describe la empresa y sus principales funciones, de los cuales podemos recalcar, antecedentes, definición, tipos, elementos, clasificación, los principales valores y aquellos recursos esenciales para la empresa. Esto se hace con la finalidad de poder entender y comprender claramente su funcionamiento, ya que estos conceptos son muy importantes para lo que se desea hacer.

El segundo capítulo comprende antecedentes del café, la llegada a nuestro país, sus componentes y aspectos generales, en donde y cuando se inicio la primera cafetería, clasificación, definición de lo que es cafetería, y sus principales características y apoyos que puede obtener este tipo de empresas.

En el tercer capítulo analizaremos los conceptos necesarios y correspondientes sobre los proyectos de inversión, antecedentes y su devenir histórico, los tipos de proyectos existentes, como son los de producción, de bienes, de infraestructura, económicos y sociales, etapas importancia y entre otros elementos.

Existen tres estudios importantes para la elaboración de este proyecto de los cuales destacan: el estudio de mercado que consta de varios elementos importantes para poder analizar a nuestro mercado, el estudio técnico el cual nos brinda elementos y pasos necesarios para poder llevarlo a cabo, como son la localización y el tamaño que se debe tener para dicho plan, y por último el estudio económico financiero, en este se describen los métodos de evaluación para la realización de las proyecciones financieras.

La segunda parte de la tesis es la práctica en la cual analizaremos los tres estudios ya mencionados anteriormente, se toma la parte teórica para ver los

elementos que debe contener cada uno de estos estudios, comenzando por el estudio de mercado en el cual se aplicarán cuestionarios para analizar los gustos y necesidades que tienen nuestros encuestados, este resultará de mucha utilidad ya que nos arrojará información muy importante de nuestros posibles consumidores, con la finalidad de obtener respuestas interesantes sobre el café.

Posteriormente se empleará el estudio técnico para poner en marcha este negocio, en el cual se determinará la ubicación y el lugar más apropiado, se realizarán además lo presupuestos y gastos indispensables que se consideren.

Por último tenemos el estudio financiero que por medio de indicadores, razones, proyecciones de estados financieros y métodos, que nos proporcionará la información necesaria y suficiente acerca de la factibilidad del proyecto.

CAPITULO I

GENERALIDADES DE LA EMPRESA

En nuestra época las empresas desarrollan un papel muy importante en cuanto a lo monetario, político y social, debido a que éstas representan el desarrollo principal en la generación de ingresos, en la creación de nuevos empleos y lo más importante la satisfacción de necesidades de los consumidores que son los que en realidad determinan si es aceptada o es rechazada.

Es fundamental resaltar que una empresa, no es únicamente aquella que cuenta con una infraestructura grande y bonita, ni aquella que cuentan con muchos empleados, desafortunadamente eso es lo que la mayoría de las personas piensan y que en realidad todo esto es un error , ya que una empresa es desde un puesto de verduras en un mercado e incluso desde la señora que se encuentra vendiendo pan a fuera de un lugar hasta un grande y lujoso hotel, es verdad que no todas la empresas son iguales y existen varias formas de clasificarlas.

En este capítulo se mencionaran la clasificación de las empresas y la forma en que cada una se cataloga de acuerdo a la actividad que desarrollan y el número de empleados que la constituyen.

Las empresas son el principal agente dentro de la economía del país y que

establecen a la vez un medio de comercialización que influyen directamente en la vida de los habitantes de toda nación y que no es la primera vez que se repite en la historia de la humanidad. Ya desde tiempos remotos en los pueblos existió el comercio en mercados donde se reunían las personas e intercambiaban su mercancía por lo que les hacía falta para subsistir y donde se llevaba a cabo el llamado “trueque”, pero con el paso del tiempo fue evolucionando y se fue implantado el término empresa.

En este capítulo se desarrollará más a fondo la empresa, los aspectos, recursos, términos y sus antecedentes hasta hoy en día. Cabe recalcar que toda empresa está constituida de varios elementos que le ayudan y la componen para que está funcione correctamente y audazmente.

Está se relaciona íntegramente con los proyectos de inversión debido a que este menciona los pasos y aspectos necesarios para poder formarla, de alguna forma u otra. Experimentar y analizar que tan factible puede llegar hacer, ya que en la actualidad hay muchas empresas que fracasan debido a que en la marcha de sus operaciones o al inicio de la misma no cuentan con un proyecto de inversión.

1.1 ANTECEDENTES DE LA EMPRESA

Desde el principio de los tiempos, los seres humanos se reunían y compartían sus bienes, beneficiando de este modo a todo el clan o a todo el núcleo familiar.

Los excedentes de comida, ropa o herramientas podían ser intercambiados entre los pueblos, de este modo se crea el antecedente del comercio. La finalidad de este tipo de acuerdos comerciales se basaba en satisfacer las necesidades de todas las personas, de modo que todos los individuos salían beneficiados de cada acuerdo, nadie perdía y todos ganaban.

Con el paso del tiempo, cada individuo fue adquiriendo experiencia en tareas diferentes, llegando incluso a involucrar al resto de la familia, aparece por tanto la aparición de la división del trabajo, creándose de este modo los distintos oficios y un perfeccionamiento de los materiales creados, ya fuesen herramientas de caza, tejidos, panes, etc.

Con la aparición de los comerciantes, cada familia especializada intercambiaba con otras familias sus productos, lo que forzosamente se introdujo en el mundo lo que se fue a llamar la moneda, que agilizaba enormemente los cálculos para realizar los trueques. Ya no hacía falta saber cuántas gallinas equivalían a una vaca, ahora bastaba con saber cuántas monedas valía una vaca.

Está claro que estas familias dedicadas terminaron por ser el antecedente de la empresa. Poco después se implantaría el hecho de fichar nuevos trabajadores y enseñarles el oficio. Como se puede ver, el origen de las empresas tiene un inicio muy natural, cuando avanzamos en el tiempo y nos localizamos dentro del movimiento surgido en los siglos XVI y XVII, hablamos del capitalismo comercial, y del movimiento desarrollado tras el descubrimiento de América, posiblemente el auge

del mercado moderno, y la aparición de multitud de mercados e industrias urbanas entorno a los puertos, donde se descargaban las valiosas mercancías de América.

En el siglo XVII aparecen por primera vez las primeras empresas especializadas en la banca, concesión de préstamos o créditos.etc. Estas primeras empresas fueron pioneras en participar de acciones públicas, y se basaban directamente en el comercio marítimo. Nos estamos refiriendo a empresas ubicadas en Holanda, Inglaterra o Italia, cuyos mercados marítimos movían casi todo el mercado mundial.

Allá por el final del siglo XVIII, la proliferación de pequeños talleres, dio paso a las grandes empresas dedicadas al trabajo a gran escala, con el uso de maquinaria pesada movida por vapor y por mano de obra ilimitada. Comenzaba la época industrial, y no tendría freno.

La revolución industrial trajo consigo el nuevo tipo de empresa capitalista que hoy en día conocemos. La empresa nació para atender las necesidades de la sociedad creando satisfactoriamente a cambio de una retribución que compensará el riesgo, los esfuerzos y las inversiones de los empresarios.

En la actualidad, las funciones de la empresa ya no se limitan a las mencionadas antes. Al estar formada por hombres y mujeres, la organización alcanza la categoría de un ente social con características y vida propia, que favorece el progreso humano, como finalidad principal, al permitir en su seno la

autorrealización de sus integrantes y al influir directamente en el avance económico del medio social en el que actúa.

La administración establece los fundamentos para lograr, armonizar los numerosos y en ocasiones divergentes intereses de sus miembros: accionistas, directivos, empleados, trabajadores y consumidores. (MÜCH, 2009:43).

1.2 DEFINICIÓN DE EMPRESA

“Es la unidad económica-social en la que el capital, de trabajo y la dirección se coordinan para lograr una producción que responda a los requerimientos del medio humano en el que la propia empresa actúa”. (GUZMÁN, 1967:9).

Para Fernández Arena (1973). Es la unidad productiva o de servicio que, constituida según aspectos prácticos o legales, se integra por recursos y se vale de la administración para lograr sus objetivos.

Según Chiavenato Idalberto (2006). Estructura destinada a la producción o comercialización de bienes y servicios. En la cual su principal objetivo es el lucro.

1.3 LA EMPRESA Y EL PROCESO ADMINISTRATIVO

Conjunto fases o pasos en los cuales se confecciona la administración de una empresa, para el desempeño y desarrollo de la misma.

El proceso administrativo dentro de una empresa es muy importante, ya que toda organización por más pequeña que sea debe llevarlo a cabo y seguirlo paso a paso.

Principales etapas del proceso administrativo:

Planeación: “Consiste en fijar el curso concreto de acción que ha de seguirse, estableciendo los principios que habrán de orientarlo, la secuencia de operaciones para realizarlo, y la determinación de tiempo y números necesarios para su realización”. (REYES, 1973:71).

Esta etapa contiene una serie de elementos importantes como son: la misión, visión, objetivos, estrategias, presupuestos, programas, etc.

Organización: Según Massie (1973). La estructura y asociación por lo cual un grupo cooperativo de seres humanos, asigna las tareas entre los miembros, identifica las relaciones e integra sus actividades hacia objetivos comunes.

Etapa que determina la definición de actividades asignadas a los puestos, establecimiento de niveles jerárquicos, delimitación de autoridad y responsabilidad.

Dirección: Para Scalan (1978). Consiste en coordinar el esfuerzo común de los subordinados, para alcanzar las metas de la organización. En la cual comprende la habilidad del liderazgo del administrador, su capacidad de mando, la motivación, la comunicación con la gente y la supervisión de los subordinados. (MÜCH, 2009: 45).

Control: “El proceso para determinar lo que se está llevando a cabo, valorizando y, si es necesario, aplicando medidas correctivas, de manera que la ejecución se desarrolle de acuerdo con lo planeado”. (TERRY, 1974:192).

Es la última etapa del proceso administrativo, y en la cual supone establecer mecanismos para comparar el resultado de la actividad con el estándar o modelo establecido, a fin de detectar desviaciones y adoptar medidas correctivas oportunas.

Todo este proceso se relaciona íntegramente con la empresa, ya que menciona los pasos que deben seguir e incluir toda organización y lo principal que deben contener como mínimo para poder desempeñarse favorablemente y pueda ser una empresa bien definida en cuanto, a su estructura en general. (GARCÍA, 2009:45).

1.4 FUNCIONES SUSTANTIVAS Y ADJETIVAS DE LA EMPRESA

Funciones Sustantivas: Son las funciones básicas de la estructura de la empresa que sustentan el giro de la misma y que, además, constituyen el sostén de las demás funciones de la estructura. Las funciones sustantivas (puede ser una sola) se relacionan directamente con aquello que la empresa realiza. (IBID: 50).

Específicamente, esas funciones son decisivas porque:

- ✓ La empresa no puede tener éxito global sin un buen desempeño de ellas.
- ✓ Un desempeño mediocre de ellas determina el fracaso global de la empresa en la consecución de sus objetivos.

- ✓ Ayuda a determinar al menos parcialmente, el giro de la empresa.
- ✓ Dan la razón de ser de la empresa.
- ✓ En la práctica, son las que más atención requieren; se les asigna más recursos, equipo, personal e inversión.

Funciones adjetivas: Son las demás funciones de la estructura de la empresa que sirven para dar apoyo y permanencia a las funciones sustantivas. Además, ayudan a cumplir los compromisos de las últimas. (IBID: 51).

Tanto las funciones sustantivas como las adjetivas se constituyen en unidades de trabajo o áreas de responsabilidad que podemos llamar funciones, departamentos o divisiones.

Funciones Sustantivas: Producción, compras, ventas, coordinación, operación, etc. Ya que están son las que caracterizan el giro de la empresa.

Funciones Adjetivas: Mercadotecnia, RRHH, finanzas, contabilidad, etc. Porque complementan la realización de las funciones sustantivas. (IBID: 51).

1.5 TIPOS DE EMPRESA

Las empresas se dividen por su forma de funcionamiento, en dos tipos:

La empresa individual y la sociedad mercantil y a continuación se mencionaran.

1.5.1 LA EMPRESA INDIVIDUAL

Es aquella creada por una sola persona, quien responde de las obligaciones de la empresa con la totalidad de su patrimonio. En tal virtud, es dicha persona quien deberá solicitar las licencias de funcionamiento necesarias, obtener el local en el que instalara la institución, aportar el capital y tomar a su cargo la dirección de las operaciones de la misma.

El empresario individual tiene que afrontar la competencia de quienes operan en el mismo ramo atendido a sus propios recursos, que pueden resultar insuficientes en cuanto no dispone sino de su propia fortuna, y esta limitado a su preparación y experiencia para dirigir y manejar la empresa, pueden reunirse los recursos económicos y las habilidades administrativas y técnicas de varias personas, lo cual, con frecuencia ofrece mayores probabilidades de éxito. (MERCADO, 1997: 4).

1.5.2 LA SOCIEDAD MERCANTIL

Son aquellas que están dotadas de personalidad jurídica propia, es decir, la ley las considera personas, distintas de individuos que la forman y las llama personas morales.

Es importante tener presente esta característica propia de las sociedades mercantiles, para comprender la razón por la cual tiene atributos semejantes a los de

las personas físicas, y que las obligaciones propias de la sociedad no sean exigibles, en muchos casos, a los socios en lo personal.

Por ello, las sociedades tienen domicilio, patrimonio, término de duración, derechos y obligaciones distintos de los de sus componentes. El patrimonio está formado por las aportaciones de los socios, que pueden ser en dinero o en especie (maquinaria, inmuebles, patentes, derechos, etc.).

Así mismo tienen un nombre; razón social, si se forma con el nombre de uno o varios socios, denominación, si es un nombre de fantasía. La duración de la sociedad es el dentro del cual actuara la sociedad. El domicilio, que es independiente del de sus socios, la plaza en la cual la sociedad establece las oficinas principales para su administración y debe hacerse constar en el acto de su constitución.

Debe entenderse que la empresa abarca cualquier actividad humana que satisfaga las necesidades del hombre. (IBID: 4).

1.6 CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS

Las empresas se clasifican en los diferentes aspectos que a continuación se mencionan:

1.6.1 ACTIVIDAD O GIRO

Las empresas pueden clasificarse, de acuerdo con la actividad que desarrollen:

1.- Industriales: La actividad primordial de este tipo de empresas es la producción de bienes, mediante la transformación y/o extracción de materias primas. Las industrias a su vez, son susceptibles de clasificarse en:

Extractivas: Cuando se dedican a la explotación de recursos naturales, ya no renovables o renovables. Ejemplo: madereras, pesqueras, mineras, petroleras, etc.

Manufactureras: Son empresas que transforman las materias primas en productos terminados.

2.- Comerciales: Son intermediarias entre productor y consumidor, su función primordial es la compra-venta de productos terminados.

Se clasifican en:

Mayoristas: Cuando efectúan ventas en gran escala a otras empresas (minoristas), que a su vez distribuyen el producto directamente al consumidor.

Minoristas o detallistas: Las que venden productos al menudeo, o en pequeñas cantidades, al consumidor.

Comisionistas: Se dedican a vender mercancías que los productores les dan a consignación, percibiendo por esta función una ganancia o comisión.

3.- Servicio: Como su denominación lo indica, son aquellas que brindan a la comunidad y pueden tener o no fines lucrativos. Ejemplo: Transporte, turismo, instituciones financieras (comunicaciones, energía, agua etc.), servicios privados, educación, salubridad, finanzas, etc.

1.6.2 ORIGEN DE CAPITAL

Dependiendo del origen de las aportaciones de su capital y del carácter a quienes dirijan sus actividades, las empresas pueden clasificarse en:

1.-Públicas: En este tipo de empresas el capital pertenecen al Estado y, generalmente, su finalidad es satisfacer necesidades de carácter social.

2.- Privadas: Cuando el capital es propiedad de inversionistas privadas y la finalidad es eminentemente lucrativa. (IBID: 54).

3.-Empresas mixtas: Son aquellos que se forman con la fusión de capital público y privado; la forma de asociación puede ser muy diversa, en algunos casos el capital público puede ser mayoritario, en otros es el capital privado el mayoritario, así mismo, la proporción en que combinen los capitales puede ser muy diversa. (IBID: 278).

1.6.3 SEGÚN SU TAMAÑO

1.-Microempresa: Empresa que ocupa hasta 15 personas y realiza ventas anuales hasta de 80,000 millones de pesos.

Su organización es de tipo familiar, el dueño es quien proporciona el capital así como quién la dirige y la organiza; generalmente su administración es empírica, el mercado que domina y abastece es pequeño, ya sea local o cuando mucho regional; su producción no es muy maquinizada, tiene un número de trabajadores muy bajo, que en muchas ocasiones esta integrado por los propios familiares del dueño, y para el pago de impuestos son considerados como causantes menores. (MÉNDEZ, 1989: 275).

2.- Pequeña y mediana empresa: La pequeña empresa ocupa de 16 a 100 personas y realiza ventas anuales hasta de mil millones de pesos al año, mientras que la mediana empresa ocupa de 101 a 250 personas con ventas de hasta 2000 millones de pesos al año.

Su capital es proporcionado por una o dos personas que establecen una sociedad, los propios dueños dirigen la marcha de la empresa; su administración es empírica, su número de trabajadores empleados en el negocio crece y va desde 16 hasta 250 personas, utiliza más maquinaria y equipo, aunque se sigan buscando mas en el trabajo que en el capital.

Dominan y abastecen a un mercado más amplio, que no necesariamente tiene que ser local o regional, ya que muchas veces llegan a producir para el mercado nacional e incluso para el mercado internacional; están en proceso de crecimiento, la pequeña tiende a ser mediana, y ésta aspira a ser grande; obteniendo algunas ventajas fiscales por parte del Estado que algunas veces los considera causantes menores dependiendo de sus ventajas y utilidades. (IBID: 275).

3.- Grande Empresa: Empresa que ocupa más de 250 trabajadores y tienen ventas superiores a los 2000 mil millones de pesos anuales.

Como su nombre lo indica, participan de máximas características en relación con las empresas de su ramo o giro.

Su capital es aportado por varios socios que se organizan en sociedades de diversos tipos; forman parte de grandes consorcios o cadenas, monopolizan o participan en forma mayorista de la producción o comercialización de determinados productos y dominan al mercado con amplitud, algunas veces solo interno y otras, participan también en el mercado internacional.

Cuentan con grandes recursos de capital que les permite estar a la vanguardia en la tecnología, mecanización y automatización de sus procesos productivos. Cuenta con mucho personal que pasa de 250 trabajadores y algunas veces llegan a contar hasta como miles.

Manejan una administración científica; es decir, encargan a profesionistas egresados de las universidades, la organización y dirección de la empresa; y tienen

mayores facilidades para acceder a las diversas fuentes y formas de financiamiento, tanto nacional como internacional. (IBID: 27).

1.7 PRINCIPALES VALORES INSTITUCIONALES DE LA EMPRESA

Al actuar dentro de un marco social e influir directamente en la vida del ser humano, necesitan un patrón o sistema de valores deseables que les permita satisfacer las necesidades del medio en el que actúa, y opera con ética, ya que esta influye mucho y la cual evita múltiples problemas a la empresa, porque proceder bien resulta a la larga un buen negocio.

Valores institucionales que debe tener una empresa:

Económicos: Tendientes a lograr beneficios monetarios:

- ✓ Cumplir con los intereses de los inversionistas al retribuirlos con dividendos justos sobre la inversión colocada.
- ✓ Cubrir los pagos a acreedores por interés sobre préstamos concedidos.

Sociales: Aquellos que contribuyen al bienestar de la comunidad:

- ✓ Satisfacer las necesidades de los consumidores con bienes o servicios de calidad, en las mejores condiciones de venta.
- ✓ Incrementar el bienestar socioeconómico de una región al consumidor de materias primas y servicios, y al crear fuentes de trabajo.

- ✓ Contribuir al sostenimiento de los servicios públicos mediante el pago de cargas tributarias.
- ✓ Mejorar y conservar la ecología de la región, evitando la contaminación ambiental.
- ✓ Producir productos y bienes que no sean nocivos al bienestar de la comunidad. (IBID: 59).

1.8 PRINCIPALES ÁREAS FUNCIONALES EN UNA EMPRESA

Las áreas de actividad, conocidas también como áreas de responsabilidad, departamentos o divisiones, están en relación directamente con las funciones básicas que realiza la empresa a fin de lograr sus objetivos.

Dichas áreas comprenden actividades, funciones, labores homogéneas, las más usuales y comunes en una empresas.

La efectividad de una empresa no depende del éxito de un área funcional específica, sino del ejercicio de una coordinación balanceada entre las etapas del proceso administrativo y la adecuada realización de las actividades de las principales áreas funcionales, que a continuación se mencionan:

Producción: Tradicionalmente consideramos como uno de los departamentos más importantes, ya que fórmula y desarrolla los métodos más adecuados para la elaboración de productos, al suministrar y coordinar: mano de obra, equipo, instalaciones, materiales y herramientas requeridas.

Principales funciones:

- ✓ Diseño del producto.
- ✓ Pruebas de ingeniería.
- ✓ Asistencia de mercadotecnia.
- ✓ Diseño de instalaciones y sus especificaciones.
- ✓ Mantenimiento y control del equipo.
- ✓ Estudio de métodos.
- ✓ Medidas de trabajo.
- ✓ Distribución de la planta, etc. (IBID: 61).

Mercadotecnia: Es una función trascendental ya que a través de ella se cumplen algunos de los propósitos institucionales de la empresa. Su finalidad es la de reunir los factores y hechos que influyen en el mercado, para crear lo que el consumidor quiere, desea y necesita, distribuyéndolo en forma tal, que esté a su disposición en el momento oportuno, en el lugar preciso y al precio más adecuado.

Principales funciones:

- ✓ Investigación de mercados.
- ✓ Planeación y desarrollo del producto.
- ✓ Empaque, marca, precio.
- ✓ Distribución y logística.

- ✓ Ventas, promoción de ventas.
- ✓ Publicidad, relaciones públicas, etc. (IBID: 62).

Finanzas: De vital importancia es esta función, ya que toda empresa trabaja con base en constante movimientos de dinero.

Esta área se encarga de la obtención de fondos y del suministro del capital que se utilizan en el funcionamiento de la empresa, procurando disponer con los medios económicos necesarios para cada uno de los departamentos, con objeto de que puedan funcionar debidamente.

El área de finanzas tiene implícito el objetivo del máximo aprovechamiento y administración de los recursos financieros. (IBID: 63).

Principales funciones:

- ✓ Planeación financiera.
- ✓ Relaciones financieras.
- ✓ Tesorería.
- ✓ Obtención de recursos.
- ✓ Inversiones.
- ✓ Contabilidad general.
- ✓ Presupuestos.
- ✓ Auditoría interna.
- ✓ Impuestos.

- ✓ Crédito y cobranza, etc.

Recursos humanos: Su objetivo es conseguir y conservar un grupo humano de trabajo cuyas características vayan de acuerdo con los objetivos de la empresa, a través de programas adecuados de reclutamiento, selección, capacitación y desarrollo.

Principales funciones:

- ✓ Proceso de selección.
- ✓ Contratación.
- ✓ Capacitación y desarrollo.
- ✓ Sueldos y salarios.
- ✓ Análisis y valuación de puestos.
- ✓ Remuneración, vacaciones, servicios y prestaciones.
- ✓ Higiene y seguridad industrial. (IBID: 63).

1.9 RECURSOS ESENCIALES EN LA EMPRESA

Para que una empresa pueda lograr sus objetivos, es necesario que cuente con una serie de elementos o recursos que, conjugados armónicamente, contribuyan a su funcionamiento adecuado.

Es importante estudiar los recursos de la empresa porque uno de los fines, es la productividad o sea, la relación entre la producción obtenida y los recursos utilizados para lograrla.

En esta forma, el administrador siempre deberá evaluar la productividad de los recursos, mismos que se clasifican en:

Recursos Materiales: Son aquellos bienes tangibles, propiedad de la empresa:

- ✓ Edificios, terrenos, maquinaria y equipo, instrumentos, herramientas, entre otros.
- ✓ Materias primas, materias auxiliares que forman parte del proceso, productos en proceso, productos terminados, etc.

Recursos Tecnológicos: Aquellos que sirven como herramientas e instrumentos auxiliares en la coordinación de los otros recursos:

- ✓ Sistemas de producción, sistemas de ventas, sistemas de finanzas, sistemas administrativos, etc.
- ✓ Fórmulas, patentes, etc.
- ✓ Sistemas de información.
- ✓ Administración del conocimiento.

Recurso Humano: Es trascendental para la existencia de cualquier grupo social; de éste depende el manejo y funcionamiento de los demás recursos.

El Recurso Humano es el activo más valioso de las organizaciones y posee características tales como: posibilidad de desarrollo, creatividad, ideas, imaginación, sentimientos, experiencia, habilidades, etc., misma que lo diferencian de los demás recursos. Según la función que desempeñe y el nivel jerárquico en que se encuentre dentro de la organización, el personal puede ser:

- ✓ Obreros: calificados y no calificados.
- ✓ Oficinistas: calificados y no calificados.
- ✓ Supervisores: Se encargan de vigilar el cumplimiento de las actividades.
- ✓ Técnicos: efectúan nuevos diseños de productos, sistemas administrativos, métodos, controles, etc.
- ✓ Ejecutivos: Se encargan de poner en ejecución las disposiciones de los directivos.
- ✓ Directores: Fijan los objetivos, estrategias, políticas, etc.

Recursos Financieros: son los elementos monetarios propios y ajenos con que cuentan una empresa, indispensable para la ejecución de sus decisiones.

Entre los recursos financieros propios pueden citarse:

1. Dinero en efectivo.
2. Aportaciones de los socios (accionistas).
3. Utilidades.

Los recursos financieros ajenos están representados por:

1. Prestamos de acreedores y proveedores.
2. Créditos bancarios o privados.
3. Emisión de valores (bonos, cédulas, etc.).

Todos los recursos tienen gran importancia para logro de los objetivos de la empresa. Del adecuado manejo de los mismos y de su productividad dependerá el éxito de cualquier empresa. (MÜCH, 2009: 65).

Este capítulo resulta primordial porque analizando los conceptos anteriores, podemos decir que empresa es una organización constituida por varios recursos materiales, humanos y financieros. Con la finalidad de producir un bien o servicio que satisfaga las necesidades de los consumidores y con el propósito de obtener una retribución económica.

Así mismo decretar las principales características de cada empresa en cuanto a su clasificación y los elementos que la integra, para alcanzar una información más puntualizada y profunda, en los aspectos más relevantes que se determinaron en lo que ya se menciona anteriormente.

CAPITULO II

GENERALIDADES DEL CAFÉ

El café es uno de los productos agroindustriales más importantes para México, ya que ocupa el noveno lugar de producción a nivel nacional. Este producto es una de las principales fuentes de ingresos del sector primario a nivel nacional. Es por ello que se hace hincapié en este capítulo, que además de crear un café, se permite fortalecer este fruto que es tan importante para nuestro país.

En el presente capítulo conoceremos sobre la historia del café, y su aparición en las diferentes partes del mundo. Cómo y en qué lugar aparecieron las primeras cafeterías. Se describirán definiciones explícitas de lo que es una cafetería y la diferencia que tiene esta a un bar, ya que de dichas definiciones se podrá formular un concepto más claro de lo que es un café- bar. Es lo que está hoy en día más de moda para las generaciones jóvenes, siendo esto el concepto principal de mi proyecto un café-bar.

2.1 LOS ORIGENES DEL CAFÉ

Existen muchas historias sobre el café pero una de las más redimidas es la de Kaldi, un pastor yemení, vio como sus cabras encontraron unos cafetos y comieron sus bayas y masticaron los frutos rojos. Kaldi intrigado probó también aquellos

granos y al poco rato, ¡él también estaba bailando!. El pastor dio explicaciones del hecho en el pueblo y el Immam de una mezquita cercana se interesó por el fenómeno. Hizo unas infusiones con las bayas rojas de Kaldi y sintió efectivamente, se mantenía despierto y vivaz toda la noche. El Immam hizo tomar a sus discípulos la nueva bebida para mantenerlos despiertos durante los oficios nocturnos.

Sea cual fuere el origen exacto del café, lo que sí es seguro es que en Yemen ya se cultivaba en el siglo VI, pero no fue hasta el siglo VIII que los granos empezaron hacer tostados y hacer con ello algo parecido a la bebida que hoy conocemos. (VILLA, 1997:11).

La popularidad del café se difundió rápidamente. Los árabes se sentían tremendamente orgullosos de su recién descubierta bebida y guardaron celosamente el secreto. Sin embargo, siendo tantos los peregrinos que visitaban su tierra, era inevitable que antes o después se difundiera el secreto de este brebaje. Algunos de estos peregrinos llevaron semillas verdes fértiles a sus países de origen y muy pronto empezaron a florecer árboles del café o cafetos en las regiones circundantes. En poco tiempo el grano del café se introdujo en las casas, donde en ocasiones se convirtió en una elaborada ceremonia.

Al crecer en Arabia y Turquía el consumo de café, muchos viajeros y comerciantes probaron el brebaje, naturalmente, llevaron noticia del mismo a sus lugares de origen, como consecuencia, la fama de esta deliciosa infusión llegó a

Europa. El primer cargamento de café llegó a Venecia procedente de Turquía en 1615. No pasó mucho tiempo antes de que se abrieran en Europa los primeros cafés.

Hasta finales del siglo XVII casi todo el café procedía de Arabia. Los árabes trataron de mantener superior control sobre el suministro de café, prohibiendo sacar del país semillas que no estuvieran tostadas.

Esta medida teóricamente garantizaba que no saldría del país ninguna semilla que tuviese capacidad germinativa. Por supuesto, estaba terminantemente prohibido que los extranjeros visitaran las plantaciones. Tras innumerables intentos, espías holandeses consiguieron robar plantas de Arabia y empezaron a cultivarlas en Java con gran éxito. A partir de entonces, el café fue cultivado en invernaderos holandeses y desde allí se distribuía libremente por toda Europa.

En 1723, tras haber robado una plantita de aspecto robusto, un joven capitán de la armada francesa llamado Clieu, decidió llevar consigo un esqueje de cafeto a Martinica. Clieu plantó el valioso esqueje en la tierra cálida y fértil de Martinica.

Todo salió bien y los esfuerzos de este hombre se vieron recompensados cuando la planta floreció y se multiplicó con extraordinaria rapidez, de modo que antes de 1777 ya había 18 millones de cafetos en la isla. En torno al año 1748 introdujo el café en Cuba don José Antonio Gelabert, que trajo la semilla de Santo Domingo. Antes de la Revolución Francesa, Santo Domingo, la Martinica y Bolivia

producían la mayor parte del café que se consumía en Europa.

www.cafelafuente.com.mx

2.2 LA APARICIÓN DEL CAFÉ EN MÉXICO

A nuestro país el café llegó en 1790 y fueron Veracruz, Morelos, Michoacán y Oaxaca los primeros estados donde se conoció. Actualmente los estados productores más importantes son Chiapas, Veracruz, Oaxaca y Puebla; también se cultiva en Guerrero, San Luis Potosí e Hidalgo.

Es un producto tropical que se cultiva en las zonas montañosas y cerca de un 60% de los pequeños productores son indígenas. En México tenemos una producción promedio de 4 millones de sacos de café verde y ocupamos el sexto lugar en la producción mundial. Hay más de 400 mil productores de los cuales el 90% son pequeños con extensiones de tierra menores a las 5 hectáreas y un 30 % son mujeres, es la base económica de 3.2 millones de personas.

En México contamos con granos de la más alta calidad. El café de altura, cultivado por arriba de los 900 metros sobre el nivel del mar, es de los más cotizados. Muchos factores determinan la calidad de un buen café, como son las características del grano, la altura, humedad, suelo, vegetación, sombra; un estricto control en las labores culturales y la cosecha; el control en el proceso de

industrialización (beneficio húmedo y seco), el tueste y molido adecuados y por último la preparación en taza.

2.3 COMPOSICIÓN DEL CAFÉ

Es un árbol conocido científicamente con el nombre de *Coffea arábica*, es muy variada. Sin embargo, se destacan ciertas sustancias que son las responsables de las características que tiene este. El principio activo es la cafeína, sustancia que corresponde a un alcaloide, que tiene interesantes propiedades estimulantes. Posee dentro de sus componentes otro alcaloide, denominado teobromina, el cual también tiene características que generan una estimulación del sistema nervioso, las semillas del café contienen dentro de su composición una gran variedad de ácidos.

Los que más se destacan, ya sea por su abundancia o importancia son el ácido caféico y el ácido palmítico. Las hojas y las semillas tienen fibras, principalmente celulosa, esta sustancia es la responsable de las propiedades digestivas que poseen las infusiones de las semillas de este árbol.

Las semillas tienen vitamina B1, B2 y B3 dentro de su composición, además poseen algunas sales minerales, como hierro, fósforo, y taninos dentro de sus semillas, es debido a la presencia de esta sustancia que tiene propiedades medicinales antioxidantes. Este posee colina, la cual es una sustancia que tiene características de nutriente, siendo fundamental para el buen funcionamiento cerebral. www.plantasparacurar.com

2.4 EL PROCESO DE ELABORACIÓN

A partir de los frutos maduros del arbusto se obtiene el café verde, que no tiene olor, sabor y color típico del café que conocemos. Eliminadas las capas que cubren los granos de este, éstos se tuestan en lo que supone el momento más crítico en su procesado, puesto que se producen reacciones químicas y físicas responsables de la formación de las sustancias que le aportan sus cualidades sensoriales (sabor, aroma, color, etc.).

En el tueste natural sólo participan el café y una fuente de calor. Un mal tueste puede convertir un buen grano de café en un café muy amargo o muy ácido; y un buen tueste puede tapar algunos defectos. Con el tostado, el color de los granos de café va cambiando hasta alcanzar el marrón oscuro. Se pueden definir cuatro grados de tueste: ligero, medio, oscuro y muy oscuro. Se aplica uno u otro según el país consumidor.

En general, a menor grado de tostado, más claro será el color y más suave y menos amargo resultará el sabor. El envasado del café tiene una gran importancia. Así, los cafés envasados al vacío conservan sus cualidades por estar protegidos de la luz, del aire y la humedad. www.cafeimperial.com

2.4.1 PRINCIPALES TIPOS Y MEZCLAS DEL CAFÉ

Las mezclas de distintos granos son, un elemento en el cual la cultura del café halla su máxima expresión, imprescindibles para obtener una bebida de calidad. Las mejores mezclas nacen de la unión de diferentes variedades de café, incluso cinco o seis a la vez.

A continuación se presentan las principales y conocidas en el mundo.

✓ **Cappuccino:** También conocido como una invención italiana, el cappuccino es una mezcla espumosa de expreso y leche hervida al vapor en igual proporción.

✓ **Café au lait / Café Latte:** El café au lait es un típico café francés que se prepara con expreso, leche hervida al vapor coronado con un poco de espuma de leche. Tiene más leche que un cappuccino.

✓ **Latte Macchiato:** Un vaso lleno con espuma de leche caliente en una porción de expreso que se ha vertido lentamente. El expreso se vierte en la leche y la espuma, creando un efecto de capa que se aprecia por el vidrio de la taza.

✓ **Americano:** Exprés con agua caliente. Algunos dicen que el nombre surgió debido a la similitud de la intensidad de este café con el café colado regular que se toma en Estados Unidos.

✓ **Corretto:** Espresso rociado con licor, por ejemplo, Grappa o Cognac.

✓ **Ristretto:** Doble carga de espresso.

✓ **Romano:** Espresso servido con una rodaja de limón.

✓ **Con Panna:** Espresso coronado con un poco de crema batida.

✓ **Granita de Caffé Cold:** Espresso vertido sobre hielo molido.

✓ **Mocha:** Un tercio de espresso, un tercio de chocolate caliente y un tercio de leche hervida al vapor.

✓ **Frappé o Frapuchino:** Café frío agitado con cubos de hielo. Es un café popular en Grecia y Bulgaria, especialmente en los meses del verano.

www.cafebunte.com

2.5 EL PRIMER LUGAR LLAMADO CAFETERÍA

A mediados del siglo XVIII un velero que venía de Egipto desembarcó en el puerto de Marsella el primer cargamento de café, una vez que La Roque lo hizo conocer en 1644. Marsella era entonces la puerta francesa para el comercio oriental, y los negociantes marseleses tenían sucursales en los principales puertos mediterráneos en alianza con comerciantes turcos. Allí, "La Roque" abrió el primer café francés en 1654, una especie de salón-diván donde se produjo la primera degustación de café entre europeos.

El caové, casie, kawé o café se daba a conocer en Europa, pero con mucha timidez, hasta que en 1669 se convirtió en una moda, gracias a la intervención del embajador otomano Salimán Mustafá Aga. En 1672 un armenio de apellido Hartoundian, y al que la gente llamaba Pascal, estableció un pequeño negocio de cafetería ("Maison de Caoué") en la feria de Saint-Germain, que se abría anualmente sobre la orilla izquierda del Sena. Cuando Pascal se trasladó a Londres, uno de sus camareros de nombre Francisco Procopio dei Coltelli, proveniente de Sicilia, abrió su propio, en 1686, con el nombre de Café Procope.

En el café Procope se vendía café, bebidas heladas, sorbetes y helados de café, a la clientela parisina, entre la cual destacaba Rousseau y Voltaire, quien consumía unas cuarenta tazas de café al día. Procopio tuvo un gran éxito en su salón y pronto abrió otros cafés en la calle Tournon, el más importante frente a la

Comedie Française, decorado con tapices, espejos, candelabros de cristal y mesas de mármol.

Otros cafés competían con el Procopio, con igual fama e ilustres clientes, como el Café de la Régence, abierto en 1681 en la plaza del Palais Royal, o el Foy (1749), des Mille Colonnes, du Caveau (1784), des Aveugles, del Hardy (1799), el Anglais (1802), o el Turc (1780).

En unos pocos años la moda del café se apoderó de París, y surgieron cafeterías en todos los barrios. En 1721 la ciudad contaba con 380 cafés. Los cafés se convirtieron en cenáculos de artistas líricos, oficiales y escritores en los siglos XVII y XVIII. Hacia 1731 crecían vastos cafetales en Java, La Reunión, La Isla de Cayena, Martinica, Jamaica, Santo Domingo. D'Aussy comenta en 1782 que "el consumo se ha tipificado en Francia, no hay casa burguesa en la que no se sirva café; no hay aprendiz, cocinera ni doncella que no desayune por la mañana, café con leche".

Estamos ahora en 1788, Francia vive una bancarrota nacional y la oposición política crece cada día y se reúne en los cafés, que se convierten en el centro del descontento, sustituyendo a las tabernas y a los cabarets. Había entonces, unos 2,000 salones de café en París. En el café de Procopio se reunían Desmoulins, Danton y Marat; en el de Régence, Robespierre y sus seguidores. Un etnobotánico, Mckenna, sostiene que "si la arenga es la madre de la revolución; entonces el café y

los salones de café deben ser su comadrona". Un historiador, Michelet opina que el café junto con el chocolate y el té, presidió el nacimiento de la "Edad de las Luces".

Porque por primera vez la gente tuvo la ocasión de servirse en sociedad sin embriagarse. El café ilumina el espíritu de la revolución, pues aumenta la lucidez de sus adictos, muchos de ellos revolucionarios. www.cafeimperial.com

2.6 LA PRIMERA CAFETERÍA EN MÉXICO

El primer establecimiento para consumir café se abrió en la ciudad de México durante el virreinato de Bernardo de Gálvez, en 1785. El aromático era traído principalmente de Cuba, molido y envasado. México ha sido desde su fundación un consumidor insaciable de chocolates y atoles. El consumo del café en nuestro país, nos dice el cronista Salvador Novo, se impondrá como moda de las clases acomodadas a finales del siglo XVIII. La primera cafetería formal se instaló en la calle Tacuba, en el centro de la Metrópoli, con la atrayente oferta de café al "estilo de Francia", es decir, endulzado y con leche. www.suracapulco.com.mx

2.7 QUE ES UNA CAFETERÍA

SEGÚN Denia (2008). Aquellos establecimientos, cualquiera que sea su denominación, que además de helados, refrescos, batidos, infusiones y bebidas en general, sirvan al público, mediante precio, principalmente en la barra o mostrador, y

a cualquier hora, dentro de las que permanezca abierto el lugar, platos fríos y calientes, simples o combinados, confeccionados ordinariamente para un refrigerio rápido.

2.7.1 PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DE LAS CAFETERÍAS

- ✓ El servicio se realiza principalmente en la barra o mostrador.
- ✓ El horario de servicio se prolonga durante todo el tiempo en que permanece abierto el establecimiento.
- ✓ Los platillos que se sirven suelen ser de elaboración sencilla (ejemplo comida rápida).
- ✓ No es un requisito imprescindible que el cliente tenga que consumir algún tipo de alimento, si no que puede limitarse a bebidas, café e infusiones, etc.

2.7.2 CLASIFICACIÓN DE LAS CAFETERÍAS

Según el artículo 15 de ordenación las cafeterías se clasifican en las categorías de “especial”, “primera” y “segunda”, cuyo distintivo será, respectivamente, tres tazas, dos tazas y una taza. En el exterior de los establecimientos, en la propaganda impresa, en las cartas y en las facturas se consignará, de forma que no deje lugar a duda, la categoría asignada por la Dirección Provincial de Información y turismo, mediante el distintivo que corresponda

y conforme al cumplimiento de unos requisitos mínimos, si bien éstas, pueden ser modificadas por la administración en función de una serie de criterios.

2.8 DEFINICIÓN DE BAR

Esta clase de establecimientos adopta su nombre de la palabra "BAR" que en inglés significa "barra".

El bar es un establecimiento donde generalmente se sirven bebidas con un cierto contenido alcohólico. Este tipo de establecimiento lo podemos encontrar como empresa independiente o como parte de un hotel o restaurante.

En él se sirven bebidas tan sencillas como lo son cervezas embotelladas o enlatadas hasta cócteles y preparaciones con diversos tipos de licores, la variedad de bebidas es muy extensa, que son despachados con rapidez, por el barman. Generalmente propician un ambiente de intimidad; amueblados con cómodos sillones, mesitas que no resultan estorbosas e iluminados con luz tenue.

www.conocimientosweb.net/

Es aquel establecimiento comercial en el cual los clientes consumen bebidas alcohólicas y no alcohólicas, aperitivos, infusiones, algún alimento como pueden ser bocadillos, sándwiches, entre otros.

2.8.1 ELEMENTO IMPORTANTE EN UN BAR

El bar tiene un elemento característico y que es de alguna manera el que le ha dado el nombre, que es la barra, un pequeño muro o mostrador, más o menos de altura de un individuo, en el cual se sirven las bebidas y todo aquello que ordene el cliente. www.definicionabc.com

2.9 QUE ES UN CAFÉ-BAR

Analizando las definiciones anteriores podemos definir café- bar como aquel lugar o establecimiento donde se venden bebidas alcohólicas y alimentos, y en el cual existe un ambiente agradable para conversar y convivir con nuestras amistades.

La palabra café lo dice cafetería y bar un lugar donde se venden bebidas alcohólicas. Lo cual se asocian y en su conjunto hacen un lugar de convivencia y diversión. www.definicionabc.com

2.10 IMPORTANCIA DE LAS CAFETERÍAS EN LA SOCIEDAD

Con el paso del tiempo y a través de los años se han vuelto muy de moda los café-bar ya no tanto con el toque de cafetería solamente, sino que hoy en día las personas desean más otro tipo de convivencia y diversión. En el cual, además de convivir puedan pasársela bien y socializar con diferentes personalidades. Usarlo como lugar de reunión donde se puedan consumir diferentes tipos de bebidas alcohólicas y que tenga un horario más amplio, que el de una cafetería.

2.11 APOYO A ESTE TIPO DE EMPRESAS

En este apartado se mencionan los apoyos que se podrían tener como empresa, entre los más destacados e importantes encuentre el siguiente: El Fondo de Apoyo para la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (FONDO PYME) que ofrece el gobierno federal, es un instrumento que busca apoyar a las empresas en particular a las de menor tamaño y a los emprendedores con el propósito de promover el desarrollo económico nacional, a través del otorgamiento de apoyos de carácter temporal a programas y proyectos que fomenten la creación, desarrollo, consolidación, viabilidad, productividad, competitividad y sustentabilidad de las micro, pequeñas y medianas empresas. www.fondopyme.gob.mx/ Como se menciono anteriormente hemos visto que podríamos contar con este tipo de apoyos y el cual podríamos conseguir para poder llevar a cabo este tipo de proyectos.

Este capítulo resulta importante porque se prescribieron las principales características sobre la importancia del café en nuestro país, analizando detalladamente los aspectos más importantes de éste, ya que es uno de los productos más sobresalientes de México, para lo cual fue muy agradable porque se conocieron antecedentes muy interesantes sobre los inicios de este maravilloso producto y del que muchos de nosotros hemos degustado.

Se percataron datos de como iniciaron las primeras cafeterías tanto en el mundo como en nuestro país, ya que a través de los años y hasta hoy en día, estas juegan un papel muy importante dentro de nuestra sociedad.

Aunque el tiempo ha cambiado y las generaciones nuevas desean otro tipo de cafeterías como los cafés-bar, pero a pesar de todo no se ha perdido esa gran costumbre de seguir consumiendo café.

CAPITULO III

PROYECTOS DE INVERSIÓN

Los proyectos de inversión, son una alternativa muy necesaria para la realización de cualquier tipo de empresa que se desee establecer. Normalmente están encaminados para la realización de productos o servicios que satisfagan las necesidades que aun se encuentran insatisfechas.

En este capítulo se percibirá porque hoy en día es preciso e imprescindible planear todas las actividades que se van a realizar, esta planeación dependerá de la situación en que nos encontremos, asignando de esta manera un plan acorde para cada una de ellas. Se describirá audazmente todo lo relacionado para la formulación, descripción e interpretación de un proyecto de inversión, para conocer el porqué de los proyectos, así como el análisis de los diferentes métodos y estudios que existen, ya que estos permiten visualizar las consecuencias y las decisiones que se pudieran presentar.

Entre los estudios más importantes y necesarios podemos mencionar tres tipos que son las bases, estudio de mercado, estudio técnico y el último y más complicado pero interesante el económico financiero. En cada uno de estos estudios existen características y procedimientos base que se deben seguir para poder concluir y llegar a tomar una decisión final.

La decisión final de un proyecto no únicamente se toma de la rentabilidad, sino que debemos también observar la viabilidad de mercado, el análisis técnico y administrativo.

3.1 CONCEPTO

“Es la unidad mínima económica de planeación, formada por un conjunto de actividades vinculadas, que se suceden, complementan y deciden entre sí, la última de las cuales es parte importante para la toma de decisiones sobre la inversión” (CORTÁZAR, 1993:12).

“Es una serie de planes que se piensan poner en marcha, para dar eficacia a alguna actividad u operación económica o financiera, con el fin de obtener un bien o servicio en las mejores condiciones y obtener una retribución económica”. (HERNÁNDEZ, 2003:28).

“Es un plan que si se le asigna determinado monto de capital y se le proporcionan insumos de varios tipos, podrá producir un bien o un servicio, útil al ser humano o a la sociedad en general.” (BACA, 1997:2).

Es la investigación a una solución inteligente al planteamiento de un problema para resolver una determinada necesidad humana. Este requiere un esquema que implica la asignación de recursos para llevarlo a cabo.

3.2 ANTECEDENTES DE LOS PROYECTOS DE INVERSIÓN

Surge junto con la centralización estatal de la economía nacional, que ocurrió con el inicio de la planificación económica en Rusia, primer país donde triunfo una revolución proletaria en 1917, dirigida por el partido bolchevique y encabezado por V.I. Lenin.

El primer gran intento de elaborar y llevar a la práctica planes dirigidos centralmente por el estado socialista es el que se refiere al GOELRO (Comité Especialista de Planificación), los cuales no tuvieron resultados satisfactorios debido a las condiciones políticas, socioeconómicas y físicas en que se encontraba Rusia.

Los detractores de la planificación económica se vieron derrotados cuando con la crisis de 1929 a 1933 los países capitalistas fueron los más afectados por las mismas características de sus economías, en tanto Rusia, que ya tenía cierta experiencia en la planificación a través del control de las inversiones, logro salir de ese trance mundial sin tantas dificultades.

Este suceso provoco que los países desarrollados fijaran su atención en la manera de dirigir una economía planificada, centrándose únicamente en la forma y algunos elementos de la planificación con el fin de aplicarlos a sus sistemas económicos.

La segunda guerra mundial permitió que algunos países latinoamericanos como Argentina, Venezuela, Brasil, México, tuvieran una economía dependiente de

las necesidades de consumo de bienes primarios, principalmente de Estados Unidos, ya que cuando este país hacia la fabricación de productos militares, y permitió que otras naciones lo abastecieran de materias primas.

El auge económico que se presento en latinoamericana de 1941 a 1945, no permitió vislumbrar la necesidad de racionalizar ni orientar las inversiones hacia el sector económico industrial. Con base a lo anterior y a pesar de que en algunos países capitalistas desarrollados se inicio una metodología para la formulación y evaluación de proyectos de inversión.

En México concretamente en Monterrey, Puebla, Guadalajara y el Distrito Federal se elaboran documentos de proyección para asegurar las inversiones realizadas principalmente por empresas estadounidenses y europeas. Las “corazonadas” y el “yo creo” dejaron de ser la base sobre la cual se realizaron las inversiones, para dar paso a la aparición de un intento racionalizado de las inversiones. La experiencia había sido demasiado costosa.

Hechos como la formación de la ONU, las devaluaciones monetarias en varios países latinoamericanos, la inconsistencia y retracción de las inversiones y el pensamiento respecto a formas racionales de realizar estas, entre otras causas, originaron la creación de un documento denominado “Manual de proyectos de desarrollo económico” coordinado por el ingeniero Julio Melnick, que fue útil para formular y evaluar proyectos de inversión pública;

En la actualidad se pretende que la formulación y evaluación de proyectos de inversión contemple los lineamientos que requiere el proceso de planeación mexicano, con el fin de que apoye la descentralización de la vida nacional y promueve la utilización racional de los recursos en niveles y sectores políticos, sociales y económicos. (IBID, 1993:13).

3.3 CLASIFICACIÓN

Los proyectos de inversión se clasifican de acuerdo al sector que van dirigidos como a continuación se menciona: Industriales, agropecuarios, infraestructura social, infraestructura económica y de servicios.

- a) Industriales: Son los que se ubican en el sector secundario, conocido también como industrial, cuya principal característica es la transformación de productos como por ejemplo: farmacéuticos, calzado, etc.

- b) Agropecuarios: Son los que se ubican en el sector primario y que al explotarlos no se efectúa ninguna transformación ejemplo de estos: porcícolas, caprinos, frutícolas etc.

- c) Servicio: Son los que se ubican en el sector terciario y cuyo propósito no es producir bienes materiales, sino prestar servicios de carácter personal, material o técnico, ya sea mediante el ejercicio profesional o a través de

instituciones incluyendo entre ellos los trabajos de investigación tecnológica y científica, la comercialización y se hacen con la finalidad de satisfacer una necesidad a la sociedad como la proyección de esta tesis.

d) Infraestructura Social: Tienen la función de atender las necesidades básicas de la población, como salud, educación, abastecimiento de agua, redes de alcantarillado, vivienda, ordenamiento espacial, urbano y rural.

e) Infraestructura Económica: Incluyen los proyectos de unidad directa o indirecta productiva, que proporcionan a la actividad económica ciertos insumos, bienes o servicios de utilidad general, tales como energía eléctrica, transporte y comunicaciones. Esta categoría comprende los proyectos de aerovías, puertos y navegaciones, centrales eléctricas y sus líneas y redes de transmisión y distribución de sistemas, de telecomunicaciones y sistemas de información. (RIVERA, 1997:66).

3.4 NIVELES DE LOS PROYECTOS DE INVERSIÓN

Se refiere a la profundidad con que la investigación se realiza, así tenemos:

Estudio general de la gran visión: Es identificar que se requiere alcanzar, con la finalidad de planear en forma acertada cualquier detalle que pueda ayudarnos a perfeccionar dicho proyecto. Una vez realizado lo anterior, se procede a efectuar

una visita a lugar donde se piensa establecer la empresa, es decir, conocer el medio ambiente tanto físico como social, esto se hace con el fin de detectar posibles obstáculos que puedan impedir el funcionamiento futuro de la empresa. Es muy importante ya que muchos proyectos pueden ser desechados en ese momento o bien modificarlos para que puedan realizarse. (HERNÁNDEZ, 2003:32).

Proyecto preliminar (estudio previo de factibilidad): Se hace con el objeto de obtener información sobre el proyecto a realizar, sin hacer investigaciones de campo para conocer el ambiente y el ámbito de aplicación del proyecto, nos da una idea de las alternativas que se tienen y las condiciones que lo rodean.

Aspectos que se toman en cuenta en esta fase: Antecedentes del proyecto, aspectos de mercado, aspectos técnicos, aspectos financieros y evaluación del proyecto.

Proyecto definitivo (estudio de factibilidad): En esta etapa se elabora el documento del proyecto, que se integra por los análisis económicos, financieros, etc. estableciendo los elementos cuantificables y tomar decisiones acertadas, considerando los siguientes aspectos: (IBID: 33).

- a) Estudio de mercado
- b) Estudio de disponibilidad de insumos
- c) Localización y tamaño
- d) Ingeniería del proyecto
- e) Inversión y financiamiento

- f) Proyecciones financieras
- g) Evaluación financiera
- h) Evaluación económica-social
- i) Organización del proyecto

Proyecto final (definitivo): Contiene toda la información, tratando los puntos más importantes, algunas veces se presenta una lista de contratos de venta y puede presentar por escrito la cotización de la inversión. (IBID: 33).

3.5 ETAPAS PRINCIPALES DE UN PROYECTO DE INVERSIÓN

Estudio preliminar: Sirven como base para investigar sólidamente el proyecto, se busca conceptualizar la idea del mismo. Tratando de limitar los rangos de la inversión.

Anteproyecto: Conocido también como estudio previo de factibilidad, consiste en comprobar mediante información detallada, a través de estadísticas, la magnitud de la competencia, etc. Mostrar la viabilidad del proyecto en un folleto junto con la semblanza del mismo. Es donde se precisan los elementos y formas de las que consta la inversión que se piensa llevar a cabo.

Estudio de factibilidad: Se presentan alternativas de solución a los problemas del proyecto, se presenta documento, integrados por los análisis de

mercado, de ingeniería, económicos, financieros y el plan de ejecución. Se establecen los elementos cuantificables y no cuantificables de éste.

Montaje y ejecución: Se elabora un programa de actividades, fijación de tiempos para realizar las operaciones y existen diferentes técnicas y procedimientos para los planes de ejecución, como: manuales de objetivos y políticas, diagramas de procesos y flujos, grafica de Gantt, pronósticos y presupuestos.

Funcionamiento normal: Es el potencial de un producto o servicio, necesita de indicadores que representan la posibilidad de introducirnos en un mercado considerando, así la existencia y la disponibilidad de materias primas, tecnología y equipo para producir.

Limitación de los proyectos: Entre las limitaciones a las que nos podemos enfrentar, están las siguientes:

- a) Tecnología
- b) Ecología
- c) Ambientación Social
- d) Económico
- e) Materia prima

Solo por mencionar algunas de las cuales se cree son las más importantes.

3.6 TRES ESTUDIOS IMPORTANTES EN LA ELABORACIÓN DE PROYECTOS.

3.6.1 ESTUDIO DE MERCADO

Es uno de los más importantes y complejos análisis que debe de realizar el investigador. Más que centrar la atención sobre el consumidor y la cantidad del producto que éste demandará, se tendrá que analizar los mercados, proveedores, competidores y distribuidores, e incluso cuando así se requiere, se analizaran las condiciones del mercado externo.

Cada proyecto requiere un estudio de mercado, que sea tan diferente de acuerdo a los productos que se estudien. A pesar de esto, es posible generalizar un proceso que considere un estudio histórico para determinar una relación de causa-efecto, sobre las experiencias de otros y los resultados logrados.

Hay que realizar un estudio que permita definir la situación actual con y sin el proyecto, por lo tanto es necesario contar con un estudio a acerca del consumidor, sus hábitos y motivaciones de compra. (IBID: 45).

3.6.1.1 CUATRO ASPECTOS QUE DEBEN ESTUDIARSE:

- El consumidor y las demandas del mercado y del proyecto, actuales y proyectadas.

- La competencia y las ofertas del mercado y del proyecto, actuales y proyectadas.
- Comercialización del producto o servicio generado por el proyecto.
- Los proveedores y la disponibilidad y precio de los insumos, actuales y proyectados. (SAPAG, 2003:23).

3.6.1.2 MERCADO

3.6.1.2.1 TIPOS DE MERCADO

a) Locales: Aquellos mercados localizados en un ámbito geográfico muy restringido.

b) Regionales: Son los que abarcan varias localidades, integradas en una región geográfica o económica.

c) Nacionales: Son aquellos mercados, que integran la totalidad de las operaciones comerciales internas que se realizan en un país.

d) Mundial: Es el conjunto de operaciones comerciales entre diferentes países y en el cual se llaman exportaciones e importaciones mediante tratados o convenios comerciales que existen entre un país y otro.

3.6.1.3 OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

- Ratificar la existencia de una necesidad insatisfecha en el mercado, o la posibilidad de brindar un mejor servicio que el que ofrecen los productos existentes en el mercado.
- Determinar la cantidad de bienes o servicios provenientes de una nueva unidad de producción que la comunidad estaría dispuesta a adquirir a determinados precios.
- Conocer cuáles son los medios que se emplean para hacer llegar los bienes y servicios a los usuarios.
- Proponer una idea al inversionista del riesgo que su producto corre de ser o no aceptado en el mercado. Una demanda insatisfecha clara y grande, no siempre indica que pueda penetrar con facilidad en ese mercado, ya que este puede estar en manos de un monopolio u oligopolio. Un mercado aparentemente saturado indicara que no es posible vender una cantidad adicional a la que normalmente se consume. (BACA, 2008:14).
- Suministrar información valiosa para la decisión final de invertir o no, en dicho proyecto, ya que se recoge toda la información sobre los productos o los servicios que supone suministrará el proyecto. Posteriormente la información se analiza cuidadosamente, de tal manera que se originen dos o, más soluciones alternativas y con base en lo anterior, recomendar una solución final.

Es necesario definir lo que se desea alcanzar con el producto o servicio en términos de ventas, distribución y posicionamiento en el mercado y satisfacción de las necesidades del consumidor. (IBID: 57).

3.6.1.4 IMPORTANCIA DEL ESTUDIO DE MERCADO

La importancia del estudio de mercado reside en que:

- a) Se evitan gastos.
- b) Las decisiones se toman basadas en la existencia de un mercado real, como resultado del cúmulo de información obtenida en cantidad y calidad.
- c) Permite conocer el ambiente en donde la futura empresa realizará sus actividades económicas.
- d) Permite tomar cursos alternativos de acción.
- e) Permite conocer si el proyecto va a satisfacer una necesidad real. (IBID: 48).

3.6.1.5 ELEMENTOS QUE SE DEBEN CONSIDERAR

3.6.1.5.1 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. (IBID: 17).

El análisis de la demanda constituye uno de los aspectos centrales del estudio de proyectos por la incidencia de ella en los resultados del negocio que se implementará con la aceptación del proyecto.

De acuerdo con la teoría de la demanda del consumidor, la cantidad demandada de un producto o servicio depende del precio que se le asigne, del ingreso de los consumidores, del precio de los bienes sustituidos o complementarios y de las preferencias del consumidor.

La cantidad demandada de un bien aumenta al bajar el precio del producto, al aumentar el precio de los bienes sustituidos o reducirse el de los complementarios al aumentar el ingreso del consumidor y al aumentar las preferencias del consumidor por ese producto. (IBID: 36)

El principal propósito que se persigue con el análisis de la demanda es determinar y medir cuales son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado con respecto a un bien o servicio, así como determinar la posibilidad de participación del producto del proyecto en la satisfacción de dicha demanda. (IBID: 18).

3.6.1.5.2 TIPOS DE DEMANDA

Para efectos del análisis, existen varios tipos de demanda, que se pueden clasificar como sigue.

Por su oportunidad:

- a) Demanda Insatisfecha: En la que lo producido u ofrecido no alcanza a cubrir los requerimientos del mercado.
- b) Demanda Satisfecha: En la que lo ofrecido al mercado es exactamente lo que éste requiere.

Por su necesidad:

- a) Demanda de bienes social y nacionalmente necesarios: Es la que la sociedad requiere para su desarrollo y crecimiento, y están relacionados con la alimentación, el vestido, la vivienda y otros rubros.
- b) Demanda de bienes no necesarios: Es la compra que se realiza con la intención de satisfacer un gusto y no una necesidad.

Por su temporalidad:

- a) Demanda continua: Es la que permanece durante largos periodos, normalmente en crecimiento, como ocurre con los alimentos, cuyo consumo irá en aumento mientras crezca la población.
- b) Demanda clínica o estacional: Es la que se relaciona con los periodos del año, por circunstancias climatológicas o comerciales, ejemplo: (época navideña, los regalos y árboles de navidad).

Por su destino:

- a) Demanda de bienes finales: Son los adquiridos directamente por el consumidor para su uso o aprovechamiento.
- b) Demanda de bienes intermedios o industriales: Son los que requieren algún procesamiento para ser bienes de consumo final. (IBID: 19).

3.6.1.5.3 ELEMENTOS IMPORTANTES EN LA DEMANDA

Recopilación de información:

Fuentes Primarias: Aquellas que están constituidas por el propio usuario o consumidor del producto, de manera que para obtener información de él es necesario entrar en contacto directo; ésta se puede hacer en tres formas:

1.- Observación directa al usuario: Es el método de observación, que consiste en acudir a donde está el usuario y observa la conducta que tiene.

2.- Método de experimentación: El investigador obtiene información directa del usuario aplicando y observando cambios de conducta. Para obtener información útil en la evaluación de un proyecto, estos métodos se emplean frecuentemente, pues ambos se utilizan en productos ya existentes en el mercado.

3.- Acercamiento y conservación directa con el usuario: Si en la evaluación de un producto nuevo lo que interesa es determinar que le gustaría al usuario consumir

y cuáles son los problemas actuales que hay en el abastecimiento de productos similares, no existe mejor forma de saberlo que preguntar directamente a los interesados por medio de un cuestionario. Es el último método es el mejor, pero también es muy costoso. (IBID: 30).

Debe contener lo siguiente:

- ✓ Nombre:
- ✓ Domicilio:
- ✓ Teléfono o email:
- ✓ Edad:
- ✓ Género: Masculino o Femenino
- ✓ Preguntas Cerradas: Si / No
- ✓ Preguntas Abiertas: Se recomienda hacer una o dos en cada cuestionario ya que puede llegar hacer confusas y en ocasiones hace que la encuesta dure mucho tiempo y la haga aburrida.
- ✓ Preguntas de opción Múltiple: Es cuando le das opciones para que el entrevistado elija la que mejor se adecue a sus necesidades. Ejemplo:
¿Cuánto estas dispuesto a pagar por este producto? a) \$5.00 b) \$8.00 c) \$10.00.

Recopilación de fuentes secundarias:

Según Baca Urbina Son aquellas que reúnen la información escrita que existe sobre el tema, ya sea estadísticamente del gobierno como son: (INEGI, CANACO, CANACINTRA), libros, revistas, internet y datos de la propia empresa.

3.6.1.5.4 MÉTODOS DE PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Tres métodos estadísticos que existen para este análisis:

a) Método de las medidas móviles: Se recomienda usarlo cuando la serie es muy irregular. El método consiste en suavizar las irregularidades de la tendencia por medio de medias parciales. El inconveniente del uso de medidas móviles es que se pierden algunos términos de la serie y no da una expresión analítica del fenómeno, por lo que no se puede hacer una proyección de los datos del futuro.

b) Método de mínimos cuadrados: Se basa en calcular la ecuación de una curva para una serie de puntos dispersos sobre una grafica, curva que se considera el mejor ajuste, entendiéndose por tal, cuando la suma algebraica de las desviaciones de los valores individuales respecto a la medida es cero y cuando la suma del cuadrado de las desviaciones de los puntos individuales respecto a la medida es mínima.

c) Ecuaciones no lineales: Cuando la tendencia del fenómeno es claramente no lineal, se utilizan ecuaciones que se adapten al fenómeno. Los principales tipos

de ecuaciones no lineales son: la parabólica, definida por una ecuación clásica de parábola. (IBID: 20).

3.6.1.5.5 OFERTA

Es el número de unidades de un determinado bien o servicio que los vendedores están dispuestos a vender a determinados precios. Obviamente, el comportamiento de los oferentes es distinto al de los compradores. Un alto precio les significa un incentivo para producir y vender más de ese bien. A mayor incremento en el precio, mayor será la cantidad.

El término oferta se aplica tanto a la curva como a la tabla de oferta. Lo mismo ocurre en la demanda. La conjunción de ambas curvas determina el precio de equilibrio y la cantidad de equilibrio. (IBID: 45).

3.6.1.5.6 PRINCIPALES TIPOS DE OFERTA

- a) Oferta competitiva o de mercado libre: Es en la que los productores se encuentran en circunstancias de libre competencia, sobre todo debido a que existe cantidad de productores del mismo artículo, que la participación en el mercado está determinada por la calidad, el precio y el servicio que se ofrecen al consumidor. Se caracteriza porque generalmente ningún productor domina el mercado.

- b) Oferta Oligopólica: Se caracteriza porque el mercado se encuentra dominado por solo unos cuantos productores.

- c) Oferta Monopólica: Es en la que existe un solo productor del bien o servicio, y por tal motivo, domina totalmente el mercado imponiendo calidad, precio y cantidad. Un monopolista no es necesariamente productor único. Si el productor domina o posee más del 95% del mercado siempre impondrá precio y calidad. (IBID: 49).

3.6.1.5.7 COMO ANALIZAR LA OFERTA

Es necesario conocer los factores cuantitativos y cualitativos que influyen en la oferta. En esencia se sigue el mismo procedimiento que en la investigación de la demanda. Esto es, hay que recabar datos de fuentes primarias y secundarias. (IBID: 49).

3.6.1.5.8 PROYECCIONES DE LA OFERTA

Ante un aumento en el precio, la cantidad ofrecida aumenta y la cantidad demandada disminuye. Al ocurrir lo anterior, la competencia entre los vendedores hará que el precio caiga hasta llegar a un nuevo equilibrio. Del mismo modo, ante una baja en el precio, la cantidad ofrecida disminuye y la cantidad demandada se

incrementa por la presión de los compradores, lo que hace posible un aumento en el precio hasta llegar a un nuevo equilibrio. (IBID: 45).

Es necesario hacer un ajuste con tres variables siguiendo los mismos criterios, a saber, que de cada una de las terceras variables analizadas como puede ser la PIB, la inflación, o el índice de precios, se obtenga el coeficiente de correlación correspondiente. Para hacer la proyección de la oferta se tomara aquella variable cuyo coeficiente de correlación sea más cercano a uno. (IBID: 50).

3.6.1.5.9 ANÁLISIS DE LOS PRECIOS

Según Baca Urbina Es la cantidad monetaria a la 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.

Precio: Es el valor que se le determina a un producto o servicio que está basado en el estudio de costos y gastos, así como en el margen de utilidad.

Funciones del precio:

- a) Regular la producción.
- b) Regular el uso y disposición de los recursos económicos.
- c) Regular la distribución y consumo.
- d) Ser agente equilibrador del sistema económico.

Es muy importante porque depende la fijación que se le va a dar a cada producto o servicio verificando primordialmente que se le asigne el adecuado y no sea ni menor o mayor, a lo que te está costando producir o de lo contrario que no sea muy elevado al de producción.

3.6.5.10 TIPOS DE PRECIOS

Pueden ser como a continuación se menciona:

- a) **Internacional:** Es el que se usa para artículos de importación y exportación normalmente se cotiza en dólares y libre a bordo en el país de origen.
- b) **Nacional:** El precio vigente en todo el país, y normalmente lo tienen productos con control oficial de precio o artículos industriales muy especializados.
- c) **Regional Externo:** Es el precio vigente sólo en parte de un continente. Por ejemplo en América, Centroamérica; en Europa Occidental, etc. Rige para acuerdos de intercambio económico hechos solo entre esos países; y el precio cambia si sale de esa región.
- d) **Regional Interno:** Es el precio vigente en sólo una parte de un país. Por ejemplo, en el Sureste, en la zona norte. Rige normalmente para artículos que se producen y consumen en esa región; si se desea consumir en otra región, el precio cambia.

- e) **Local:** El precio vigente en todo el país, y normalmente lo tienen productos con control oficial de precio o artículos industriales muy especializados. (IBID: 54).

3.6.1.5.11 DETERMINACIÓN DEL PRECIO

Como principal es necesario considerar primeramente el giro de nuestra empresa el cual puede ser comercial, industrial o de servicios y en base a esto, ahora sí, poder determinar el precio.

Para las empresas comerciales el precio de venta se establece considerando el costo de adquisición de la mercancía considerando también otros costos como pueden ser flete, almacenaje, la distribución etc., además establecen un margen de utilidad deseado o en el caso de empresas de nueva creación el margen de pérdida que se este dispuesto a soportar en lo que se logra tener posesión en el mercado.

En las empresas industriales el precio estará influido por el costo de la materia prima, fletes de acarreo, costo de transformación, canales de distribución y margen de distribución, de utilidad o pérdida deseados, es muy importante considerar el precio del producto en el mercado ya que podemos determinar si será competitivo o no, además de que nos dan las bases para poder calcular los posibles ingresos en un futuro.

3.6.2 ESTUDIO TÉCNICO

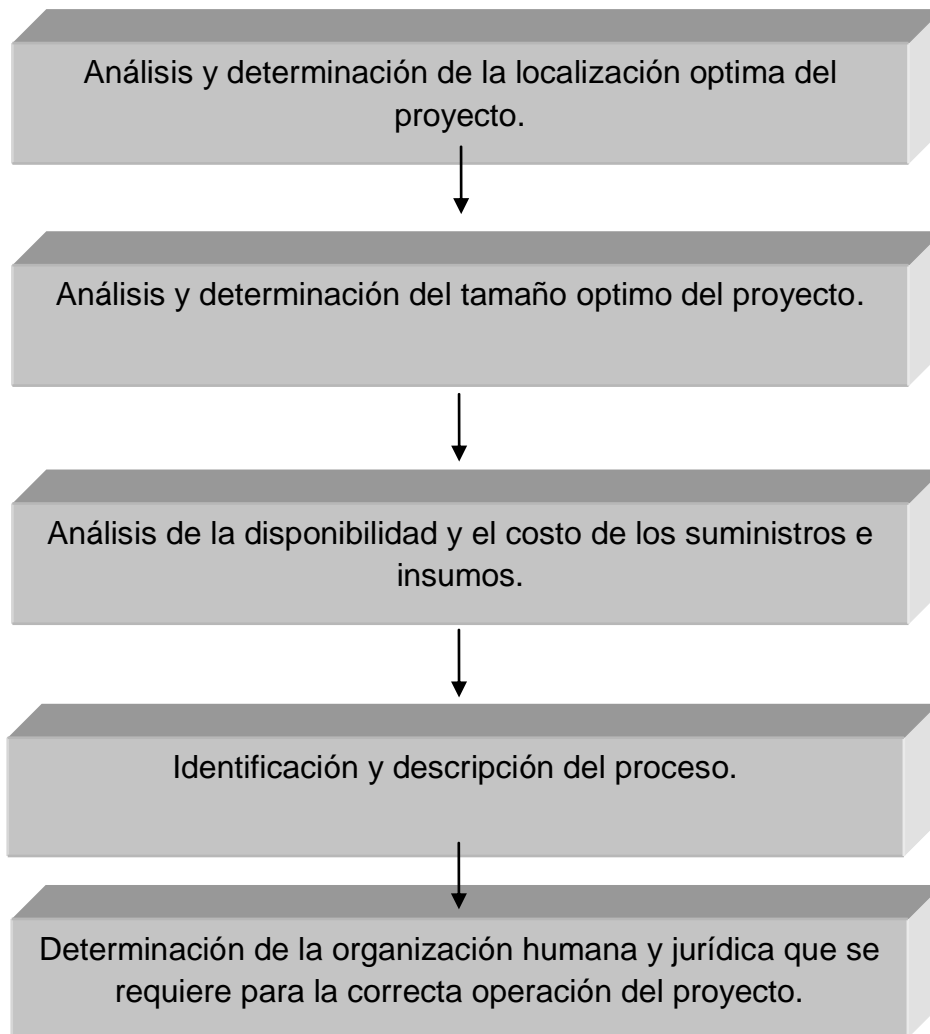
Los estudios técnicos evidencian los conocimientos profundos de los planificadores del proyecto en cuanto a las características sobresalientes. Cualquier tipo de producción industrial se define como el empleo de mano de obra, materias primas, materiales auxiliares y de energía, con el objeto de lograr fines productivos. (EROSSA, 1999:99).

El estudio técnico de un proyecto se concentra en unidades físicas de insumos y productos, maquinaria y equipo, procesos de producción, etc. Sin embargo estas informaciones técnicas y físicas tienen que transformarse en unidades monetarias, para luego, realizar el cálculo de las inversiones. (IBID: 99).

3.6.2.1 OBJETIVOS DEL ESTUDIO TÉCNICO

- Verificar la posibilidad técnica de la fabricación del producto que se pretende.
- Analizar y determinar el tamaño óptimo, la localización óptima, los equipos, las instalaciones y la organización requeridos para realizar la producción. (IBID:92).

3.6.2.2 PARTES QUE CONFORMAN UN ESTUDIO TÉCNICO



(BACA, 2008:93).

3.6.2.3 DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO ÓPTIMO DE LA PLANTA

Es la capacidad instalada, y se expresa en unidades de producción por año. Se considera óptimo cuando opera con los menores costos totales o la máxima rentabilidad económica. (IBID: 92).

La determinación del tamaño responde a un análisis interrelacionado de una gran cantidad de variables de un proyecto: demanda, disponibilidad de insumos, localización y plan de estratégico comercial de desarrollo futuro de la empresa que se crearía con el proyecto. (IBID: 171).

3.6.2.4 FACTORES QUE DETERMINAN O CONDICIONAN EL TAMAÑO DE UNA PLANTA

Se mencionan detalladamente a continuación:

El tamaño del proyecto y la demanda: Es uno de los factores más importantes para condicionar el tamaño de un proyecto. El tamaño propuesto solo puede aceptarse en caso de que la demanda sea claramente superior. Si el tamaño propuesto fuera igual a la demanda, no sería recomendable llevar a cabo la instalación, puesto que sería muy riesgoso. Cuando la demanda es claramente superior al tamaño propuesto, este debe ser tal que solo cubra un bajo porcentaje de la primera.

El tamaño del proyecto y los suministros e insumos: Es el abasto suficiente en cantidad de materias primas, es un aspecto vital en el desarrollo de un proyecto.

El tamaño del proyecto, la tecnología y los equipos: Procesos o técnicas de producción que exigen una escala mínima para ser aplicables, ya que por debajo de

ciertos niveles, los costos serían tan elevados que no se justificaría la operación de la planta.

El tamaño del proyecto y el financiamiento: Es una de las más importantes porque si los recursos financieros son insuficientes para atender las necesidades de inversión de la planta de tamaño mínimo es claro que la realización del proyecto es imposible.

El tamaño del proyecto y la organización: Cuando se haya hecho un estudio que determine el tamaño más apropiado para el proyecto, es necesario asegurarse que se cuente con el personal suficiente y apropiado para cada uno de los puestos de la empresa. (IBID: 105).

3.6.2.5 LOCALIZACIÓN ÓPTIMA DEL PROYECTO

El estudio de localización consiste en el análisis de las variables consideradas como factores de localización, las que determinan el lugar donde el proyecto logra la máxima utilidad o el mínimo de costos unitarios. (IBID: 78).

Es la capacidad instalada, y se expresa en unidades de producción por año. Se considera óptimo cuando opera con los menores costos totales o la máxima rentabilidad económica. (IBID: 92).

3.6.2.5.1 FACTORES DE LOCALIZACIÓN:

- Medios y costos de transporte.
- Disponibilidad y costo de mano de obra.
- Cercanía de las fuentes de abastecimiento.
- Factores ambientales.
- Cercanía del mercado.
- Costo y disponibilidad de terrenos.
- Topografía de suelos.
- Estructura impositiva y legal.
- Disponibilidad de agua, energía y otros suministros.
- Comunicaciones.
- Posibilidad de desprenderse de desechos. (IBID: 192).

3.6.2.6 INGENIERÍA DEL PROYECTO

Es resolver todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta. Desde la descripción del proceso, adquisición de equipo y maquinaria se determina la distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura jurídica y de organización que habrá de tener la planta productiva. (IBID: 110).

La ingeniería del proyecto debe llegar a determinar la función de producción óptima para la utilización eficiente y eficaz de los recursos disponibles para la producción del bien o servicio deseado. Para ello deberán analizarse las distintas

alternativas y condiciones en que se puedan combinar los factores productivos. Identificando a través de la cuantificación y proyección en el tiempo de los montos de inversiones de capital, los costos y los ingresos de operación asociados a cada una de las alternativas de producción. (IBID: 133)

3.6.2.7 PROCESO DE PRODUCCIÓN

Es el procedimiento técnico que se utiliza en el proyecto para obtener los bienes y servicios a partir de insumos, y se identifica como la transformación. (IBID: 110).

3.6.2.8 TÉCNICAS DE ANÁLISIS DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN

Ya que se ha descrito con palabras la manera en que se desarrolla el proceso productivo, viene una segunda etapa en la que, en forma integral, se analice el proceso o la tecnología.

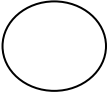
La utilidad de este análisis es básicamente que cumple dos objetivos: facilitar la distribución de la planta aprovechando el espacio disponible en forma óptima, lo cual, a su vez optimiza la operación de la planta mejorando los tiempos y movimientos de los hombres y las maquinarias.


Para representar y analizar el proceso productivo existen varios métodos y a continuación se mencionan algunos de esto:


Diagrama de bloques: Es el método más sencillo para representar un proceso.


Consiste en que cada operación unitaria ejercida sobre la materia prima se encierra en un rectángulo; cada rectángulo o bloque se une con el anterior y el posterior por medio de flechas que indican tanto la secuencia de las operaciones como la dirección del flujo.

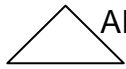
Diagrama de flujo del proceso: Es una secuencia de operaciones, expresada en forma grafica. Es una forma de detallar y analizar el proceso de producción, mediante el uso de un diagrama de flujo, cuya simbología básica más común es la siguiente:

 OPERACIÓN: Cualquier actividad que de como resultado un cambio físico o químico o composición del material o insumo utilizado.

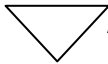
 INSPECCIÓN: Cualquier comparación o verificación de características contra estándares de calidad.

 TRANSPORTE: Cualquier movimiento que sufra el material o insumo que no sea parte integral de una operación o inspección.

 DEMORA: Cualquier periodo en el que un componente del producto este esperando para completar alguna operación, inspección o transporte.



ARCHIVO: Mantener un documento en archivo, hasta que se requiera su uso.



ALMACÉN: Mantener un producto, material o insumo en almacén, hasta que se requiera para su uso o venta.



OPERACIÓN COMBINADA: Ocurre cuando se efectúa simultáneamente dos de las acciones mencionadas. (DÍAS, 2008:74).

Cursograma analítico: Más que un diagrama, es una técnica que consiste en hacer un análisis muy detallado del proceso, básicamente con la intención de reducir el tiempo, la distancia o ambos parámetros dentro de un proceso que ya está en funcionamiento.

Diagrama de hilos y diagrama de recorrido: Básicamente son lo mismo, excepto por la forma en que se presenta. Ambos buscan mostrar de manera gráfica, la ruta que recorre la materia prima, desde que sale del almacén hasta que se convierte en producto final.

Iconograma: Icono significa imagen, por lo que un iconograma es la representación de un proceso por medio de imágenes estilizadas de todos los componentes de un proceso, lo cual incluye hombres, máquinas y medios de transporte de materiales.

Diagrama sinóptico: Este diagrama sólo utiliza los símbolos internacionales de operación y transporte, es decir, es un diagrama sintetizado de un proceso. (IBID: 112).

3.6.2.9 DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

Es la que proporciona condiciones de transporte aceptables y permite la operación más económica a la vez que mantienen las condiciones óptimas de seguridad y bienestar para los trabajadores. (IBID: 117).

3.6.2.10 OBJETIVOS DE LA DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

1.- Integración total: Consiste en integrar en lo posible, todos los factores que afectan la distribución, para obtener una visión de todo el conjunto y la importancia relativa.

2.- Mínima distancia del recorrido: Al tener una visión general de todo el conjunto, se debe tratar de reducir en lo posible el manejo de materiales, trazando el flujo.

3.- Utilización del espacio cúbico: Aunque el espacio es de tres dimensiones. Pocas veces se piensan en el espacio vertical. Esta acción es muy útil cuando se tienen espacios reducidos y su utilización debe ser máxima.

4.- Seguridad y bienestar para el trabajador: Este debe ser uno de los objetivos principales en toda distribución.

5.-Flexibilidad: Se debe obtener una distribución fácilmente reajutable a los cambios que exija el medio, para poder cambiar el tipo de procesos de la manera más económica, si fuera necesario. (IBID: 117).

3.6.2.11 TIPOS DE PROCESOS Y SUS CARACTERÍSTICAS

Cualquiera que sea la manera en que este hecha una distribución de la planta, afecta el manejo de los materiales, la utilización del equipo, los niveles de inventario, la productividad de los trabajadores e inclusive la comunicación de grupo y la moral de los empleados.

La distribución está determinada en gran medida:

1.- El tipo de producto (ya sea un bien o servicio, el diseño del mismo y los estándares de calidad).

2.- El tipo de proceso productivo (tecnología empleada y materiales que se requieren).

3.- El volumen de producción: (tipo continuo y alto volumen producido o intermitente y bajo volumen de producción). (IBID: 118).

3.6.2.12 CÁLCULO DE LAS ÁREAS DE LA PLANTA

Según Baca Urbina ya que se ha logrado llegar a una proporción de la distribución ideal de la planta, sigue la tarea de calcular las áreas de cada departamento o sección de planta, para plasmar ambas cosas en el plano definitivo de la planta. Estas áreas asignadas ya dependen del tipo de proyecto que se elaborara.

3.6.2.13 ORGANIZACIÓN DEL RECURSO HUMANO Y ORGANIGRAMA GENERAL DE LA EMPRESA

La estructura organizacional es la forma en que se dispone y asigna el trabajo entre el personal de la empresa, para alcanzar de manera más eficiente las metas fijadas. (ALCARAZ, 1999:119). El estudio de organización no es suficiente analítico en la mayoría de los casos, lo cual impide una cuantificación correcta, tanto de la inversión inicial como de los costos de administración.

Las etapas iniciales de un proyecto comprenden actividades como constitución, legal, tramites gubernamentales, compra de terreno, construcción de edificios (o su adaptación), compra de maquinaria, contratación de personal, selección de proveedores, etc. (IBID: 125).

Es necesario presentar un organigrama general de la empresa. De entre todos los tipos de organigrama que existen, el circular, escalera, horizontal, vertical, etc. El objetivo de presentar un organigrama es observar la cantidad total de personal que

trabajará para la nueva empresa, ya sean internos o como servicio externo, y esta cantidad de personal, será la que se va a considerar en el análisis económico para incluirse en la nomina de pago. (IBID: 126).

3.6.2.14 ADMINISTRACIÓN DE SUELDOS Y SALARIOS

Para distinguir las diferencias entre sueldo y salario, solo hay que recordar que, salario se le paga aquellas personas que llevan a cabo una actividad mas manual que intelectual y normalmente se paga semanal y por el contrario el sueldo se paga a aquellas personas que realizan actividades más intelectuales que físicas y comúnmente se paga por decena, quincena o mensual.

La administración de sueldos y salarios se facilita al tener definidos los puestos, perfiles, el organigrama de la empresa y las funciones de cada uno de los puestos. Para poder tasar el ingreso justo para cada uno. Es muy importante no olvidar que la ley establece una serie de obligaciones al empresario, que se traduce en erogaciones, proporcionales al sueldo o salario que se le paga a cada trabajador. (ALCARAZ, 1999:119)

3.6.2.15 MARCO LEGAL DE LA EMPRESA

Según Baca Urbina en toda nación existe una constitución o su equivalencia que rige los actos tanto del gobierno en el poder como de las instituciones y los individuos. A esa norma le siguen una serie de códigos de la más diversa índole,

como fiscal, sanitario, civil y penal; finalmente existe una serie de reglamentos de carácter local o regional.

No hay que olvidar que un proyecto, por muy rentable que sea, antes de ponerse en marcha debe incorporarse y acatar las disposiciones jurídicas vigentes que se nos presenten, según sea el caso de nuestro proyecto y analizando la situación para elegir lo que mejor nos parezca importante.

3.6.3 ESTUDIO ECONÓMICO – FINANCIERO

Es un conjunto de técnicas utilizadas para diagnosticar la situación y perspectiva de la empresa con el fin de poder tomar decisiones adecuadas. (ORIOLO AMAT, 2008:7).

Consiste en la aplicación de técnicas y métodos que tienen como objetivo proporcionar elementos de juicio suficientes para interpretar la situación financiera de la empresa. (ORTEGA, 2008:22).

3.6.3.1 OBJETIVOS DEL ESTUDIO FINANCIERO

- a) Establecer razones e índices financieros derivados de balances generales.
- b) Identificar la repercusión financiera por el empleo de los recursos monetarios en el proyecto seleccionado.

- c) Calcular las utilidades, pérdidas o ambas, que se estima obtener en el futuro, a valores actualizados.
- d) Establecer una serie de igualdades numéricas que den resultados positivos o negativos respecto a la inversión de que se trate.

3.6.3.2 DETERMINACIÓN DE LOS COSTOS

Costos: Es el recurso sacrificado o perdido para alcanzar un objetivo específico.

Costos: La suma de las erogaciones en que incurre una persona para la adquisición de un bien o servicio, con la intención de que genere un ingreso en el futuro. (ROJAS, 2007:9).

Entre los costos en general podemos mencionar dos tipos:

Costos fijos: Son aquellos que permanecen constantes dentro de un periodo determinado, sin importar si cambia el volumen de producción. (IBID: 11).

Costos variables: Costo que aumenta o disminuye cuando la cantidad producida se incrementa o disminuye. Vale decir, varía directamente con el nivel de producción. (ESCOBAR, 2006:124).

3.6.3.3 INVERSIÓN INICIAL

Comprende la adquisición de todos los activos fijos o tangibles y diferidos o intangibles necesarios para iniciar las operaciones de la empresa, con excepción de capital de trabajo.

De las cuales comprende la inversión fija y diferida, que a continuación se mencionan:

Inversión fija o activo tangible: Son los bienes propiedad de la empresa, como terrenos, edificios, maquinaria, equipo, mobiliario, vehículos de transporte, herramientas y otros. Se le llama fija porque la empresa no puede desprenderse fácilmente de él sin que ello ocasione problemas a sus actividades productivas. (IBID: 173).

Inversión diferida o activo intangible: El conjunto de bienes propiedad de la empresa necesarios para su funcionamiento, y que incluyen: patentes de invención, marcas, diseños comerciales o industriales, nombres comerciales, asistencia técnica o transferencia de tecnología, gastos pre operativos, de instalación y puesta en marcha, contratos de servicios (como luz, teléfono, télex, agua, corriente trifásica y servicios notariales), estudios que tiendan a mejorar en el presente o en el futuro el funcionamiento de la empresa, como estudios administrativos o de ingeniería, estudios de evaluación, capacitación de personal dentro y fuera de la empresa,

etcétera. En la evaluación de proyectos se acostumbra presentar la lista de todos los activos tangibles, anotando que se incluye en cada uno de ellos. (IBID: 174).

3.6.3.4 CAPITAL DE TRABAJO

Es la parte de la inversión orientada a financiar los desfases o anacronismos entre el momento en que se producen los egresos correspondientes a la adquisición de insumos y los ingresos generados por la venta de bienes y servicios, que constituyen la razón de ser del proyecto. (MIRANDA, 2005:181).

Desde el punto de vista contable, este capital se define como la diferencia aritmética entre el activo circulante y el pasivo circulante, es decir el capital con que hay que contar para empezar a trabajar.

Es también una inversión inicial, tiene una diferencia fundamental con respecto a la inversión en activo fijo y diferido, y tal diferencia radica en su naturaleza circulante. (IBID: 176).

3.6.3.5 CALENDARIO DE INVERSIÓN

Permite disponer de una información complementaria que, aunque necesaria para toda evaluación, no siempre se incluye el monto de las inversiones futuras que hacen posible la capacidad operativa del negocio. (NASSIR, 2007: 99).

3.6.3.6 PRESUPUESTOS

Presentación cuantitativa formal de los recursos asignados para programas o proyectos específicos, dentro de plazos de tiempo establecidos. (STONER, 1996:41).

Es un cálculo previo y un programa de acción que se hace para coordinar la aplicación de sus medios a la obtención de sus fines, dentro de un periodo de referencia generalmente a un año. (ARANEDA, 1994:75).

3.6.3.6.1 PRESUPUESTO DE INGRESOS

Es aquel que consiste en estimar, para el periodo presupuestado (un año normalmente), cada una de las partidas que compone la cuenta de resultados, teniendo en cuenta, para ello, los objetivos generales. Esta estimación es conveniente que se realice en cada departamento ya que dispone de una información más precisa del volumen de actividad y de los distintos componentes del resultado. (SOLDEVILA, 2008:64).

3.6.3.6.2 PRESUPUESTO DE EGRESOS

Según BORELLO (2007) Es aquel en el que se incluyen todos los conceptos de gastos y costes que representen una disminución de los recursos financieros de la empresa.

En su gran mayoría, constituye el pago de productos o servicios que la empresa recibe del exterior y que son necesarios para su operación y fundamentalmente, para poder generar las ventas.

3.6.3.7 INGRESOS NETOS

Es lo que queda después de haber pagado todos los gastos y costos factores de producción que para indicar el concepto de beneficio líquido (en caja o bancos).

3.6.3.8 DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN

Depreciación: Es un cargo anual contra el ingreso que refleja el costo monetario de los bienes de capital destinados al proceso de producción. La depreciación se aplica a los activos tangibles como planta y equipo.

Amortización: Cargo no en efectivo semejante a la depreciación, salvo que sirve para cancelar los costos de los activos intangibles. (F. BRIGHAM, 2005:40).

3.6.3.9 ANÁLISIS DE COSTOS Y GASTOS

Costos son los sacrificios o esfuerzos realizados para adquirir o producir bienes o servicios independientemente de si se han consumido o no, y gasto es el consumo de dichos costos.

Muchas veces un costo de un bien puede consumirse o utilizarse inmediatamente, por lo que se considera gasto en forma directa. Pero de todas formas pensamos que es más una diferencia terminológica la cual no posee mayor relevancia para los fines análisis. Por esta razón nos referimos indistintamente a costos y gastos como sinónimos. (BILLENE, 1999:99).

3.6.3.10 ESTADOS FINANCIEROS PREFORMA

Describen el desempeño histórico de una empresa y proporcionan una base, junto con el análisis comercial y el económico, para realizar proyecciones y pronósticos a futuro, en estos se registran las actividades de una organización.

Deben de cumplir lo siguiente:

- a) Utilizar un lenguaje común para toda la comunidad.
 - b) Demostrar la lógica de las interrelaciones que existen entre los estados financieros.
 - c) Introducir algunos de los principios fundamentales de las finanzas.
 - d) Establecer la importancia de los flujos futuros de efectivo como la base para medir el valor presente y el valor futuro de una organización.
- (WESTON, 1995:25).

La descripción completa de las actividades contables y financieras de una empresa durante un cierto año se encuentra contenida en tres estados financieros básicos y a continuación se describen:

3.6.3.11 ESTADO DE RESULTADO

Es un documento que muestra los resultados obtenidos por la empresa en determinado periodo (generalmente un año), como consecuencias de sus operaciones. Este documento expone en varios renglones, los distintos conceptos de utilidad y pérdida. (ANZURES, 1994:9).

Es aquel que muestra el resultado obtenido por la empresa, incorporando las magnitudes relativas a los cambios en los activos netos controlados por ella, ocurridos a lo largo del ejercicio económico. (MONTESINOS, 2007: 502).

El estado de resultados mide los flujos de ingresos y de gastos que ocurren durante cierto intervalo de tiempo, generalmente un año. (IBID: 30).

El objetivo principal de estos, es proporcionar información del resultado y sus componentes, es decir, los ingresos y los gastos, para permitir evaluar la actuación de los gestores que han utilizado los recursos puestos a su disposición, facilitando simultáneamente la predicción de la capacidad de la empresa para generar flujos de caja. (IBID: 502).

Elementos del estado de resultados: Los ingresos y gastos que se han producido en la empresa a lo largo del ejercicio. (IBID: 502)

La ecuación básica del estado de resultados:

$$\text{INGRESOS} - \text{GASTOS} = \text{RESULTADOS} \quad (\text{IBID: 30}).$$

3.6.3.12 BALANCE GENERAL

Según ÁVILA MACEDO. Es el estado que muestra la situación financiera de una empresa a una fecha determinada, lo componen tres aspectos el activo, el pasivo y el capital.

Finalidad: es mostrar a todas las personas interesadas, en las actividades de cualquier negocio o empresa de la relación contable, un momento determinado de sus bienes con sus deudas y capital, así como sus utilidades o pérdidas.

Conceptos importantes en los balances

Activo: El total de recursos de que dispone la empresa para llevar a cabo sus operaciones; representa todos los bienes y derechos que son propiedad del negocio.

Pasivo: Total de deudas y obligaciones contraídas por la empresa o a cargo del negocio.

Capital: Es la suma de aportaciones de los propietarios modificada por los resultados de operación de la empresa, es el capital social más la utilidad o la pérdida. (ÁVILA, 2007:17).

Requisitos del balance general:

1.- Encabezado

- a) Nombre de la empresa.
- b) Indicación de que se trata de un balance general.
- c) Fecha de formulación.

2.- Cuerpo

- a) Nombre y firma del valor detallado de cada una de las cuentas que forman el activo.
- b) Nombre y firma del valor detallado de cada una de las cuentas que forman el pasivo.
- c) Nombre y firma del valor detallado de cada una de las cuentas que forman el capital contable.

3.- Firmas

- a) Del propietario de la empresa.
- b) Del contador público que lo autorizó. (IBID: 17).

Presentación y formulación del balance general: Existen dos formas de presentar dicho balance:

Balance general en forma de reporte: Consiste en anotar clasificadamente el activo y el pasivo en una sola página, de tal manera que a la suma del activo se le pueda restar verticalmente la suma del pasivo para determinar el capital contable.

Balance general en forma de cuenta: En esta se emplean dos páginas, en la de la izquierda se anota clasificadamente el activo y en la derecha el pasivo y el capital contable. (IBID: 18)

3.6.3.13 FLUJO DE EFECTIVO

Es un estado financiero proyectado de las entradas y salidas de efectivo en un periodo determinado. Se realiza con el fin de conocer la cantidad de efectivo que requiere el negocio para operar durante dicho periodo (semana, mes, trimestre, semestre, año) y anticipar cuando habrá excedentes y faltantes de efectivo, para planear disposiciones, desembolsos e inversiones.

Este permite anticipar lo siguiente:

- Cuando habrá un excedente de efectivo, y a partir de ello tomar la decisión sobre el mejor tipo de inversión a corto plazo.

- Cuando habrá un faltante de efectivo, y a partir de ello tomar a tiempo las medidas necesarias para definir la fuente de fondeo a la cual se recurrirá, ya sean recursos del propietario o en su caso, iniciar los trámites para obtener préstamos que cubran dicho faltante y permitan continuar con la operación de la empresa.
- Cuando y en qué proporción se deben pagar préstamos adquiridos previamente.
- Cuando efectuar desembolsos importantes para mantener en operación a la empresa.
- De cuanto se dispone para pagar prestaciones adicionales a los empleados (aguinaldo, vacaciones, reparto de utilidades, etcétera).
- De cuanto efectivo se dispone el empresario para sus gastos personales sin afectar el funcionamiento normal de la empresa. (ORTEGA, 2008:43).
- Procedimiento para determinar el flujo de efectivo.
- Precisar el periodo del flujo de efectivo.
- Elaborar la lista de ingresos y obtener el total, a los cuales se les llama también entradas y que pueden ser: saldo en efectivo al iniciar el periodo, ventas al contado, cobro a clientes por ventas a crédito, préstamos por instituciones bancarias, ventas de activo fijo, etcétera.
- Hacer la lista de egresos y obtener el total, a los cuales se les conocen también por el nombre de salidas y que pueden ser las siguientes: compra de materia prima al contado y a crédito, gastos de fabricación, sueldos y salarios,

pago de capital en intereses por préstamos obtenidos, compra de activo fijo, los diferentes tipos de gastos (venta, administración, de operación), etcétera.

- Restar a los ingresos los egresos correspondientes y decidir qué hacer, según exista déficit o superávit.
- Estimar la cantidad mínima de efectivo que se requiera para mantener en operación a la empresa durante el periodo considerado. (IBID: 44).

3.6.3.14 CUATRO MÉTODOS DE ANÁLISIS PARA INTERPRETAR EN FORMA ACERTADA LAS CIFRAS CONTENIDAS EN LOS ESTADOS FINANCIEROS

Método de porcientos integrales: Consiste en expresar en porcentajes las cifras de un estado financiero. Un balance en porcientos integrales indica la proporción en que se encuentran invertidos en cada tipo o clase de activo los recursos totales de la empresa, así como la proporción en que están financiados por los acreedores o como la proporción en que están financiados por los acreedores o por los accionistas de la misma.

El estado de resultados elaborado en porcientos integrales muestra el porcentaje de participación de las diversas partidas de costos y gastos, así como el porcentaje que representa la utilidad obtenida en relación con las ventas totales. (IBID: 23).

Razones financieras: Constituyen un método para conocer hechos relevantes acerca de las operaciones y la situación financiera de la empresa. Para

que el método sea eficaz, las razones financieras deben ser evaluadas conjuntamente y no en forma individual.

Así mismo deben tomarse en cuenta las tendencias que han mostrado en el tiempo, es de vital importancia para conocer la situación real de la empresa, en virtud que miden la interdependencia que existe entre diferentes partidas del balance y del estado de resultados.

Para hacer más accesible su comprensión, las hemos clasificado en cuatro grupos, mencionando en cada uno de ellos las que puedan ser de mayor utilidad:

- ✓ Liquidez: Permite conocer de cuanto se dispone para hacer frente a las obligaciones a corto plazo, ya que los índices que se obtienen de estas razones miden la capacidad de la empresa para cubrir dichas obligaciones.

- ✓ Endeudamiento: Miden la fuerza y la estabilidad financiera de una entidad, así como la probabilidad en torno a su capacidad para hacer frente a imprevistos y mantener su solvencia en condiciones desfavorables.

- ✓ Eficiencia y Operación: Miden el aprovechamiento que la empresa hace de sus activos y la conforman un grupo que tiene como objetivo medir el aprovechamiento que de sus activos hace la empresa, a continuación se mencionan:

- Rotación del activo total
- Rotación de inventarios
- Rotación de cuentas por cobrar
- Rotación de proveedores
- Ciclo financiero

✓ Rentabilidad: Los índices que se incluyen en este apartado permiten medir la capacidad de una empresa para generar utilidades.

Si consideramos que las utilidades coadyuvan al desarrollo de una empresa, puede afirmarse que las razones de rentabilidad son una medida del éxito o fracaso de la administración del negocio. Existen cuatro índices de la rentabilidad que a continuación se mencionaran: (IBID: 27).

- Rentabilidad de las ventas
- Utilidad de operación
- Rentabilidad del activo
- Rentabilidad del capital
- Punto de equilibrio

Método del punto de equilibrio: Es una herramienta de planeación que permite conocer con antelación el nivel de ingresos que la empresa requiere alcanzar para cubrir la totalidad de sus costos y gastos.

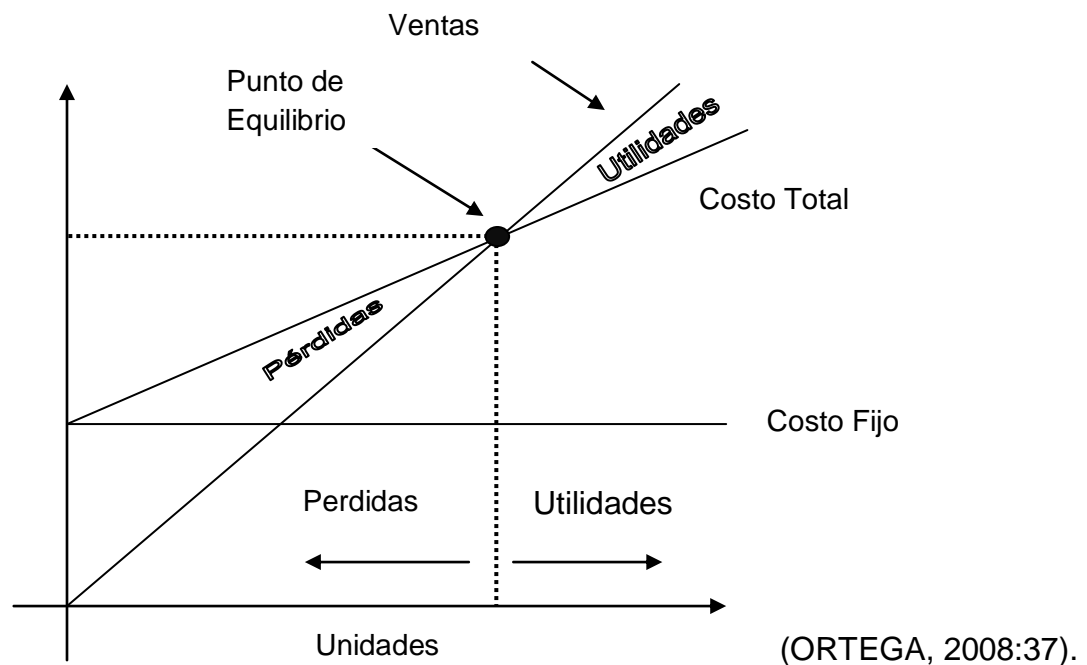
Sirve también para determinar el nivel de ventas que resulta indispensable obtener para lograr la utilidad que se desea antes de impuestos.

Existen dos tipos de punto de equilibrio diferentes:

Punto de equilibrio económico u operativo: Es el estudio analítico de la utilidad máxima de una empresa se facilita por el procedimiento gráfico conocido como gráfica del punto de equilibrio operativo económico.

En dicho punto, los ingresos producidos por las ventas son iguales a los costos totales de estas; por lo tanto, hasta ese punto, la empresa no obtiene ni utilidad ni pérdida. A continuación se muestra en la figura 2.8.

ILUSTRACIÓN 2.8 PUNTO DE EQUILIBRIO ECONÓMICO



Punto de equilibrio financiero: Es aquel nivel de operación en que la empresa genera ingresos suficientes para cubrir, además de los egresos de operación, los intereses generados por los préstamos obtenidos.

Este indicador se obtiene aplicando la misma fórmula del PEO, con la diferencia de que el renglón de costos fijos debe incluirse el importe de los gastos financieros.

$$\text{PEF} = \frac{\text{CF} + \text{Gastos financieros}}{1 - \frac{\text{CV}}{\text{V}}}$$

El análisis del punto de equilibrio es una herramienta de planeación que permite conocer anticipadamente el nivel de ingresos que la empresa requiere para cubrir la totalidad de sus costos y gastos. También sirve para determinar el nivel de ventas que resulta indispensable obtener para lograr la utilidad antes de impuestos que se desea:

$$\begin{array}{l} \text{Punto de equilibrio} \\ \text{Para alcanzar la} \\ \text{Utilidad deseada} \end{array} = \frac{\text{CF} + \text{Gastos financieros} + \text{Utilidad antes de impuestos deseados}}{1 - \frac{\text{Costo de ventas sin depreciación}}{\text{Ventas netas}}}$$

(IBID: 40)

Flujo de efectivo: El flujo de efectivo se describió anteriormente en el punto número 3.6.3.13

3.6.3.15 TASA INTERNA DE RENDIMIENTO

Es la tasa de descuento que iguala el valor presente de los ingresos futuros de efectivo con el valor presente de las inversiones. La tasa así obtenida representara el rendimiento neto del proyecto en lo individual: su rentabilidad. (CARDENAS, 109:2002).

3.6.3.16 TASA INTERNA DE RETORNO

Es la tasa que hace igual a cero el valor presente neto de la expresión:

$$\text{TIR} \text{-----} \text{VPN} = \text{VP} - \text{P} = 0$$

$$\text{TIR} \text{-----} \text{P} = \text{VP}$$

En el caso de un proyecto de inversión fija la TIR será la tasa de, que iguala el valor actual de los flujos del dinero con signos negativos (salidas de caja) con el valor actual de los flujos con signo positivo (entrada de caja).

La inversión inicial, no será más que uno de los flujos con signo negativo: de hecho, cada CF puede descomponerse en partes con signo positivo (ingreso de caja)

y partes con signo negativo (salida de cajas). (MONDINO, 1994:233).

Se pueden presentar las siguientes posibilidades:

1.- Cuando el remanente es positivo, entonces la TIR es mayor que la tasa de descuento.

2.- Cuando el remanente es cero, la TIR es igual a la tasa de descuento.

3.- Cuando lo correspondiente al costo del dinero más el remanente es menor que los intereses de la tasa de descuento, entonces la TIR es menor que la tasa de descuento.

La TIR se puede calcular de la siguiente manera:

$$\sum_j \frac{I_j}{(1+i)^j} - \sum_j \frac{E_j}{(1+i)^j} = 0$$

(VALEZ, 2006:157).

3.6.3.17 VALOR PRESENTE NETO

Es aquel que mide el remanente después de restar al flujo neto, el valor actual, la inversión (o el préstamo que le hace la firma al proyecto) y el interés (calculando a la tasa de descuento, la cual es el costo del dinero).

Por lo tanto, a mayor tasa de descuento, menor VPN:

Se puede presentar la siguiente situación:

1.- Si el remanente es positivo, entonces el VPN es positivo. Aquí se está añadiendo valor y el proyecto debe aceptarse.

2.- Si el remanente es negativo, entonces el VPN es negativo. Aquí se está destruyendo valor y el proyecto debe rechazarse.

3.- Cuando se tienen proyectos con VPN positivo entonces se debe escoger el que tenga mayor VPN. Este proyecto es el que crea mayor valor para la firma. (IBID, 2006:156).

3.6.3.18 TASA PROMEDIO DE RENTABILIDAD

Se basa en procedimientos contables y es la relación que existe entre el promedio anual de las utilidades netas, también conocida como utilidad neta promedio, y la inversión promedio, de un proyecto. (HERNÁNDEZ, 2006:354).

3.6.3.19 RETORNO ANUAL DEL PROMEDIO SOBRE LA INVERSIÓN

Este enfoque, denominado algunas veces contable, porque emplea el ingreso neto después de impuestos para calcular el retorno, proporciona una medida de la

rentabilidad que no suministra el método de periodo de recuperación, pero igual que este no toma en cuenta el valor del dinero en el tiempo.

Se conocen diversas variaciones del método, entre ellas:

- Denominador = desembolso inicial
- La inversión original
- La inversión promedio

El numerador es en ambas variaciones igual al ingreso neto después de impuestos (sobre la base de acumulación), equivalente al flujo de caja proveniente de las operaciones menos la depreciación. (CÁRDENAS, 2002: 108).

3.6.3.20 VALOR DEL DINERO EN EL TIEMPO

Las principales ventajas de los métodos de evaluación descritos en los apartados anteriores en su simplicidad. Sin embargo, tiene el inconveniente de que no consideran la incidencia del factor tiempo en los flujos de caja que generan una inversión.

El factor tiempo afecta de forma considerable al valor del dinero como consecuencia, de al menos, tres aspectos. Estos son la inflación, el riesgo y la preferencia por la liquidez.

- a) La inflación: Hace que el dinero se desvalorice a medida que transcurre el tiempo.
- b) Riesgo: Uno de los factores que incrementan el riesgo de la inversión es el tiempo. Sin duda, a medida que el plazo de recuperación de una inversión es más largo, hay más incertidumbre sobre los resultados que generará. Por este motivo, cuando una inversión es muy arriesgada se exigen plazos de recuperación muy cortos o bien rentabilidades más altas.
- c) Preferencia por la liquidez: Esta consiste en que el poseedor de dinero tiene una actitud psicológica de precaución que le empuja en determinadas ocasiones a mantener sus activos en forma líquida en lugar de invertirlos. (ORIOLE, 2000: 230).

3.6.3.21 PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

El cálculo se hace a partir de los flujos de caja antes de intereses e impuestos que genera la inversión. Por tanto, de hecho lo que se hace es comparar el flujo de caja antes de intereses e impuestos de la inversión con el importe invertido.

De todas formas, también puede calcularse el plazo de recuperación descontando los intereses que genera la deuda que financia la inversión que se está evaluando. (IBID: 229).

Este método tiene mayor sentido cuando se emplea complementariamente al del valor actual neto. Cuando el proyecto que se evalúa es uno solo, el simple hecho de que se recupere la inversión está indicando que el VAN es positivo.

La determinación del periodo de recuperación se efectúa mediante dos métodos: uno que considera la recuperación solo de la inversión y otro que además incluye la recuperación del costo de capital.

El primero, más común e ineficiente, suma los ingresos netos de cada periodo hasta igualar la inversión inicial.

El segundo método considera precisamente la inclusión de este importante costo. Para ello suma los valores actuales de los ingresos netos de cada periodo hasta igualar la inversión.

Plazo de recuperación de la inversión: Es el número de años que se tarda en recuperar el importe invertido.

3.6.3.22 VALOR ACTUAL NETO DE UNA INVERSIÓN

Es el método que compara a todos los ingresos y egresos del proyecto en un solo momento del tiempo. Por convención, se acepta que este sea el momento cero, aunque podría ser cualquiera, incluso el último momento de la evaluación. La razón de ello es que es más fácil apreciar la magnitud de las cifras en el momento más cercano al que se deberá tomar la decisión. (SAPAG, 2005:114).

Cuando una empresa decide realizar un proyecto de inversión la forma más habitual para analizarlo es el VAN, si se requiere tomar en cuenta el factor tiempo. Este se calcula sumando todos los flujos de caja esperados en el futuro, actualizados a una tasa determinada, y restándoles una inversión inicial. (IBID: 232).

Este capítulo resulta muy importante, ya que es aquí donde se desarrolla prácticamente nuestro proyecto, en el cual se explica audazmente todo lo que tiene que contener un proyecto de inversión, desde su completo desarrollo hasta sus resultados.

Es por ello que se amplió en lo absoluto, en donde se analizaron concretamente y detalladamente cada uno de los elementos necesarios para la realización de éste, analizado los conceptos, definiciones, elementos y estudios de cada uno de los aspectos planteados.

Hemos llegado a la conclusión de que estos son muy esenciales para tomar una decisión en relación a la evaluación, formulación y resultados de nuestro proyecto, ya que hoy en día es fundamental desarrollar un proyecto de inversión que nos permita conocer situaciones favorables y adversas en relación de los resultados reflejados y de esta manera poder rechazarlo o aceptarlo. Si llegará hacer rentable poder llevarlo a la práctica.

CAPITULO IV CASO PRÁCTICO

PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA CREACIÓN DE UN CAFÉ EN EL PUEBLO DE NUEVO SAN JUAN PARANGARICUTIRO

4.1 ANTECEDENTES HISTORICOS DEL LUGAR DEL PROYECTO

El pueblo de San Juan Nuevo Parangaricutiro, esta ubicado en el estado de Michoacán de Ocampo, actualmente cuenta con 18,834 mil habitantes y se localiza al oeste del Estado, en las coordenadas 19°25' de latitud norte y 102°08' de longitud oeste, a una altura de 1,880 metros sobre el nivel del mar. Limita al norte con Uruapan, al sur con Parácuaro y Gabriel Zamora y al oeste con Peribán y Tancítaro, su distancia a la capital del Estado es de 135 km. www.nparangaricutiro.gob.mx

Es un pueblo joven que se fundo el 12 de mayo de 1944, tras la erupción del volcán Paricutin. Un pueblo que se negó a morir y que esta forjado en la cultura y tradiciones que se han seguido desde mucho tiempo antes. Principales tradiciones que destacan en el pueblo por ejemplo: la manera de entrar al templo a bailarle al Señor de Los Milagros, Las Tradicionales competencias de los Curpites que se celebran el día 08 de enero, la quema de castillos pirotécnicos que traen los peregrinos del Distrito Federal y el Estado México en agradecimiento al Señor de Los Milagros, El Corpus Cristi, que se celebra en junio o mayo según el calendario, ese día se decora el templo con capillas hermosas, que se hacen dentro del santuario, el

14 de septiembre día que se festeja al patrono del pueblo Señor de los Milagros, y se realiza la fiesta más grande de todo el pueblo. Solo por mencionar las tradiciones más importantes.

Días anteriores a lo sucedido se empiezan a sentir fuertes temblores y una fuerte plaga de chochos invade dicho lugar, la gente asustada, pues no se explica porque están pasando estas terroríficas cosas. El 20 de Febrero de 1943 nace un volcán en el antiguo pueblo de San Juan de las Colchas, el volcán más joven del mundo. (MORA, 1988:18).

De pronto, se escucha una aturdidora explosión, aparece un remolino. Pero no, es un remolino es algo distinto. El fenómeno aumenta y en unos cuantos minutos, aquello no es solo humo y polvo, sino lumbre, piedras y grandes agrietamientos de la tierra. Un espectáculo nunca antes visto, los minutos pasan y aquello, a cada momento es mas impresionante. El humo, la arena, las piedrecillas y los temblores son más abundantes y más aterradores. Lumbre más lumbre, piedras es lo que arroja la fiera.

Parece que nada ni nadie podrán detenerlo. Los habitantes asustados y muchos de ellos pensando en el futuro. Nadie se quería ir pero era necesario, varios de los pobladores no tenían casa ni tierras para sembrar, no tenía otra solución más que salir y dejar su pueblo. En abril de 1943 los pobladores del Paricutín y rancherías cercanas inician su éxodo, llevando consigo la querida y venerada imagen del Señor

de los Milagros y abandonan para siempre sus lugares de ensueño y tradición. Llegan a los diferentes poblados circunvecinos, donde se descansaba dejando la imagen gloriosa en los templos y capillas del lugar, pero siempre en guardia para que a su protector no se lo fueran a robar, día y noche es velado por sus fieles. Se lo llevaron a Angahuan donde los pobladores de ese lugar querían que lo dejaran, pero de allí se lo llevaron a Uruapan y después a los conejos. (IBID: 59)

El 12 de mayo de 1944 llegan a la hacienda “Los Conejos” lugar que el gobierno del Estado, por petición al Gobierno de la República, les ha donado. Es hay donde empieza el nuevo pueblo que se negó a morir, lugar donde hombres y mujeres se harán surgir. Están tristes, solo el Cristo de los Milagros los consuela, el camino ha sido largo y las penas grandes y pesadas. Ahora nada encuentran, todo hay que hacerlo de nuevo.

El gobierno por conducto del Gral. Lázaro Cárdenas se encarga de trasportar y acomodar los trojes que poseían en su antiguo pueblo, los habitantes son acomodados en pequeñas casa de campaña. Allí esperan, y empiezan a forjar lo que será un nuevo pueblo San Juan Nuevo Parangaricutiro, antes hacienda los conejos.

Un pueblo lleno de costumbres y tradiciones que se han venido siguiendo desde nuestros ancestros, lugar turístico, católico y que es visitado por mucho turista de varias partes de la Republica, gracias a sus hermosos lugares, pero principalmente por la venerada imagen del Cristo de Los Milagros. (IBID: 95).

4.2 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Esta metodología se realizó para obtener los datos más importantes y referentes a la investigación del proyecto y poder iniciar los objetivos de está.

4.2.1 OBJETIVO GENERAL

- ✓ Determinar la viabilidad en el desarrollo de un proyecto de inversión de un café, en el pueblo de Nuevo San Juan Parangaricutiro, mediante la aplicación de técnicas de investigación necesarias para verificar la rentabilidad del mismo.

4.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ✓ Analizar si el pueblo de Nuevo San Juan Parangaricutiro es una rama factible para la inversión.
- ✓ Realizar un estudio de mercado para detectar las necesidades y expectativas de los consumidores.
- ✓ Desarrollar un análisis financiero y de presupuesto para calcular la rentabilidad.
- ✓ Establecer fundamentos administrativos para el funcionamiento.
- ✓ Evaluar los procesos, técnicas y métodos que se utilizaran.

4.2.3 JUSTIFICACIÓN

La idea del proyecto de inversión para la creación de un café surge de ver y analizar la necesidad, ya que en el pueblo de Nuevo San Juan Parangaricutiro no existe un lugar como el propuesto ni con los aspectos necesarios para satisfacer los diferentes gustos del segmento de mercado que se quiere acaparar.

Con la elaboración de este proyecto se pretende crear un lugar novedoso, creativo y divertido, para todas aquellas personas que quieran disfrutar de un momento agradable y placentero, ya que se contara con un amplio menú para satisfacer a todo cliente de paladar exigente y que además servirá como centro de entretenimiento y diversión, porque contara con una pista de baile en la cual se proporcionará música de todos los géneros y gustos.

Por otro lado se busca una alternativa de inversión que genere rendimiento, que me permita desarrollar y poner en práctica los conocimientos adquiridos en los semestres ya cursados. Uno de los principales motivos de la elaboración de este proyecto, es que el café en Nuevo San Juan Parangaricutiro resulte rentable y factible pero sobre todo analizar sus principales ventajas y desventajas que este pueda generar. Muchas veces hay personas que inician una empresa de inversión muy grande y que en ocasiones resultan poco factibles y se convierten en pérdidas irreversibles para estos.

Por otro lado se pretende generar más fuentes de empleo en el pueblo y contribuir al gasto público mediante el pago de impuestos. Con la creación de un lugar de convivencia como es un café, innovando en este nuevo concepto se lograra impactar a la comunidad de adolescentes y jóvenes debido a la flexibilidad del proyecto.

4.3 ESTUDIO DE MERCADO

En todo proyecto de inversión es necesario examinar y llevar a cabo un estudio de mercado que nos permitirá analizar y conocer la opinión de la gente acerca del producto o servicio que se pretende establecer, esto se hace con la finalidad de conocer al respecto lo que piensan de los productos o servicios que ya se encuentran en dicho mercado. Es importante reconocer que cualquier información obtenida, arrojará elementos importantes de análisis, pero cabe destacar que la información debe ser real, confiable y veraz.

Por tal razón acudimos a la elaboración de un cuestionario que tiene como objetivo conocer la preferencia de los jóvenes por asistir a un café bar, de los cuales encuestamos 264 personas, fuera de escuelas preparatorias y secundarias, el centro principal de San Juan Nuevo y entre otros lugares claves.

4.3.1 MERCADO OBJETIVO

Las encuestas fueron aplicadas a hombres y mujeres de una edad rango de 16 años a 32 años, para lo cual un 40% trabajadores y el otro 60% estudiantes, considerando a estos como posibles clientes.

Dichas encuestas están basadas en jóvenes de una edad determinada ya que a mi parecer y lo que yo he visto, está de moda asistir a lugares como estos y en realidad son solamente ellos los que asisten a dichos lugares.

Para muchos de estos lugares como los mencionados, representa un momento que destinamos para fomentar la convivencia y socializar con gente nueva, además es un tiempo que nos damos para escapar de la rutina, relajarnos y disfrutar un momento agradable.

De tal manera que esta investigación se basa en crear un café bar para las personas del pueblo de nuevo San Juan Nuevo Parangaricutiro, que satisfaga todos sus deseos y satisfacciones propuestas.

4.3.2 TAMAÑO Y DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA:

En seguida se mostrará la fórmula, por la cual se determino el tamaño de la muestra para la aplicación de los cuestionarios. Se aplicó una pregunta piloto a 10

personas de la cuál 8 dijeron que si les gustaría un café en San Juan Nuevo y 2 dijeron que no, con los datos obtenidos se prosiguió a la determinación del tamaño de la muestra.

Fórmula:

$$n = \frac{\sigma^2 z^2}{E^2}$$

σ = Desviación estándar

Z=Confianza en la encuesta (%). Tabla de probabilidad de una distribución normal de 1.96

E= Margen de Error

n =Tamaño de muestra (entrevista o encuesta)

Determinación de la desviación estándar

σ = Desviación estándar

N= Números de eventos / periodos

X = Valor obtenido

\bar{X} = Promedio

Fórmula:

$$\sigma \sqrt{\frac{1}{N} \sum (X-X)^2 + (X^1-X)^2}$$

Interpretación:

$$\begin{array}{l} 1-1 \\ 2-1 \\ 3-1 \\ 4-1 \\ 5-1 \\ 6-1 \\ 7-1 \\ 8-2 \\ 9-2 \end{array} \quad \sigma \sqrt{\frac{1 (1-1.2)^2 (1-1.2)^2 (1-1.2)^2 (1-1.2)^2 (1-1.2)^2 (1-1.2)^2 (1-1.2)^2 (2-1.2)^2}{9}}$$

$$\sigma \sqrt{\quad} = .4142$$

$$\sigma \sqrt{\quad} = .1716$$

DISEÑO PARA LA INVESTIGACIÓN

$$n = \frac{(.4142)^2 (1.96)^2}{(.05)^2}$$

$$n = \frac{(.1716) (3.8416)}{.0025} = 263.68 \text{ POR LO TANTO} = 264$$

264 ENCUESTAS SE TOMARON PARA LA MUESTRA

4.3.3 DISEÑO PARA LA INVESTIGACIÓN

OBJETIVO: Identificar la aceptación que tendría un café dentro del pueblo de Nuevo San Juan Parangaricutiro.

INSTRUCCIONES: Responda y subraye su respuesta de forma clara y honesta.

SEXO: _____ EDAD: _____ OCUPACION: _____

1.- ¿Te gustaría que existiera un café- bar en San Juan Nuevo?

a) Si b) No c) Porque _____

2.- ¿Te gustaría que hubiera música, videos y una pista de baile?

a) Si b) No c) Porque _____

3.- ¿Qué tipo de música te gustaría?

a) Pop y Rock b) Baladas y Salsa c) Banda, Grupero, Norteño d) Reggaetón
e) Versátil

4.- ¿Qué tipo de comida te gustaría que se vendiera?

- a) Hamburguesas, sincronizadas, pizzas, burritos, sándwich, tortas, etc.
- b) Enchiladas, tacos de bistec, Pozole, alambres, etc.
- c) Pasteles, flanes, pay, tarta, etc.
- d) Todas
- e) Otros _____

5.- ¿Te gustaría que se vendieran vinos y bebidas preparadas dentro del lugar?

- a) Si
- b) No
- c) Porque _____

6.- ¿Qué horarios te gustaría que se manejarán?

- a) 6:00 a 10:00pm
- b) 7:00 a 11:00 pm.
- c) 8:00 pm a 1:00 am
- d) 9:00 pm a 2:00am

7.- ¿Qué días asistirías a este lugar?

- a) Jueves y Viernes
- b) Viernes y Sábados
- c) Viernes, Sábado y Domingo
- d) Sábado, Domingo
- e) Domingo

8.- ¿Si se cobrara una entrada, cuanto estarías dispuesto a pagar?

- a) Entre \$20.00 y \$30.00
- b) Entre \$35.00 y \$45.00
- c) Entre \$40.00 y \$60.00

9.- ¿Cuánto crees que gastarías al asistir a este tipo de lugares (personal)?

- a) \$1000.00 a \$150.00
- b) \$150.00 a \$200.00
- c) \$200 a \$300.00
- d) \$300.00 en adelante

10.- ¿Has asistido a un lugar como?

- a) Café
- b) Discoteca
- c) Café – bar
- d) Taberna
- e) Cenadería o Restaurante

11.- ¿En dónde?

- a) En Uruapan
- b) En San Juan Nuevo
- c) Otros _____

12.- ¿Si, has asistido que te gusta de ellos?

- a) Ambiente y comodidad
- b) Servicio
- c) Precio
- d) La Comida
- e) La Música

MUCHAS GRACIAS

4.3.4 DEMANDA

Dividiremos en varios tipos, las demandas que se requieren para la realización del proyecto, considerando todas muy importantes pero cada una con un fin en específico.

4.3.4.1 DEMANDA NORMAL:

La temporada normal de consumo de nuestros productos consiste, en que es el promedio de la demanda alta, y la demanda baja. Cuando no es ni alto el consumo, pero tampoco es bajo. Para lo cual el personal de la empresa cubrirá las necesidades de los clientes.

4.3.4.2 DEMANDA BAJA

El periodo en que las personas asistan menos al café, algunas variables que lo ocasionan son: las fiestas tradicionales del pueblo como son (Corpus Cristi, el catorce, la octava y los tradicionales bailes del barrio que se llevan a cabo por lo regular en diferentes fechas).

Estos serian los principales factores, ya que son fiestas en las que la mayoría de las personas asisten, porque son tradicionales y además son eventos gratuitos,

pero cabe recalcar que estos acontecimientos son temporalmente y en determinadas fechas.

4.3.4.3 DEMANDA ALTA

Las ventas suben, en este periodo los clientes asistirán más al café, porque no hay más diversiones en el pueblo y seria la mayoría de los meses del año, ya que las fiestas son solamente temporales.

4.3.5 ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

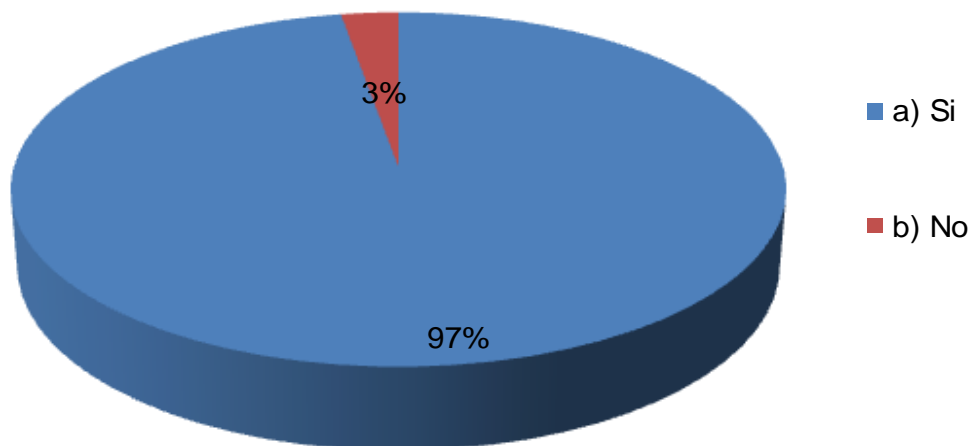
Al aplicar las encuestas, se obtuvieron resultados diferentes, la cantidad total de cuestionarios aplicados fueron 264.

La mayoría de las preguntas fueron contestadas conforme lo esperado, solamente 7 personas nos dijeron que no les gustaría un café y por consiguiente abandonaron la encuesta.

Para iniciar el estudio debemos saber sobre el comportamiento individual de cada persona interesada en asistir a un café bar.

Para lo cual se elaboró la siguiente gráfica y se obtuvieron los datos de la pregunta 1, por lo que:

1.-¿TE GUSTARÍA QUE EXISTIERA UN CAFÉ- BAR EN SAN JUAN NUEVO?



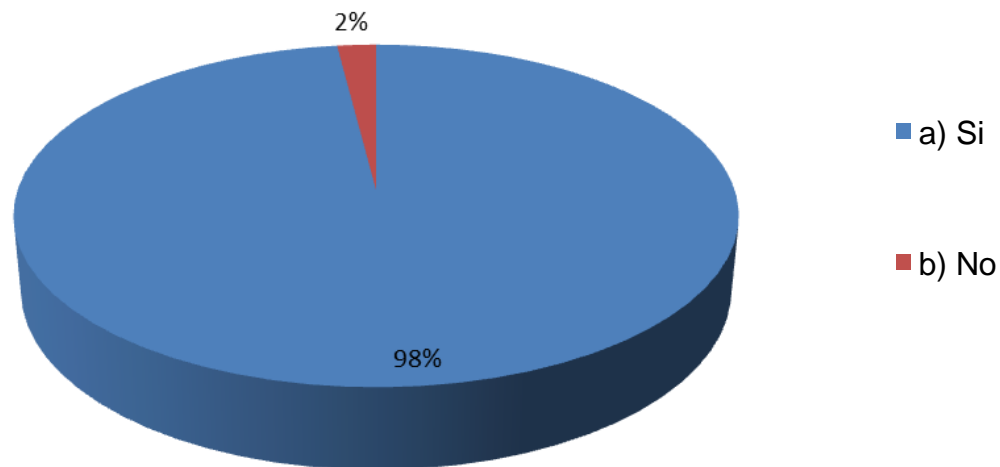
FUENTE: Encuesta Directa 2012

GRÁFICA 01

El estudio arrojó información recaudada del medio en la aplicación de cuestionarios. Las respuestas son analizadas particularmente, mostrando una gráfica de cada una de ellas para poder interpretalas porcentual y detalladamente.

Como podemos analizar, el 97% de las personas si les gustaría que existiera un café bar dentro del pueblo de Nuevo San Juan Parangaricutiro, ya que muchos de ellos dijeron que en esté, no existe un lugar así y mucho menos con las denominaciones que se pretenden implementar. Cabe recalcar que estos son muy encantadores y divertidos para convivir y socializar con la gente.

2.- ¿TE GUSTARÍA QUE HUBIERÁ MÚSICA, VIDEOS Y UNA PISTA DE BAILE?



FUENTE: Encuesta Directa 2012

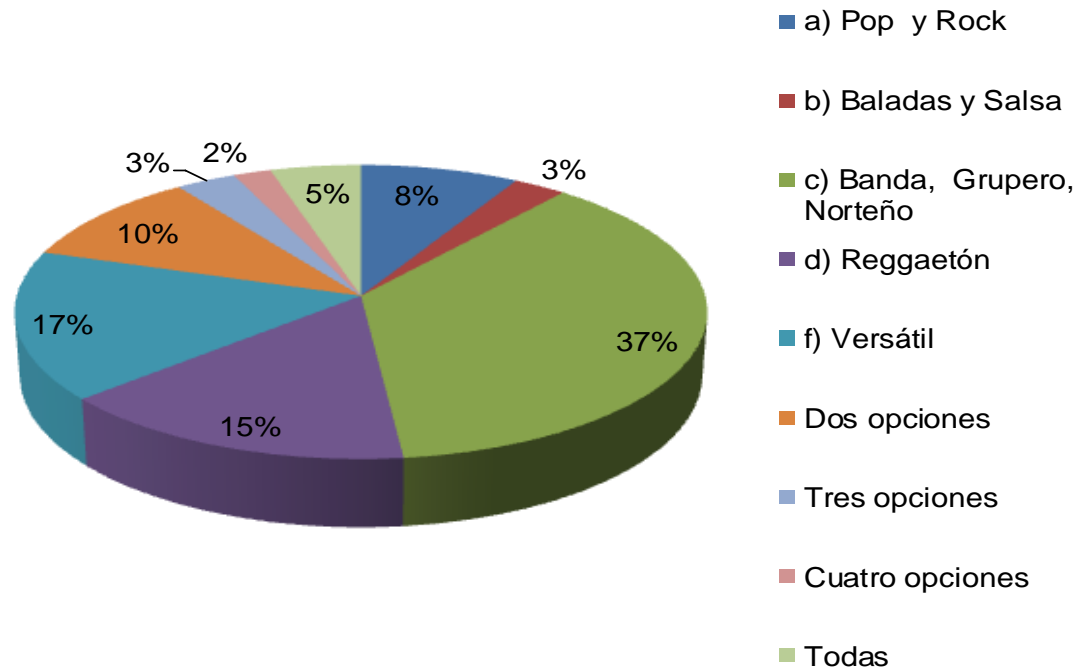
GRÁFICA 02

Como podemos ver en la grafica el 98% de las personas si les gustaría que tuviera pista de baile, porque les gusta bailar y disfrutar el ambiente con música agradable, además el baile es un deporte muy bueno y sano para nuestra salud con el cual se reduce el estrés.

Como será un lugar de convivencia y diversión, esté es un toque muy importante para satisfacer dichas necesidades. Por otro lado se refleja un 2% de personas que dijeron que no les gustaría, porque no les gusta y no saben bailar.

Cabe analizar esta respuesta ya que es una de las más importantes de nuestro cuestionario, porque destaca una ventaja competitiva

3.-¿QUÉ TIPO DE MUSICA TE GUSTARÍA?



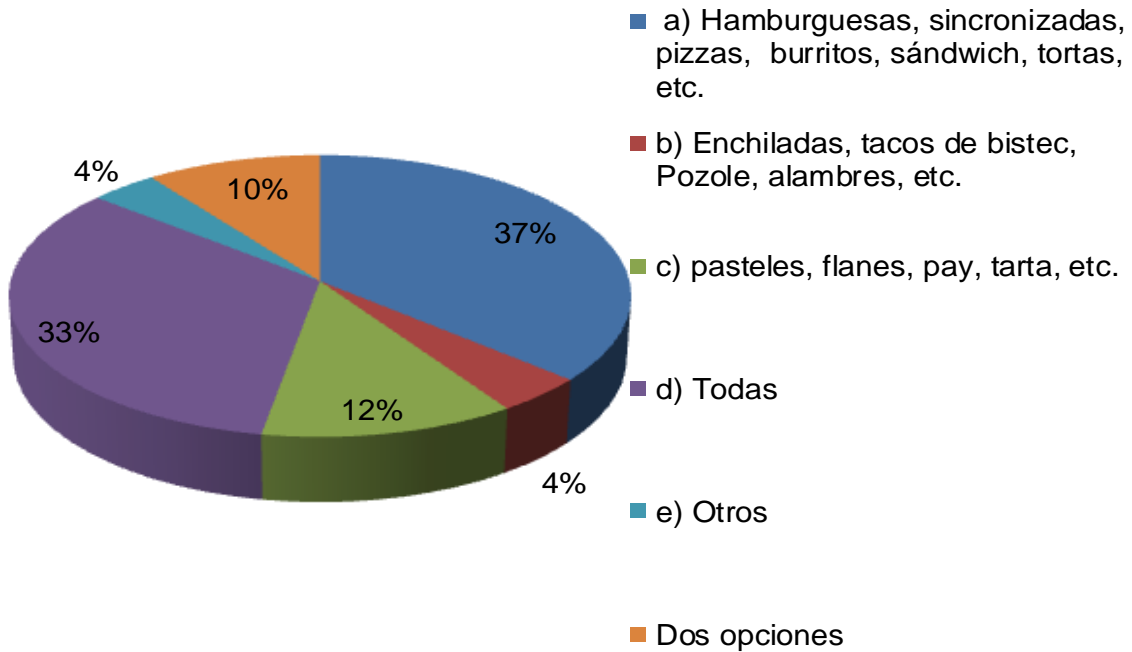
FUENTE: Encuesta Directa 2012

GRAFICA 03

Retomando la respuesta anterior en la cual a la gente le gusta bailar se prosigo a preguntar lo siguiente, la mayoría de las personas desean escuchar música de banda, norteño y grupero el cual refleja un 37% de nuestra gráfica, ya que es lo que está de moda y son los géneros más conocido y bailados por la población.

La otra parte está conformada por un 17% que es versátil que sería música de toda y para satisfacer gustos diferentes, el 15% es reggaetón, un género también muy conocido y seguido por las personas jóvenes. El tipo de música es muy importante es por ello que se eligió esta pregunta y de esta manera conocer que es lo que les gusta escuchar y bailar a las personas.

4.-¿QUÉ TIPO DE COMIDA TE GUSTARIA QUE SE VENDIERA?



FUENTE: Encuesta Directa 2012

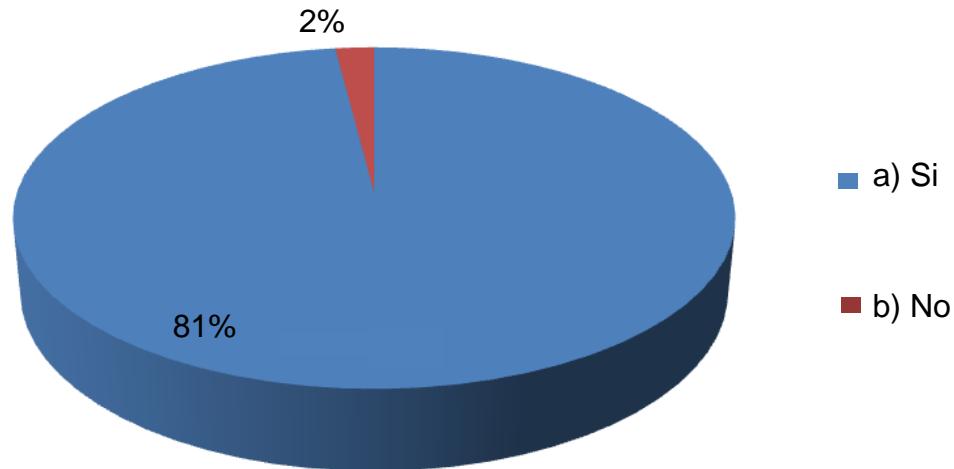
GRAFICA 04

En esta encuesta a las personas les gustaría que se vendiera comida dentro del lugar, porque que muchas veces estos, se eligen para convivir con familiares y amigos.

El 37% de las personas quiere que se vendan sincronizados burritos etc. y el 33% prefiere de todas.

Siendo estos los porcentajes más altos y en donde se nos da una respuesta concreta. Al momento de preferir de todas las comidas, se interpreta que consumirán de todos los alimentos propuestos.

5.- ¿TE GUSTARÍA QUE SE VENDIERÁN VINOS Y BEBIDAS PREPARADAS DENTRO DEL LUGAR?



FUENTE: Encuesta Directa 2012

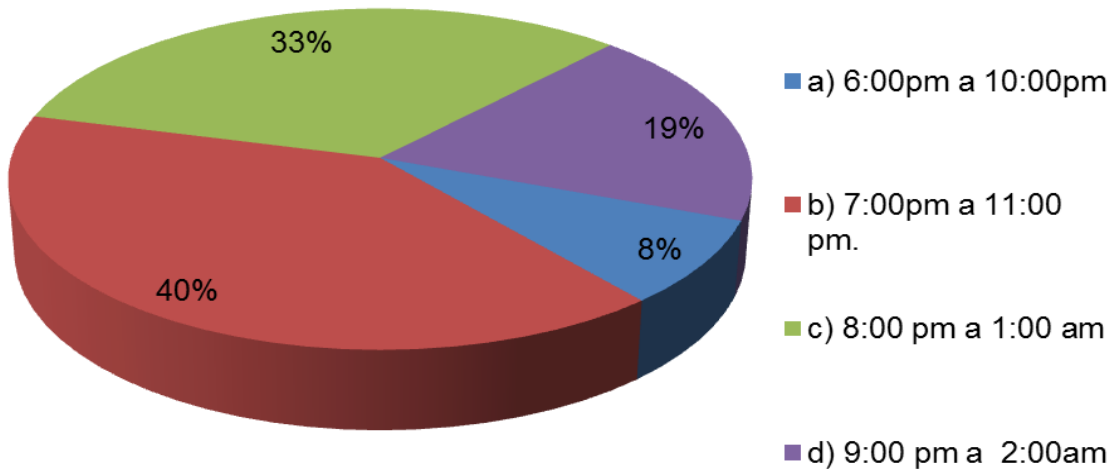
GRAFICA 05

Interpretando la gráfica, al 81% si les gustaría que se vendieran vinos y bebidas preparadas dentro del lugar, dicen que porque el vino es un factor importante para divertirse y entrar en acción.

A la mayoría de las personas de la sociedad en general, les gustan las diferentes bebidas que suelen prepararse y venderse en lugares como estos. Estos aperitivos son deliciosos y tienden a disfrutarse con los amigos, de tal manera hacen más amena la convivencia y puede que el rato sea mas agradable.

Solo un 19% dijeron que no, ya que no consumen alcohol, y que para ese tipo de personas es igual la convivencia.

6.- ¿QUE HORARIOS TE GUSTARIAN QUE SE MANEJAN?



FUENTE: Encuesta Directa 2012

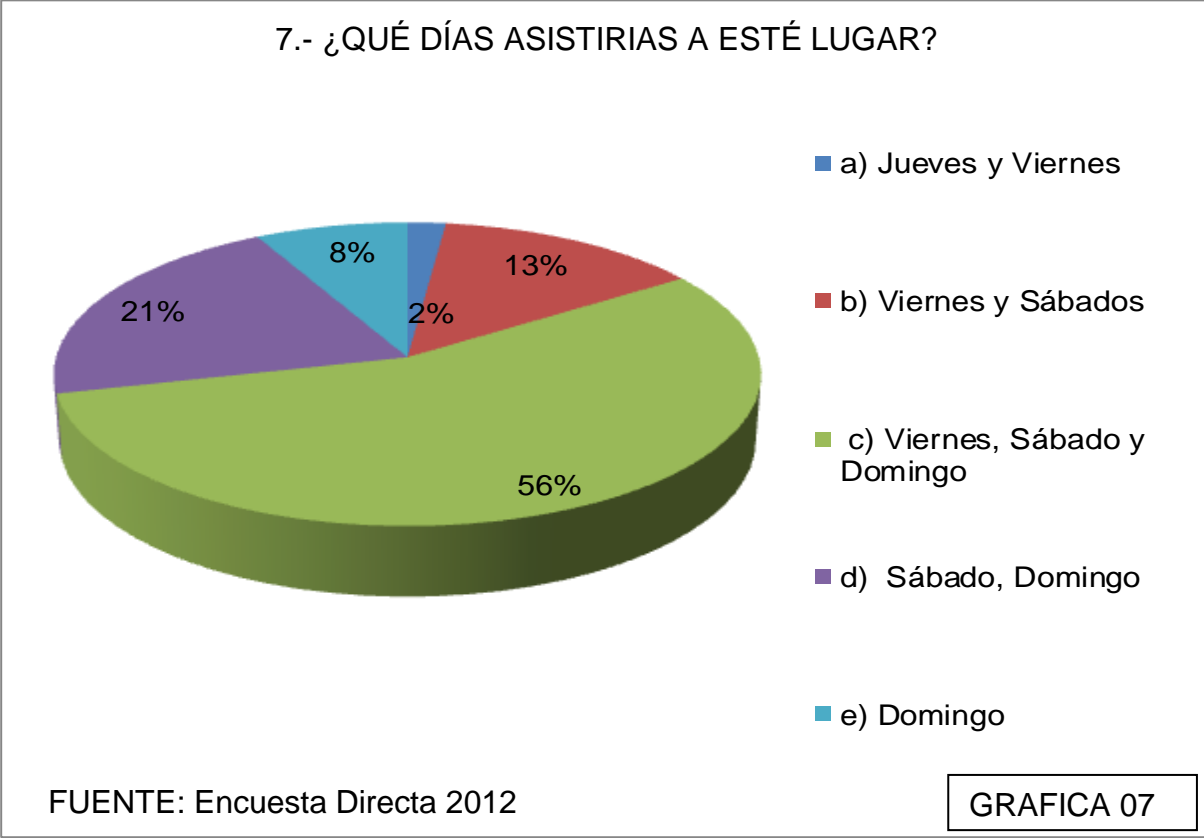
GRAFICA 06

De esta manera podemos observar los horarios preferidos por la gente, el 40% de las personas asistirían al lugar de 7:00pm a 11:00pm, ya que dijeron que es un horario muy accesible y perfecto para convivir y divertirse sanamente.

El 33% eligieron de 8:00pm a 01:00pm. asegurando que es un horario donde puedes disfrutar de una mejor manera la convivencia con los amigos, ya que es donde casi todos pueden reunirse mejormente.

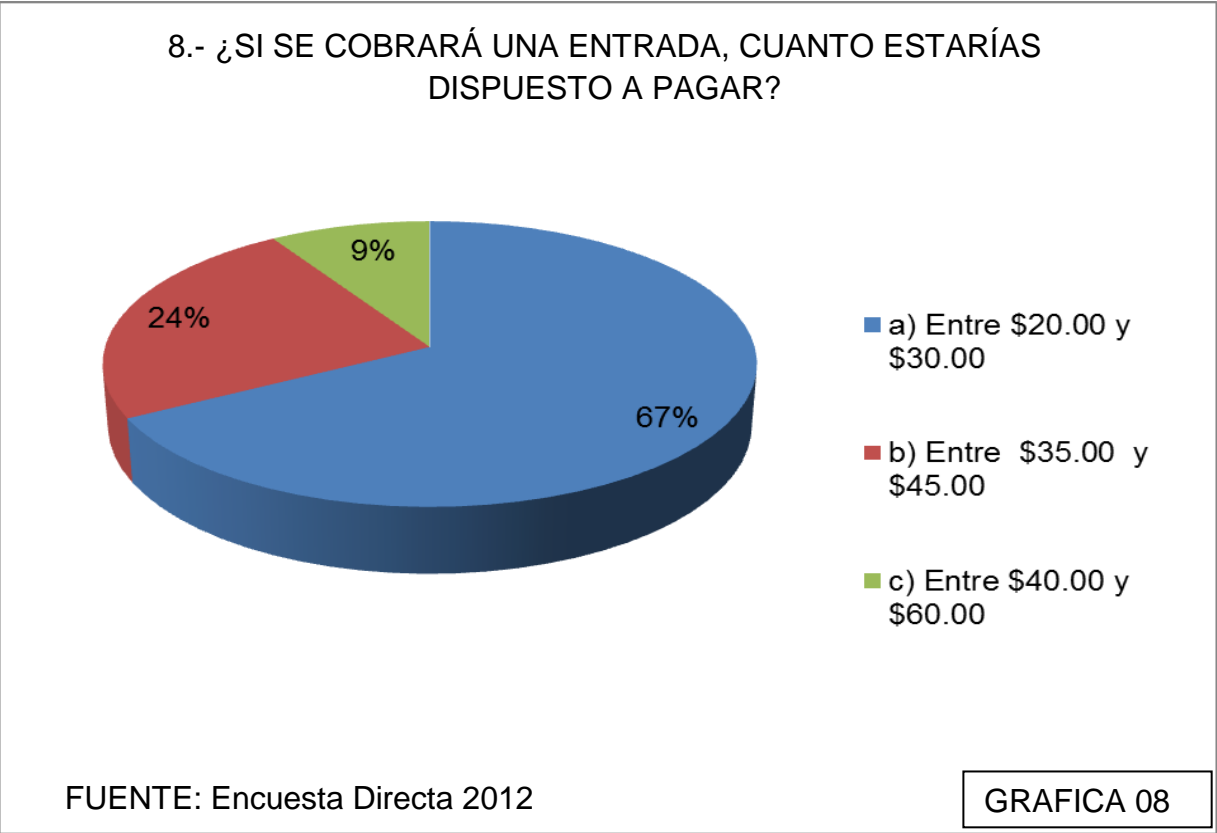
Tomando como base estas respuestas para fijar los horarios, que a la mayoría de las personas les agrada y en los cuales estos asistirán. Nos damos cuenta que se

tendría que fijar un horario accesible que sea conveniente para todo publico. Además es la finalidad de esta pregunta.



Esta gráfica muestra lo días en los cuales la gente prefiere asistir al lugar. De los cuales destacan lo siguiente, el 56% asistiría viernes, sábado y domingo y el 21% solo sábado y domingo, la cual nos permite apreciar los días en los que la gente asistiría a dicho lugar.

De tal manera nos damos cuenta que sería viable, ya que la gente si asistirá por lo menos tres días a la semana, lo cual me parece muy favorable. La finalidad de esta pregunta es analizar los días más convenientes para abrir el lugar.

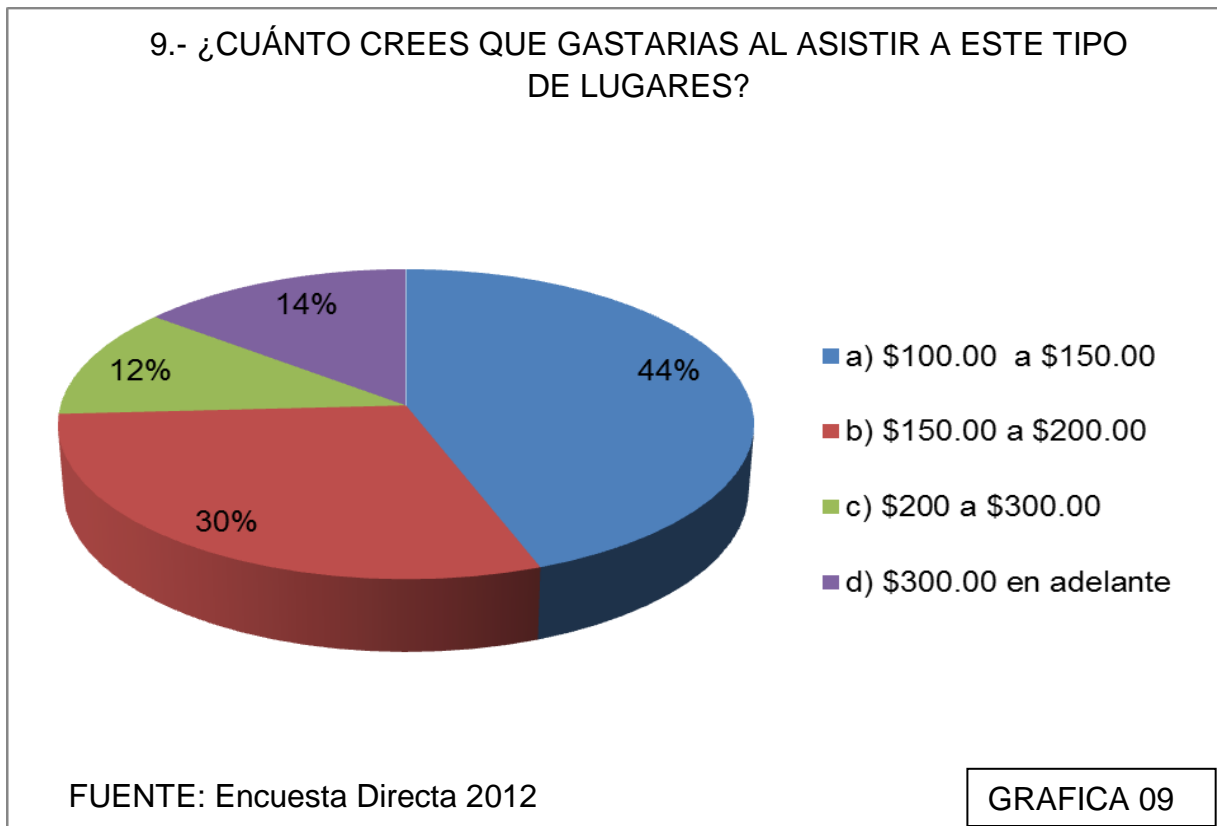


La mayoría de las personas que es el 67% están dispuestas a pagar de \$20.00 a \$30.00 por entrar al lugar.

Es obvio pensar que en las preguntas de cantidad a gastar elegirán la de menor cantidad, pero esto nos favorece debido a que si podríamos cobrar una entrada aunque fuera un precio mínimo.

Cabe recalcar que esta pregunta es importante, porque nos damos cuenta que si estarán pagando una determinada cantidad por el entrar al lugar.

Lo cual se muestra muy favorable, debido a que se percibe que la gente si se interesa por asistir a dichos lugares.



Esta es una de las preguntas más importantes ya que dicha gráfica nos está informando, que la gente si gasta una determinada cantidad cuando sale a este tipo de sitios.

Es lo que continuación se refleja, la mayoría de las personas que es el 44% están dispuestas a gastar de \$100.00 a \$150.00, el 30% de \$150.00 a \$200.00, el

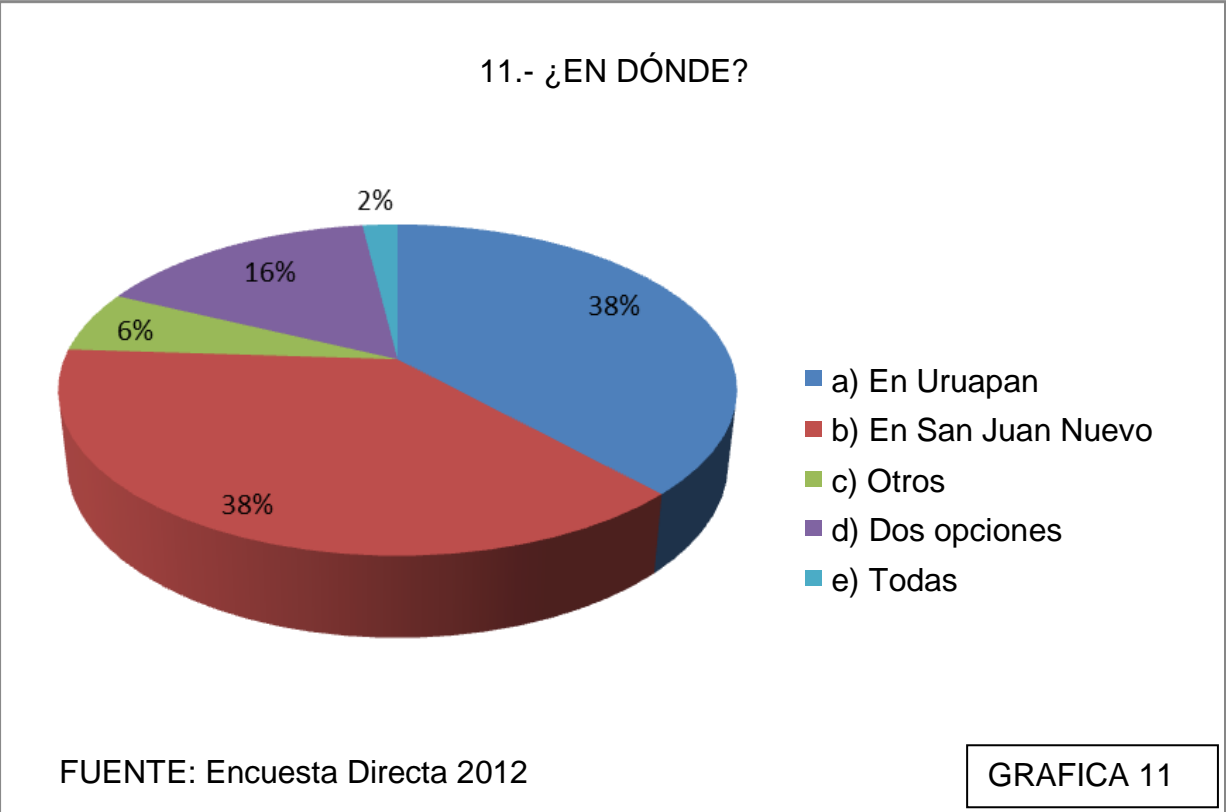
14% de \$300.00 en adelante y el 12%de \$200.00 a \$300.00, esto fue próspero porque aunque la mayoría eligió la menor cantidad nos arrojó porcentajes favorables.

En cuestiones de precios y de dinero es casi lógico que la gente siempre escoja la de menor precio.



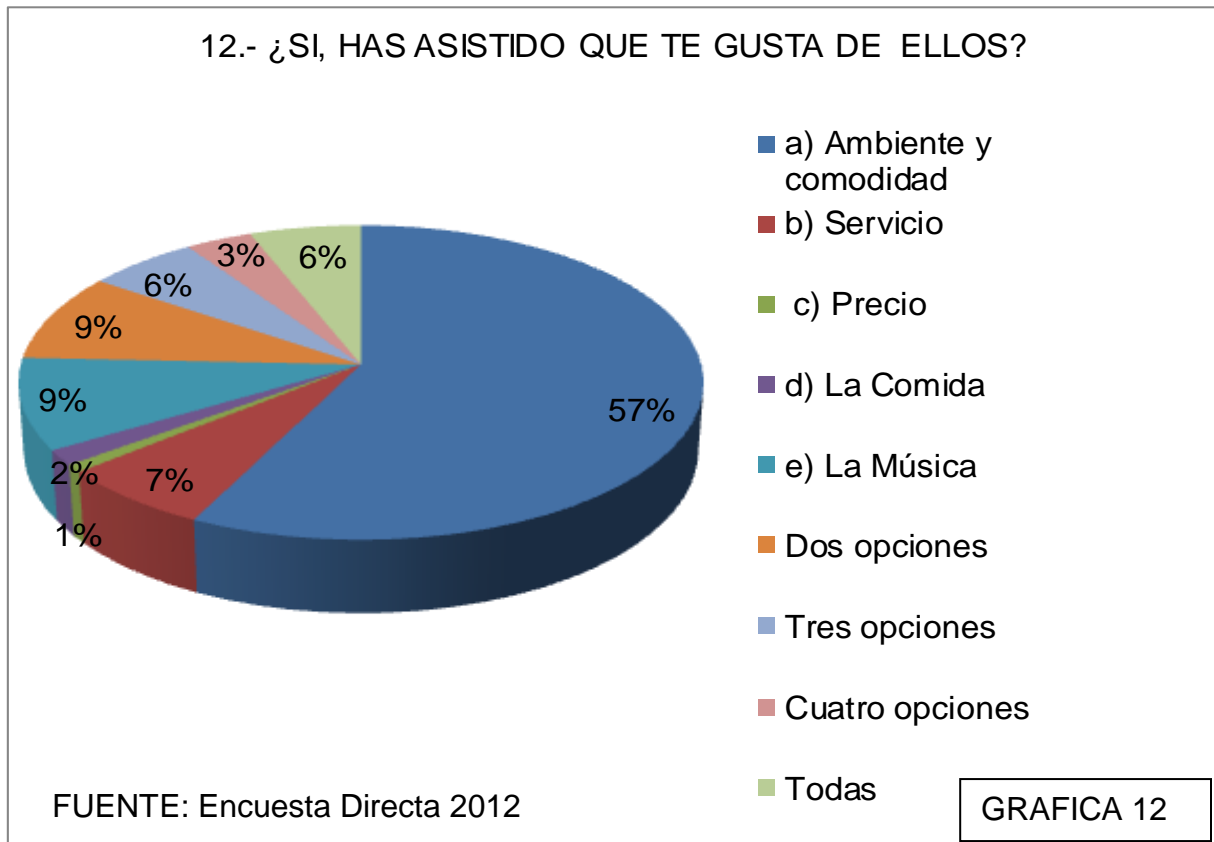
Reflejando esta pregunta nos arroja información netamente importante, debido a que las personas si han asistido a lugares como el que se pretende poner y esto a su vez nos dice que si les gusta asistir a estos sitios.

El 21% han asistido a discotecas, el 20% a cafés, el 15% a café bar, siendo estos uno de los porcentajes más altos e importantes. Debido a que nuestro plan se encuentra dentro de los porcentajes más altos, lo cual informa que sería bien aceptado por la gente.



Al hablar de las ciudades o poblados en donde la gente asiste a disfrutar de estos eventos, cabe recalcar que los resultados que a continuación se presentan.

El 38% han asistido a lugares en Uruapan Mich. y el 38% en San Juan Nuevo Michoacán, el 16% nos refleja que han asistido en los dos lugares, el 6% en otros lugares.



Con estos resultados que nos arrojan las gráficas nos damos cuenta que las personas si asisten sin importar el lugar donde se encuentren, solo con la finalidad de encontrarse con un lugar agradable y que les brinde diversión y comodidad.

La mayoría de las personas acertaron y eligieron lo que les gusta cuando asisten a estos lugares, el ambiente y la comodidad, que en porcentaje refleja un 57%, ya que les hacen pasar un rato agradable de convivencia y diversión.

Lo cual es muy satisfactorio para nosotros porque nos damos cuenta, que a la gente solo le interesa divertirse y pasarla bien con los amigos.

Sin importarles en ocasiones cuanto pueden gastar o consumir en bebidas y alimentos.

4.3.6 OFERTA

Este concepto nos sirve para visualizar como estamos frente a nuestra competencia.

COMPARATIVOS	CAFÉ ARTUROS (SAN JUAN NUEVO)	FRENTE- CAFÉ (URUAPAN, MICH.)
Comida	En este existe una variedad de comida como son: hamburguesas, sincronizadas, malteadas, quesadillas, etc.	No venden alimentos solamente bebidas preparadas.
Música y pista de baile	No existe una pista de baile	Existe pista de baile sólo que en ocasiones no existe variedad de música.
Bebidas alcohólicas	No venden bebidas alcohólicas	Si se venden bebidas alcohólicas
Lugar	No muy cercano ni céntrico	Fuera del pueblo

Observar las gráficas: 02, 03, 04, 05, 10, 11 y 12

4.3.7 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Después de hacer un análisis de la competencia cabe subrayar que una de sus principales ventajas. Ser un lugar posicionado en Uruapan, en el cual asisten muchas personas de diferentes lugares, y que ofrecen diferentes servicios para satisfacer necesidades de gusto juvenil.

Tienen muy buenas promociones que atraen al público joven, que esto a su vez los atrae para seguir asistiendo al lugar.

Por ejemplo: las chicas no pagan antes de las 10: 00 de la noche, cerveza gratis para todos, entrada al 2 x1, etc.

4.3.8 ESTRÁTEGIAS

Para poder competir con la futura competencia se llegó a la elaboración de estrategias.

El café se encontrará dentro del pueblo de Nuevo San Juan Parangaricutiro. Los productos y servicios que se darán a los consumidores serán de calidad y agrado para ellos.

Para lo cual se buscarán proveedores de excelente calidad y con un precio accesible, que satisfaga ambas partes pero principalmente a los clientes.

4.3.9 FODA DEL CAFÉ

<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none">✓ Se encontrará dentro del pueblo.✓ Un concepto nuevo que no existe en el pueblo.✓ Capacidad de atraer a usuarios que buscan un ambiente tanto de cafetería como bar sin tener que escoger entre uno de los dos.	<p style="text-align: center;">FUERZAS:</p> <ul style="list-style-type: none">✓ Pista de baile dentro del lugar.✓ Precios competitivos en los aperitivos y bebidas.✓ Alta calidad en servicios y productos.✓ Servicio rápido en la barra y en la mesa.✓ Lugar que ofrece varios servicios.
<p style="text-align: center;">AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none">✓ Probable apertura de competencia.✓ Crisis económica.	<p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none">✓ Mayores costos iniciales.✓ No nos conocen los clientes.✓ Falta de experiencia por parte de los propietarios en este tipo de negocios.

4.3.10 ESTRÁTEGIAS GENERALES

- ✓ Dar a conocer nuestro servicio por medios publicitarios (radio, internet, periódico, volantes, revistas, etc.) para tratar de penetrar rápidamente en esté y agradar a las personas, siempre con la elaboración y atención de los mejores productos y servicios.

- ✓ Crear ofertas atractivas para nuestros clientes como por ejemplo promociones al 2*1 o en la compra de tal bebida te llevas una de regalo, etc.

- ✓ Inaugurar nuestro café ofreciendo pruebas gratis de los productos y servicios que se estarán vendiendo y realizando, a si como también elaborar rifas y concursos.

- ✓ Elaborar actividades y eventos especiales en días festivos (noche mexicana, halloween), para que la gente sea atraída, se divierta y conviva con las demás personas.

- ✓ Incluir nuevos servicios y productos al cliente, que les brinde una mayor satisfacción y comodidad para que cada vez sea diferente e innovador.

- ✓ Dar preferencias a nuestros clientes atendiendo sus dudas y sugerencias, para poder brindar siempre lo mejor para ellos.

4.3.11 ESTRÁTEGIAS ESPECÍFICAS

PRECIO: Vender los productos a un precio no muy elevado y menor al de la competencia utilizando productos y servicios de la más alta calidad, y de esa manera podamos boquearla y ganar mercado.

PLAZA: Atraer a toda la población y sus alrededores, ya que el café se encontrara dentro del pueblo. En un lugar posicionado donde podremos alcanzar un avance rápido y territorial.

PROMOCIÓN: Informar a las personas sobre nuestros productos y servicios, creando una imagen reconocida y de esta manera incrementar clientela y por lo tanto sus consumos dentro del lugar.

DIVERSIFICACIÓN: Aunque somos nuevos en el mercado también somos los únicos que ofrecemos una amplia gama de productos y servicios acompañados de un buen trato amable y cordial.

4.3.12 POLÍTICAS

- ✓ Las técnicas publicitarias se instituirán por medio de un consejo mayormente integrado por ventas.

- ✓ Cada semana se evaluará el desempeño personalizado de nuestro personal con relación a la atención al cliente, para determinar si se debe capacitar más.
- ✓ Las quejas y sugerencias serán tomadas muy en cuenta semanalmente.
- ✓ Los acuerdos de eventos especiales se efectuarán con el comité, así mismo los precios especiales y respectivos cambios.
- ✓ Cada dos meses se llevará una junta con el comité, donde se tratarán asuntos relacionados con la situación financiera y administrativa de la empresa.

4.3.13 DESARROLLO DE ESTRATEGIAS

Sabiendo que nuestra principal estrategia es atraer a las personas al nuevo concepto que se le estará dando a nuestro café y que en realidad no existe uno en San Juan.

Podemos tomar en cuenta el escenario a desarrollarnos, considerando no solo al pueblo en general sino que también lugares circunvecinos y sus alrededores invitándolos a que interactúen y disfruten de los servicios que se les estarán brindando.

De esta manera podremos darnos a conocer en varios lugares y así promocionándonos para todas las cercanías, estando presentes los días habituales y que consideramos son los mejores en los que las personas prácticamente salen a divertirse.

4.3.14 PROYECCIÓN

Nuestra visión para este punto es de 5 años como mínimo. Las estrategias actuales dependen de los estudios que hemos realizado en la zona, tanto de características especiales, así como también de distingos competitivos.

Creo yo será un nuevo concepto con servicios novedosos para el público joven, muy probable dentro de 5 años ya estemos posicionados en el mercado y atrayendo a personas de otros lugares, como turistas y personas de lugares circunvecinos que llegan muy repentinamente al pueblo.

4.3.15 ANÁLISIS DE PRECIOS

Consideremos que el precio es un factor muy importante en cualquier negocio, ya que en ocasiones si los precios son muy elevados la gente al principio puede ir al café, pero después de un tiempo estas personas pueden dejar de asistir al lugar, debido a que cada día la situación económica es mas critica.

Por lo tanto el precio debe establecerse valuando la situación económica por la que atraviesa el país, para considerar cuanto están dispuestos a pagar las personas por el tipo de servicio o producto que se ofrece. El precio en los productos y servicio que se pretende elaborar, varía de acuerdo a las presentaciones.

Sera determinado con aproximación a la competencia, siempre y cuando no sea muy elevado y menor al de está.

La mayoría de las personas han asistido a cafés en Uruapan y en San Juan nuevo, a continuación se muestra los comparativos de los diferentes servicios y precios que ofrecen.

COMPARATIVOS	CAFÉ ARTUROS (SAN JUAN NUEVO MICH.)	FRENTE- CAFÉ (URUAPAN, MICH.)
Comida	<p>En este existe una variedad de comidas</p> <p>Hamburguesa \$25.00</p> <p>Sincronizada \$25.00</p> <p>Burritos \$30.00</p> <p>Quesadillas \$15.00</p> <p>Malteadas \$20.00</p>	No venden alimentos solamente bebidas.
Música y pista de baile	No existe una pista de baile	Entrada Entre \$50.00 y \$80.00
Bebidas alcohólicas	No venden bebidas alcohólicas	Se venden variedad de vinos y bebidas alcohólicas a un costo muy elevado.

Según el estudio de mercado que se llevó a cabo, la gente dice que les gusta el ambiente, comodidad y servicio, pero la respuesta con relación al precio muchos opinaron que es muy elevado.

Con relación al servicio y al ambiente opinan que es excelente, ya que dicen que satisface sus necesidades totalmente. Esto se puede comprobar con las graficas propuestas anteriormente. Ver Gráfica 12, 09 y 08.

Para poder conocer la aceptación y posible rentabilidad de un proyecto de inversión de un café en el pueblo de Nuevo San Juan Parangaricutiro, se llevó a cabo un estudio de mercado que me permitió conocer el gusto y agrado de los clientes, respecto al asistir a un café bar, la aceptación del mismo y por otro lado también conocer lo que piensan los consumidores con respecto al servicio, precio y ambiente que ofrecen, los que ya están establecidos.

En la investigación se encontraron muchos puntos a favor, debido a que de las 264 personas que fueron entrevistadas, el 96% contestó que si le gustaría un café, cabe recalcar que 7 encuestas fueron eliminadas porque la respuesta fue negativa y se dio por terminada.

Por otro lado me di cuenta que en el pueblo de Nuevo San Juan Parangaricutiro, no hay un café establecido que proporcione pista de baile y música, existen otros lugares, pero no ofrecen este tipo de servicios sólo lo más necesario.

También existen lugares pero no dentro del pueblo solo en la ciudad de Uruapan Mich., que es un sitio un poco retirado al pueblo y que prácticamente un porcentaje de jóvenes asiste, por lo regular estos se visitan por la noche pero. Cabe mencionar que a la mayoría de los jóvenes no los dejan asistir, sobre todo a las mujeres.

Todos estos factores se han llegado a tomar en cuenta, debido a que se vio la necesidad que existe en el pueblo y es por ello que se quiso aterrizar con respecto a este punto.

El negocio de un café considero, que es muy bueno ya que siempre obtienes utilidades sobre la venta de alimentos y bebidas, siempre y cuando ofrezcas servicios agradables y alimentos con calidad e higiene

Analizando los resultados de las gráficas que se hicieron anteriormente, para estudiar la factibilidad del proyecto de inversión, he detallado que todas estas representa resultados muy posibles, esto quiere decir que si, será aceptado y sería una buena alternativa para el pueblo.

De esta forma nos damos cuenta que es muy importante un estudio de mercado, ya que por medio de él, puedes indagar de lo que realmente quieren, les gusta y desean las personas.

4.4 ESTUDIO TÉCNICO

Examinaremos las mejores opciones para llevar a cabo el proyecto de inversión, buscando siempre el tratar de conseguir los mejores resultados posibles. Así como la posibilidad técnica del servicio a brindar y en venta de bebidas y alimentos que se preparen dentro del lugar.

Dentro de éste, debemos considerar, todo lo necesario para poder llevar a cabo el proyecto, como la localización de la planta y lo respectivo con el funcionamiento óptimo del mismo equipo y maquinaria, lo relacionado con el factor humano, así como también lo jurídico de la organización.

4.4.1 DETERMINACIÓN DE LA CAPACIDAD ÓPTIMA INSTALADA DE LA PLANTA

Analizando el censo de población y vivienda, se tomó el número de habitantes que hay en el pueblo:

Total 18834 habitantes en Nuevo San Juan Parangaricutiro

Esto se multiplica por el 61.6% que son las personas de edad de 15 a 64 años.

El total de esto se divide entre 2, porque estamos manejando que hay un 50% de persona de una edad de 15 a 30 años.

Agregando a esto el 1% de las personas que viven a los alrededores del pueblo.

Sumando estos totales, lo dividimos entre 60 que son los cafés y antros que hay en Uruapan y San Juan Nuevo.

El resultado de esto marca el total de las personas que estarían asistiendo al lugar diariamente.

INTERPRETANDO:

$$\text{Población San Juan Nuevo} = 18834 * 61.6\% = 11601.74 / 2 = \underline{\underline{5800.87}}$$

$$\text{Población de Tancitaro} = 29414 * 1\% = \underline{\underline{294.14}}$$

Total $5800.87 + 294.14 = 6095.01 / 60 = 101.58$ por lo tanto 102 personas estarán asistiendo al lugar diariamente.

$$\text{Semanalmente } 102 * 5 \text{ días que abrirá} = \underline{\underline{510}}$$

$$\text{Mensualmente } 510 * 4 \text{ semana que tiene el mes} = \underline{\underline{2040 \text{ personas}}}$$

4.4.2 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO PRODUCTIVO

Se muestran el principal proceso de ventas que se llevará a cabo desde que el cliente llega al lugar hasta que se retira.

PROCESO DE VENTAS DESDE QUE LLEGA EL CLIENTE HASTA QUE SE VA DEL LUGAR

- 1.-Recibir y revisar al cliente (Vigilante de seguridad)
- 2.-Atender al cliente y tomar su orden (Mesero)
- 3.- Ir a la cocina para que preparen su orden (Mesero y cocinera)
- 4.- Llevar al cliente la comida solicitada (Mesero)
- 5.- Ir a la barra de bebidas (Barman y Mesero)
- 6.- Llevar las bebidas al cliente (Mesero)
- 7.-Preguntar si desea otra cosa (Mesero)
- 8.-Retirarse de la mesa (Mesero)
- 9.-Verificar y estar atento por si desea otra cosa (Mesero y Gerente Gral.)
- 10.-Tomar la cuenta (Mesero)
- 11.-Llevar la cuenta a la caja (Mesero y cajera)
- 12.- Recibir el dinero (Mesero)
- 13.- Llevar el dinero a la caja y esperar el cambio (Mesero y cajera)
- 14.- Llevar el cambio al cliente (Mesero)
- 15.-Preguntar al cliente como se sintió (Mesero y Gerente Gral.)
- 16.- Dar las gracias (Mesero y Gerente Gral)

17.- Recoger la mesa (Mesero)

18.-Llevar los utensilios a la cocina (Mesero)

DIAGRAMA DE PROCESOS DEL CAFÉ

Número	Descripción de Operación	○	□	→	◐	▽
1	Recibir y revisar al cliente					
2	Atender al cliente y tomar su orden					
3	Ir a la cocina para que preparen su orden					
4	Llevar al cliente la comida solicitada					
5	Ir a la barra de bebidas					
6	Llevar las bebidas al cliente					
7	Preguntar si desea otra cosa					
8	Retirarse de la mesa					
9	Verificar y estar atento por si desea otra cosa.					
10	Tomar la cuenta.					
11	Llevar la cuenta a la caja.					
12	Llevar la cuenta al cliente.					
13	Recibir el dinero.					
14	Llevar el dinero a la caja y esperar el cambio.					
15	Llevar el cambio al cliente Preguntar al cliente como se sintió.					
16	Dar las gracias.					
17	Recoger la mesa.					
18	Llevar los utensilios a la cocina					

Para este proceso se necesitarán las personas mencionadas en el diagrama anterior, además el mobiliario y utensilios a utilizar como son: cocina (estufa industrial, ollas cazuelas, comaleta, platos, vasos, cuchillos etc.), barra de vinos (copas, vasos etc.), caja (computadora, lapiceros, hojas, etc.)

4.4.3 SELECCIÓN DEL MOBILIARIO Y EQUIPO

Para lograr llevar a cabo nuestro proyecto, que consistente en la inversión de un café, necesitamos la adquisición de activos fijos (maquinaria y equipo), los cuales nos servirán de apoyo durante el desempeño de nuestras funciones primordiales y poder atender a nuestros clientes, brindándoles los mejores servicios. El cual se dividirá en maquinaria y equipo, herramientas de trabajo y equipo de oficina.

ACTIVOS

MOBILIARIO Y EQUIPO				
INVENTARIO DE ACTIVOS	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL	IVA
Cocina Industrial	1	\$28,000.00	\$28,000.00	\$4,480.00
Congelador Industrial	1	\$4,500.00	\$4,500.00	\$720.00
Refrigerador	1	\$3,000.00	\$3,000.00	\$480.00
Tanque Estacionario	1	\$3,500.00	\$3,500.00	\$560.00
Sala de recepción	1	\$12,000.00	\$12,000.00	\$1,920.00
Alacenas	2	\$1,100.00	\$2,200.00	\$352.00
Mesas	38	\$950.00	\$36,100.00	\$5,776.00
Sillas	152	\$500.00	\$76,000.00	\$12,160.00
Silla para caja	1	\$8,100.00	\$8,100.00	\$1,296.00
Silla para oficina	2	\$1,100.00	\$2,200.00	\$352.00
Silla para oficina sencilla	2	\$680.00	\$1,360.00	\$217.60

Escritorio de oficina	1	\$1,200.00	\$1,200.00	\$192.00
Librero para Oficina	1	\$1,000.00	\$1,000.00	\$160.00
Licuada Industrial	1	\$3,557.00	\$3,557.00	\$569.12
Horno de microondas	3	\$1,200.00	\$3,600.00	\$576.00
Máquina para café	1	\$25,000.00	\$25,000.00	\$4,000.00
Vitrina de postres	1	\$1,500.00	\$1,500.00	\$240.00
Parilla para Hamburguesas	1	\$2,500.00	\$2,500.00	\$400.00
Barras de vino	1	\$15,000.00	\$15,000.00	\$2,400.00
Triturador de hielo	1	\$3,000.00	\$3,000.00	\$480.00
TOTAL	213	\$117,387.00	\$233,317.00	\$37,330.72

EQUIPO DE COMPUTO Y ELECTRÓNICA

Cañones	2	\$3,000.00	\$6,000.00	\$960.00
Plasma 40 Pul.	1	\$13,000.00	\$13,000.00	\$2,080.00
Plasma 32 Pul.	2	\$6,500.00	\$13,000.00	\$2,080.00
Equipo de sonido	1	\$110,000.00	\$110,000.00	\$17,600.00
Computadoras	4	\$8,000.00	\$32,000.00	\$5,120.00
Impresoras	3	\$1,500.00	\$4,500.00	\$720.00
TOTAL	13	\$142,000.00	\$178,500.00	\$28,560.00

HERRAMIENTAS DE TRABAJO

COMPRAS	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL	IVA
COPAS				
Copa p/ vino	60	\$25.00	\$1,500.00	\$240.00
Copa p/ agua	60	\$25.00	\$1,500.00	\$240.00
Copa p/ margarita	60	\$20.00	\$1,200.00	\$192.00
Copa p/ Borgoña	60	\$20.00	\$1,200.00	\$192.00
Copa p/ alta o flauta	30	\$25.00	\$750.00	\$120.00
Copa Coctelera	50	\$25.00	\$1,250.00	\$200.00
Copa Mar tinera	30	\$25.00	\$750.00	\$120.00
Copa cremera	50	\$20.00	\$1,000.00	\$160.00
Copa Sour	60	\$25.00	\$1,500.00	\$240.00
Copa globo o brandy	50	\$25.00	\$1,250.00	\$200.00
Copa coñquera	60	\$20.00	\$1,200.00	\$192.00
Copa bola o Tongolele	80	\$35.00	\$2,800.00	\$448.00
Copa Cervecera	60	\$35.00	\$2,100.00	\$336.00
Copa pilcener	30	\$35.00	\$1,050.00	\$168.00

Copa hurricane	30	\$35.00	\$1,050.00	\$168.00
Copa Tulipán	50	\$30.00	\$1,500.00	\$240.00
Copa Irish Coffe	80	\$35.00	\$2,800.00	\$448.00
Copa jerezana	30	\$25.00	\$750.00	\$120.00
VASOS				
Vaso zombie	50	\$15.00	\$750.00	\$120.00
Vaso Collins	50	\$15.00	\$750.00	\$120.00
Vaso high ball	60	\$15.00	\$900.00	\$144.00
Vaso delmonico	50	\$10.00	\$500.00	\$80.00
Vaso old fashion	60	\$15.00	\$900.00	\$144.00
Vaso cheiser	50	\$100.00	\$500.00	\$80.00
Vaso chateau	50	\$15.00	\$750.00	\$120.00
Vaso caballo	60	\$20.00	\$1,200.00	\$192.00
Vaso pony	60	\$15.00	\$900.00	\$144.00
Tarro cervecero	80	\$35.00	\$2,800.00	\$448.00
Jarra 2 litros	30	\$60.00	\$1,800.00	\$288.00
TOTAL	1530	\$710.00	\$36,900.00	\$5,904.00

COMPRAS

COMPRAS	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL	IVA
Batidor para Café	3	\$350.00	\$1,050.00	\$168.00
Taza p/ café americano	80	\$15.00	\$1,200.00	\$192.00
Taza p/ café exprés	80	\$15.00	\$1,200.00	\$192.00
Tarro para capuchino	80	\$25.00	\$2,000.00	\$320.00
Tarro para frapuchino	80	\$25.00	\$2,000.00	\$320.00
Plato para taza	80	\$20.00	\$1,600.00	\$256.00
Plato pastel	100	\$20.00	\$2,000.00	\$320.00
Plato extendido	100	\$30.00	\$3,000.00	\$480.00
Plato medio	100	\$20.00	\$2,000.00	\$320.00
Plato sopero	80	\$25.00	\$2,000.00	\$320.00
Tazones	40	\$35.00	\$1,400.00	\$224.00
Platones	50	\$35.00	\$1,750.00	\$280.00
Plato trinche	80	\$25.00	\$2,000.00	\$320.00
Azucareras	60	\$35.00	\$2,100.00	\$336.00
Salero	60	\$25.00	\$1,500.00	\$240.00
Servilletero	60	\$25.00	\$1,500.00	\$240.00
Cubiertos	300	\$10.00	\$3,000.00	\$480.00
Manteles	60	\$30.00	\$1,800.00	\$288.00
Ollas exprés	3	\$550.00	\$1,650.00	\$264.00

Baterías de cocina de 8 piezas	4	\$800.00	\$3,200.00	\$512.00
Comaletas	3	\$150.00	\$450.00	\$72.00
Picador de verdura	2	\$550.00	\$1,100.00	\$176.00
Tablas de picar	5	\$25.00	\$125.00	\$20.00
Cuchillos Forjado	10	\$50.00	\$500.00	\$80.00
Paquetes de refractarios	4	\$600.00	\$2,400.00	\$384.00
Paquetes de Cuchillos cerámica	4	\$350.00	\$1,400.00	\$224.00
Ceniceros	40	\$25.00	\$1,000.00	\$160.00
Botes de basura	30	\$150.00	\$4,500.00	\$720.00
Olla grande de 100 L.	1	\$850.00	\$850.00	\$136.00
Paquete de Topers	5	\$350.00	\$1,750.00	\$280.00
Licuada	3	\$550.00	\$1,650.00	\$264.00
Teléfono	3	\$500.00	\$1,500.00	\$240.00
Batidor para malteada	2	\$1,500.00	\$3,000.00	\$480.00
TOTAL	543,237,401	\$7,765.00	\$50,975.00	\$8,156.00

4.4.4 DETERMINACIÓN Y CÁLCULO DEL PERSONAL

Para llevar a cabo este proyecto, no se necesitara de mucho personal, requerida únicamente de aquellas personas que puedan llevar a cabo las operaciones cotidianas de la empresa. A continuación se mencionan en la tabla siguiente:

TABLA DEL PERSONAL

Gerente General	1
Cajera	1
Cocinera	1
Ayudante de cocina	1

Barman	1
Meseros	4
Intendente	1

Son 12 personas necesarias para poder brindar un buen servicio y atender a nuestros clientes de la mejor manera posible, siempre y cuando dándoles la atención que se merecen

4.4.5 JUSTIFICACIÓN DE LA CANTIDAD DEL EQUIPO COMPRADO

MOBILIARIO Y EQUIPO: Todo el mobiliario y equipo es muy importante, así como los utensilios y herramientas de trabajo que se deben comprar, ya que esto es muy necesario para poder brindar un buen servicio a nuestros clientes

UTENSILIOS y HERRAMIENTAS: Son las principales herramientas de trabajo de un café bar, para poder preparar los alimentos y bebidas de la mejor manera posible.

CRISTALERIA EN EL BAR: COPAS, VASOS Y OTROS: Existe un sinnúmero de copas y vasos a utilizar en un Bar. Sin embargo, dado que el propósito es manejar la cristalería realmente más utilizada e importante.

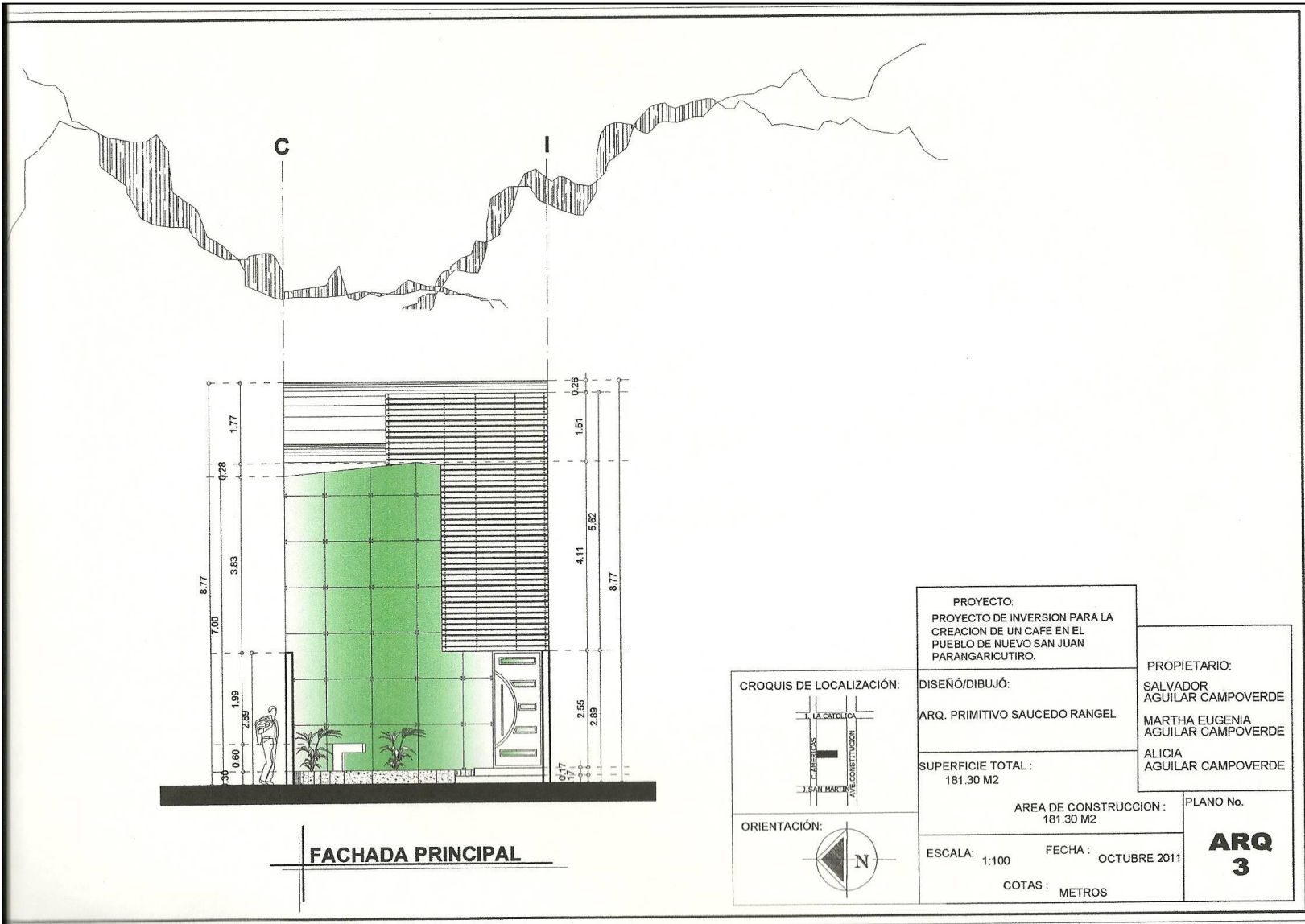
4.4.6 DETERMINACIÓN DE LAS ÁREAS DE TRABAJO

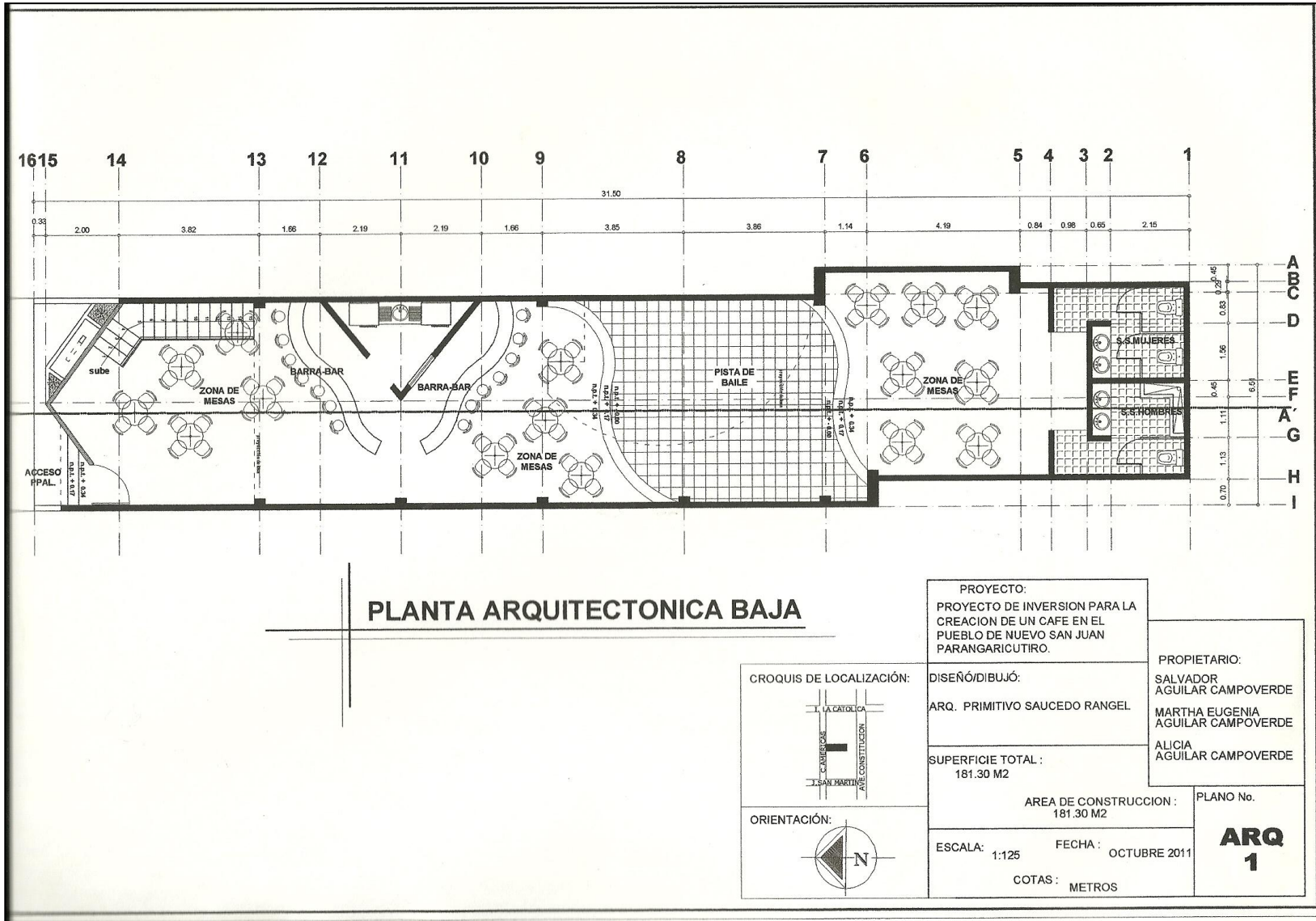
- ✓ Las áreas de trabajo a utilizar a continuación se mencionan:

- ✓ Cocina
- ✓ Pista de baile
- ✓ Área de mesas
- ✓ Caja
- ✓ Pequeña oficina de gerencia para quejas, sugerencias y dudas
- ✓ Baños 2 uno para hombres y el otro para mujeres
- ✓ Barra de vinos
- ✓ Almacén
- ✓ Cabina de DJ

4.4.7 DISTRIBUCIÓN DEL NEGOCIO

A continuación se muestran los planos propuestos





PLANTA ARQUITECTONICA BAJA



PROYECTO:
 PROYECTO DE INVERSION PARA LA
 CREACION DE UN CAFE EN EL
 PUEBLO DE NUEVO SAN JUAN
 PARANGARICUTIRO.

DISEÑO/DIBUJÓ:
 ARQ. PRIMITIVO SAUCEDO RANGEL

SUPERFICIE TOTAL:
 181.30 M2

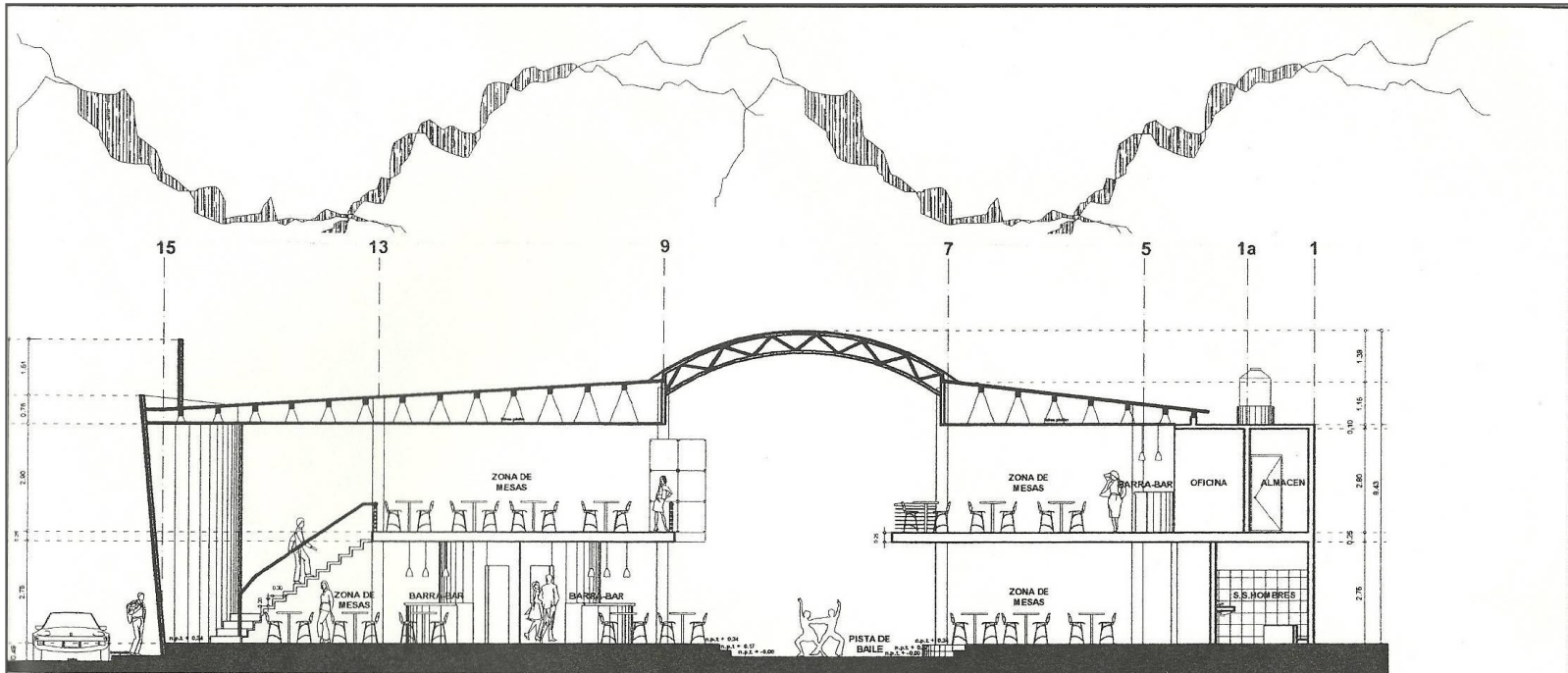
AREA DE CONSTRUCCION :
 181.30 M2

ESCALA: 1:125 FECHA : OCTUBRE 2011

COTAS : METROS

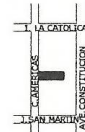
PROPIETARIO:
 SALVADOR
 AGUILAR CAMPOVERDE
 MARTHA EUGENIA
 AGUILAR CAMPOVERDE
 ALICIA
 AGUILAR CAMPOVERDE

PLANO No.
**ARQ
 1**



CORTE LONGITUDINAL A-A'

CROQUIS DE LOCALIZACIÓN:



ORIENTACIÓN:



PROYECTO:
PROYECTO DE INVERSION PARA LA
CREACION DE UN CAFE EN EL
PUEBLO DE NUEVO SAN JUAN
PARANGARICUTIRO.

DISEÑO/DIBUJÓ:
ARQ. PRIMITIVO SAUCEDO RANGEL

SUPERFICIE TOTAL :
181.30 M2

AREA DE CONSTRUCCION :
181.30 M2

ESCALA: 1:150 FECHA: OCTUBRE 2011

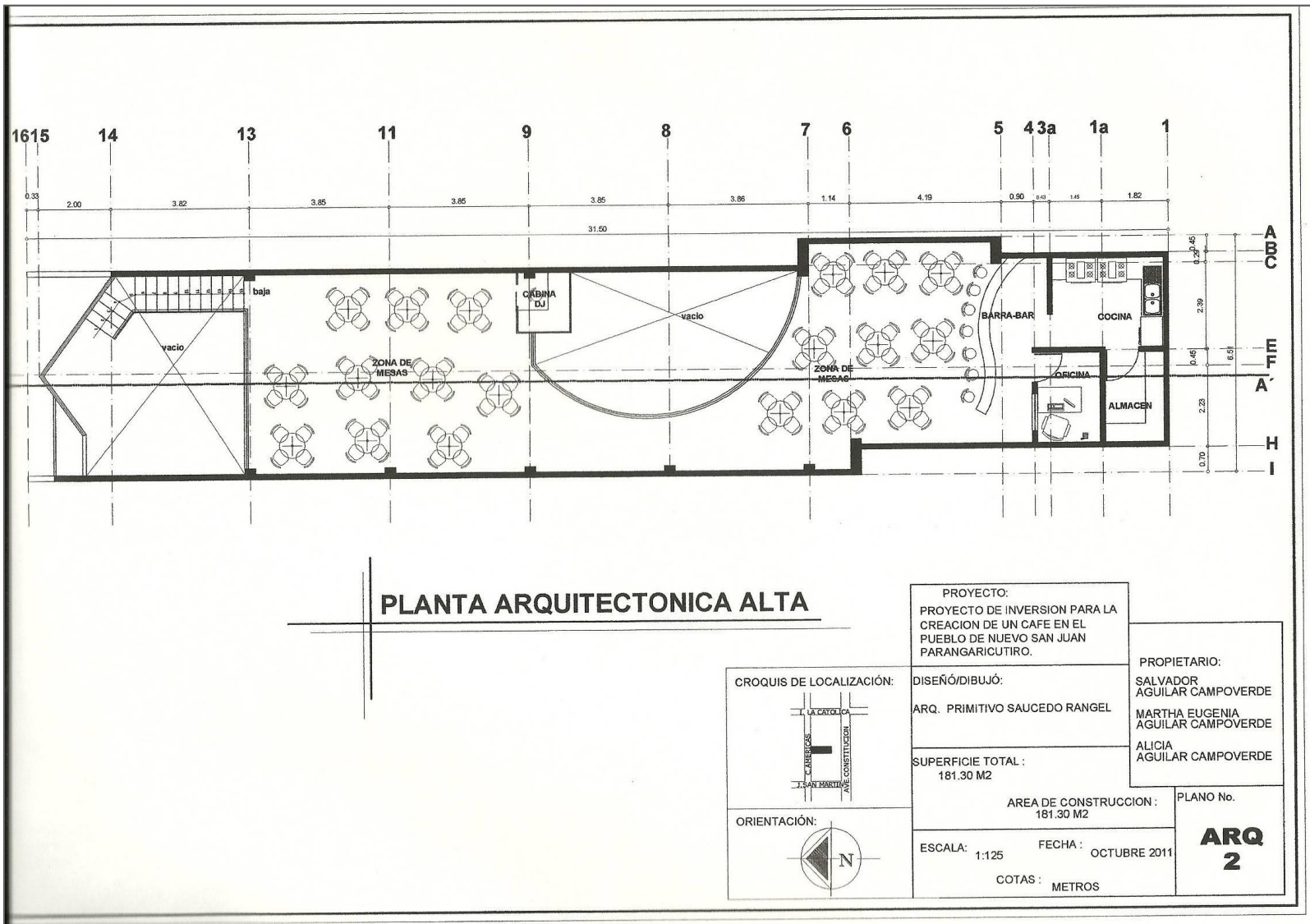
COTAS : METROS

PROPIETARIO:

SALVADOR
AGUILAR CAMPOVERDE
MARTHA EUGENIA
AGUILAR CAMPOVERDE
ALICIA
AGUILAR CAMPOVERDE

PLANO No.

**ARQ
4**



4.4.8 LOCALIZACIÓN DE LA PLANTA

La ubicación física de la planta, es un lugar en donde se desea establecer, a fin de poder llevar a cabo sus operaciones cotidianas y satisfacer las necesidades de la sociedad.

Se pretende llevar todo lo que han de ser en base a la prestación del servicio, realizar también lo necesario (planeación, organización, integración, dirección y control) para cumplir con los objetivos planeados en forma eficaz y eficiente.

Asimismo podemos encontrar lo relacionado con el personal, el almacén, los proveedores, clientes y las áreas de la empresa.

El domicilio propuesto, calle Américas N°22, barrio Santo Santiago. Se eligió este domicilio, porque la ubicación que tiene es una de las calles principales del pueblo, y es una de las más importantes. Está ubicada cerca de la plaza principal de San Juan Nuevo, donde transitan casi todas las personas del lugar.

En el siguiente croquis, se muestra la localización exacta del lugar donde se pretende crear el café.

Para lo cual se destacaron las principales calles de la ubicación del café.

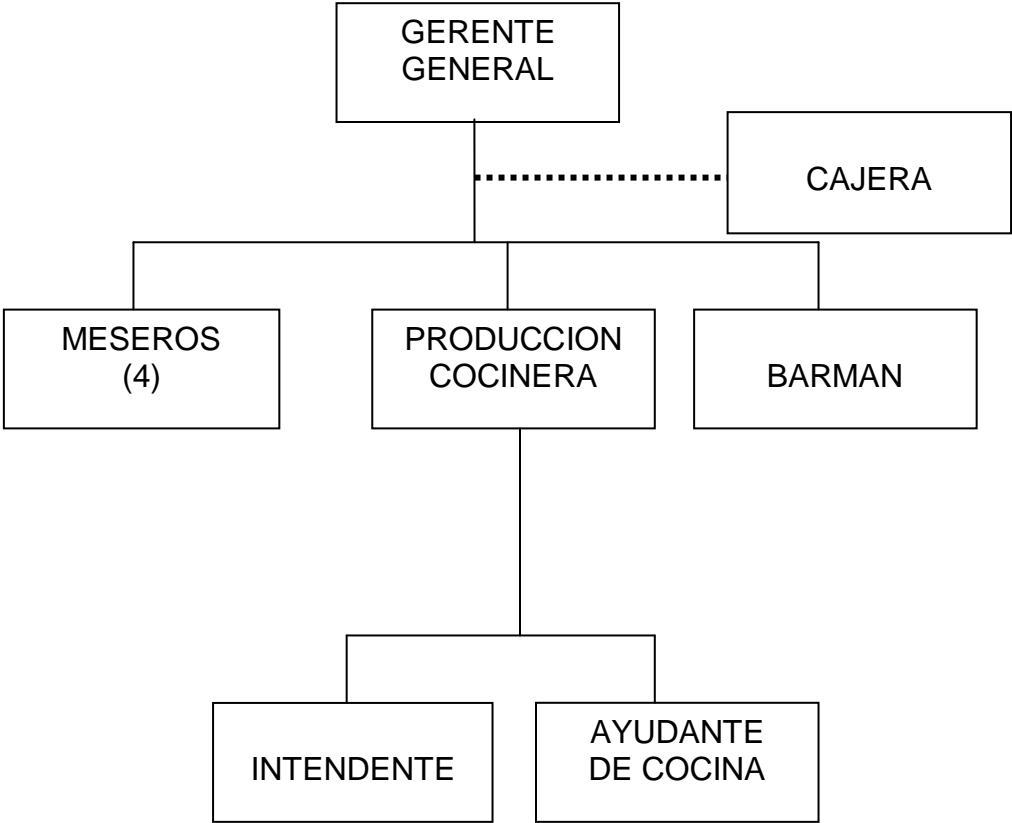


4.4.9 ORGANIGRAMA

El organigrama que a continuación se mostrara, es la manera en la cual vamos a estructurar nuestra empresa, misma que no requerirá de mucho personal para poder desarrollar sus operaciones y cumplir con los objetivos organizacionales.

Es muy importante la organización dentro de la empresa, al poder mostrar en un grafico las jerarquías que existen en la misma, la delegación de autoridad y responsabilidad. Es la distribución más importante para la empresa.

ORGANIGRAMA GENERAL DE LA EMPRESA



Realizó: Martha Eugenia Aguilar Campoverde

Fecha: 10/10/11

4.4.9.1 DESCRIPCIÓN DE PUESTOS

Conoceremos a detalle la descripción de puestos; su ubicación, jerarquía, contactos, funciones, habilidades, actividades, responsabilidades, perfil y condiciones de trabajo. A continuación se analizarán cada uno de ellos:

NOMBRE DEL PUESTO: GERENTE GENERAL



DESCRIPCIÓN DEL PUESTO

- ✓ Dirigir y coordinar sus elementos físicos y humanos para brindar un servicio bajo nuestros estándares de calidad.
- ✓ Llevar una excelente administración de los bienes del negocio dominando todas las áreas del mismo.
- ✓ Respetando las normas del sistema operativo.

PERFIL DEL PUESTO

Edad: 23 a 40 años

Sexo: indistinto

Estado civil: indistinto

Estudios profesionales: en administración, contabilidad o carreras afines.

Experiencia en las actividades del puesto.

ACTITUDES:

- ✓ Acostumbrado a trabajar en equipo
- ✓ Ser objetivo
- ✓ Actitud de líder
- ✓ Tener don de mando
- ✓ Iniciativa propia
- ✓ Capacidad de toma de decisiones

FUNCIONES:

- ✓ Planeamiento estratégico de actividades.
- ✓ Administración general del lugar.
- ✓ Toma de decisiones.
- ✓ Representación legal de la empresa.
- ✓ Dirigir las actividades generales de la empresa.
- ✓ Contratación de personal administrativo.
- ✓ Aprobación de presupuestos e inversiones.
- ✓ Autorizar órdenes de compra.
- ✓ Autorizar convenios a nombre de la empresa.
- ✓ Inteligencia para resolver problemas que se presenten.
- ✓ Capacidad de comunicación.
- ✓ Don de mando.
- ✓ Capacidad de liderazgo.

NOMBRE DEL PUESTO: COCINERO (A)



PRINCIPALES ACTIVIDADES:

- ✓ Dirigir, coordinar y preparar los platillos para los clientes con la mejor limpieza, rapidez y entusiasmo.

PERFIL DEL PUESTO

Edad: 25 a 40 años

Sexo: indistinto

Estado civil: indistinto

Estudio de preparatoria con conocimientos generales en cocina y gastronomía.

Experiencia: mínima de 2 años

ACTITUDES:

- ✓ Acostumbrado a trabajar en equipo

- ✓ Tolerante
- ✓ Responsable
- ✓ Servicio e higiene

FUNCIONES:

- ✓ Preparación de las comidas.
- ✓ Coordinación en la elaboración de la comida.
- ✓ Seguimiento de recetas.

REPORTA A: GERENTE GENERAL

NOMBRE DEL PUESTO: CAJERO(A)



PERFIL DEL PUESTO:

Edad: de 20 a 30 años

Sexo: femenino / masculino

Estado civil: indistinto

Estudios profesionales en: preparatoria terminada

Experiencia mínima: 1 años y conocimientos en computación.

FUNCIONES:

- ✓ Registrar el precio de los bienes o productos adquiridos por el cliente, mediante el uso de una caja registradora y/o de un lector óptico de precios.
- ✓ Cobrar el importe de los productos o servicios que adquiere o consume el cliente, para lo cual reciben efectivo, cheques, tarjetas de crédito, cupones, valores, etc.
- ✓ Entregar al cliente la copia de la nota de venta o la tira de la máquina registradora y, en su caso, el cambio o comprobante del pago efectuado a través de tarjeta de crédito.
- ✓ Efectuar el corte de caja y la liquidación correspondiente.
- ✓ Verificar la vigencia de la tarjeta de crédito y, en su caso, recabar la autorización correspondiente para el pago por la venta.
- ✓ Operar y controlar una computadora para formular notas y comprobantes de consumo.

- ✓ Dar información a los clientes sobre los servicios del establecimiento.
- ✓ Condiciones de trabajo: Capaz de trabajar bajo presión.

REPORTA AL: GERENTE GENERAL

NOMBRE DEL PUESTO: MESERO



PERFIL DEL PUESTO

Edad: 18 a 35 años

Sexo: masculino

Escolaridad: preparatoria terminada

Estado civil: indistinto

Experiencia mínima: 1 año conocimientos en computación, atención al cliente.

ACTITUDES

- ✓ Trabajar sobre presión

- ✓ Tolerante
- ✓ Responsable
- ✓ Comprometido con su trabajo

FUNCIONES

- ✓ Encargado de recibir a los clientes que vayan llegando a lugar.
- ✓ Mostrar el menú.
- ✓ Tomar la orden de lo que vayan a consumir.
- ✓ Llevar los alimentos a su respectiva mesa.
- ✓ Atender mediante su estancia.
- ✓ Recoger y ordenar las mesas y sillas.

REPORTA A CAPITAN DE MESEROS

NOMBRE DEL PUESTO: AYUDANTE DE COCINAS



PERFIL DEL PUESTO:

Edad: de 20 a 35 años

Sexo: Indistinto

Estado civil: indistinto

Escolaridad: primaria terminada

Experiencia mínima: 1 años y conocimientos en cocina y gastronomía

FUNCIONES:

- ✓ Ayudar a la cocinera en la preparación de la comida.
- ✓ Verificar y ayudar a la cocinera en la organización de recetas e ingredientes.
- ✓ Recoger y ordenar todos los utensilios a ocupar.
- ✓ Mantener la cocina siempre en orden.
- ✓ Limpiar las áreas principales de la cocina.
- ✓ Ordenar los utensilios necesarios de la cocina.

ACTITUDES

- ✓ Trabajar bajo presión
- ✓ Responsabilidad
- ✓ Amabilidad
- ✓ Comunicación

- ✓ Tolerancia
- ✓ Respeto
- ✓ Obediencia

REPORTA A LA COCINERA

NOMBRE DEL PUESTO: BARMAN



PERFIL DEL PUESTO

Edad: de 25 a 45 años

Sexo: masculino

Estado civil: indistinto

Estudios profesionales: preparatoria terminada

Experiencia mínima: 1 años con conocimientos en preparación de bebidas y experiencia en atención al cliente.

ACTITUDES

- ✓ Alto sentido de responsabilidad y honorabilidad
- ✓ Capacidad de respuesta a la demanda del cliente
- ✓ Actitudes positivas en las relaciones entre clientes
- ✓ Acostumbrado a trabajar bajo presión y por objetivos
- ✓ Capacidad de toma de decisiones
- ✓ Liderazgo
- ✓ Respeto hacia a los clientes
- ✓ Honestidad

ACTIVIDADES

- ✓ Preparar las bebidas.
- ✓ Llevar una relación de faltantes y existentes sobre las bebidas.

REPORTA AL GERENTE GENERAL

NOMBRE DEL PUESTO: INTENDENTE



PERFIL DEL PUESTO

Edad: de 18 a 35 años

Sexo: femenino

Estado civil: indistinto

Escolaridad: primaria

Experiencia mínima: no es necesaria

ACTITUDES

- ✓ Responsable
- ✓ Obediencia
- ✓ Honestidad
- ✓ Servicio e higiene

FUNCIONES

- ✓ Barrer y trapear todas las áreas del café.
- ✓ Lavar baños y ventanas.
- ✓ Recoger y mantener en orden las mesas, sillas y accesorios del café.
- ✓ Verificar que los baños tengan todos los accesorios requeridos.

REPORTA AL COCINERO(A)

4.5 ESTUDIO FINANCIERO

4.5.1 ESTADOS FINANCIEROS BÁSICOS

A continuación se presentan los estados financieros básico proyectados del Café en el pueblo de Nuevo San Juan Parangaricutiro, estos reflejan la posición que tendría la dicha empresa en un futuro, en caso de que se cumplieran las predicciones.

4.5.1.2 ESTADO DE POSICIÓN FINANCIERA INICIAL 2014

ACTIVO			PASIVO		
<i>Circulante</i>			<i>Circulante</i>		
Bancos	\$1,300,000.00		Proveedores	\$0.00	
Clientes	\$0.00			\$0.00	
				\$0.00	
Total Circulante		<u>\$1,300,000.0</u>	Total Corto Plazo		\$0.00
<i>No circulante</i>			Total Pasivo		\$0.00
Terreno	\$300,000.00		CAPITAL		
Total No Circulante		\$300,000.00	Capital Social	\$1,600,000.00	
Total Activo		<u>\$1,600,000.0</u>	Resultado del Ejercicio	\$0.00	
			Total Capital		\$1,600,000.0
			Pasivo más Capital		<u>\$1,600,000.0</u>

4.5.1.3 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

CONCEPTO	2014	2015	2016	2017	2018
Ventas					
Ventas netas	\$1,835,507.3	\$1,918,105.15	\$2,004,419.88	\$2,094,618.77	\$2,188,876.62
Compras					
Compras Totales	\$886,157.33	\$926,034.41	\$967,705.96	\$1,011,252.72	\$1,056,759.10
Costo de Ventas	\$949,349.99	\$992,070.74	\$1,036,713.92	\$1,083,366.05	\$1,132,117.52
Utilidad Bruta	<u>\$949,349.99</u>	<u>\$992,070.74</u>	<u>\$1,036,713.92</u>	<u>\$1,083,366.05</u>	<u>\$1,132,117.52</u>
Gastos de Operación					
Gastos de Venta	\$178,517.59	\$186,550.88	\$194,945.67	\$203,718.22	\$212,885.54
(sueldos y salarios)	\$479,067.76	\$479,067.76	\$479,067.76	\$494,258.19	\$494,258.19
Gastos Admón.	\$24,827.59	\$30,096.00	\$31,176.00	\$31,875.84	\$32,459.04
Depreciaciones	\$141,544.50	\$141,544.50	\$141,544.50	\$141,544.50	\$141,544.50
Total Gastos	\$823,957.43	\$837,259.13	\$846,733.92	\$871,396.75	\$881,147.27
Utilidad antes de impuestos	<u>\$125,392.56</u>	<u>\$154,811.60</u>	<u>\$189,980.00</u>	<u>\$211,969.30</u>	<u>\$250,970.25</u>
ISR	\$0.00	\$13,448.72	\$19,158.82	\$25,995.56	\$30,270.28
IETU	\$0.00	\$13,524.13	\$13,688.82	\$13,032.62	\$16,926.17
Utilidad Neta	<u>\$125,392.56</u>	<u>\$127,838.75</u>	<u>\$157,132.36</u>	<u>\$172,941.12</u>	<u>\$203,773.80</u>

4.5.1.4 ESTADO DE POSICIÓN FINANCIERA PROYECTADO

CONCEPTO	2014	2015	2016	2017	2018
ACTIVO					
<i>Circulante</i>					
Bancos	\$237,331.20	\$699,686.98	\$1,012,067.66	\$1,344,869.19	\$1,703,718.27
Inventarios					
IVA acreditable	\$22,087.24	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Total Activo Circulante	<u>\$259,418.44</u>	<u>\$699,686.98</u>	<u>\$1,012,067.66</u>	<u>\$1,344,869.19</u>	<u>\$1,703,718.27</u>
<i>No Circulante</i>					
Terreno	\$300,000.00	\$300,000.00	\$300,000.00	\$300,000.00	\$300,000.00
Edificio	\$800,000.00	\$800,000.00	\$800,000.00	\$800,000.00	\$800,000.00
(-) Depreciación	\$40,000.00	\$80,000.00	\$120,000.00	\$160,000.00	\$200,000.00
Total	\$760,000.00	\$720,000.00	\$680,000.00	\$640,000.00	\$600,000.00
Mobiliario y Equipo	\$156,660.00	\$156,660.00	\$156,600.00	\$156,660.00	\$156,660.00
(-) Depreciación	\$31,332.00	\$62,664.00	\$93,996.00	\$125,328.00	\$156,660.00
Total	\$125,328.00	\$93,996.00	\$62,604.00	\$31,332.00	\$0.00
Maquinaria	\$76,657.00	\$76,657.00	\$76,657.00	\$76,657.00	\$76,657.00
(-) Depreciación	\$15,331.40	\$30,662.80	\$45,994.20	\$61,325.60	\$76,657.00
Total	\$61,325.60	\$45,994.20	\$30,662.80	\$15,331.40	\$0.00
Equipo de computo	\$68,500.00	\$68,500.00	\$68,500.00	\$68,500.00	\$68,500.00
(-) Depreciación	\$13,700.00	\$27,400.00	\$41,100.00	\$54,800.00	\$68,500.00
Total	\$54,800.00	\$41,100.00	\$27,400.00	\$13,700.00	\$0.00
Equipo de sonido	\$110,000.00	\$110,000.00	\$110,000.00	\$110,000.00	\$110,000.00

(-) Depreciación	\$22,000.00	\$44,000.00	\$66,000.00	\$88,000.00	\$110,000.00
Total	\$88,000.00	\$66,000.00	\$44,000.00	\$22,000.00	\$0.00
Utensilios de cocina	\$95,905.50	\$95,905.50	\$95,905.50	\$95,905.00	\$95,905.00
(-) Depreciación	\$19,181.10	\$38,362.22	\$57,543.30	\$76,724.40	\$95,905.00
Total	\$76,724.40	\$57,543.28	\$38,362.20	\$19,180.60	\$0.00
Subsidio al empleo	\$26,768.98	\$26,768.98	\$26,768.98	\$25,722.32	\$25,722.32
Total Activo Fijo	\$1,492,946.98	\$1,351,402.46	\$1,209,797.98	\$1,067,266.32	\$925,722.32
Total Activo	\$1,752,365.41	\$2,051,089.44	\$2,221,865.64	\$2,412,135.51	\$2,629,440.59

PASIVO					
<i>A Corto Plazo</i>					
IVA por pagar	\$0.00	\$165,010.49	\$172,473.79	\$181,634.27	\$188,564.44
ISR	\$13,448.72	\$19,158.82	\$25,995.56	\$30,270.28	\$38,518.62
IETU	\$13,524.13	\$13,688.82	\$13,032.62	\$16,926.17	\$15,278.93
Total Pasivo	\$26,972.85	\$197,858.12	\$211,501.97	\$228,830.72	\$242,362.00
Activo – Pasivo	\$1,725,392.56	\$1,853,231.31	\$2,010,363.6	\$2,183,304.7	\$2,387,078.5
CAPITAL					
Capital Social	\$1,600,000.00	\$1,600,000.00	\$1,600,000.0	\$1,600,000.0	\$1,600,000.0
Utilidad del ejercicio	\$0.00	\$125,392.56	\$253,231.31	\$410,363.67	\$583,304.79
Resultado del Periodo	\$125,392.56	\$127,838.75	\$157,132.36	\$172,941.12	\$203,773.80
Capital Contable	\$1,725,392.56	\$1,853,231.31	\$2,010,363.6	\$2,183,304.7	\$2,387,078.5
Total Pasivo más Capital	\$1,752,365.41	\$2,051,089.44	\$2,221,865.6	\$2,412,135.5	\$2,629,440.5

4.5.1.5 ESTADO DE VARIACIONES EN EL CAPITAL CONTABLE

CONCEPTO	2014	2015	2016	2017	2018
SALDO INICIAL					
Capital Social	\$1,600,000.0	\$1,600,000.0	\$1,600,000.0	\$1,600,000.0	\$1,600,000.0
Utilidad Ejercicios Anteriores	\$0.00	\$125,392.56	\$253,231.31	\$410,363.67	\$583,304.79
TOTAL SALDO INICIAL	\$1,600,000.0	\$1,725,392.5	\$1,853,231.3	\$2,010,363.6	\$2,183,304.7
SUPERAVIT					
RESULTADO D/ PERIODO	\$125,392.56	\$127,838.75	\$157,132.36	\$172,941.12	\$203,773.80
TOTAL SUPERAVIT	\$125,392.56	\$127,838.75	\$157,132.36	\$172,941.12	\$203,773.80
SALDO FINAL	\$250,785.12	\$255,677.51	\$314,264.72	\$345,882.24	\$407,547.60
SALDO FINAL DEL CAPITAL					
Capital Social	\$1,600,000.0	\$1,600,000.0	\$1,600,000.0	\$1,600,000.0	\$1,600,000.0
Utilidad Ejercicios Anteriores	\$0.00	\$125,392.56	\$253,231.31	\$410,363.67	\$583,304.79
Resultado del Periodo	\$125,392.56	\$127,838.75	\$157,132.36	\$172,941.12	\$203,773.80
TOTAL SALDO FINAL	\$1,725,392.5	\$1,853,231.3	\$2,010,363.6	\$2,183,304.7	\$2,387,078.5

4.5.1.6 FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO

CONCEPTO	2014	2015	2016	2017	2018
ENTRADAS					
Saldo Inicial	\$1,300,000.0	\$237,331.20	\$699,686.98	\$1,012,067.6	\$1,344,869.1
Ventas	\$1,835,507.3	\$1,918,105.1	\$2,004,419.8	\$2,094,618.7	\$2,188,876.6
IVA por pagar	\$293,681.17	\$306,896.82	\$320,707.18	\$335,139.00	\$350,220.26
TOTAL INGRESOS	\$3,429,188.4	\$2,462,333.1	\$3,024,814.0	\$3,441,825.4	\$3,883,966.0
SALIDAS					
Compras	\$886,157.33	\$926,034.41	\$967,705.96	\$1,011,252.7	\$1,056,759.1
Gastos de Venta	\$178,517.59	\$186,550.88	\$194,945.67	\$203,718.22	\$212,885.54
Gastos de Admón.	\$24,827.59	\$25,944.83	\$26,875.86	\$27,479.17	\$35,867.69
Sueldos y Salarios	\$396,634.39	\$396,634.39	\$396,634.39	\$410,230.01	\$410,230.01
Adquisición de Activos	\$436,070.69	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Construcciones	\$689,655.17	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Seguridad Social	\$82,433.36	\$82,433.36	\$82,433.36	\$84,028.18	\$84,028.18
IVA por acreditar	\$315,892.54	\$141,886.34	\$148,233.39	\$181,634.27	\$188,564.44
ISR	\$0.00	\$13,448.72	\$19,158.82	\$25,995.56	\$30,270.28
IETU	\$0.00	\$13,524.13	\$13,688.82	\$13,032.62	\$16,926.17
Arreglo de Construcción	\$181,668.63		\$163,070.11	\$139,585.49	\$144,716.39
TOTAL EGRESOS	\$3,191,857.2	\$1,786,457.0	\$2,012,746.3	\$2,096,956.2	\$2,180,247.8
Exceso ó Insuficiencia	\$237,331.20	\$699,686.98	\$1,012,067.6	\$1,344,869.1	\$1,703,718.2

4.5.2 RAZONES FINANCIERAS

CONCEPTO	2014	2015	2016	2017	2018
<p>RAZONES SIMPLES DE LIQUIDEZ</p> <p><i>Prueba del Pago Inmediato</i></p> <p style="text-align: center;">Efectivo</p> <hr style="width: 20%; margin: auto;"/> <p style="text-align: center;">Pasivo a Corto Plazo</p>	8.80%	3.54%	4.79%	5.88%	7.03%
<p><i>Prueba del Circulante</i></p> <p style="text-align: center;">Activo Circulante</p> <hr style="width: 20%; margin: auto;"/> <p style="text-align: center;">Pasivo Circulante</p>	\$9.62	\$3.54	\$4.79	\$5.88	\$7.03
<p>RAZONES DE APALANCAMIENTO</p> <p><i>Relación entre Inversión y deuda</i></p> <p style="text-align: center;">Deuda Total</p> <hr style="width: 20%; margin: auto;"/> <p style="text-align: center;">Activo Total</p>	1.54%	9.65%	9.52%	9.49%	9.22%
<p><i>Relación entre Deuda Corto Plazo</i></p> <p style="text-align: center;">Deuda a Corto Plazo</p> <hr style="width: 20%; margin: auto;"/> <p style="text-align: center;">Deuda Total</p>	\$1	\$1	\$1	\$1	\$1

RAZONES DE RENDIMIENTO					
<i>Margen de Utilidad</i>					
$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas Netas}}$.07	.07	.08	.08	.09
<i>Índice de Productividad</i>					
$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Inversión Total}}$	7.16%	6.23%	7.07%	7.17%	7.75%
<i>Índice de Rendimiento</i>					
$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Capital Social}}$	7.84%	9.82%	9.82%	10.81%	12.74%
<i>Índice de Rendimiento De Capital</i>					
$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Capital Contable}}$	7.27%	6.90%	7.82%	7.92%	8.54%

Por lo tanto con los datos de la tabla se interpreta que en este proyecto, la empresa para el año 2014 tiene un 8.80 que tengo para pagar mis deudas, 2015 3.54, 2016 - 4.79, 2017- 5.88, 2018 -7.03 de lo cual es algo favorable, y es suficiente para pagar mis deudas a corto plazo.

Prueba del Circulante en el 2014 tengo \$3.54 pesos por cada peso que yo debo y me alcanza para pagar, 2015 -\$3.54, 2016- \$4.79, 2017- \$5.88, 2018 - \$7.03,

por lo cual refleja que me alcanza para pagar. Razones de Apalancamiento de todo lo que yo tengo en el 2014 debo el 1.54%, 2015-9.65%, 2016-9.52%, 2016-9.49%, 2017-9.22% y todo lo demás es mío, por lo cual se refleja que es un dato favorable, ya que se refiere que más del 90% es parte de la empresa.

Margen de Utilidad interpreta que por cada \$1.00 de ventas netas, la empresa obtiene en el 2014 obtiene .07 de margen de utilidad de operación, en el 2015-.07, 2016-.08, 2017-.08 y 2018-.09, es aceptable considerando, que se considera el ciclo de la empresa tomando en cuenta una de las propuesta de este proyecto es ofrecer precios accesibles, además de que el rendimiento sobre la inversión, si es favorable para las personas que aportan su capital y como consecuencia el rendimiento de la empresa es bueno.

Índice de productividad para el 2014 ocupa el 7.16% la utilidad sobre la inversión total, 2015- 6.23%, 2016 - 7.07%, 2017- 7.17%, 2018 – 7.78%, lo cual se interpreta que es algo bajo, pero favorable ya que nos arroja cifras a favor.

4.5.3 TÉCNICAS DE EVALUACIÓN DE LOS PROYECTOS

Se mostrarán los resultados obtenidos en la aplicación de técnicas que sirven para evaluar los proyectos por medio de la información financiera.

4.5.3.1 TASA INTERNA DE RENDIMIENTO

CONCEPTO	CANTIDAD
Inversión Inicial	\$1,600,000.00
Flujo 2014	\$237,331.20
Flujo 2015	\$699,686.98
Flujo 2016	\$1,012,067.66
Flujo 2017	\$1,344,869.19
Flujo 2018	\$1,703,718.27

Total Flujos	\$4,997,673.30	
		<u>3.1235</u>
Inversión Inicial	\$1,600,000.00	
TIR	<u>312.35%</u>	

La Tasa Interna de Retorno para el proyecto de inversión de un café en el municipio de Nuevo San Juan Parangaricutiro es de 312.35%.

4.5.3.2 VALOR PRESENTE NETO

AÑO	BENEFICIO HISTORICO	FACTOR	VALOR PRESENTE
Flujo 2014	\$237,331.20	0.8506	\$201,873.92
Flujo 2015	\$699,686.98	0.7236	\$506,293.50
Flujo 2016	\$1,012,067.66	0.6155	\$622,927.65
Flujo 2017	\$1,344,869.19	0.5236	\$704,173.51
Flujo 2018	\$1,703,718.27	0.4454	\$758,836.12
Total	\$4,997,673.30		\$2,794,104.69
			\$1,600,000.00
<u>Valor Presente Neto</u>			<u>\$1,194,104.69</u>

El Valor Presente Neto para el proyecto es **\$1, 194,104.69**

4.5.3.3 ÍNDICE DE RENTABILIDAD

Sustituyendo	$\frac{\$2,794,104.69}{\$1,600,000.00} = 1.7463 \times 100$	<u>174.63 Vida Útil</u>
IRUPN	$174.63/5 = \underline{\underline{34.92\%}}$	

4.4.3.4 PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

AÑO	FLUJO	INVERSIÓN	SUTITUYENDO
2014	\$237,331.20	\$1,600,000.00	0.15
2015	\$699,686.98	\$1,600,000.00	0.44
2016	\$1,012,067.66	\$1,600,000.00	0.63
2017	\$1,344,869.19	\$1,600,000.00	0.84
2018	\$1,703,718.27	\$1,600,000.00	1.06
<u>TOTAL</u>	<u>\$4,997,673.30</u>	<u>\$8,000,000.00</u>	<u>3.12-.05=2.62</u>

El periodo de recuperación de la inversión para este proyecto es de 2 años con 227 días.

CONCLUSIONES

Habiendo concluido el presente proyecto de inversión, el cual residió en una investigación muy complicada pero interesante, del cual aprendí cosas favorables e interesantes. Sin duda alguna no es una tarea nada fácil de cualquiera que sea su tipo o su finalidad, pero todos tienen algo en común, que este sea viable, rentable y solvente, pero que además busquen satisfacer una necesidad humana en la sociedad.

Cabe recalcar que todos los datos dentro del proyecto son netamente reales, al ser adquiridos por el medio en el que se pretende desarrollar como empresa. Dentro de dicha investigación de campo, pudimos comprobar los objetivos propuestos: en el municipio de Nuevo San Juan Parangaricutiro, es apto, porque se cuenta con un mercado específico para invertir en el café, al haber comprobado que existe la necesidad de un lugar de distracción, en donde la gente pueda divertirse y convivir con la sociedad, ya que aquí no hay ninguno que satisfaga los gustos y necesidades de los futuros consumidores.

Nuevo San Juan Parangaricutiro, simboliza una buena elección de inversión, teniendo como base fundamental, los estudios realizados tanto en los gustos, preferencias y aceptación del consumidor (estudio de mercado), en la disponibilidad del recurso humano y de la adquisición de todos los accesorios, maquinaria y equipo para su operación (estudio técnico), y por último el aspecto más importante e

interesante “La admisión del proyecto en cuanto a su viabilidad financiera (estudio financiero)”. Muchos de estos análisis son muy laboriosos y complicados pero de ellos dependen en un 70% que dicho proyecto se pueda llevar a la práctica. Una parte importante del estudio financiero, es la interpretación de los mismos, sus evaluaciones, para poder conocer lo que nos muestran.

Se elaboraron estados financieros proyectados a 5 años, en los cuales se concentran cantidades y valores que se desean tener, todo esto resulta interesante ya que por medio de las razones financieras, estos muestran e interpretan resultados. Las técnicas de evaluación concentran aspectos importantes que un inversionista desea conocer lo que manifiestan y dicen con sus resultados, exponiendo lo real, lo que aportan y lo que se puede percibir conforme a lo que se desea cumplir y en el tiempo en que se espera obtener la inversión realizada.

Asimismo con los resultados derivados de las proyecciones de estados financieros, se demuestra que la inversión es rentable, ya que sus utilidades son favorables. Específica una solvencia para el pago de sus deudas y cuenta con suficiente capital para su ciclo de operación, agregando a esto que el periodo de recuperación es de 2 años con 227 días.

No es suficiente manifestar a donde queremos llegar, sino de demostrar como lo podemos hacer, y la forma por la cual nos guiamos para lograr el objetivo principal que planeamos anticipadamente, lo que respectan a cada quien, a la sociedad,

clientes, etc. que formarán parte de nosotros, y de la importancia que estos tendrán en el café.

Todos los conceptos que se fueron conociendo al paso de los capítulos, son ahora de gran valor, al poder determinar y estudiar el significado de proyecto de inversión, empresa y sus concepciones, de los cuales se debe tomar en cuenta desde el más insignificante hasta el más amplio y laborioso. Para concluir es indispensable recalcar la importancia de un administrador en la elaboración de proyectos de inversión, debido a que la preparación que el Lic. en Administración recibe durante su formación, es totalmente dedicada a las empresas y de una forma u otra a los proyectos. Al poder estudiar todos los aspectos que el mismo puede mostrar en la evaluación de todo proyecto.

Es una persona con conocimientos capaces para saber analizar los números, e interpretación de los estados financieros. El administrador es una persona dispuesta a poder llevar a cabo los proyectos de inversión, porque conoce la mayoría de los conceptos que se pueden presentar y lo que una empresa puede necesitar para poder crecer y tener éxito. Por medio de la unión de los capítulos del proyecto de inversión, puede tomar de entre varias, la mejor decisión que beneficie a la organización.

BIBLIOGRAFÍA:

- ✓ ALCARAZ RODRIGUEZ RAFAEL; El emprendedor de éxito, edición 2006, editorial Mc Graw- Hill interamericana editores S.A. de C.V.
- ✓ ANZURES MAXIMINO; Contabilidad general, Segunda edición trigésima quinta reimpresión 1994, impresos nacionales S.A de C.V.
- ✓ ARANEDA DORR HUGO; Finanzas públicas tercera edición actualizada 1994, Editorial Universitaria.
- ✓ AVILA MACEDO JUAN JOSÉ; Introducción a la contabilidad, Edición actualizada 2007, Umbral editorial, S.A de C.V.
- ✓ BACA URBINA GABRIEL; Evaluación de proyectos, 2006 respecto a la quinta edición Mc Graw-Hill interamericano editores, S.A de C.V.
- ✓ BILLENE RICARDO A; Análisis de costos, ediciones jurídicas, 1999
- ✓ BRIGHAM EUGENE F., HOUSTON JOEL F; Fundamentos de administración financiera, Editorial Thompson 2005, Decima edición.
- ✓ IDALBERTO CHIAVENATO; Introducción a la teoría general, Mc Graw Hill, México 2004.
- ✓ CORTÁZAR MARTÍNEZ ALFONSO; Introducción al análisis de Proyectos de Inversión, Editorial Trillas, Primera Edición, México 1993
- ✓ ESCOBAR GALLO HERIBERTO VICENTE; Diccionario económico financiero, Tercera edición 2006, Editorial Sello.
- ✓ FERNÁNDEZ ARENA JOSÉ ANTONIO; Introducción a la administración, Quinta Edición, México 1977.

- ✓ GUZMÁN VALVIDA ISACC; La Sociología de la empresa, Editorial México, México 1967.
- ✓ HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ ABRAHAM, HERNÁNDEZ VILLALOBOS ABRAHAM, HERNÁNDEZ SUAREZ ALEJANDRO; Problemario de matemáticas financieras. Thompson editores S.A de C.V. 2000
- ✓ HINOJOSA JORGE ARTURO; Evaluación económico-financiera de Proyectos de Inversión, Editorial Trillas, Primera Edición julio 2000.
- ✓ LECHUGA SANTILLAN EFRAÍN; Fisco nominas, Editorial Isef, México 2011
- ✓ MASSIE JOSEPH L; Bases esenciales de la administración, Editorial Diana, México 1973.
- ✓ MÉNDEZ MORALES JOSÉ SILVESTRE; Economía y la empresa, Editorial Mc Graw Hill, México D.F.
- ✓ MERCADO H. SALVADOR; Administración de pequeñas y medianas empresas, Editorial, Pac, México D.F.
- ✓ MIRANDA MIRANDA JUAN JOSÉ, Gestión de proyectos evaluación financiera-económica, Quinta edición enero 2005, Editorial Guadalupe Ltda.
- ✓ MONDINO DIANA Y PENDAS EUGENIO; Finanzas para empresas competitivas, ediciones Granicas S.A. 2005.
- ✓ MONTESINOS JULVE VICENTE; Introducción a la contabilidad financiera cuarta edición 2007, editorial Ariel S.A de C.V.
- ✓ MORA ESQUEDA ALBERTO; Yo vi nacer un volcán, Novoa editorial, S.A de C.V. 1988.

- ✓ MÜCH GALINDO LOURDES; Fundamentos de administración, Editorial Trillas, México 2009.
- ✓ ORIOL AMAT; Comprender la contabilidad y las finanzas, Tercera edición, Gestión 2000.
- ✓ ORTEGA CASTRO ALFONSO; Introducción a las finanzas, Mc Graw- Hill interamericano, Segunda edición 2008.
- ✓ REYES PONCE AGUSTIN; Administración de empresas, Editorial Limusa, México 1973.
- ✓ ROJAS MEDINA RICARDO ALFREDO; Sistema de costos un proceso para su implementación, Primera Edición 2007, Universidad Nacional de Colombia.
- ✓ SAPAG CHAIN NASSIR; Criterios de evaluación de proyectos, Series Mc Graw Hill de Management, 1993.
- ✓ SAPAG CHAIN NASSIR; Proyecto de inversión formulación y evaluación, Primera edición 2007, Pearson educación de México.
- ✓ SAPAG CHAIN REINALDO; Preparación y evaluación de proyectos, Mc Graw Hill Interamericana, Cuarta edición, 2003.
- ✓ SCALAN K. BURT; Principios de la dirección y conducta organizacional, Editorial limusa, México 1978.
- ✓ SOLDEVILLA GARCIA PILAR; CORDOBES MADUEÑO MAGDALENA; Manual de contabilidad de gestión para empresas franquiciadoras y de retail, Editorial Profit 2008.
- ✓ STONER FREEMAN GILBERT JR; Administración, Sexta edición 1996, Editorial Assistant.

- ✓ TERRY GEORGE ROBERT; Principios de administración, Editorial Cecsca, México 1968.
- ✓ VELEZ PAREJA IGNACIO ANTONIO; Decisiones de inversiones para la valoración financiera de los proyectos y empresas, Editorial Pontificia Universidad Javeriana., quinta edición 2006.
- ✓ VILLA CASE MARÍA; Café amargo, segunda edición 1999, Editorial Icaria.

PÁGINAS DE INTERNET CONSULTADAS

- ✓ www.cafelafuente.com.mx
- ✓ www.plantasparacurar.com
- ✓ www.cafeimperial.com
- ✓ www.suracapulco.com.mx
- ✓ www.conocimientosweb.net
- ✓ www.definicionabc.com
- ✓ www.fondopyme.gob.mx
- ✓ www.sat.gob.mx
- ✓ www.nparangaricutiro.gob.mx
- ✓ www.inegi.gob.mx
- ✓ www.cafebunte.com

ANEXOS

CEDULAS DE VENTAS

CONCEPTO	2014	2015	2016	2017	2018
VENTAS	\$1,835,507.3	\$1,918,105.1	\$2,004,419.8	\$ 2,094,618.7	\$2,188,876.6
IVA POR PAGAR	\$ 293,681.1	\$ 306,896.8	\$ 320,707.1	\$ 335,139.0	\$ 350,220.2

COMPRAS

CONCEPTO	TOTAL	PRECIO SIN IVA	IVA	CONCEPTO	TOTAL SIN IVA
Vino	\$33,981.88	\$29,294.72	\$4,687.16		
Cerveza	\$25,640.00	\$22,103.45	\$3,536.55		
Verduras				Verduras	\$6,000.00
Frutas				Frutas	\$6,000.00
Desechables	\$4,000.00	\$3,448.28	\$ 551.72		
Alimentos y despensa				Alimentos y despensa	\$7,000.00
TOTAL	\$63,621.88	\$54,846.44	\$8,775.43	TOTAL	\$19,000.00
<u>TOTALES</u>	<u>\$763,462.50</u>	<u>\$658,157.33</u>	<u>\$105,305.17</u>		<u>\$228,000.00</u>

Compras T. sin IVA	\$886,157.33
Compras T. con IVA	\$991,462.50
IVA	\$105,305.17

AÑO 2 COMPRAS

AUMENTO DEL 4.5% ANUAL	MENSUAL	ANUAL	SIN IVA	IVA	TOTAL
	\$2,862.98	\$34,355.81	\$29,617.08	\$4,738.73	\$34,355.81
	\$63,621.88	\$763,462.50	\$658,157.33	\$105,305.17	\$763,462.50
	\$66,484.86	\$797,818.31	\$687,774.41	\$110,043.91	\$797,818.31

AÑO 2 COMPRAS SIN IVA

AUMENTO DEL 4.5% ANUAL	MENSUAL	ANUAL	TOTAL COMPRAS SIN IVA	TOTAL COMPRAS
	\$855.00	\$10,260.00		
	\$19,000.00	\$228,000.00		
	\$19,855.00	\$238,260.00	\$926,034.41	\$1,036,078.31

AÑO 3 COMPRAS

AUMENTO DEL 4.5% ANUAL	MENSUAL	ANUAL	SIN IVA	IVA	TOTAL
	\$2,991.82	\$35,901.82	\$30,949.85	\$4,951.98	\$35,901.82
	\$66,484.86	\$797,818.31	\$687,774.41	\$110,043.91	\$797,818.31
	\$69,476.68	\$833,720.14	\$718,724.26	\$114,995.88	\$833,720.14

AÑO 3 COMPRAS SI IVA

AUMENTO DEL 4.5% ANUAL	MENSUAL	ANUAL	TOTAL COMPRAS SIN IVA	TOTAL COMPRAS
	\$893.48	\$10,721.70		
	\$19,855.00	\$238,260.00		
	\$20,748.48	\$248,981.70	\$967,705.96	\$1,082,701.84

AÑO 4 COMPRAS

AUMENTO DEL 4.5% ANUAL	MENSUAL	ANUAL	SIN IVA	IVA	TOTAL
	\$3,126.45	\$37,517.41	\$32,342.59	\$5,174.81	\$37,517.41
	\$69,476.68	\$833,720.14	\$718,724.26	\$114,995.88	\$833,720.14
	\$72,603.13	\$871,237.54	\$751,066.85	\$120,170.70	\$871,237.54

AÑO 4 COMPRAS SIN IVA

AUMENTO DEL 4.5% ANUAL	MENSUAL	ANUAL	TOTAL COMPRAS SIN IVA	TOTAL COMPRAS
	\$933.68	\$11,204.18		
	\$20,748.48	\$248,981.70		
	\$21,682.16	\$260,185.88	\$1,011,252.7	\$1,131,423.42

AÑO 5 COMPRAS

AUMENTO DEL 4.5% ANUAL	MENSUAL	ANUAL	SIN IVA	IVA	TOTAL
	\$3,267.14	\$39,205.69	\$33,798.01	\$5,407.68	\$39,205.69
	\$72,603.13	\$871,237.54	\$751,066.85	\$120,170.70	\$871,237.54
	\$75,870.27	\$910,443.23	\$784,864.86	\$125,578.38	\$910,443.23

AÑO 5 COMPRAS SI IVA

AUMENTO DEL 4.5% ANUAL	MENSUAL	ANUAL	TOTAL COMPRAS SIN IVA	TOTAL COMPRAS
	\$975.70	\$11,708.36		
	\$21,682.16	\$260,185.88		
	\$22,657.85	\$271,894.24	\$1,056,759.1	\$1,182,337.47

CÉDULAS GASTOS DE VENTA

CONCEPTO	ANUAL	TOTAL	SIN IVA	IVA
Licencia Municipal	\$1800	\$150.00	\$150.00	
Permiso de vino	\$9000	\$750.00	\$750.00	
Predial	\$1200	\$100.00	\$100.00	
Luz	\$12,000.00	\$1,000.00	\$862.07	\$137.93
Teléfono e internet	\$4,800.00	\$400.00	\$344.83	\$55.17
Publicidad y Propaganda	\$48,000.00	\$4,000.00	\$3,448.28	\$551.72
Agua	\$900.00	\$75.00	\$75.00	
Tele cable	\$1,860.00	\$155.00	\$133.62	\$21.38
Gas 490 Litros*6.03 =3000	\$35,456.40	2954.7	\$2,547.16	\$407.54
Gasolina	\$60,000.00	\$5,000.00	\$4,310.34	\$689.66
Contador	\$30,000.00	\$2,500.00	\$2,155.17	\$344.83
TOTAL ANUAL	\$205,016.40	\$17,084.70	\$178,517.59	\$26,498.81

AÑO 2

AUMENTO DEL 4.5% ANUAL	MENSUAL	ANUAL	SIN IVA	IVA	TOTAL
	\$768.81	\$9,225.74	\$7,953.22	\$1,272.52	\$9,225.74
	\$17,084.70	\$205,016.40	\$178,517.59	\$26,498.81	\$205,016.40
	\$17,853.51	\$214,242.14	\$186,550.88	\$27,691.26	\$214,242.14

AÑO 3

AUMENTO DEL 4.5% ANUAL	MENSUAL	ANUAL	SIN IVA	IVA	TOTAL
	\$803.41	\$9,640.90	\$8,311.12	\$1,329.78	\$9,640.90
	\$17,853.51	\$214,242.14	\$186,550.88	\$27,691.26	\$214,242.14
	\$18,656.92	\$223,883.03	\$194,945.67	\$28,937.37	\$223,883.03

AÑO 4

AUMENTO DEL 4.5% ANUAL	MENSUAL	ANUAL	SIN IVA	IVA	TOTAL
	\$839.56	\$10,074.74	\$8,685.12	\$1,389.62	\$10,074.74
	\$18,656.92	\$223,883.03	\$194,945.67	\$28,937.37	\$223,883.03
	\$19,496.48	\$233,957.77	\$203,718.22	\$30,239.55	\$233,957.77

AÑO 5

AUMENTO DEL 4.5% ANUAL	MENSUAL	ANUAL	SIN IVA	IVA	TOTAL
	\$877.34	\$10,528.10	\$9,075.95	\$1,452.15	\$10,528.10
	\$19,496.48	\$233,957.77	\$203,718.22	\$30,239.55	\$233,957.77
	\$20,373.82	\$244,485.87	\$212,885.54	\$31,600.33	\$244,485.87

CEDULAS DE GASTOS DE ADMINISTRACIÓN

CONCEPTO	ANUAL	TOTAL	IVA	SIN IVA
Teléfono e internet	\$2,400.00	\$200.00	\$27.59	\$172.41
Luz	\$2,400.00	\$200.00	\$27.59	\$172.41
Papelería	\$24,000.00	\$2,000.00	\$275.86	\$1,724.14
TOTAL ANUAL	<u>\$28,800.00</u>	<u>\$28,800.00</u>	<u>\$3,972.41</u>	<u>\$24,827.59</u>

AÑO 2

AUMENTO DEL 4.5% ANUAL	MENSUAL	ANUAL	SIN IVA	IVA	TOTAL
	\$108.00	\$1,296.00	\$1,117.24	\$178.76	\$1,296.00
	\$2,400.00	\$28,800.00	\$24,827.59	\$3,972.41	\$28,800.00
	\$2,508.00	\$30,096.00	\$25,944.83	\$4,151.17	\$30,096.00

AÑO 3

AUMENTO DEL 4.5% ANUAL	MENSUAL	ANUAL	SIN IVA	IVA	TOTAL
	\$90.00	\$1,080.00	\$931.03	\$148.97	\$1,080.00
	\$2,508.00	\$30,096.00	\$25,944.83	\$4,151.17	\$30,096.00
	\$2,598.00	\$31,176.00	\$26,875.86	\$4,300.14	\$31,176.00

AÑO 4

AUMENTO DEL 4.5% ANUAL	MENSUAL	ANUAL	SIN IVA	IVA	TOTAL
	\$58.32	\$699.84	\$603.31	\$96.53	\$699.84
	\$2,598.00	\$31,176.00	\$26,875.86	\$4,300.14	\$31,176.00
	\$2,656.32	\$31,875.84	\$27,479.17	\$4,396.67	\$31,875.84

AÑO 5

AUMENTO DEL 4.5% ANUAL	MENSUAL	ANUAL	SIN IVA	IVA	TOTAL
	\$48.60	\$583.20	\$502.76	\$80.44	\$583.20
	\$2,656.32	\$31,875.84	\$27,479.17	\$4,396.67	\$31,875.84
	\$2,704.92	\$32,459.04	\$27,981.93	\$4,477.11	\$32,459.04

CEDULA DEL IVA POR PAGAR

	2014	2015	2016	2017	2018
IVA TRASLADADO					
VENTAS	\$293,681.17	\$306,896.82	\$320,707.18	\$335,139.00	\$350,220.26
IVA ACREDITABLE					
COMPRAS	\$105,305.17	\$110,043.91	\$114,995.88	\$120,170.70	\$125,578.38
GASTOS VENTA	\$26,498.81	\$27,691.26	\$28,937.37	\$28,937.37	\$31,600.33
GASTOS ADMÓN.	\$3,972.41	\$4,151.17	\$4,300.14	\$4,396.67	\$4,477.11

ACTIVOS	\$ 69,771.31	\$ 0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
CONSTRUCCIONES	\$110,344.83	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
TOTAL	<u>\$315,768.41</u>	<u>\$141,886.34</u>	<u>\$148,233.39</u>	<u>\$153,504.73</u>	<u>\$161,655.81</u>
IVA A FAVOR	<u>\$22,087.24</u>				
IVA POR PAGAR	-	<u>\$165,010.49</u>	<u>\$172,473.79</u>	<u>\$181,634.27</u>	<u>\$188,564.44</u>

NOMINA ANUAL

Empleados	Sueldo diario	Semanal	Mensual	Anual
Gerente general	\$220.00	\$1,540.00	\$6,600.00	\$78,540.00
Cajera	\$90.00	\$630.00	\$2,700.00	\$32,130.00
Cocinera	\$110.00	\$770.00	\$3,300.00	\$39,270.00
Ayudante de cocina	\$80.00	\$560.00	\$2,400.00	\$28,560.00
Mesero	\$85.00	\$595.00	\$2,550.00	\$30,345.00
Mesero	\$85.00	\$595.00	\$2,550.00	\$30,345.00
Mesero	\$85.00	\$595.00	\$2,550.00	\$30,345.00
Barman	\$120.00	\$840.00	\$3,600.00	\$42,840.00
Mesero	\$85.00	\$595.00	\$2,550.00	\$30,345.00
Intendente	\$70.00	\$490.00	\$2,100.00	\$24,990.00
Total	\$1,030.00	\$7,210.00	\$30,900.00	\$367,710.00

EMPLEADOS	SUELDO DIARIO	ANUAL	PRIMA DOMINICAL.	VACACIONES
Gerente General	\$220.00	\$78,540.00	\$2,860.00	\$1,320.00
Cajera	\$90.00	\$32,130.00	\$1,170.00	\$540.00
Cocinera	\$110.00	\$39,270.00	\$1,430.00	\$660.00
Ayudante. de Cocina	\$80.00	\$28,560.00	\$1,040.00	\$480.00
Mesero	\$75.00	\$26,775.00	\$975.00	\$450.00
Mesero	\$75.00	\$26,775.00	\$975.00	\$450.00
Mesero	\$75.00	\$26,775.00	\$975.00	\$450.00
Barman	\$120.00	\$42,840.00	\$1,560.00	\$720.00
Mesero	\$75.00	\$26,775.00	\$975.00	\$450.00
Intendente	\$70.00	\$24,990.00	\$910.00	\$420.00
Total	\$990.00	\$353,430.00	\$12,870.00	\$5,940.00

PRIMA. VACACIONAL	AGUINALDO	SUBSIDIO	TOTAL
\$550.00	\$3,300.00	0	\$86,570.00
\$225.00	\$1,350.00	\$3,093.25	\$38,508.25
\$275.00	\$1,650.00	\$2,525.62	\$45,810.62
\$200.00	\$1,200.00	\$3,211.06	\$34,691.06
\$187.50	\$1,125.00	\$3,113.25	\$32,625.75
\$187.50	\$1,125.00	\$3,113.25	\$32,625.75
\$187.50	\$1,125.00	\$3,113.25	\$32,625.75
\$300.00	\$1,800.00	\$2,011.54	\$49,231.54
\$187.50	\$1,125.00	\$3,113.25	\$32,625.75
\$175.00	\$1,050.00	\$3,474.50	\$31,019.50
\$2,475.00	\$14,850.00	\$26,768.98	\$416,333.98

CEDULA DEDUCCIONES Y NETO A PAGAR

EMPLEADOS	SUELDO DIARIO	ISR	IMSS	TOTAL	NETO A PAGAR
Gerente General	\$220.00	\$3,493.02	\$3,670.01	\$7,163.03	\$79,406.97
Cajera	\$90.00	\$3.89	\$1,596.53	\$1,600.42	\$36,907.83
Cocinera	\$110.00	\$39.18	\$1,770.00	\$1,809.18	\$44,001.44
Ayudante de Cocina	\$80.00	\$0.00	\$1,099.14	\$1,099.14	\$33,591.92
Mesero	\$75.00	0	\$1,206.82	\$1,206.82	\$31,418.93
Mesero	\$75.00	0	\$1,206.82	\$1,206.82	\$31,418.93
Mesero	\$75.00	0	\$1,206.82	\$1,206.82	\$31,418.93
Barman	\$120.00	\$62.78	\$2,011.39	\$2,074.16	\$47,157.38
Mesero	\$75.00	0	\$1,206.82	\$1,206.82	\$31,418.93
Intendente	\$70.00	0	\$1,126.37	\$1,126.37	\$29,893.14
Total	\$990.00	\$3,598.87	\$16,100.71	\$19,699.58	\$396,634.39

CEDULA SEGURIDAD SOCIAL PATRÓN

CONCEPTO	PATRON MENSUAL			PATRON ANUAL			PAGO ANUAL
	IMSS	SAR	INFONAVIT	IMSS	SAR	INFONAVIT	TOTAL
Gerente	\$516.90	\$355.27	\$344.92	\$6,202.77	\$4,263.18	\$4,139.01	\$14,604.9
Cajera	\$358.71	\$145.34	\$141.10	\$4,304.53	\$1,744.03	\$1,693.23	\$7,741.79
Cocinera	\$383.05	\$177.63	\$172.46	\$4,596.56	\$2,131.59	\$2,069.51	\$8,797.66
Ayud. Cocin.	\$346.54	\$129.19	\$125.42	\$4,158.51	\$1,550.25	\$1,505.10	\$7,213.85

Meseros	\$340.46	\$121.11	\$117.59	\$4,085.50	\$1,453.36	\$1,411.03	\$6,949.88
Meseros	\$340.46	\$121.11	\$117.59	\$4,085.50	\$1,453.36	\$1,411.03	\$6,949.88
Meseros	\$340.46	\$121.11	\$117.59	\$4,085.50	\$1,453.36	\$1,411.03	\$6,949.88
Barman	\$401.30	\$201.86	\$195.98	\$4,815.61	\$2,422.29	\$2,351.74	\$9,589.64
Meseros	\$340.46	\$121.11	\$117.59	\$4,085.50	\$1,453.36	\$1,411.03	\$6,949.88
Intendente	\$334.37	\$113.04	\$109.75	\$4,012.49	\$1,356.47	\$1,316.96	\$6,685.92
TOTAL	\$3,368.33	\$1,493.73	\$1,450.22	\$40,419.9	\$17,924.7	\$17,402.7	\$82,433.3

CEDULA DE SEGURIDAD SOCIAL TRABAJADOR

CONCEPTO	TRABAJADOR MENSUAL			TRABAJADOR ANUAL			PAGO ANUAL
	IMSS	SAR	INFONAVIT	IMSS	SAR	INFONAVIT	TOTAL
Gerente	\$43.11	\$86.23	\$0.00	\$517.38	\$1,034.75	\$0.00	\$1,552.13
Cajera	\$30.00	\$35.28	\$0.00	\$360.00	\$423.31	\$0.00	\$783.31
Cocinera	\$21.56	\$43.11	\$0.00	\$258.69	\$517.38	\$0.00	\$776.07
Ayud. Cocina	\$15.68	\$15.68	\$0.00	\$188.14	\$188.14	\$0.00	\$376.27
Meseros	\$14.70	\$29.40	\$0.00	\$176.38	\$352.76	\$0.00	\$529.14
Meseros	\$14.70	\$29.40	\$0.00	\$176.38	\$352.76	\$0.00	\$529.14
Meseros	\$14.70	\$29.40	\$0.00	\$176.38	\$352.76	\$0.00	\$529.14
Barman	\$24.50	\$48.99	\$0.00	\$293.97	\$587.93	\$0.00	\$881.90
Meseros	\$14.70	\$29.40	\$0.00	\$176.38	\$352.76	\$0.00	\$529.14
Intendente	\$13.72	\$27.44	\$0.00	\$164.62	\$329.24	\$0.00	\$493.86
TOTAL	\$207.36	\$374.31	\$0.00	\$2,488.30	\$4,491.78	\$0.00	\$6,980.08

CEDULA DEL ISR

Límite Superior	\$125,392.56	\$154,811.60	\$189,980.00	\$211,969.30	\$250,970.25
Límite Inferior	\$123,580.21	\$123,580.21	\$123,580.21	\$123,580.21	\$249,243.49
IGUAL	\$1,812.35	\$31,231.39	\$66,399.79	\$88,389.09	\$1,726.76
%	19.94%	19.44%	19.44%	19.44%	21.95%
	\$361.38	\$6,071.38	\$12,908.12	\$17,182.84	\$379.02
Más Cuota Fija	\$13,087.34	\$13,087.44	\$13,087.44	\$13,087.44	\$38,139.60
Total	<u>\$13,448.72</u>	<u>\$19,158.82</u>	<u>\$25,995.56</u>	<u>\$30,270.28</u>	<u>\$38,518.62</u>

CEDULA DEL IETU

IETU	2014	2015	2016	2017	2018
Ingresos	\$1,835,507.32	\$1,918,105.15	\$2,004,419.88	\$2,094,618.77	\$2,188,876.62
Deducciones					
Compras	\$886,157.33	\$926,034.41	\$967,705.96	\$1,011,252.72	\$1,056,759.10
Gastos de Venta	\$178,517.59	\$186,550.88	\$194,945.67	\$233,957.77	\$244,485.87
Gastos de Admón.	\$24,827.59	\$25,944.83	\$26,875.86	\$27,479.17	\$27,981.93
Inversiones	\$505,842.00	\$505,842.00	\$505,842.00	\$505,842.00	\$505,842.00
Total	\$1,595,344.50	\$1,644,372.11	\$1,695,369.48	\$1,778,531.67	\$1,835,068.90
base	\$240,162.82	\$273,733.03	\$309,050.39	\$316,087.11	\$353,807.72
17.50%	\$42,028.49	\$47,903.28	\$54,083.82	\$55,315.24	\$61,916.35
Menos Acreditación de sueldos y salarios	\$3,598.87	\$3,598.87	\$3,598.87	\$4,379.03	\$4,379.03
17.50%	\$629.80	\$629.80	\$629.80	\$766.33	\$766.33
Acreditamiento de Seguridad Social	\$82,433.36	\$82,433.36	\$82,433.36	\$42,014.09	\$42,014.09
17.50%	\$14,425.84	\$14,425.84	\$14,425.84	\$7,352.47	\$7,352.47
Total	\$26,972.85	\$32,847.64	\$39,028.18	\$47,196.45	\$53,797.55
IETU a cargo					
Menos ISR retenido con anterioridad	\$13,448.72	\$19,158.82	\$25,995.56	\$30,270.28	\$38,518.62
Pago Provisionales del IETU	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
IETU A CARGO	\$13,524.13	\$13,688.82	\$13,032.62	\$16,926.17	\$15,278.93

CEDULA DE DEPRECIACIÓN

CONCEPTO	Valor	Años	2014	2015	2016	2017	2018
Edificio	\$800,000.0	20	\$400,000.0	\$80,000.00	\$120,000.0	\$160,000.0	\$200,000.0
Mobiliario y Equipo	\$156,660.0	5	\$ 31,332.0	\$ 62,664.0	\$93,996.00	\$125,328.0	\$156,660.0
Maquinaria	\$ 76,657.0	5	\$ 15,331.4	\$ 30,662.8	\$ 45,994.2	\$ 61,325.6	\$ 76,657.0
Equipo de Computo	\$ 68,500.0	5	\$ 13,700.0	\$ 27,400.0	\$ 41,100.0	\$ 54,800.0	\$ 68,500.0
Equipo de Sonido	\$110,000.0	5	\$ 22,000.0	\$ 44,000.0	\$ 66,000.0	\$ 88,000.0	\$110,000.0
Utensilios de Cocina	\$94,025.0	5	\$ 18,805.0	\$ 37,610.0	\$ 56,415.0	\$ 75,220.0	\$ 94,025.0

Depreciación acumulada	\$501,168.40	\$282,336.80	\$423,505.20	\$564,673.60	\$705,842.00
Depreciación por año	\$501,168.40	\$501,168.40	\$501,168.40	\$501,168.40	\$501,168.40