



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN

CAFETERÍA ORGÁNICA

DISEÑO DE UN SISTEMA O PROYECTO PARA UNA
ORGANIZACIÓN
QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:

LICENCIADO EN CONTADURÍA

PRESENTA: SAMANTHA JARED REYES ESTRADA

ASESOR: MAESTRO TOMÁS ROSALES MENDIETA

MÉXICO D.F. 2014





Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



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.

TABLA DE CONTENIDO

	Página
INTRODUCCIÓN	03
ESTADO DEL ARTE	06
ESTUDIO ADMINISTRATIVO	19
Propuesta de empresa	20
Propuesta de estudio administrativo	22
Evaluación de impacto ecológico	28
ESTUDIO LEGAL	29
ESTUDIO DE MERCADO	32
Encuestas	35
ESTUDIO TÉCNICO	42
ESTUDIO FINANCIERO	54
CONCLUSIONES	60
BIBLIOGRAFÍA	64

INTRODUCCIÓN



CAFETARIANO

INTRODUCCIÓN

Para la culminación de mi licenciatura he decidido realizar el diseño de un proyecto de inversión.

La idea de que el proyecto de inversión sea una cafetería nace del gusto creciente que he tenido de visitar este tipo de establecimientos ya que son lugares generalmente tranquilos y es agradable poder relajarse en estos lugares, los cuales generalmente nos apartan de la realidad tan agitada en la que vivimos.

Es necesario mencionar que en los últimos años la población mexicana se ha visto orillada a adoptar medidas que mejoren su calidad de vida, actualmente mucha gente busca consumir productos más saludables y menos dañinos para su organismo.

Atendiendo a esta necesidad -que es la de mejorar la calidad de los productos que se consumen hoy en día-, aunado a que mi familia me inculcó desde pequeña el vegetarianismo como parte de un estilo de vida “más saludable”, he decidido que el negocio tenga un giro con tendencia “orgánica”, esta característica probablemente atraerá a toda aquella gente que busca opciones distintas a las existentes.

El presente plan de negocio tiene la finalidad de crear una cafetería que al mismo tiempo que da un servicio, ayude a la población mejorar algunos de sus hábitos alimenticios.

De manera específica este trabajo pretende:

- Reunir los análisis necesarios para poder crear una pequeña empresa como lo es una cafetería,
- identificar las tendencias del negocio y preferencias de los consumidores,

- satisfacer la exigencia de mejora en los productos que se consumen de manera cotidiana,
- elaborar un diseño financiero que permita dar prosperidad al negocio.

Para establecer un plan de negocio es necesario desarrollar cuatro estudios: estudio administrativo, técnico, de mercado y financiero.

El estudio administrativo tuvo el objetivo de establecer el correcto funcionamiento de la organización; mientras que el estudio técnico nos ayuda a determinar los recursos necesarios y las especificaciones para producir los productos que ofreceremos al mercado incluí una evaluación de impacto ecológico para asegurarnos de minimizar o erradicar los efectos negativos que pueda generar esta pequeña empresa.

Hacer un estudio de mercado me ayudó para conocer cuáles son las expectativas de la gente que vive o transita cerca del local en donde se ubicará la cafetería. Se muestra la demanda del mercado al cual se desea proveer de los productos y el servicio, así como, las tendencias y comportamientos de consumo, gustos, preferencias y necesidades de nuestros potenciales clientes.

El estudio financiero permite determinar los recursos necesarios para realizar la inversión. Se detalla el costo de la producción, la inversión necesaria, los flujos de efectivo y los indicadores de evaluación financiera que permitirán establecer prioridades y evaluar la consecución de los objetivos a seguir.

Al utilizar estos estudios adecuadamente pretendo minimizar el riesgo en las operaciones de la organización, manteniendo el plan de operaciones de la misma en unos límites razonables, con esto también se podrán detectar a tiempo algunas lagunas o duplicaciones en las actividades.

Samantha Jared Reyes Estrada

ESTADO DEL ARTE



CAFETARIANO

HISTORIA DEL CAFÉ

No se sabe con exactitud el momento en que una primera persona descubrió los efectos del café y preparó una bebida a partir de las bayas, pero se cuentan variadas historias sobre su origen.

En investigaciones que han hecho algunos historiadores descubrieron que el café ya se utilizaba en el año 300 en la provincia de Kaffa en Abisinia, lo que hoy es Etiopia¹. En un inicio masticaban las hojas o las hervían junto con sus frutos, de ahí, elaboraban vino con la pulpa fermentada y la cascarilla seca, pero fue hasta el siglo XV cuando se empezó a tostar y tomar como infusión. Se dice que, alrededor del año 1000, se utilizaba al café como un medicamento.

También se menciona que los hombres primitivos, imitaban las costumbres de algunos animales y notaron cómo algunas plantas los atraían y las consumían. Esta puede ser una justificación para que desde muy tempranas épocas de la historia, el hombre masticara café.

Otra versión menciona que todo comenzó por una cabra, según cuenta la leyenda, un pastor de cabras llamado Kaldi de origen etíope que vivió en el siglo IX, notó que la cabra tenía más energía después de comer las semillas y preparó y bebió la cocción hecha con los granos de café, comprobando su efectividad para ese fin. Cabe mencionar que algunos frutos maduros del café son de sabor dulce y las sustancias estimulantes que contienen generan sensación de bienestar para quien las consume.

Los etíopes consumían el café como estimulante y disipador del sueño y además de que lo ocupaban en ocasiones para aguantar las largas ceremonias religiosas².

¹ CORTIJO, José Daniel “La historia del café” edición digital. <http://www.josedanielcortijo.com/cafe.pdf>

² CORTIJO, José Daniel “La historia del café” edición digital. <http://www.josedanielcortijo.com/cafe.pdf>

Una leyenda que surgió de Arabia, habla de Mahoma -el profeta nacido en La Meca-, se cuenta que un día, Alá vio a su profeta apenado por la indolencia humana, atribulado por la gran cantidad de tareas y problemas por resolver, entonces le envió al arcángel Gabriel con un regalo que lo animaría y le daría consuelo, se trataba de una bebida "negra como la piedra negra de la Kaaba".

En algunas tribus africanas, que conocían el café desde la antigüedad, le daban dos utilidades primordiales, la primera es que molían los granos y elaboraban una pasta para alimentar a los animales y la segunda es que la daban a sus guerreros para aumentar sus fuerzas.

El cultivo de café se extendió hacia Arabia, probablemente fue trasladado por los prisioneros de guerra y en donde se popularizó aprovechando la prohibición del alcohol por el Islam. En Yemen surgió primer cultivo sistemático de café en unos jardines en forma de terrazas, se considera que con la peregrinación islámica a la Meca y Medina el uso del café se propagó al Oriente Próximo.

Se tiene conocimiento de que el primer texto registrado acerca del uso del café, está fechado en el siglo X y fue escrito por un médico árabe llamado Rhazes en donde él dice que el café funciona de una manera medicinal y como estimulante.

Otro texto antiguo que hace referencia al café, surgió a principios del siglo XV, es el llamado "The Success of Coffee" (El éxito del café), escrito por un hombre originario de la Mecca llamado Abu-Bek.

Algunos datos arqueológicos con los que disponemos en la actualidad sugieren que el café no fue "domesticado" antes del siglo XV; esto quiere decir que el largo y complejo proceso de elaboración de la bebida, explica quizá el descubrimiento tardío de las bondades de las semillas del café, que a un inicio fueron poco llamativas.

A la bebida del café se le llamó qahwa que significa vigorizante³. Los efectos del café eran tan efectivos que fue prohibido por los imanes ortodoxos y conservadores en la Meca en 1511 y en El Cairo en 1532, pero la popularidad del producto, en particular entre los intelectuales, impulsó a las autoridades a cancelar el decreto. Se sabe que en el siglo XV, los musulmanes introdujeron la infusión de la semilla de café tostado en Persia, Egipto, África septentrional y Turquía. También se dice que los monjes sufíes de Yemen lo bebían en el siglo XV.

Nunca sabremos quiénes fueron los primeros que descubrieron el café y su modo de preparación, lo que sí es verídico es que los árabes fueron los primeros en descubrir las virtudes y las ventajas económicas del café, desarrollaron todo el proceso de cultivo y procesamiento del café, lo guardaron como un secreto y trataron de evitar la extradición de cualquier semilla de café como sucedía con el té o el gusano de seda en China.

LAS CAFETERÍAS

Algunas versiones confirman que la primera cafetería, “Kiva Han”, abrió en 1475 en Constantinopla, lo que hoy conocemos como Estambul.

Tiempo después de la aparición de las primeras cafeterías en Medio Oriente, éstas se extendieron por los Balcanes, y llegaron a Europa a través del Reino de Hungría pues éste era el mediador entre el Imperio Otomano y el Imperio Germánico.

A partir de principios del siglo XVII el café creció en popularidad con gran rapidez.

El café resultó especialmente reprobado por los protestantes. Ya en 1611, algunos terratenientes alemanes intentaron prohibir su difusión. Esta veda permaneció durante al menos un siglo en el norte y este de Alemania, hasta que Federico II de Prusia despenalizó su uso sometiéndolo a un fuerte impuesto. El malestar ante el café prosigue en el norte de Europa hasta bien entrado el siglo XIX.

³ http://www.delbuencomer.com.ar/index_archivos/historiadelfe.htm

La primera cafetería en Europa estuvo situada en Venecia, Italia la cual abrió en el año de 1645 cortesía del comerciante Veneciano Pietro Della Valle y pronto aparecieron más cafeterías, sobre todo en Italia, Gran Bretaña, Holanda, Francia y Alemania, eran lugares públicos en donde los hombres se reunían, en especial aquellos que pertenecían a círculos de la moda e intelectuales. Inglaterra comenzó a tomar café en 1650 gracias al comerciante Daniel Edwards, quien fue el primero que abrió un establecimiento de venta de café en aquél lugar.

El café llegó a Francia a través del Puerto de Marsella. En 1660 algunos comerciantes de ese puerto quienes sabían del café, decidieron llevar unos cuantos sacos desde Egipto y en 1661 la primera tienda de café abrió en Marsella.

También la historia señala a Soliman Aga, el embajador de Persia en Paris durante el reinado de Luis XIV, como el primero en introducir el café en la Monarquía y la alta sociedad Francesa.

En 1670 se abrió la primera cafetería en Berlín. Y en París, el café Procope.

El autor, H.J.E. Jacob, afirma que el café como bebida en Europa comienza en Viena, en el año de 1683, con el segundo sitio de esta ciudad por el ejército turco bajo el mando de Kara Mustafá. Cuando los sitiadores incapaces de conquistar la ciudad se retiran dejan abandonados varios sacos de café que los vieneses consumen durante las celebraciones de la victoria acompañándolo de unos bollos de pan vienés en forma de media luna⁴. Según esta historia, tanto el café como los bollos pasarían a Francia llevados por el séquito de la segunda esposa de Napoleón, la princesa austriaca María Luisa de Austria hija del emperador Francisco I de Austria. Convirtiéndose en el café aû lait o café con leche de los franceses y los croissant. Jacob además da crédito a un héroe de la época, Josef Koltschitzky, por abrir el primer "Café" en septiembre 12 de 1683 en el centro de la ciudad de Viena.

Las cafeterías se convirtieron en lugares donde nacieron las ideas liberales, debido a la frecuencia con la que asistían a estos los filósofos y letrados, fueron un

⁴ Heinrich Edward Jacob, "Kaffee"

punto de reunión importante para pensadores de la ilustración Francesa como Rousseau y Voltaire y para revolucionarios como Robbespierre y Marat; cabe mencionar que aún siguen siendo puntos de reunión para los pensadores actuales⁵.

El café alcanza su completa aceptabilidad social en el siglo XVIII.

A comienzos del siglo XVIII, los holandeses extendieron el cultivo del café hasta Indonesia; los franceses llevaron algunas plantas a Martinica, mientras que los españoles, por su parte, comenzaron a introducir plantaciones en el Caribe, América Central y Brasil.

En 1734, Johann Sebastian Bach compuso su Cantata del café.

Las primeras referencias sobre la llegada del cafeto a América datan del siglo XVIII, tras recibir el rey Luis XIV de Francia unas plantas de café como regalo del municipio de Ámsterdam que se conservaban en los invernaderos reales⁶.

Posteriormente, los portugueses introdujeron la primera plantación de café en Brasil en 1727; más tarde los ingleses hicieron lo propio en Jamaica y Cuba, y a Colombia las semillas fueron llevadas desde las Antillas Francesas y los primeros cultivos en pequeña escala se registraron en los últimos tiempos coloniales, sobre todo en el departamento del Magdalena en 1785⁷; las plantaciones colombianas a mediana escala se registraron a partir de 1808.

Cuando el café llegó las colonias estadounidenses, no tuvo tanto éxito como había tenido en Europa, ya que los colonos lo veían como un pobre sustituto del alcohol. Sin embargo, durante la Guerra de la Independencia, la demanda de café aumentó hasta el punto de escasear y tener que subir precios drásticamente; parte de ello se debió a la disponibilidad reducida de té de los mercaderes británicos. Tales acontecimientos aunados la tecnología para la elaboración de la bebida cimentó la posición del café como un producto diario en Estados Unidos.

⁵ PLAZA Miranda, Fabián "Diplomacia tomando café"

⁶ DELGADO, Carlos "El libro del Café"

⁷ MONJE Pulido Camilo Andrés, "Los cafés de Bogotá"

En México, es probable que se haya introducido por Cuba en 1790. Las primeras plantaciones fueron establecidas en Veracruz en 1817, extendiéndose su cultivo por el litoral del Golfo de México y desde entonces se ha creado una cultura de esta bebida.

La llegada del café a Nicaragua se produce entre 1844 y 1848, siendo el último país de Centroamérica en iniciarse en esta actividad.

En el año 1900 la firma "Hermanos Hill" comienza a envasar al vacío café tostado. Este hecho acelera el fracaso de múltiples tostadoras locales.

El café soluble "instantáneo" data de 1901 y su inventor es el químico americano de origen japonés Satori Kato.

Durante la década de los 20, debido a la prohibición de las bebidas alcohólicas, el consumo de café se disparó en los Estados Unidos. Aunque en 1940 la prohibición había sido levantada, ese año los Estados Unidos importaron el 70% de toda la producción mundial. Durante la II Guerra Mundial, los soldados norteamericanos recibían café en sus raciones de campaña junto con leche condensada y chocolate.

1938, la firma Nestlé desarrolla su producto "Nescafé" y lo introduce en Suiza.

EL CAFÉ EN LA ACTUALIDAD

Las últimas décadas han venido marcadas en el sector cafetalero por cambios acelerados en las formas de consumir café alrededor del mundo. Un aromático tradicionalmente cultivado y comercializado por siglos, logra conquistar al sector gourmet o de especialidad no sólo en café verde sino en taza. Este movimiento a consumos de cafés de alta calidad es demandado por los países consumidores y productores alrededor del mundo. El consumo de café en los países productores ha venido creciendo en los últimos años, encontrando un aumento del 3.9% entre 2004 y 2008. Brasil se ha convertido en el segundo país

que más consume café con más de 17.5 millones de sacos, según datos de la OIC.

Actualmente un modelo a seguir para las cafeterías es Starbucks, ya que desde su apertura en 1984, marcó un parteaguas en la forma de consumir café en los Estados Unidos. La gente, acostumbrada a beber café “precolado” con deficiencias en preparado se dio paso a una preparación más artesanal y con mejores granos, y mejores técnicas de preparado aunado una interacción más personalizada con el cliente.

Para el año de 1995, Starbucks abría una nueva tienda cada día en los Estados Unidos. En 1996 apertura su primera tienda en Tokio, Japón; con lo que inicia su expansión a nivel internacional. En el año de 2002 Starbucks llega a México y se espera que cierre el 2010 con 300 puntos de venta en todo el país, según su Director General, Gerardo Rojas.

Las Cafeterías Gourmet ó de Especialidad aparecen en México en el año de 1994. Jóvenes emprendedores no dedicados al café vieron el potencial de éste negocio ya floreciente en Estados Unidos

Las estadísticas muestran que el consumo de café expreso en Mexico ha aumentado del 2002 al 2009 de un 14.48% al 29.39% sobre todo el café consumido en la calle. El consumidor está cambiando del café tradicional por bebidas de café de especialidad como lattés ó cafés frappeados aunque aún está muy arraigada la costumbre de beber café soluble

Algunas Compañías como Coca Cola y Unilever entraron al sector de cafeterías en sus tiendas de conveniencia ó helados. Con una clientela cautiva lograron con éxito desarrollar su concepto de stand de café complementando su oferta. De la misma forma muchas asociaciones de productores han empezado a desarrollar sus conceptos con la finalidad de llegar al consumidor final y evitarse el intermediarismo.

Hoy en día el sector gourmet del café mexicano presenta diferentes ofertas y especializaciones donde se encuentran: productores, tostadores, pequeñas empresas familiares, franquicias nacionales, extranjeras, grandes conglomerados (heladerías, pastelerías, tiendas de conveniencia, cinemas, etc).

Los principales problemas a los que se enfrentan los establecimientos dedicados a la venta del café en el país son: el hábito de consumo de los connacionales es reciente, el arraigo a el consumo de café soluble y bebidas carbonatadas, la calidad de café disponible en el mercado no siempre es la mejor y la diferencia en precios tan marcada en su concepto.

Las Cafeterías en el país representan un sector dinámico y en crecimiento, que ha sufrido muchos cambios desde sus inicios y que sigue madurando. Exigiendo desde el último eslabón de la cadena mejoras en tostado, en procesos, en manejo de granos y en prácticas de cultivo. Se puede decir que estos negocios han contribuido para:

1. Cambiar la calidad del café consumido en el país.- el consumidor nacional encuentra hoy en día una oferta de mejor calidad en café en grano. Ya que se reinventó la forma de degustarlo. Al pertenecer a un sector gourmet, sus clientes son cada día más conocedores y exigentes, lo que conlleva a una especialización para mantener su confianza y preferencia. Aún las tiendas de conveniencia ofertan al consumidor final cafés de mejor calidad y preparado.
2. Han Implementado Mayores Cuidados en el Preparado de la Bebida.- mejorando los métodos de preparado, las dosificaciones, los tiempos de extracción, la calidad de agua, temperaturas, tiempos y equipos. Mejores cuidados en el manejo del producto en empaque, tueste, molido y almacenado.
3. Dan atención personalizada e individualizan la taza.- el cliente tiene la oportunidad de escoger entre muchas opciones y así mismo diseñar o definir en gran medida su bebida. El barista prepara en forma individual la taza de cada cliente imprimiéndole una parte artesanal y única.

4. Crean un mercado alternativo al productor.- quien sólo miraba al intermediario o el mercado externo como la vía de obtención de mejores precios para su producto.
5. Son lugares de Intercambio Social.- el uso de las computadoras, i-pods, celulares, Internet, cable, etc., hace al ser humano estar más comunicado y conocedor de lo que ocurre en el mundo pero al mismo tiempo lo aísla de su entorno inmediato. Las cafeterías son de los pocos lugares donde la gente joven puede socializar sanamente (en las Barras de Café Gourmet en México no se sirven bebidas alcohólicas).
6. Han captado nuevos consumidores de café.- Las barras han capturado el sector joven de México a ésta bebida, creando nuevos hábitos de consumo con el esfuerzo cotidiano de los baristas por influenciar la decisión de sus comensales.
7. Han sido el pilar para aumentar el consumo de café en grano en el país.
8. Son un sector dinámico al Ofrecer una amplia gama de bebidas y novedades.- al ser un negocio dirigido a la gente joven, las barras de café gourmet ofrecen una gama extensa de bebidas que van desde los espressos hasta las bebidas sin café como smoothies ó té.
9. Educan al Consumidor sobre el Café.- El consumidor actual está más expuesto a las cafeterías gourmet, en su misma colonia puede haber entre 4 ó 5 de donde escoger, en colonias tradicionalmente cafeteras arriba de 20. Se ha vuelto común la palabra cappuccino, latté, café de altura, orgánico, etc.
10. Crearon la profesión del Barista.- Las cafeterías han creado y capacitado a su propio personal en el manejo de la máquina de espresso y preparación de bebidas. El Barista resulta ser la persona más importante en estos negocios, que tiene un vínculo directo con el consumidor final y muchas veces la razón por la que el cliente regresa.
11. Inyectan al sector de Gente más Profesional y comprometida con el grano.- Los baristas se han integrado a la industria para brindarle más dinamismo y profesionalización, se han vinculado con otras etapas del proceso, y han

adquirido un conocimiento más profundo del grano. En muchos de ellos el compromiso social con los productores ha empezado a madurar.

Las cafeterías en México han pasado por un crecimiento continuo y se han adecuado a las necesidades de su mercado. Se han diferenciado de sus competidores más tradicionales (restaurantes y cafeterías generales) y de los más nuevos (tiendas de conveniencia).

Se han especializado en el sector de bebidas y lo que parecía ser un negocio de moda se ha llegado a consolidar como una alternativa de negocios y un flujo de dinero a los diversos sectores de la cadena cafetalera. Forzando ésta a mejorar localidad y proceso del café para aspirar llegar a ese mercado. Las cafeterías han abierto una opción de encuentro para la gente joven, han creado consumidores enganchados que irán creciendo con ellas y evolucionando en su forma de apreciar éste grano.

En

Resumen:

Las tendencias de consumo de café en México se han visto afectadas ampliamente por la aparición de Cafeterías Gourmet, han creado un consumidor más conocedor y exigente, han aumentado el consumo de café en grano tostado y molido, y han acercado el producto a las nuevas generaciones tomadas en su totalidad por las bebidas carbonatadas y café soluble.

Los Retos para los próximos años

- Cada vez será más difícil y caro encontrar cafés de calidades especiales en el mercado. La demanda de cafés especiales a nivel mundial ha venido aumentando, en especial por el incremento en consumo en los países productores.

- Toda la cadena productiva del sector cafetalero necesita estar involucrada en garantizar un resultado final de excelencia. Los controles de calidad en cada proceso deberán ser garantizados por quien los ejecute en una forma responsable y profesional.
- La calidad en la taza es una tendencia que se observa no ya solamente en el sector de especialidad, sino también en mercados menos elitistas. Por lo que las existe un compromiso mayor para tener personal capacitado en las técnicas de preparado y conocedor de su grano.
- Aparte de los competidores tradicionales, nuevos integrantes aparecen en el mercado de especialidad: marcas extranjeras, compañías que amplían ó modifican su concepto, grandes corporativos, tiendas de conveniencia, pequeños estanquillos ó misceláneas. Los pequeños competidores tienen que luchar por mantener su identidad y marcar su diferencia en base al conocimiento más profundo del café que manejan.
- Recordar que el mayor consumo de café se hace en casa por lo que las cafeterías deberán incluir en su portafolio de ventas opciones de grano para que el cliente las deguste en casa.
- Competencia con bebidas sustitutas como: agua embotella, bebidas carbonatadas, té y bebidas energéticas; cuyo consumo presenta incrementos mayores que el del café en los últimos años.
- Recordar que el uso de granos de alta calidad no garantiza forzosamente una buena taza de café, hay factores implícitos en los diferentes procesos que determinan su resultado final: tostado, empacado, almacenado molido, extracción y servido.
- Hay muchas personas en el sector que mencionan que la calidad es poco reconocida por la mayor parte de los consumidores, y que el preocuparse por llevar a cabo una profesionalización del sector es costoso y poco práctica. Sin embargo, la búsqueda de la "taza perfecta" y de la "mezcla idónea" en las Cafeterías Gourmet, ha traído un proceso continuo de mejoras en el preparado y el paladar del consumidor.

- La tendencia mundial es la especialización y profesionalización , un mayor conocimiento del equipo que operan, las extracciones que hacen y entender el comportamiento del grano que utilizan cuando lo transforman a taza. Conocer el origen, variedad, nombre del productor, proceso de tostado, perfil de taza y atributos, es decir tener trazabilidad del grano.

ESTUDIO ADMINISTRATIVO



CAFETARIANO

PROPUESTA DE EMPRESA

Ubicado en el corazón de la colonia Roma, Cafetariano será una nueva empresa, dedicada principalmente a la venta de cafés preparados, igualmente en carta tendremos té, snacks y pasteles para acompañar.

El concepto de este negocio se origina al querer ofrecer a nuestros clientes productos 100% orgánicos cultivados por productores mexicanos, así como un ambiente tranquilo en el cual se puedan distraer de sus actividades cotidianas.

Busca posicionarse como una empresa reconocida por la excelente calidad de sus productos y al utilizar materia prima nacional apoyaremos a la industria mexicana. Todos nuestros productos provienen de tierras como Chiapas, Veracruz y Oaxaca a excepción del té, que es orgánico pero de origen inglés.

La diferencia entre Cafetariano y las grandes cadenas de cafeterías es que en Cafetariano tenemos un contacto directo con el proveedor y de esa manera se garantiza que nuestros productos estén libres de pesticidas y conservadores que puedan afectar la salud. El consumidor puede tener la confianza de que sólo recibirán los mejores productos.

De la misma manera se pretende ayudar al consumidor a mejorar sus hábitos alimenticios al mostrarle que comer sanamente no significa llenar de restricciones su dieta. Durante el primer año el menú se limitará a cafés y snacks pero conforme crezca el negocio podremos ampliar las opciones culinarias, sin abandonar nuestro objetivo que es: vender cafés.

La clientela que se busca atraer son personas jóvenes entre 20 y 40 años que estén interesados en consumir productos orgánicos y que les agrade un ambiente tranquilo, cómodo y apto para el intercambio de ideas o simplemente para poder relajarse y pasar un rato agradable.

En Cafeteriano se recompensarán las visitas frecuentes por medio de tarjetas donde podrán acumular puntos los cuales se podrán canjear por productos.

PROPUESTA DE ESTUDIO ADMINISTRATIVO

MISIÓN

Ser la mejor cafetería en el mercado local a través del buen servicio y productos elaborados con insumos de excelente calidad y profesionalismo, atendiendo de la misma manera la responsabilidad que tenemos con la ecología.

VISIÓN

Consolidar nuestra empresa como líder en el mercado, aumentar el número de establecimientos y ser parte de la vida cotidiana de nuestros clientes.

OBJETIVOS

Satisfacer la necesidad que tienen nuestros clientes de reunirse, relajarse y consumir productos saludables.

Proporcionar productos de calidad para garantizar que el cliente vuelva.

Ofrecer productos a precios justos para ingresar al mercado de manera más rápida y así incrementar las ventas obteniendo utilidades.

Crear, a partir de nuestro buen servicio y productos, la lealtad de nuestros clientes, propiciando de la misma manera que ellos recomienden nuestra cafetería.

ESTRATEGIAS

Mediante la comparación de ofertas de distintos proveedores y el estudio de la variedad de precios que están en el mercado actual ofrecer nuestro producto a precios accesibles y competitivos.

A través del uso adecuado de los distintos publicitarios podemos llegar a mucha gente, la cual pueden ser potenciales clientes.

Nos distinguiremos por la calidad de nuestros productos, precios accesibles y el agradable ambiente.

Capacitación continua al personal, para que puedan desempeñar adecuadamente cada una de sus actividades.

VALORES

Los valores con los que nos guiamos son el respeto, la lealtad, pasión, liderazgo, honestidad, responsabilidad, dedicación e integridad.

FODA

<p>F Fidelidad del Cliente Localización del local. Materia prima nacional de excelente calidad. Ambiente agradable y acogedor. Precios competitivos</p>	<p>O Variedad de cafés. Variedad de proveedores en la misma localidad. Posibilidad de expandirnos ya que la demanda potencial es amplia.</p>
<p>D Somos una empresa de nueva creación Precios inestables del saco de café en el mercado. Al inicio solo se abastecerá a un sector de la ciudad</p>	<p>A Situación social y política inestable Campañas publicitarias agresivas por parte de competidores actuales. Nuevas marcas o franquicias.</p>

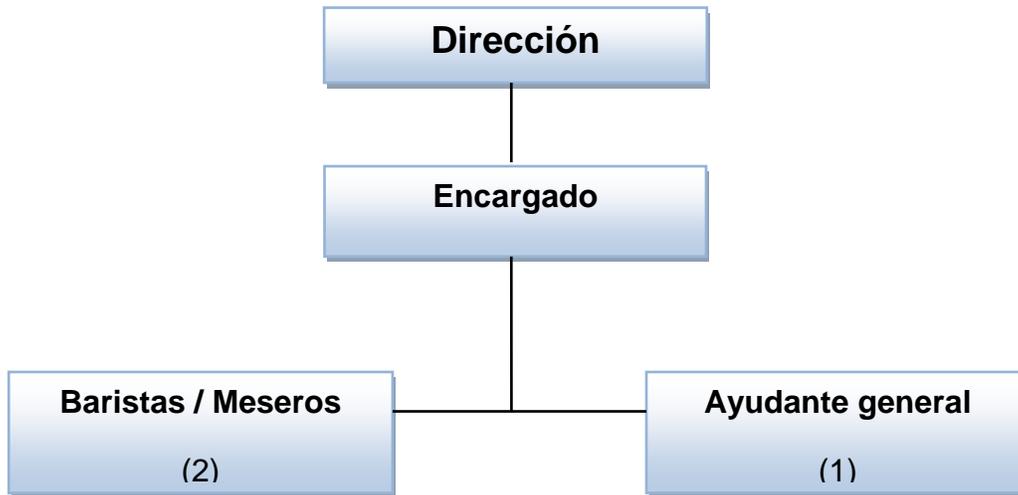
POLÍTICAS

- Atender a los clientes con diligencia y espíritu de servicio.
- Realizar todos los productos con estricta limpieza.
- Mantener limpio el sitio de trabajo.
- Realizar evaluaciones periódicas, permanentes a todos los procesos de la organización.
- Todos los integrantes de la empresa deben mantener un comportamiento ético.
- Los trabajadores deberán ser puntuales y aseados.
- Utilizar siempre productos de óptima calidad
- Reconocimientos al personal por ideas de mejora y/o ahorro para la empresa.
- Cuidar el aspecto del establecimiento.

LOGOTIPO:



ORGANIGRAMA



	Horario	Actividades	Salarios
Dirección	Lunes a Sábado de 9am a 9pm	Actividades contables y administrativas. Contacto con proveedores	\$10,000.00
Encargado (a)	Lunes a Sábado de 9am a 9pm	Atención al cliente Apoyo a las actividades de los baristas Cobro de productos Revisar que haya suficientes insumos	\$8,000.00
Baristas	Lunes a Sábado de 9am a 9pm	Atención a clientes Preparación de bebidas y alimentos Limpieza de las mesas y zona de trabajo	\$6,000.00
Ayudante	Lunes Jueves y Sábados de 7 a 9 pm	Limpieza del local	\$1500.00

PRODUCTOS QUE OFRECEMOS

Así se componen nuestro menú:



ESPRESSO

Extracción del café, de consistencia espesa y superficie cremosa color cobrizo; aroma intenso; textura sedosa. Con sabor característico por su armonía entre lo dulce, ácido y amargo que lo hace interesante al paladar.

El espresso resulta de la extracción de 9 gramos de café molido, para obtener 1 oz de espresso en un rango de 20 a 25 segundos.



CAPUCHINO ITALIANO

Bebida que denota la presencia del espresso, agregando sobre él leche debidamente espumada bajo una técnica que magnifica su dulzor, obteniendo además una textura cremosa y espumosa.

Compuesto por 1 oz de espresso y 5 oz de leche espumada.



LATTE

Palabra italiana que significa leche, de ahí que esta bebida enfatiza el sabor dulce de la leche espumada, con una sutil presencia de espresso.

Compuesto por 1 onza de espresso y de 7 a 8 oz de leche espumada.



MOKA

El perfecto balance de espresso y chocolate, combinados armoniosamente con leche espumada. Esta bebida toma su nombre del puerto Yemení de Moca en Arabia, haciendo referencia al café que ahí se vendía con un marcado sabor a chocolate.

Compuesto de chocolate disuelto en 1 oz de espresso y de 7 a 8 oz de leche espumada.



CHOCOLATE

Bebida realizada con una pasta dulce de chocolate que es disuelta en leche. Compuesto por 1 onza de chocolate y de 7 a 8 oz de leche. La bebida puede ser fría o caliente.



INFUSIONES Y TÉ

Bebida obtenida de las hojas secas, partes de las flores o de los frutos de diversas hierbas aromáticas.



JUGO

Jugo de naranja natural.



SANDWICH DE VEGETALES

Hecho con pan integral y productos de la más alta calidad. Puede ser realizado con champiñón, pimienta, jitomate, aguacate, lechuga, calabaza rallada, espinaca, germinado de alfalfa, queso manchego, queso crema, queso panela y queso de cabra



PAN DULCE

Exquisita variedad de pan dulce, hecha con harina integral e ingredientes 100% orgánicos



PASTELES

Deliciosos pasteles de naranja, chocolate y otros según la temporada.

EVALUACIÓN DE IMPACTO ECOLÓGICO

Para reducir el impacto ecológico, decidí utilizar insumos biodegradables o hechos con productos reciclados.

Los desechables están fabricados con producto 100% reciclado lo que ayuda a reducir la tala de árboles para la producción de vasos y servilletas

Los detergentes que se utilizan son 100% biodegradables fabricados por productores de químicos para la limpieza industrial respaldados por 30 años de experiencia en el área.

Los desechos del café se venderán para composta o para la creación de polímeros biodegradables, lo cual ayuda a reducir los niveles de basura.

ESTUDIO LEGAL



CAFETARIANO

ESTUDIO LEGAL

SOLICITUD ANTE LA SECRETARÍA DE RELACIONES EXTERIORES.

Permiso de constitución de sociedad, proponiendo cinco posibles nombres en orden de preferencia para su aprobación. Esta solicitud de permiso de constitución, deberá presentarse en original y dos copias, con firma original en las tres copias.

Costo: \$565.

Tiempo de trámite: El mismo día si la solicitud se presenta antes de las 11:00 A.M.

PROTOCOLIZACIÓN DEL ACTA CONSTITUTIVA ANTE NOTARIO O CORREDOR PÚBLICO.

Las Sociedades Mercantiles tienen como fundamento legal un contrato de sociedad, en el cual los socios se obligan mutuamente a combinar sus recursos y esfuerzos para la realización de un objetivo común.

Costo: De \$ 5,000 a \$ 8,500.

Tiempo de trámite: De dos a cinco días hábiles.

INSCRIPCIÓN ANTE EL SERVICIO DE ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA.

Costo: Gratuito.

Tiempo de trámite: 60 minutos.

AVISO NOTARIAL A LA SECRETARÍA DE RELACIONES EXTERIORES.

Costo: \$210 (Institución Bancaria).

Tiempo de trámite: Un día hábil.

PRESENTACIÓN ANTE EL REGISTRO PÚBLICO DE LA PROPIEDAD Y DEL COMERCIO.

Costo: Incluido en los honorarios del Notario Público (\$300-\$700).

Tiempo de trámite: Un día hábil.

INSCRIPCIÓN ANTE LA TESORERÍA GENERAL DEL ESTADO.

Costo: Gratuito.

Tiempo de trámite: Inmediato.

SOLICITUD DE USO DE SUELO Y EDIFICACIÓN.

Costo: 6 cuotas por \$240.60.

Tiempo de trámite: De uno a tres meses.

INSCRIPCIÓN ANTE EL INSTITUTO MEXICANO DEL SEGURO SOCIAL (IMSS) Y EL INSTITUTO DEL FONDO Nacional para la Vivienda de los Trabajadores (INFONAVIT).

Costo: Gratuito.

Tiempo de trámite: Inmediato.

REGISTRO DE UNA MARCA, AVISO COMERCIAL, NOMBRE COMERCIAL.

Se debe acudir ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial.

Costo: \$112.99 para búsqueda fonética y \$ 2,493 para registro de marca (IVA incluido)

Tiempo de trámite: De 3 a 5 días para búsqueda fonética y hasta 6 meses para registro de marca.

ESTUDIO DE MERCADO



ESTUDIO DE MERCADO

OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

Analizar si el segmento del mercado es el adecuado para los servicios que se ofrecen.

Obtener nuevas propuestas e ideas que nos permitan dar un mejor servicio en nuestras operaciones.

Conocer el tipo de servicio que el cliente necesita y cuánto está dispuesto a pagar por éste.

Conocer a nuestra potencial clientela para poder diseñar publicidad y promociones adecuadas para ellos.

CANALES DE DISTRIBUCIÓN

La función de nuestros canales de distribución es que cumplan con facilitar entrega de nuestros productos al consumidor final. En este caso utilizaremos un canal de distribución directo, es decir, seremos nosotros mismos los encargados de efectuar la comercialización y entrega de nuestros productos al cliente. Este tipo de canal de comercialización es el más adecuado para nuestra empresa.

Para tales fines, estamos en un lugar visible y transitado, buscamos que nuestros clientes queden satisfechos con su consumo, contrataremos personas capacitadas para la venta de nuestros productos, tendremos procesos de calidad y se establecieron horarios acordes a la zona donde nos ubicaremos.

PERFIL DE NUESTROS CONSUMIDORES.

Hombres y mujeres de entre 20 y 40 años con un nivel socioeconómico C, C+ y con un nivel de estudios igual o mayor a la educación media superior; que gusten de relajarse, pasar un tiempo agradable.

ANUNCIO COMERCIAL

El propósito de éste es dar a conocer nuestros productos, hacerles promoción y crear de nuestros productos y servicios una necesidad para el cliente. Lo anterior lo podemos crear a través de:

- Redes Sociales.
- Volantes.
- Creación de una Página Web.

ENCUESTAS

Para el estudio de mercado es necesario hacer encuestas que nos mostrarán las tendencias y hábitos de nuestros clientes.

Considerando que la población de la Delegación Cuauhtémoc (531,831 habitantes) es la delegación en la que estamos ubicados, tomaremos al total de sus habitantes como el universo de la población y en la misma aplicaremos las encuestas.

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

z = 95 % de nivel de confianza (1.96)

N = Universo de la población 531,831

P = Probabilidad a favor (50%)

q = Probabilidad en contra (50%)

e = 5% de error

n = 383.883429 = 384

<http://www3.inegi.org.mx/sistemas/mexicocifras/default.aspx>

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

Facultad de Contaduría y Administración

Edad: _____ Escolaridad: _____ Estado Civil: _____

1.- ¿Asistes frecuentemente a cafeterías?

- a) Sí
- b) No

2.- ¿Cuando asistes a cafeterías, generalmente en qué horario lo haces?

- a) 9-13 hrs.
- b) 14-17 hrs.
- c) 18-21 hrs.

3.- ¿Acudes a las cafeterías solo o acompañado?

- a) Solo
- b) En compañía de una o más personas

4.- ¿Qué tipo de bebidas te gusta consumir? Se puede marcar más de una opción.

- a) Jugo
- b) Chocolate
- c) Café expresso
- d) Cappuccino
- e) Moka
- f) Infusiones y tés

5.- ¿Prefieres las bebidas frías o calientes?

a) Frías

b) Calientes

6.- ¿Qué opinas de los productos “orgánicos”?

a) Son mejores que los productos “normales”

b) Son buenos para la salud

c) Sólo son una estrategia de mercado para que sigamos consumiendo

d) Son indiferentes para mí

7.- ¿Te interesa consumir productos orgánicos?

a) Estoy muy interesado

b) Me interesa

c) Me interesa poco

d) No me interesa

8.- ¿Te gustaría que hubiera en esta zona una cafetería que ofreciera productos 100% orgánicos y de origen nacional?

a) Sí

b) No

9.- ¿Consumirías en éste lugar?

a) Sí

b) No

10.- ¿Cuándo estarías dispuesto a pagar en cada visita?

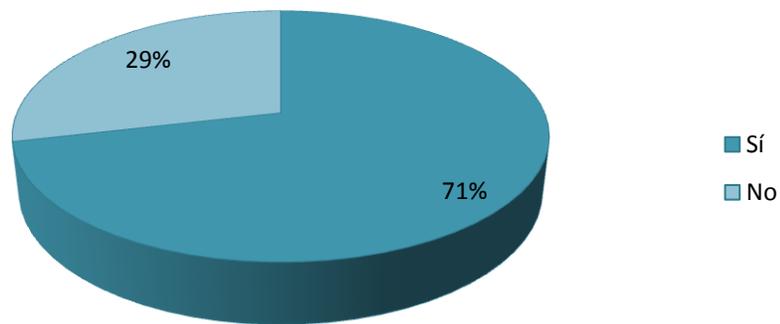
a) \$30-\$50

b) \$51-\$75

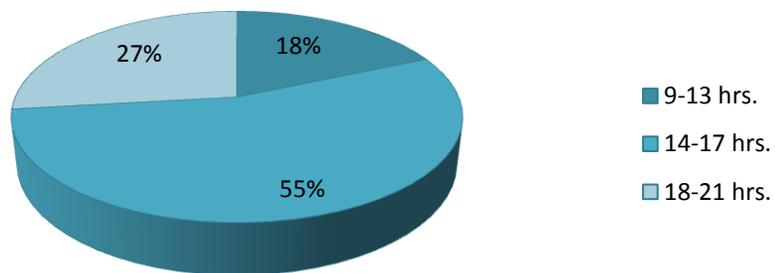
c) \$76-\$100

RESULTADOS

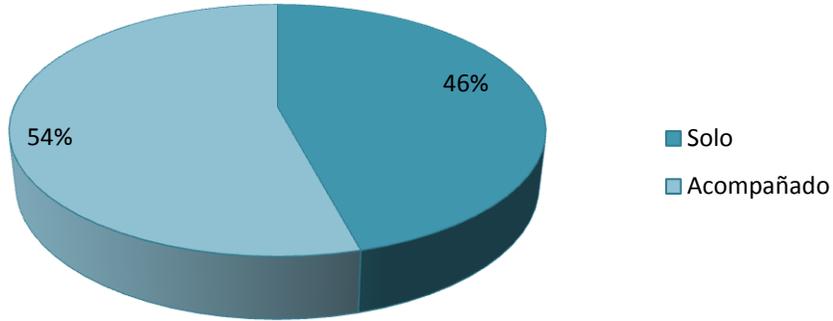
1.- ¿Asistes frecuentemente a cafeterías?



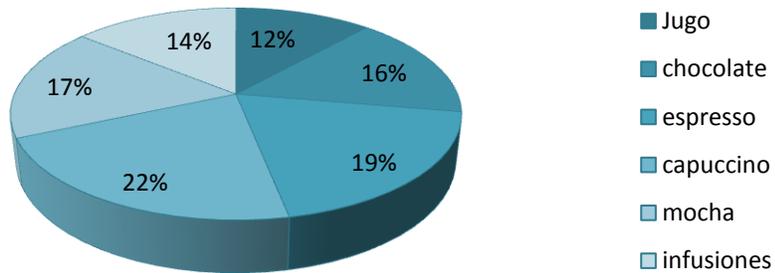
2.- ¿Cuando asistes a cafeterías, generalmente en qué horario lo haces?



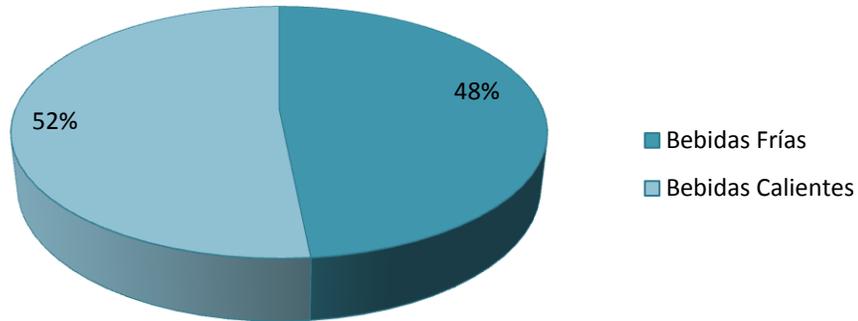
3.- ¿Acudes a las cafeterías solo o acompañado?



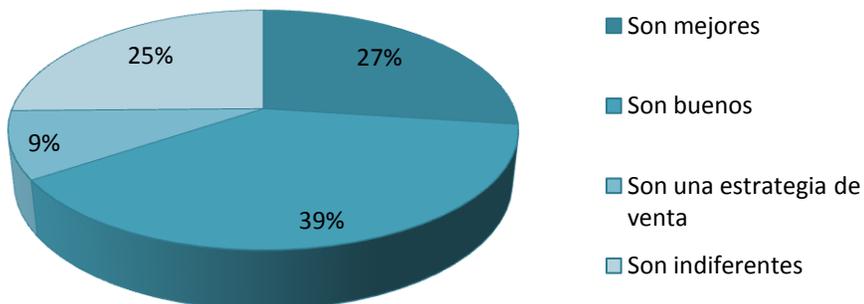
4.- ¿Qué tipo de bebidas te gusta consumir? Se puede marcar más de una opción.



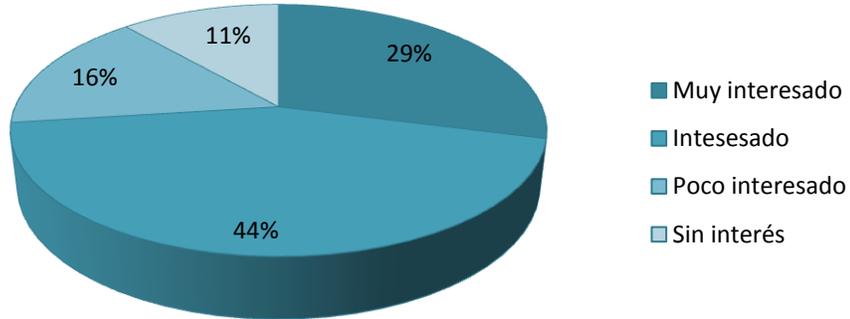
5.- ¿Prefieres las bebidas frías o calientes?



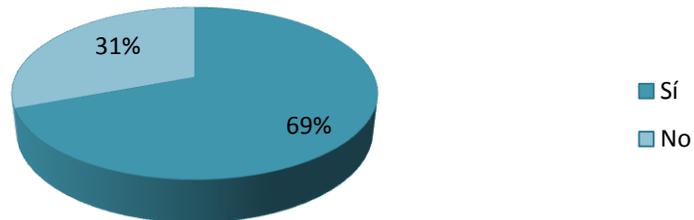
6.- ¿Qué opinas de los productos "orgánicos"?



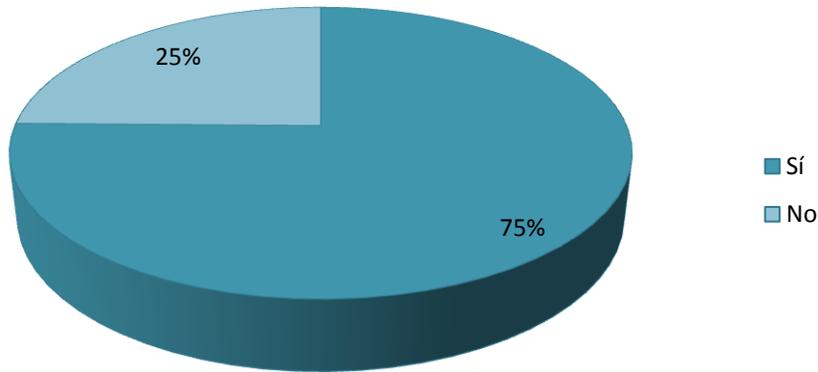
7.- ¿Te interesa consumir productos orgánicos?



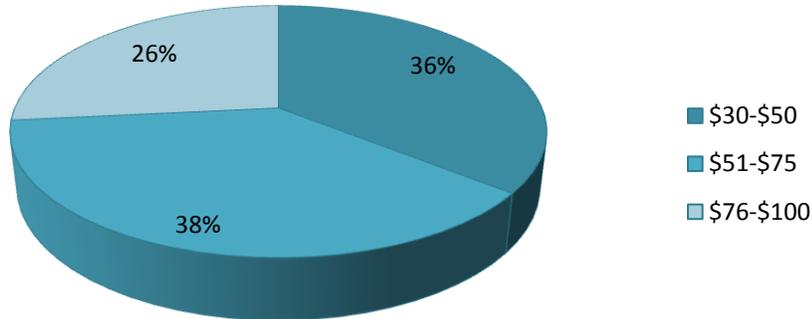
8.- ¿Te gustaría que hubiera en esta zona una cafetería que ofreciera productos 100% orgánicos y de origen nacional?



9.- ¿Consumirías en éste lugar?



10.- ¿Cuándo estarías dispuesto a pagar en cada visita (por persona)?



De acuerdo con las encuestas realizadas podemos concluir que las personas están dispuestas (en su mayoría) a aceptar y consumir nuestros productos.

Nuestra ventaja competitiva es que todos nuestros productos y servicios son de buena calidad, ofrecemos precios accesibles.

ESTUDIO TÉCNICO



CAFETARIANO

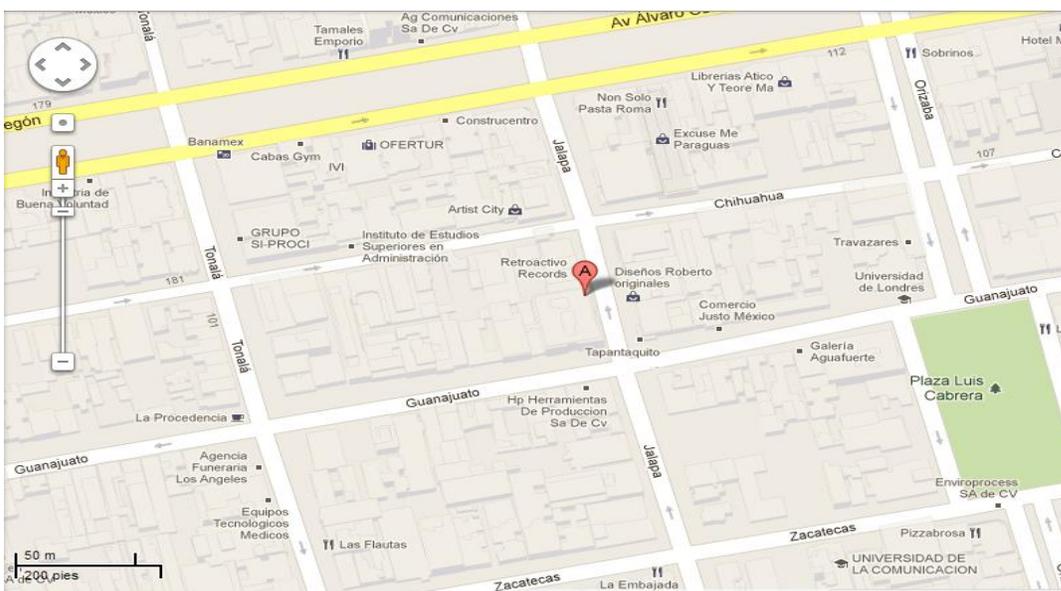
ESTUDIO TÉCNICO

LOCALIZACIÓN

El proyecto estará ubicado en la colonia Roma, Calle Jalapa No. 129 local B. El local tiene 4 metros de ancho y 6 de profundidad.



Está entre las calles Tonalá (O) y Orizaba (E) y entre Chihuahua (N) y Guanajuato (S).



Policía

Calle Jalapa esquina con calle Campeche, Colonia Roma.

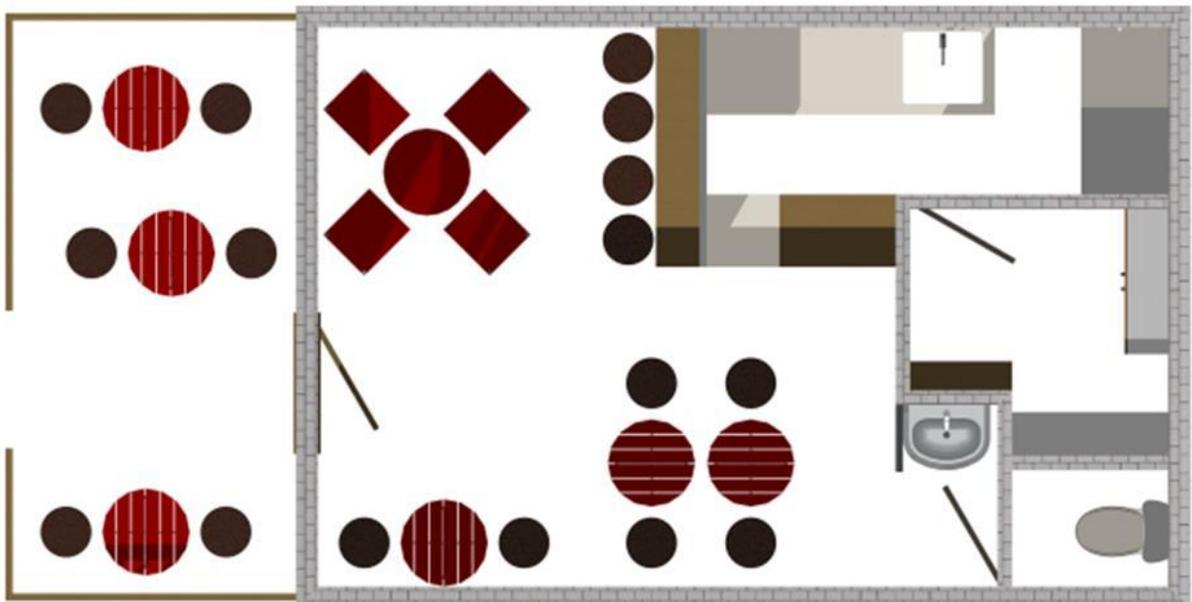
Bomberos

Estación Ave Fénix. Avenida de los Insurgentes Centro No.94 Colonia San Rafael, Delegación Cuauhtémoc

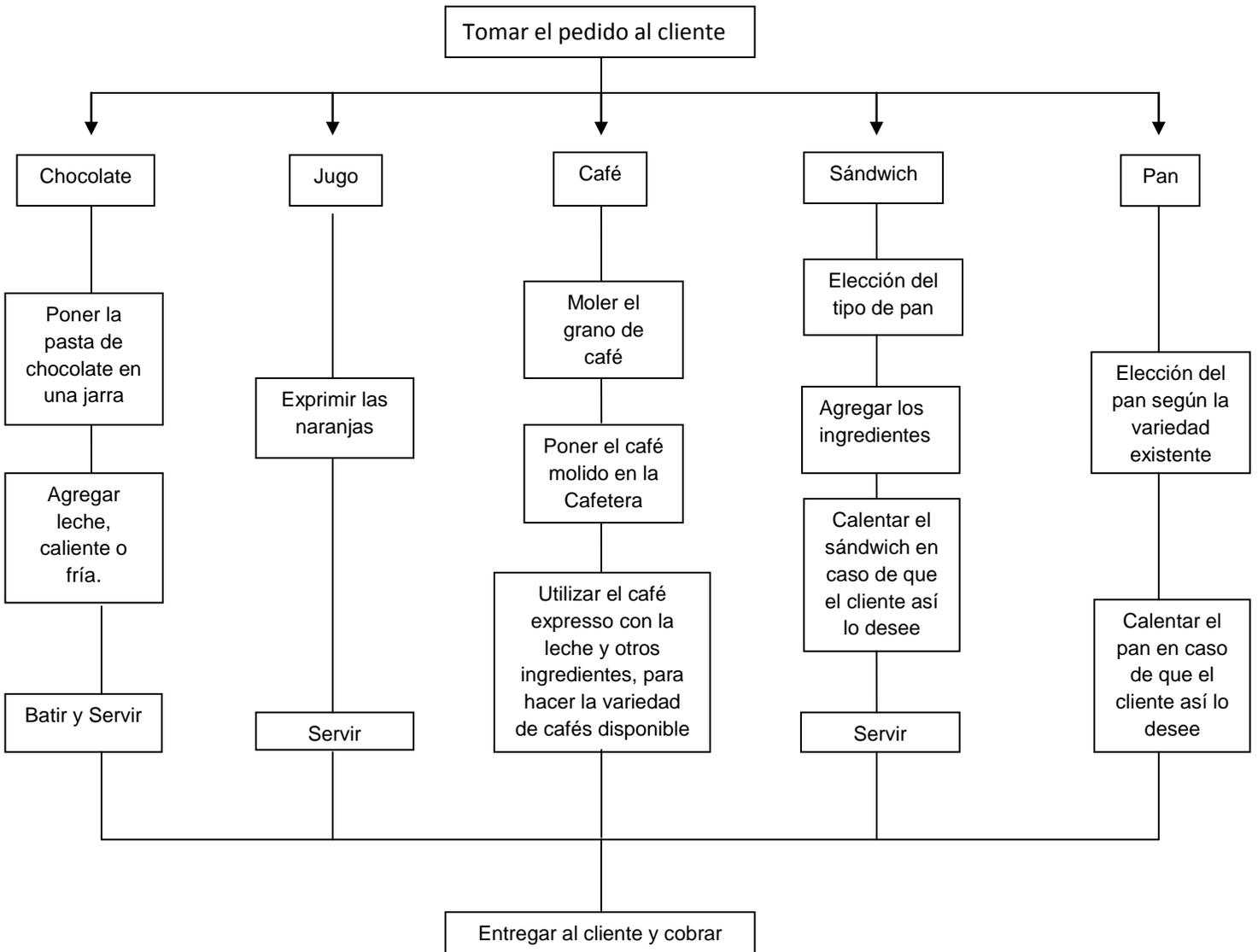
Vías de acceso a la cafetería

- Avenida Álvaro Obregón
- Avenida de los Insurgentes
- Avenida Cuauhtémoc

El local tiene la capacidad de albergar 4 mesas y una barra en las que se atenderán a 16 personas, afuera del establecimiento es permitido improvisar una terraza y poner mesas, las cuales serán para dos personas, es decir en el local se puede atender a 22 personas.



PROCESO DE PRODUCCIÓN



MOBILIARIO, EQUIPO Y MATERIA PRIMA

Equipo				
	Descripción	Precio	Cantidad	Importe
	JARRA DE ACERO INOXIDABLE 3 oz.	\$ 32.00	3	\$ 96.00
	JARRA DE ACERO INOXIDABLE 12 oz.	\$ 56.00	2	\$ 112.00
	FILTRO CIEGO	\$ 30.00	3	\$ 90.00
	COMPACTADOR PARA CAFÉ	\$ 143.00	2	\$ 286.00
	VASO GRADUADO 2 OZ.	\$ 20.00	4	\$ 80.00
	DETERGENTE LIMPIADOR MÁQUINA ESPRESSO	\$ 135.00	1	\$ 135.00
	DETERGENTE MILK FROTHIER 1 LITRO	\$ 150.00	1	\$ 150.00
	CEPILLO LIMPIADOR LANCETA DE VAPOR	\$ 65.00	1	\$ 65.00
	TERMÓMETRO	\$ 215.00	1	\$ 215.00
	CRÓNOMETRO	\$ 70.00	1	\$ 70.00

	CUCHARA MEDIDORA	\$ 40.00	2	\$ 80.00
	INFUSOR PINZA BOLA RED	\$ 28.00	6	\$ 168.00
	CEPILLO LIMPIADOR DE NYLON PARA GRUPO	\$ 95.00	1	\$ 95.00

MOBILIARIO

Molino para café Compak-Bellini K3		\$5,760.00
	Capacidad	5.6 Kg/Hr. Tolva 800 Gr
	Potencia de motor	250 w/1100 rpm
	Producción	5-6 kg./hr.
	Voltaje	110 Vac
	Capacidad de la tolva	800 g.
	Capacidad café molido	de 150 gr.
	Medidas	* Alto: 49.5 cm. * Ancho: 16.5 cm. * Profundidad: 30.5 cm.
CAFETERA ITALIANA LA PAVONI PUB 2M		\$45,000.00
	Capacidad en caldera:	6 lts.
	Grupos:	2 grupo
	Salida de Vapor:	1 llave
	Salida de Agua:	1 llave
	Voltaje:	110 Volts, resistencia 2000 watt.
	Medidas:	Alto 50 cm, fondo 52 cm y frente 50 cm.
	Características:	Nivelador de agua automático Bomba de agua incorporada a la máquina.
Peso:	43 kg	
EXPRIMIDOR DE CITRICOS FRESH MIX HAMILTON BEACH		\$670.00
	Capacidad	600 ml
	Potencia de motor	250 w/1100 rpm
	Voltaje	110 Vac
	Capacidad café molido	de 150 gr.
	Medidas	* Alto: 38.6 cm. * Ancho: 20.4 cm. * Profundidad: 20 cm.

HORNO ELÉCTRICO KITCHEN AID KCO111CU		\$1,500.00
	Temperatura máxima	232°C
	Perillas de ajuste	4
	Parrillas de acero Inoxidable	2
	Bandeja para asar	1
	Medidas:	Alto 28.7 cm, fondo 41 cm y frente 51 cm.
	Características:	Nivelador de agua automático Bomba de agua incorporada a la máquina.
	Peso:	4kg
REFRIGERADOR LG Modelo MB452CLH-G		\$7,900.00
	Capacidad	14 pies
	Dimensiones	Ancho 67.5 cm.
		Alto 17.70 cm.
		Profundidad 70.5 cm.
	Peso	70 kilos
Consumo de energía	411 KWh/año	
MESAS Modelo 102712		\$2,900.00
	Material	Madera y metal
	Diámetro	90 centímetros
	Altura	70 centímetros
	Cantidad	7
SILLAS Modelo 25063		\$400.00
	Material	Madera termoformada y metal
	Cantidad	16

BANCOS Modelo 36182		\$500.00
	Material	Madera y metal
	Altura	110 centímetros
	Cantidad	4
LENOVO Modelo 57313547		\$9,989.00
	Red:	WiFi Inalámbrica
	Procesador:	Intel Pentium G2020
	Memoria RAM:	8 GB
	Disco duro:	1 TB
	Monitor:	21.5" LED.
	Unidad de disco:	Reproductor y grabador de DVD
	Software:	Windows 8
MICROCOMPONENTE SAMSUNG MM-D470D/XY		\$1,799.00
	AMP:	250 W
	Dimensión:	50 x 18.2 x12 cm
	Salida:	Salida HDMi, 3.5mm, y USB
	Sintonizador:	Sintonizador FM.

INSUMOS			
<i>Producto</i>	<i>Especificaciones</i>	<i>Precio</i>	<i>Proveedor</i>
BVT-10: Vaso Térmico 10 oz	Papel reciclado y encerado. 1000 unidades por caja. 300 ml.	\$ 600.00	Renovapack
BVT-16: Vaso Térmico 16 oz	Papel reciclado y encerado. 1000 unidades por caja. 500 ml.	\$ 600.00	Renovapack
BVT-10/20: Tapa Cafetera Vaso Térmico 10-20 oz	PLA Termoformada. 12x9.5 cm. 1000 unidades por caja.	\$ 600.00	Renovapack
BC-16 Vaso Biodegradable 16 Oz	Lámina PLA Termoformada. 12x9.5 cm. 1000 unidades por caja. Logo impreso	\$ 650.00	Renovapack
COM-04 Servilleta no clorada 100% papel reciclado	Papel reciclado. 6000 unidades por caja	\$ 700.00	Renovapack
COM-PS Popote Biodegradable con envoltura	PLA y envoltura de papel reciclado. 7.5 pulg. 1000 unidades por caja.	\$ 500.00	Renovapack
COM-CP Cintillo Ecologico Bebida Caliente 8-16 Oz	Papel reciclado. 1000 unidades por caja	\$ 400.00	Renovapack
Detergente germicida clorado.	Contiene detergentes, emulsificantes, humectantes y álcalis suaves con hipoclorito de sodio. 100% biodegradable 4lt.	\$ 150.00	BIOMASTER S.A de C.V.
Detergente de uso general. Detergente en Pasta Suave Germicida.	Biodegradable y puede ser aplicado sobre toda superficie lavable. 3kg.	\$ 100.00	BIOMASTER S.A de C.V.

Materia Prima (Mensual)				
Producto	Especificaciones	Precio Unitario	Precio por mes	Proveedor
Café Armadillo Tres Regiones	Mezcla de café de Chiapas, Oaxaca y Veracruz. Aromático y de sabor intenso. Venta por Kilo.	\$ 120,00	\$ 2.880,00	Momoto Café
Café Jaguar Espresso	Mezcla con tonos dulces de chocolate. Venta por Kilo.	\$ 120,00	\$ 2.880,00	Momoto Café
Café Mono Decaf	Café de tueste oscuro, descafeinado. Venta por Kilo.	\$ 120,00	\$ 2.880,00	Momoto Café
Chocolate P/Mesa Real de Palenque	Chocolate de mesa. Venta por caja con 50 paquetes cada una.	\$ 2.000,00	\$ 1.000,00	Cacep
Pickwick té	Paquete de seis cajas con veinte sobres (10 gr.) cada uno. Sabores surtidos.	\$ 140,00	\$ 560,00	Diasa
Panes dulces	Variedad. Venta por pieza	\$ 7,00	\$ 700,00	Panadería100
Pasteles	Variedad Según disponibilidad de la panadería	\$ 130,00	\$ 390,00	Panadería100
Pan integral (de caja)	Integral, Integral con avena, Multigrano, Pan de centeno.	\$ 17,00	\$ 272,00	Panadería100
Vegetales	Champiñón	\$ 30,00	\$ 120,00	Aires de campo
	Pimiento	\$ 15,00	\$ 60,00	
	Jitomate	\$ 30,00	\$ 120,00	
	Aguacate	\$ 5,00	\$ 40,00	
	Lechuga	\$ 20,00	\$ 80,00	
	Calabaza	\$ 22,00	\$ 88,00	
	Espinaca	\$ 20,00	\$ 80,00	
	Germinado de Alfalfa	\$ 15,00	\$ 45,00	
	Total		\$ 733,00	
Queso	Queso Manchego	\$ 180,00	\$ 400,00	Aires de campo
	Queso Crema	\$ 100,00	\$ 300,00	
	Queso Panela	\$ 80,00	\$ 320,00	
	Queso de Cabra	\$ 100,00	\$ 300,00	
	Total		\$ 1.320,00	

PROVEEDORES

CHOCOLATE. Chocolates Cacep. Ranchería Sur Quinta Sección, Comalcalco, Tabasco, México; Camino Vecinal Tulipán-Comalcalco. Tel: (933)-12-56810. www.cacep.com

CAFÉ. Momoto Café. www.momotocafe.com.mx Email: info@momotocafe.com
Móvil: 9997387461

TÉ. Diasa internacional S.A. de C.V. Av. Constituyentes No. 735, Col. 16 de Septiembre Delegación Miguel Hidalgo, México, D.F. C.P. 11810

PAN. Panadería 100. Rio Lerma No. 259- B, Col. Cuauhtémoc, Del. Cuauhtémoc, México D.F.

VERDURAS Y QUESOS. Aires de campo. Productos Orgánicos Certificados. Teléfono 26 14 86 46

DESECHABLES. Renovapack. ventas@renovapack.com
DETERGENTES. Biomaster S.A. de C.V. info@biomaster.com.mx

ACREEDORES

EQUIPO. Almacenes Ánfora SA de CV

SAM'S Club. Nueva Walmart de Mexico, S. de R.L. de C.V.

MOBILIARIO. Proyectarq muebles S.A. de C.V. Av. Michoacán No. 20 Nave 16 Parque industrial Finsa Iztapalapa Colonia Renovación; México D.F. Tel. 24504042.

ESTUDIO FINANCIERO



AÑO 1	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	
Ventas totales	\$ 69,000.00	\$ 72,000.00	\$ 70,000.00	\$ 73,000.00	\$ 78,000.00	\$ 75,000.00	\$ 72,000.00	\$ 73,000.00	\$ 70,000.00	\$ 74,000.00	\$ 72,000.00	\$ 79,000.00	\$ 877,000.00
LUZ	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00	\$ 30,000.00
GAS	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 3,600.00
SEGURO	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00	\$ 14,400.00
PAPELERÍA	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 6,000.00
SUELDOS	\$ 31,500.00	\$ 31,500.00	\$ 31,500.00	\$ 31,500.00	\$ 31,500.00	\$ 31,500.00	\$ 31,500.00	\$ 31,500.00	\$ 31,500.00	\$ 31,500.00	\$ 31,500.00	\$ 31,500.00	\$ 378,000.00
RENTA	\$ 7,500.00	\$ 7,500.00	\$ 7,500.00	\$ 7,500.00	\$ 7,500.00	\$ 7,500.00	\$ 7,500.00	\$ 7,500.00	\$ 7,500.00	\$ 7,500.00	\$ 7,500.00	\$ 7,500.00	\$ 90,000.00
AGUA	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 3,600.00
MATERIA PRIMA	\$ 11,354.00	\$ 11,354.00	\$ 11,354.00	\$ 11,354.00	\$ 11,354.00	\$ 11,354.00	\$ 11,354.00	\$ 11,354.00	\$ 11,354.00	\$ 11,354.00	\$ 11,354.00	\$ 11,354.00	\$ 136,248.00
GASTOS VARIABLES	\$ 4,200.00	\$ 4,075.00	\$ 4,150.00	\$ 4,235.00	\$ 4,100.00	\$ 4,168.00	\$ 4,200.00	\$ 4,139.00	\$ 4,026.00	\$ 4,189.00	\$ 4,200.00	\$ 4,200.00	\$ 49,882.00
	\$ 9,646.00	\$ 12,771.00	\$ 10,696.00	\$ 13,611.00	\$ 18,746.00	\$ 15,678.00	\$ 12,646.00	\$ 13,707.00	\$ 10,820.00	\$ 14,657.00	\$ 12,646.00	\$ 19,646.00	\$ 165,270.00

AÑO 2	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	
Ventas totales	\$ 75,000.00	\$ 74,000.00	\$ 72,000.00	\$ 75,000.00	\$ 80,000.00	\$ 76,000.00	\$ 74,000.00	\$ 77,000.00	\$ 71,000.00	\$ 74,000.00	\$ 73,000.00	\$ 81,000.00	\$ 902,000.00
LUZ	\$ 2,587.50	\$ 2,587.50	\$ 2,587.50	\$ 2,587.50	\$ 2,587.50	\$ 2,587.50	\$ 2,587.50	\$ 2,587.50	\$ 2,587.50	\$ 2,587.50	\$ 2,587.50	\$ 2,587.50	\$ 31,050.00
GAS	\$ 310.50	\$ 310.50	\$ 310.50	\$ 310.50	\$ 310.50	\$ 310.50	\$ 310.50	\$ 310.50	\$ 310.50	\$ 310.50	\$ 310.50	\$ 310.50	\$ 3,726.00
SEGURO	\$ 1,242.00	\$ 1,242.00	\$ 1,242.00	\$ 1,242.00	\$ 1,242.00	\$ 1,242.00	\$ 1,242.00	\$ 1,242.00	\$ 1,242.00	\$ 1,242.00	\$ 1,242.00	\$ 1,242.00	\$ 14,904.00
PAPELERÍA	\$ 517.50	\$ 517.50	\$ 517.50	\$ 517.50	\$ 517.50	\$ 517.50	\$ 517.50	\$ 517.50	\$ 517.50	\$ 517.50	\$ 517.50	\$ 517.50	\$ 6,210.00
SUELDOS	\$ 32,602.50	\$ 32,602.50	\$ 32,602.50	\$ 32,602.50	\$ 32,602.50	\$ 32,602.50	\$ 32,602.50	\$ 32,602.50	\$ 32,602.50	\$ 32,602.50	\$ 32,602.50	\$ 32,602.50	\$ 391,230.00
RENTA	\$ 7,762.50	\$ 7,762.50	\$ 7,762.50	\$ 7,762.50	\$ 7,762.50	\$ 7,762.50	\$ 7,762.50	\$ 7,762.50	\$ 7,762.50	\$ 7,762.50	\$ 7,762.50	\$ 7,762.50	\$ 93,150.00
AGUA	\$ 310.50	\$ 310.50	\$ 310.50	\$ 310.50	\$ 310.50	\$ 310.50	\$ 310.50	\$ 310.50	\$ 310.50	\$ 310.50	\$ 310.50	\$ 310.50	\$ 3,726.00
MATERIA PRIMA	\$ 1,175.14	\$ 1,175.14	\$ 1,175.14	\$ 1,175.14	\$ 1,175.14	\$ 1,175.14	\$ 1,175.14	\$ 1,175.14	\$ 1,175.14	\$ 1,175.14	\$ 1,175.14	\$ 1,175.14	\$ 14,101.67
GASTOS VARIABLES	\$ 4,347.00	\$ 4,347.00	\$ 4,347.00	\$ 4,347.00	\$ 4,347.00	\$ 4,347.00	\$ 4,347.00	\$ 4,347.00	\$ 4,347.00	\$ 4,347.00	\$ 4,347.00	\$ 4,347.00	\$ 52,164.00
	\$ 24,144.86	\$ 23,144.86	\$ 21,144.86	\$ 24,144.86	\$ 29,144.86	\$ 25,144.86	\$ 23,144.86	\$ 26,144.86	\$ 20,144.86	\$ 23,144.86	\$ 22,144.86	\$ 30,144.86	\$ 291,738.33

AÑO 3	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	
Ventas totales	\$ 73,000.00	\$ 75,000.00	\$ 74,000.00	\$ 75,000.00	\$ 79,000.00	\$ 76,000.00	\$ 75,000.00	\$ 80,000.00	\$ 77,000.00	\$ 70,000.00	\$ 74,000.00	\$ 80,000.00	\$ 908,000.00
LUZ	\$ 2,683.24	\$ 2,683.24	\$ 2,683.24	\$ 2,683.24	\$ 2,683.24	\$ 2,683.24	\$ 2,683.24	\$ 2,683.24	\$ 2,683.24	\$ 2,683.24	\$ 2,683.24	\$ 2,683.24	\$ 32,198.85
GAS	\$ 321.99	\$ 321.99	\$ 321.99	\$ 321.99	\$ 321.99	\$ 321.99	\$ 321.99	\$ 321.99	\$ 321.99	\$ 321.99	\$ 321.99	\$ 321.99	\$ 3,863.86
SEGURO	\$ 1,287.95	\$ 1,287.95	\$ 1,287.95	\$ 1,287.95	\$ 1,287.95	\$ 1,287.95	\$ 1,287.95	\$ 1,287.95	\$ 1,287.95	\$ 1,287.95	\$ 1,287.95	\$ 1,287.95	\$ 15,455.45
PAPELERÍA	\$ 536.65	\$ 536.65	\$ 536.65	\$ 536.65	\$ 536.65	\$ 536.65	\$ 536.65	\$ 536.65	\$ 536.65	\$ 536.65	\$ 536.65	\$ 536.65	\$ 6,439.77
SUELDOS	\$ 33,808.79	\$ 33,808.79	\$ 33,808.79	\$ 33,808.79	\$ 33,808.79	\$ 33,808.79	\$ 33,808.79	\$ 33,808.79	\$ 33,808.79	\$ 33,808.79	\$ 33,808.79	\$ 33,808.79	\$ 405,705.51
RENTA	\$ 8,049.71	\$ 8,049.71	\$ 8,049.71	\$ 8,049.71	\$ 8,049.71	\$ 8,049.71	\$ 8,049.71	\$ 8,049.71	\$ 8,049.71	\$ 8,049.71	\$ 8,049.71	\$ 8,049.71	\$ 96,596.55
AGUA	\$ 321.99	\$ 321.99	\$ 321.99	\$ 321.99	\$ 321.99	\$ 321.99	\$ 321.99	\$ 321.99	\$ 321.99	\$ 321.99	\$ 321.99	\$ 321.99	\$ 3,863.86
MATERIA PRIMA	\$ 1,218.62	\$ 1,218.62	\$ 1,218.62	\$ 1,218.62	\$ 1,218.62	\$ 1,218.62	\$ 1,218.62	\$ 1,218.62	\$ 1,218.62	\$ 1,218.62	\$ 1,218.62	\$ 1,218.62	\$ 14,623.43
GASTOS VARIABLES	\$ 4,507.84	\$ 4,507.84	\$ 4,507.84	\$ 4,507.84	\$ 4,507.84	\$ 4,507.84	\$ 4,507.84	\$ 4,507.84	\$ 4,507.84	\$ 4,507.84	\$ 4,507.84	\$ 4,507.84	\$ 54,094.07
	\$ 20,263.22	\$ 22,263.22	\$ 21,263.22	\$ 22,263.22	\$ 26,263.22	\$ 23,263.22	\$ 22,263.22	\$ 27,263.22	\$ 24,263.22	\$ 17,263.22	\$ 21,263.22	\$ 27,263.22	\$ 275,158.65

AÑO 4	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	
Ventas totales	\$ 75,000.00	\$ 76,000.00	\$ 74,000.00	\$ 77,000.00	\$ 81,000.00	\$ 77,000.00	\$ 76,000.00	\$ 75,000.00	\$ 78,000.00	\$ 75,000.00	\$ 76,000.00	\$ 82,000.00	\$ 922,000.00
LUZ	\$ 2,685.83	\$ 2,685.83	\$ 2,685.83	\$ 2,685.83	\$ 2,685.83	\$ 2,685.83	\$ 2,685.83	\$ 2,685.83	\$ 2,685.83	\$ 2,685.83	\$ 2,685.83	\$ 2,685.83	\$ 32,229.90
GAS	\$ 322.30	\$ 322.30	\$ 322.30	\$ 322.30	\$ 322.30	\$ 322.30	\$ 322.30	\$ 322.30	\$ 322.30	\$ 322.30	\$ 322.30	\$ 322.30	\$ 3,867.59
SEGURO	\$ 1,289.20	\$ 1,289.20	\$ 1,289.20	\$ 1,289.20	\$ 1,289.20	\$ 1,289.20	\$ 1,289.20	\$ 1,289.20	\$ 1,289.20	\$ 1,289.20	\$ 1,289.20	\$ 1,289.20	\$ 15,470.35
PAPELERÍA	\$ 537.17	\$ 537.17	\$ 537.17	\$ 537.17	\$ 537.17	\$ 537.17	\$ 537.17	\$ 537.17	\$ 537.17	\$ 537.17	\$ 537.17	\$ 537.17	\$ 6,445.98
SUELDOS	\$ 33,841.40	\$ 33,841.40	\$ 33,841.40	\$ 33,841.40	\$ 33,841.40	\$ 33,841.40	\$ 33,841.40	\$ 33,841.40	\$ 33,841.40	\$ 33,841.40	\$ 33,841.40	\$ 33,841.40	\$ 406,096.74
RENTA	\$ 8,057.48	\$ 8,057.48	\$ 8,057.48	\$ 8,057.48	\$ 8,057.48	\$ 8,057.48	\$ 8,057.48	\$ 8,057.48	\$ 8,057.48	\$ 8,057.48	\$ 8,057.48	\$ 8,057.48	\$ 96,689.70
AGUA	\$ 322.30	\$ 322.30	\$ 322.30	\$ 322.30	\$ 322.30	\$ 322.30	\$ 322.30	\$ 322.30	\$ 322.30	\$ 322.30	\$ 322.30	\$ 322.30	\$ 3,867.59
MATERIA PRIMA	\$ 1,219.79	\$ 1,219.79	\$ 1,219.79	\$ 1,219.79	\$ 1,219.79	\$ 1,219.79	\$ 1,219.79	\$ 1,219.79	\$ 1,219.79	\$ 1,219.79	\$ 1,219.79	\$ 1,219.79	\$ 14,637.53
GASTOS VARIABLES	\$ 4,512.19	\$ 4,512.19	\$ 4,512.19	\$ 4,512.19	\$ 4,512.19	\$ 4,512.19	\$ 4,512.19	\$ 4,512.19	\$ 4,512.19	\$ 4,512.19	\$ 4,512.19	\$ 4,512.19	\$ 54,146.23
	\$ 22,212.37	\$ 23,212.37	\$ 21,212.37	\$ 24,212.37	\$ 28,212.37	\$ 24,212.37	\$ 23,212.37	\$ 22,212.37	\$ 25,212.37	\$ 22,212.37	\$ 23,212.37	\$ 29,212.37	\$ 288,548.39

AÑO 5	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	
Ventas totales	\$ 77,000.00	\$ 75,000.00	\$ 75,000.00	\$ 78,000.00	\$ 82,000.00	\$ 76,000.00	\$ 78,000.00	\$ 76,000.00	\$ 80,000.00	\$ 77,000.00	\$ 80,000.00	\$ 84,000.00	\$ 938,000.00
LUZ	\$ 2,691.00	\$ 2,691.00	\$ 2,691.00	\$ 2,691.00	\$ 2,691.00	\$ 2,691.00	\$ 2,691.00	\$ 2,691.00	\$ 2,691.00	\$ 2,691.00	\$ 2,691.00	\$ 2,691.00	\$ 32,292.00
GAS	\$ 322.92	\$ 322.92	\$ 322.92	\$ 322.92	\$ 322.92	\$ 322.92	\$ 322.92	\$ 322.92	\$ 322.92	\$ 322.92	\$ 322.92	\$ 322.92	\$ 3,875.04
SEGURO	\$ 1,291.68	\$ 1,291.68	\$ 1,291.68	\$ 1,291.68	\$ 1,291.68	\$ 1,291.68	\$ 1,291.68	\$ 1,291.68	\$ 1,291.68	\$ 1,291.68	\$ 1,291.68	\$ 1,291.68	\$ 15,500.16
PAPELERÍA	\$ 538.20	\$ 538.20	\$ 538.20	\$ 538.20	\$ 538.20	\$ 538.20	\$ 538.20	\$ 538.20	\$ 538.20	\$ 538.20	\$ 538.20	\$ 538.20	\$ 6,458.40
SUELDOS	\$ 33,906.60	\$ 33,906.60	\$ 33,906.60	\$ 33,906.60	\$ 33,906.60	\$ 33,906.60	\$ 33,906.60	\$ 33,906.60	\$ 33,906.60	\$ 33,906.60	\$ 33,906.60	\$ 33,906.60	\$ 406,879.20
RENTA	\$ 8,073.00	\$ 8,073.00	\$ 8,073.00	\$ 8,073.00	\$ 8,073.00	\$ 8,073.00	\$ 8,073.00	\$ 8,073.00	\$ 8,073.00	\$ 8,073.00	\$ 8,073.00	\$ 8,073.00	\$ 96,876.00
AGUA	\$ 322.92	\$ 322.92	\$ 322.92	\$ 322.92	\$ 322.92	\$ 322.92	\$ 322.92	\$ 322.92	\$ 322.92	\$ 322.92	\$ 322.92	\$ 322.92	\$ 3,875.04
MATERIA PRIMA	\$ 1,222.14	\$ 1,222.14	\$ 1,222.14	\$ 1,222.14	\$ 1,222.14	\$ 1,222.14	\$ 1,222.14	\$ 1,222.14	\$ 1,222.14	\$ 1,222.14	\$ 1,222.14	\$ 1,222.14	\$ 14,665.73
GASTOS VARIABLES	\$ 4,520.88	\$ 4,520.88	\$ 4,520.88	\$ 4,520.88	\$ 4,520.88	\$ 4,520.88	\$ 4,520.88	\$ 4,520.88	\$ 4,520.88	\$ 4,520.88	\$ 4,520.88	\$ 4,520.88	\$ 54,250.56
	\$ 24,110.66	\$ 22,110.66	\$ 22,110.66	\$ 25,110.66	\$ 29,110.66	\$ 23,110.66	\$ 25,110.66	\$ 23,110.66	\$ 27,110.66	\$ 24,110.66	\$ 27,110.66	\$ 31,110.66	\$ 303,327.87

FLUJOS DE EFECTIVO

Los flujos de efectivo fueron proyectados tomando en cuenta las ventas según el estudio de mercado y la inflación anual.

Año	Ingresos	Egresos	Flujo neto
0		\$ 398,944.59	- 398,944.59
1	\$ 877,000.00	\$ 711,730.00	165,270.00
2	\$ 902,000.00	\$ 610,261.67	291,738.33
3	\$ 908,000.00	\$ 632,841.35	275,158.65
4	\$ 922,000.00	\$ 633,451.61	288,548.39
5	\$ 938,000.00	\$ 634,672.13	303,327.87

APALANCAMIENTO FINANCIERO

El apalancamiento financiero nos indica de dónde obtendremos los recursos para la instalación.

APALANCAMIENTO FINANCIERO	FINANCIAMIENTO	%
Crédito bancario	398944.59	100%
Accionistas	0	0%
Total	398944.59	100%
Tasa	11.65%	

VALOR PRESENTE Y VALOR PRESENTE NETO

El valor presente y el valor presente neto son métodos de valuación de proyectos que consiste actualizar los flujos de efectivo mediante una tasa de

interés.

Año	Ingresos	Egresos	Flujo neto	Valor presente
0		\$ 398,944.59	- 398,944.59	
1	\$ 877,000.00	\$ 711,730.00	165,270.00	148,025.08
2	\$ 902,000.00	\$ 610,261.67	291,738.33	261,297.21
3	\$ 908,000.00	\$ 632,841.35	275,158.65	246,447.51
4	\$ 922,000.00	\$ 633,451.61	288,548.39	258,440.12
5	\$ 938,000.00	\$ 634,672.13	303,327.87	271,677.44

Valor presente neto
\$ 541,332.11

TASA INTERNA DE RENDIMIENTO

La TIR nos ayuda a indicar la rentabilidad del proyecto

TIR
53%

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

Número de años para recuperar la inversión inicial

PERIODO DE RECUPERACIÓN
1.80

CONCLUSIONES



CAFETARIANO

CONCLUSIONES

El propósito de este proyecto de inversión, es poner en práctica los conocimientos adquiridos durante mi formación profesional al crear una cafetería en la cual las personas puedan mejorar su salud y hábitos alimenticios así como mejorar su salud emocional al encontrar un espacio apacible dentro de una ciudad llena de caos.

Crear una empresa implica grandes retos ya que nos lleva a buscar oportunidades de negocio poniendo a prueba nuestras competencias, los conocimientos que tenemos y nuestro ingenio para mejorar los conceptos existentes y con ello dar solución a una carencia en la sociedad o satisfacer la demanda de algún servicio o producto.

En el aspecto económico, con este proyecto fomentaremos la activación de la economía al crear empleos y al utilizar materia prima de origen mexicano.

Desde del siglo XVIII las cafeterías han ayudado a difundir ideas y éste proyecto no es la excepción ya que busca la difusión para un estilo de vida mejor y más sano.

Durante mi investigación pude darme cuenta de que en la Ciudad de México existen muchas cafeterías pero realmente pocas son las que se preocupan por ayudar a la sociedad de alguna manera e igualmente malo fue darme cuenta que la mayoría de las cafeterías ni siquiera se preocupan por la calidad de los productos que venden, los pocos establecimientos que ofrecen servicios similares a los nuestros con productos orgánicos son muy caros, por lo que mi proyecto, puedo decir, es diferente a los demás; ya que a precios accesibles la clientela podrá comprar productos que beneficien su salud.

Al realizar el estudio administrativo pude apreciar de manera distinta la gran labor que es mantener la organización en orden y planear todas las estrategias de la empresa, tal vez al nivel que lo plantee no es tan complejo pero al extrapolarlo

a una empresa más grande se multiplica todo el esfuerzo para mantener el sistema.

Con el estudio legal me di cuenta de la gran cantidad de requerimientos que se necesitan y la complejidad de los mismos al abrir cualquier negocio.

El estudio de mercado me permitió hacer un análisis del público que quiero abarcar, saber sus preferencias, sus costumbres respecto al consumo y los productos de mayor demanda. Lo anterior me da las armas suficientes para mantener a la clientela satisfecha con el servicio que ofrecemos y poder ampliar el negocio a nueva clientela, posicionando así a Cafetariano como una empresa estable.

El estudio técnico me fue muy útil ya que con él pude establecer qué materiales, mobiliario, equipo, insumos y los gastos de instalación serán los necesarios para poner en funcionamiento a la empresa; de la misma manera este estudio me permite tener un mejor control de los activos.

Haciendo el análisis de impacto ambiental encontré un sinnúmero de usos que se le pueden dar a los desechos de una cafetería, desde remedios caseros para las plantas y el cabello, hasta la fabricación de polímeros y biodiesel, esto nos da la oportunidad de ser una mejor empresa al comprometernos con el medio ambiente.

Para mí, particularmente y sin demeritar los anteriores, el estudio financiero es el más importante ya que es el que aterriza las ideas a números fríos y nos permite determinar la rentabilidad y decidir si es adecuado llevar a cabo el proyecto o desecharlo.

El análisis financiero realizado nos dice que el tiempo de recuperación de la inversión es de 1.8 años (incluye los gastos operativos y los insumos para cubrir el primer periodo), considerando una tasa del 11.65%, la cual fue ofrecida por una institución bancaria.

La tasa interna de rendimiento (TIR) es del 53%, lo que nos indica que nuestro proyecto es rentable y por lo tanto susceptible de ser realizado.

Puedo afirmar que para poder poner en marcha una empresa es necesario apoyarse en cada uno de los estudios y sus disciplinas ya que de lo contrario no tendríamos un panorama completo para hacer las cosas correctamente.

BIBLIOGRAFÍA



CAFETARIANO

BIBLIOGRAFÍA

- BACA Urbina, Gabriel, 2013. *“Evaluación de proyectos”*. 7ª edición, México: McGraw-Hill. 371 páginas.
- GONZÁLEZ R., René, 2004. *“Elaboración de Planes de Negocios”*. 1ª edición México: Mc Graw-Hill.
- RAMÍREZ P., David, 2013. *“Contabilidad Administrativa: un enfoque estratégico para compartir”*. 8ª edición, México: Mc Graw-Hill. 582 páginas.
- FISCHER de la Vega, Laura, 2011. *“Mercadotecnia”*. 4ª edición, México: Mc Graw-Hill. 273 páginas.
- PRIETO Sierra, Carlos, 2007. *“Introducción a los Negocios”*. 8ª edición, México: Limusa. 224 páginas.
- MORALES Castro José Antonio y Arturo Morales Castro, 2009. *“Proyectos de Inversión: evaluación y formulación”*. México: Mc Graw-Hill Interamericana. 402 páginas.
- GALLARDO, Juan, 1998. *“Formulacion y evaluacion de proyectos de inversion : un enfoque de sistemas”*. México: Mc Graw-Hill. 255 páginas
- VAN_HORNE James C y John M Wachowicz, 2010. *“Fundamentos de administración financiera”*. 13ª edición, México: Prentice Hall. 744 páginas.
- CORTIJO, José Daniel, 2008. *“La historia del café”* edición digital. 41 páginas.
- JACOB, Heinrich Edward, 2006. *“Kaffee”*. 2ª edición, Alemania: Oekom Verlag. 360 páginas.
- PLAZA Miranda, Fabián, 1973. *“Diplomacia tomando café”*. 1ª edición, España: Club Universitario. 162 páginas.
- MONJE Pulido, Camilo Andrés, 2011. *“Los cafés de Bogotá (1948-1968). Historia de una sociabilidad”*. 1ª Colombia: Universidad del Rosario. 230 páginas.