



UNIVERSIDAD DE SOTAVENTO A.C.



ESTUDIOS INCORPORADOS A LA UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

Clave de Incorporación: 8859-02

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN

**“PROYECTO DE INVERSIÓN DE UNA CAFETERÍA VEGANA EN EL MUNICIPIO DE
COATZACOALCOS, VERACRUZ.”**

TESIS PROFESIONAL

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:

LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

PRESENTA:

YESENIA ROMERO CRUZ

ASESOR DE TESIS:

LIC. RAÚL DE JESÚS OCAMPO COLÍN

Coatzacoalcos, Veracruz

Mayo 2021.



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.

DEDICATORIA Y AGRADECIMIENTOS

A mi familia, amigos y profesores.

Como se sabe para la elaboración de un libro, se necesita de gente creativa y trabajadora. La familia, amigos, y excelentes maestros que ayudaron en mi formación, que han hecho de mí una mejor persona, que me apoyaron a lo largo de mi vida, y mi carrera.

Gracias a mis padres, María de los Ángeles Cruz Antonio, y Mario Alfonso Romero Ávalos, quienes desde pequeña han hecho de mí una mujer responsable, honesta y trabajadora, que me han dado lo poco y mucho que han tenido, a sus desvelos para mi formación, su paciencia de responder todas mis dudas, su gran amor incondicional hacia nosotras, sus hijas, y su esfuerzo para que pudiera llegar a este escalón.

A mis hermanas, Berenice Romero Cruz, y Gloria Grisell Romero Cruz, quienes me auxiliaban en mis dudas, quienes desde pequeña fueron mis maestras, y de quienes jamás olvidaré su apoyo.

A mis mejores amigos Cinthia Itzel Martínez Moral, Luis Alberto Alor Guillén, Perla Baltazar Corro, quienes permanecieron a mi lado en cada semestre y en cada proyecto, y por su gran amistad, la cual valoro.

Y a las mejores maestras, Ana Lila Fiscal Zarate, Araceli Hernández Hernández, Candelaria Jiménez Valencia, Gabriela Mateos Rueda, y Lourdes Estela Aguilar Limón, quienes fueron un elemento clave en mi preparación y formación universitaria, facilitaron la comprensión y entendimiento de diversas asignaturas.

ÍNDICE

PROYECTO DE INVERSIÓN DE UNA CAFETERÍA VEGETARIANA EN EL MUNICIPIO DE COATZACOALCOS, VERACRUZ

INTRODUCCIÓN	9
CAPÍTULO I	10
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	10
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	10
1.2 ENUNCIACIÓN DEL PROBLEMA	12
1.2.1 JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA	12
1.2.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	14
1.3 DELIMITACIÓN DE OBJETIVOS	14
1.3.1 OBJETIVO GENERAL	14
1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	14
1.4 FORMULACIÓN DE HIPÓTESIS	14
1.4.1 ENUNCIACIÓN DE HIPÓTESIS	14
1.4.2 DETERMINACIÓN DE VARIABLES	15
1.5 DISEÑO DE LA PRUEBA	15
1.5.1 INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL	15
1.5.2 INSTRUMENTO DE CAMPO	16
1.5.2.1 DELIMITACIÓN DEL UNIVERSO	17
1.5.2.2 SELECCIÓN DE LA MUESTRA	18
CAPITULO II	19
MARCO TEÓRICO	19
2.1 PROYECTO DE INVERSIÓN	19
2.1.1 CONCEPTO Y DEFINICIÓN	19
2.2 SALUD	20
2.2.1 IMPORTANCIA DE UNA ALIMENTACIÓN SALUDABLE	20
2.2.2 ALIMENTACIÓN PLANIFICADA	21
2.2.3 PIRÁMIDE NUTRICIONAL	21
2.2.4 OBESIDAD	22
2.3 VEGANO Y VEGETARIANO	23
2.3.1 ANTECEDENTES	23

2.3.1 DIFERENCIA ENTRE VEGANO Y VEGETARIANO	23
2.4. GENERACIÓN MILLENNIAL	24
2.4.1 ¿QUIÉNES SON ELLOS?	24
2.4.2 TENDENCIAS ALIMENTARIAS	24
2.4.3 MODELO DE PARTICIPACIÓN ECONÓMICA	25
2.4.4 SALUDABLES Y VERDES	25
2.4.5 TECNOLOGÍA	26
2.4.6 CONSTRUIR UNA ESTRATEGIA DE ESCUCHA Y PARTICIPACIÓN	26
CAPITULO III	28
3.1 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LA PROPUESTA	28
3.1.1 OBJETIVO DE LA PROPUESTA	28
3.1.2 OBJETIVOS PARTICULARES	28
3.1.3 JUSTIFICACIÓN DE LA PROPUESTA	28
3.1.4 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA	28
3.1.5 FASES DE LA PROPUESTA	29
3.1.5.1 LINEAMIENTOS CORPORATIVOS	29
3.1.5.1.1 CULTURA ORGANIZACIONAL	29
3.1.5.1.1.1 MISION	30
3.1.5.1.1.2 VISION	30
3.1.5.1.1.3 VALORES	31
3.1.5.1.2 IDENTIDAD CORPORATIVA	32
3.1.5.1.2.1 LOGOTIPO	32
3.1.5.1.2.2 COLORES	33
3.1.5.1.3 ANALISIS FODA	33
3.1.5.2. ESTUDIO DE MERCADO	35
3.1.5.2.1 DEFINICIÓN DEL PRODUCTO	35
3.1.5.2.2 ANÁLISIS DE LA DEMANDA	36
3.1.5.2.2.1 ANÁLISIS DE DATOS DE FUENTES PRIMARIAS	36
3.1.5.2.2.1.1 DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA	36
3.1.5.2.2.1.2 GRÁFICAS DE RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS	37
3.1.5.2.2.1.3 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS	44
3.1.5.2.2.2 ANÁLISIS DE LA DEMANDA CON FUENTES SECUNDARIAS	47
3.1.5.2.2.2.1 DEMOGRAFÍA	47
3.1.5.2.2.2.2 DESARROLLO SOCIAL	47

3.1.5.2.2.3 ANÁLISIS DE LA OFERTA E IMPORTACIONES	49
3.1.5.2.2.3.1 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA	49
3.1.5.2.2.3.2 IMPORTACIONES.....	51
3.1.5.3 ESTUDIO TÉCNICO.....	54
3.1.5.3.1 DETERMINACIÓN DE LA CAPACIDAD OPTIMA PARA LA PRODUCCIÓN	54
3.1.5.3.2 DETERMINACIÓN DE LA LOCALIZACIÓN ÓPTIMA DEL PROYECTO	80
3.1.5.3.2.1 ASPECTOS O FACTORES.....	80
3.1.5.3.2.1.1 LAS CHOAPAS	83
3.1.5.3.2.1.2 COATZACOALCOS.....	85
3.1.5.3.2.1.3 MINATITLÁN.....	90
3.1.5.3.2.2 TABLA DE DETERMINACIÓN DE LA LOCALIZACIÓN ÓPTIMA DEL PROYECTO	92
3.1.5.3.2.2.1 FACTORES A CONSIDERAR PARA LA DETERMINACIÓN DE LA LOCALIZACIÓN ÓPTIMA DEL PROYECTO	92
3.1.5.3.2.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	93
3.1.5.3.2.3.1 ORGANIGRAMA	93
3.1.5.3.2.3.2 DESCRIPCIÓN DE PUESTOS	95
3.1.5.3.2.3.3 TÉCNICAS DE ANÁLISIS DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN.....	99
3.1.5.3.2.3.3.1 DIAGRAMA DE FLUJO O FLUJOGRAMA	99
3.1.5.3.2.3.3.2 CRUSOGRAMA.....	105
3.1.5.4 MARCO LEGAL DE LA EMPRESA.....	108
3.1.5.4.1 REQUISITOS PARA OPERAR.....	108
3.1.5.4.2 DISPOSICIONES GENERALES SOBRE LOS RESTAURANTES	109
3.1.5.4.3 LEY SOBRE LA ELABORACIÓN Y VENTA DE CAFÉ TOSTADO	109
3.1.5.4.4 REGLAMENTO DE CONTROL SANITARIO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS.....	110
3.1.5.4.5 LEY FEDERAL DEL TRABAJO.....	111
3.1.5.5 ESTUDIO ECONÓMICO.....	112
3.1.5.5.1 COSTOS DE PRODUCCIÓN	112
3.1.5.5.2 PRESUPUESTO DE COSTOS DE PRODUCCION	114
3.1.5.5.3 DEPRECIACION Y AMORTIZACION.....	120
3.1.5.5.3.1 TABLA DE PORCENTAJES DE DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN	121
3.1.5.5.3.2 DEPRECIACIÓN	123
3.1.5.5.3.3 AMORTIZACIÓN.....	126
3.1.5.5.4 DETERMINACIÓN DE LA TMAR DE LA EMPRESA.....	126

3.1.5.5.5 DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO O PRODUCCIÓN MINIMA ECONÓMICA	127
3.1.5.5.6 BALANCE GENERAL INICIAL	129
3.1.5.5.7 DETERMINACION DEL ESTADO DE RESULTADOS	131
3.1.5.6 EVALUACION ECONÓMICA	133
3.1.5.6.1 VALOR PRESENTE NETO (VPN)	133
3.1.5.6.2 TASA DE RENDIMIENTO	133
3.1.5.6.3 RAZONES FINANCIERAS	133
3.2. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	134
ANEXOS	135
ANEXO A	136
ENCUESTA	136
BIBLIOGRAFÍA	140

**PROYECTO DE INVERSIÓN DE UNA CAFETERÍA
VEGETARIANA EN EL MUNICIPIO DE
COATZACOALCOS, VERACRUZ**

INTRODUCCIÓN

La presente tesis está encaminada a la creación de un proyecto de inversión de una cafetería vegetariana en el municipio de Coatzacoalcos, Veracruz; donde se ofrecerán diferentes productos de bebidas y alimentos vegetarianos, los cuales se aspira que sean un ejemplo saludable de alimentación en la región, con lo cual se pretende disminuir los índices de obesidad en el municipio.

En el capítulo I, metodología de la investigación, se plantea el problema o cuestión a resolver, se delimitan objetivos, los instrumentos a utilizar para delimitar la población y la muestra.

En el capítulo II, marco teórico, se abordan los temas y subtemas relevantes del tema o proyecto a investigar, el cual es una cafetería vegetariana.

En el capítulo III se analiza e interpreta la propuesta, y sus fases que involucra a la misma, los cuales son: los lineamientos corporativos; el estudio de mercado; el estudio técnico; el marco legal de la empresa; el estudio económico; y la evaluación económica.

En el plan de trabajo se redactan las actividades que se llevarán a cabo para realizar el proyecto, sirviendo como un cronograma.

La sección de conclusiones y recomendaciones es acerca de los hallazgos encontrados que resultan de gran envergadura para el proyecto de inversión, y las sugerencias que se aconsejan al llevarlo a cabo.

En el apartado final se encuentran los anexos, punto que se conforma por la encuesta realizada a la muestra de la población que fue definida en el capítulo I.

CAPÍTULO I.

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Uno de los principales problemas en México es la obesidad, la cual actualmente es considerada como un caso alarmante. La buena nutrición es la base del crecimiento y desarrollo de niños, niñas y adolescentes ya que previene enfermedades y favorece un mejor estado de salud. La mala nutrición es un problema que afecta a los niños, niñas y adolescentes en México de distintas maneras. Por un lado, la desnutrición, por otro lado, el sobrepeso y la obesidad.

En los últimos años se ha visto el surgimiento de nuevas tendencias del mercado en México y el mundo, en cuanto a la alimentación inclinado hacia una alimentación más sana y balanceada, siendo la creciente obesidad uno de los factores que han impulsado a las personas a conservar su vitalidad. La búsqueda por alimentos cada vez más saludables, han derivado en una tendencia que apuesta por lo vegetal y las formulaciones vegetarianas. El consumidor hoy en día demanda a las empresas del sector alimenticio de distintos productos, ya sea saludables, personalizados, sostenibles y que aportan bienestar, un ejemplo de esto es que muchos consumidores de todo el mundo están optando por reducir, cada vez más, en sus dietas el contenido de aquellos productos que contiene carne animal para aumentar el consumo de vegetales.

Hay empresas que hace poco no optaban por incluir alimentos vegetarianos, otros proveedores hace tiempo que se ocupan del tema y son bien conocidos por ello en el mercado por sus productos. Este tipo de alimentación vegetariana se ha transformado en los últimos años en una forma de vida que cada día más personas la eligen con el fin de mejorar su salud, o para apoyar una causa ambientalista. La alimentación vegetariana gana cada día más popularidad, no solo por ser una alimentación que va junto a la lucha del trato justo hacia los animales, sino por los beneficios que aporta a la salud humana.

En el año 2016 Nielsen publicó un estudio global sobre Salud y Percepciones de Ingredientes, en el cual encuestó a 30 mil personas de 63 países diferentes a través de

internet, en el que México aparece como el país con más vegetarianos de Latinoamérica, en el estudio se concluyó que el 19% de los encuestados se declara vegetariano, mientras que el 15% flexitariano (consumo mínimo de carne) y el 9% vegano, superando a países como Brasil y Perú que se han quedado en el segundo y tercer lugar. A diferencia de otros países de Latinoamérica, México es también el país donde más personas han declarado seguir dietas que implican un mínimo consumo de carne ya sea por salud o por respeto a los animales. (nielsen, 2016)

El restaurante HILTL, en Zurich, fue el primer restaurante vegetariano a nivel global.

A la par que se desee disminuir este problema, la obesidad, en este municipio, con una idea innovadora, será necesario el tomar en cuenta las opiniones y tendencias de las distintas y nuevas generaciones.

Como ejemplo de esto, empresas con marcas establecidas hace largo tiempo como lo es MTV, están atrayendo con un marketing correcto a esta nueva generación millennial.

Otro ejemplo de esto es en la industria tecnológica, considerando como la línea de teléfonos celulares de Android demostró que es bueno para los negocios el incluir a los consumidores en los procesos de desarrollo del producto. El sistema operativo de Android es lo opuesto al de Apple, mientras que Android usa un sistema en el que permite a los usuarios mejorar este al crear y agregar apps, Apple limita a los usuarios en poder ser parte en la colaboración de la innovación de la marca.

El que una organización no conozca las conductas de las generaciones, sus gustos y preferencias puede tener un gran impacto en las empresas de alguna u otra manera, como lo es en el incremento o disminución de sus ventas en algún nicho de mercado al cual se pretende llegar con sus productos y o servicios. Como gran ejemplo de esto fue en el año 2011, cuando iOS contabilizó ventas por 60% del mercado de celulares inteligentes y tabletas electrónicas. Mientras que, a mediados del 2012, iOS tuvo un decline a 16.9% y Android tomó ventaja con un 68.1% de las ventas en este mercado.

1.2 ENUNCIACIÓN DEL PROBLEMA

Proyecto de inversión de una cafetería vegetariana en el municipio de Coatzacoalcos, Veracruz.

1.2.1 JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

Actualmente en el municipio de Coatzacoalcos existe un índice alto de sobrepeso en niños. En el año 2018, el periódico “El debate” publicó una entrevista con la jefa del área de nutrición el Hospital Regional de Especialidades “Dr. Valentín Gómez Farías” quien añadió que el municipio de Coatzacoalcos se ubica como tercer lugar en obesidad (mientras que Veracruz ocupa el primer lugar a nivel nacional) lo cual es por la mala alimentación, falta de ejercicio y sedentarismo de los habitantes de la región, así como también comentó que parte de la situación es provocada por la falta de regulación de alimentos de baja densidad nutricional en las escuelas. La baja densidad nutricional en los alimentos a muy temprana edad conlleva a problemas de aprendizaje, salud, autoestima, entre muchos otros más. (DEBATE, 2018)

El estado de salud de un individuo y de un pueblo tiene sus raíces en los hábitos alimentarios. Un niño bien nutrido dará por consecuencia un adulto sano, por eso la importancia de una buena alimentación desde temprana edad. Algunos factores influenciados por una mala o incorrecta alimentación tienen incidencia significativa en el proceso de crecimiento y desarrollo de los individuos.

“Mientras más azúcares consumes, más le dices a tu cuerpo que los transforme en grasa. Esto no solo provoca un padecimiento conocido como hígado graso, sino que también afecta al resto del cuerpo”. (Loberg, 2014)

Anteriormente las personas por lo regular morían o fallecían por ser de la tercera edad o por alguna enfermedad contagiosa, hoy en día la mayoría de los fallecimientos es a causa de una mala alimentación, casos como ansiedad, Alzheimer, sobrepeso, obesidad, depresión, insomnio, ansiedad, enfermedades del riñón, entre muchos otros más.

En la gastronomía regional destacan el consumo de maíz y frijol, en diversas formas, desde comidas formales hasta antojitos fritos en aceite y/o manteca de cerdo, tales como: picadas, empanadas, gordas, tacos, tamales de masa y elote propios para consumirse a cualquier hora del día. Sin embargo, dichos patrones alimenticios ancestrales, aunados a los nuevos patrones alimenticios globales que imperan en la actualidad, junto al bajo poder adquisitivo del salario, impactan en una alimentación deficiente.

Veracruz es un estado rico en antojitos, grasas y harinas, y eso ocasiona el sobrepeso que lleva a la obesidad y todas las demás enfermedades, y como se mencionó anteriormente, haciendo a su vez a este estado ocupar el primer lugar en obesidad. Es uno de los estados del país que cuenta con un extraordinario medio geográfico y muy importantes recursos. Sin embargo, su población no deja de crecer y contar con cada vez más deficiencias nutricionales.

La cocina tradicional está siendo desplazada por los alimentos que se prepararan de manera sencilla y rápida, que satisfaga el apetito y sea barato. Esto se observa más en los hogares en que existen mujeres que trabajan y en los de personas que no pueden alimentarse en sus hogares y no pueden costear una comida completa y nutritiva, al igual que niños y jóvenes estudiantes, muchos de los cuales asisten a la escuela sin desayunar. Por hábito también y por la dificultad de tener agua potable a la mano, se consume mucho refresco que no tiene ningún valor nutricional. Los actuales hábitos alimenticios con elevado consumo de energía y grasas contribuyen a un desequilibrio energético. (Scielo, 2013)

Es evidente una vinculación entre la nutrición y el desarrollo. Así, quienes no tienen buena alimentación no cuentan con alta capacidad para desempeñar sus actividades y sin el adecuado rendimiento de éstas, no hay desarrollo. La deficiente alimentación se refleja.

El proyecto llevado a cabo servirá para brindar la información necesaria y pertinente sobre el análisis de la rentabilidad de una cafetería que brinde alimentos de alta densidad nutricional a los habitantes del municipio de Coatzacoalcos, y de esta forma su implantación contribuirá a disminuir los índices de obesidad de la región.

1.2.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Será rentable un proyecto de inversión de una cafetería vegetariana en el municipio de Coatzacoalcos, Veracruz?

1.3 DELIMITACIÓN DE OBJETIVOS

1.3.1 OBJETIVO GENERAL

Crear un proyecto de inversión de una cafetería vegetariana en el municipio de Coatzacoalcos, Veracruz.

1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ❖ Aplicar una encuesta para recolectar datos y demostrar que existe una demanda potencial insatisfecha de comida vegetariana en el municipio de Coatzacoalcos, Veracruz
- ❖ Analizar la competencia existente en el municipio de Coatzacoalcos, Veracruz
- ❖ Demostrar que el proyecto de inversión de una cafetería vegetariana es económicamente rentable
- ❖ Determinar la localización óptima del proyecto

1.4 FORMULACIÓN DE HIPOTESIS

1.4.1 ENUNCIACIÓN DE HIPÓTESIS

Hipótesis de trabajo

Hi: Un adecuado proyecto de inversión de una cafetería vegetariana en el municipio de Coatzacoalcos, Veracruz, será rentable y reducirá el índice de obesidad en el municipio.

La hipótesis de trabajo es la suposición de un hecho a partir de datos que sirven para realizar una investigación. (Sampieri, 2014)

Hipótesis nula

Ho: Un adecuado proyecto de inversión de una cafetería vegetariana en el municipio de Coatzacoalcos, Veracruz, no será rentable y no reducirá el índice de obesidad en el municipio.

La hipótesis nula es la contrapartida o la oposición de la relación que hay entre las variables, es decir solo sirve para negar lo que se afirma en la hipótesis de investigación. (Sampieri, 2014)

1.4.2 DETERMINACIÓN DE VARIABLES

Variable independiente

Vi: Propuesta de un proyecto de inversión de una cafetería vegetariana en el municipio de Coatzacoalcos, Veracruz.

Es lo que se va a evaluar, no depende de algo para estar allí; supone ser la causa del fenómeno estudiado. Es la variable que el investigador manipula.

Variable dependiente

Vd: Índice de obesidad en el municipio de Coatzacoalcos, Veracruz.

Este hace referencia a como su nombre lo indica, que va a depender de algo que la hace variar. Son los cambios que se realizarán por como consecuencia de la manipulación de la variable independiente.

1.5 DISEÑO DE LA PRUEBA

1.5.1 INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL

La presente investigación es de carácter documental ya que se hará la consulta de variadas fuentes bibliográficas de diversos autores, ya que de este modo se respaldará la investigación. En la investigación es un proceso el cual tiene etapas que ayudan a fortalecer, descubrir y enriquecer el conocimiento o los conocimientos que se obtengan. También permitirá analizar y proponer nuevos conocimientos y mejorar las teorías que ya se tienen.

Para realizar una investigación es necesario recurrir a la investigación documental ya que con ello se buscará información del tema a investigar porque es importante tener en cuenta investigaciones anteriormente realizadas, de esta manera se podrá tener una visión más clara del panorama. La investigación documental es la parte esencial de un proceso de investigación científica. El indagar, interpretar, presentar datos e información, y la realización de recuperación y recolección de información a través de libros, textos informativos, noticias, periódicos, internet, notas, etc. sobre un tema tiene como finalidad el obtener resultados que aportarán nuevos datos y conocimientos actualizados.

En cualquier tipo de trabajo, ya sea de investigación o de cualquier otra índole se hace necesario el recurrir al proceso de administración, el cual se compone de cuatro importantes etapas que son: la planeación, la organización, la dirección, y control. Para la realización de una investigación de cualquier tipo es imprescindible el llevar un orden adecuado para la consecución de los objetivos que se desean alcanzar con la misma.

Entonces, como punto de inicio y primera etapa es la elección del tema del cual se desea tratar, de esta forma se hará más fácil saber que fuentes bibliográficas serán las más adecuadas e idóneas de las cuales se podrá sustentar la información; entonces como segunda etapa por consiguiente será la búsqueda y selección de las fuentes; el tercer punto será el reunir el material de las fuentes anteriormente seleccionadas; la cuarta fase es la lectura; después de la lectura lo siguiente será el delimitar el tema, es decir, poner límites a la investigación del proyecto; el sexto punto es elaborar un esquema de trabajo; la séptima fase es ampliar la información con el tema ya delimitado; se redacta el trabajo; y como punto final se deberá verificar que todo esté correcto.

Hay que tener en cuenta que en el proceso académico universitario y para la vida profesional es importante la investigación documental y la investigación de campo.

1.5.2 INSTRUMENTO DE CAMPO

Dentro del instrumento de prueba o de campo de este proyecto se utilizó la encuesta.

Con la encuesta se trata de "obtener, de manera sistemática y ordenada, información sobre las variables que intervienen en una investigación, y esto sobre una población o muestra determinada. Esta información hace referencia a lo que las personas

son, hacen, piensan, opinan, sienten, esperan, desean, quieren u odian, aprueban o desaprueban, o los motivos de sus actos, opiniones y actitudes". (Vinacua, 1989)

La encuesta es una investigación que se hace de una muestra de la población de un determinado sector que se delimitó, esto se realiza con la intención de obtener resultados los cuales sean medibles cuantitativamente, las cuales contienen una gran variedad de características objetivas y subjetivas de la población.

1.5.2.1 DELIMITACIÓN DEL UNIVERSO

La presente investigación se realizará sobre la rentabilidad de una cafetería vegetariana en el municipio de Coatzacoalcos, Veracruz.

Entre los puertos más sobresalientes, principales y valiosos del sur del país de México se encuentra la localidad de Coatzacoalcos, el cual dicho municipio se encuentra en el estado de Veracruz. Está rodeado por el río Coatzacoalcos (que tiene su mismo nombre) y el río Tonalá. El Golfo de México baña el norte de este municipio.

El nombre de esta región, Coatzacoalcos, tiene su origen del náhuatl coatl, el cual significa 'lugar donde se esconde la serpiente'. Se localiza en la zona sur del Estado, en las coordenadas 18° 09' latitud norte y 94° 26' longitud oeste, a una altura de 10 metros sobre el nivel del mar. Limita con los municipios de Pajapan, Cosoleacaque, Minatitlán, Ixhuatlán del Sureste, Moloacán y las Choapas, al norte con el Golfo de México, al este con el estado de Tabasco. Su clima es cálido-regular con una temperatura promedio de 25.6 °C. C. En cuanto a la demografía de Coatzacoalcos, esta localidad en el año 2017 tenía una totalidad de 332 464 habitantes según el cuadernillo del sistema de información municipal. (Veracruz, 2016)

Actualmente el presidente constitucional de este municipio es el ingeniero Víctor Manuel Carranza Rosaldo. (ROSALDO., s.f.)

La gastronomía de la ciudad es una muestra de los movimientos geográficos de la zona, y muchos de estos platillos provienen de los estados circundantes como, por ejemplo: carne de Chinameca, canate, armadillo, cochinita pibil, guisos de tortuga, peje

lagarto ahumado, pichichi, venado, pato, tejón, pez bobo, tortuga en su sangre y memelas, también es típico comer mejillones. (Coatzacoalcos, 2016)

1.5.2.2 SELECCIÓN DE LA MUESTRA

Se determinó que el nivel de confianza que se requería era de 95% con un error de 5% en los resultados de las encuestas. Para el cálculo del tamaño de la muestra que proporcione estos parámetros, es necesaria la desviación estándar del consumo. Para obtenerla se aplicó un muestreo piloto de 20 encuestas, preguntando diferentes cuestiones sobre el producto. La encuesta se aplicó a las distintas personas en el municipio de Coatzacoalcos, Veracruz-Llave, México.

DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA

Determinación por 20 encuestas:

Mililitros	Personas	Total
300 mililitros	14 personas	4200
400 mililitros	2 personas	800
500 mililitros	4 personas	2,000

Consumo mínimo y consumo máximo

	14 personas	4200 mililitros		
-	2 personas	800 mililitros	=	3400 mililitros

3400 mililitros es igual al 0.34%

Sin embargo, se determinó el entrevistar a 300 personas como muestra de la población.

$(o)^2$	O= Desviación estándar a partir de un valor mayor y menor	$(0.34)^2$
$\times (z)^2$	Z= Valor determinado como un nivel de confianza en la investigación	$(1.96)^2$
$\div (E)^2$	E= Grado de error asociado	$(0.05)^2$
$=$	Muestra	= 177.635584 habitantes

CAPITULO II.

MARCO TEÓRICO

2.1 PROYECTO DE INVERSIÓN

2.1.1 CONCEPTO Y DEFINICIÓN

“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 para la toma de decisiones sobre la inversión”. (Martínez, 1993)

“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”. (Abraham Hernández Hernández, 2000)

“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 servicio, útil al ser humano o a la sociedad en general”. (Urbina, 2006)

Un proyecto es la agrupación de cálculos y datos, los cuales dan parámetros de cómo ha de ser y costar una obra o tarea, todo esto siendo sometido a evaluaciones para fundamentar una decisión. Mientras que una inversión es la aportación de recursos empleándolos para producir algo para obtener un beneficio futuro esperado.

Entonces, un proyecto de inversión es un conjunto de actividades que se planean, organizan, dirigen, y controlan con el objetivo de lograr un fin específico. Este proyecto de inversión, por lo regular siempre va a acompañado de un presupuesto y lapso de tiempo estimados para la ejecución y realización del plan que se desea. Este tipo de plan tiene también un estimado de lo que se proyecta obtener en remuneración con su implementación, es decir, la ganancia futura. Es un conjunto de planes de manera detallada, que con el uso de diferentes recursos se planea producir un producto, bien o servicio que, al ser demandado por una población, se espera brindar beneficios a esa sociedad y a la empresa con las ganancias que se produzcan de su consumo.

En el desarrollo de este plan, se deberán asignar distintos recursos como humanos, materiales, financieros, y técnicos. También se deberán realizar estudios para determinar su demanda, en qué lugar será mejor situarlo, entre otras cosas que estarán incluidas en el estudio de mercado, el estudio técnico, ingeniería del proyecto, el marco legal, el estudio económico y la valuación económica de la empresa.

Para la realización de un proyecto de inversión es necesario el llevar diferentes estudios de prefactibilidad o anteproyecto, este estudio analiza de manera profunda la investigación en fuentes secundarias y primarias en investigación de mercado, detalla lo necesario para llevarlo a cabo, determina costos, gastos, rentabilidad del proyecto, y es la base en que se apoyan los inversionistas para tomar una decisión.

2.2 SALUD

2.2.1 IMPORTANCIA DE UNA ALIMENTACIÓN SALUDABLE

Una alimentación saludable mayormente es acerca de tener una dieta balanceada, la cual mantendrá el cuerpo saludable, para que este a su vez pueda mejorar la figura física y el humor o el ánimo. Una dieta saludable es buena tanto para la mente, como para el cuerpo.

Mientras que una alimentación saludable es importante para el cuerpo, los malos hábitos pueden afectar la salud. No importa que dieta se siga, los malos hábitos como fumar o tomar en exceso bebidas alcohólicas alejan de mantenerse saludable.

El comer saludable ayuda a mantener un peso corporal adecuado, aunque también protege de enfermedades. Esto no significa que se deba dejar de comer todo lo que a uno le gusta o comer menos.

La alimentación influye de una manera decisiva en el proceso de desarrollo de una población. Por eso es que la importancia de una alimentación sana y equilibrada está justificada tanto desde el punto de vista de la salud como desde la prevención de enfermedades.

2.2.2 ALIMENTACIÓN PLANIFICADA

Stoner (1996) señala que “es el proceso de establecer metas y elegir medios para alcanzar dichas metas”. (Stoner, 1996)

El planificar supone crear un plan que ayude en el cumplimiento de objetivos, si no se planifica, y no se fijan metas, no se tendrá la capacidad de cumplir lo que se planea lograr ya sea a corto, mediano o largo plazo, la planificación permitirá la consecución de los objetivos.

La planificación de compra de alimentos es una forma de acercarse a una dieta saludable, ya que de esta manera se espera ahorrar dinero y tiempo; con esto se podrá observar cómo lucirán las comidas a través de la semana, haciendo que sea más eficiente el eliminar compras imprevistas, evitará comprar alimentos no saludables y comprar por impulso.

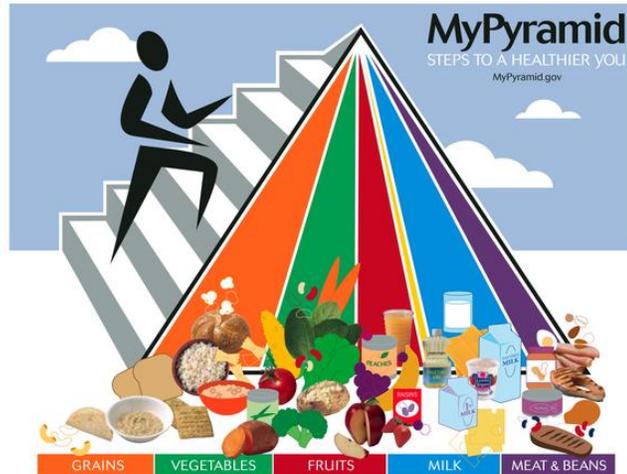
Entre los beneficios de una alimentación planificada está también el ahorro de tiempo, ya que una vez se tiene planificado lo que se comerá durante una semana, y se compró con anticipación, entonces será más fácil saber que prepararse durante todo el día y toda la semana. Cuando se planean las comidas y se sabe específicamente que se debe preparar, la rutina para prepararse de comer se vuelve más rápida; además que solo se tendrá en el refrigerador comida saludable anteriormente planificada, evitando así alimentos que no tienen aportaciones beneficiosas.

2.2.3 PIRÁMIDE NUTRICIONAL

Comer saludable es eliminar comidas malas como comida procesada, carbohidratos refinados y grasas saturadas que uno come día con día, y se deberá reemplazar estas comidas malas con comida saludable que aporte los nutrientes necesarios. Los nutrientes que se obtengan de los alimentos, deberán proveer de energía para completar la rutina diaria de cada ser humano.

El mejoramiento de la calidad de vida va de la mano con una dieta saludable, la cual es mejor representada en la Pirámide Nutricional.

Pirámide Nutricional es una estrategia para balancear la dieta con valor nutricional en los alimentos que se consumen o ingieren diariamente; a través de esta se puede observar gráficamente los grupos de alimentos necesarios en la ingesta humana, como se podrá mostrar a continuación. (Gibson, 2016)



Una alimentación equilibrada es aquella que incluye una diversidad suficiente de alimentos en las cantidades adecuadas, en relación al estilo de vida de las personas, y deberá garantizar que se cubran o satisfagan los requerimientos de energía y nutrientes necesarios. Por lo que no existe una dieta ideal que sirva para todo el mundo, pero sí un criterio universal en cuanto al tipo de alimentos que deben consumirse dentro de la dieta cotidiana, que garantice que se cubran las necesidades energéticas y nutritivas de las personas y que colabore en la prevención de ciertas alteraciones y enfermedades relacionadas con desequilibrios relacionados a la alimentación.

2.2.4 OBESIDAD

Una alimentación saludable depende de comidas saludables y del número de calorías que se consuman. El comer calorías de más se convierte en grasa, lo cual es almacenado en nuestro cuerpo y eventualmente causará obesidad. Ya que si se consumen más calorías de las que el cuerpo necesita y de las que el cuerpo quema o usa diariamente, resultará en un peso corporal mayor al recomendado.

Una alimentación desequilibrada conllevará a la sociedad a ser propensos a tener enfermedades como la hipertensión, obesidad, diabetes, enfermedades cardiovasculares, trastornos de la conducta alimentaria, entre muchas otras.

2.3 VEGANO Y VEGETARIANO

2.3.1 ANTECEDENTES

En el siglo VI A.C. el líder espiritual, Vardhamana Mahavira, practicó y enriqueció la doctrina del jainismo, en la cual se practicaban cinco votos, entre uno de estos votos se encontraba la no violencia y prohibía el sacrificio de animales, ya que Mahavira consideraba que todos los seres vivos sienten dolor. (Casillas)

Una filosofía muy cercana es la budista, un ejemplo de esto es cuando el buda Sidarta Gautama hizo referencia a no dañar a los seres vivos, aunque se busca hacer conciencia del sufrimiento animal, esto no implica que algunos budas no consuman alimentos de origen animal, ya que es una aspiración.

Entre los antecedentes de personajes más recientes se encuentra Mahatma Gandhi, quien fue una figura o celebridad la cual difundió este estilo de vida.

2.3.1 DIFERENCIA ENTRE VEGANO Y VEGETARIANO

El veganismo es un estilo de vida que incluye un pensar a favor de la vida, creencias, ideologías y ética en defensa del medio ambiente. Además de no consumir ninguna carne animal, no comen huevos, productos lácteos o cualquier otro producto derivado de animales; evitan el uso de productos que han sido probados en animales (maquillaje y cremas para la piel, o productos hechos de pieles de animales). El veganismo es un estilo de vida y una filosofía que reconoce que los animales tienen derecho a estar libres de uso y explotación humana; es una postura ética. (HEALTH, 2016)

Los vegetarianos, por otro lado, tienden a comer huevos y productos lácteos como la leche y la mantequilla.

La principal diferencia entre un vegano y un vegetariano, es que mientras la primera no ingiere alimentos de origen animal por el medio ambiente y respeto a todo ser

vivo, algunos de los vegetarianos si ingieren comidas provenientes de la fauna. (PAZ, 2015)

Ambos grupos son admirables ya que han realizado e implementado cambios en su vida a través de su alimentación para sentirse más sanos, más felices, y que les permita vivir una vida más larga y plena.

2.4. GENERACIÓN MILLENNIAL

2.4.1 ¿QUIÉNES SON ELLOS?

Es necesario primero abordar el concepto de generación, los autores José María Álvarez Monzoncillo y Guillermo de Haro (Coords) en su libro 'Millennials: la generación emprendedora', señalan que es: "un conjunto de actitudes y comportamientos". Mientras que, el Pew Research Center, considera millennial a todas las personas adultas nacidas desde el año 1982 hasta hoy en día. ((Coords), 2017)

Entonces, se puede llegar a la conclusión que en definición una generación millennial o generación y es cualquier persona, que nacida en determinada época o determinado periodo de tiempo (en este caso de 1982 a la fecha) se distingue por un específico conglomerado o conjunto de conductas específicas, de las cuales se hablarán más adelante.

2.4.2 TENDENCIAS ALIMENTARIAS

Se dice que en cuanto a sus tendencias y preferencias en alimentación ellos son aventureros en intentar probar nuevas cosas, sabores y comidas; ya que ellos fueron educados, les han enseñado y dicho que pueden hacer cualquier cosa. (Garton, 2013)

A pesar de eso cada vez se preocupan más por su alimentación y adoptan nuevas tendencias como el vegetarianismo, veganismo, entre otras que, son relacionadas directamente con su salud o con sus valores éticos. Están conscientes del impacto que tendría no hacerlo para mantener su salud y calidad de vida, sin embargo, esto no significa que todos los de esta generación lleven una alimentación saludable (como se notó en los estudios o casos dados al inicio de este proyecto).

Es más común que lean las etiquetas antes de comprar los productos, la mayoría elige alimentos que no contengan aditivos, realizan elecciones saludables para su alimentación. En conclusión, su alimentación de este grupo es más saludable, orgánica y menos procesada.

2.4.3 MODELO DE PARTICIPACIÓN ECONÓMICA

Esta generación se ha distinguido por tener conductas de participación, ya que de esta manera se sienten involucrados e incluidos, como un ejemplo claro de esto son las reseñas en Google maps, y en redes sociales como lo son Instagram, Facebook, Twitter, entre muchas otras. Además, que, millennials encuentran más valiosa una marca y la prefieren cuando ellos pueden brindar su punto de vista sobre recomendaciones de mercadotecnia o estrategias de mejora.

Se podría decir que son una generación a la cual le gusta colaborar con su opinión para ayudar de alguna u otra manera, y tener un impacto significativo en las decisiones de sus marcas favoritas. Así de la misma manera en que ellos dan opiniones y quieren que estas sean aceptadas y atendidas, ellos también toman en consideración los otros criterios brindados por la comunidad y las marcas, convirtiéndose de esta forma todo esto como una especie de retroalimentación para tomar las mejores decisiones de acuerdo a diversos criterios y experiencias.

2.4.4 SALUDABLES Y VERDES

Una de las cosas que caracteriza a los de esta generación, es que son verdes y saludables en cuanto a su modo de vida y alimentación.

Millennials hacen compras de supermercado pensando en las opciones más saludables y amigables con el medioambiente existentes en el mercado. Al igual que buscan las alternativas más amigables en consumo, de ese mismo modo optan por elegir medios de transporte que no dañen el planeta Tierra. Esta generación en su mayoría se preocupa más por el medio ambiente, y saben que las decisiones que tomen al momento de elegir o seleccionar un producto o servicio en el mercado, pueden perjudicar o beneficiar a su entorno. Aunque claro, se tiene que aclarar que no todas las personas en esta generación son iguales, concuerdan o piensan de la misma manera.

2.4.5 TECNOLOGÍA

Es más común que esta generación se adapte más temprano a la tecnología que las pasadas generaciones. Por ende, este es un factor que los hace estar más alertas al momento de tomar decisiones de compra. Por lo general antes de efectuar o realizar una compra o adquisición, buscan y comparan calidad, precio, servicio, huella ambiental de los productos, los bienes, y los servicios con ayuda de distintas aplicaciones. Es una generación en la que la tecnología es vital.

Gracias a la constante evolución de las tecnologías, cada vez es más fácil acceder a todo tipo de productos y calificaciones de estos, sus características, ente otras cosas en tan solo unos pocos clics. Por lo que, los sitios webs y aplicaciones que están especializados en la comparación de productos se convierten en una de las mejores fuentes de información.

Hoy en día es sorprendente ver como una persona en tan solo unos cuantos pasos puede realizar una compra desde su teléfono móvil sin tener que ir de manera presencial a adquirirlo.

2.4.6 CONSTRUIR UNA ESTRATEGIA DE ESCUCHA Y PARTICIPACIÓN

Como se mencionó anteriormente, al ser esta generación un grupo actualizado en tecnología y pasar más tiempo en línea, están más atentos a las actualizaciones y sucesos que acontecen cotidianamente por lo que, y también al gustarles colaborar con sus opiniones o reseñas de distintas marcas que usen o prueben, valoran más a las empresas que los escucha, y los deja ser partícipes de decisiones importantes como qué tipo de zapato lanzar al mercado, su diseño, estampado, color, etc.

Desde el punto de vista del marketing, hay una gran oportunidad para que las empresas aprovechen las ventajas de la presencia en las redes sociales para crear un vínculo con sus clientes. Es de suma importancia el que cualquier marca ya sea grande, mediana, o por más pequeña que sea, tome en cuenta la opinión de sus clientes, usuarios, y consumidores. Prueba de ello es que muchas organizaciones fallan a la hora de construir relaciones con este público a través de los nuevos canales de comunicación.

Este tipo de estrategias de “escucha” hacen que sea más probable que se cree un lazo o relación entre la empresa y estos nuevos consumidores. Este tipo de relación se basa en invertir tiempo en escuchar y atender las opiniones, de esta manera ellos estarán dispuestos a adquirir o interesarse en la marca de acuerdo al tiempo que la organización se dedique a prestarles atención.

CAPITULO III

3.1 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LA PROPUESTA

3.1.1 OBJETIVO DE LA PROPUESTA

Contribuir en la prevención y disminución de los altos índices de obesidad que es generada por la mala alimentación en el municipio de Coatzacoalcos, Veracruz.

3.1.2 OBJETIVOS PARTICULARES

- ❖ Demostrar que existe una demanda potencial insatisfecha para el producto.
- ❖ Demostrar que se domina la tecnología de producción.
- ❖ Demostrar que es económicamente rentable, llevar acabo su instalación.
- ❖ Prevenir o disminuir los altos índices de obesidad en la región de Coatzacoalcos, Ver.

3.1.3 JUSTIFICACIÓN DE LA PROPUESTA

Hoy en día una correcta y buena alimentación junto con la actividad física se han vuelto la clave para disminuir o prevenir los altos índices de obesidad existentes en todo el país.

La obesidad es un problema de salud que afecta a muchas personas, y no solo en México; esta incrementa la probabilidad de una muerte a temprana edad o a sufrir otras enfermedades en consecuencia.

Con el objetivo de colaborar en la disminución de la obesidad en el municipio de Coatzacoalcos, Veracruz, se resalta la importancia del presente documento, en el cual se propone un proyecto de inversión de una cafetería vegetariana.

3.1.4 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

Gold Coffee es una empresa PYME, su creación es pensada tanto para los vegetarianos y los consumidores de comida saludable, la necesidad de recrear la cafetería es prolongar la buena alimentación tanto para niños, jóvenes y adultos, no tiene distinción de edad.

Traemos la cafetería innovadora para el gusto de los amantes de lo naturaleza y con temas agradables a nuestro establecimiento, en cuanto a la calidad de nuestro café ante el consumidor será la mejor y con productos naturales y sin conservadores, además podrás degustar instantáneamente los desayunos y almuerzos al gusto del público eligiendo los productos vegetales frescos del día.

Mejoramos seguridad del establecimiento haciéndolos competitivos ante los demás que no lo ofrecen, pensamos en tu resguardo y que sobre todo este en un lugar tranquilo y estable, ya que nuestro trabajo es que te sientas acogido y cómodo.

Nuestro selecto de ingredientes son de consumo vital para el cuerpo como las vitaminas entre otros energéticos que necesitamos para ejercer las actividades.

3.1.5 FASES DE LA PROPUESTA

3.1.5.1 LINEAMIENTOS CORPORATIVOS

3.1.5.1.1 CULTURA ORGANIZACIONAL

“La cultura organizacional está formada por las normas informales y no escritas que orientan el comportamiento cotidiano de los miembros de una organización y dirigen sus acciones a la realización de los objetivos de ésta, en su cumplimiento participan todos los miembros”. (Sapiro, Administración en los tiempos modernos, 2002)

“Es un conjunto de nociones básicas inventadas, descubiertas, desarrolladas y compartidas por un grupo para enfrentar problemas de adaptación externa e integración interna, y funciona suficientemente bien para considerarlo válido. Asimismo, se transmite a los nuevos miembros como la manera correcta de percibir y entender esos problemas”. (Schein, 1992)

“Es la forma acostumbrada o tradicional de pensar y hacer las cosas. Es compartida por todos los miembros de la organización, y los nuevos integrantes deben aprenderla y aceptarla”. (Jacques, 1951)

La cultura organizacional es previa a la integración de los individuos en una organización, es decir, es planificada con anterioridad y es comprendida por un conjunto de características, estas características suelen ser los valores, la ética, las creencias e ideas que compartirán un grupo de individuos cuando se integren a una empresa o institución; el objetivo de ésta es el dirigir el actuar y el proceder de los trabajadores y subordinados dentro y fuera del área laboral; es la imagen que brindará la empresa a los distintos entes existentes dentro y fuera de la empresa.

3.1.5.1.1.1 MISION

“Misión organizacional es la declaración del propósito y el alcance de la empresa en términos del producto y del mercado. La misión define el papel de la organización dentro de la sociedad en la que se encuentra y significa su razón de ser y de existir. La misión de la organización está definida en términos de la satisfacción de alguna necesidad del ambiente externo y no de ofrecer un simple producto o servicio.” (Armstrong, 2012)

Idalberto Chiavenato Arao Sapiro menciona que “la misión constituye una manera de expresar el sistema de valores en términos de creencias o áreas básicas de acción de la organización”. (Sapiro, Administración de Recursos Humanos: El capital humano de las organizaciones, 2007)

La misión refleja a que se dedica la organización y la razón de ser de la misma, es el motivo por el cual la empresa fue creada.

La misión de la empresa “Gold Coffee” es ofrecer productos de calidad, crear y promover productos alimentarios de excelente sabor y los más saludables; música selecta y un excelente servicio para el público en general en la Ciudad de Coatzacoalcos, Veracruz.

3.1.5.1.1.2 VISION

“La visión de los negocios, la visión organizacional o incluso la visión del futuro se entiende como el sueño que la organización acaricia. Es la imagen de cómo se verá en el futuro. Es la explicación de por qué todos se levantan, todos los días, y dedican la mayor parte de su existencia al éxito de la organización en la que trabajan, invierten o

donde hacen negocios”. (Sapiro, Planeación estratégica: fundamentos y aplicaciones, 2011)

La visión indica las aspiraciones a lograr por parte de la empresa para con la población a la cual ofrecen sus productos o servicios, con sus colaboradores de la organización, el medio que los rodea, y para sí misma, refleja hacia donde quiere estar o llegar en un futuro.

Convertirnos en la empresa líder del sector cafetero siendo una empresa altamente competitiva, confiable todo eso gracias a nuestros productos y servicios de calidad, logrando ser la mejor de la ciudad de Coatzacoalcos, Veracruz.

3.1.5.1.1.3 VALORES

Los valores son principios éticos sobre los que se asienta la cultura de una empresa, y permiten crear pautas de comportamiento.

- ❖ Respeto: porque todos merecemos un trato digno sin importar sus gustos, creencias, incapacidades.
- ❖ Pasión: es nuestro motivador a ser siempre mejores, con amor a lo que hacemos, a cada detalle, la pasión que nos lleva al éxito continuo.
- ❖ Responsabilidad: porque en nuestras manos está en que le llegue a tiempo y que sea el producto que usted eligió.
- ❖ Calidad: este punto radica desde la perfección en la llegada al establecimiento, el servicio y el producto a consumir para que el cliente siempre tenga lo mejor.
- ❖ Compromiso: con los clientes, con nosotros mismos, tenemos una gran responsabilidad al ser una empresa con un sector amplio de consumidor.
- ❖ Constancias: los miembros de “Gold Coffee” deben actuar con persistencia y perseverancia en el logro de sus metas y objetivos.
- ❖ Transparencia: actuar con claridad, rectitud y seriedad respecto al manejo de los recursos, las disposiciones legales, y la aplicación de la normatividad.
- ❖ Superación: asumir que el cambio es un reto permanente, ser flexible y adaptarse a las nuevas situaciones de forma inteligente. Cada miembro debe dar mejor de sí para mejorar continuamente su desempeño y gestión.

- ❖ Atención al cliente: la parte más importante para nosotros es que disfrutes de la mejor atención y calidez, completando la experiencia con un delicioso café acompañado con lo que más te guste.
- ❖ Trabajo en equipo: obteniendo lo mejor de cada persona a favor de la empresa y mejorando constantemente, resulta una sinergia que se refleja en el servicio al cliente y la calidad en el producto.

3.1.5.1.2 IDENTIDAD CORPORATIVA

3.1.5.1.2.1 LOGOTIPO

“Un logotipo encierra un profundo significado, al que contribuyen todos los elementos que lo componen. Parece simple una vez terminado, pero realmente es el resultado de una serie de decisiones delicadas sobre aspectos como forma, color, tipografía, estilo, complejidad, distribución o efectos. Cada elemento tiene su importancia y su significado, y guarda una relación con el resto”. (LogoRapid, 2010)



El significado del logotipo de la cafetería Gold Coffee surge de la unión de las palabras en inglés “Golden” que significa “Oro” y la palabra “Coffee” que significa “café”, y juntando estas dos palabras se forma “Gold Coffee” siendo en español “Café de Oro”.

La idea del nombre “Gold Coffee” o “Café de Oro”, en español, se definió debido a la calidad de la empresa en la selección de los mejores granos de café para la creación de la mejor bebida de café, y no sólo de éste aspecto, también buscando la mejor calidad en otros insumos para las bebidas y alimentos de la cafetería.

3.1.5.1.2.2 COLORES

 **Amarillo:** se le asocia con la felicidad, la alegría y el optimismo. Este color se utiliza a menudo para llamar la atención. Es relacionado a la naturaleza.

 **Café:** se encuentra en gran variedad de recursos naturales, principalmente en la tierra y la madera, por lo que se le relaciona con la resistencia, la defensa, la confianza y la permanencia. Transmite seriedad y al mismo tiempo tranquilidad.

 **Blanco:** Transmite comodidad a los visitantes a la hora de comer. Simboliza paz, humildad y amor.

3.1.5.1.3 ANALISIS FODA

La matriz FODA, es un instrumento que permite realizar un análisis de una organización en relación con los factores que determinan el éxito en el cumplimiento de sus metas, que por sus siglas:

F: Fortaleza

Son aquellos factores internos de una empresa, los cuales representan una ventaja ante la competencia, y permitirá superar las amenazas.

O: Oportunidades

Factores externos que pueden representar una ventaja para la organización.

D: Debilidades

Son factores internos, los cuales se pueden subsanar con las oportunidades y fortalezas con las que cuenta la empresa.

A: Amenazas

Factores externos que se encuentran en el entorno o por la competencia, los cuales se pueden disminuir con fortalezas y oportunidades.

<p style="text-align: center;">INTERNO</p> <p style="text-align: center;">EXTERNO</p>	<p style="text-align: center;">FORTALEZAS</p> <p>F1) Calidad en productos</p> <p>F2) Página web</p> <p>F3) Diversificación de productos</p>	<p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p> <p>D1) No cuenta con tienda física</p> <p>D2) Falta de capacitación para la creación de nuevos productos</p>
<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <p>O1) Generar tendencias</p> <p>O2) Publicidad llamativa</p> <p>O3) Obtener insumos de buena calidad y al menor precio posible</p>	<p>Evaluar la calidad y el precio de insumos a través de una investigación de proveedores.</p> <p>Realizar publicidad a través de redes sociales y la página web.</p>	<p>Contratación y capacitación de personal a través de un curso de capacitación en barista.</p> <p>Rentar un local con buena localización en el municipio de Coatzacoalcos.</p>
<p style="text-align: center;">AMENAZAS</p> <p>A1) Incremento en costos de insumos por parte de proveedores</p> <p>A2) Incremento de competencia</p> <p>A3) Inseguridad</p>	<p>Implementar una estrategia de precios a través de un proceso de fijación de precios.</p> <p>Certificación en la ISO en seguridad.</p>	<p>Llevar un proceso de selección de proveedores con un catálogo de proveedores del producto que satisfaga el tiempo.</p> <p>Brindar un servicio pos-venta a través de correo electrónico, y redes sociales.</p>

3.1.5.2. ESTUDIO DE MERCADO

3.1.5.2.1 DEFINICIÓN DEL PRODUCTO

La industria del café crece y evoluciona constantemente para adaptarse a muchos tipos de necesidades diferentes.

El café es un producto que se ha hecho atractivo en nuestra sociedad actual, debido a sus efectos propios para levantar el ánimo y mantener despierto y alerta a quien lo consume. Pero esto no es todo lo que quiere ofrecer, ya que este nuevo emprendimiento tiene como objetivo satisfacer la creciente demanda por café y sus variedades de calidad, también apunta a otro mercado como cafetería, el cual es entregar té y café como otra opción de bebida.

Nuestro nicho de mercado determinado en las encuestas que la población que más consume estos productos son las personas de 16 a 25 años de edad, y 26 años en adelante.

Antes de abundar en el tema es necesario el definir conceptos primordiales para el conocimiento y aclaración, de este modo lograr comprender los servicios y productos que la empresa Gold Coffee brinda.

La etimología del vocablo café deja al descubierto un extenso recorrido que comienza con el árabe qahwah, continúa con el turco kahve y llega hasta el italiano caffè, antes de adquirir la forma que lo distingue en el idioma español. El café, cuenta su definición, es el nombre de la semilla del cafeto, un árbol que crece naturalmente en territorio nacional producto 100% mexicano al estilo Chiapas, el cafeto posee entre cuatro y seis metros de alto presenta hojas opuesta de tonalidad verduzca sus flores son blancas y sus frutos se sirven en valla roja. La semilla de este árbol es decir el café suele medir cerca un centímetro con un surco longitudinal se conoce como café a la bebida que se elabora mediante La infusión de esta tostada y molida, se trata de una bebida socializadora, ya que las personas suelen reunirse en torno a la práctica de beber café.

Otro concepto son los productos para vegatrianos, se tiene que aclarar que una persona vegana es un sujeto que en su alimentación su ingesta en mayormente por frutas

y verduras, aunque puede consumir productos alimenticios de origen animal. Aunque existen muchos planteamientos o razones que pueden llevar a una persona a erradicar en su alimentación alimentos de origen animal como, por ejemplo, por problemas de salud o alergias a determinados alimentos por una cuestión ética a no querer que los animales sufran por nada del mundo e incluso por las enfermedades que estos mismo contienen dentro de la carne.

3.1.5.2.2 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

En esta parte del proyecto se investigó y se obtuvieron datos de fuentes secundarias y primarias con la finalidad de pronosticar los niveles o volúmenes de demanda del producto.

3.1.5.2.2.1 ANÁLISIS DE DATOS DE FUENTES PRIMARIAS

Junto con los promotores del proyecto, se determinó que el nivel de confianza que se requería era de 95% con un error de 5% en los resultados de las encuestas. Para el cálculo del tamaño de la muestra que proporcione estos parámetros, es necesaria la desviación estándar del consumo. Para obtenerla se aplicó un muestreo piloto de 20 encuestas, preguntando diferentes cuestiones sobre el producto. La encuesta se aplicó a las distintas personas en el municipio de Coatzacoalcos, Veracruz-Llave, México.

3.1.5.2.2.1.1 DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA

Determinación por 20 encuestas:

Mililitros	Personas	Total
300 mililitros	14 personas	4200
400 mililitros	2 personas	800
500 mililitros	4 personas	2,000

Consumo mínimo y consumo máximo

	14 personas	4200 mililitros		
-	2 personas	800 mililitros	=	3400 mililitros

3400 mililitros es igual al 0.34%

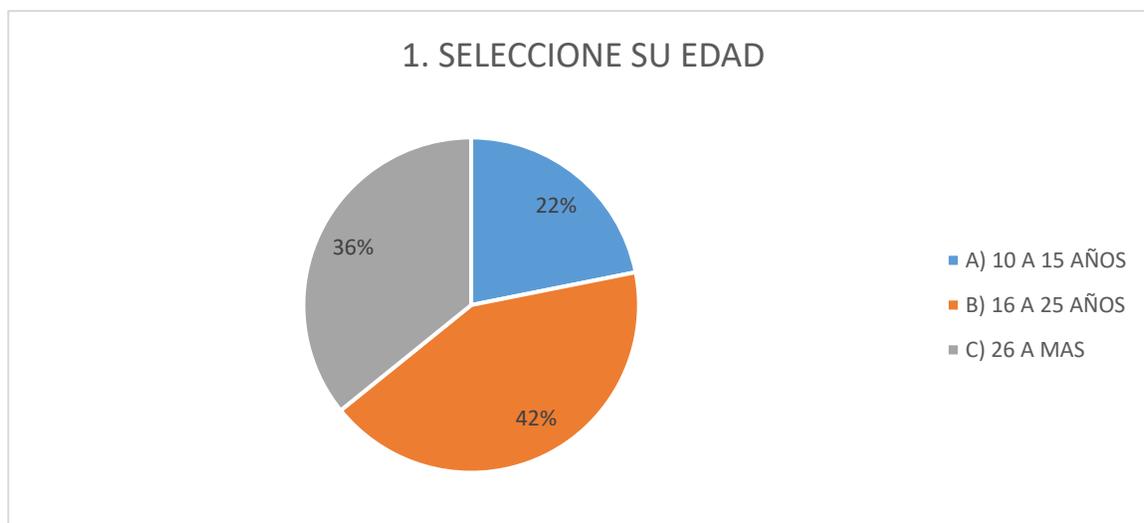
Entonces:

$(o)^2$	O= Desviación estándar a partir de un valor mayor y menor	$(0.34)^2$
$\times (z)^2$	Z= Valor determinado como un nivel de confianza en la investigación	$(1.96)^2$
$\div (E)^2$	E= Grado de error asociado	$(0.05)^2$
$=$	Muestra	= 177.635584 habitantes

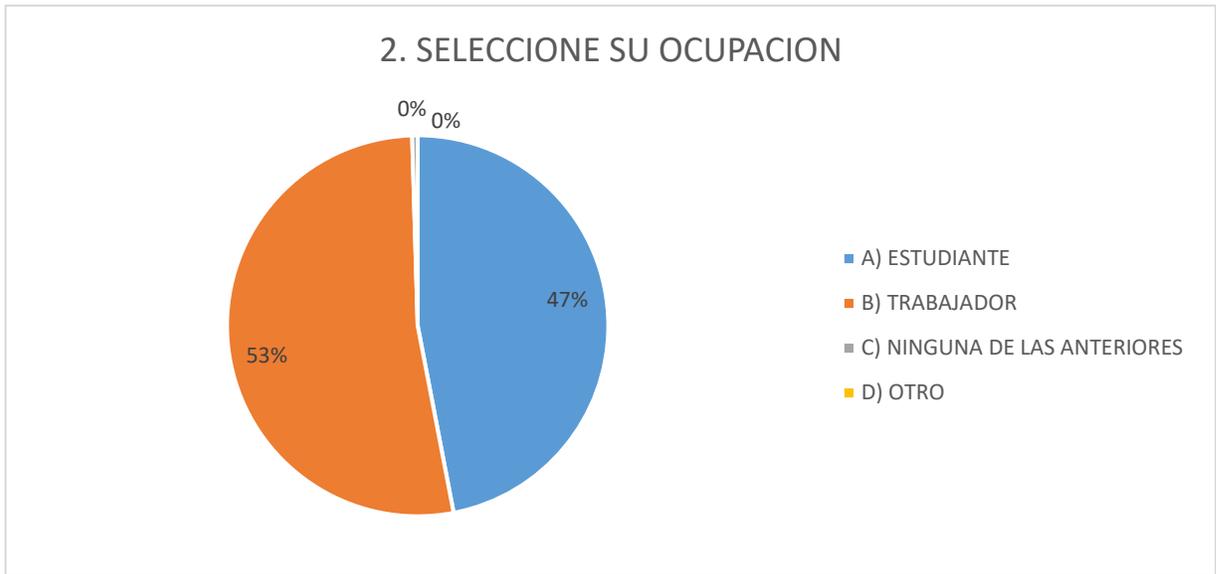
Sin embargo, se determinó el entrevistar a 300 personas como muestra de la población.

3.1.5.2.2.1.2 GRÁFICAS DE RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS

1. Seleccione su edad



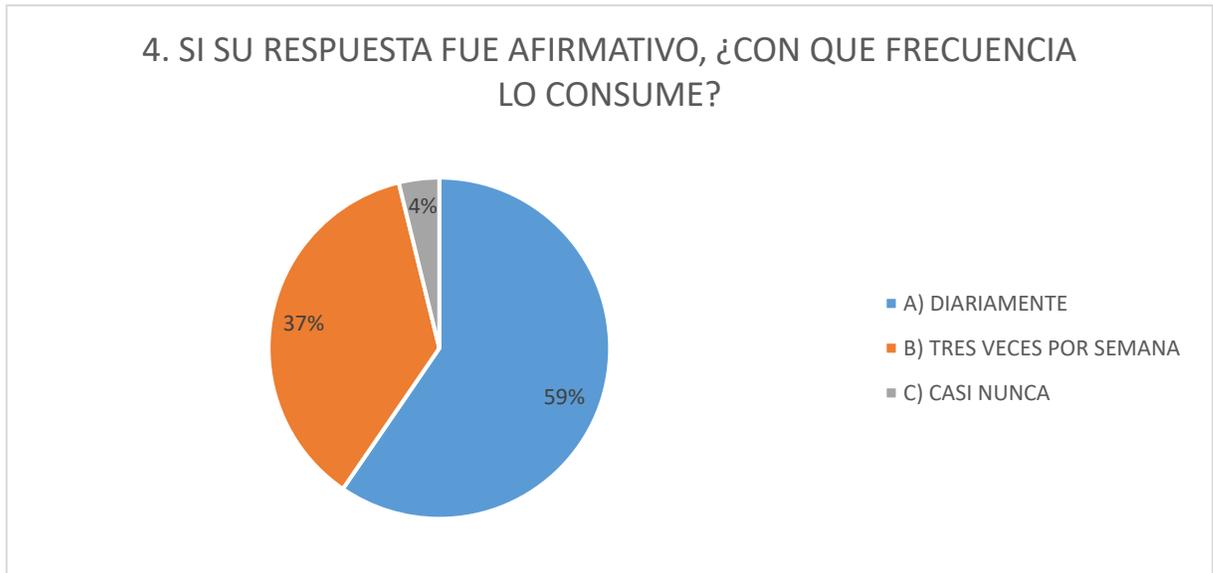
2. Seleccione su ocupación



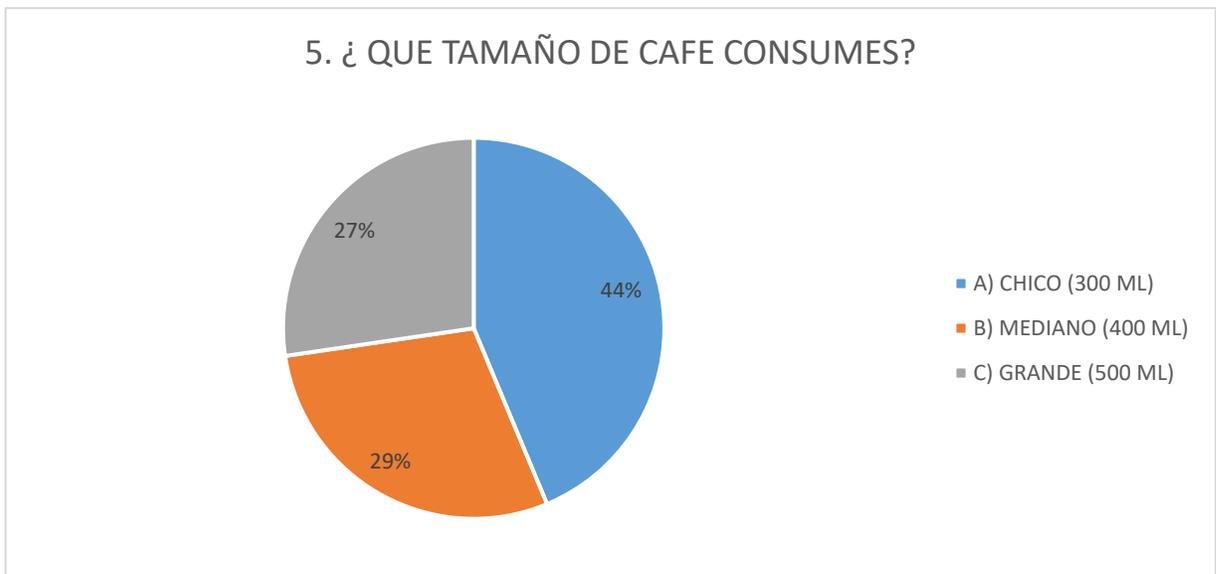
3. ¿Le gusta el café?



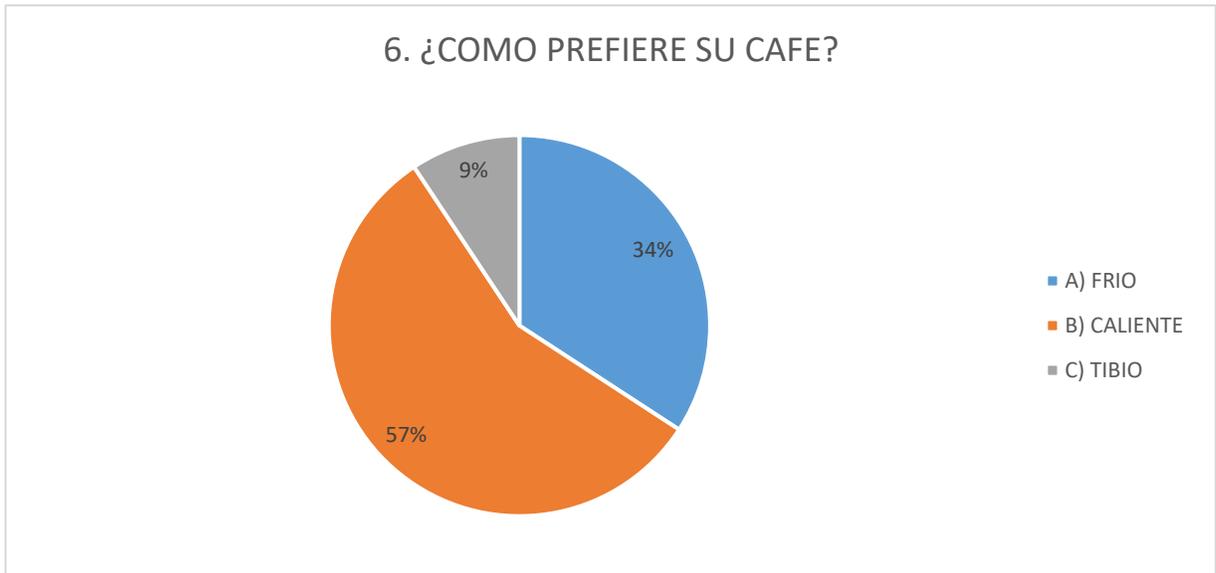
4. Si su respuesta fue afirmativa, ¿con qué frecuencia lo consume?



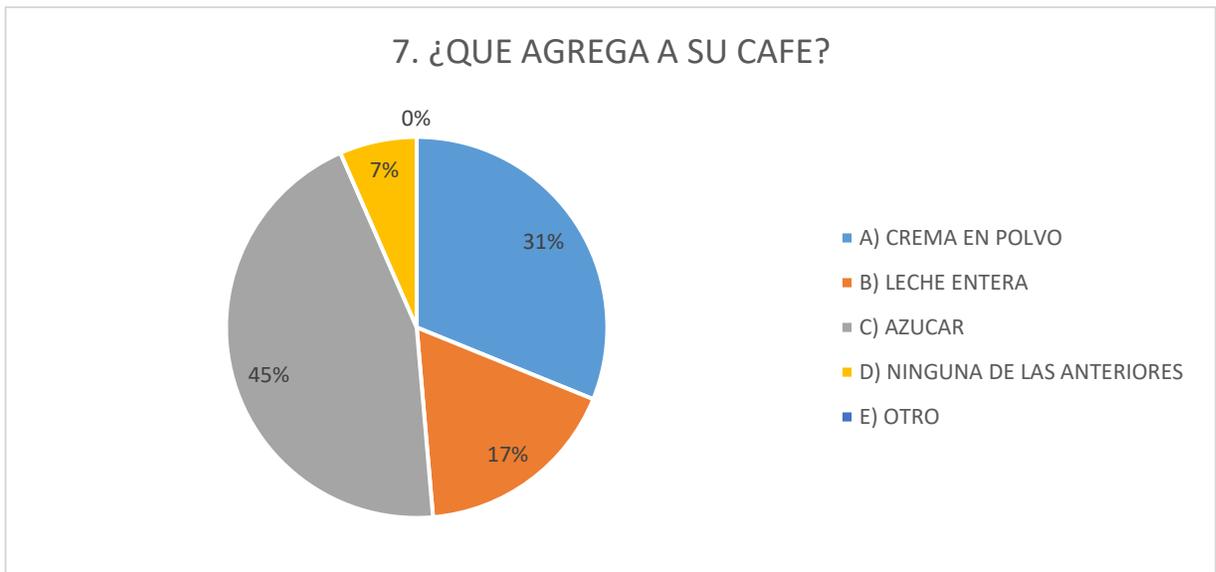
5. ¿Qué tamaño de café consumes?



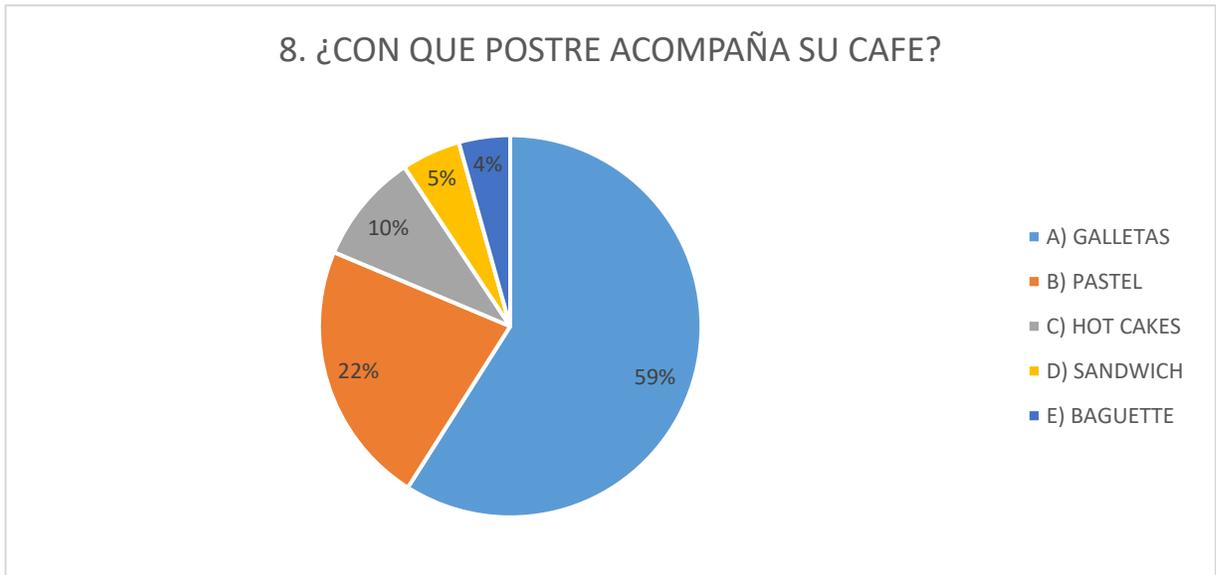
6. ¿Cómo prefiere su café?



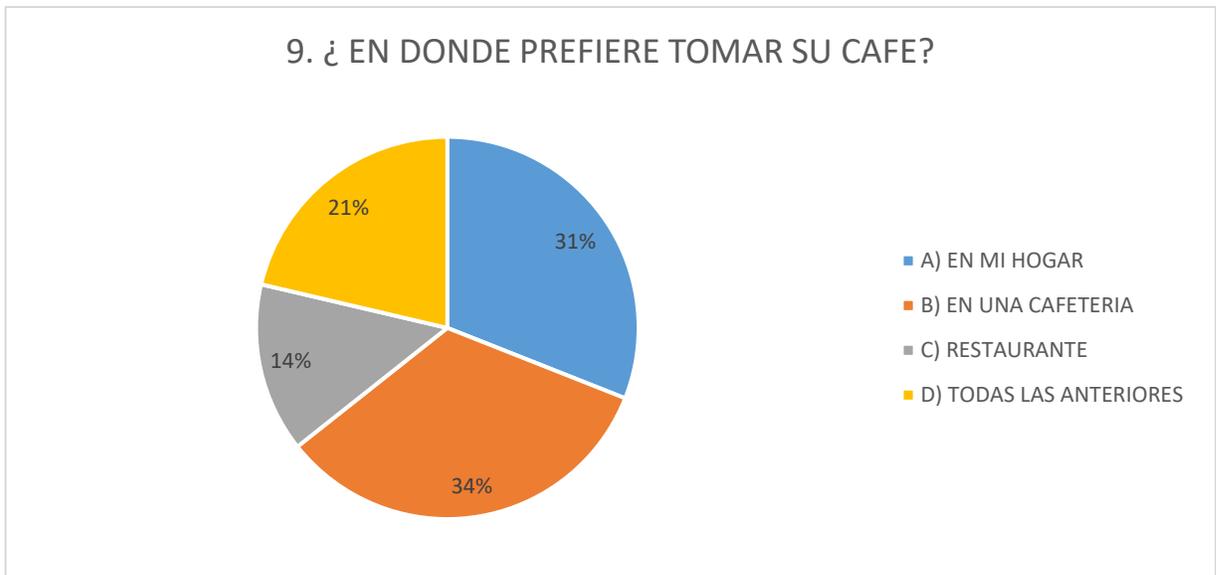
7. ¿Qué agrega a su café?



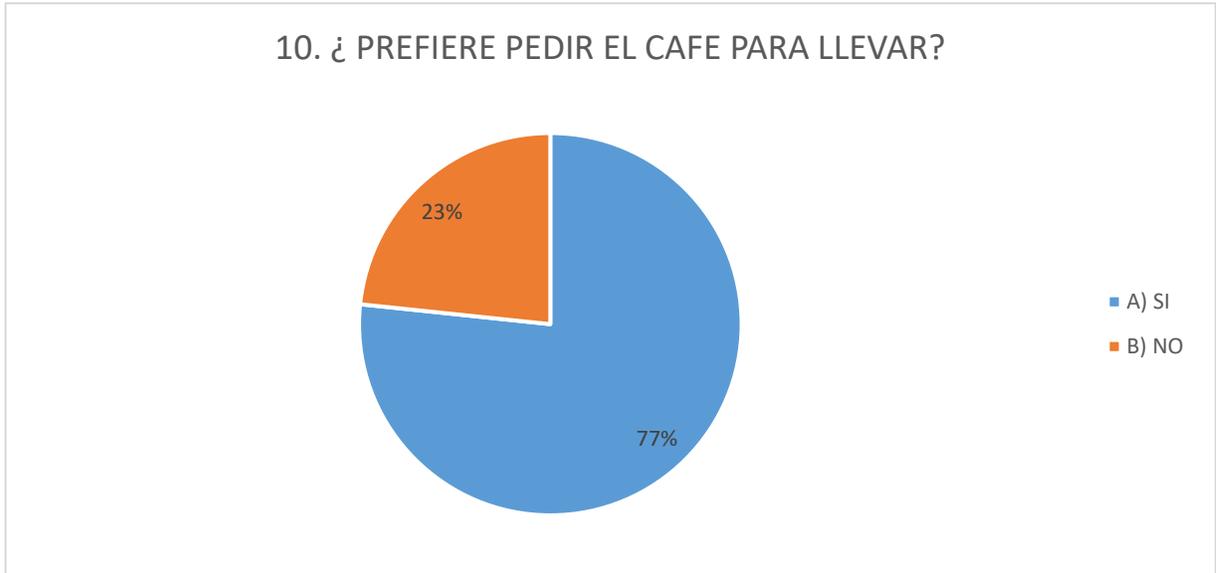
8. ¿Con que postre acompaña su café o bebida?



9. ¿En dónde prefiere tomar su café?



10. ¿Prefiere pedir el café para llevar?



11. ¿Le gustaría que en una cafetería hubiera servicio a domicilio?



12. ¿Ha escuchado de una cafetería en donde vendan alimentos para vegetarianos?



13. ¿Asistiría a una cafetería en la que venda comida vegetariana?



3.1.5.2.2.1.3 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS

Hablando sobre las encuestas nos dio un resultado como esperábamos, es decir, punto positivo, ya que la mayoría de las personas que fueron encuestadas les gusta tomar café. y también asistir a una cafetería con ambiente agradable.

Nuestro sector es mayoritario en personas joven – adulto eso nos hace tener una ventaja, ya que la mayoría se encuentra en un trabajo y con ello, podrán hacerse cargo de sus gastos.

La mayor demanda se observó en el gusto por tomar café del cual resulto ser consumido diariamente de tamaño grande, su temperatura fue tibio y solo con azúcar es decir un “café americano”, ya que normalmente en la Ciudad de Coatzacoalcos la temperatura suele ser alta; acompañado con algún postre del cual fue las galletas por mayoría. Como sabemos que hubo generalidad en donde las personas prefieren llegar a una cafetería, el servicio a domicilio no fue satisfactorio, ya que es mejor tomarlo en un lugar agradable acompañado por una buena compañía.

Como sabemos, nuestra cafetería se venderán alimentos para vegetarianos del cual tuvimos resultados sorprendentes, ya que un poco más de la mitad de encuestados si conocen una cafetería con alimentos ya dichos. Sin embargo, había personas que no conocían el significado de “vegetariano”. Como resultado de saber que, si conocen, mayormente las personas si irán a un establecimiento como tal, ya sea por gusto a la comida vegana o por curiosidad de probarlo.

A pesar de la inseguridad que está pasando la ciudad de Coatzacoalcos, Ver. Las personas si asistieran a la cafetería “Gold Coffee” pues quieren salir un momento de la monotonía, algunos no tienen tiempo para poder hacerlo; degustando de un rico café acompañado de sus alimentos preferidos que venderá dicho establecimiento.

CÁLCULO DEL CONSUMO DEL PRODUCTO A PARTIR DE LOS RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS

Determinación de la demanda por 20 encuestas:

=	Población objetivo	36,971 habitantes
x	Preferencia de consumo en productos similares	90%
=	Mercado potencial	33,273.9 habitantes
x	Proporción de acuerdo a la competencia	20%
=	Mercado base para estimación de demanda	6,654.78 habitantes
x	Consumo mensual	70%
=	Demanda estimada	4, 658.346 habitantes

Se puede llegar a la conclusión que 4,658 habitantes consumen 300 mililitros por mes, es decir, consumen 1,397,400 mililitros.

Personas a las cuales les gusta el café de acuerdo a la entrevista

20 personas entrevistadas	100 %
18 personas entrevistadas	90%

Mililitros más consumidos por los entrevistados

20 personas entrevistadas	100 %
14 personas entrevistadas consumen 300 mililitros	70%

Consumo

4,658 habitantes	
x	300 mililitros = 1,397,400 mililitros

Población de Coatzacoalcos en el año 2017: 332 464 habitantes

Determinación de la demanda por 300 encuestas

=	Población objetivo	36, 971 habitantes
x	Preferencia de consumo en productos similares	85%
=	Mercado potencial	31,425.35 habitantes
x	Proporción de acuerdo a la competencia	20%
=	Mercado base para estimación de demanda	6,285.07 habitantes
x	Consumo mensual	44%
=	Demanda estimada	2,765.43 habitantes

Se puede llegar a la conclusión que 2,765 habitantes consumen 300 mililitros por mes, es decir, consumen 829, 500 mililitros.

Personas a las cuales les gusta el café de acuerdo a la entrevista

300 personas entrevistadas	100 %
248 personas entrevistadas	85%

Mililitros más consumidos por los entrevistados

300 personas entrevistadas	100 %
124 personas entrevistadas consumen 300 mililitros	44%

Consumo

2,765 habitantes	
x	300 mililitros = 829, 500 mililitros

3.1.5.2.2.2 ANÁLISIS DE LA DEMANDA CON FUENTES SECUNDARIAS

Se consultaron los registros que tiene el INEGI, la cual es una fuente de información de la cual se obtuvieron datos de gran importancia para el proyecto.

Las cifras que se tomaron a consideración fueron de la demografía y de desarrollo social.

Los datos son los siguientes:

3.1.5.2.2.2.1 DEMOGRAFÍA

Evolución de la población.

Año	Total	Hombres	Mujeres	Proporción estatal (%)
2017	332,464	161,346	171,118	4.07
2015	319,187	152,418	166,769	3.93
2010	305,260	147,962	157,298	3.99
2005	280,363	134,786	145,577	3.94
2000	267,212	129,379	137,833	3.87
1995	259,096	127,260	131,836	3.85

Fuente: Para 1995 a 2015, INEGI. Censos y Conteos de Población y Vivienda, 195 a 2010 y Encuesta Intercensal 2015, y para 2017, CONAPO, Proyecciones de la Población de los Municipios 2010-2030.

3.1.5.2.2.2.2 DESARROLLO SOCIAL

Características del sector educativo, inicio de cursos 2014-2015

Nivel educativo	Escuelas	Docentes	Grupos	Hombres	Mujeres	Total
Total	478	5,222	3,363	49,849	48,128	97,977
Educación inicial	11	37	57	382	365	747

Educación especial	11	77	15	623	427	1,050
Preescolar	138	497	547	4,549	4,546	9,095
Primaria	172	1,397	1,460	17,325	16,434	3,759
Secundaria	56	929	494	8,322	8,03	16,355
Profesional técnico	0	0	0	0	0	0
Bachillerato	49	840	414	5,658	5,890	11,548
Técnico superior univesitario	0	13	0	25	75	100
Normal	2	35	0	21	172	193
Licenciatura Univ. Y Tec.	15	1,201	0	9,066	8,481	17,547
Posgrado Univ. y Tec.	1	65	0	362	499	861
Educación para adultos	1	4	0	29	24	53
Formación para el trabajo	22	127	376	3,487	3,182	6,669

a/Fin de cursos

Fuente: Secretaría de Educación de Veracruz. Anuario Estadístico.

*Las cantidades que se visualizan en el recuadro anterior en un cuadro amarillo son la población del mercado al cuál se destinarán los productos, haciendo un total de 36,971 habitantes.

3.1.5.2.2.3 ANÁLISIS DE LA OFERTA E IMPORTACIONES

3.1.5.2.2.3.1 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

El municipio de Coatzacoalcos es uno de los estados más ricos, considerando el valor de su producto interno bruto municipal (PIBM) del año 2011 el cual alcanzó más de 12 mil 855 millones 237 Mil pesos que representa el 4.1% y el cual su giro comercial de este municipio es la industria, actividad agropecuaria y pesca.

Actualmente Coatzacoalcos es un municipio con las mejores condiciones de vida en la cual los porteños han tenido un nivel de vida socioeconómica bastante bien en estos últimos años, pero lamentablemente en esta ciudad se han presentado ciertos problemas que compiten a los demás empresarios que es la inseguridad, un conflicto que se vive al día para muchos empresarios, ya que las olas de violencias en nuestra ciudad han incrementado a un ritmo conglomerado posicionándose como el tercer sitio es inseguridad a nivel nacional, permitiendo que no sea como un punto para evitar que también los turistas no lleguen hasta nuestra ciudad perdiendo la oportunidad de crear capital de inversión a nuestro municipio a lo que muchos locatarios, empresarios recurren en dejar la ciudad para evitar las amenazas que hacen hacia los establecimientos e incluso los robos hacen que pierdan algunas PYMES por la razón del miedo de los clientes no permiten que hagan sus actividades cotidianas.

Para la creación de nuestro proyecto se recabó datos primarios y secundarios como las encuestas para la determinación de la cafetería vegetariana, muchos de nuestras preguntas nos basamos en la actual situación del municipio de Coatzacoalcos, para la creación de la nuestra empresa PYME.

En la zona de este municipio hay restaurantes y cafeterías de consumo grasos y sobre todo la comida rápida que es la más mortal ya que México ocupa el primer lugar en obesidad, nos dimos a la tarea de implementar, una cafetería, pero con la innovación de ofrecer también comida vegetariana, en este caso es el desayuno complementario para iniciar el día con energías.

Seremos una empresa en el cuidado de la salud alimenticia de los porteños de esta ciudad, para implementar el cambio alimenticio a los ciudadanos y competir con las cadenas alimenticias de esta cabecera municipal.

La demanda de nuestro producto y la empresa, algún día podría generar empleos e ingresos a toda persona física.

COMPETENCIA DIRECTA

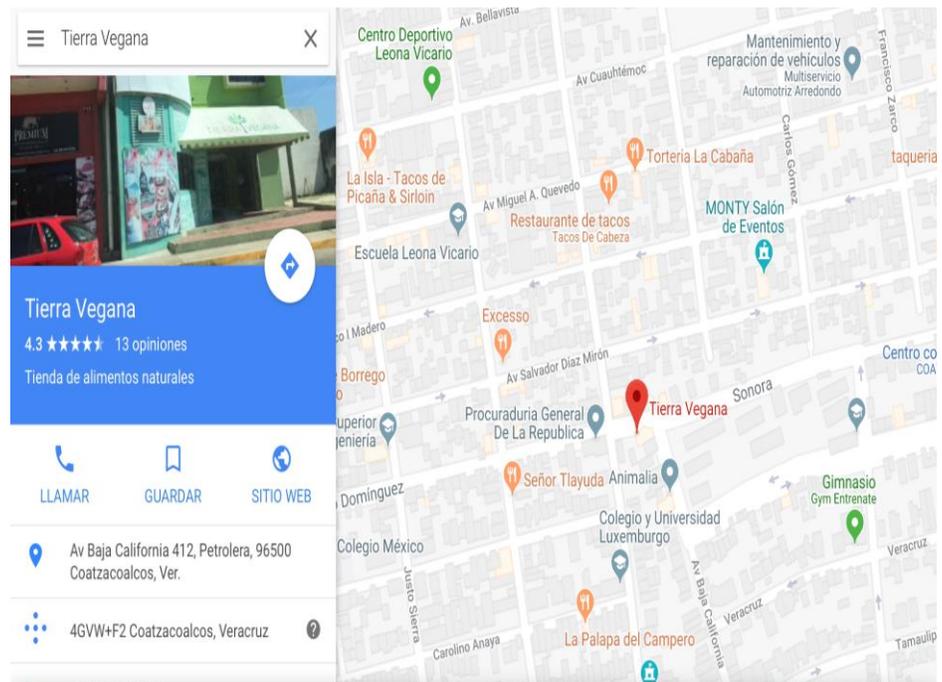
Restaurantes vegetarianos o veganos en Coatzacoalcos. En nuestras competencias directas se encuentran:

TIERRA VEGANA

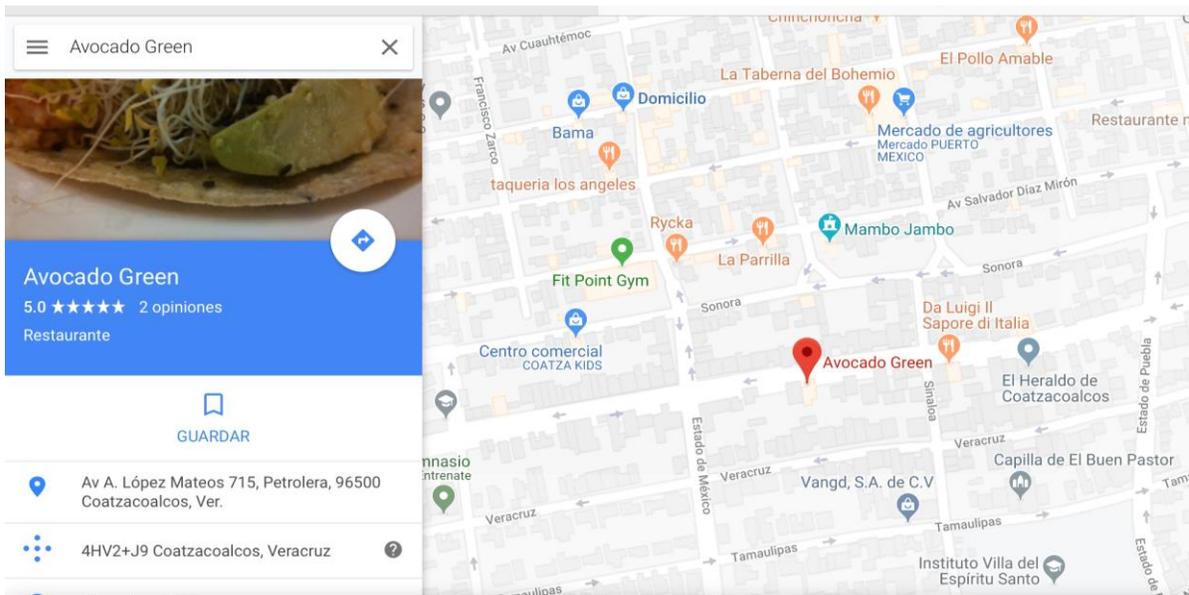
Que es una tienda de comida suplementaria, también ofrecen comidas de establecimiento que es un restaurante, pero solo es para llevar:

Horarios

9:00 Am a 17:00



ABOCADO GREEN



Restaurante vegano localizado en López Mateos 715 col. Petrolera.

COMPETENCIA INDIRECTA

Estas ofrecen el mismo producto, abundan las franquicias son demasiado demandados, pero no ofrecen calidad e importancia en la salud de los ciudadanos, solo importa la marca. Como lo son:

- ❖ Oxxo
- ❖ Starbucks
- ❖ El globo
- ❖ La parroquia
- ❖ Coffee Tree
- ❖ Bistro
- ❖ La bocata

3.1.5.2.2.3.2 IMPORTACIONES

La Ley Aduanera en su artículo 96 establece como importación: “se entiende por régimen de importación definitiva la entrada de mercancías de procedencia extranjera para permanecer en el territorio nacional por tiempo ilimitado”.

Mientras que por otro lado la Ley del Impuesto al Valor Agregado en su artículo 24 establece lo siguiente: “Para los efectos de esta Ley, se considera importación de bienes o de servicios:

- I. La introducción al país de bienes.
- II. La adquisición por personas residentes en el país de bienes intangibles enajenados por personas no residentes en él.
- III. El uso o goce temporal, en territorio nacional, de bienes intangibles proporcionados por personas no residentes en el país.
- IV. El uso o goce temporal, en territorio nacional, de bienes tangibles cuya entrega material se hubiera efectuado en el extranjero.
- V. El aprovechamiento en territorio nacional de los servicios a que se refiere el artículo 14, cuando se presten por no residentes en el país. Esta fracción no es aplicable al transporte”.

Las importaciones son adquisiciones que se hacen de un país a otro, estos bienes o servicios son introducidos a un país ajeno del que proceden; son necesarias para acceder a mercancías, bienes, productos o servicios que no se producen en el país. que tienen mejor calidad o que son más baratos o accesibles en otra nación. Pero hay que tener en cuenta diferentes situaciones que pueden llegar a presentarse:

- ❖ Cierre de fronteras a un producto.
- ❖ Empresa puede fabricar producto que se importaba parcialmente o que está dentro de la lista de acuerdos de intercambio económico del GATT (Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio).
- ❖ Empresa pretende fabricar artículos de gran exportación. Determinar demanda potencial en el exterior.
- ❖ Exportaciones o importaciones muy bajas o irregularidades. Posibilidad de abrir nuevos mercados en el exterior.

Tendencia decreciente de importaciones puede ser por los siguientes factores:

- ❖ No es muy necesario en el mercado interno y por eso no se importa.

- ❖ Hay productos nacionales que lo elaboran en iguales o mejores condiciones en lo que se refiere a la calidad y el precio, se prefiere a productor nacional.
- ❖ Políticas gubernamentales: reduzcan las importaciones.

Si la tendencia es creciente (de importaciones):

- ❖ Producto indispensable.
- ❖ Nadie ha logrado producirlo.
- ❖ Nadie ha logrado producirlo al mismo ritmo.

Cualquiera sea la situación de datos estadísticos respecto a importaciones-exportaciones, es necesario:

- ❖ Presentar número y cuota arancelaria.
- ❖ Políticas gubernamentales en apoyo a dichas actividades.

En la cafetería se ofrecen distintos tipos de café americano, capuchino, brasileño, peruano, entre otros cafés que tenemos de importación, así como el servicio al cliente de manera más fácil y que también pueda ser café exprés y así poder disfrutar de nuestro mejor servicio ante nuestra competencia cafetera de la ciudad.

También ofrecemos las mejores instalaciones en cuanto a los expendedores y tostadora de café que son de importación Taiwán con la mejor tecnología de ese país. Así como los muebles de bambú traídos de Japón con la mayor comodidad y ecología, así como el tema de la cafetería pensado los principales colores de otras cafeterías europeas.

Nuestros materiales de importación para el envasado del café y los utensilios de plásticos entre otros serán remplazados por material comestibles y biodegradables.

3.1.5.3 ESTUDIO TÉCNICO

3.1.5.3.1 DETERMINACIÓN DE LA CAPACIDAD OPTIMA PARA LA PRODUCCIÓN

Producto	Marca	Proveedor	Unidad	Precio Unitario	Total	Descripción	Imagen
Gastos directos de fabricación de alimentos							
Leche	Leche Lala	Costco	2 cajas de 12 leches	MXN 219.00	MXN 438.00	CONT. NET. 1 LITRO CONTIENE 12 ENVASES DE 1 LITRO	
Leche de almendra	Silk	Walmart	1 paquete (6 pzas) 1 litro	MXN 200.00	MXN 200.00	CONT.6 PZAS. DE 946 ml CONT. NET. 5.86 L 50% más calcio	
Leche en polvo	Coffee Mate	Costco	1 caja (200 sobres)	MXN 156.00	MXN 156.00	CONT. NET. 170 GRAMOS Sin lactosa	
Café	Member's Mark	Walmart	4 kilos	MXN 144.00	MXN 576.00	Café soluble de 300 gramos Contenido del empaque: 1 paquee con 300 gramos Magnesio 4 mg Tamaño de la proporción 2 g Cafeína 70 mg	

Canela	Verde Valle	Walmart	2 bolsas de 50 gr	MXN 43.00	MXN 86.00	<p>Cont. Net. 50 g</p> <p>Tamaño de la proporción: 10 g</p> <p>Proporciones por envase 5</p> <p>Energía (kcal) 38 kcal</p> <p>Proteínas 0.5 g</p>	
Azúcar	Splenda	Walmart	1 caja de 500 paquetes	MXN 239.00	MXN 239.00	<p>Endulzante Splenda 100 sobres de 1 g c/u</p> <p>Tamaño de la proporción: 1 g</p> <p>Proporciones por envase 100</p> <p>Energía (kcal) o kcal</p>	
Hielo	IGLU	Walmart	5 bolsas	MXN 22.50	MXN 112.50	<p>Bolsa de hielo iglú en cubos 5 kg</p>	
Crema batida	Chantilly	Walmart	2	MXN 32.50	MXN 65.00	<p>Crema batida Chantilly 1 L</p> <p>Proporciones por envase 37</p> <p>Energía (kcal): 37 kcal</p> <p>Grasa saturada 9 kcal</p> <p>Azucres totales: 12 kcal</p>	

Galleta oreo	Galleta oreo	Costco	1 caja (21 paquetes con 10 pz)	MXN 299.00	MXN 299.00	Galleta oreo Cont. 4 paquetes con 6 galletas c/u Cont. Net. 273,6 g	
Chocolate líquido	hershey's	Walmart	2	MXN 49.50	MXN 99.00	Jarabe chocolate Hershey's sabor chocolate 589 g Tamaño de la proporción: 39 g Proporciones por envase: 15.1 Proteínas 0.6 g Grasa total: 0g Carbohidratos 23 g	
Avena	Avena Granvita	Walmart	3 kg	MXN 22.00	MXN 22.00	Avena instantánea 0% sin azúcar Azúcar sabor maple Presentación en sobres de 35 gramos Buena fuente de fibra Libre de azúcar	
Plátano	Plátano Chiapas	Walmart	4 kilos	MXN 17.00	MXN 68.00	Plátano Valor nutricional por cada 100 g Energía 89 kcal 371 KJ Carbohidratos 22.84 g	

Aceite de coco	Orgánico	sam's	1 litro	MXN 199.00	MXN 199.00	<p>Aceite de coco</p> <p>Tamaño de la proporción 15 ml</p> <p>Proporciones por envase 66</p> <p>Energía (kcal): 120 kcal</p> <p>Contenido del empaque 1 envase de 1 L</p>	
Canela en polvo	Tone's	sam's	1	MXN 99.00	MXN 99.00	<p>Canela en polvo</p> <p>Contenido del empaque en samis club 1 envase con 511 g de canela en polvo</p>	
Vainilla	Mercado	Mercado	5 botes (1 litro c/uno)	MXN 20.00	MXN 100.00	<p>Vainilla Molina natural contenido neto 150 mL</p> <p>Grasa saturada: 0 kcal</p> <p>Azucares totales: 0kcal</p> <p>Sodio: 1 mg</p>	

Huevo	Bachoco	sam's	1 caja (180 pzas)	MXN 288.00	MXN 288.00	<p>Huevo blanco 180 piezas</p> <p>Dimensiones de caja: caja de cartón de 34*30.5* 30.5 cm</p> <p>Tamaño de proporción: 1 pza</p> <p>Peso por pieza: 62 a 66 g</p> <p>Empaque: 6 filers con 30 huevos dentro de una caja de cartón</p> <p>Contenido neto: 180 huevos</p> <p>Conservar en temperatura no mayores a 24° y a una humedad relativa de 50-60%</p>
Refrescos	Pepsi	sam's	2 paquetes (24 piezas)	MXN 210.00	MXN 210.00	<p>Refresco Pepsi Pack Mixto con 24 piezas de 400 MI</p> <p>Contenido: 24 botellas de 400 MI c/u</p>
Agua en garrafón	Epura	Epura	1 garrafon	MXN 35.00	MXN 35.00	<p>Agua Epura 20 L únicamente liquido</p> <p>Tamaño de la proporción: 240 ml</p> <p>Proporciones por envase: 83.3</p> <p>Energía (kcal) : 0kcal</p>



Bachoco
Alimentando de verdad



Agua de bote	Member's Mark	sam's	1 paquete (64 pzas)	MXN 99.00	MXN 99.00	<p>Agua purificada</p> <p>Member's Mark con 15 botellas piezas de 1.5 Litros</p> <p>Libre de sodio</p>	
Cajas de té	Member's Mark	sam's	1 paquete (120 pzas)	MXN 145.00	MXN 145.00	<p>Cajas de te</p> <p>Con diferentes sabores libres de grasas</p> <p>Incluye 1 paquete de 120 piezas</p>	
Te matcha	Nature's heart	Walmart	1 paquete (100 gr)	MXN 339.00	MXN 339.00	<p>Té verde Nature's Heart matcha orgánico 100 g</p> <p>Porciones por envase 66</p> <p>Energía (kcal): 363 kcal</p> <p>Grasa saturada 0 g</p> <p>Sodio: 0 mg</p>	
Pan de baguette	Walmart	Walmart	10 pzas	MXN 22.00	MXN 220.00	<p>Pan de baguette</p> <p>grande por 10 piezas</p>	

Jamón de pavo	Zwan	sam's	1 paquete 2 pzas (2 kg)	MXN 110.00	MXN 110.00	Jamón de pavo zwan virginia 22 rebanadas Tamaño de porción 21 g Porciones por envase 1 Energía (kcal) 19 kcal Proteínas 3.2 g Grasa total: 0.6 g Grasa saturada 0.1 g	
Queso panela	Lala	sam's	3 paquetes (300 gr)	MXN 115.00	MXN 115.00	Queso panela Lala 1 kg Tamaño de la proporción 30 g Proporciones por envase: aprox 33 Energía (kcal): 2.541 kcal Proteínas 5.4 g Grasa total: 6g Grasa saturada: 33 kcal	
Queso manchego	Mariposa	sam's	1 kg (200 gr)	MXN 147.00	MXN 147.00	Queso mariposa manchego 800 gramos	
Mayonesa	McCormick	sam's	1 pza(3.4 kg)	MXN 172.00	MXN 172.00	Mayonesa McCormick con jugo de limón 390 gramos Tamaño de la porción: 15 gramos Porciones por envase: 26 Energía (kcal): 11.8 kcal Proteínas: 0.2 gramos Grasa total:12.2 gramos	

Tomate	Mercado	Mercado libre	3 kilos	MXN 15.00	MXN 45.00	<p>Tomate rojo</p> <p>Valor nutricional por cada 100 gramos</p> <p>Energía 18 kcal 74 kJ</p> <p>Carbohidratos: 3.9 gramos Azúcares: 2.6 gramos</p>	
Lechuga	Mercado	Mercado	3 pzas	MXN 6.00	MXN 18.00	<p>Lechuga hoja verde romana por pieza</p> <p>Cantidad por 100 gramos</p> <p>Calorías 15</p> <p>Grasas totales: 0.2 gramos Ácidos grasos saturados: 0 gramos</p> <p>Proteínas 1.4 gramos Vitamina A 7,405 Calcio 36 mg Vitamina C 9.2 gramos</p>	
Cebolla	Mercado	Mercado	3 kg	MXN 25.00	MXN 75.00	<p>Cebolla blanca por kilo gramo</p> <p>Composición nutricional de la cebolla por 100 gramos</p> <p>Agua (g) 89 Calorías (kcal) 38 Grasas (g) 0,2 Carbohidratos (g) 8,6 Proteínas (g) 1,16 Fibra (g) 1,8</p>	
Aguacate	Mercado	Mercado	2 kg	MXN 50.00	MXN 100.00	<p>Aguacate por kilo</p> <p>Valor nutricional por cada 100 gramos</p> <p>Energía 160 kcal 670 KJ</p> <p>Carbohidratos 8.53 g Azúcares 0.66 g Fibra alimentaria 6.7 g Grasas 14.66 g Proteína 2 g</p>	

Peperoni	Kir	sam's	1 paquete (2 kg)	MXN 179.50	MXN 179.50	<p>Peperoni Contenido del empaque 2 Kg Exquisita textura Inigualable sabor Finas rodajas Calidad</p> <p>Grasa saturada 0.1 Cal Otras grasas 0.5 Cal Azucares totales 0 Cal Sodio 42 g Energía 10 Cal Energía por envase 5000 Cal</p>	
Chile jalapeño	La costeña	sam's	2 paquetes (3 pzas)	MXN 32.00	MXN 64.00	<p>Chiles jalapeños la costeña picados en escabeche 380 gramos</p> <p>Porciones por envase 7.3 Energía (kcal) 40 cal Grasa saturada 0 Cal Azucares totales 0 cal Sodio 328 mg Energía por porción 5 cal Otras grasas 0 Cal</p>	
Chocolate abuelita	Abuelita	sam's	1 paquete de 2 pzas (540 gr)	MXN 118.50	MXN 118.50	<p>Chóclate abuelita en tablillas 540 gramos Tamaño de la porción 16.2 g Porciones por envase 33.3 Energía (kcal) 73 kcal Proteínas 0.49 g Grasa total 2.4 g Grasas saturadas 1.7 g Carbohidratos 12.3 g Fibra dietética 0.49 g Azucares totales 11.8 g Sodio 2 mg</p>	

Pan de cuernito	Walmart	Walmart	1 paquete (15 pzas)	MXN 42.00	MXN 42.00	Mini cuernitos el paquete cuenta con 15 piezas	
Pastel de chocolate	Chocolate	Chocolate	1 pastel	MXN 380.00	MXN 380.00	<p>Pastel de chocolate</p> <p>La delicia y delicadez que de nuestros pasteles con un delicioso sabor</p> <p>1/8 para 10 personas</p> <p>1/4 20 personas</p> <p>3/8 30 personas</p> <p>1/2 50 personas</p> <p>3/4 80 personas</p> <p>1 kg 100 personas</p>	
Pastel de pan seco	Chcolate	Chocolate	1 pastel	MXN 380.00	MXN 380.00	<p>Pastel de pan seco</p> <p>3 g. de proteínas, 28 g de hidratos y 6 g. de grasa por cada 100 g</p> <p>Arroz con leche</p>	

Pastel de 3 leches	Chocolate	Chocolate	1 pastel	MXN 400.00	MXN 400.00	<p>Pastel de tres leches</p> <p>Tamaño de la porción: 1 tejada</p> <p>Kilojulios 1559 KJ Calorías 375 kcal Proteína 7,8 g</p>
---------------------------	-----------	-----------	----------	---------------	---------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------



TOTAL				MXN 5,071.50	MXN 6,440.50	
--------------	--	--	--	-----------------	-----------------	--

Muebles y equipo de oficina

Archivero	ULINE	ULINE	1	MXN 6,120.00	MXN 6,120.00	<p>Archivero vertical- carta, 4 cajones, color negro</p> <p>Acceso fácil a documentos importantes</p> <ul style="list-style-type: none"> -Cajones de extensión completa con chapa -Paredes laterales altas para folders colgantes -Con seguro para impedir que se abra accidentalmente <p>DIMENSIONES: Reales: 15 1/8 *24 15/16 *52 1/8 (ancho x profundidad x alto) Cajón interior: 12 x 23 1/4 x 9 1/2 (ancho x profundidad x alto)</p> <p>CARATERSITICAS: -Todos los cajones cierran cuando el seguro esta puesto -Los gabinetes tienen llaves diferentes</p> <p>CAPACIDAD: Cajón 48 lbs (distribuida uniformemente)</p>
------------------	-------	-------	---	-----------------	-----------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------



Silla de oficina	ULINE	ULINE	1	MXN 3,340.00	MXN 3,340.00	<p>Silla gerencial de piel Estilo clásico de respaldo medio</p> <ul style="list-style-type: none"> -tapizado de suave piel regenerada -Asiento grueso de 3 ½ con respaldo de 3 -Ancho x profundidad del asiento 48x 51 cm -capacidad 125 kg <p>DIMENSIONES:</p> <ul style="list-style-type: none"> -general 24x24x41 ¾ (ancho x profundidad alto) -altura de los descansabrazos Altura mínima de asiento 24 ¾ Altura máxima del asiento 28 ¾ -diámetro de la base: 25 <p>MATERIAL:</p> <ul style="list-style-type: none"> Descansabrazos: fijos de polipropileno no acojinados -base: Nylon <p>CARACTERISTICAS: ajuste de altura neumático</p>
Escritorio	ULINE	ULINE	1	MXN 14,860.00	MXN 14,860.00	<p>Escritorio de acero con doble pedestal- 60 x 30, base negra, cubierta de Nogal Color: base negra/cubierta de nogal</p>



						<p>Firme resistente laminada y hecho para durar. Versátil para usar en cualquier oficina o almacén</p> <p>LARGO X ANCHO 60x 30"</p> <p>Peso: 150 lbs</p> <p>METRICO: LARGOX ANCHO 152 X 76 cm</p> <p>DIMENSIONES:Cajones (Interior):</p> <p>Superior: 12 x 20 x 4 3/8" (Ancho x Prof. x Alto) Centro: 18 x 16 1/2 x 2 1/2" (Ancho x Prof. x Alto)</p> <p>Parte Inferior: 12 x 20 x 9 3/4" (Ancho x Prof. x Alto)</p> <p>Patas: Cuadradas, 1"</p> <p>ROSOR:</p> <p>Acero: calibre 23 – 25</p> <p>Cubierta Laminada: 1 1/8"</p>
--	--	--	--	--	--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------



TOTAL			MXN 24,320.00	MXN 24,320.00
--------------	--	--	------------------	------------------

Muebles excepto de oficina y estantería

Sillas y mesas	Mercado libre	Mercado libre	6 unidades	MXN 1,969.00	MXN 11,814.00	<p>Excelente "paquete: tablón plegable rectangular y 10 sillas plegables de adulto"</p> <p>Ideal para salón de fiestas, renta o el hogar</p> <p>Características:</p> <p>TABLÓN **Acabado en Pintura Electrostática Horneada en color gris amartillado **Cubierta de fibra de vidrio ó plástico abs **Moldura de Aluminio Remachada</p> <p>SILLA **tubo de 3/4" 3/4" calibre 20 **Acabado en Pintura Electrostática Horneada en color negra o cromada. **tapiz en vinil color negro.</p>
TOTAL				MXN 1,969.00	MXN 11,814.00	



Equipo de cómputo y tecnologías de la información

Laptop	HP	Walmart	1	MXN 5,585.00	MXN 5,585.00	<p>Laptop Hp 14 Amd A4-9125 4gb 500gb Win 10 Nueva Garantia Descripción: LAPTOP HP NUEVA SELLADA , FACTURAMOS SU COMPRA Modelo: 245 G7 Color: Negro PROCESADOR AMD A4-9125 A 2,3 GHz de frecuencia base, hasta 2,6 GHz de frecuencia máxima 1 MB de caché y 2 núcleos Gráficos Radeon R3 MEMORIA Capacidad: 4GB Tipo: DDR4 DISCO DURO Capacidad: 500GB PANTALLA Tipo: LED Tamaño de Pantalla: 14" Resolución: 1366 x 768 Relación de Aspecto: 16:9 GRÁFICOS Serie: RADEON R3 : Video Integrado AUDIO Sonido: Audio de alta definición Bocinas: Sí Micrófono: Sí Unidad Óptica: No Incluida Dispositivos de Entrada Touchpad: Sí Teclado: Sí COMUNICACIÓN Red Inalámbrica: 802.1 b/g/n Cámara Web: sí SISTEMA OPERATIVO Sistema Operativo: Windows 10 Home (64 Bits)</p>
--------	----	---------	---	-----------------	-----------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------



Impresora de tickets	EPSON	CyberPuerta	1	MXN 3,470.00	MXN 3,470.00	<p>Kit Punto De Venta Impresora Térmica + Lector Alámbrico</p> <p>Descripción</p> <p>Impresora Pos Usb Punto de Venta 58mm Térmica</p> <p>*Estilo: Blanco y negro</p> <p>*Tipo de interfaz: USB</p> <p>*Velocidad de Impresión en Negro: 90mm/s</p> <p>*Tipo: Impresora Térmica</p> <p>*Tamaño de Papel Max: 58mm</p> <p>*Velocidad de Impresión: 25 ppm</p> <p>Lector de Códigos de Barras Alámbrico</p> <p>*Profundidad de color: 32 Bit</p> <p>*Escaneo fuente de luz: Luz láser</p> <p>*Velocidad de Análisis: 100 lecturas / segundo</p> <p>*Resolución óptica: 600x1200</p> <p>*Tipo de interfaz: USB</p> <p>*Tipo: Escáner de código de barras</p>
Bocinas	Master	sam's	1	MXN 799.01	MXN 799.01	<p>Behringer B112MP3 Bafle Activo con Poder</p> <p>1x 12" woofer</p> <ul style="list-style-type: none"> • 1x 1,35 "controlador de compresión de aluminio • 1000W de salida máxima
TOTAL				MXN 9,854.01	MXN 9,854.01	



Sistema de aire acondicionado, calefacción y de refrigeración industrial y comercial

<p>Aire acondicionado</p>	<p>Inverter</p>	<p>Wall-mart</p>	<p>1</p>	<p>MXN 9,280.00</p>	<p>MXN 9,280.00</p>	<p>Funciones de programación</p> <p>-20 % ahorro de energía</p> <p>-Tecnología Turbo Cool</p> <p>Color Blanco</p> <p>Voltaje 220 Volts</p> <p>Contenido del Empaque 1 mini Split, 1 condensador e instructivo</p> <p>Alto (cm) 49.7 Ancho (cm) 79 Fondo (cm) 26.6 BTU'S 12000</p>	
<p>Refrigerador</p>	<p>Liverpool</p>	<p>Mabe</p>	<p>1</p>	<p>MXN 13,514.15</p>	<p>MXN 13,514.15</p>	<p>Refrigerador 19 Pies Mabe con Despachador Acero Inox</p> <p>Recomendable para 6-7 personas</p> <ul style="list-style-type: none"> •Medidas sin empaque 187.3 X 74.3 X 73.7 •E-Saver Ahorro de hasta 25% vs modelo convencional 	
<p>TOTAL</p>				<p>MXN 22,794.15</p>	<p>MXN 22,794.15</p>		

Herramientas y máquinas-herramienta, otros equipos

Estufa	Liverpool	Mabe	1	MXN 17,934.15	MXN 17,934.15	<p>Estufa Mabe 30 Pulgadas Silver</p> <p>Encendido manual</p> <ul style="list-style-type: none"> •Cubierta de acero inoxidable •Parrillas de alambción 	
Bocina	Master	sam's	1	MXN 799.00	MXN 799.00	<p>Bocina Logitech Z906</p> <p>Diseñado para ofrecerte una experiencia Dolby Digital</p> <ul style="list-style-type: none"> •Compatible con distintos dispositivos tecnológicos •Diseño que se ajusta perfectamente al centro de entretenimiento de tu hogar 	
TOTAL				MXN 18,733.15	MXN 18,733.15		

Enseres menores diversos

<p>Servilletas</p>	<p>Suavel</p>	<p>Walmart</p>	<p>2</p>	<p>MXN 34.00</p>	<p>MXN 68.00</p>	<p>Servilletas Suavel blancas 400 pzas</p> <p>Es indispensable que cuentes con servilletas en tu cocina para la hora de la comida o para diversos usos como envolver alimentos.</p>	
<p>Licuada</p>	<p>Oster</p>	<p>Walmart</p>	<p>2</p>	<p>MXN 589.00</p>	<p>MXN 1,178.00</p>	<p>Licuada Profesional Ninja 3 Velocidades Negra</p> <p>Tritura hielo, mezcla, pulveriza y más</p> <ul style="list-style-type: none"> •Con tapa de cierre fácil •Con tecnologías Smart Speed y Total Crushing 	
<p>Cafetera</p>	<p>Cafetera T-fal</p>	<p>Walmart</p>	<p>2</p>	<p>MXN 259.00</p>	<p>MXN 518.00</p>	<p>Cafetera personal Black & Decker Mod. CM618 negra 1 pza</p> <p>Taza térmica portátil de 16 onzas lavable en la máquina lavaplatos</p> <ul style="list-style-type: none"> •Cesto de filtro removible •Apagado automático 	
<p>Tazas de café</p>	<p>Cinsa</p>	<p>Mercado libre</p>	<p>2</p>	<p>MXN 599.00</p>	<p>MXN 1,198.00</p>	<p>Set de Tazas La Cafetiere para Espresso 4 Piezas Blanco</p> <p>Cerámica de alta calidad</p> <ul style="list-style-type: none"> •Diseño exclusivo •Ideal para disfrutar bebidas calientes 	

Vasos	Mercado libre	Mercado libre	30 pzas	MXN 48.00	MXN 1,440.00	<p>Set de Vasos Tequileros Olivee Elite MH-28 6 Piezas</p> <p>Diseño elegante</p> <ul style="list-style-type: none"> •Cristal de excelente calidad 	
Platos	Mercado libre	Mercado libre	2	MXN 550.00	MXN 1,100.00	<p>Dixie® Platos Semigruesos de Papel – 9”</p> <p>Diseño patentado para mayor resistencia.</p> <ul style="list-style-type: none"> •Aptos para microondas. Resistentes a la grasa. •Para uso diario. 	
Cuchillos de cocina	Tramontina	sam's	1 paquete (12 pzas)	MXN 329.50	MXN 329.50	<p>Uline Paquete por Volumen de Cuchillos de Plástico - Pesados, Negros</p> <p>Ideal para usar en comedores o áreas de descanso.</p> <ul style="list-style-type: none"> •Plástico firme que no se rompe con el uso normal. •50% más pesados. Más grandes, mejor calidad. 	
Juego de cubiertos	Reflection	Mercado libre	2 paquetes (160 pzas)	MXN 229.00	MXN 458.00	<p>Juego de Cubiertos Hometrends 20 piezas</p> <p>Dale elegancia a tu mesa</p> <ul style="list-style-type: none"> •Ideal para 4 personas •Acero inoxidable 	

Sartenes	Vasconia	sam's	1 paquete (3 pzas)	MXN 549.00	MXN 549.00	<p>Juego de Sartenes T-fal Cook N Clean 3 Piezas Negro</p> <p>Cuenta con antiadherente para facilitar la limpieza</p> <ul style="list-style-type: none"> •Exclusivo sistema Thermo Spot
Mandil de cocina	Serviette	Chedraui	1	MXN 35.00	MXN 35.00	<p>super1798 Mujer Hombre de rayas a cuadros CATERING CHEF camarero Barra larga delantal con bolsillo, Rojo con rayas</p> <p>Material: poliéster</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tamaño: 70 cm x 57 cm/70 x 57 cm (aprox.) • Patrón único, la tela es resistente y duradero • Diseño de bolsillos para almacenar bolígrafo de punta, • Ideal para la cocina, restaurante y otras ocasiones
Espátula	Home Trends	Wall-mart	2	MXN 57.00	MXN 114.00	<p>SET DE ESPÁTULAS DE ACERO INOXIDABLE – Incluye 1 espátula grande y larga, 1 volteador de metal, 1 pala para repostería y 1 rasqueta de panadero. ¡Utensilios de cocina perfectos para todo tipo de usos</p> <ul style="list-style-type: none"> • <input checked="" type="checkbox"/> CALIDAD PROFESIONAL – Las espátulas y palas de este set son perfectas para chefs profesionales en restaurantes o tiendas de comida. Además, también son un kit de accesorios ideal para tu cocina o para la barbacoa.
TOTAL				MXN 3,278.50	MXN 6,987.50	



Artículos de limpieza							
Jabón de trastes	Blanca nieves	sam's	1 paquete de 10 pzas (1kg)	MXN 285.00	MXN 285.00	<p>Detergente en polvo Blanca Nieves multiusos 2 kg</p> <p>Jabón líquido concentrado para lavar trastes</p>	
Fibra	scotch-brite	Sams	1 paquete (10 pzas)	MXN 173.69	MXN 173.69	<p>Scotch-Brite Trapeador de microfibra para piso, Repuesto, 1, Verde Refill for M-005</p> <p>Microfiber Hardwood Floor Mop.</p>	
Escoba	Member's Mark	sam's	2 pzas	MXN 118.00	MXN 118.00	<p>Escoba Angular de Colores - 12", Azul</p> <p>Recomendados para usarse en áreas de procesamiento y preparación de alimentos.</p> <ul style="list-style-type: none"> •Codificación con colores reduce el riesgo de contaminación cruzada. •Atrapan el polvo de esquinas y alrededor de electrodomésticos. •Cerdas de polipropileno en ángulo para limpiar rápida y eficientemente. •Mango de fibra de vidrio de 48". 	

Trapeador	Member's Mark	sam's	2 pzas	MXN 87.00	MXN 87.00	<p>Trapeadores de Microfibra</p> <p>Mayor recolección de líquido y polvo. Duran el doble.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Los pisos se secan más rápido sin dejar manchas. • Microfibra resistente al moho deja menos pelusa que el algodón. • Trapeador Económico de Microfibra: Limpieza profunda de superficies lisas. No se deshilacha. • Trapeador de Uso Pesado de Microfibra: Se desliza sobre superficies desiguales. No se enreda. 	
Recogedor	sam's	sam's	1 pza(3.4 kg)	MXN 99.00	MXN 99.00	<p>Recogedores con Mango Largo</p> <p>PLÁSTICO</p> <ul style="list-style-type: none"> • El mango de 27" cuida su espalda. <p>ACERO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Autocerrable. Mango de 29". 	
Cubeta	Kart	Chedraui	2 pzas	MXN 29.00	MXN 58.00	<p>Cubeta 6 Litros Kartell Plástico 40066 Gris</p> <p>Marca: Kartell</p>	

Pino	Member's Mark	sam's	1 pza (20 litros)	MXN 222.00	MXN 222.00	<p>Limpiador Multiusos Pinol 9 Litros Aroma Pino</p> <p>ESPECIFICACIONES</p> <ul style="list-style-type: none"> - Marca: PINOL - Fabricante: ALEN - Aroma: PINO - Unidad de venta: 1 PZA - Master: 1 PZA - Contenido: 9 L - Otros: PINOL TODO LO PUEDE <p>LIMPIADOR MULTIUSOS ELABORADO CON ACEITE DE PINO, RECONOCIDO COMO UN PRODUCTO ALTAMENTE EFECTIVO Y CAPAZ DE VENCER CUALQUIER RETO DE LIMPIEZA. ACTUALMENTE CUENTA CON MÁS DE 1,122 U</p>
Trapos de cocina	T-fal	Amazon	1 paquete (4 pzas)	MXN 115.13	MXN 115.13	<p>T-fal Textiles - Juego de 4 paños de algodón para Cocina, diseño wafle Plano, Breeze, Brisa, Paquete de 4, 1</p> <p>Peso del articulo 4.54 gramos</p>
Aromatizante	Glade	sam's	1 paquete (3 pzas)	MXN 105.00	MXN 105.00	<p>Aromatizante En Aerosol Glade 5 En 1 Con 3 Piezas 400 MI</p> <p>PRODUCTO: Nombre: Aromatizante en Aerosol Glade 5 en 1 con 3 piezas 400 ml Marca: SC Johnson</p> <p>DESCRIPCIÓN: Aromatizante en Aerosol Glade 5 en 1 con 3 piezas 400 ml - SC Johnson ZK Elimina olores y aromatiza el ambiente Actúa rápidamente Fragancia de calidad y duradera</p>



Jabón líquido para manos	Dial	Chedraui	1 pza	MXN 30.00	MXN 30.00	<p>Jabón líquido para manos Dial sales rosadas del himalaya 221 ml</p> <p>Características: Presentación Líquido Forma Líquido Segmento Líquida para manos</p>	
Papel higiénico	Suavel	sam's	1 paquete (50 pzas)	MXN 110.00	MXN 110.00	<p>Contiene 24 rollos de papel higiénico con 200 hojas dobles c/u</p> <p>Diseños y colores únicos</p> <p>Hojas más grandes y más suaves</p>	
TOTAL				MXN 1,373.82	MXN 1,402.82		
Paperería							
Lapicero	Bic	Walmart	1 paquete	MXN 17.50	MXN 17.50	<p>Caja de Plumas/ lapiceros de la marca Bic</p> <p>Punto Mediano Con 12 Bolígrafos de una medida de 1.0mm de Cristal</p> <p>PRODUCTO: Con la Pluma Bic Cristal escribe notas rápidas, apuntes escolares, una gran lista de pendientes o lo que te dicte tu imaginación de forma sencilla, fluida y confiable.</p>	

Libreta	Mercado libre	Mercado libre	10 libretas	MXN 34.00	MXN 340.00	Libreta de papel reciclado con 50 hojas rayadas.
TOTAL				MXN 51.50	MXN 357.50	
			SUMA	MXN 87,554.63	MXN 102,812.63	



3.1.5.3.2 DETERMINACIÓN DE LA LOCALIZACIÓN ÓPTIMA DEL PROYECTO

3.1.5.3.2.1 ASPECTOS O FACTORES

La primera decisión que se tiene que tomar para elegir la ubicación más idónea de un negocio es determinar la población donde se va a ubicar:

CLIMA

Para guardar el café después de abrirlo lo más recomendable es guardarlo en un lugar seco a temperatura ambiente de no más de 25° y no menos de 15° con la bolsa cerrada, si su bolsa de café no tiene un abre fácil, se sugiere utilizar un gancho o un sujetador para cerrar la abertura hecha para sacar el café. La intención de guardarlo cerrándole es para evitar que las propiedades del café disminuyan o desaparezcan, es de ahí la importancia de conservar el café en buenas condiciones, para que cuando se beba de él siga teniendo la misma frescura y elegancia en propiedades que cuando recién lo compramos.

NIVEL DE EDUCACIÓN

La importancia de este punto se deriva ya que al saber el nivel educativo de la población de un lugar en específico se puede saber el total de personas con estudios, es decir, que esté preparada profesional y académicamente para poder cubrir el puesto y perfil requeridos en la cafetería Gold Coffee.

DISPONIBILIDAD DE LA MANO DE OBRA

El nivel de educación de una población ayudará a determinar de manera más específica (en el sector de servicios de bebidas y alimento), de esta manera se reconocerá que existe parte de la población que cuente con educación en las ramas relacionadas a este sector de la cafetería, y así determinar qué municipio o región cuenta con personas con estudios y conocimientos en la rama requerida, por lo cual ya no se tendrá que gastar en capacitaciones cotidianas para brindar el servicio de alimentos o bebidas requerido en la cafetería.

Los municipios más importantes en el sector primario (con un 12.83%) son: Minatitlán, Las Choapas, Acayucan y Cosoleacaque; esta población se dedica a la agricultura, ganadería, caza y pesca.

El sector secundario (minería, extracción de petróleo y gas natural, industria manufacturera, electricidad, agua y construcción) registra 25.94%, entre los municipios representativos de este sector son: Coatzacoalcos, Minatitlán, Cosoleacaque y Agua Dulce.

Y por último, el sector terciario (comercio, transporte y comunicaciones, servicios financieros, de administración pública, profesionales y técnicos, restaurantes, hoteles, personal de mantenimiento y otros) que ocupa un 56.15%, y se encuentra en mayor número en los municipios de: Coatzacoalcos, Minatitlán, Cosoleacaque y Acayucan.

APOYOS FISCALES

FONDO PYME

El Fondo de Apoyo para la Micro, Pequeña y Mediana Empresa es un instrumento que brinda apoyo temporal con programas y proyectos a micro, pequeñas y medianas empresas con intención de promover el desarrollo económico nacional.

INADEM

El cual ofrece distintos productos y servicios, como lo son:

ASESORAMIENTO GENERAL

- ❖ **Formula Creativa:** asesoría en diseño de imagen corporativa, diseño publicitario.
- ❖ **Chávez Monroy:** desarrollos de software y web, desarrollo de aplicaciones.
- ❖ **Merkactiva:** pretende generar contenido novedoso y útil para aquellos interesados en marketing y publicidad.
- ❖ **S.O.S en Computación S.A. de C.V.:** ofrece soluciones enterprise, movilidad, seguridad, equipamiento, respaldo de energía, sistemas y desarrollo de aplicaciones.
- ❖ **Sumamente consultores:** asesora a la pequeña y mediana empresa.

- ❖ Treviño computación: son Distribuidores Autorizados y Centro de Servicio Autorizado de Hewlett Packard desde 1991.
- ❖ Programa PSG Elite. Especialistas en la venta y asesoría de computadoras de portátiles, escritorio y estaciones de trabajo.
- ❖ Programa IPG Elite. Especialista en la venta y asesoría de impresoras y soluciones de impresión. Programa TSG Elite.
- ❖ Especialista en la venta y asesoría de servidores de red y soluciones de almacenamiento. Programa BI.
- ❖ Especialistas en la venta y asesoría de equipos de impresión de formato amplio (plotters). Programa Top Suppliers.
- ❖ Especialista en la venta de consumibles originales HP. Programa HP Retail.
- ❖ Especialista en la venta de computadoras de escritorio y portátiles de la familia HP Presario y HP Pavilion.
- ❖ Distribuidores Certificados Microsoft para las Instituciones Educativas.
- ❖ Impulso Consultores: ofrece sistemas administrativos ERP y POS; hardware y software para pymes como programas y equipo de facturación electrónica y administración de comercios; equipo de cómputo y cámaras de vigilancia; mantenimiento preventivo y correctivo de equipo de cómputo; y soporte y asesoría técnica.
- ❖ Incubadora regional de empresas INCUBA-UTCV: Incubadora de Empresas Básica, asesoría y consultoría

EDUCACIÓN

- ❖ Centro de Negocios e Innovación Empresarial de la Universidad Politécnica de Huatusco: prestación de servicios tecnológicos y de asesoría para mejoramiento del desempeño de empresas.
- ❖ Instituto Tecnológico de Chicontepec: Universidad, Centro Académico o de investigación.

INCUBADORAS

- ❖ CECADE (Centro De Estrategias, Capacitación y Desarrollo Empresarial, A.C.): centro de atención de asesoría y orientación a emprendedores, proporcionan a instalaciones y equipamiento necesario para que puedan trabajar su idea de negocio.

- ❖ Argot Soluciones Empresariales SA de CV: áreas de desarrollo de una empresa tales como la jurídica, fiscal, contable, financiera, de comercio exterior y mercadotecnia con soluciones rápidas y efectivas a los problemas actuales de su empresa.

ASESORAMIENTO COMERCIAL

- ❖ A B PRO: consultoría de Negocios vinculando con las Tecnologías de Información.
RELACIONES PÚBLICAS

- ❖ Foro Tuxpan: FanPage de la Revista Electrónica e Impresa Forotuxpan. Es un directorio electrónico de empresas locales del puerto.

ONG

- ❖ Red Veracruzana de Apoyo al Emprendedor: promueve el crecimiento, la innovación, la productividad y las ganancias de MYPYMES a través de la vinculación, desarrollo de capacidades y habilidades, mejoras en productividad y administración empresarial.

COMERCIO

- ❖ Empresas Veracruz: herramienta de marketing para PyMEs. Permite hacer un registro de las empresas. (INADEM, 2018)

3.1.5.3.2.1.1 LAS CHOAPAS

CLIMA

En Las Choapas, los veranos son cortos, muy caliente y mayormente nublados; los inviernos son cortos, caliente y mayormente despejados y está opresivo y mojado durante todo el año. Durante el transcurso del año, la temperatura generalmente varía de 21 °C a 35 °C y rara vez baja a menos de 19 °C o sube a más de 40 °C.

En base a la puntuación de turismo, la mejor época del año para visitar Las Choapas para actividades de tiempo caluroso es desde finales de diciembre hasta mediados de marzo.

NIVEL DE EDUCACIÓN

CARACTERÍSTICAS DEL SECTOR EDUCATIVO, INICIO DE CURSOS 2014						
2015						
NIVEL EDUCATIVO	ESCUELAS	DOCENTES	GRUPOS	ALUMNOS		TOTAL
				HOMBRES	MUJERES	
Total	388	1,224	2,494	25,382	12,650	38,032
Educación inicial	1	2	2	11	20	31
educación especial	1	8	0	83	45	128
Preescolar	115	175	316	1.189	1,115	2,304
Primaria	197	572	1,111	5,878	5,651	11,529
Secundaria	52	237	209	2,214	2,184	4,398
Profesional Técnico	0	0	0	0	0	0
Bachillerato	14	95	85	1,370	1,299	2,669
Técnico Superior Universitario	0	0	0	0	0	0
Normal	0	0	0	0	0	0
Licenciatura Uni. Y Tec.	1	97	0	1,046	707	1,753
Posgrado Univ. Y Tec.	0	0	0	0	0	0
Educación para Adultos	1	2	0	13	15	28
Formación para el trabajo	6	36	771	13,578	1,614	15,192

(SEFIPLAN, 2016)

DISPONIBILIDAD DE LA MANO DE OBRA

Por el momento no existe escuela de gastronomía, pero existen cursos de repostería en el ICATVER que normalmente lo hacen cada 6 meses con un grupo máximo de 20 personas.

APOYOS FISCALES

FONDO PyME

INADEM

El cual ofrece distintos productos y servicios, como lo son:

- ❖ Asesoramiento comercial
- ❖ Asesoramiento financiero
- ❖ Asesoramiento general
- ❖ Asesoramiento legal
- ❖ Capacitaciones
- ❖ Certificaciones
- ❖ Comercio
- ❖ Educación
- ❖ Electrónica
- ❖ Equipamiento
- ❖ Financiamiento
- ❖ Incubadoras
- ❖ Innovación
- ❖ Relaciones públicas

3.1.5.3.2.1.2 COATZACOALCOS

CLIMA

Tropical húmedo, con temperaturas anuales máximas hasta de 40° C. a la sombra y mínimas hasta de 16° C.

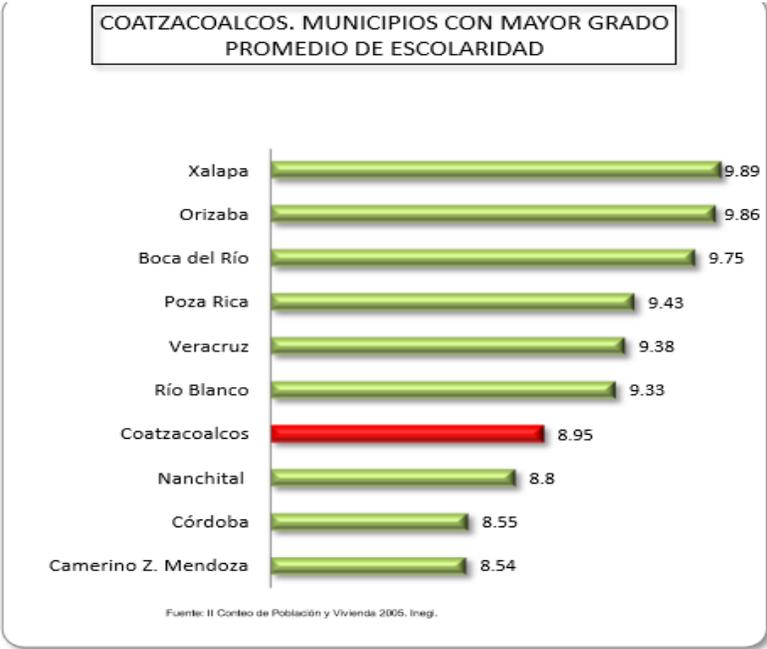
NIVEL DE EDUCACIÓN

Nivel educativo	Escuelas	Docentes	Grupos	Hombres	Mujeres	Total
Total	478	5,222	3,363	49,849	48,128	97,977
Educación inicial	11	37	57	382	365	747
Educación especial	11	77	15	623	427	1,050
Preescolar	138	497	547	4,549	4,546	9,095
Primaria	172	1,397	1,460	17,325	16,434	3,759
Secundaria	56	929	494	8,322	8,03	16,355
Profesional técnico	0	0	0	0	0	0
Bachillerato	49	840	414	5,658	5,890	11,548
Técnico superior univesitario	0	13	0	25	75	100
Normal	2	35	0	21	172	193
Licenciatura Univ. Y Tec.	15	1,201	0	9,066	8,481	17,547
Posgrado Univ. y Tec.	1	65	0	362	499	861
Educación para adultos	1	4	0	29	24	53
Formación para el trabajo	22	127	376	3,487	3,182	6,669

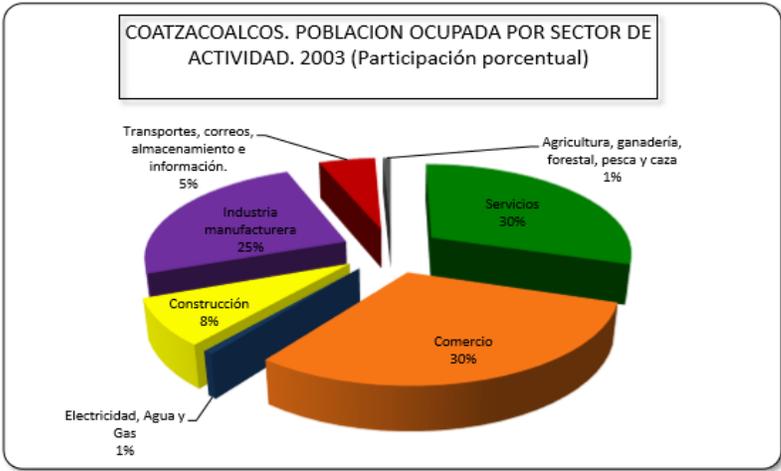
(SEFIPLAN, 2016)

Entre los distintos indicadores que existen, el que permite conocer el grado de estudios o educación de una población, es el de nivel de educación; el municipio de Coatzacoalcos.

La escolaridad es un indicador que permite conocer el grado de educación que tienen los habitantes del municipio de Coatzacoalcos. Este municipio se encuentra en el 7° lugar a nivel estatal; con un grado promedio de escolaridad de 8.95%, este porcentaje es uno de los más altos. Sin embargo, el 9.45% está representado por la población masculina, mientras que un 8.5% la población femenina.

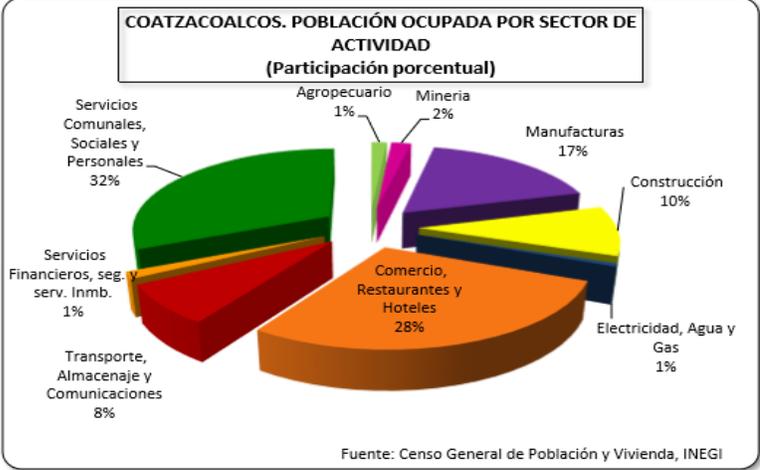


DISPONIBILIDAD DE LA MANO DE OBRA



Como se puede observar en la imagen, la mayoría de la población ocupada se centra en los sectores de comercio y de servicios, representando estos en conjunto un 60% (20 mil 449 personas en el sector comercio y 20 mil 094 en el sector de servicios) de la población

ocupada en esta localidad. Mientras que en el sector manufacturero es un 25% (16 mil 579 personas). El sector de la construcción el 8% (5 mil 573 personas); el sector transportes, correos, almacenamiento e información el 5% (3 mil 603 personas) y el de electricidad, agua y gas el 1% (474 personas).



En la imagen anterior se puede observar que el sector que posee la mayor proporción (con un 32%) es el de servicios comunales, sociales y personales. El sector del comercio, restaurantes y hoteles genera el 28% del total de empleos del municipio de Coatzacoalcos, la industria manufacturera representa el 17% de la población ocupada total, mientras que el sector de la construcción posee el 10% del total. Transportes, almacenaje y comunicaciones genera el 8% del total de empleos del municipio y el sector de la minería el 2% del total. (Chávez, 2012)



En la imagen anterior se puede analizar que se realizó una clasificación de la ocupación ocupada (de acuerdo a los tres sectores: primario, secundario, y terciario); siendo el sector secundario (involucra actividades de la industria manufacturera, comercio y construcción) un 63% (con 42 mil 601 personas) el que hay una mayor concentración de la población; el sector terciario (actividades de servicios) con un 36% de la población (24 mil 171 personas); mientras que el sector primario (actividades agropecuarias y mineras) siendo solo el 1% (con 532 personas).

APOYOS FISCALES

FONDO PyME

INADEM

El cual ofrece distintos productos y servicios, como lo son:

- ❖ Asesoramiento comercial
- ❖ Asesoramiento financiero
- ❖ Asesoramiento general
- ❖ Asesoramiento legal
- ❖ Capacitaciones
- ❖ Certificaciones
- ❖ Comercio
- ❖ Educación
- ❖ Electrónica
- ❖ Equipamiento
- ❖ Financiamiento
- ❖ Incubadoras
- ❖ Innovación
- ❖ Relaciones públicas

3.1.5.3.2.1.3 MINATITLÁN

CLIMA

En Minatitlán, la temporada de lluvia es muy caliente, opresiva y nublada y la temporada seca es caliente, bochornosa y mayormente despejada. Durante el transcurso del año, la temperatura generalmente varía de 19 °C a 35 °C y rara vez baja a menos de 17 °C o sube a más de 39 °C.

NIVEL DE EDUCACIÓN

CARACTERÍSTICAS DEL SECTOR EDUCATIVO, INICIO DE CURSOS 2014-2015						
Nivel educativo	Escuelas	Docentes	Alumnos			
			Grupos	Hombres	Mujeres	Total
Total	549	3,293	2,916	27,007	26,263	53,270
Educación inicial	7	42	49	415	360	775
Educación especial	9	46	5	370	293	663
Preescolar	146	319	451	2,575	2,477	5,052
Primaria	243	1,013	1,558	10,042	9,559	19,601
Secundaria	72	641	444	4,946	4,779	9,725
Profesional técnico	0	0	0	0	0	0
Bachillerato	45	508	309	4,180	4,053	8,223
Técnico superior universitario	0	0	0	23	18	41
Normal	1	21	0	27	83	110
Licenciatura Univ. Y Tec.	2	546	0	3,854	3,740	7,594
Posgrado Univ. Y Tec.	0	0	0	40	79	119
Educación para adultos	4	25	0	138	146	284
Formación para el trabajo a/ fin de cursos	20	132	100	397	676	1,073

a/ Fin de cursos

Fuente: Secretaría de Educación de Veracruz, Anuario Estadístico. (SEFIPLAN, 2016)

DISPONIBILIDAD DE LA MANO DE OBRA

Por el momento solo existe el Instituto Impac Gastronomía la cual es una institución en la cual imparten una carrera técnico profesional con valides oficial SEP, cursos, diplomados, clases por día y demás

APOYOS FISCALES

FONDO PyME

INADEM

El cual ofrece distintos productos y servicios, como lo son:

- ❖ Asesoramiento comercial
- ❖ Asesoramiento financiero
- ❖ Asesoramiento general
- ❖ Asesoramiento legal
- ❖ Capacitaciones
- ❖ Certificaciones
- ❖ Comercio
- ❖ Educación
- ❖ Electrónica
- ❖ Equipamiento
- ❖ Financiamiento
- ❖ Incubadoras
- ❖ Innovación
- ❖ Relaciones públicas

3.1.5.3.2.2 TABLA DE DETERMINACIÓN DE LA LOCALIZACIÓN ÓPTIMA DEL PROYECTO

DETERMINACIÓN DE LA LOCALIZACIÓN ÓPTIMA DEL PROYECTO DE LA EMPRESA GOLD COFFEE								
NÚMERO	FACTOR	PE SO	CIUDAD D/EDO.			PONDERACIÓN		
			CHO APAS	COATZAC OALCOS	MINAT ITLÁN	LAS CHO APAS	COATZAC OALCOS	MINAT ITLÁN
1	CLIMA	0.35	10	8	9	3.5	2.8	3.15
2	NIVEL DE EDUCACIÓN	0.2	4	10	7	0.8	2	1.4
3	DISPONIBILIDAD DE LA MANO DE OBRA	0.35	4	10	5	1.4	3.5	1.75
4	APOYOS FISCALES	0.1	3	5	5	0.3	0.5	0.5
	TOTAL	1	21	33	26	6	8.8	6.8

3.1.5.3.2.2.1 FACTORES A CONSIDERAR PARA LA DETERMINACIÓN DE LA LOCALIZACIÓN ÓPTIMA DEL PROYECTO

En este aspecto se hablará del lugar o espacio geográfico donde se ubicará la cafetería “Gold Coffee”, este siendo un concepto el cual dependerá de un marco de referencia específico, conociéndolo a partir de su dirección (calle, colonia, ciudad en que este ubicada). Por lo que es necesario tener un cierto conocimiento del lugar en específico en el cual estará ubicado en el mapa de la ciudad de Coatzacoalcos, Ver. En el cual fue designada debido a los resultados arrojados en la ponderación con base a la descripción del estudio técnico, de lo contrario no hubiera forma de encontrar la ubicación.

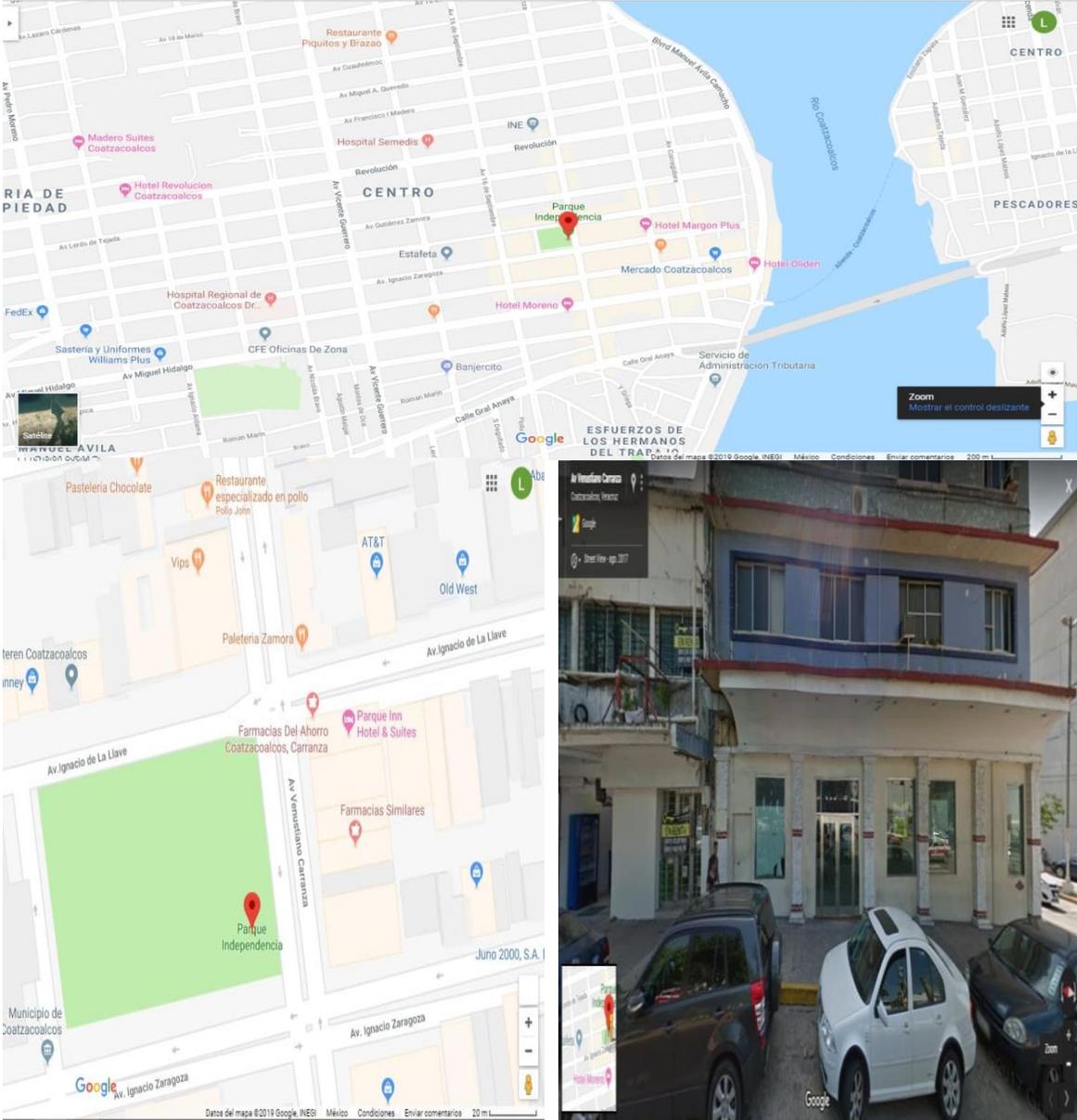
La localización geográfica de la empresa en una determinada localidad, municipio, zona o región es una decisión de tipo estratégico. Dicha decisión dependerá de ciertos factores que pueden favorecer o perjudicar la actividad económica presente y futura de la empresa.

En la actualidad, la ubicación del establecimiento se encuentra facilitado por la existencia de los sistemas GPS (Global Positioning System) que se basa en la navegación por satélite:

3.1.5.3.2.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

3.1.5.3.2.3.1 ORGANIGRAMA

Según Lourdes Münch Galindo (1997) en su libro Fundamentos de Administración expone que los organigramas son “representaciones gráficas de la estructura formal de una organización, que muestran las interrelaciones, las funciones, los niveles jerárquicos,

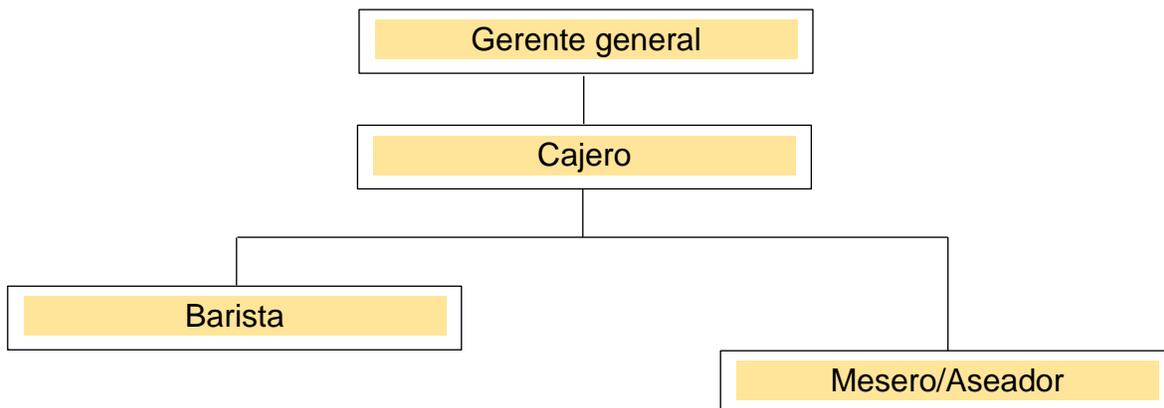


las obligaciones y la autoridad existentes de ésta”. (Galindo, 1997)

Agustín Reyes Ponce en su libro Administración Moderna menciona que los organigramas “consisten en hojas o cartulinas en las que cada puesto de un jefe se representa por un cuadro que encierra el nombre de ese puesto (y en ocasiones de quien lo ocupa), representándose, por la unión de los cuadros mediante líneas, los canales de autoridad y responsabilidad”. (Ponce, 2007)

La estructura organizacional depende en gran medida de una buena planificación de la comunicación interna, por lo que es fundamental el realizar una división interna de los niveles jerárquicos existentes en una empresa; para esta planificación será necesario apoyarse de instrumentos como lo son los organigramas, a través de los cuales se podrá visualizar de mejor manera los diferentes mandos jerárquicos existentes en la organización.

A continuación, se muestra el organigrama de la empresa Gold Coffee, el cual está integrado por cuatro puestos:



3.1.5.3.2.3.2 DESCRIPCIÓN DE PUESTOS

GERENTE GENERAL
Nombre del puesto: Gerente General Depende de: No aplica Quienes dependen de él: Cajero, barista, mesero/aseador
Descripción genérica
Coordinar los planes de trabajo de los vendedores semanal, mensual, y anual. Medición y evaluación del desempeño. Analizar los problemas para aumentar la eficiencia de la operación y proponer soluciones rentables para la empresa.
Descripción específica
<ol style="list-style-type: none">1. Elaboración de estrategias comerciales.2. Motivación al personal a su cargo.3. Desarrollo y ejecución de nuevos proyectos.4. Atención a clientes.5. Realización de estados financieros.6. Reclutamiento de personal.7. Coordinación de trabajos hacia los vendedores.8. Planificación de objetivos a corto plazo del personal a su cargo.9. Medición y evaluación de desempeño.10. Realizar pagos correspondientes
Capacidades y habilidades
Edad: 45 Años Sexo: Indistinto Estado civil: Casado (a) Hábil en: Sistemas contables Capaz de: Trabajar bajo presión
Conocimientos
Escolaridad: Licenciatura en Contaduría
Experiencia: 5 años de experiencia en el mismo puesto

CAJERO
<p>Nombre del puesto: Cajero Depende de: Gerente general Quienes dependen de él: Barista, mesero/aseador.</p>
Descripción genérica
<p>Garantizar las operaciones de unidad de caja. Efectuar actividades de facturación de recepción entrega de dinero en efectivo y documentos de valor.</p>
Descripción específica
<ol style="list-style-type: none"> 1. Registro de la cobranza de productos adquiridos por los clientes. 2. Brindar excelente trato al cliente. 3. Efectuar actividades de recepción, entrega y custodia de dinero. 4. Contabilizar el dinero en caja para garantizar que las cantidades sean las correctas. 5. Verificar cada determinado tiempo si cuenta con suficiente dinero en cambio. 6. Entregar recibos, reembolsos, o cambio que se les adeude a los clientes. 7. Resolver reclamaciones de los consumidores. 8. Brindar asesoría a subordinados en caso que sea muy necesario. 9. Mantener limpia su área. 10. Asistir a juntas en las que se requiera su presencia.
Capacidades y habilidades
<p>Edad: 35 Años Sexo: Femenino Estado civil: Casada Hábil en: Sistemas computacional y manejo de pagos de débitos Capaz de: Verificación de formato de pagos y remisión de facturas.</p>
Conocimientos
<p>Escolaridad: Preparatoria Paqueterías office Computación</p>
<p>Experiencia: 3 años de experiencia en el mismo puesto</p>

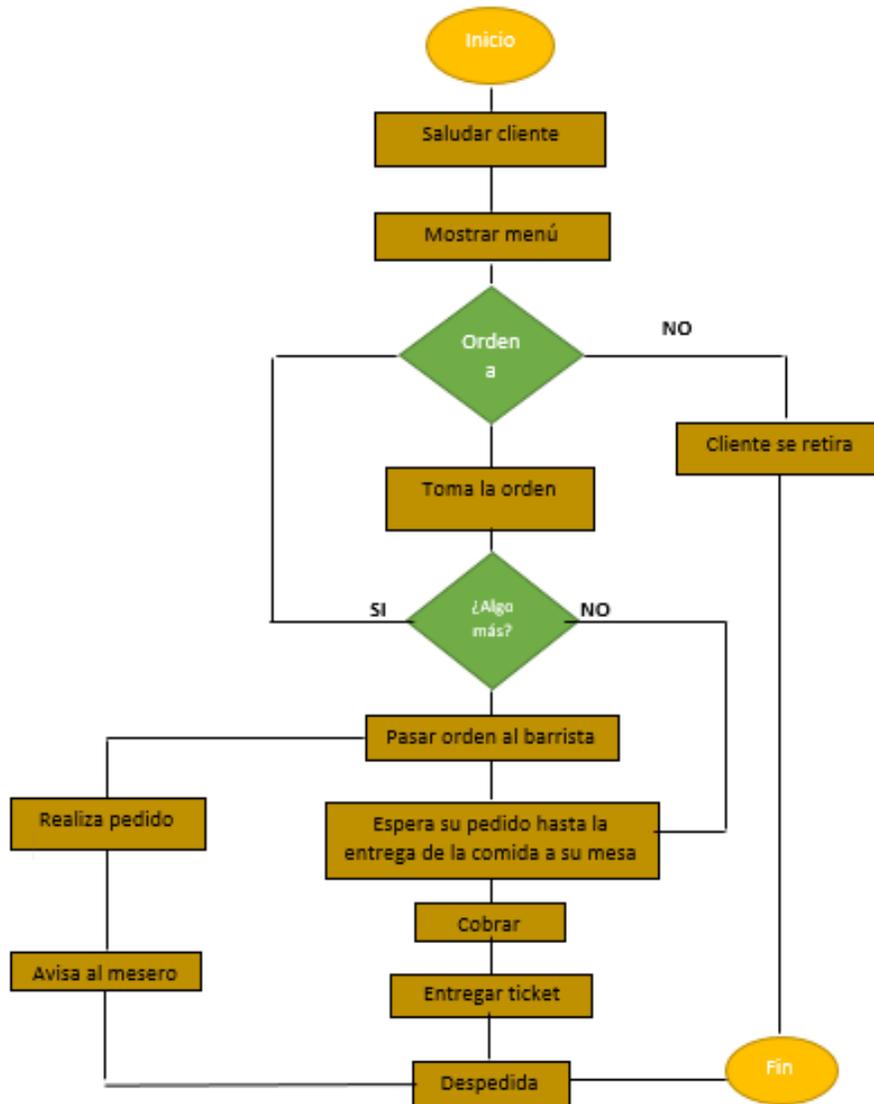
BARISTA
<p>Nombre del puesto: Barista Depende de: Gerente general Quienes dependen de él: No aplica</p>
Descripción genérica
Preparación de bebidas y entrega de alimentos.
Descripción específica
<ol style="list-style-type: none"> 1. Preparación de cada uno de nuestras bebidas mediante el menú de nuestro servicio. 2. Entrega de alimentos a petición del cliente. 3. Acatar la orden del cliente, escuchar las decisiones que este genere. 4. Mantenimiento de un espacio de trabajo limpio y ordenado en todo momento. 5. Asistir a cursos de capacitación que la empresa le brinde o se le requiera. 6. Realización de alimentos conforme al menú. 7. Actualización de inventario de los productos (caducidad). 8. Verificación del inventario, según sea necesario para asegurar que están disponibles los suministros requeridos. 9. Asistir a juntas en las que sea requerida su presencia. 10. Mantenimiento de las relaciones de cordiales y profesionales con compañeros de trabajo, gerentes, clientes.
Capacidades y habilidades
<p>Edad: 25 Años Sexo: Masculino Estado civil: Soltero Hábil en: conocimiento de prácticas en preparación del café. Capaz de: trabajar bajo presión</p>
Conocimientos
<p>Escolaridad: Bachillerato o Universidad Curso o Licenciatura en Barista</p>
Experiencia: 2 años de experiencia en el mismo puesto

MESERO/ASEADOR
<p>Nombre del puesto: Mesero Depende de: Gerente general Quienes dependen de él: No aplica</p>
Descripción genérica
<p>Servicio a clientes como: servicio de comedor de bar, conocimientos básicos de gastronomía y preparación del café.</p>
Descripción específica
<ol style="list-style-type: none"> 1. Preparación de mesas. 2. Limpieza de área. 3. Servir alimentos y bebidas. 4. Asistir a las juntas necesarias 5. Entrega de factura o ticket de los alimentos y bebidas ingeridas por comensales. 6. Tomar pedidos a los clientes. 7. Brindar una excelente atención. 8. Decorar mesas de ser necesario y requerido por su jefe inmediato. 9. Desmontaje de sillas y mesas de ser necesario. 10. Tener conocimiento de todo el menú.
Capacidades y habilidades
<p>Edad: 23 Años Sexo: Masculino Estado civil: Casado Hábil en: charoleo Capaz de: trabajar en equipo, y atención al cliente.</p>
Conocimientos
<p>Escolaridad: Secundaria Preferente de conocimientos en charoleo y atención al cliente</p>
<p>Experiencia: 2 años mínimo</p>

3.1.5.3.2.3.3 TÉCNICAS DE ANÁLISIS DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN

3.1.5.3.2.3.3.1 DIAGRAMA DE FLUJO O FLUJOGRAMA

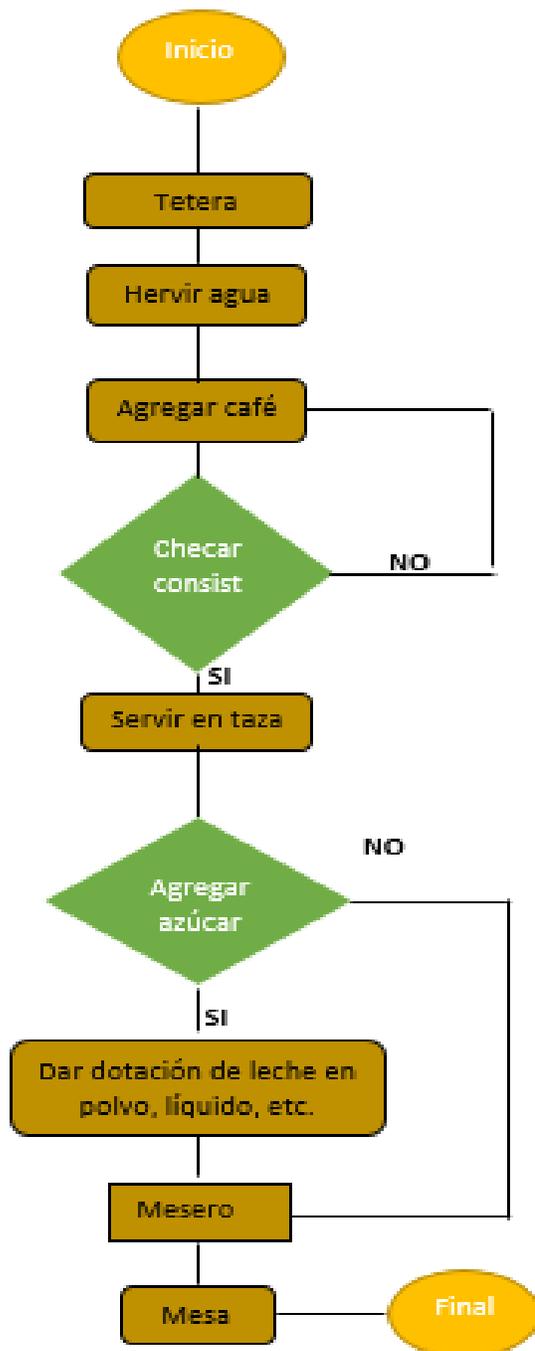
ATENCIÓN AL CLIENTE



DESCRIPCIÓN

1. Para el servicio al cliente se determinó el saludo cordial de manera que este sea alagado (a) sutil y con una mejor sonrisa de la empresa con un ligero apretón de mano de tal manera que sientan a gusto y en confianza para ordenar el menú.
2. Se muestra el menú al cliente de nuestros mejores productos explicando cada uno de nuestros desayunos y platillos vegetarianos, así como los tipos de cafés orgánicos.
3. Tomamos la palabra del cliente en cuanto a lo que ordene y lo que mande el cliente en cuanto los gustos paladares de nuestra comida.
4. Si no ordena el cliente se le cuestiona del porque y cual no es el gusto del cliente de nuestro menú y haciéndolos notar que su presencia dentro del restaurante es muy importante.
5. Tomamos la orden del cliente en cuanto al gusto del menú preguntando si desea algo más dentro del paquete de desayuno o comida respetando las promociones del restaurante por lo cual lo atenderemos como se merece.
6. Pasamos la orden al barrista para la elaboración del pedido al gusto del cliente quien es el que sirve el café y otros gustos que haya ordenado de manera correcta al gusto.
7. Tratamos de dar un precio justo al cliente para que este sea de mayor provecho en cuanto a la demanda y costos de nuestros ingredientes, así como el pago de nuestros subordinados.
8. El barrista prepara los alimentos de manera higiénica y con el tiempo necesario para entregar el pedido de nuestro cliente así al mismo tiempo preparándolo de manera fresca y natural con nuestros ingredientes frescos.
9. Se pasa al mesero el producto final con una sonrisa en el rostro al que espero el tiempo del pedido que el cliente haya realizado así mismo se encarga de que el cliente se sienta cómodo y no le haga falta nada.
10. Entregamos ticket para sugerencias y costos de nuestros productos así para dudas y aclaraciones.
11. Se despide de la clientela con la mejor actitud recordándoles que este es su restaurante de confianza y saludables y para que nos recomienden haciendo del mejor restaurante.

PREPARACIÓN DEL CAFÉ



DESCRIPCIÓN

1. Se enciende la tetera con agua purificada a lo que esta tetera cuenta con temporizador de temperatura nivel de agua, hace más fácil la tarea de hacer café y al mismo tiempo que se espera el calentamiento de agua puedes realizar otras tareas multidisciplinarias dentro del restaurante contando la capacidad para más de 30 vasos de 500 ml.
2. Se hierve el agua de manera que la temperatura no pase a los 50°Selcius a lo que puede ser consumo humano y de esta manera puede agregar un filtro para que los granos de café se puedan llevar al agua hervida.
3. En cuanto se agrega el café en la tetera pasa por el filtro este continua hacia una válvula de concentración del café puro en líquido para servir hacia el vaso.
4. El servir en taza, este va a depender del gusto de la temperatura del cliente, que puedes combinar lo frio con lo caliente y así mismo dar el mejor servicio.
5. El azúcar es un implemento más al café, pero es importante preguntar el gusto del azúcar para no desechar el café que tiene azúcar de más y echándolo a perder por eso se pregunta si el cliente desea más azúcar debido a que muchos no le gustan pasando al último paso de entregar sin más preámbulo con galletas y demás ingredientes por si gusta.

PREPARACIÓN DEL HOT CAKE



DESCRIPCIÓN

Los Hot cakes son fáciles de preparar de adapta a las necesidades del cliente debidos a los ingredientes empleados.

PREPARACIÓN

Para comenzar en la elaboración de los Hot cakes se necesitan contar con todos los ingredientes necesarios:

1. Se reúnen todos los ingredientes en un recipiente, para la creación del hot cake vegetariano, se reúnen la leche de avellana, avena, claras de huevo, vainilla, canela en polvo para poder servirlo en porción de medidas en cucharas y tomas de muestra en Mililitros.
2. Conectar la licuadora a una alterna con 120 voltajes de corriente directa.
3. Mezclar en un recipiente todos los ingredientes: plátano, avena, leche de almendras, clara de un huevo, vainilla, canela en polvo
4. Posteriormente pasamos a añadir la mezcla en un sartén dándole la forma redonda o semi circular
5. Se sacan los Hot cakes del sartén.
6. Entregar orden al mesero.
7. Entregar orden al cliente.

*Recomendación: Decorar con frutas como plátano molido y moras.

3.1.5.3.2.3.3.2 CRUSOGRAMA

Flujograma	Etapa	Producto	Unidad	Imagen
Proceso de atención al cliente (en el lugar)	a. El empleado toma el pedido	1. Libreta 2. Lapicero	1	
	b. El barista realiza el producto que pidieron	1. Taza 2. Café molido 3. Agua 4. Leche en polvo	1	
	c. Entrega el barista dicho producto al mesero	1. Producto requerido 2. taza	1	
	d. Entregar ticket al cliente	1. tickets 2. máquina de tickets 3. laptop	1	

Proceso de
preparación
de café

- | | | |
|---------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|---|
| a) El
emplead
o toma el
pedido | 1. lap top
2. máquina
de tickets | 1 |
| b) El barista
realiza el
producto
que
pidieron | 1.hoja
2. Taza
3.Café
molido
5. Agua
6. Leche en
polvo | 1 |
| c) Entregar
barista al
cajero el
pedido
requerido | 1. producto
finalizado
2. bolsa de
plástico | 1 |
| d) Entregar
ticket al
cliente y
producto | 1. Máquina
de tickets
2. tickets
3. producto
7. Bolsa de
plástico | 1 |



Proceso de preparación de hot cakes (para comer ahí)	a) El empleado toma el pedido.	1. libreta 2. lapicero	1	
	b) Cliente pide hot cakes.	1. libreta 2. lapicero	1	
	c) el empleado pasa el pedido al barista.	1. hoja	1	
	d) el barista prepara el pedido	1. avena 2. vainilla 3. plátano 4. leche de almendra 5. huevos 6. canela en polvo	1	
	e) el mesero le lleva los hot cakes a la mesa	1. producto 2. plato	1	
	f) le entrega el ticket al cliente	1. lap top 2. máquina de ticket 3. ticket		

3.1.5.4 MARCO LEGAL DE LA EMPRESA

El objetivo del presente capítulo es que con base a las disposiciones de las leyes se pueda regular la organización, el funcionamiento de la misma y su administración.

El regular las relaciones laborales entre los colaboradores de todas las áreas de la empresa y los directivos serán necesario para establecer las bases para resolver los acontecimientos que se lleguen a suscitar, como lo son:

3.1.5.4.1 REQUISITOS PARA OPERAR

Ley de Desarrollo Urbano: Incluye realizar los trámites pertinentes, ya que tienen una vigencia, y también sanciones si no se cumplen con las mismas, estos trámites son: certificación de zonificación de usos del suelo permitidos, certificado de acreditación del uso del suelo por derechos adquiridos.

Ley de Establecimientos Mercantiles: Incluye realizar los trámites pertinentes, ya que tienen una vigencia, y también sanciones si no se cumplen con las mismas, estos trámites son: solicitud de permiso para la colocación de enseres o instalaciones desmontables en la vía pública, contiguos a restaurantes y cafeterías; seguro de responsabilidad civil; trámite de cajón es de estacionamiento.

Ley de protección civil: Incluye realizar los trámites pertinentes, ya que tienen una vigencia, y también sanciones si no se cumplen con las mismas, estos trámites son: visto bueno de seguridad y operación; programa interno de protección civil; trámite de medidas de seguridad.

Federal de Derechos de Autor y Propiedad Intelectual: Incluye realizar los trámites pertinentes, ya que tienen una vigencia, y también sanciones si no se cumplen con las mismas, estos trámites son: pago de cuota a la sociedad de autores y compositores de música; registro de marca del nombre comercial y logotipo ante el IMPI.

Ley de Cámaras Empresariales y sus Confederaciones: Incluye realizar los trámites pertinentes, ya que tienen una vigencia, y también sanciones si no se cumplen con las mismas, este trámite es la inscripción al Sistema de Información Empresarial Mexicano (SIEM).

Ley de Salud: Incluye realizar los trámites pertinentes, ya que tienen una vigencia, y también sanciones si no se cumplen con las mismas, este trámite es el aviso de funcionamiento a la Secretaría de Salud.

Ley del IMSS: Incluye realizar los trámites pertinentes, ya que tienen una vigencia, y también sanciones si no se cumplen con las mismas, este trámite es la Inscripción del registro empresarial ante el Instituto Mexicano del Seguro Social.

Código Fiscal de la Federación: Incluye realizar los trámites pertinentes, ya que tienen una vigencia, y también sanciones si no se cumplen con las mismas, este trámite es el dar de alta en Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

3.1.5.4.2 DISPOSICIONES GENERALES SOBRE LOS RESTAURANTES

Ley de Establecimientos Mercantiles: este se refiere a utiliza el establecimiento exclusivamente para el giro designado, que el establecimiento cuente con original o copia del certificado de aviso o permiso, la póliza de la compañía de seguros con la cual se encuentra asegurado, permitir el acceso al local a personal autorizado por la Delegación o por la Secretaría de Protección Civil, no discriminar a las personas a menos que se encuentre en evidente estado de ebriedad, otorgar servicio de estacionamiento gratuito por 2 horas mediante un consumo mínimo, señalamientos de salidas de emergencia, contar con botiquín equipado, está prohibido exigir pagos por concepto de propina, entre otros.

Ley Federal de Protección al Consumidor: se deberá exhibir de forma notoria y visible el monto total a pagar por bienes, productos o servicios, información difundida por cualquier medio deberá ser veraz y comprobable, exhibir a la vista del público la tarifa de principales servicios ofrecidos, no se podrán negar servicios por razones discriminatorias, obligación de entregar factura o comprobante. (CANIRAC)

3.1.5.4.3 LEY SOBRE LA ELABORACIÓN Y VENTA DE CAFÉ TOSTADO

Esta ley hace referencia a lo qué es el café y asuntos que involucran su calidad y consumo como, por ejemplo:

- ❖ La regulación de la elaboración y venta del mismo (ya sea en grano molido, instantáneo, pulverizado, infusiones, entre otros)
- ❖ Establecimientos podrá tener por separado o a la vez el carácter de tostador, expendio de café o cafetería.
- ❖ El tipo de café que se venda, será como será expuesto y vendido al consumidor.
- ❖ Prohibiciones de adulterar el café, y su preparación y venta sin cumplir requerimientos.

(diputados.gob.mx, 2004)

3.1.5.4.4 REGLAMENTO DE CONTROL SANITARIO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS

La importancia de la regulación sanitaria se sustenta debido al derecho a la protección de la salud, entonces este reglamento es utilizado como un instrumento con el cual se pretende la regulación sanitaria en conjunto de acciones preventivas para controlar las condiciones sanitarias en las cuales se ve involucrado todo ser humano, los vehículos, los establecimientos, los equipos, los productos, las actividades y todo aquello que pueda representar algún tipo de riesgo o daño a la salud de la población en general, así como a través de prácticas de repercusión personal y colectiva.

Este ordenamiento tiene por objeto la regulación, control y fomento sanitario del proceso, importación y exportación, así como de las actividades, servicios y establecimientos, relacionados con los productos que, por su naturaleza y características, sean considerados como alimentos, bebidas, productos de perfumería, belleza o aseo o tabaco, así como las sustancias asociadas con su proceso. Asimismo, el envase, envasado e irradiación de los productos antes precisados.

En este reglamento se hace referencia a diferentes controles sanitarios que deberán cumplir como, por ejemplo:

1. Características y condiciones sanitarias
2. El transporte
3. Los establecimientos
4. Leche, sus productos y derivados

5. Huevo y sus productos
6. Carne y sus productos
7. Frutas, hortalizas y sus derivados
8. Bebidas no alcohólicas, productos para prepararlas y congelados de las mismas
9. Cereales, leguminosas y sus productos
10. Aceites y grasas comestibles
11. Cacao, café, té y sus derivados
12. Condimentos y aderezos

(salud.gob.mx)

3.1.5.4.5 LEY FEDERAL DEL TRABAJO

Un trabajo está compuesto por dos partes que la integran, el empleado y el empleador.

Al crearse una relación de trabajo o relación laboral, ambas partes mencionadas anteriormente, contraen una serie de derechos y obligaciones, y es en donde entra en juego la Ley Federal de Trabajo, la cual regulará a través de leyes, la relación laboral existente entre el patrón y el subordinado. Además, que contiene disposiciones legales que protegen las garantías individuales, y otros conceptos que forman parte al crearse un vínculo laboral. (diputados.gob.mx)

3.1.5.5 ESTUDIO ECONÓMICO

3.1.5.5.1 COSTOS DE PRODUCCIÓN

Se generan en el proceso de transformar la materia prima en productos terminados, lo integra:

- ❖ Costo de materia prima material directo: costo de materiales integrados al producto.
- ❖ Costo de mano de obra directa: costo que interviene directamente en la transformación del producto.
- ❖ Gastos indirectos de fabricación: costo que interviene en la transformación del producto (excepto materia prima y mano de obra): material indirecto, mano de obra indirecta, otros gastos.

COSTOS DE PRODUCCIÓN							
I. MATERIA PRIMA O MATERIAL DIRECTO							
HOT CAKES (5 unidades)							
Unidad	Descripción	Costo Unitario	Costo por volumen	Cantidad requerida	(Costo por volumen)(cantidad requerida)	Costo	Costo unitario
Litros	Leche de almendra	\$ 33.33	\$ 8.33	250	\$ 2,083.33	\$ 2.08	
Kg	Avena	\$ 22.00	\$ 3.19	145	\$ 462.55	\$ 0.46	
gr	Platano	\$ 17.00	\$ 272.00	80	\$ 21,760.00	\$ 21.76	
gr	huevo	\$ 1.60	\$ 104.00	65	\$ 6,760.00	\$ 6.76	
MI	Vainilla	\$ 20.00	\$ 0.30	15	\$ 4.50	\$ 0.0045	
Kg	canela en polvo	\$ 99.00	\$ 0.36	2	\$ 0.72	\$ 0.0007	
						\$ 31.07	\$ 6.21

CAFÉ (5 TAZAS)							
Unidad	Descripcion	Costo Unitario	Costo por volumen	Cantidad requerida	(Costo por volumen)(cantidad requerida)	Costo	Costo unitario
kg	Café en polvo	144	\$ 5.04	35	\$ 176.40	\$ 0.18	
MI	Agua	35	\$ 1.14	650	\$ 739.38	\$ 0.74	
pza	Azúcar (sobres)	0.478	\$ 2.39	5	\$ 11.95	\$ 11.95	
gr	Leche en polvo (sobres)	156	\$ 3.90	5	\$ 19.50	\$ 19.50	
						\$ 32.37	\$ 6.47
BAGUETTE (1 unidad)							
Unidad	Descripcion	Costo Unitario	Costo por volumen	Cantidad requerida	(Costo por volumen)(cantidad requerida)	Costo	Costo unitario
gr	pan de baguette	22	\$ 22.00	1	\$ 22.00	\$ 22.000	
gr	jamon de pavo	5	\$ 10.00	2	\$ 20.00	\$ 20.000	
gr	mayonesa	0.050588235	\$ 7.59	150	\$ 1,138.24	\$ 1.138	
gr	tomate	0.015	\$ 0.28	18.75	\$ 5.27	\$ 0.005	
gr	aguacate	0.05	\$ 3.35	67	\$ 224.45	\$ 0.224	
gr	lechuga	0.02	\$ 0.96	48	\$ 46.08	\$ 0.046	
						\$ 43.41	\$ 43.41

3.1.5.5.2 PRESUPUESTO DE COSTOS DE PRODUCCION

ROMAZ COSTOS FIJOS SUELDOS			
Nombre del ocupante del Puesto	Denominación del Puesto	Nivel del Puesto	Sueldo o salario
A	Gerente general (R.R.H.H. y Finanzas)	Directivo	\$ 7,100.00
Total sueldos Directivos			\$ 7,100.00
B	Cajero	Ejecutivo	\$ 5,000.00
Total sueldos Ejecutivos			\$ 5,000.00
C	Mesero/aseador	Operativo	\$ 4,300.00
Total sueldos Operativos			\$ 4,300.00
		Total costos fijos (sueldos)	\$ 16,400.00
		COSTOS VARIABLES POR UNIDAD	1.66
ROMAZ COSTOS VARIABLES			
Nombre del ocupante del Puesto	Denominación del Puesto	Nivel del Puesto	Sueldo o salario
B	Barista	Operativo	\$ 4,600.00
		Total costos variables	\$ 4,600.00
		Total Sueldos	\$ 21,000.00

II. MANO DE OBRA DIRECTA				
HOT CAKES				
Unidad	Puesto	Salario	COSTO VARIABLE POR UNIDAD	TIEMPO REQUERIDO
h	Barista	\$ 4,600.00	\$ 1.66	1 MES
Demanda estimada de habitantes en el municipio en Coatzacoalcos=			2765	
CAFÉ				
Unidad	Puesto	Salario	COSTO VARIABLE POR UNIDAD	TIEMPO REQUERIDO
h	Barista	\$ 4,600.00	\$ 1.66	1 MES
BAGUETTES				
Unidad	Puesto	Salario	COSTO VARIABLE POR UNIDAD	TIEMPO REQUERIDO
h	Barista	\$ 4,600.00	\$ 1.66	1 MES

III. GASTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN				
HOT CAKES				
Unidad	Descripción	Costo por volumen	Contenido requerido	Costo unitario
pza	Bolsa de papel (marca ULINE)	\$ 1,000.00	0.002	\$ 2.00
pza	Contenedor de comida	\$ 1,444.00	0.004	\$ 5.78

pza	Tapa para contenedor de comida	\$ 1,520.00	0.004	\$ 6.08
				\$ 13.86

CAFÉ

Unidad	Descripción	Costo por volumen	Contenido requerido	Costo unitario
pza	Vasos de papel para bebidas calientes (La Universal impresora)	\$ 5,000.00	0.001	\$ 5.00
pza	Manga o fajilla para vaso (marca SUPERmaterias)	\$ 336.00	0.001	\$ 0.34
pza	Tapa para vaso de bebida caliente (marca SUPERmaterias)	\$ 1,375.00	0.001	\$ 1.38
				\$ 6.71

BAGUETTE

Unidad	Descripción	Costo por volumen	Contenido requerido	Costo unitario
pza	Bolsa de papel (marca ULINE)	\$ 1,000.00	0.002	\$ 2.00
pza	Contenedor de comida	\$ 1,444.00	0.004	\$ 5.78
pza	Tapa para contenedor de comida	\$ 1,520.00	0.004	\$ 6.08
				\$ 13.86

DETERMINACIÓN DEL COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN

HOT CAKES

Concepto	
----------	--

Material Directo	\$	6.21	
Mano de Obra Directa	\$	1.66	
Gastos Indirectos de Fabricacion	\$	13.86	\$ 21.73

CAFÉ

Concepto			
Material Directo	\$	6.47	
Mano de Obra Directa	\$	1.66	
Gastos Indirectos de Fabricacion	\$	6.71	\$ 14.85

BAGUETTE

Concepto			
Material Directo	\$	43.41	
Mano de Obra Directa	\$	1.66	
Gastos Indirectos de Fabricacion	\$	13.86	\$ 58.93

GOLD COFFEE

DETERMINACIÓN DE LOS COSTOS DE OPERACIÓN

Concepto	Mensual	Primer año (x12)	Segundo Año
Renta	\$ 14,000.00	\$ 168,000.00	\$ 174,720.00
Sueldos (CF)	\$ 16,400.00	\$ 196,800.00	\$ 204,672.00
Prestaciones	\$ 5,740.00	\$ 68,880.00	\$ 71,635.20
Luz	\$ 2,500.00	\$ 30,000.00	\$ 31,200.00
Agua	\$ 2,100.00	\$ 25,200.00	\$ 26,208.00
Teléfono	\$ 500.00	\$ 6,000.00	\$ 6,240.00
Mantenimiento de local	\$ 1,000.00	\$ 12,000.00	\$ 12,480.00
Mantenimiento de equipo de transporte	\$ -	\$ -	\$ -

Combustibles	\$ -	\$ -	\$ -
Depreciaciones	\$ 10,817.74	\$ 129,812.92	\$ 135,005.43
Publicidad (\$20 por 30 días, alcace estimado de 8,200 a 22,000 personas)	\$ 600.00	\$ 7,200.00	\$ 7,488.00
Enseres menores diversos:			
Servilletas	\$ 68.00	\$ 816.00	\$ 848.64
Licuadora	\$ 1,178.00	\$ 14,136.00	\$ 14,701.44
Cafetera	\$ 518.00	\$ 6,216.00	\$ 6,464.64
Tazas de café	\$ 1,198.00	\$ 14,376.00	\$ 14,951.04
Vasos	\$ 1,440.00	\$ 17,280.00	\$ 17,971.20
Platos	\$ 1,100.00	\$ 13,200.00	\$ 13,728.00
Cuchillos de cocina	\$ 329.50	\$ 3,954.00	\$ 4,112.16
Juego de cubiertos	\$ 458.00	\$ 5,496.00	\$ 5,715.84
Sartenes	\$ 549.00	\$ 6,588.00	\$ 6,851.52
Mandil de cocina	\$ 35.00	\$ 420.00	\$ 436.80
Espátula	\$ 114.00	\$ 1,368.00	\$ 1,422.72
Artículos de limpieza			
Jabón de trastes	\$ 285.00	\$ 3,420.00	\$ 3,556.80
Fibra	\$ 173.69	\$ 2,084.28	\$ 2,167.65
Escoba	\$ 118.00	\$ 1,416.00	\$ 1,472.64
Trapeador	\$ 87.00	\$ 1,044.00	\$ 1,085.76
Recogedor	\$ 99.00	\$ 1,188.00	\$ 1,235.52
Cubeta	\$ 58.00	\$ 696.00	\$ 723.84
Pino	\$ 222.00	\$ 2,664.00	\$ 2,770.56
Trapos de cocina	\$ 115.13	\$ 1,381.56	\$ 1,436.82
Aromatizante	\$ 105.00	\$ 1,260.00	\$ 1,310.40
Jabón líquido para manos	\$ 30.00	\$ 360.00	\$ 374.40
Papel higiénico	\$ 110.00	\$ 1,320.00	\$ 1,372.80

Papelería			
Lapicero	\$ 17.50	\$ 210.00	\$ 218.40
Libreta	\$ 340.00	\$ 4,080.00	\$ 4,243.20
Total	\$ 62,405.56	\$ 748,866.76	\$ 778,821.43

3.1.5.5.3 DEPRECIACION Y AMORTIZACION

Al adquirir un bien (a excepción de los terrenos y algunos metales), éste empieza a perder valor por el transcurso de tiempo o por el uso que se le da; ésta pérdida de valor se conoce como depreciación y debe reflejarse contablemente con el fin de:

- ❖ Determinar el costo de los bienes o servicios que se generan con dichos activos.
- ❖ Establecer un fondo de reserva que permita reemplazar el bien al final de su vida útil.

Entonces la depreciación es la pérdida de valor que sufre un activo fijo como consecuencia del uso o del transcurso del tiempo.

El valor en libros es la diferencia entre el valor original y la depreciación acumulada a una fecha determinada. El valor en libros de un activo no corresponde necesariamente a su valor de mercado; en tiempos de alta inflación éste puede llegar a ser varias veces superior, pues aquel refleja únicamente la parte del costo original que está pendiente de ser cargada a resultados.

La amortización en el área de finanzas significa saldar gradualmente una deuda por medio de una serie de pagos que generalmente son iguales y que se realizan también a intervalos iguales. Existen diferentes sistemas de amortización, como lo son:

- ❖ Sistema de amortización francés: Se caracteriza por ser un sistema de amortización por cuotas constantes.
- ❖ Sistema de amortización alemán: Es algo más infrecuente, se caracteriza por un pago constante del capital de amortización de la vivienda, lo que supone un pago de intereses variables cada mes.
- ❖ Sistema de amortización americano: Se caracteriza por ser una forma de amortizar el capital que ha sido prestado a través del pago periódico de intereses y la devolución principal a la finalización del mismo.

3.1.5.5.3.1 TABLA DE PORCENTAJES DE DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN

Cuenta	Concepto	Años de vida útil	% depreciación anual
1.2.3	BIENES INMUEBLES, INFRAESTRUCTURA Y CONSTRUCCIONES EN PROCESO		
1.2.3.2	Viviendas	50	0.02
1.2.3.3	Edificios No Habitacionales	30	0.033
1.2.3.4	Infraestructura	25	0.04
1.2.3.9	Otros Bienes Inmuebles	20	0.05
1.2.4.	BIENES MUEBLES		
1.2.4.1	Mobiliario y Equipo de Administracion		
1.2.4.1.1	Muebles de Oficinas y Estanteria	10	0.1
1.2.4.1.2	Muebles, Excepto de Oficina y Estanteria	10	0.1
1.2.4.1.3	Equipo de Computo y de Tecnologias de Información	3	0.333
1.2.4.1.9	Otros Mobiliarios y Equipos de Administración	10	10
1.2.4.2	Mobiliario y Equipo Eduacional y Recreativo		
1.2.4.2.1	Equipos y Aparatos Audiovisuales	3	0.333
1.2.4.2.2	Aparatos Deportivos	5	0.2
1.2.4.2.3	Camaras Fotograficas y de Video	3	0.333
1.2.4.2.9	Otro Mobiliario y Equipo Eduacional recreativo	5	0.2
1.2.4.3	Equipo e Instrumental Medico y de laboratorio		
1.2.4.3.1	Equipo Medico y de Laboratorio	5	0.2
1.2.4.3.2	Instrumental Medico y de Laboratorio	5	0.2
1.2.4.4	Equipo de Transporte		
1.2.4.4.1	Autmóviles y Equipo Terrestre	5	0.2
1.2.4.4.2	Carrocerias	5	0.2

Cuenta	Concepto	Años de vida útil	% de depreciación anual
1.2.4.4.3	Equipo Aeroespacial	5	0.2
1.2.4.4.4	Equipo Ferroviario	5	0.2
1.2.4.4.5	Embarcaciones	5	0.2
1.2.4.4.9	Otros Equipos de Transporte	5	0.2
1.2.4.5	Equipos de Defensas y Seguridad	*	*
1.2.4.6	Maquinaria, Otros Equipos y Herramientas	10	0.1
1.2.4.6.1	Maquinaria y Equipo Agropecuario	10	0.1
1.2.4.6.2	Maquinaria y Equipo Industrial	10	0.1
1.2.4.6.3	Maquinaria y Equipo de Construcción	10	0.1
1.2.4.6.4	Sistema de Aire Acondicionado, Calefacción y de Refrigeración Industrial y Comercial	10	0.1
1.2.4.6.5	Equipos de Comunicación y Telecomunicación	10	0.1
1.2.4.6.6	Equipos de Generación Eléctrica, Aparatos y Accesorios Eléctricos	10	0.1
1.2.4.6.7	Herramientas y Maquinarias-Herramienta	10	0.1
1.2.4.6.9	Otros Equipos	10	0.1
1.2.4.8	Activos Biológicos		
1.2.4.8.1	Bovinos	5	0.2
1.2.4.8.2	Porcinos	5	0.2
1.2.4.8.3	Aves	5	0.2
1.2.4.8.4	Ovinos y Caprinos	5	0.2
1.2.4.8.5	Peces y Agricultura	5	0.2
1.2.4.8.6	Equinos	5	0.2
1.2.4.8.7	Especies Morenos y de Zoológicos	5	0.2
1.2.4.8.8	Árboles y Plantas	5	0.2
		5	0.2

3.1.5.5.3 AMORTIZACIÓN

GOLD COFFEE AMORTIZACIÓN (10%)							
Nombre	n (Fecha)	Deuda	I (Interés)	Total a pagar	Saldo		12 meses= 4 trimestres
Socios	1 trimestre	\$ 23,000.00	\$ 2,300.00	\$ 25,300.00	\$ 25,300.00		
	2 trimestre	\$ 23,000.00	\$ 2,300.00	\$ 25,300.00	\$ 50,600.00		Deuda: \$ 92,000.00
	3 trimestre	\$ 23,000.00	\$ 2,300.00	\$ 25,300.00	\$ 75,900.00		Interés: \$ 9,200.00
	4 trimestre	\$ 23,000.00	\$ 2,300.00	\$ 25,300.00	\$ 101,200.00		Total a pagar: \$ 101,200.00
Totales	1 año	\$ 92,000.00	\$ 9,200.00	\$ 101,200.00	\$ 253,000.00		Saldo: \$ 101,200.00

GOLD COFFEE PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN			
Año	FNE* ó Utilidades Netas	FNE: Utilidades Netas+Depreciación+Amortización	Inversión Inicial
2019	\$ 28,415.84	\$ 48,433.58	\$ 64,977.69

El periodo de recuperación de la inversión determina el tiempo en que se espera recuperar la inversión.

El PRI de la cafetería Gold Coffee es de 1 año y 3 meses.

3.1.5.5.4 DETERMINACIÓN DE LA TMAR DE LA EMPRESA

La TMAR o Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento, es lo que el o los inversionistas aceptan ganar como mínimo.

La TMAR es la tasa de referencia para los inversionistas, y será de 15%.

3.1.5.5.5 DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO O PRODUCCIÓN MINIMA ECONÓMICA

El punto de equilibrio económico se realiza para obtener las ventas mínimas que se deberán realizar para cubrir los costos y los gastos fijos y variables, además de la utilidad que desean los inversionistas.

En punto de equilibrio económico múltiple se realiza para conocer el mínimo de ventas por platillo, que en este caso fueron de: hot cakes, café, y baguette.

PUNTO DE EQUILIBRIO		
HOT CAKES		
Concepto		
C.F.	Costos Fijos	\$ 62,405.56
C.V.	Costos Variables	\$ 21.73
P.V.	Precio de Venta	\$ 75.00
	Punto de Equilibrio	1171.580642
CAFÉ		
Concepto		
C.F.	Costos Fijos	\$ 62,405.56
C.V.	Costos Variables	\$ 14.85
P.V.	Precio de Venta	\$ 45.00
	Punto de Equilibrio	2069.685766
BAGUETTE		
Concepto		
C.F.	Costos Fijos	\$ 62,405.56
C.V.	Costos Variables	\$ 58.93
P.V.	Precio de Venta	\$ 89.00
	Punto de Equilibrio	2075.597777

COMPROBACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO			
HOT CAKES			
	Concepto		
+	Ventas (Punto de Equilibrio x Precio de Venta)	\$	87,868.55
-	Costo Variable (Punto de Equilibrio x Costo Unitario de Producción)	\$	25,462.99
=	Margen de Contribución	\$	62,405.56
-	Costo Fijo	\$	62,405.56
CAFÉ			
	Concepto		
+	Ventas (Punto de Equilibrio x Precio de venta)	\$	93,135.86
-	Costo Variable (Punto de Equilibrio x Costo Unitario de Producción)	\$	30,730.30
=	Margen de Contribución	\$	62,405.56
-	Costo Fijo	\$	62,405.56
BAGUETTE			
	Concepto		
+	Ventas (Punto de Equilibrio x Precio de venta)	\$	184,728.20
-	Costo Variable (Punto de Equilibrio x Costo Unitario de Producción)	\$	122,322.64
=	Margen de Contribución	\$	62,405.56
-	Costo Fijo	\$	62,405.56

DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO MÚLTIPLE					
	Concepto	Hot Cakes	Café	Baguette	Total
+	Precio de venta	\$ 75.00	\$ 45.00	\$ 89.00	
-	Costo variable	\$ 21.73	\$ 14.85	\$ 58.93	
=	Margen de contribución	\$ 53.27	\$ 30.15	\$ 30.07	

x	Proporción de ventas	30%	50%	20%	100%
=	Margen de contribución ponderado	15.97983804	15.0760961	6.013261693	37.06919583
/	Costo Fijo/Sumatoria Margen de contribución ponderado	1683.488449	1683.488449	1683.488449	
x	Ventas individual de cada platillo	505.0465348	841.7442246	336.6976898	1683.488449
=	Unidades a vender de cada platillo	416	694	278	

3.1.5.5.6 BALANCE GENERAL INICIAL

GOLD COFFEE								
BALANCE GENERAL EN FORMA DE CUENTA								
Concepto	2	3	4		Concepto	2	3	4
Activo Circulante					Pasivo Circulante			
Caja	\$ 5,977.69			-	Proveedores	\$ 6,000.00		
Bancos	\$ 59,000.00			-	Acreedores diversos	\$ 86,000.00		
Mercancías	\$ 6,440.50			-	Sueldos y salarios	\$ 21,000.00		
Total Activo Circulante		\$ 71,418.19		=	Total Pasivo Circulante		\$ 113,000.00	
Activo Fijo				=	Total Pasivo			\$ 113,000.00
Mobiliario y equipo	\$ 36,134.00				Capital Contable:			
Equipo de cómputo	\$ 9,963.01			A-P	Capital social			\$ 48,000.00
Maquinaria	\$ 41,527.30			=	Total pasivo más Capital contable			
Total Activo Fijo		\$ 87,624.31						

Activo Diferido								
Gastos de instalación	\$ 1,000.00							
Papelería y útiles	\$ 357.50							
Publicidad	\$ 600.00							
Total Activo Diferido		\$ 1,957.50						
Total Activo			\$ 161,000.00					\$ 161,000.00

3.1.5.5.7 DETERMINACION DEL ESTADO DE RESULTADOS

Refleja la rentabilidad de la empresa y su objetivo primordial es obtener la utilidad o pérdida que se genere mediante las transacciones realizadas por la misma.

GOLD COFEE				
ESTADO DE RESULTADOS				
Concepto	1	2	3	4
Ventas totales			\$ 173,642.00	
Costo de venta			-\$ 102,812.63	
Utilidad bruta				\$ 70,829.37
Gastos de operación:				
Gastos de venta				
Publicidad		\$ 600.00		
Sueldos y salarios de vendedores (cajero)		\$ 5,000.00		
Papelería y útiles		\$ 178.75		
Consumo de luz		\$ 1,250.00		
Agua		\$ 1,050.00		
Teléfono		\$ 250.00		
Artículos de limpieza		\$ 701.41		
Consumo de etiquetas, envolturas y empaques		\$ 10,675.00	\$ 19,705.16	
Gastos de administración				
Sueldos de personal de oficinas (gerente general)		\$ 7,100.00		
Papelería y útiles		\$ 178.75		
Consumo de luz		\$ 1,250.00		

Agua		\$	1,050.00		
Teléfono		\$	250.00		
Artículos de limpieza		\$	701.41	\$	10,530.16
Utilidad de operación					\$
					30,235.32
Utilidad antes del ISR y de la PTU					\$
					40,594.05
Menos: Impuesto Sobre la Renta (30%)				\$	12,178.22
Menos: Participación de los trabajadores en las Utilidades (10%)				\$	-
					\$
					12,178.22
Utilidad neta del ejercicio					\$
					28,415.84

3.1.5.6 EVALUACION ECONÓMICA

3.1.5.6.1 VALOR PRESENTE NETO (VPN)

GOLD COFFEE				
VALOR PRESENTE NETO O VALOR ACTUAL NETO				
Inversión Inicial	FNE	n	TREMA O TMAR*	VPN
\$ 64,977.69	\$ 28,415.84	5	15%	\$ 30,276.62

3.1.5.6.2 TASA DE RENDIMIENTO

La Tasa Interna de Rendimiento o TIR es la ganancia anual que tiene cada inversionista, se puede expresar como una tasa de rendimiento o de ganancia anual, y será del 15%.

3.1.5.6.3 RAZONES FINANCIERAS

RAZONES DE LIQUIDEZ, TASAS DE APALANCAMIENTO, TASA DE RENTABILIDAD

GOLD COFFEE	
RAZONES FINANCIERAS	
Razón de liquidez:	Total
a)Razón circulante	0.63201938
b)Tasa de la prueba del ácido	0.57502381
Tasas de apalancamiento:	
Tasa de deuda	0.57142857
Tasas de rentabilidad:	
Tasas de margen de beneficio	20.4725036
Tasa de actividad:	
Rotación de inventarios	0.21551122

3.2. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El presente “Proyecto de inversión de una cafetería vegetariana en el municipio de Coatzacoalcos, Veracruz”, concluye dando respuesta a la hipótesis de trabajo en la cual se sustentó la tesis propuesta.

Hi: Un adecuado proyecto de inversión de una cafetería vegetariana en el municipio de Coatzacoalcos, Veracruz, será rentable y reducirá el índice de obesidad en el municipio.

Sí, puesto que a la población de la cual se determinó la muestra, en su mayoría mostraron estar interesados en la propuesta de una cafetería vegetariana, y de acuerdo a estudios al ser un producto y servicio vegetariano con una demanda potencial insatisfecha, se demuestra que la población está interesada en cambiar sus hábitos de ingesta por una alimentación saludable; además que en las evaluaciones económicas se determinó que es rentable.

Se aplicó el instrumento (la encuesta) necesario para la recolección de datos y demostrar que existe una demanda potencial insatisfecha de comida vegetariana en la localidad.

Se analizó a la competencia existente en el municipio, y se logró demostrar que el proyecto de inversión de la cafetería vegetariana es económicamente rentable en la localización óptima determinada para el proyecto.

El café es un producto de consumo de masas, además de que los estudios realizados en las fases de la propuesta determinados en los estudios técnicos, administrativos, y jurídicos que, es posible realizar el proyecto por su viabilidad, ya que es factible y rentable.

Considerando la importancia que tiene este proyecto de inversión, y en función de los resultados obtenidos, se sugieren algunas recomendaciones para su implementación:

1. Construir un sitio web de la cafetería vegetariana.
2. Crear registro y acceso de colaboradores de la página.
3. Realizar trámites correspondientes.

ANEXOS

ANEXO A
ENCUESTA

El propósito de los siguientes cuestionamientos es obtener información de los gustos y preferencias de consumo de los habitantes del municipio de Coatzacoalcos, Veracruz.

Conteste las siguientes interrogantes con responsabilidad y honestidad de acuerdo a las experiencias y su propio criterio. A continuación, se presenta una serie de datos a responder:

1. Seleccione su edad

- a) 10 a 15 años
- b) 16 a 25 años
- c) 26 años

2. Seleccione su ocupación

- a) Estudiante
- b) Trabajador
- c) Ninguna de las anteriores
- d) Otro

3. ¿Le gusta el café?

- a) Si
- b) No

4. Si su respuesta fue afirmativa, ¿con qué frecuencia lo consume?

- a) Diariamente
- b) Tres veces por semana
- c) Casi nunca

5. ¿Qué tamaño de café consumes?

- a) Chico (300 ml)
- b) Mediano (400 ml)
- c) Grande (500 ml)

6. ¿Cómo prefiere su café?

- a) Frío
- b) Caliente
- c) Tibio

7. ¿Qué agrega a su café?

- a) Crema en polvo
- b) Leche entera
- c) Azúcar
- d) Ninguna de las anteriores
- e) Otro

8. ¿Con que postre acompaña su café o bebida?

- a) Galletas
- b) Pastel
- c) Hot cakes
- d) Sándwich
- e) Baguette

9. ¿En dónde prefiere tomar su café?

- a) En mi hogar
- b) En una cafetería
- c) Restaurante
- d) Todas las anteriores

10. ¿Prefiere pedir el café para llevar?

- a) Si
- b) No

11. ¿Le gustaría que en una cafetería hubiera servicio a domicilio?

- a) Si
- b) No

12. ¿Ha escuchado de una cafetería en donde vendan alimentos para vegetarianos?

- a) Si
- b) No

13. ¿Asistiría a una cafetería en la que venda comida vegetariana?

- a) Si
- b) No

BIBLIOGRAFÍA

- (Coords), J. M. (2017). *Millennials: la generación emprendedora*. Madrid, España: Ariel, S.A. Recuperado el 18 de Agosto de 2019, de http://educared.fundaciontelefonica.com.pe/wp-content/uploads/2018/04/Millennials_lageneracionemprendedora.pdf
- Abraham Hernández Hernández, A. H. (2000). *Problemario de matemáticas financieras*. Thompson editores S.A. de C.V.
- Armstrong, P. K. (2012). *Marketing*. México: PEARSON.
- CANIRAC. (s.f.). *Requisitos para operar un restaurante*. Recuperado el 23 de septiembre de 2019, de Requisitos para operar un restaurante: http://canirac.org.mx/images/canirac/files/requisitos_para_operar_un_restaurantey_normas_oficiales.pdf
- Casillas, L. B. (s.f.). *¿Vegano yo?* México: Diana.
- Chávez, H. B. (2012). *Coatzacoalcos. Economía local y problemática social*. Recuperado el 23 de Septiembre de 2019, de Coatzacoalcos. Economía local y problemática social: <https://www.uv.mx/ofp/files/2014/05/COATZACOALCOSEconomialocalyproblematicasocial.pdf>
- Coatzacoalcos, H. A. (2016). *Enciclopedia de los Municipios y Delegaciones de México. Estado de Veracruz*. Recuperado el 23 de Septiembre de 2019, de siglo.inafed: <http://siglo.inafed.gob.mx/enciclopedia/EMM30veracruz/municipios/30039a.html>
- DEBATE. (26 de Enero de 2018). Coatzacoalcos en el tercer lugar por obesidad en Veracruz. (J. P. Aguiar, Ed.) *Coatzacoalcos en el tercer lugar por obesidad en Veracruz*. Recuperado el 23 de Septiembre de 2019, de <https://www.debate.com.mx/mexico/Coatzacoalcos-en-el-tercer-lugar-por-obesidad-en-Veracruz--20180126-0098.html>
- diputados.gob.mx. (10 de Diciembre de 2004). *LEY SOBRE ELABORACIÓN Y VENTA DE CAFÉ TOSTADO*. Recuperado el 23 de Septiembre de 2019, de LEY SOBRE ELABORACIÓN Y VENTA DE CAFÉ TOSTADO: <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/215.pdf>
- diputados.gob.mx. (s.f.). *LEY FEDERAL DEL TRABAJO*. Recuperado el 23 de Septiembre de 2019, de LEY FEDERAL DEL TRABAJO: http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/125_020719.pdf
- Galindo, L. M. (1997). *Fundamentos de Administración* (2006 ed., Vol. Segunda Edición). México: Trillas.
- Garton, J. F. (2013). *Marketing to millennials*. Broadway, New York: AMACON.
- Gibson, J. (28 de Enero de 2016). *HARVARD HEALTH PUBLISHING, HARVARD MEDICAL SCHOOL*. Recuperado el 20 de Octubre de 2019, de Harvard to USDA: Check out the Healthy Eating Plate: <https://www.health.harvard.edu/blog/harvard-to-usda-check-out-the-healthy-eating-plate-201109143344>
- HEALTH, K. (2016). *YOU, A VEGAN?* Createspace Independent Publishing Platform.
- INADEM. (2018). *Directorio Emprendedor*. Ciudad de México: INSTITUTO NACIONAL DEL EMPRENDEDOR

- INADEM. (2018). *INADEM*. Recuperado el 23 de Septiembre de 2019, de NADEM: <https://rae.inadem.gob.mx/providers/list?category=10&coverage=30&search=>
- Jacques, E. (1951). *The Changing Culture of a Factory*. Londres: Tavistock.
- Koontz, H., Wehrich, H., & Cannice, M. (2012). *ADMINISTRACION UNA PERSPECTIVA GLOBAL Y EMPRESARIAL*. MEXICO: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES S.A. DE C.V.
- Loberg, D. D. (2014). *GRAIN BRAIN: THE SURPRISING TRUTH ABOUT WHEAT, CARBS, AND SUGAR- YOUR BRAIN'S SILENT KILLERS*. CIUDAD DE MÉXICO: PENGUIN RANDOM HOUSE GRUPO EDITORIAL, S.A. de C.V.
- LogoRapid. (2010). *El libro de logotipos, marcas e imagen corporativa de LogoRapid*. Barcelona, España: Matadracs S.L.
- Martínez, A. C. (1993). *Introducción al análisis de Proyectos de Inversión, Primera Edición*. México: Trillas.
- Mintzberg. (1984).
- nielsen. (29 de Septiembre de 2016). 8 DE CADA 10 MEXICANOS AFIRMA SEGUIR ALGÚN TIPO DE DIETA RESTRICTIVA. *8 DE CADA 10 MEXICANOS AFIRMA SEGUIR ALGÚN TIPO DE DIETA RESTRICTIVA*. Recuperado el 23 de Septiembre de 2019, de <https://www.nielsen.com/mx/es/insights/article/2016/8-de-cada-10-mexicanos-afirma-seguir-algun-tipo-de-dieta-restrictiva/>
- PAZ, J. D. (2015). *LA REVOLUCIÓN VEGANA* (VITAMINA VEGANA ed.). VITAMINA VEGANA.
- Ponce, A. R. (2007). *Administración Moderna*. (G. N. EDITORES, Ed.) México: LIMUSA.
- ROSALDO., I. V. (s.f.). *Bienvenida del Alcalde*. Recuperado el 23 de Septiembre de 2019, de [coatzacoalcos.gob.mx: https://www.coatzacoalcos.gob.mx/ayuntamiento/bienvenida-del-alcalde/](https://www.coatzacoalcos.gob.mx/ayuntamiento/bienvenida-del-alcalde/)
- salud.gob.mx. (s.f.). *REGLAMENTO de Control Sanitario de Productos y Servicios*. Recuperado el 23 de Septiembre de 2019, de REGLAMENTO de Control Sanitario de Productos y Servicios.: <http://www.salud.gob.mx/unidades/cdi/nom/compi/rcsps.html>
- Sampieri, R. H. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: Mc Graw Hill.
- Sapiro, I. C. (2002). *Administración en los nuevos tiempos*. Colombia: McGraw-Hill.
- Sapiro, I. C. (2002). *Administración en los tiempos modernos*. Colombia: McGraw-Hill.
- Sapiro, I. C. (2007). *Administración de Recursos Humanos: El capital humano de las organizaciones*. México: McGraw-Hill Interamericana.
- Sapiro, I. C. (2011). *Planeación estratégica: fundamentos y aplicaciones*. México: McGraw-Hill.
- Schein, E. H. (1992). *Organizational culture and leadership*. San Francisco: Jossey-Bass.
- SciELO. (2013). *Alimentación, salud y pobreza en áreas marginadas urbanas: caso Veracruz-Boca del Río, Veracruz, México*. Recuperado el 23 de Septiembre de 2019, de sciELO: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-

45572014000200001&fbclid=IwAR0C3Blc1IfBurwX3e8dRGWFDUDEhNgBJGRDZx6k3-hYxmUmpWZNgbZ47pE#g6

- SEFIPLAN. (2016). *CUADERNILLOS MUNICIPALES, 2016*. Recuperado el 23 de Septiembre de 2019, de CUADERNILLOS MUNICIPALES, 2016: <http://ceieg.veracruz.gob.mx/wp-content/uploads/sites/21/2016/05/Coatzacoalcos.pdf>
- SEFIPLAN. (2016). *CUADERNILLOS MUNICIPALES, 2016*. Recuperado el 23 de Septiembre de 2019, de CUADERNILLOS MUNICIPALES, 2016: <http://ceieg.veracruz.gob.mx/wp-content/uploads/sites/21/2016/05/Minatitl%C3%A1n.pdf>
- SEFIPLAN. (2016). *CUADERNILLOS MUNICIPALES, 2016*. Recuperado el 2019 de Septiembre de 2019, de CUADERNILLOS MUNICIPALES, 2016: <http://ceieg.veracruz.gob.mx/wp-content/uploads/sites/21/2016/05/Las-Choapas.pdf>
- Stoner, J. A. (1996). *Administración* (Vol. Sexta Edición). México: Prentice Hall Hispanoamericana, S.A.
- Urbina, G. B. (2006). *Evaluación de Poryectos*. Mc Graw-Hill interamericano editores, S.A. de C.V.
- Veracruz, S. d. (2016). *Sistema de información municipal*. Recuperado el 23 de Septiembre de 2019, de ceieg.veracruz.gob.mx: <http://ceieg.veracruz.gob.mx/wp-content/uploads/sites/21/2016/05/Coatzacoalcos.pdf>
- Vinacua, V. (1989). *Técnicas de investigación social: recogida de datos*. PPU - PROMOCIONES Y PUBLICACIONES UNIVERSITARIAS.