

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE ECONOMÍA

PROYECTO DE INVERSIÓN, INSTALACIÓN DE UNA CAFETERÍA,

AIORO'S COFFEE

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE

LICENCIADO EN ECONOMIA

P R E S E N T A :

ANDOAGA GALINDO GABRIEL PENNIEL

ASESOR: LIC. ALEJANDRO GUERRERO FLORES

CIUDAD UNIVERSITARIA, MÉXICO D.F.,

DICIEMBRE 2010



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Aioro's Coffee



Aioro's coffee



INDICE

<i>INTRODUCCION</i>	5
<i>CAPITULO I</i>	8
<i>1.0 RESUMEN EJECUTIVO</i>	9
<i>1.1 OBJETIVOS</i>	10
<i>1.2 MISION</i>	10
<i>1.3 LLAVES DEL ÉXITO</i>	11
<i>CAPITULO II</i>	12
<i>2.0 RESUMEN DE LA EMPRESA</i>	13
<i>2.1 FORMA DE PROPIEDAD DE LA EMPRESA</i>	14
<i>2.2 HISTORIA DE LA EMPRESA</i>	15
<i>2.3 LOCALIDADES Y FACILIDADES DE LA EMPRESA</i>	15
<i>CAPITULO III</i>	16
<i>3.0 SERVICIOS</i>	17
<i>3.1 DESCRIPCION DEL SERVICIO</i>	18
<i>3.2 COMPARACION COMPETITIVA</i>	19
<i>3.3 LITERATURA COMERCIAL</i>	20
<i>3.4 SATISFACCION DE NECESIDADES</i>	20
<i>3.5 TECNOLOGIA</i>	21
<i>3.6 SERVICIOS FUTUROS</i>	21
<i>CAPITULO IV</i>	22
<i>4.0 RESUMEN DEL ANALISIS DE MERCADO</i>	23
<i>4.1 SEGMENTACION DEL MERCADO</i>	24
<i>4.2 ESTRATEGIAS DE SEGMENTACION DEL MERCADO</i>	25
<i>4.2.1 NECESIDADES DE MERCADO</i>	25
<i>4.2.2 TENDENCIAS DE MERCADO</i>	25
<i>4.2.3 CRECIMIENTO DEL MERCADO</i>	26
<i>4.3 ANALISIS DE SERVICIOS EMPRESARIALES</i>	26
<i>4.3.1 PARTICIPANTES DE LA EMPRESA</i>	26
<i>4.3.2 DISTRIBUCION DE SERVICIOS</i>	27
<i>4.3.3 PATRONES DE COMPRA Y COMPETENCIA</i>	29
<i>4.3.4 COMPETIDORES PRINCIPALES</i>	30
<i>4.4 DEMANDA INSATISFECHA</i>	32
<i>CAPITULO V</i>	33
<i>5.0 RESUMEN DE IMPLEMENTACION Y ESTRATEGIAS</i>	34
<i>5.1 PIRAMIDES ESTRATEGICAS</i>	34

5.2 PROPOSICIÓN DE VALORES.....	35
5.3 VENTAJA COMPETITIVA.....	35
5.4 ESTRATEGIA COMPETITIVA.....	36
5.5 ESTRATEGIA DE VENTAS.....	38
5.6 PROYECCION DE VENTAS.....	38
5.6.1 PROGRAMA DE VENTAS.....	40
5.7 ALIANZAS ESTRATEGICAS.....	41
5.8 RELEVANCIAS.....	41
CAPITULO VI.....	43
6.0 RESUMEN ADMINISTRATIVO.....	44
6.1 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	44
6.2 EQUIPO ADMINISTRATIVO.....	49
6.3 DEBILIDADES DEL EQUIPO ADMINISTRATIVO.....	50
6.4 PLAN PERSONAL.....	50
CAPITULO VII.....	52
7.0 PLAN FINANCIERO.....	53
7.1 SUPOSICIONES IMPORTANTES.....	55
7.2 RECURSOS HUMANOS.....	55
7.3 INDICADORES FINANCIEROS CLAVE.....	61
CAPITULO VIII.....	62
8.0 INVERSIONES.....	63
8.1 INVERSION TOTAL FIJA.....	65
8.2 MAQUINARIA Y EQUIPO.....	65
8.3 MOBILIARIO Y EQUIPO DE OFICINA.....	66
8.4 INVERSION FIJA TOTAL.....	68
8.5 INVERSION DIFERIDA.....	68
8.6 CAPITAL DE TRABAJO.....	69
8.7 CAPITAL SOCIAL.....	69
8.8 PRESUPUESTO DE INGRESOS.....	70
8.9 MATERIAS PRIMAS.....	71
8.10 MANO DE OBRA.....	71
8.11 ENERGÉTICOS, MANTENIMIENTO Y SERVICIOS.....	73
8.12 COSTOS ANUALES.....	73
8.13 CUADRO DE EGRESOS.....	74
8.14 DEPRECIACION.....	74
8.15 AMORTIZACIÓN.....	75
8.16 GASTOS DE OPERACIÓN ANUAL.....	75
8.17 CALENDARIO DE INVERSIONES.....	76
8.18 PUNTO DE EQUILIBRIO.....	77
CAPITULO IX.....	79
EVALUACION FINANCIERA DEL PROYECTO.....	80

<i>9.0 EVALUACION FINANCIERA DEL PROYECTO.....</i>	80
<i>9.1 ESTADO DE FUENTES Y USOS DE EFECTIVO.....</i>	81
<i>9.2 VALOR PRESENTE NETO.....</i>	84
<i>9.3 RELACION BENEFICIO COSTO.....</i>	86
<i>9.4 TASA INTERNA DE RETORNO.....</i>	86
<i>9.5 PERIODO DE RECUPERACION DE LA INVERSION.....</i>	89
<i>9.6 ANALISIS DE SENSIBILIDAD.....</i>	91
<i>9.7 VALOR PRESENTE NETO. ANALISIS DE SENSIBILIDAD 1.....</i>	94
<i>9.8 TASA INTERNA DE RETORNO. ANALISIS DE SENSIBILIDAD 1.....</i>	95
<i>9.9 ANALISIS DE SENSIBILIDAD 2.....</i>	97
<i>9.10 VALOR PRESENTE NETO. ANALISIS DE SENSIBILIDAD 2.....</i>	100
<i>9.11 TASA INTERNA DE RETORNO. ANALISIS DE SENSIBILIDAD 2.....</i>	101
<i>9.12 PERIODO DE RECUPERACION DE LA INVERSION. ANALISIS DE SENSIBILIDAD 2.....</i>	102
<i>CAPITULO X.....</i>	103
<i>10.0 BALANCE GENERAL PROYECTADO.....</i>	104
<i>10.1 RADIO DE NEGOCIOS.....</i>	104
<i>CONCLUSIONES.....</i>	105
<i>BIBLIOGRAFIA.....</i>	107
<i>ANEXO.....</i>	110
<i>MAPA DE INSTALACIÓN.....</i>	114
<i>PLANO DE UBICACIÓN DEL LOCAL.....</i>	115

INTRODUCCION.

Este trabajo tiene como propósito la realización de un estudio de prefactibilidad para la creación de una cafetería ubicada en la zona de la delegación Cuauhtémoc, en la colonia Hipódromo Condesa, en Avenida Tamaulipas No. 236. El motivo principal en la creación de este negocio es la ubicación, y la facilidad de aprovechar un local familiar situado en esta colonia, además de los servicios que ofrece esta delegación.

El objetivo es conocer si es factible la instalación de una cafetería en la colonia Hipódromo Condesa, saber si es posible obtener utilidades al invertir en este negocio, demostrando que los clientes potenciales siempre en algún momento del día gustan de tomar café, saborearlo, degustarlo junto con alguna comida o postre.

Respecto al café, en México se cuenta con granos de la más alta calidad. El café de altura, cultivado por arriba de los 900 metros sobre el nivel del mar, es de los más cotizados. Muchos factores determinan la calidad de un buen café, como son las características del grano, la altura, humedad, suelo, vegetación, sombra; un estricto control en las labores culturales y la cosecha; el control en el proceso de industrialización (beneficio húmedo y seco), el tueste y molido adecuados y por último la preparación en taza.

Hay una gran diversidad de especies de café, las más conocidas para nosotros por ser las que encontramos en nuestro continente son la *coffea arabica* (café arábica) y la *coffea canephora* (café robusta).

En México se produce, hasta ahora, un 96% de café arábica y un 4% de café robusta. El café arábica, tiene mayor valor en los mercados nacional e internacional. Produce una bebida suave, con gran aroma y acidez y un cuerpo mediano, agradable bouquet y exquisito sabor. Cada una de sus variedades confiere a la taza características diferentes. Algunas de las variedades de esta especie son: *typica*, *bourbon* y *mundo novo*. Por lo que por tradición en nuestro país, la gente buscará una bebida caliente para saborear.

La estructura del trabajo inicia con una introducción de las variedades de café a

ofrecer, objetivos y la misión. Un resumen de la empresa, su historia y su localización, por lo que se trata de un proyecto ya tradicional de cafetería.

En el capítulo tres se analizan la variedad de servicios que ofrece el negocio, entre postres, refrescos y variedades de café.

En el capítulo cuatro un análisis de mercado, las necesidades, las tendencias, y la participación de los socios en la empresa, y de la distribución de los servicios del negocio.

En el capítulo cinco, un resumen de estrategias de venta, de ventajas competitivas, proyecciones de ventas en base a experiencias pasadas, así como un programa de ventas. En el capítulo seis, un resumen de la estructura organizacional y administrativa de la empresa.

En el capítulo siete se presenta un plan financiero y organizativo de recursos humanos, tanto como un plan de contratación de personal para la empresa, con incentivos diversos para generar un buen ambiente de trabajo. En el capítulo ocho se presenta los conceptos básicos para la instalación del proyecto, como lo es las inversiones, inversiones fijas, en maquinaria y equipo, la inversión diferida, el capital social, las materias primas, los energéticos y el mantenimiento del equipo de trabajo, así como el presupuesto de ingresos y egresos; los costos anuales, la depreciación y la amortización del proyecto.

En el capítulo nueve, se realiza el análisis financiero del proyecto, como lo es el cálculo de los estados de resultado y de los estados de fuentes y usos de efectivo, el cálculo de la TIR (Tasa Interna de Retorno), los estudios de la relación beneficio costo y del periodo de recuperación de la inversión, para demostrar que el proyecto es viable.

En el capítulo diez, dos análisis de sensibilidad, el incremento en los costos y el descenso en las ventas (ambos del 7%), recalculando la TIR, la relación beneficio costo y el periodo de recuperación de la inversión. Terminando con el capítulo once acerca de la ubicación del negocio.

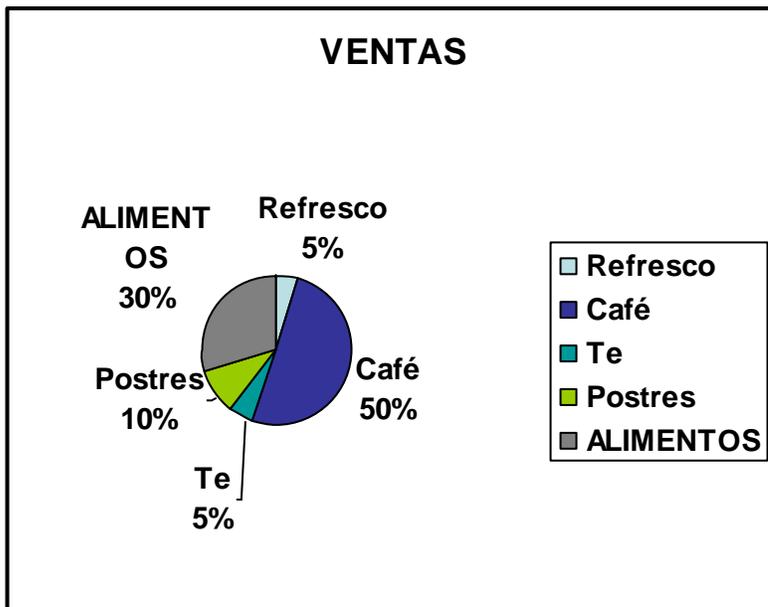
CAPITULO I

1.0 RESUMEN EJECUTIVO.

Está dedicado a la compra venta de alimentos. Se dirige a un mercado totalmente de jóvenes, con el nivel socioeconómico medio. Aioro's Coffee está ubicado en la Av.Tamaulipas #236 col. Hipódromo de la Condesa. Se escoge esta zona porque es muy concurrida, además de ser muy segura para los clientes y para la propia empresa. La estrategia es brindar el mejor café (Americano, capuchino, vienes, latte, etc.).

Es una variedad de pastelería para acompañarlo con malteadas, refrescos, helados, snack entre otros mas. El propósito es brindar un servicio rápido, eficiente de calidad y agradable.

GRAFICO 1.1



FUENTE: Elaboración propia.

1.1 OBJETIVOS.

- 1) Se desea satisfacer las necesidades de nuestros clientes, ofreciendo un buen servicio.
- 2) Crear fuentes de empleo para la sociedad mexicana.
- 3) Recuperar la inversión aproximadamente en 4 años.
- 4) Llegar a tener un reconocido prestigio, dentro de la sociedad mexicana.
- 5) Obtener ventas que rebasen los 2.5 millones de pesos para el 2010 y 3 millones para el 2011.
- 6) Utilidades netas sobre el 15% de nuestras ventas.
- 7) Ser competitivos dentro del mercado.
- 8) Nuestras ventas de corto plazo 25% lo que seria el 1.5 de la inversión.
- 9) Llegar a crear una franquicia reconocida nacional e internacional
- 10) Nuestras ventas de largo plazo 79% lo que seria el 5% de la inversión.

1.2 MISION

Brindar un momento relajante y agradable disfrutando de una taza de café, a mujeres y a hombres de un nivel socioeconómico medio, que nos permita la expansión y reconocimiento del público, anteponiendo nuestros valores de respeto y honestidad ante cualquier circunstancia siendo nuestro cliente lo más importante.

Ser una empresa líder de servicios, que mediante el uso de la calidad de nuestros procesos y los sistemas tecnológicos de vanguardia, promuevan una cultura de competitividad que fortalezca la creación y distribución de valor en nuestro entorno.

- Es dejar que el cliente nos deje cada una de sus necesidades para el logro de estas
- Llegar hacer que el público nos vea como empresa líder
- Obtener una mejor utilidad de dentro del mercado
- Crear una promoción para todos nuestros clientes

1.3 LLAVES DEL ÉXITO.

Las llaves de éxito de nuestro café son:

- Contaremos con una gran variedad de productos que satisfagan las necesidades de todos nuestros clientes.
- El horario y calidad es flexible de acuerdo a sus necesidades.
- La estrategia de la zona en que hemos encontramos.
- Nuestra disciplina.
- El compromiso de cada día para mantenerla.
- Nuestra pasión por el servicio.
- Nuestra vida diaria se rige por un código de conducta de negocios que nos lleva a sistemas de valor que nos promueve.
- Desarrollo a nuestros procesos tecnológicos (Internet).
- Satisfacción del cliente en la compra de nuestro servicio.
- Desarrollo para crecer en el mercado.
- La disposición de ayuda a nuestros clientes.

CAPITULO II

2.0 RESUMEN DE LA EMPRESA.

Aiuro's Coffee ofrece el servicio de compra venta de alimentos, enfocados principalmente a la variedad del café. Los clientes principales son jóvenes estudiantes y público en general entre 15 y 35 años, de clase media, los cuales demandan tener un lugar de esparcimiento sano, en el cual puedan convivir y a la vez cubra sus necesidades alimenticias.

**CUADRO 2.1
PRECIOS VARIOS DE LOS SERVICIOS A OFRECER.**

	POSTRES	BEBIDAS	INTERNET	CAFE
1	Pastel	Refresco	10 a 15 min.	Express
2	Malteada	Coca	\$6.00	Americano
3	Cheese cake	Pepsi	1 a 30 min.	Capuchino
4	Flan	Mirinda	\$10.00	Capuchino ario
5	Flan napolitano	Fanta	1 a 60 min.	Italiano
6	Chongos	Manzanita	\$15.00	Camelado
7	Helado de agua	Squirt	1 hora 1/30	Moka
8	Helado de crema	Fresca	\$22.00	Frappe
9	Helado de yogurt	Sidral	1 a 5 horas	Nescafe
10	Banana split	Mundet	\$50.00 +café	
11	Papas fritas	Jumex	Reservación de una semana 5 Horas cada día \$200.00	
12	Nachos sencillos	Chaparrita		
13	Nachos con chorizo	Frutsi		
14	Crepas dulce	Pau-pau		
15	Hot-cakes	Limonadas	Café o	
16	Palomitas	Cerveza	Refresco	
17	Papas a la francesa	Modelo	Y postre	
18	Takis preparados	Negra modelo	Incluye impresión	
19	conchitas	Indio		
20	Crepas saladas	Victoria		

FUENTE: Elaboración propia.

2.1 FORMA DE PROPIEDAD DE LA EMPRESA

Es una empresa con una sociedad anónima que tiene un capital variable puesto que se encuentran tres socios dentro de este negocio el cual la inversión será equitativamente para el logro de este. La inversión que se ha dado es de 3, 000, 000 pesos para el inicio de este negocio.

Giro: Servicios (Alimentos) S.A. C.V.

Responsables de la empresa:

- Andoaga Galindo Gabriel Penniel
- Andoaga Galindo Solanyell
- González Pérez Karina Michelle

Este negocio tiene como integrantes a 3 socios:

Socio A: Gabriel P. Andoaga Galindo = la inversión es de 35% esto es de \$ 1, 050, 000

Socio B: Andoaga Galindo Solanyell = la inversión es de un 35% y es de \$ 1, 050, 000

Socio C: Karina Michelle González Pérez = la inversión es de un 30%, su inversión es \$ 900, 000 pesos.

De acuerdo a la Ley de sociedades Mercantiles, como sociedad en nombre colectivo, sociedad en comandita simple, sociedad de responsabilidad limitada, sociedad anónima, sociedad en comandita por acciones y sociedad cooperativa, respecto al proyecto se trata de una sociedad anónima, que es una sociedad constituida por capital variable y debe cumplir con lo siguiente: Los nombres de los socios, nacionalidad y domicilio de las personas físicas o morales que constituyan la sociedad.

Deben definir el objeto de la sociedad, su razón social o denominación, la duración y el importe del capital social. La expresión de lo que cada socio aporte en dinero o en otros bienes; el valor atribuido a estos, y el criterio seguido para su valoración. Con el capital variable, así se expresará el mínimo que se fije, incluyendo el domicilio de la sociedad, la manera conforme la cual haya de administrarse la sociedad y las facultades de los administrativos, el nombramiento de la administradores y la designación de los que han de llevar la firma social.

2.2 HISTORIA DE LA EMPRESA.

Los costos de apertura aproximadamente de \$100,000 donde esta incluida la compra de materia prima, los muebles, los gastos relacionados, que es lo que permiten la realización de los trámites necesarios para la apertura de un negocio de este tipo, más su financiamiento.

2.3 LOCALIDADES Y FACILIDADES DE LA EMPRESA.

Aioro's Coffee S.A. de C.V.

Se encuentra localizado en la Av. Tamaulipas #236 local C col. Hipódromo de la Condesa esto permite su fácil acceso. Además cuenta con las instalaciones de luz, agua y gas. El local cuenta con 150 m², debido a las dimensiones, se puede tener una movilidad excelente, tanto para clientes como para el personal.

CAPITULO III

3.0 SERVICIOS.

Aioro's Coffee, brinda el servicio de venta de café, además de otros alimentos para su complementación.

Para evitar intermediarios y reducir nuestros costos, los insumos se comparan directamente con los proveedores de cada producto, sin embargo no todos se podrán comparar entre si, por lo tanto el resto serán en la central de abastos.

CUADRO 3.1
MENU DE SERVICIOS QUE OFRECE LA CAFETERIA.

MENU

	POSTRES	BEBIDAS	CAFE
1	Pastel	Refresco	Express
2	Malteada	Coca	Americano
3	Cheese cake	Pepsi	Capuchino
4	Flan	Mirinda	Capuchino frío
5	Flan napolitano	Fanta	Italiano
6	Chongos	Manzanita	Camelado
7	Helado de agua	Squirt	Moka
8	Helado de crema	Fresca	Frappe
9	Helado de yogurt	Sidral	Nescafe
10	Banana split	Mundet	
11	Papas fritas	Jumex	
12	Nachos sencillos	Chaparrita	
13	Nachos con chorizo	Frutsi	
14	Crepas dulce	Pau-pau	
15	Hot-cakes	Limonadas	
16	Palomitas	Cerveza	
17	Papas a la francesa	Modelo	
18	Takis preparados	Negra modelo	
19	conchitas	Indio	
20	Crepas saladas	Victoria	

FUENTE: Elaboración propia.

3.1 DESCRIPCION DEL SERVICIO.

Brindar el servicio de venta de café, de todo tipo americano, capuchino, express, vienes, latte, etc. Además de pastelería para acompañarlo y una gran variedad de malteadas, refrescos, helados y snack.

CUADRO 3.2
CAFÉ Y OTROS SERVICIOS QUE SE OFRECEN

PARTIDA	PRODUCTO	PRECIO (\$)
1	Café americano taza	10.00
2	Café Express	15.00
3	Capuchino caliente	17.00
4	Capuchino frió	18.00
5	Capuchino de sabores	20.00
6	Café vienes	19.00
7	Chocolate	15.00
8	Chocolate caliente	16.00
9	Café latte	19.00
10	Té	8.00
11	Malteadas	15.00
12	Frappe	20.00
13	Refrescos	7.00
14	Aguas embotelladas	7.00
15	Cerveza obscura/clara	15.00
16	Esquimos	12.50

FUENTE: Elaboración propia.

3.2 COMPARACION COMPETITIVA.

Nuestros productos y servicios cuentan con una excelente calidad, sin embargo este punto la mayoría de los negocios lo tienen, entonces la forma de diferenciarnos de las grandes cadenas, es mediante el trato que tenemos con los clientes; siendo un trato amable y de confianza, además de contar con paquetes y utensilios como vasos, platos, servilletas y bolsas con el slogan del negocio con un gran atractivo visual.

Nuestra comparación competitiva:

CUADRO 3.3

EMPRESA	GIRO	COMPARACIÓN	COMPETITIVIDAD
<i>Aioro's Coffee</i>	<i>Cafetería dirigida para jóvenes</i>	<i>Maneja el mismo giro que es el servicio. A través de un servicio de ambiente agradable ya que este es solicitado en el mercado y en las necesidades que nos rodean para quien va dirigido</i>	<i>Seria los establecimientos que ya son reconocidos estos son starbuks, café&caffé, Gino'f, La mediterranea etc.</i>
<i>Starbuks</i>	<i>Cafetería va dirigida a jóvenes</i>	<i>Esta ya conocida por el publico, pero que su competitividad se puede superar con el tiempo ya que en ocasiones solo llegas a pedir tu café y te vas</i>	<i>Que tiene un poco mas de comercialización y de esta manera podemos observar que eso es una gran desventaja por que cuando piensan en algún café ya lo traen en la mente por que es bueno su servicio y les agrada lo que les ofrece.</i>

FUENTE: Elaboración propia.

3.3 LITERATURA COMERCIAL.

La forma en la que nos daremos a conocer, será por medio de volantes que indican nuestra dirección, el tipo de servicio que ofrecemos y la forma en que nos diferenciamos de los demás, es decir que les ofrecemos de nuevo que las demás no tengan ya que va dirigida entre 15 a 35 años de edad.

3.4 SATISFACCION DE NECESIDADES.

¿POR QUÉ ESTE NEGOCIO?

Nosotras quisimos algo que sea rentable y útil, por lo cual nos buscamos en nuestro alrededor las necesidades de la sociedad en general y de nosotras, pensando en la satisfacción misma de nuestro punto de vista, como el de las personas de nuestro entorno.

De esta manera, buscamos ser una empresa con diferentes modalidades, teniendo lo mejor, dando lo mejor, y mostrando siempre nuestro trabajo y ganas de salir adelante para poder alcanzar así nuestros objetivos preparándonos para la competitividad que hay, a través de este negocio y sacando lo mejor de nosotros.

La materia prima, que necesitamos para la elaboración de nuestros productos, son principalmente la comida, por lo tanto decidimos que para reducir costos y tiempo, los insumos los compraremos directamente con los proveedores. Sin embargo no todos se podrán comparar entre si, por lo tanto el resto serán en la central de abastos o en el Costco y sam's.club

3.5 TECNOLOGIA.

Nosotras manejamos la tecnología, y en todo momento nuestra principal herramienta son las máquinas de café que están actualizadas ya que son verdaderamente vanguardistas, de esta manera la tecnología la encontramos en el teléfono, caja registradoras ya que nos crea una contabilidad más confiable, etc.

La tecnología con la que contamos, es buena y nos permite cubrir con la demanda que tenemos, quizás puede ser un poco menos efectiva que las grandes cadenas, sin embargo podemos competir con estas cumpliendo nuestros objetivos y siendo objetivo para encaminar el negocio al éxito y la competitividad. Aunque en realidad para este tipo de negocios no se requiere de gran tecnología para poder crear nuestro bien ya que se está iniciando el negocio pero sí innovando con el servicio al que brindamos.

3.6 SERVICIOS FUTUROS.

Dependiendo de cómo resulte el negocio, este planea que en un futuro existan promociones como: 2x1 o en la compra de un café que se le regale algún otro postre que incluya nuestro menú, claro con las cláusulas restringidas. Además de la adquisición de los permisos para contar con un servicio de domicilio, sin cargo extra.

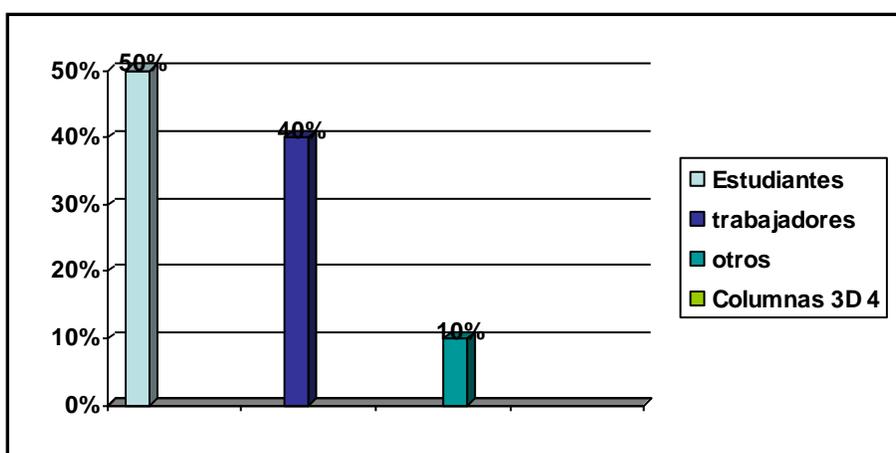
CAPITULO IV

4.0 RESUMEN DEL ANALISIS DE MERCADO.

Mercado:

Principalmente vamos dirigidos a hombres y mujeres de entre 15 y 35 años de clase económica media, estudiantes trabajadores. Adquieran el producto y el servicio ya que este cumpla sus expectativas necesidades y deseos.

GRAFICA 4.1
MERCADO POTENCIAL DE CONSUMIDORES.



FUENTE: Elaboración propia.

CUADRO 4.1
RESULTADOS DEL MUESTREO

Mercado	Consulta
Estudiantes	50%
Trabajadores	40%
otros	10%

FUENTE: Elaboración propia en base al muestreo de la población en la zona de interés.

CUADRO 4.2
POBLACION POR DELEGACION EN EL DISTRITO
FEDERAL.

	Población 2005	Superficie (Km2)	Densidad
<i>Distrito Federal</i>		1,479.00	
<i>Álvaro Obregón</i>	706,567	96.17	7,347
<i>Azcapotzalco</i>	425,298	33.66	12,635
<i>Benito Juárez</i>	355,017	26.63	13,331
<i>Coyoacán</i>	628,063	54.4	11,545
<i>Cuajimalpa</i>	173,625	74.58	2,328
Cuauhtemoc	521,348	32.4	16,091
<i>Gustavo A. Madero</i>	1,193,161	94.07	12,684
<i>Iztacalco</i>	395,025	23.3	16,954
<i>Iztapalapa</i>	1,820,888	117	15,563
<i>Magdalena Contreras</i>	228,927	74.58	3,070
<i>Miguel Hidalgo</i>	353,895	46.99	7,531
<i>Milpa Alta</i>	115,895	228.41	507
<i>Tláhuac</i>	344,106	85.34	4,032
<i>Tlalpan</i>	607,545	340.07	1,787
<i>Venustiano Carranza</i>	447,459	34	13,161
<i>Xochimilco</i>	404,458	118	3,428

Fuente: INEGI. Censo de población por delegación. Censo de Población por delegación.

La delegación a la que pertenece, la Cuauhtémoc, es una de las más pobladas en términos de densidad como la delegación Iztapalapa, Iztacalco y Venustiano Carranza.

4.1 SEGMENTACION DEL MERCADO.

Para nosotros elegir y enfocarnos a este mercado es debido a que los jóvenes es un gran campo de clientes que buscan lugares de esparcimiento sano donde pueden convivir libremente. Además de que este mercado nunca se extinguirá se encuentra en circunstancia de crecimiento y con amplio camino para el mismo enfocado al éxito para ser competente ante los demás. El negocio tiene una misión amplia ya que se busca satisfacer las necesidades del cliente buscando nuevas expectativas para que este llegue a su crecimiento económico y se pueda recuperar la inversión

4.2 ESTRATEGIAS DE SEGMENTACION DEL MERCADO.

Debido a que nuestro mercado objetivo es brindar el servicio de café, con las necesidades que queremos cubrir sea un excelente servicio de nuestros clientes de satisfacción propia; y a su vez con el entrenamiento mismo para nuestro personal Un punto clave de nuestras estrategias para nuestros servicios.

4.2.1 NECESIDADES DE MERCADO.

Con la reducción de costos de las cadenas quizás nuestros segmentos del mercado este tentado a cambiarnos, sin embargo se planearan estrategias de oferta, promociones para mantenerlas con estos incrementar nuestra clientela en un 10% en los dos meses siguientes de la apertura de Aioro's Coffee.

4.2.2 TENDENCIAS DE MERCADO.

Una de las tendencias más importantes del mercado es que son jóvenes y están en constante evolución también para cubrir la demanda y esto nos da que al ser jóvenes nos da la facilidad de crear fácilmente las estrategias de este negocio. Aunque ya existen cadenas grandes que ofrecen precios un poco más baratos, estamos seguros que podremos competir con estas.

4.2.3 CRECIMIENTO DEL MERCADO.

Nosotros formamos parte del negocio de cafetería, que incluye diversos tipos de empresas:

- 1) Cadenas grandes de negocios que ya cuentan con un mercado, una posición principalmente enfocados a satisfacer las necesidades del cliente por medio de la elaboración de paquetes con la cual cubra todos los que necesita el consumidor, de una manera rápida y eficaz. Debido a que su segmento son personas oficinistas en están Donkin Donuts, café &café, entre otras.
- 2) Otros tipos de negocios son los Express que se encuentran ubicados dentro de las grandes corporativas, escuelas y centros comerciales etc. Para que el momento en que las personas requieran un café lo obtengan sin tener que dejar su lugar aunque solo brindan el servicio de café no ofrece más que un gran servicio y calidad.

4.3 ANALISIS DE SERVICIOS EMPRESARIALES.

Las ordenes nacionales e internacionales que existen en este tipo de negocios, están en crecimiento debido al gran índice de demanda con el cual cuenta. Además de que tiene una publicidad buena posición y una tendencia de acaparar todo el mercado.

4.3.1 PARTICIPANTES DE LA EMPRESA.

En este caso las ventas son directas al público, estas asisten a los establecimientos para poder adquirir lo que demanden. Sin embargo existen algunos que tienen servicio a domicilio, por lo tanto esta en nuestras metas para tener servicio pronto.

Aunque también existe el caso como Machina Coffee que estas se encuentran muy cerca del consumidor para la hora de que este lo requiera lo que pueda conseguir muy pronto y de la manera más fácil.

4.3.2 DISTRIBUCION DE SERVICIOS.

Los compradores se dejan llevar por el tipo de servicio que brindan además del reconocimiento e los establecimientos, por lo tanto tenemos que estar a la altura de este tipo e competencia.

La competencia: Aioro's Coffee S.A. de C.V.

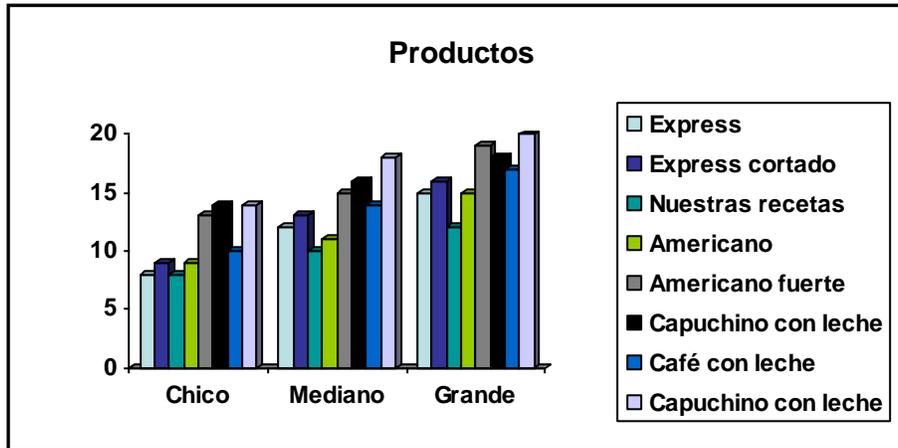
Sus precios varían desde los \$10 hasta \$ 80 por unidad.

CUADRO 4.3
CONSUMO DE CAFÉ. DEMANDA ESTIMADA.

PARTIDA	PRODUCTO	CHICO	MEDIANO	GRANDE
1	Express	8	12	15
2	Express cortado	9	13	16
3	Nuestras recetas	8	10	12
4	Americano	9	11	15
5	Americano fuerte	13	15	19
6	Capuchino con leche	14	16	18
7	Café con leche	10	14	17
8	Capuchino con leche	14	18	20
9	Capuchino Light	16	19	22
10	Capuchino con miel	13	17	20
11	Capuchino con Moka	14	19	22
12	Capuchino Acaramelado	13	17	21
13	Capuchino cajeta	13	16	22
14	Capuchino finca	14	19	23
15	Café vienes	13	16	19
16	Capuchino frío	12	16	21
17	Con chantilly	13	17	22
18	Chocolate	10	13	15
19	Te caliente	8	12	15
20	Te frío	9	13	16

FUENTE: Elaboración propia.

GRAFICO 4.2



FUENTE: Elaboración propia.

4.3.3 PATRONES DE COMPRA Y COMPETENCIA.

Las principales amenazas por nuestro negocio es “Finca Santa Veracruz”, que sus principales características son las siguientes.

La forma en como brinda su servicio esta acompañada por el FODA.

CUADRO 4.4

Patrones de compra de los consumidores.

FUERZAS	OPORTUNIDADES	DEBILIDADES	AMENAZAS
Tener ya un mercado fijo y garantizado	Es conocida y con popularidad	La disponibilidad del tiempo	Otra empresa.

FUENTE: Elaboración propia.

Por otro lado, Machina Coffee, ya antes mencionado, el tipo de servicio y de la empresa, y de la forma de ponerse en contacto con sus clientes es directa, por medio

de maquinas dan un servicio rápido, sin embargo puede suceder que tengan un problema y no habrá quien ayude al consumidor.

CUADRO 4.5
MERCADO DE CONSUMIDORES

FUERZAS	OPORTUNIDADES	DEBILIDADES	AMENAZAS
Reconocimiento dentro del mercado	Abarca una gran parte del mercado y no hay un gran rendimiento de trabajo	No ofrece otros productos	Santa Veracruz

FUENTE: Elaboración propia.

4.3.4 COMPETIDORES PRINCIPALES.

CUADRO 4.6
Precios generales de los servicios a ofrecer.

PRODUCTO	PRECIO	PLANTA	PROMOCION
Servicio agradable y constante en la clientela para nuestros productos.	Es de \$10 hasta \$22 pesos. Es un precio considerable para la clase social que estamos manejando.	Esta ubicada en la Av. Tamaulipas #236 col. Hipódromo de la Condesa. Es una zona muy segura y concurrida, además hay mucha competencia.	Existen variedad de promociones según la demanda, la principal 2X1.
CALIDAD	DISEÑO	VENTAJA	DESVENTAJA
En el servicio y el precio	Creado por nosotros mismos	Que es algo nuevo e innovador	No es muy comercial.

FUENTE: Elaboración propia.

CUADRO 4.7**Estimación de la demanda futura.**

Año	Habitantes Mayores de 18 años	Tasa %
1995	4,448	
1996	4,467	0.43
1997	4,588	2.71
1998	4,960	8.11
1999	5,058	1.98
2000	5,391	6.58
2001	5,428	0.69
2002	5,710	5.20
2003	6,237	9.23
2004	6,337	1.60
2005	6,384	0.74
2006	6,389	0.08
2007	6,399	0.16
2008	6,563	2.56
2009	6,612	0.75
2010	6,695	1.26
2011	7,152	6.82
2012	7,319	2.34
2013	7,486	2.29
2014	7,654	2.24
2015	7,821	2.19

*FUENTE: Elaboración propia en base
a datos de INEGI.*

El pronóstico se realizó calculando una ecuación de regresión lineal

$Y_c = 4,306.6 + 167.36X$, del año 2010 a 2015. Se incluye la población potencial de 18 años y más que tiene interés y presupuesto para gastar en el consumo de café del proyecto en cuestión.

4.4 DEMANDA INSATISFECHA.

**CUADRO 4.8
OFERTA DEMANDA DEL PROYECTO.**

AÑOS	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
2000	555,071.00	408,786.00	146,285.00
2001	326,441.00	216,528.00	109,913.00
2002	558,247.00	399,829.00	158,418.00
2003	632,226.00	457,961.00	174,265.00
2004	778,422.00	628,628.00	149,794.00
2005	367,151.00	249,413.00	117,738.00
2006	479,362.00	343,015.00	136,347.00
2007	498,742.00	310,739.00	188,003.00
2008	829,381.00	557,630.00	271,751.00
2009	531,878.00	400,199.00	131,679.00
2010	540,225.00	425,300.00	114,925.00

FUENTE: Elaboración propia en base a datos de INEGI y Cafeterías de la zona.

CAPITULO V

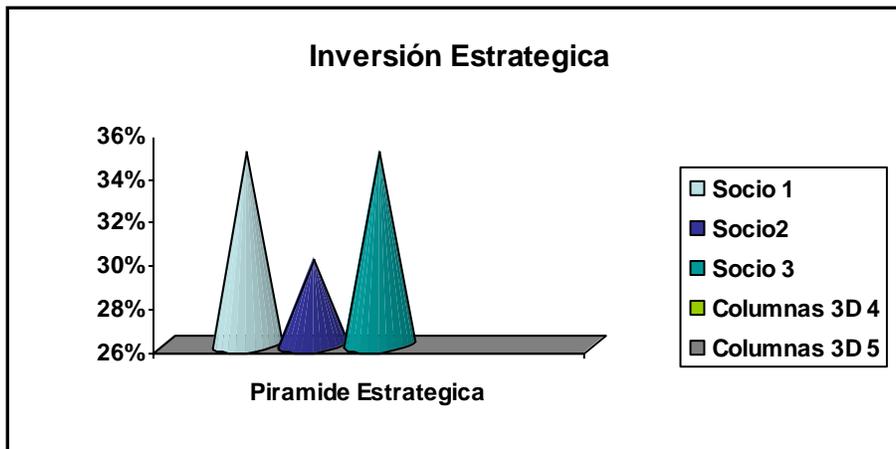
5.0 RESUMEN DE IMPLEMENTACION Y ESTRATEGIAS.

Para lograr el éxito deseado necesita establecer estrategias que nos permitan alcanzar nuestras principales técnicas, son que tenemos un concepto que aunque existen parecidos a este, tenemos la intención de innovar, además de ofrecer un servicio, que brinde confianza y el cliente se sienta lo mas importante para nosotras.

5.1 PIRAMIDES ESTRATÉGICAS.

La posición que tiene, es diferente y muy clara a las demás cadenas. Nosotras ofrecemos a nuestros clientes, buenos tratos y servicio de primera, a precios muy buenos para que cubramos las necesidades que tengan y con esto tener una satisfacción muy grande de ambas partes.

GRAFICO 5.1



FUENTE: Elaboración propia.

5.2 PROPOSICIÓN DE VALORES.

La clave del éxito, es principalmente que tenemos precios bajos, además de brindar un servicio de ambiente confortable, ya que lo más importante, para nosotros como para la empresa, es la satisfacción y seguridad del cliente (ya que el cliente siempre tiene la razón), debido a esto contamos con un establecimiento que les da mayor confianza y comodidad.

Sin asumir posturas pesimistas, más bien propositivas, es necesario reconocer una realidad: en gran medida el comportamiento de la sociedad indica que se están dejando de asumir los valores morales, y en cambio se introducen otros que podemos llamar antivalores, lo cual mina o denigra las relaciones humanas.

- un ambiente servicial
- honestidad con cada uno de nuestro productos
- respecto a cualquier cliente “el cliente siempre tiene la razón”
- responsabilidad que todo lo que se venda sea de primera como lo que estamos ofreciendo
- confiabilidad para que el cliente tenga esa confianza para regresar al establecimiento

5.3 VENTAJA COMPETITIVA.

Expresión utilizada para comparar la estructura de costos, del proceso de producción, principalmente mano de obra y materias primas, tecnología, diferenciación de productos y tamaño del mercado, entre otros factores, de un productor con respecto a otros productores internos o externos, de productos con igual calidad.

- Tener claro cual es nuestro mercado y a cual nos vamos a dirigir, es decir, a estudiantes y profesionistas de 15 a 35 años.
- Tener un buen servicio y estar al pendiente de lo que se necesita, ya sea un servicio amable y estar preocupados por las necesidades del cliente.

- Satisfacer las necesidades de los consumidores vendiéndoles nuestros productos de servicio.
- Tener buenas relaciones con el cliente ya sea amable y confiable, y dándole la seguridad del establecimiento.

5.4 ESTRATEGIA COMPETITIVA

En conclusión, la publicidad describe a nuestro negocio “una forma de comunicación interpersonal y de largo alcance que es pagada por un patrocinador identificado” (empresa lucrativa, organización no gubernamental, institución del estado o persona individual) la publicidad que tendrán por delante cuando empiece el negocio, creando ideas nuevas para el establecimiento con diferentes proyecciones para los jóvenes a quienes va dirigido.

Definición del producto

Nuestro servicio esta enfocado para la gente que busca un lugar de recreación y un producto excelente en sabor y textura, la gente que va dirigida nos dara la oportunidad de mostrarle nuestro producto para poder lograr el éxito, ya que el producto es de servicio a la gente cubriendo sus necesidades y preferencias de venderle nuestro producto.

Definición de precio

Desde el punto de vista de nosotros, el precio que hemos impuesto dentro de nuestro negocio es de un nivel socioeconómico medio para que este esta al alcance de la gente a la que vamos ofrecer el servicio, ya que no siendo caro, o de precios altos, este llamara la atención aun más.

Definición de mercado

El principal son los costos bajos para que este logre un alcance a los consumidores y dentro de este llegar a la competitividad, este nos muestra que el negocio va dirigido a estudiantes de preparatoria y universidad y profesionistas.

Definición de propaganda

En un sentido general, la propaganda es una importante herramienta de la promoción para el negocio ya sea de doctrinas, ideas, y puntos de vista; y por otra, información referente a una organización, de nuestro producto, servicios y/o políticas. Todo ello con finalidad de atraer consumidores.

Sin embargo, en un sentido mas especifico, la propaganda brinda un panorama más completo acerca de sus alcances y usos en el negocio dándolo a conocer.

Definición de ventas

La venta es una de las actividades más pretendidas por nuestro negocio ya que queremos alcanzar las ventas mas altas en un tiempo determinado ya sea en un lapso de diez meses por que al cubrir nuestras expectativas del negocio es lo que queremos lograr.

Definición de vendedor

El vendedor es el elemento más importante de las ventas personales, porque permite establecer una comunicación directa y personal con los clientes actuales y potenciales de la empresa, y además porque tiene la facultad de cerrar la venta y de generar y cultivar relaciones personales a corto y largo plazo con los clientes. Por ello, todo mercado representa un logro personal vinculado con el área de ventas, debiendo conocer la definición de vendedor ampliamente, desde distintas perspectivas para que

tenga un panorama más completo de la función básica que realiza el vendedor y su razón de ser en la empresa.

Definición de Mercadotecnia

En conclusión, la definición de mercadotecnia describe a la misma como un sistema total de actividades que incluye un conjunto de procesos, mediante los cuales, se identifican las necesidades o deseos de los consumidores o clientes para luego, satisfacerlos de la mejor manera posible a promover el intercambio de productos y/o servicios de valor con ellos, a cambio de una utilidad o beneficio para la organización.

5.5 ESTRATEGIA DE VENTAS.

- 1) Los programas que utilizaremos para alcanzar nuestros objetivos en cuanto a las ventas será hacer una alianza con la panadería ubicada en una zona cercana para que promocionen nuestro café por medio de las bolsas de pan. El hacer llegar la propaganda hacia algunos mercados situados cerca de la zona.
- 2) Otro punto muy importante en el cual nos enfocamos será por medio de volantes en el cual se describa nuestro negocio, en el cual les ofreceremos cual va a ser el costo y nuestra ubicación y algunos volantes tendrán algún beneficio al presentarlos.

5.6 PROYECCION DE VENTAS.

En un mercado tan complejo y competitivo como el actual, con nuevos productos, con una competencia cada vez mas agresiva, constantes innovaciones tecnológicas... lo que verdaderamente marca la diferencia entre el éxito y el fracaso es, sin duda la gestión de equipo de ventas, pues al fin y al cabo es quien convierte en realidad el sueño de poner en manos de los clientes nuestros productos y soluciones contribuyendo con ello, a la rentabilidad de la empresa.

No debemos olvidar, pues que su éxito es nuestro éxito, por eso estamos obligados a dotarles de todas las herramientas necesarias, para que alcance la excelencia en su gestión y, desde luego, si hay una herramienta realmente valida, para ello es sin duda el manual del vendedor, el gran desconocido para muchas compañías.

Es innegable que dimensionar, estructurar, dirigir y gestionar una fuerza de ventas con éxito, es una de las tareas más complejas en cualquier empresa. Actualmente los equipos de ventas operan en un entorno y se enfrentan a dos necesidades primordiales: conjugar los intereses de la empresa, con los del cliente. Y es que, todos los vendedores de la empresa, tienen que tener el mismo discurso, tanto de la compañía como de sus productos, eso si, adaptado a su saber hacer y a su capacidad de argumentación.

Se trata pues de un documento que aporta el vendedor, una metodología para desarrollar de forma opima su trabajo frente a la habitual tendencia a desempeñar su actividad de forma impulsiva, sin fijarse patrones de actuación.

CUADRO 5.1
INGRESOS TOTALES

AÑO	CAPACIDAD INSTALADA	INGRESOS POR VENTAS
1	75%	2,250,000.00
2	80%	2,400,000.00
3	90%	2,700,000.00
4	100%	3,000,000.00
5	100%	3,000,000.00
6	100%	3,000,000.00
7	100%	3,000,000.00
8	100%	3,000,000.00
9	100%	3,000,000.00
10	100%	3,000,000.00

FUENTE: Elaboración propia.

5.6.1 PROGRAMA DE VENTAS.

Los 4 principales programas de ventas son los que se describen a continuación:

- Publicidad: Cualquier forma pagada de presentación y promoción no personal de ideas, bienes o servicios, por un patrocinador bien definido.
- Promoción de Ventas: Incentivos de corto plazo, para alentar las compras o ventas de un producto o servicio.
- Relaciones Públicas: La creación de las buenas relaciones con los diversos públicos de una compañía, la creación de una buena "imagen de corporación", y el manejo o desmentido de rumores, historias o acontecimientos negativos.
- Ventas Personales: Presentación oral en varias sesiones con el cliente potencial, con uno o mas compradores posibles, con la finalidad de realizar una venta.

Dentro de estas estrategias se encuentran instrumentos específicos, como las presentaciones de venta, las exhibiciones en los puntos de venta, los anuncios especiales, las presentaciones comerciales, las ferias, las demostraciones, los catálogos, la literatura, los paquetes de prensa, los carteles, los concursos, las bonificaciones, los cupones y las estampillas de propaganda. Al mismo tiempo, la comunicación rebasa estas herramientas de promoción específicas. El diseño del producto, su precio, la forma, el color de su empaque y las tiendas que lo venden, todo comunica algo a los compradores. Así, aunque la mezcla promocional es la principal actividad de comunicación de una compañía, toda la mezcla de mercadotecnia, la promoción, el producto, el precio y el lugar deben coordinarse para obtener el mejor impacto de comunicación.

5.7 ALIANZAS ESTRATÉGICAS.

Tipos:

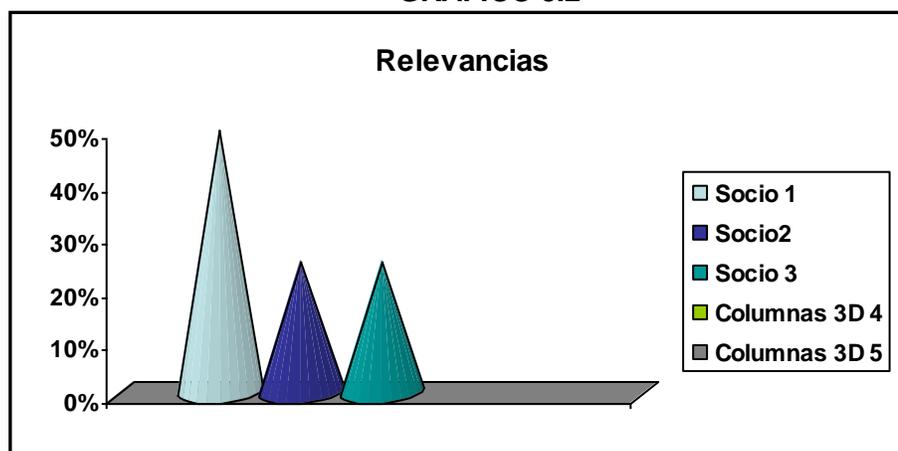
- Instrumentos de promoción de consumo
- Muestras: Obsequio de una pequeña cantidad de un producto, para que los consumidores los prueben.
- Cupones: Certificados que se traducen en ahorros, para el comprador de determinados productos.
- Devolución de efectivo (rebajas): Devolución de una parte, del precio de compra de un producto, al consumidor.
- Paquetes Promocionales (o descuentos): Precios rebajados directamente por el fabricante, en la etiqueta o el paquete.
- Premios: Productos gratuitos o que se refieren a bajo costo como incentivo para la adquisición de algún producto.
- Recompensas para los clientes: Recompensas en efectivo de otro tipo, por el continuo requerimiento de nuestro servicio.
- Concurso, rifas y juegos: Eventos promocionales que dan al consumidor, la oportunidad de ganar algo, por suerte o un esfuerzo extra.
- Promoción Comercial: Promoción de ventas para conseguir el apoyo, del revendedor y mejorar sus esfuerzos por vender.
- Promoción para la fuerza de ventas: Promoción de ventas concebida para motivar a la fuerza de ventas, y conseguir que los esfuerzos del grupo resulten más eficaces.
- Promoción para establecer una franquicia, con el consumidor: Promoción de ventas que promueven el posicionamiento del producto e incluyen un mensaje de venta en el trato.

5.8 RELEVANCIAS.

El presente estudio, nos permite realizar, un diagnostico situacional sobre los factores de motivación y su influencia respecto al desempeño laboral, así mismo, permite

identificar nudos críticos que sirven de insumo para el planteamiento futuro de un plan de acción, en el manejo del potencial humano que permita mejorar, los factores de motivación de los trabajadores e incentive un desempeño efectivo y un desarrollo organizacional, que incidan positivamente en la calidad de enseñanza de aprendizaje brindada a los estudiantes de la Universidad.

GRAFICO 5.2



FUENTE: Elaboración propia.

CAPITULO VI

6.0 RESUMEN ADMINISTRATIVO.

Andoaga Galindo solanyell administradora de Aiuro's Coffee, cuenta con lo necesario para poner en marcha este negocio, sin complicaciones, puesto que actualmente estudia la universidad pero tiene experiencia, en este tipo de negocios, ya que ha trabajado en este ramo.

Los otros 3 socios, van a tener una participación económica dentro de la empresa, tal como se describió en la constitución de la sociedad anónima.

6.1 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.

Se necesita poner a funcionar el negocio, para saber cuales son nuestras necesidades conforme se avance en el desempeñando el trabajo.

Por el momento creímos oportuno, el hacer una investigación de mercado por lo cual decidimos salir ha hacer algunas encuestas, para poder obtener los mejores resultados y así hacer las modificaciones correspondientes. (Ver fórmula para el tamaño de muestra para aplicar los cuestionarios al final de este trabajo).

Dentro de la organización, podemos distinguir dos tipos de estructuras, una de toma de decisiones y otra ejecutiva.

En este sentido, lo normal en el funcionamiento de una asociación es contar al menos, con una Asamblea de Socios y una junta directiva, que serán los órganos de decisión de la asociación. La estructura ejecutiva estaría formada por los responsables, de cada una de las áreas de trabajo de la empresa y por aquellos socios o voluntarios, que desempeñen alguna labor en la asociación, sea en el área que sea.

La forma de definir estas estructuras de manera cómoda y útil, es la confección de un organigrama, en el que queden definidas las cuestiones fundamentales que afectan a cada uno de los órganos y los cargos. De esta manera, para alguien que no conozca la entidad (los nuevos voluntarios por ejemplo), resultara muy sencillo hacerse una idea de conjunto de la organización de la entidad.

Estas cuestiones, que deberán quedar claras al confeccionar el organigrama de la entidad, serán las siguientes:

- Tipo de Órgano o cargo (Decisión, ejecutivo, consultivo, etc.)
- Competencias y funciones
- Composición
- Sistema de elección y renovación
- Periodicidad en las reuniones
- Relación con el resto de órganos y/o cargos

Resultado de las encuestas.

Encuesta:

- 1) ¿Qué espera encontrar la gente en un café?

	Muy importante	Importante	Necesario
Personal Capacitado	✓		
Internet de alta velocidad	✓		
Bajos Costos	✓		

2) ¿Las promociones dentro de un café-Internet deben ser un punto importante?

	Muy importante	Importante	Necesario
Personal			✓
Clientes	✓		
Para ambos			✓

3) ¿Las instalaciones deben ser adecuadas y que cumplan para cubrir una necesidad?

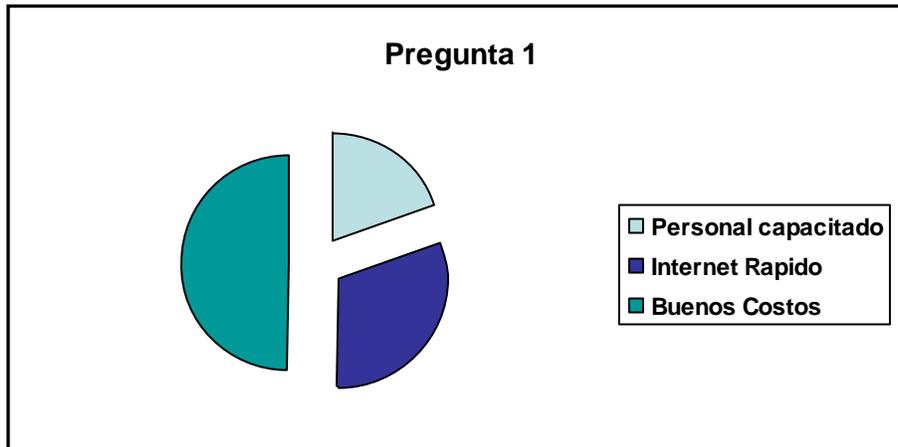
	Muy importante	Importante	Necesario
Personal			✓
Clientes			✓
Para ambos	✓		

4) ¿Les gustaría que estuviera en una zona de trabajo y escuelas?

	Muy importante	Importante	Necesario
Personal			✓
Clientes			✓
Para ambos			✓

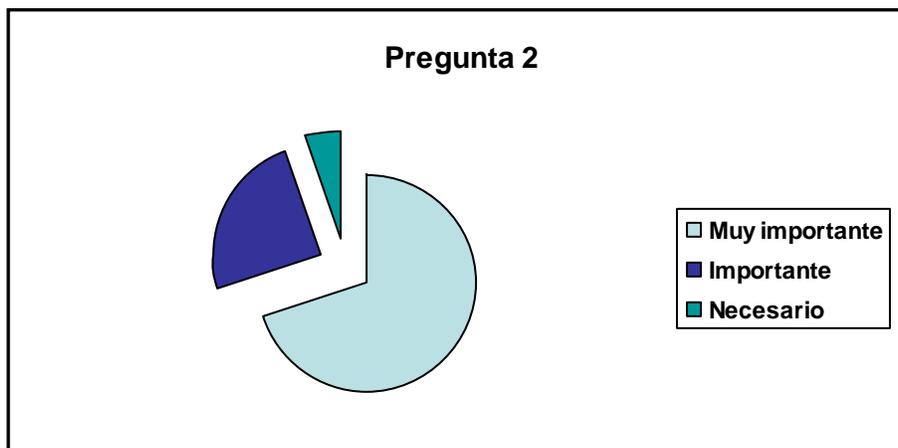
Estadísticas Graficas

1) Resultado de la pregunta N° 1



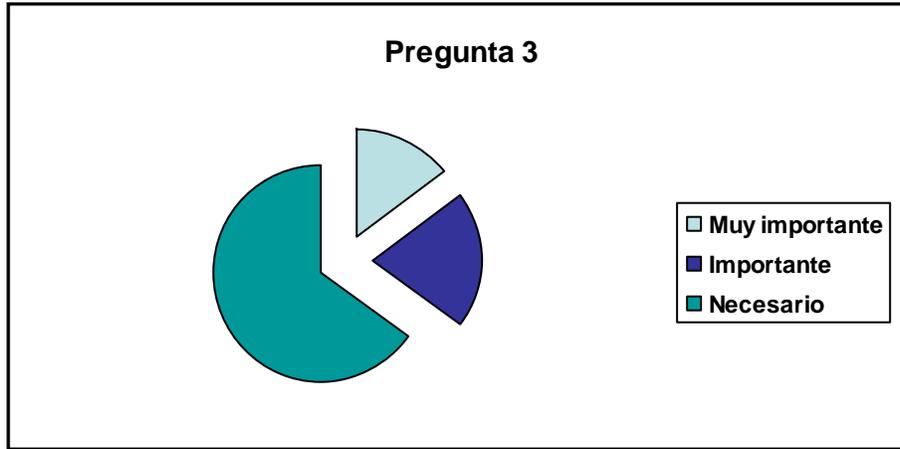
FUENTE: Elaboración propia.

2) Resultado de la pregunta N° 2



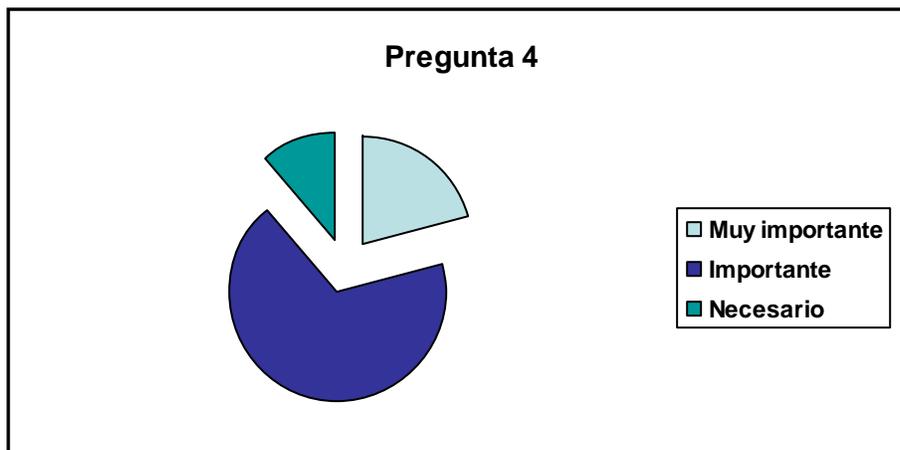
FUENTE: Elaboración propia.

3) Resultado de la pregunta N° 3



FUENTE: Elaboración propia.

4) Resultado de la pregunta N° 4



FUENTE: Elaboración propia.

6.2 EQUIPO ADMINISTRATIVO.

Primero, si da una cifra demasiado elevada, se puede eliminar a si mismo del proceso de contratación y si sucediera esto en la primera entrevista, no habrá tenido la oportunidad de “venderse” apropiadamente.

Segundo, si la cantidad que mencione es demasiado baja, venderá mal sus servicios, lo que puede interpretarse como una valoración de si.

Tercero, es posible que sea acorde la cifra con el rango de salarios que la empresa tiene previsto, pero las probabilidades de que tal cosa suceda son muy bajas.

Siempre que se le pregunte sus pretensiones de salario, es mucho mejor que regrese la pregunta ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar?

Si esta trabajando, puede mencionar el salario que percibe y puede añadir algún comentario que le favorezca, dentro del siguiente tenor:

“Naturalmente que todos estamos interesados en ganar mas dinero. El puesto que estamos considerando implica un nivel de responsabilidades que exige cierto nivel de salarios.

Su empresa tiene reputación de ser mas que justa, por lo que tengo confianza en que si nos ponemos de acuerdo, será un ofrecimiento justo el que se me haga”.

El dinero es importante para todos, pocos argumentaran al respecto. Esto aumenta en importancia si esta desempleado y sin ingresos, con una familia que mantener y gastos que pagar. Si este fuera el caso, entonces acepte algo temporal, en tanto sigue buscando hasta hallar lo que quiere.

6.3 DEBILIDADES DEL EQUIPO ADMINISTRATIVO.

Debemos incrementar nuestras ventas y mantener nuestros gastos en un mínimo para con esto obtener un crecimiento.

Debido a que nuestro negocio brinda un servicio debemos hacer rotación de inventario para que no se almacene algo por mucho tiempo y genere perdidas además de abastecer el almacén para que no haga falta nada, ya que esto también puede acarrear perdidas.

La antigüedad y las promociones: investigue que tanto influencia la antigüedad en las oportunidades, de ser promovido en la empresa. Quizás en la nueva compañía el camino para llegar a donde sea, es mas largo que en el que actualmente trabaja.

Es una técnica de sondeo de opiniones, en esta dinámica se solicitan estimados específicos de un grupo de expertos, por lo general a nivel gerencial. Los planificadores de recursos humanos actúan como intermediarios, resumen las respuestas obtenidas e informan a los expertos de los resultados. El proceso se repite hasta que el grupo empieza a concordar en determinados factores. Generalmente cuatro o cinco fases sucesivas son suficientes, para llegar a resultados concretos.

6.4 PLAN PERSONAL

Las principales son:

- a) Suponemos que existe una nueva tecnología que nos abre caminos, con lo cual quedamos dentro de una tecnología de globalización avanzada.
- b) La recuperación de la inversión en 5 años siempre y cuando las condiciones sean previstas.
- c) Se supone que no se debe recurrir a un plan financiero bien conocido como un financiamiento, para poder cubrir los gastos y demás; esto se cubrirá pues con las utilidades previstas.

Análisis de series temporales. Reutilizan a niveles históricos de personal (en lugar de indicadores de carga de trabajo) para proyectar las necesidades futuras de recursos humanos. Se estudian los niveles históricos de personal para aislar las variaciones estacionales y cíclicas, las tendencias a largo plazo y los movimientos aleatorios. A continuación se extrapolan las tendencias a largo plazo utilizando una media móvil, un suavizado exponencial o la técnica de regreso.

Ratios de la persona. Se examinan los datos pasados de personal para determinar las relaciones históricas entre el número de empleados en diversos puestos o categorías de puesto. A continuación se utiliza el análisis de regresión o ratios de productividad para proyectar las necesidades totales o de grupos calve de recursos humanos y se utilizan los ratios de personal para asignar necesidades totales a diversas categorías de puesto o para estima necesidades de grupos no claves.

CAPITULO VII

7.0 PLAN FINANCIERO.

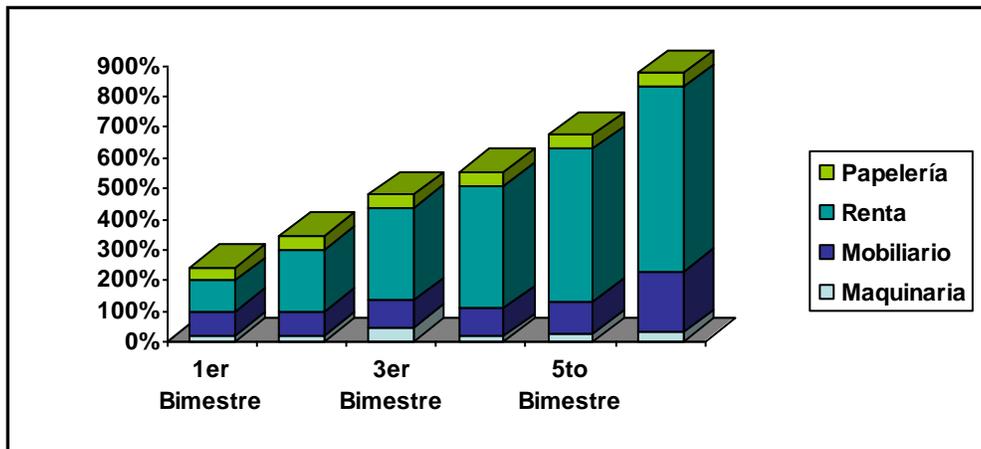
Como se mencionó antes se espera que las ventas incrementen y con esto las utilidades también, aunque un poco difíciles de lograr, pero al implementar estrategias en un futuro, se espera que poco a poco den resultados.

1. Formar grupos de trabajo naturales. La creación de unidades naturales de trabajo significa que las tareas que desempeña un empleado, forman un todo identificable y significativo. Esto incrementa la propiedad del trabajo por parte del empleado y mejora la probabilidad de que los empleados vean su trabajo como significativo e importante, en lugar de considerarlo como inadecuado y aburrido. La idea es que cada persona sea responsable de todo un proceso del trabajo identificable. Por ejemplo, cuando una maquina se malogra y usualmente se llama al mecánico para su reparación; en su lugar, se debe capacitar al propio operador de la maquina para que pueda reparar en casos de deterioro.
2. Combinar las tareas. Los administradores deben tratar de tomar las tareas existentes y fraccionadas, y reunidas nuevamente para formar un nuevo y más grande modulo de trabajo. Esto incrementa la variedad de las habilidades y la identidad de la tarea. Por ejemplo, hacer que un trabajador ensamble un producto de principio a fin en lugar de que intervengan varias personas en operaciones separadas.
3. Establecer responsabilidad hacia el cliente. El cliente es el usuario del producto o servicio en el cual trabaja el empleado (puede ser un interno o externo). Siempre que sea posible, los administradores deben tratar de establecer una relación directa entre los trabajadores y sus clientes. Por ejemplo, hay que permitir que la secretaria investigue y responda a las solicitudes del cliente, en lugar de que todos los problemas pasen automáticamente el gerente o a otro departamento. Otro caso puede ser facilitar la posibilidad de que el obrero de

producción tenga la oportunidad de escuchar la opinión de los clientes sobre la calidad del producto en la que participa. Establecer las relaciones con el cliente incrementa la variedad de habilidades, autonomía y retroalimentación para el empleado.

4. Ampliar los puestos verticalmente. La ampliación vertical da a los empleados responsabilidad y control que antes estaba asignada a la administración. Procura cerrar parcialmente la brecha entre los aspectos de “hacer” y “controlar” el presupuesto, y mejorar así la autonomía del empleado, es coadyuvar a que el trabajador planifique y controle su trabajo en lugar de que lo haga otra persona “supervisor”. Por ejemplo, hay que permitir que el trabajador, programe su trabajo, resuelva sus problemas y decida cuando empezar o dejar de trabajar.
5. Abrir canales de retroalimentación. Al incrementar la retroalimentación, los empleados no saben lo bien que están desempeñando sus puestos, sino también si su desempeño está mejorando, empeorando o permanece a un nivel constante desde un punto de vista ideal, esta retroalimentación sobre el desempeño debe recibirse directamente, cuando el empleado realice el trabajo, en lugar de que la administración se la proporcione ocasionalmente. Resumiendo, se deben encontrar más y mejores maneras de que el trabajador reciba una rápida retroalimentación sobre su desempeño.

GRAFICO 7.1



FUENTE: Elaboración propia.

7.1 SUPOSICIONES IMPORTANTES.

En el análisis de equilibrio suponemos que los costos de funcionamiento, son aproximadamente de \$35,000.00 por mes lo que incluye en nuestra nomina gastos de servicios públicos, y también una estima para cualquier costo que pueda seguir.

La nomina por si sola es de \$ 50,050.00 al mes.

7.2 RECURSOS HUMANOS.

- | |
|---|
| <ol style="list-style-type: none">1) Planeación de recursos humanos2) Reclutamiento3) Selección4) Contratación5) Orientación6) Entrenamiento7) Evaluación8) Compensación9) Separación |
|---|

1) El punto de partida para la labor administrativa de los recursos humanos es la planeación de los mismos o sea determinar el numero y características de los empleados que la empresa demandara y asegurarse de conseguirlos para ellos es importante cumplir con las siguientes necesidades.

- a) Proyectar los requerimientos del personal.
- b) Comparar los requerimientos del personal con los actuales.
- c) Desarrolla planes específicos.

A) La proyección de los requerimientos de personal pretende anticipar el número de empleados de una organización necesitara como consecuencia del volumen de actividad que provea.

B) Comparar las características de los frutos empleados con la habilidad del personal actual, conlleva a desarrollar una descripción de los perfiles que guardan los recursos humanos lo cual prevé información descriptiva de los empleados con ello se puede planear las necesidades.

C) Por ultimo el desarrollo de planes concretos para contratar nuevo personal o capacitar al cual necesariamente implica tres importantes trabajos:

- 1) Análisis
- 2) Descripción
- 3) Perfil de impuestos.

RECLUTAMIENTO DE R. H.

Los recursos humanos de una entidad sin ánimo de lucro son su principal capital, por lo que todo lo relacionado con este tema deberá dársele la máxima importancia.

Dentro de la organización de cualquier equipo humano y por tanto, también de una Asociación o Fundación, podemos distinguir dos tipos de estructuras. Una de toma de decisiones y otra ejecutiva.

En este sentido lo normal en el funcionamiento de una Asociación es contar a menos, con una Asamblea de socios y una junta directiva, serán los órganos de decisión de la Asociación. La estructura ejecutiva estaría formada por los responsables de cada una de las áreas de trabajo de la asociación (no solo las de gestión, sino también los responsables de las actividades, etc.) y por aquellos socios o voluntarios que desempeñen alguna labor en la Asociación, sea en el área que sea.

FUENTES DE RECLUTAMIENTO

La parte externa son:

- 1) Las Agencias de colocación
- 2) Anuncios
- 3) Escuelas
- 4) Universidad

Tanto en la agencia de colocación como los anuncios implican un costo para la empresa que contrata mientras las bolsas de trabajo de las escuelas o universidades no cobran por sus servicios. Escoger entre una u otra dependerá en gran medida del tipo de empleo que se esta buscando.

Si lo que se requiere es un perfil especializado, entonces con bienes usar algunas de las alternativas que tienen costos mientras que si lo que se busca es una persona sin experiencia. La segunda puede ser una buena opción.

Cuadro del Proceso de Selección

Lista de aplicantes
Forma de solicitud de empleo
Entrevista preliminar
Prueba de conocimientos
Evaluación de referencias
Examen físico
Examen final
Oferta de trabajo
Salario

Requisitos para la presentación de solicitud del trabajo

- Solicitud de empleo elaborada
- Referencias si es que las tiene
- Comprobante de domicilio
- Copia de la credencial del lector
- 2 fotografías tamaño infantil
- Copia del acta de nacimiento

 **Contratación**

El nuevo empleado se obliga a prestar al empleado un trabajo personal subordinado a cambio de una retribución.

- a) Obligaciones particulares, lugar, tiempo y modo de la presentación de servicios
- b) Compensación que recibe por su trabajo
- c) Estabilidad relativa al empleado

Y la recompensa:

- a) Facilita exigir al trabajador el cumplimiento de sus obligaciones
- b) Permite resolver con seguridad, cualquier problema sobre la manera de desarrollar el trabajo
- c) Brinda un elemento indispensable como prueba en posibles conflictos laborales

Entrenamiento

Teórico: es muy importante que se haga en un lugar parecido a un salón de clases para evitar la distracción. Generalmente este entrenamiento es impartido por los mismos integrantes de la empresa, no necesariamente son los jefes de quien se esta capacitando.

Practico: enseñar al empleado, aprovechando las experiencias directamente y la realidad del que tiene el propio trabajo. En estos casos quien capacita el empleado, es un supervisor o jefe inmediato.

Evaluación

Debemos asegurarnos que las evaluaciones, del desempeño proporcionen información acerca de:

- Efectos logrados a partir del entrenamiento
- Fuerzas y debilidades del trabajador
- Personal con capacidad de mejoramiento dentro de la empresa
- Promoción, traslados y despidos

Compensación

La compensación y el sueldo, que recibe el empleado a cambio de su labor, es un elemento ampliamente regulado por la ley federal de trabajo dentro de ellos el mas frecuente con el sueldo, comisiones, bonos, por actuación o resultado, reparto de utilidades y presentaciones varias.

1. Definir funciones
2. Establecer escalafón de sueldos

Separación

Cuando el trabajador decide separarse de la empresa por conveniencia propia, la empresa solo tiene la obligación de pagarle el sueldo que haya devengado en los últimos días trabajados, así como el reparto proporcional.

Liderazgo

En este sentido, un buen líder debe ser capaz de adaptarse al grupo y funcionar de manera autoritaria, participativa, paternalista, etc., en función de las necesidades que detecte.

El éxito con la negociación consiste en lograr un equilibrio que sea justo para ambas partes. Si el trato beneficia a una parte más que la otra, nunca abra armonía.

Negociar es como jugar a póquer, ya que desconoce que cartas tiene su adversario en la mano y no las conocería hasta que las vuelva sobre la mesa. Obtenga de su interlocutor cuanta información pueda para determinar si vale la pena comprometerse con la compañía que le ofrezca un trabajo.

Luego, tiene que presentar sus meritos a través del currículum vitae, para que la empresa crea que vale la pena lo que usted cree valer. Normalmente, se llega a un compromiso o acuerdo. Es un error solo mirar a un lado de la negociación: el salario. Existen muchas áreas que considerar, comentar y en las que se debe llegar a un acuerdo negociado. Siempre negocie desde una posición de fuerza y seguridad.

Puntos a considerar cuando se hace un ofrecimiento:

- Emplear la lógica mas que las emociones

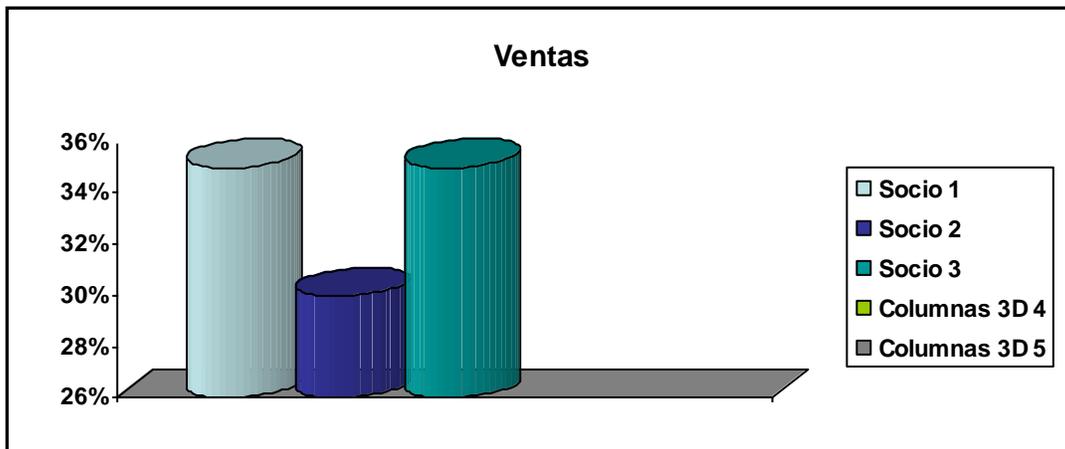
Existe una noticia diferente entre las decisiones tomadas con la cabeza y con el corazón. Trate de eliminar las emociones, cuando considere los elementos para tomar una decisión.

7.3 INDICADORES FINANCIEROS CLAVE.

De las suposiciones mas importantes del estado de perdidas y ganancia proyectadas, es la utilidad bruta que debe incrementar un 15%, para lograr esto debemos establecer estrategias para incrementar ventas.

Estas suposiciones es mes por mes (grafico abajo).

GRAFICO 7.2



FUENTE: Elaboración propia.

CAPITULO VIII

8.0 INVERSIONES.

Las inversiones representan el conjunto de gastos fijos necesarios para realizar la infraestructura física de la empresa o proyecto (como el equipo y la maquinaria, el terreno, los edificios, las instalaciones, etcétera) que permite que el proyecto se transforme en un conjunto de insumos que generarán un servicio a través generalmente de un producto que se ofrece.

Las inversiones se clasifican en inversiones fijas, diferidas y capital de trabajo. Las inversiones fijas son aquellas que permanecen inmóviles durante la operación de la empresa y hacen referencia a los bienes tangibles que se adquieren al iniciar el proyecto y durante su vida útil, para que la empresa lleve a cabo sus operaciones. Y estas inversiones estarán sujetas a la Ley del Impuesto sobre la renta sobre su depreciación.

Las inversiones son aquellas que se realizan en bienes y servicios intangibles para llevar a cabo las operaciones de la empresa, y no intervienen directamente en la producción, se recuperan en el largo plazo y también están sujetas a la Ley del impuesto sobre la renta.

El capital de trabajo se refiere a los recursos que se adquieren por el proyecto para operar en condiciones normales, como lo es el pagar nóminas, solventar los compromisos con los proveedores, etcétera, por el tiempo necesario.

Las inversiones fijas y diferidas se efectúan antes de entrar en operación la empresa o proyecto. En tanto, el capital de trabajo se hace en el momento de iniciar las operaciones.

CUADRO 8.1
RESUMEN DE INVERSION TOTAL. (Pesos)

CONCEPTO	CANTIDAD	IVA TOTAL	IMPORTE TOTAL
Terreno	1,500,000.00	0.00	1,500,000.00
Obra Civil	711,885.00	113,901.60	825,786.60
Maquinaria y Equipo	27,850.00	4,456.00	32,306.00
Equipo Auxiliar	36,014.00	5,762.24	41,776.24
Equipo de Transporte	250,000.00	40,000.00	290,000.00
Mobiliario y equipo de oficina	39,970.00	6,395.20	46,365.20
INVERSION FIJA TOTAL	2,565,719.00	170,515.04	2,736,234.04
Proyecto remodelación	40,000.00	0.00	40,000.00
Constitución legal	10,900.00	1,744.00	12,644.00
Licencia de uso de suelo	16,750.00	0.00	16,750.00
Contrato de energía eléctrica	3,000.00	480.00	3,480.00
Contrato de Servicio de agua	1,500.00	240.00	1,740.00
Contrato de teléfono (2)	7,000.00	1,120.00	8,120.00
Seguros	38,700.00	6,192.00	44,892.00
Imprevistos	23,500.00	0.00	23,500.00
TOTAL	141,350.00	9,776.00	151,126.00
Caja y Bancos	50,000.00	0.00	50,000.00
Cuentas por cobrar	0.00	0.00	0.00
Cuentas por pagar	0.00	0.00	0.00
Inventario de mat. Primas	52,000.00	8,320.00	60,320.00
Inventario de Combustible (gas)	0.00	0.00	0.00
	2,000.00	320.00	2,320.00
CAPITAL TOTAL DE TRABAJO	104,000.00	8,640.00	112,640.00
INVERSION TOTAL	2,811,069.00	188,931.04	3,000,000.00

FUENTE: Elaboración propia. En el cuadro se incluye el IVA del 16%. () Esta cifra no causa IVA.*

INVERSION TOTAL.
CUADRO 8.2
INVERSION TOTAL. (Pesos)

CONCEPTO	IMPORTE	IVA	TOTAL
INVERSION FIJA	2,565,719.00	170,515.04	2,736,234.04
INVERSION DIFERIDA	141,350.00	9,776.00	151,126.00
CAPITAL DE TRABAJO	104,000.00	8,640.00	112,640.00
TOTAL	2,811,069.00	188,931.04	3,000,000.00

FUENTE: Elaboración propia.

8.1 INVERSION TOTAL FIJA.

La inversión fija total asciende a \$ 2, 565, 719.00 pesos más IVA (del 16%), como se muestra en el cuadro anterior.

La inversión fija incluye el terreno y la construcción. La obra civil, que en este caso, tiene un costo de \$ 711, 885, y el equipo de trabajo, lo necesario para poner en marcha el restaurante café.

CUADRO 8.3

INVERSION TOTAL FIJA. (Pesos)

CONCEPTO	CANTIDAD	IVA TOTAL	IMPORTE TOTAL
Terreno	1,500,000.00	0.00	1,500,000.00
Obra Civil	711,885.00	113,901.60	825,786.60
Maquinaria y Equipo	27,850.00	4,456.00	32,306.00
Equipo Auxiliar	36,014.00	5,762.24	41,776.24
Equipo de Transporte	250,000.00	40,000.00	290,000.00
Mobiliario y equipo de oficina	39,970.00	6,395.20	46,365.20
INVERSION FIJA TOTAL	2,565,719.00	170,515.04	2,736,234.04

FUENTE: Elaboración propia.

8.2 MAQUINARIA Y EQUIPO.

Maquinaria y equipo, bienes tangibles que son para uso del proyecto, para producir el servicio que se va a ofrecer, su adquisición es para uso de la empresa y se conservan o renuevan para las operaciones que sean necesarias.

CUADRO 8.4
MAQUINARIA Y EQUIPO.
(PRECIOS SIN IVA) (Pesos)

TIPO DE MAQUINARIA	NUM	PRECIO	SUBTOTAL	IVA	TOTAL
Licuadoras	3	800.00	2,400.00	384.00	2,784.00
Cafeteras	3	1,200.00	3,600.00	576.00	4,176.00
Estufas	2	8,000.00	16,000.00	2,560.00	18,560.00
Vajillas	3	1,450.00	4,350.00	696.00	5,046.00
Exprimidor (jugos)	2	700.00	1,400.00	224.00	1,624.00
Mesas (cocina)	3	500.00	1,500.00	240.00	1,740.00
TOTAL	14	11,950.00	27,850.00	4,680.00	32,530.00

FUENTE: Elaboración propia.

El equipo auxiliar es utilizado para la elaboración en parte, del producto a ofrecer, y representan también la seguridad del negocio, el riesgo de incendios, cubiertos o mantelería faltante en un momento dado.

CUADRO 8.5
EQUIPO AUXILIAR
(PRECIOS CON IVA) (Pesos)

CONCEPTO	NUM.	PRECIO	SUBTOTAL	IVA	TOTAL
Mesa de trabajo (manteles)	6	2,475.00	14,850.00	2,376.00	17,226.00
Extintores	4	896.00	3,584.00	573.44	4,157.44
Equipo de seguridad	10	278.00	2,780.00	444.80	3,224.80
Kit de planchado	1	400.00	400.00	64.00	464.00
Juego de manteles	15	800.00	12,000.00	1,920.00	13,920.00
Servilletas	20	20.00	400.00	64.00	464.00
Cubiertos (juegos)	10	200.00	2,000.00	320.00	2,320.00
TOTAL	66	5,069.00	36,014.00	5,762.24	41,776.24

FUENTE: Elaboración propia.

8.3 MOBILIARIO Y EQUIPO DE OFICINA.

El mobiliario y equipo de oficina, es el equipo necesario para llevar organizadamente la administración de la empresa.

**CUADRO 8.6
MOBILIARIO Y EQUIPO DE OFICINA
(PRECIOS CON IVA) (Pesos)**

CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO	SUBTOTAL	IVA	TOTAL
Computadora	1	7,514.00	7,514.00	1,202.24	8,716.24
Scanner	1	1,287.50	1,287.50	206.00	1,493.50
Impresora lasser	1	6,099.00	6,099.00	975.84	7,074.84
Estación de trabajo	2	4,033.00	8,066.00	645.28	8,711.28
Teléfono	2	1,404.00	2,808.00	224.64	3,032.64
Silla ejecutiva	2	875.50	1,751.00	140.08	1,891.08
Silla ejecutiva	4	610.80	2,443.20	97.73	2,540.93
Sillón de espera	2	2,942.50	5,885.00	470.80	6,355.80
Mesa impresora	1	557.70	557.70	89.23	646.93
Papelería en general	1	1,567.50	1,567.50	0.00	1,567.50
Archivero	1	558.25	558.25	89.32	647.57
TOTAL	18	27,449.75	38,537.15	4,141.16	42,678.31

FUENTE: Elaboración propia.

**CUADRO 8.7
EQUIPO DE TRANSPORTE
(PRECIOS SIN IVA) (Pesos)**

VEHICULO	PRECIO	IVA	TOTAL
TOYOTA	250,000	40,000	290,000

FUENTE: Elaboración propia.

El equipo de transporte, para trasladar la materia prima (los costales de café, la mantelería para renovar su utilización, como el lavado de manteles).

8.4 INVERSION FIJA TOTAL

La inversión total requerida para el inicio de operaciones, el equipo que ocupará el espacio físico necesario para el inicio de operaciones.

**CUADRO 8.8
INVERSION TOTAL REQUERIDA PARA INICIO DE OPERACIONES.**

CONCEPTO	CANTIDAD	IVA TOTAL	IMPORTE TOTAL
Terreno	1,491,662.07	0.00	1,491,662.07
Obra Civil	711,885.00	113,901.60	825,786.60
Maquinaria y Equipo	27,850.00	4,456.00	32,306.00
Equipo Auxiliar	36,014.00	5,762.24	41,776.24
Equipo de Transporte	250,000.00	40,000.00	290,000.00
Mobiliario y equipo de oficina	38,537.15	6,165.94	44,703.09
INVERSION FIJA TOTAL	2,555,948.22	170,285.78	2,726,234.00

FUENTE: Elaboración propia. (Pesos)

8.5 INVERSION DIFERIDA

La inversión diferida. Incluye los pagos necesarios, administrativos y legales para emprender el proyecto, son intangibles están sujetos a amortización y generalmente se recuperan a largo plazo.

**CUADRO 8.9
INVERSION DIFERIDA. (Pesos)**

CONCEPTO	COSTOS	IVA	IMPORTE TOTAL
Proyecto preinversión	50,000.00	0.00	50,000.00
Constitución legal	10,900.00	1,744.00	12,644.00
Licencia de uso de suelo	16,750.00	0.00	16,750.00
Contrato de energía eléctrica	3,000.00	480.00	3,480.00
Contrato de Servicio de agua	1,500.00	240.00	1,740.00
Contrato de teléfono (2)	7,000.00	1,120.00	8,120.00
Seguros	38,700.00	6,192.00	44,892.00
Imprevistos	23,500.00	0.00	23,500.00
TOTAL	151,350.00	9,776.00	161,126.00

FUENTE: Elaboración propia.

8.6 CAPITAL DE TRABAJO.

Son los recursos necesarios administrativamente para mantener las actividades del negocio, como el contar con un efectivo para cualquier contratamiento, los inventarios para mantener en óptimo la materia prima para el café y satisfacer la demanda del servicio, y el gas, la necesidad de que el negocio no se detenga es imprescindible.

CUADRO 8.10

CAPITAL DE TRABAJO. (Pesos)

CONCEPTO DE INVERSION	IMPORTE ORIGINAL	IVA TOTAL	IMPORTE TOTAL
Caja y Bancos	50,000.00	0.00	50,000.00
Cuentas por cobrar	0.00	0.00	0.00
Cuentas por pagar	0.00	0.00	0.00
Inventario de mat. Primas	52,000.00	8,320.00	60,320.00
Inventario de Combustible (gas)	0.00	0.00	0.00
	2,000.00	320.00	2,320.00
CAPITAL TOTAL DE TRABAJO	104,000.00	8,640.00	112,640.00

FUENTE: Elaboración propia.

Un efectivo en caja y bancos para adelantar sueldos y salarios.

Materia prima para cubrir por lo menos un mes de producción de café.

8.7 CAPITAL SOCIAL.

La cantidad total invertida por los socios (dueños de la empresa) para emprender el negocio y es el inicio de las operaciones del mismo.

CUADRO 8.11

CAPITAL SOCIAL. (Pesos)

CONCEPTO	IMPORTE	IVA	TOTAL
INVERSION FIJA	2,555,948.22	170,285.78	2,736,234.04
INVERSION DIFERIDA	151,350.00	9,776.00	161,126.00
CAPITAL DE TRABAJO	104,000.00	8,640.00	112,640.00
TOTAL	2,811,298.22	188,701.78	3,000,000.00

FUENTE: Elaboración propia.

8.8 PRESUPUESTO DE INGRESOS.

Este presupuesto lo conforman el total de costos y gastos para el inicio de operaciones, se proyectan y no están relacionados directamente con la actividad total. La estimación se realizó en base a experiencias pasadas de los socios. Aquí el costo se relaciona directamente con la producción y venta de los servicios, como lo es las materias primas, la mano de obra, el combustible, los energéticos; las comisiones por ventas, la promoción y las ofertas de temporada; las mermas y pérdidas y el mantenimiento preventivo.

CUADRO 8.12

**CUADRO DE INGRESOS ANUALES
(AÑO 1 AL 10) (Pesos)**

AÑO	CAPACIDAD INSTALADA	INGRESOS POR VENTAS
1	75%	2,250,000.00
2	80%	2,400,000.00
3	90%	2,700,000.00
4	100%	3,000,000.00
5	100%	3,000,000.00
6	100%	3,000,000.00
7	100%	3,000,000.00
8	100%	3,000,000.00
9	100%	3,000,000.00
10	100%	3,000,000.00

FUENTE: Elaboración propia.

8.9 MATERIAS PRIMAS.

En el cuadro siguiente aparecen las cantidades de café que se utilizarán en la oferta del servicio como resultado de la demanda consultada. El café proviene de diferentes lugares como lo es Veracruz, Morelos, Michoacán, Oaxaca, Guerrero, Chiapas y Puebla por así convenir a los intereses del proyecto, y de la optimización de los gastos de la empresa.

CUADRO 8.13***MATERIAS PRIMAS. (Kilos, Pesos)***

CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Café de grano	500	250	125,000
Café arabigo	150	80	12,000
Café robusta	50	50	2,500
Café bourbón	50	60	3,000
Café mundo novo	45	65	2,925
Café maragogipe	30	75	2,250
Café caturra	30	80	2,400
Café garnica	25	80	2,000
Café catuai	30	95	2,850
Leche LALA (*)	1	140	140
Leche Alpura	1	135	135
TOTAL	912	1110	155,200

FUENTE: Elaboración propia. (*) Cajas.

8.10 MANO DE OBRA.

El cuadro de sueldos y salarios, el personal necesario para el ofrecimiento del servicio, con la mano de obra directa e indirecta.

CUADRO 8.14
SUELDOS Y SALARIOS. (Pesos)

CONCEPTO	NUM	SALARIO	SUB TOTAL	PRESTACIONES 30%	TOTAL	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
CONTADOR	1	5,000	5,000	1,500	6,500	6,500	78,000
MESEROS	4	2,500	10,000	3,000	13,000	13,000	156,000
COCINERAS	4	3,500	14,000	4,200	18,200	4,550	54,600
AYUDANTE	2	2,000	4,000	1,200	5,200	5,200	62,400
SUBTOTAL MANO DE OBRA DIRECTA						29,250	351,000
MANO DE OBRA INDIRECTA							
DIRECTOR	1	10,000	10,000	3,000	13,000	13,000	156,000
SECRETARIA	1	3,000	3,000	900	3,900	3,900	46,800
CHOFER	1	3,000	3,000	900	3,900	3,900	46,800
SUBTOTAL MANO DE OBRA INDIRECTA						20,800	249,600
TOTAL MANO DE OBRA						50,050	600,600

FUENTE: Elaboración propia.

8.11 ENERGÉTICOS, MANTENIMIENTO Y SERVICIOS.

El cuadro siguiente muestra los gastos necesario que se llevarán a cabo para que el negocio inicie, y mantenerse en principio por lo menos un año, y los subsiguientes. Sin ellos el proyecto no puede mantenerse.

CUADRO 8.15
ENERGETICOS, MANTENIMIENTO Y SERVICIOS. (Pesos)

CONCEPTO	IMPORTE	PERODICIDAD	ANUAL
Energía	3,000	Bimestral	18,000
Agua	700	Bimestral	4,200
Teléfono	800	Mensual	9,600
Internet	400	Mensual	4,800
Predial			
Combustible y gas	4000		48,000
Mantenimiento	300	Mensual	3,600
Seguros			10,000
TOTAL	9,200		98,200

FUENTE: Elaboración propia.

8.12 COSTOS ANUALES.

El cuadro siguiente muestra el resumen de los gastos que serán necesarios para mantener en funcionamiento el proyecto de cafetería, tanto como para ponerlo en marcha.

CUADRO 8.16
CUADRO GENERAL DE COSTOS ANUALES. (Pesos)

CONCEPTO DE COSTO	IMPORTE
MATERIAS PRIMAS	155,200.00
MANO DE OBRA DIRECTA	351,000.00
MANO DE OBRA INDIRECTA	249,600.00
ENERGETICOS Y MANTENIMIENTO	98,200.00
TOTAL	854,000.00

FUENTE: Elaboración propia.

8.13 CUADRO DE EGRESOS.

En el siguiente cuadro se muestran los gastos en el que la empresa incurre para ofrecer el servicio de café, así como la administración del negocio.

**CUADRO 8.17
CUADRO DE EGRESOS DEL AÑO 1 AL AÑO 10. (Pesos)**

CONCEPTOS	AÑO 1 Operando al 70%	AÑO 2 Operando al 80%	AÑO 3 Operando al 85 %	AÑO 4 Operando al 90 %	AÑO 5 Operando al 100 %
MATERIAS PRIMAS	1,303,680.00	1,489,920.00	1,583,040.00	1,676,160.00	1,862,400.00
COSTOS FIJOS					
ENERGIA Y SERVICIOS	68,740.00	78,560.00	83,470.00	88,380.00	98,200.00
MANO DE OBRA DIRECTA	351,000.00	351,000.00	351,000.00	351,000.00	351,000.00
MANO DE OBRA INDIRECTA	249,600.00	249,600.00	249,600.00	249,600.00	249,600.00
DEPRECIACION	75,921.32	70,917.00	70,917.00	70,917.00	70,917.00
AMORTIZACION	7,500.00	7,155.74	7,155.74	7,155.74	7,155.74
TOTAL	2,056,441.32	2,247,152.74	2,345,182.74	2,443,212.74	2,639,272.74

FUENTE: Elaboración propia.

8.14 DEPRECIACION.

La depreciación representa la pérdida de valor de un activo como resultado de

- El paso del tiempo y de su uso
- Por la obsolescencia de la maquinaria
- La vida útil que se le asigne

De acuerdo a lo estipulado por la Ley mexicana del Impuesto sobre la Renta.

**CUADRO 8.18
DEPRECIACION. (Pesos)**

CONCEPTO	AÑOS	INVERSION INICIAL	%	DEPRECIACION ANUAL	CARGO ANUAL 2 AL 10	VALOR DE RESCATE
Terreno		1,491,662.07	0	0.00	0.00	1,491,662.07
Obra civil		711,885.00	5	355,942.50	0.00	0.00
Maquinaria y equipo	10	29,350.00	10	2,935.00	2,935.00	
Equipo auxiliar	10	14,850.00	10	1,485.00	1,485.00	
Equipo de transporte	4	250,000.00	25	62,500.00	62,500.00	53,750.00
Equipo de oficina	10	39,970.00	10	3,997.00	3,997.00	
Equipo de computo	2	15,028.00	33	5,004.32	0.00	13,270.05
TOTAL		2,552,745.07		431,863.82	70,917.00	1,558,682.12

FUENTE: Elaboración propia.

8.15 AMORTIZACIÓN.

Los gastos que causa el llevar a cabo la inversión diferida y de acuerdo a la Ley del Impuesto sobre la Renta en México.

CUADRO 8.19
AMORTIZACION. (Pesos)

CONCEPTO	AÑOS	MONTO	%	AMORTIZACION ANUAL	CARGO ANUAL 2 AL 10
Proyecto preinversión	10	50,000.00	10	5,000.00	5,000.00
Constitución legal	10	10,000.00	10	1,000.00	1,000.00
Licencia uso de suelo	10	15,000.00	10	1,500.00	1,500.00
Licencia de construcción	0	0.00	10	0.00	0.00
TOTAL		75,000.00		7,500.00	7,155.74

FUENTE: Elaboración propia.

8.16 GASTOS DE OPERACIÓN ANUAL.

Este cuadro incluye los gastos en efectivo y los gastos virtuales (depreciación y amortización), y que decrecen por la depreciación del equipo auxiliar, de acuerdo a la Ley del Impuesto sobre la Renta.

CUADRO 8.20
DETERMINACION DE LOS GASTOS DE OPERACIÓN ANUAL. (Pesos)

CONCEPTO DE GASTOS DE OPERACIÓN	GASTOS EN EFECTIVO	GASTOS VIRTUALES	GASTO TOTAL ANUAL
1	98,200.00	94,272.00	192,472.00
2	98,200.00	70,917.00	169,117.00
3	98,200.00	70,917.00	169,117.00
4	98,200.00	70,917.00	169,117.00
5	98,200.00	70,917.00	169,117.00
6	98,200.00	70,917.00	169,117.00
7	98,200.00	70,917.00	169,117.00
8	98,200.00	70,917.00	169,117.00
9	98,200.00	70,917.00	169,117.00
10	98,200.00	70,917.00	169,117.00

FUENTE: Elaboración propia.

8.17 CALENDARIO DE INVERSIONES.

Tal como muestra el cuadro siguiente, la columna del año cero se refiere al periodo en que se está instalando el proyecto, es decir, remodelando, instalando el equipo, las mesas, sillas, pintado y acondicionamiento del lugar físico donde estará el proyecto. Aquí solo se considerarán incrementos en las inversiones en materias primas hasta alcanzar el 100% de la capacidad instalada. Se considerarán gastos para la reposición de los activos que llegan a su periodo cero como resultado de su depreciación. No hay incrementos de lo depositado en bancos.

**CUADRO 8.21
CALENDARIO DE INVERSIONES. (Pesos)**

CONCEPTO DE INVERSION	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
INVERSIONES FIJAS	2,555,948	0	0	0	78,874	425,546	0	78,874	0	425,546	78,874
INVERSIONES DIFERIDAS	151,350	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
CAPITAL DE TRABAJO	104,000	0	397,576,400	397,576,400	397,576,400	397,576,400	0	0	0	0	0
IVA PAGADO	188,702	0	1,003	1,003	11,454	57,389	0	10,451	0	56,386	10,451
FLUJO DE INVERSIONES Y REINVERSIONES	3,000,000	0	397,577,403	397,577,403	397,666,728	398,059,335	0	89,326	0	481,932	89,326

FUENTE: Elaboración propia.

8.18 PUNTO DE EQUILIBRIO.

Para el punto de equilibrio, este se determina en base a los costos fijos, los costos directos y los ingresos por servicio.

En este punto no existen ni pérdidas ni ganancias y se determina de la siguiente manera:

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{\text{Gastos de operación}}{\text{Margen por peso vendido}}$$

El margen por peso vendido se calcula como

$$\text{Margen} = \frac{\text{Utilidad Bruta}}{\text{Ingresos por venta}}$$

Para el primer año por ejemplo este es de \$ 213, 937.76 lo que indica que se necesita esta cantidad para que no se generen ni pérdidas ni ganancias.

Para los años cinco, siete, nueve y diez, esta cantidad disminuye, debido a las variaciones de los gastos virtuales disminuyen de un año a otro.

La necesidad de establecer un análisis de equilibrio de formación por competencias, basado en nuestro modelo, es que posea cultura política, económica, preparación fuente en la ciencia básica y una formación profesional básica.

Las competencias tienen que ser integradoras de conocimientos, habilidades, actitudes y capacidades, tienen que ser competencias para formar al hombre para la vida, no para formarlos para un puesto de trabajo.

No formar un graduado trabajador desechable, que una vez concluido su ciclo productivo planificado, quede desamparado en el mundo del trabajo, es decir no formar maquinas, sino hombres para la vida.

CUADRO 8.22
PUNTO DE EQUILIBRIO. (Pesos y Porcentajes)

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
UTILIDAD BRUTA	2,181,260.00	2,321,440.00	2,616,530.00	2,911,620.00	2,901,800.00	2,901,800.00	2,901,800.00	2,901,800.00	2,901,800.00	2,901,800.00
VENTAS	2,250,000.00	2,400,000.00	2,700,000.00	3,000,000.00	3,000,000.00	3,000,000.00	3,000,000.00	3,000,000.00	3,000,000.00	3,000,000.00
MARGEN	0.9694	0.9673	0.9691	0.9705	0.9673	0.9673	0.9673	0.9673	0.9673	0.9673
GASTOS DE OPERACIÓN	181,621.32	176,272.74	176,272.74	176,272.74	176,272.74	176,272.74	176,272.74	176,272.74	176,272.74	176,272.74
PUNTO EQUILIBRIO	187,344.92	182,238.00	181,896.02	181,623.36	182,238.00	182,238.00	182,238.00	182,238.00	182,238.00	182,238.00
COMO PORCENTAJE PRONOSTICO DE VENTAS	0.0833	0.0759	0.0674	0.0605	0.0607	0.0607	0.0607	0.0607	0.0607	0.0607

FUENTE: Elaboración propia.

CAPITULO IX

EVALUACION FINANCIERA DEL PROYECTO.

9.0 EVALUACION FINANCIERA DEL PROYECTO.

Como la empresa es de carácter privado, y los precios de los factores involucrados son precios de mercado, negocio formado por socios, y la existencia de los valores analizados presentan aspectos de descuento o actualizaciones es la forma en que se presentan estos análisis.

Los llamados estados financieros pro forma presentan la situación futura en que en un momento dado se encontrará la empresa. Estos estados se presentan normalmente como el estado de resultados, el estado de usos y fuentes de efectivo y el balance general. El llamado estado de resultados de la empresa presenta un resumen de las operaciones realizada durante un año de la empresa. Los ingresos y los gastos se presentan aquí en bloque, y la utilidad neta como resultado del actuar de la empresa. La utilidad se muestra por año, hasta los 10 años como periodo de gracia en el horizonte de planeación del proyecto de inversión. De manera semejante se presentan los costos y gastos en los que incurre la empresa para generar y ofrecer el servicio a los futuros clientes.

En el cuadro abajo se muestra asimismo, el correspondiente impuesto sobre la renta que aplica el gobierno federal y la participación de los trabajadores de las utilidades de la empresa tal como marca la ley.

La operación de la empresa, debido a la remodelación y acondicionamiento, inicia con el 70% al operar en el primer año, posteriormente en el segundo año, al 80%, el tercero al 85%, el cuarto al 90%, y finalmente se espera alcanzar en el quinto año el 100% de la capacidad de operación de la empresa.

9.1 ESTADO DE FUENTES Y USOS DE EFECTIVO.

Este estado de fuentes y usos tiene la finalidad de verificar si la empresa tiene la capacidad de remplazar el equipo utilizado para la elaboración de café, complementar el capital necesario para, en su caso incrementar la actividad del servicio, dado un aumento de la demanda del consumidor; el tener la capacidad de pago para con sus proveedores, intermediarios financieros y de su propio personal que labora en la empresa. Permite visualizar un panorama de la evolución económica financiera del proyecto, y finalmente, dadas las ganancias obtenidas, repartir dividendos entre sus socios.

CUADRO 9.1
ESTADO DE RESULTADOS. (Pesos)

CONCEPTO	AÑO 1 OPERANDO AL 75%	AÑO 2 OPERANDO AL 80%	AÑO 3 OPERANDO AL 90%	AÑO 4 OPERANDO AL 100%	AÑO 5 OPERANDO AL 100%	AÑO 6 OPERANDO AL 100%	AÑO 7 OPERANDO AL 100%	AÑO 8 OPERANDO AL 100%	AÑO 9 OPERANDO AL 100%	AÑO 10 OPERANDO AL 100%
INGRESOS x VENTAS	2,250,000.00	2,400,000.00	2,700,000.00	3,000,000.00	3,000,000.00	3,000,000.00	3,000,000.00	3,000,000.00	3,000,000.00	3,000,000.00
COSTO DE PRODUCCION	68,740.00	78,560.00	83,470.00	88,380.00	98,200.00	98,200.00	98,200.00	98,200.00	98,200.00	98,200.00
UTILIDAD BRUTA	2,181,260.00	2,321,440.00	2,616,530.00	2,911,620.00	2,901,800.00	2,901,800.00	2,901,800.00	2,901,800.00	2,901,800.00	2,901,800.00
GASTOS DE OPERACIÓN	181,621.32	176,272.74	176,272.74	176,272.74	176,272.74	176,272.74	176,272.74	176,272.74	176,272.74	176,272.74
UTILIDAD DE OPERACIÓN	1,999,638.68	2,145,167.26	2,440,257.26	2,735,347.26	2,725,527.26	2,725,527.26	2,725,527.26	2,725,527.26	2,725,527.26	2,725,527.26
GASTOS FINANCIEROS	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	1,999,638.68	2,145,167.26	2,440,257.26	2,735,347.26	2,725,527.26	2,725,527.26	2,725,527.26	2,725,527.26	2,725,527.26	2,725,527.26
ISR 30%	599,891.60	643,550.18	732,077.18	820,604.18	817,658.18	817,658.18	817,658.18	817,658.18	817,658.18	817,658.18
RETENCION DE UTILIDADES 10%	199,963.87	214,516.73	244,025.73	273,534.73	272,552.73	272,552.73	272,552.73	272,552.73	272,552.73	272,552.73
UTILIDAD NETA	1,199,783.21	1,287,100.36	1,464,154.36	1,641,208.36	1,635,316.36	1,635,316.36	1,635,316.36	1,635,316.36	1,635,316.36	1,635,316.36

FUENTE: Elaboración propia.

CUADRO 9.2
ESTADO DE FUENTES Y USOS DE EFECTIVO. (Pesos)

CONCEPTO DE EFECTIVO	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
FUENTES											
CAPITAL SOCIAL	3,000,000.00										
UTILIDAD NETA		1,199,783.21	1,287,100.36	1,464,154.36	1,641,208.36	1,635,316.36	3,300,000.00	3,300,000.00	3,300,000.00	3,300,000.00	3,300,000.00
VIRTUALES		94,272.00	70,917.00	70,917.00	70,917.00	70,917.00	70,917.00	70,917.00	70,917.00	70,917.00	70,917.00
IVA RECUPERADO		75,029.44	0.00	505.97	505.97	5,780.30	28,962.21	0.00	5,274.33	0.00	28,456.24
VALOR DE RESCATE											
TOTAL FUENTES		1,369,084.65	1,358,017.36	1,535,577.33	1,712,631.33	1,712,013.66	3,399,879.21	3,370,917.00	3,376,191.33	3,370,917.00	3,399,373.24
USOS											
INVERSION FIJA	2,565,719.00	0.00	0.00	0.00	39,850.00	215,000.00	0.00	39,850.00	0.00	215,000.00	39,850.00
INVERSION DIFERIDA	141,350.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
CAPITAL DE TRABAJO	104,000.00	0.00	6,294.19	6,294.19	6,294.19	6,294.19	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
IVA PAGADO	188,931.00	0.00	505.97	505.97	5,780.30	28,962.21	0.00	5,274.33	0.00	28,456.24	5,274.33
TOTAL DE USOS	3,000,000.00	0.00	6,800.17	6,800.17	51,924.50	250,256.40	0.00	45,124.33	0.00	243,456.24	45,124.33
SALDO DE CAJA	50,000.00	1,369,084.65	1,351,217.19	1,528,777.16	1,660,706.83	1,461,757.26	3,399,879.21	3,325,792.67	3,376,191.33	3,127,460.76	3,354,248.91

FUENTE: Elaboración propia.

9.2 VALOR PRESENTE NETO.

La presentación del valor presente neto es con la finalidad de incorporar el valor del dinero en el tiempo, y nos permite saber si el proyecto de entrada, es aceptable. Con el objetivo de realizar comparaciones de los flujos de efectivo en el tiempo y a diferentes periodos a considerar.

Para proyectar el valor presente de los flujos de efectivo y evaluar el proyecto se toma en cuenta la tasa de Cetes (Certificados de tesorería) a 91 días y el promedio de inflación en el año. Aunque existen criterios diferentes, es más conveniente utilizar esta aplicación. También conocida como TREMA (Tasa de Riesgo Mínima).

$$R_R = \frac{1 + R_N}{1 + R_I}$$

Donde:

R_R = Factor de actualización

R_N = Tasa de cetes a 91 días

R_I = Tasa de inflación en el periodo

$$R_R = \frac{1 + 0.04489}{1 + 0.0402} = 1.0045$$

El resultado de este cociente significará comparar las utilidades esperadas con los costos necesarios para obtener ganancias en el proyecto en el tiempo presente.

Para calcular el factor de actualización del proyecto, es decir, traer el dinero futuro al presente y evaluar el proyecto se utiliza la siguiente expresión que es el interés compuesto a valor presente.

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

Cada valor del flujo de efectivo se divide o multiplica por este factor para obtener este flujo actualizado.

Se calculará posteriormente la tasa interna de retorno para el proyecto como aquella que define la rentabilidad del proyecto.

La **tasa interna de retorno** o **tasa interna de rentabilidad** (TIR) de una inversión, está definida como la tasa de interés con la cual el valor actual neto o valor presente neto (VAN o VPN) es igual a cero. El VAN o VPN es calculado a partir del flujo de caja anual, trasladando todas las cantidades futuras al presente. Es un indicador de la rentabilidad de un proyecto, a mayor TIR, mayor rentabilidad.

De entrada como se menciona antes, el proyecto se evalúa calculando el VPN (Valor Presente Neto), el cual es igual a la diferencia del valor presente de los beneficios y el valor de la inversión total:

$$\text{VPN} = 20,270,921.14 - 3,000,000.00 = 17,270,921.14$$

Esto indica que el VPN es positivo.

Si VPN es cero o positivo, el proyecto se acepta

Si VPN es negativo, el proyecto debe rechazarse.

En este caso el proyecto se acepta, porque el VPN es positivo.

CUADRO 9.3

VALOR PRESENTE DE LOS BENEFICIOS

	FLUJOS DE EFECTIVO	FACTOR DE ACTUALIZACION	FLUJO ACTUALIZADO
	-3,000,000.00		
1	1,369,084.65	0.995520	1,362,951.37
2	1,351,217.19	0.991060	1,339,137.83
3	1,528,777.16	0.986621	1,508,323.04
4	1,660,706.83	0.982201	1,631,147.40
5	1,461,757.26	0.977801	1,429,307.11
6	3,399,879.21	0.973420	3,309,511.10
7	3,325,792.67	0.969059	3,222,890.75
8	3,376,191.33	0.964718	3,257,073.22
9	3,127,460.76	0.960396	3,003,602.10
10	3,354,248.91	0.956094	3,206,977.23
SUMA DE FLUJOS ACTUALIZADOS			23,270,921.14
INVERSION INICIAL			3,000,000.00
VALOR PRESENTE DE LOS BENEFICIOS			20,270,921.14

FUENTE: Elaboración propia.

9.3 RELACION BENEFICIO COSTO.

Esta relación nos dice cuánto se puede obtener por cada peso invertido en el proyecto, es decir, expresa la rentabilidad del mismo. Es la utilidad que se obtiene por cada peso invertido. Esta relación se calcula mediante el cociente del valor presente de los beneficios y la inversión inicial (total), bajo el siguiente criterio:

Si la relación B/C es > 1 , el proyecto se acepta

Si la relación B / C es $= 1$, el proyecto debe revisarse.

Si la relación B/C es < 1 , se rechaza el proyecto.

Como $B / C = 20,270,921.14 / 3,000,000 = 6.76$, es mayor a uno por lo que el proyecto debe aceptarse. La utilidad significa aquí que por cada peso de inversión, se obtienen 5.76 pesos de ganancia, se invierte un peso, se recupera ese peso, y adicionalmente, se gana 5.76 pesos. Si se invierten \$ 100,000 pesos, entonces se recuperan esos \$ 676,000 pesos, y adicionalmente se ganan \$ 576,000 pesos.

Si se invierte un millón, entonces se obtienen 6,760,000 pesos de utilidad.

9.4 TASA INTERNA DE RETORNO.

Se utiliza para decidir sobre la aceptación o rechazo de un proyecto de inversión. Para ello, la TIR se compara con una tasa mínima o tasa de corte, el coste de oportunidad de la inversión (si la inversión no tiene riesgo, el coste de oportunidad utilizado para comparar la TIR será la tasa de rentabilidad libre de riesgo). Si la tasa de rendimiento del proyecto - expresada por la TIR- supera la tasa de corte, se acepta la inversión; en caso contrario, se rechaza.

Esta tasa representa un método que proporciona otra medida de la rentabilidad de un negocio o proyecto, equivale a la tasa de interés que dicho negocio va a dar a la persona(s), o socios que invirtieron su dinero en este proyecto.

La TIR, es la tasa que hace que el valor presente neto de los flujos de efectivo del negocio sea igual a cero.

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{V_F t}{(1 + TIR)^t} - I_0 = 0$$

Donde $V_F t$, es el Flujo de caja en el periodo t . I_0 es la inversión inicial en el año cero.

Como ya se ha comentado anteriormente, la **TIR** o tasa de rendimiento interno, es una herramienta de toma de decisiones de inversión utilizada para conocer la factibilidad de diferentes opciones de inversión.

Aunque la TIR, también se puede calcular mediante la siguiente formula de interpolación, como se realiza en este proyecto:

$$TIR = I_1 + \left[(I_2 - I_1) \frac{VPN_1}{|VPN_1| + |VPN_2|} \right]$$

I_1 = tasa menor con la que se calcula el VPN del proyecto y cuyo resultado debe ser positivo.

I_2 = tasa alta o mayor, con la que se calcula el VPN del proyecto y cuyo resultado debe ser negativo.

$|VPN_1|$ VPN de la tasa menor, en sus valores absolutos

$|VPN_2|$ VPN de la tasa mayor, en sus valores absolutos.

La expresión anterior de la TIR proviene de un proceso de interpolación, pero no se demostrará aquí.

CUADRO 9.4

53.443% COMO FACTOR DE ACTUALIZACION. (Pesos)

	FLUJOS DE EFECTIVO	FACTOR DE ACTUALIZACION	FLUJO ACTUALIZADO
	-3,000,000.00		
1	1,369,084.65	0.651708	892,243.14
2	1,351,217.19	0.424723	573,893.10
3	1,528,777.16	0.276795	423,158.38
4	1,660,706.83	0.180390	299,574.37
5	1,461,757.26	0.117561	171,846.17
6	3,399,879.21	0.076616	260,483.97
7	3,325,792.67	0.049931	166,060.22
8	3,376,191.33	0.032540	109,862.73
9	3,127,460.76	0.021207	66,323.61
10	3,354,248.91	0.013821	46,357.98
SUMA DE FLUJOS ACTUALIZADOS			3,009,803.66
INVERSION INICIAL			3,000,000.00
VALOR PRESENTE DE LOS BENEFICIOS			9,803.66

FUENTE: Elaboración propia.

CUADRO 9.5

53.80% COMO FACTOR DE ACTUALIZACION. (Pesos)

	FLUJOS DE EFECTIVO	FACTOR DE ACTUALIZACION	FLUJO ACTUALIZADO
	-3,000,000.00		
1	1,369,084.65	0.650618	890,751.23
2	1,351,217.19	0.423304	571,975.50
3	1,528,777.16	0.275409	421,039.25
4	1,660,706.83	0.179186	297,575.73
5	1,461,757.26	0.116582	170,414.26
6	3,399,879.21	0.075850	257,881.56
7	3,325,792.67	0.049350	164,126.27
8	3,376,191.33	0.032108	108,401.70
9	3,127,460.76	0.020890	65,332.17
10	3,354,248.91	0.013591	45,588.64
SUMA DE FLUJOS ACTUALIZADOS			2,993,086.30
INVERSION INICIAL			3,000,000.00
VALOR PRESENTE DE LOS BENEFICIOS			-6,913.70

FUENTE: Elaboración propia.

$$TIR = 53.443 + \left[(53.70 - 53.443) \frac{9,803.66}{|9,803.66| + |-6,913.70|} \right]$$

TIR = 53.59 %

Criterio de decisión:

Si la TIR es mayor que la TREMA (Tasa mínima de riesgo), aquí es igual a 1.04489, correspondiente a los Cetes. El proyecto se acepta.

Si la TIR es menor que la TREMA, el proyecto se rechaza.

Como la TIR es del 53.59%, mayor que la TREMA, el proyecto representa una atractiva inversión alternativa. Los puntos porcentuales en que la TIR es mayor que la TREMA representan el premio por el riesgo que se asume al invertir en la empresa. En este caso el negocio de cafetería Aioro's Coffee.

9.5 PERIODO DE RECUPERACION DE LA INVERSION.

El tiempo que tardan las utilidades acumuladas en ser iguales al monto de la inversión inicial, en el punto de equilibrio.

CUADRO 9.6
PERIODO DE RECUPERACION DE LA INVERSION. FACTOR
DE ACTUALIZACION 0.45% (Pesos)

	FLUJOS DE EFECTIVO	FACTOR DE ACTUALIZACION	FLUJO ACTUALIZADO	SUMA ACUMULADA
	-3,000,000.00			-3,000,000.00
1	1,369,084.65	0.995520	1,362,951.37	-1,637,048.63
2	1,351,217.19	0.991060	1,339,137.83	-297,910.80
3	1,528,777.16	0.986621	1,508,323.04	1,210,412.23
4	1,660,706.83	0.982201	1,631,147.40	2,841,559.63
5	1,461,757.26	0.977801	1,429,307.11	4,270,866.74
6	3,399,879.21	0.973420	3,309,511.10	7,580,377.84
7	3,325,792.67	0.969059	3,222,890.75	10,803,268.59
8	3,376,191.33	0.964718	3,257,073.22	14,060,341.81
9	3,127,460.76	0.960396	3,003,602.10	17,063,943.91
10	3,354,248.91	0.956094	3,206,977.23	20,270,921.14
SUMA DE FLUJOS ACTUALIZADOS			23,270,921.14	73,166,732.46
INVERSION INICIAL			3,000,000.00	

FUENTE: Elaboración propia.

$$PER = (3 - 2) + \frac{|-297,910.80|}{1,210,412.23} = 1.25 \quad PER = (N - 1) + \frac{|FA|(n - 1)}{(F)n}$$

1.25, es decir, un año, 3 meses, es el punto de equilibrio, en ese tiempo, y de ahí en adelante se comienzan a obtener ganancias para el proyecto.

9.6 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.

Para el análisis de sensibilidad se considera un factor de riesgo del 8% de incremento en los costos de producción, tomando en cuenta desde el año 1 al año diez, y calculando nuevamente la TIR, la relación beneficio costo y el periodo de recuperación de la inversión. Esto se hace con el fin de saber que el proyecto sigue siendo rentable, y si algunas variables cambian sustancialmente, debido al aumento de la mano de obra, la materia prima, el efecto de la inflación, etcétera.

CUADRO 9.7
ESTADO DE RESULTADOS. (Pesos)
Incremento en los costos de producción, 8%

CONCEPTO	AÑO 1 OPERANDO AL 75%	AÑO 2 OPERANDO AL 80%	AÑO 3 OPERANDO AL 90%	AÑO 4 OPERANDO AL 100%	AÑO 5 OPERANDO AL 100%	AÑO 6 OPERANDO AL 100%	AÑO 7 OPERANDO AL 100%	AÑO 8 OPERANDO AL 100%	AÑO 9 OPERANDO AL 100%	AÑO 10 OPERANDO AL 100%
VENTAS	2,250,000.00	2,400,000.00	2,700,000.00	3,000,000.00						
COSTO DE PRODUCCION	68,740.00	78,560.00	83,470.00	88,380.00	98,200.00	98,200.00	98,200.00	98,200.00	98,200.00	98,200.00
INCREMENTO EN LOS COSTOS PRODUCCION	5,499.20	6,284.80	6,677.60	7,070.40	7,856.00	7,856.00	7,856.00	7,856.00	7,856.00	7,856.00
COSTO DE PRODUCCION AUMENTADO	74,239.20	84,844.80	90,147.60	95,450.40	106,056.00	106,056.00	106,056.00	106,056.00	106,056.00	106,056.00
UTILIDAD BRUTA	2,175,760.80	2,315,155.20	2,609,852.40	2,904,549.60	2,893,944.00	2,893,944.00	2,893,944.00	2,893,944.00	2,893,944.00	2,893,944.00
GASTOS DE OPERACIÓN	181,621.32	176,272.74	176,272.74	176,272.74	176,272.74	176,272.74	176,272.74	176,272.74	176,272.74	176,272.74
UTILIDAD DE OPERACIÓN	1,994,139.48	2,138,882.46	2,433,579.66	2,728,276.86	2,717,671.26	2,717,671.26	2,717,671.26	2,717,671.26	2,717,671.26	2,717,671.26
GASTOS FINANCIEROS	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	2,175,760.80	2,315,155.20	2,609,852.40	2,904,549.60	2,893,944.00	2,893,944.00	2,893,944.00	2,893,944.00	2,893,944.00	2,893,944.00
ISR 30%	652,728.24	694,546.56	782,955.72	871,364.88	868,183.20	868,183.20	868,183.20	868,183.20	868,183.20	868,183.20
RETENCION DE UTILIDADES 10%	217,576.08	231,515.52	260,985.24	290,454.96	289,394.40	289,394.40	289,394.40	289,394.40	289,394.40	289,394.40
UTILIDAD NETA	1,305,456.48	1,389,093.12	1,565,911.44	1,742,729.76	1,736,366.40	1,736,366.40	1,736,366.40	1,736,366.40	1,736,366.40	1,736,366.40

FUENTE: Elaboración propia. Incremento de 8% en los costos de producción.

CUADRO 9.8

ESTADO DE FUENTES Y USOS DE EFECTIVO. INCREMENTO EN COSTOS 8%

CONCEPTO DE EFECTIVO	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
FUENTES											
CAPITAL SOCIAL	3,000,000.00										
UTILIDAD NETA		1,305,456.48	1,389,093.12	1,565,911.44	1,742,729.76	1,736,366.40	1,736,366.40	1,736,366.40	1,736,366.40	1,736,366.40	1,736,366.40
VIRTUALES		83,421.32	78,072.74	78,072.74	78,072.74	78,072.74	78,072.74	78,072.74	78,072.74	78,072.74	78,072.74
IVA RECUPERADO		75,029.44	0.00	505.97	505.97	5,780.30	28,962.21	0.00	5,274.33	0.00	28,456.24
VALOR DE RESCATE											
TOTAL FUENTES		1,463,907.24	1,467,165.86	1,644,490.15	1,821,308.47	1,820,219.44	1,843,401.35	1,814,439.14	1,819,713.47	1,814,439.14	1,842,895.38
USOS											
INVERSION FIJA	2,565,719.00	0.00	0.00	0.00	39,850.00	215,000.00	0.00	39,850.00	0.00	215,000.00	39,850.00
INVERSION DIFERIDA	141,350.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
CAPITAL DE TRABAJO	104,000.00	0.00	6,294.19	6,294.19	6,294.19	6,294.19	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
IVA PAGADO	188,931.00	0.00	505.97	505.97	5,780.30	28,962.21	0.00	5,274.33	0.00	28,456.24	5,274.33
TOTAL DE USOS	3,000,000.00	0.00	6,800.17	6,800.17	51,924.50	250,256.40	0.00	45,124.33	0.00	243,456.24	45,124.33
SALDO DE CAJA	50,000.00	1,463,907.24	1,460,365.69	1,637,689.99	1,769,383.98	1,569,963.04	1,843,401.35	1,769,314.81	1,819,713.47	1,570,982.90	1,797,771.05

FUENTE: Elaboración propia.

9.7 VALOR PRESENTE NETO. ANALISIS DE SENSIBILIDAD 1.

CUADRO 9.9
VALOR PRESENTE NETO. (Pesos)

	FLUJOS DE EFECTIVO	FACTOR DE ACTUALIZACION	FLUJO ACTUALIZADO
0	-3,000,000.00		
1	1,463,907.24	0.9955202	1,457,349.17
2	1,460,365.69	0.9910604	1,447,310.59
3	1,637,689.99	0.9866206	1,615,778.67
4	1,769,383.98	0.9822007	1,737,890.17
5	1,569,963.04	0.9778006	1,535,110.79
6	1,843,401.35	0.9734202	1,794,404.11
7	1,769,314.81	0.9690594	1,714,571.20
8	1,819,713.47	0.9647182	1,755,510.70
9	1,570,982.90	0.9603964	1,508,766.35
10	1,797,771.05	0.9560940	1,718,838.10
SUMA FLUJOS ACTUALIZADOS			16,285,529.84
INVERSION INICIAL			3,000,000.00
VALOR PRESENTE DE LOS BENEFICIOS			13,285,529.84

FUENTE: Elaboración propia.

$$\text{VPN} = 13,285,529.84 - 3,000,000 = 10,285,529.84$$

$$\text{RELACION BENEFICIO / COSTO} = 13,285,529.84 / 3,000,000 = 4.43$$

Como se puede apreciar el VPN es positivo, y la relación beneficio / costo es de 4.43, es decir, que al invertir 1 peso, se recuperan el peso, y se tienen \$ 3.43 pesos de ganancia. Si se invierten \$ 100,000 pesos, se recuperan \$ 343,000. Si se invierte un millón, se recupera el millón más \$ 3,430,000 pesos, por lo que el proyecto es viable.

9.8 TASA INTERNA DE RETORNO. ANALISIS DE SENSIBILIDAD 1.

CUADRO 9.10

TASA INTERNA DE RETORNO.

51.11% COMO FACTOR DE ACTUALIZACION. (Pesos)

	FLUJOS DE EFECTIVO	FACTOR DE ACTUALIZACION	FLUJO ACTUALIZADO
0	-3,000,000.00		
1	1,463,907.24	0.6617696	968,769.27
2	1,460,365.69	0.4379390	639,551.04
3	1,637,689.99	0.2898147	474,626.60
4	1,769,383.98	0.1917905	339,351.11
5	1,569,963.04	0.1269211	199,261.50
6	1,843,401.35	0.0839925	154,831.98
7	1,769,314.81	0.0555837	98,345.09
8	1,819,713.47	0.0367836	66,935.63
9	1,570,982.90	0.0243423	38,241.30
10	1,797,771.05	0.0161090	28,960.25
SUMA FLUJOS ACTUALIZADOS			3,008,873.77
INVERSION INICIAL			3,000,000.00
VALOR PRESENTE DE LOS BENEFICIOS			8,873.77

FUENTE: Elaboración propia.

CUADRO 9.11

51.33% COMO FACTOR DE ACTUALIZACION. (Pesos)

	FLUJOS DE EFECTIVO	FACTOR DE ACTUALIZACION	FLUJO ACTUALIZADO
0	-3,000,000.00		
1	1,463,907.24	0.6608075	967,360.89
2	1,460,365.69	0.4366666	637,692.87
3	1,637,689.99	0.2885525	472,559.61
4	1,769,383.98	0.1906777	337,382.04
5	1,569,963.04	0.1260012	197,817.30
6	1,843,401.35	0.0832626	153,486.33
7	1,769,314.81	0.0550205	97,348.64
8	1,819,713.47	0.0363580	66,161.11
9	1,570,982.90	0.0240256	37,743.85
10	1,797,771.05	0.0158763	28,541.98
SUMA FLUJOS ACTUALIZADOS			2,996,094.61
INVERSION INICIAL			3,000,000.00
VALOR PRESENTE DE LOS BENEFICIOS			-3,905.39

FUENTE: Elaboración propia.

$$TIR = 51.11 + \left[(51.33 - 51.11) \frac{8,873.77}{|8,873.77| + |-3,905.39|} \right]$$

TIR = 51.26 %

CUADRO 9.12
PERIODO DE RECUPERACION DE LA INVERSION.

	FLUJOS DE EFECTIVO	FACTOR DE ACTUALIZACION	FLUJO ACTUALIZADO	SUMA ACUMULADA
0	-3,000,000.00			-3,000,000.00
1	1,463,907.24	0.9955202	1,457,349.17	-1,542,650.83
2	1,460,365.69	0.9910604	1,447,310.59	-95,340.24
3	1,637,689.99	0.9866206	1,615,778.67	1,520,438.43
4	1,769,383.98	0.9822007	1,737,890.17	3,258,328.60
5	1,569,963.04	0.9778006	1,535,110.79	4,793,439.38
6	1,843,401.35	0.9734202	1,794,404.11	6,587,843.49
7	1,769,314.81	0.9690594	1,714,571.20	8,302,414.69
8	1,819,713.47	0.9647182	1,755,510.70	10,057,925.40
9	1,570,982.90	0.9603964	1,508,766.35	11,566,691.74
10	1,797,771.05	0.9560940	1,718,838.10	13,285,529.84
SUMA FLUJOS ACTUALIZADOS			16,285,529.84	

FUENTE: Elaboración propia.

$$PER = (3 - 2) + \frac{|-95,340.24|}{1,520,438.43} = 1.063$$

Un año y 2 días aproximadamente.

9.9 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD 2.

DESCENSO EN LAS VENTAS DEL 8%.

De manera semejante, se supone un descenso en ventas significativo para verificar de nuevo si el proyecto es viable o no.

CUADRO 9.13
ANALISIS DE SENSIBILIDAD 2.
ESTADO DE RESULTADOS. DESCENSO EN VENTAS 8%
(Pesos)

CONCEPTO	AÑO 1 OPERANDO AL 75%	AÑO 2 OPERANDO AL 80%	AÑO 3 OPERANDO AL 90%	AÑO 4 OPERANDO AL 100%	AÑO 5 OPERANDO AL 100%	AÑO 6 OPERANDO AL 100%	AÑO 7 OPERANDO AL 100%	AÑO 8 OPERANDO AL 100%	AÑO 9 OPERANDO AL 100%	AÑO 10 OPERANDO AL 100%
VENTAS	2,250,000.00	2,400,000.00	2,700,000.00	3,000,000.00	3,000,000.00	3,000,000.00	3,000,000.00	3,000,000.00	3,000,000.00	3,000,000.00
DESCENSO VENTAS 8%	180,000.00	192,000.00	216,000.00	240,000.00	240,000.00	240,000.00	240,000.00	240,000.00	240,000.00	240,000.00
VENTAS	2,070,000.00	2,208,000.00	2,484,000.00	2,760,000.00	2,760,000.00	2,760,000.00	2,760,000.00	2,760,000.00	2,760,000.00	2,760,000.00
COSTO DE PRODUCCION	68,740.00	78,560.00	83,470.00	88,380.00	98,200.00	98,200.00	98,200.00	98,200.00	98,200.00	98,200.00
UTILIDAD BRUTA	2,001,260.00	2,129,440.00	2,400,530.00	2,671,620.00	2,661,800.00	2,661,800.00	2,661,800.00	2,661,800.00	2,661,800.00	2,661,800.00
GASTOS DE OPERACIÓN	181,621.32	176,272.74	176,272.74	176,272.74	176,272.74	176,272.74	176,272.74	176,272.74	176,272.74	176,272.74
UTILIDAD DE OPERACIÓN	1,819,638.68	1,953,167.26	2,224,257.26	2,495,347.26	2,485,527.26	2,485,527.26	2,485,527.26	2,485,527.26	2,485,527.26	2,485,527.26
GASTOS FINANCIEROS	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	2,001,260.00	2,129,440.00	2,400,530.00	2,671,620.00	2,661,800.00	2,661,800.00	2,661,800.00	2,661,800.00	2,661,800.00	2,661,800.00
ISR 30%	600,378.00	638,832.00	720,159.00	801,486.00	798,540.00	798,540.00	798,540.00	798,540.00	798,540.00	798,540.00
RETENCION DE UTILIDADES 10%	200,126.00	212,944.00	240,053.00	267,162.00	266,180.00	266,180.00	266,180.00	266,180.00	266,180.00	266,180.00
UTILIDAD NETA	1,200,756.00	1,277,664.00	1,440,318.00	1,602,972.00	1,597,080.00	1,597,080.00	1,597,080.00	1,597,080.00	1,597,080.00	1,597,080.00

FUENTE: Elaboración propia. Descenso en las ventas del 8%

CUADRO 9.14
ANALISIS DE SENSIBILIDAD 2.
ESTADO DE FUENTES Y USOS DE EFECTIVO. (Pesos)
DESCENSO EN VENTAS 8%

CONCEPTO DE EFECTIVO	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
FUENTES											
CAPITAL SOCIAL	3,000,000.00										
UTILIDAD NETA		1,200,756.00	1,277,664.00	1,440,318.00	1,602,972.00	1,597,080.00	1,597,080.00	1,597,080.00	1,597,080.00	1,597,080.00	1,597,080.00
VIRTUALES		83,421.32	78,072.74	78,072.74	78,072.74	78,072.74	78,072.74	78,072.74	78,072.74	78,072.74	78,072.74
IVA RECUPERADO		75,029.44	0.00	505.97	505.97	5,780.30	28,962.21	0.00	5,274.33	0.00	28,456.24
VALOR DE RESCATE											
TOTAL FUENTES		1,359,206.76	1,355,736.74	1,518,896.71	1,681,550.71	1,680,933.04	1,704,114.95	1,675,152.74	1,680,427.07	1,675,152.74	1,703,608.98
USOS											
INVERSION FIJA	2,565,719.00	0.00	0.00	0.00	39,850.00	215,000.00	0.00	39,850.00	0.00	215,000.00	39,850.00
INVERSION DIFERIDA	141,350.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
CAPITAL DE TRABAJO	104,000.00	0.00	6,294.19	6,294.19	6,294.19	6,294.19	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
IVA PAGADO	188,931.00	0.00	505.97	505.97	5,780.30	28,962.21	0.00	5,274.33	0.00	28,456.24	5,274.33
TOTAL DE USOS	3,000,000.00	0.00	6,800.17	6,800.17	51,924.50	250,256.40	0.00	45,124.33	0.00	243,456.24	45,124.33
SALDO DE CAJA	50,000.00	1,359,206.76	1,348,936.57	1,512,096.55	1,629,626.22	1,430,676.64	1,704,114.95	1,630,028.41	1,680,427.07	1,431,696.50	1,658,484.65

FUENTE: Elaboración propia.

9.10 VALOR PRESENTE NETO. ANALISIS DE SENSIBILIDAD 2.

CUADRO 9.15

VALOR PRESENTE NETO. (Pesos)

	FLUJOS DE EFECTIVO	FACTOR DE ACTUALIZACION	FLUJO ACTUALIZADO
0	-3,000,000.00		
1	1,359,206.76	0.9955202	1,353,117.73
2	1,348,936.57	0.9910604	1,336,877.60
3	1,512,096.55	0.9866206	1,491,865.60
4	1,629,626.22	0.9822007	1,600,620.00
5	1,430,676.64	0.9778006	1,398,916.46
6	1,704,114.95	0.9734202	1,658,819.92
7	1,630,028.41	0.9690594	1,579,594.40
8	1,680,427.07	0.9647182	1,621,138.58
9	1,431,696.50	0.9603964	1,374,996.19
10	1,658,484.65	0.9560940	1,585,667.21
SUMA FLUJOS ACTUALIZADOS			15,001,613.68
INVERSION INICIAL			3,000,000.00
VALOR PRESENTE DE LOS BENEFICIOS			12,001,613.68

FUENTE: Elaboración propia.

VPN = 12, 001, 613.68 – 3, 000, 000 = 9, 001, 613.68 positivo

RELACION BENEFICIO / COSTO = 12, 001, 613.68/ 3, 000, 000 = 4

9.11 TASA INTERNA DE RETORNO. ANALISIS DE SENSIBILIDAD 2.

CUADRO 9.16
FACTOR DE ACTUALIZACION. 47.22% (Pesos)

	FLUJOS DE EFECTIVO	FACTOR DE ACTUALIZACION	FLUJO ACTUALIZADO
0	-3,000,000.00		
1	1,359,206.76	0.6792555	923,248.72
2	1,348,936.57	0.4613881	622,383.26
3	1,512,096.55	0.3134004	473,891.68
4	1,629,626.22	0.2128790	346,913.14
5	1,430,676.64	0.1445992	206,874.72
6	1,704,114.95	0.0982198	167,377.86
7	1,630,028.41	0.0667164	108,749.55
8	1,680,427.07	0.0453175	76,152.67
9	1,431,696.50	0.0307821	44,070.67
10	1,658,484.65	0.0209089	34,677.14
SUMA FLUJOS ACTUALIZADOS			3,004,339.41
INVERSION INICIAL			3,000,000.00
VALOR PRESENTE DE LOS BENEFICIOS			4,339.41

FUENTE: Elaboración propia.

CUADRO 9.17
FACTOR DE ACTUALIZACION. 47.44% (Pesos)

	FLUJOS DE EFECTIVO	FACTOR DE ACTUALIZACION	FLUJO ACTUALIZADO
0	-3,000,000.00		
1	1,359,206.76	0.6782420	921,871.11
2	1,348,936.57	0.4600122	620,527.29
3	1,512,096.55	0.3119996	471,773.51
4	1,629,626.22	0.2116112	344,847.21
5	1,430,676.64	0.1435236	205,335.89
6	1,704,114.95	0.0973437	165,884.94
7	1,630,028.41	0.0660226	107,618.74
8	1,680,427.07	0.0447793	75,248.37
9	1,431,696.50	0.0303712	43,482.36
10	1,658,484.65	0.0205990	34,163.18
SUMA FLUJOS ACTUALIZADOS			2,990,752.59
INVERSION INICIAL			3,000,000.00
VALOR PRESENTE DE LOS BENEFICIOS			-9,247.41

$$TIR = 47.22 + \left[(47.44 - 47.22) \frac{4,339.41}{|4,339.41| + |-9,247.41|} \right]$$

TIR = 47.29%

9.12 PERIODO DE RECUPERACION DE LA INVERSION. ANALISIS DE SENSIBILIDAD 2.

CUADRO 9.18
PERIODO DE RECUPERACION DE LA INVERSION. FACTOR DE ACTUALIZACION 0.45% (Pesos)

	FLUJOS DE EFECTIVO	FACTOR DE ACTUALIZACION	FLUJO ACTUALIZADO	SUMA ACUMULADA
0	-3,000,000.00			-3,000,000.00
1	1,359,206.76	0.9955202	1,353,117.73	-1,646,882.27
2	1,348,936.57	0.9910604	1,336,877.60	-310,004.67
3	1,512,096.55	0.9866206	1,491,865.60	1,181,860.93
4	1,629,626.22	0.9822007	1,600,620.00	2,782,480.93
5	1,430,676.64	0.9778006	1,398,916.46	4,181,397.39
6	1,704,114.95	0.9734202	1,658,819.92	5,840,217.30
7	1,630,028.41	0.9690594	1,579,594.40	7,419,811.71
8	1,680,427.07	0.9647182	1,621,138.58	9,040,950.28
9	1,431,696.50	0.9603964	1,374,996.19	10,415,946.47
10	1,658,484.65	0.9560940	1,585,667.21	12,001,613.68
SUMA FLUJOS ACTUALIZADOS			15,001,613.68	

FUENTE: Elaboración propia.

$$PER = (3 - 2) + \frac{|-310,004.67|}{1,181,860.93} = 1.26$$

Punto de equilibrio, un año, 3 meses. Aquí tardaría más en recuperarse la inversión inicial, pero aún sigue habiendo ganancias adicionales de 3 pesos.

CAPITULO X

10.0 BALANCE GENERAL PROYECTADO.

Aioro's Coffee

Nuestro negocio se dedica a la compra-venta de alimentos. Se dirige a un mercado de jóvenes, con un nivel socioeconómico medio. Aioro's Coffee se ubica en La Av. Tamaulipas #236 col. Hipódromo de La Condesa. Escogimos esta zona porque es muy concurrida, además de ser muy segura para los clientes y para nosotros como empresa. La estrategia es brindar el mejor café (americano, capuchino, vienes, latte, etc.), una variedad de pastelería para acompañarlo, malteadas, refrescos, helados y snack. El propósito es brindar un servicio rápido, eficiente y de calidad.

10.1 RADIO DE NEGOCIOS.

- 1) Deseamos satisfacer las necesidades de nuestros clientes, ofreciendo un buen servicio
- 2) Crear fuentes de empleo, para la sociedad mexicana
- 3) Recuperar la inversión aproximadamente en 4 años
- 4) Llegar a tener un reconocimiento y prestigio dentro de la sociedad

CONCLUSIONES.

Del estudio de mercado se puede concluir que el proyecto es viable para ofrecer el servicio, ya que la demanda es superior a la oferta, y los posibles competidores, se encuentran ubicados lejos de este proyecto.

No hay problema con el abastecimiento de los insumos por encontrarse cerca de varios centros de abasto.

La distribución de las mesas y sillas en el local se hará de manera que garantice el flujo constante de los clientes, la comodidad de caminar en un espacio suficiente cuando este lo requiera, o bien, cuando los empleados (ayudantes) tengan libertad de movimiento dentro del restaurante café al ofrecer los servicios.

El atraer clientes y ofertar el servicio, mejorando a los ya existentes dependerá de las campañas publicitarias como los volantes impresos y colocados en diferentes zonas estratégicas en el paso de la gente de su casa al trabajo y viceversa, los anuncios en radio posiblemente, como otra alternativa. Los precios de los servicios serán ligeramente inferiores a los de la competencia.

El financiamiento del proyecto se hará con recursos propios para evitar Intermediarios o altas tasas de interés de los préstamos bancarios.

Es importante señalar que al inicio del proyecto, este trabajará al 70% de su capacidad instalada, y posteriormente será al 100% de producción.

El proyecto se constituirá como personas físicas ante el SAT (Sistema de Administración Tributaria).

De acuerdo a los resultados de evaluación financiera: la TREMA, la VAN, la TIR y el beneficio costo, el proyecto se acepta. Mientras que el periodo de recuperación de la inversión se prevé en un tiempo relativamente corto.

A pesar de que los resultados obtenidos en el apartado financiero indican que el proyecto debe ser aceptado, como todo negocio, es necesario un análisis de sensibilidad, para prevenir el riesgo económico ante cambios en las inversiones, los salarios (costos variables) el volumen de ventas y sus respectivos precios, o bien, por cambios en los niveles de inflación, de las gasolinas (lo cual repercute directamente en los precios de los alimentos básicos) y de las tasas de interés. En este caso el análisis se calculó en base al incremento del 7% en los costos de producción y los gastos de

administración, lo cual muestra que el proyecto aún es rentable, a pesar de que el periodo de recuperación de la inversión se extendió en el análisis de sensibilidad de las ventas a 3 años.

Es viable establecer este proyecto de cafetería en la delegación Cuauhtemoc, ya que la demanda insatisfecha así lo indica y el crecimiento de la población de 18 años y más que se integra día con día a la población económicamente activa lo demuestra. La zona de esta delegación es la que más presenta negocios de este tipo, además de restaurantes y los llamados antros.

BIBLIOGRAFIA

1. Andrade García, José Luis, Mercadotecnia: análisis general, Ed. Trillas, México, 2000.
2. Ávila y Lugo, José, Introducción a la economía, Ed. Plaza Valdés, México, 2004.
3. Bateman, Thomas y Snell, Scott, Administración un Nuevo panorama competitivo, Ed. Mc Graw-Hill Interamericana, México, 2005.
4. Coss Bu, Raúl, Análisis y evaluación de proyectos de inversión, Ed. Limusa, México, 2005.
5. Churruca, E. Barrutia y Landeta, J. Dirección estratégica y las PYMES ante la globalización económica. en Harvard Deruso Bussines Review, número 66, mayo y junio, 1995, página 30.
6. De la Torre, Pérez, Joaquín y Zamarrón, Claudia Berenice, "Evaluación de proyectos de Inversión", Pearson Education, México, 2002.
7. F. Bruce, "The Project Cycle. An introduction to the stage of Project Planning and Implementation". Banco Mundial, Instituto de Desarrollo Económico, CN347a, mayo de 1982.
8. Ferrell, O.C. y Hirt Geoffrey, Introducción a los Negocios en un mundo cambiante, Mc Graw Hill, México, 2004.
9. Fischer de la Vega, Laura, Mercadotecnia, McGraw Hill, México, 2004.
10. Gallardo Cervantes, Juan, Evaluación económica y financiera: proyectos y portafolios de inversión bajo condiciones de riesgo, Ed. UNAM, México, 2002.
11. Held, David, Anthony McGree, Goldblatt David, Perraton Jonathan. Transformaciones globales: política, economía y cultura. México, 2002, página 209.
12. Hinojosa, Jorge Arturo. Evaluación Económica Financiera de Proyectos de Inversión. Editorial Trilla. México, 2000.
13. Keat, Paul G, Economía de empresa, Ed. Pearson Education, México, 2004.

14. Krugman, Paul, Introducción a la economía: Microeconomía, Ed. Reverté, Barcelona, 2007.
15. Ley Mercantil. Ley General de sociedades Mercantiles, págs. 1 a 5. Archivo PDF.
16. Mokate, Karen Marie, "Evaluación financiera de proyectos de Inversión", Universidad de los Andes, Facultad de Economía, Bogotá, 2004.
17. Montoya Mateos, Patricio, Gestión de promociones Inmobiliarias, Ed. Díaz de Santos, Madrid, 2007.
18. Muñoz Valero, Santiago, Manual de marketing inmobiliario, Ed. CIE Inversiones Editoriales Dossat, Madrid, 2005.
19. Nacional Financiera, "Guía para la formulación y evaluación de proyectos de inversión", México, 1995.
20. O'Sullivan, Arthur, Economía: principios e instrumentos, Ed. Pearson Prentice Hall, Madrid, 2004.
21. Quevedo Ramírez, José, Estudio práctico de los principios de Contabilidad básicos y el boletín B-10, Ediciones Fiscales ISEF, México, 2003.
22. Revista del Consumidor. Cafeterías y Restaurantes en el D. F.
23. Reyes Ponce, Agustín, Administración de personal, Ed. Limusa Noriega, México, 2005.
24. Robbins, Stephen, Administración, Ed. Prentice Hall, México, 2005.
25. Samuelson, Paul Anthony, Economía, Ed. Mc Graw Hill, México, 2006.
26. Secretaria de Economía. Guías Empresariales. México, 2006.
27. Suarez Salazar, Carlos, Administración de empresas constructoras, Ed. Limusa, México, 2005.

28. Zapata, Ortega, Rafael. ¿Cómo hacer un estudio de mercado? Editorial F. C. E. México 2004.

Páginas de Internet.

www.wbpir.org/mercadeo.html

www.economia.gob.mx

www.inegi.gob.mx

www.sat.gob.mx

www.cafe.mex.com

ANEXO.

Una parte importante de los proyectos de inversión es el levantamiento de encuestas para saber cuales son las necesidades del servicio, o bien, que es lo que requiere específicamente el cliente y la comunidad en su conjunto. Las características, los gustos, las preferencias en los servicios de lavandería.

La aplicación de cuestionarios es parte importante de las entrevistas, las cuales se aplicaron en domicilios o en la zona misma donde se pretende establecer el servicio, cerca de los negocios de lavandería existentes. Para ello, se seleccionó un tamaño de muestra específico, que se tomo de la siguiente fórmula, considerada para universos finitos, con un nivel de confianza del 95%, el cual es el que se considera en los libros de estadística acerca del muestreo, y que en este caso es para delimitar el tamaño de mercado.

$$\sigma = \sqrt{\left(\frac{p * q}{n}\right) \left(\frac{N - n}{N - 1}\right)}$$

p = Porcentaje con que se estima un determinado fenómeno, en este caso específico proviene de la distribución binomial, (p) se conoce como la probabilidad de éxito.

q = Es la contraparte de (p), la probabilidad de fracaso, donde p + q = 1

N = Tamaño de la población total o Universo.

n = Tamaño de muestra que será seleccionada.

Para un intervalo del 2σ dos desviaciones alrededor del promedio de la distribución, y con un nivel de error del 3%:

$$2 \sigma = \sqrt{\left(\frac{p * q}{n}\right) \left(\frac{N - n}{N - 1}\right)}$$

Despejando de la expresión (n), para el número de cuestionarios.

$$4 \sigma^2 = \left(\frac{p * q}{n}\right) \left(\frac{N - n}{N - 1}\right)$$

$$n 4 \sigma^2 = \left(\frac{p * q}{N - 1}\right) (N - n)$$

$$\frac{n 4 \sigma^2}{N-n} = \left(\frac{p^* q}{N-1} \right)$$

$$\frac{n}{N-n} = \left(\frac{p^* q}{N-1} \right) \frac{1}{4 \sigma^2}$$

$$\frac{N-n}{n} = \left(\frac{N-1}{p^* q} \right) 4 \sigma^2$$

$$\frac{N}{n} - 1 = \frac{(N-1) 4 \sigma^2}{p^* q}$$

$$\frac{N}{n} = \frac{(N-1) 4 \sigma^2}{p^* q} + 1$$

$$\frac{N}{n} = \frac{(N-1) 4 \sigma^2 + p^* q}{p^* q}$$

$$\frac{n}{N} = \frac{p^* q}{(N-1) 4 \sigma^2 + p^* q}$$

$$n = \frac{N p q}{(N-1) 4 \sigma^2 + p^* q}$$

PARA UNA POBLACION DE 180, 330 PERSONAS, CUANDO ESTA SE CONOCE.

$$n = \frac{(180,330) (0.50) (0.50)}{(180,330) 4 (0.03)^2 + (0.50) (0.50)}$$

TAMAÑO DE MUESTRA.

$$n = \frac{45,082.25}{649.188 + 0.25} = \frac{45,082.25}{649.438} = 69.43$$

Es decir que se pueden aplicar 70 cuestionarios en la zona de estudio del proyecto.

Otra forma en la determinación de los cuestionarios es la siguiente, suponiendo que no se conoce la población objeto de estudio.

CUANDO NO SE CONOCE LA POBLACION.

$$n = \frac{Z^2 (P)(Q)}{E^2}$$

Z = Nivel de confianza utilizando la distribución normal (95%) Z (tablas) = 1.96

P = Proporción estimada de éxito (50%)

Q = Proporción estimada de fracaso (50%)

E = Error muestral (0.05), (5%)

$$n = \frac{(1.96) (0.50)(0.50)}{(0.05)} = 196$$

196 cuestionarios aplicados aleatoriamente. Se seleccionan en este caso 196 cuestionarios para mayor confianza y precisión al obtener la información necesaria, con un mínimo de error del 5%, que es el acostumbrado en la estadística.

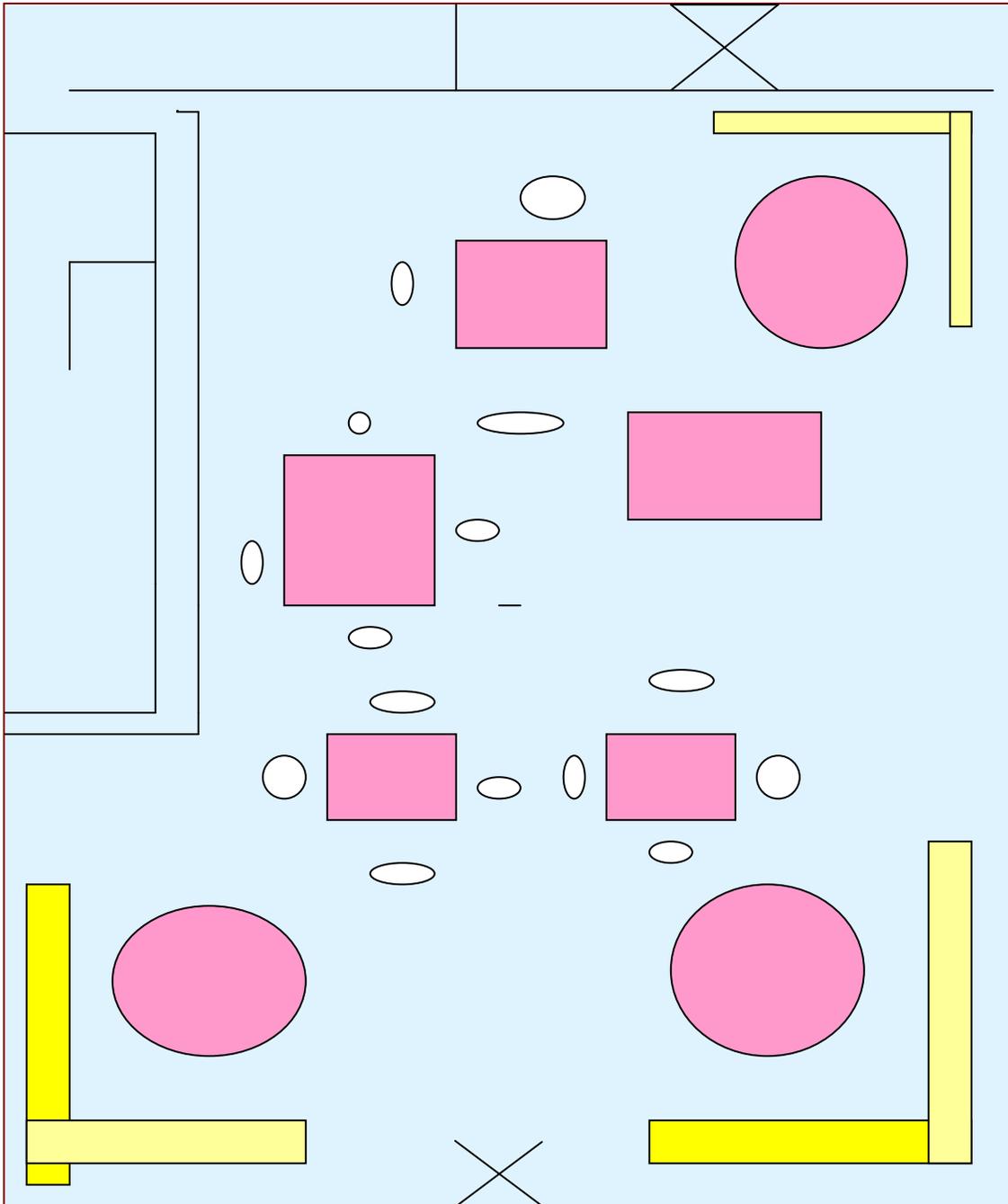
2x1

Todos nuestros cafés hoy 20-Octubre-09 en la
apertura



Av. Tamaulipas #236 Col. Hipódromo de la
Condesa

MAPA DE INSTALACIÓN.



PLANO DE UBICACIÓN DEL LOCAL

