



Universidad **A**utónoma **M**etropolitana

UNIDAD IZTAPALAPA

DIVISION DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES

LIC. EN ADMINISTRACION

UAM-I

EVALUACIÓN DE UN PROYECTO DE INVERSIÓN:
CASO ESPECÍFICO CAFETERÍA O'SIRIS

T E S I N A

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

PRESENTAN:

CHÁVEZ CHÁVEZ CATALINA
FERNÁNDEZ AGUIRRE ALBERTO
IZQUIERDO VALENTÍN HUGO
RAMÍREZ NOGUEZ MARÍA RUFINA

ASESOR:

LIC. ROSA MARÍA ORTEGA OCHOA

UAM-I, MÉXICO, D.F. 2005



Universidad Autónoma Metropolitana

UNIDAD IZTAPALAPA
DIVISION DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES

LIC. EN ADMINISTRACION

UAM-I

EVALUACIÓN DE UN PROYECTO DE INVERSIÓN:

CASO ESPECÍFICO CAFETERÍA O'SIRIS

TESINA

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

PRESENTAN:

CHÁVEZ CHÁVEZ CATALINA
FERNÁNDEZ AGUIRRE ALBERTO
IZQUIERDO VALENTÍN HUGO
RAMÍREZ NOGUEZ MARÍA RUFINA

ASESOR:

LIC. ROSA MARIA ORTEGA OCHOA

UAM-I, MÉXICO, D.F. 2005

Agradecimiento.

Dios y la vida me han otorgado el regalo más hermoso y valioso que pueda tener, mi familia, Papá: Marcelino, Mamá: Ma. Francisca, Hermanos: Javier, Moisés y Cristóbal, su ayuda y apoyo fueron y continúan siendo imprescindibles para conquistar mis metas y para ser un mejor ser humano, gracias por no desampararme y por luchar junto a mi para lograr lo que hoy somos, ya que ustedes son mi motor de motivación para seguir adelante y ser mejor cada día, gracias por la confianza que depositaron en mi, por mi parte realizaré todo lo que esté a mi alcance para no defraudarlos, quizá estas no sean las palabras más hermosas pero son de todo corazón y nacen de lo más puro de mi alma para ofrendárselas a ustedes que son mi familia y mi razón de ser, les quiero agradecer todo lo que me han dado y sobre todo decirles que “los amo”.

Por supuesto también quiero agradecer a todos aquellos, amigos y familiares que en alguna ocasión tuvieron para mi alguna expresión de apoyo, hoy a todos ello les puedo decir, “gracias por sus palabras”.

Catalina Chávez Chávez

Agradecimiento.

Agradezco a mis papas y profesores por el apoyo recibido durante la licenciatura.

Alberto Fernández Aguirre.

AGRADECIMIENTO.

Agradezco a todos y cada uno de los profesores que durante los estudios de la licenciatura me supieron transmitir su conocimiento, con el afán de generar en mi persona la superación. En especial quiero agradecer a la Lic. Rosa María Ortega Ochoa, por la forma de impartir docencia, su persona ha sido de gran inspiración. Así mismo, agradezco a su esposo el Mtro. Eduardo Villegas Hernández, los comentarios y sugerencias de ambos han sido muy loables.

Agradezco también a la Mtra. Alma patricia Aduna Mondragón, por el tiempo que dedicó para escuchar y atender asuntos de índole personal. A la Lic. Clara Elena Valladares Sánchez, por permitirme colaborar con ella para complementar mi formación académica con actividades profesionistas. Al Lic. Alfonso Pedro Pérez Paredes por ser un buen amigo y quien me dio la pauta para afrontar situaciones al inicio de la licenciatura, que junto con el Arq. Martín Aparicio Barrenechea, me transmitieron conocimientos fehacientes sobre el ser.

Por otra parte quiero agradecer a mis compañeras y compañeros de la Licenciatura, familiares y amigos que estuvieron conmigo al pie del cañón, y que me apoyaron en momentos difíciles.

Por último agradezco a mis padres: José Ernestino Izquierdo Portillo y Maria Hilda Valentín Cabrera; a mi hermano: Humberto Izquierdo Valentín. Que siendo ellos mi familia, me han apoyado y guiado, imprimiendo en mí, el valor y la templanza necesaria para continuar con mis estudios y con la vida misma.

Hugo Izquierdo Valentín.

Agradecimiento.

A mis Padres.

A quienes me han heredado el tesoro más valioso que puedan darle aún hijo, amor. A quienes sin escatimar esfuerzo alguno han sacrificado gran parte de su vida que me ha formado y educado. A quienes la ilusión de mi existencia ha sido verme convertido en persona de provecho. A quienes nunca podré pagar todos sus desvelos ni con las riquezas más grandes del mundo. A los seres universalmente más queridos sinceramente Gracias.

María Rufina Ramírez Noguez

INDICE.

Evaluacion De Un Proyecto De Inversion: Caso Específico Cafetería “O’SIRIS”.	1
CAPITULO 1. MARCO TEORICO.	2
¿Qué Es Un Proyecto?	2
¿Qué Es Un Proyecto De Inversión?	2
¿Por Qué Se Invierte Y Por Qué Son Necesarios Los Proyectos?	3
Decisión Sobre Un Proyecto.	3
Evaluación.	4
Proceso De Preparación Y Evaluación De Proyectos.	5
¿Que Es Rentabilidad?	11
¿Qué Es El Financiamiento?	12
¿Qué Es El Riesgo Financiero?	17
CAPITULO 2. MARCO DE REFERENCIA.	18
Historia Del Café.	18
Geografía Del Café.	22
CAPITULO 3. ESTUDIO DE MERCADO.	23
Fluctuaciones Gráficas De Semanas Observadas.	25
CAPITULO 4. ESTUDIO TÉCNICO.	28
Tamaño Óptimo.	28
Plano Arquitectónico.	29
Localización Óptima.	30
Cróquis De Localización.	30

CAPITULO 5. ESTUDIO ECONÓMICO.	31
Presupuesto De Inversión Inicial.	31
Supuestos Del Modelo.	32
Proyección De Ventas Por Unidad.	32
Proyección De Ingresos.	33
Proyección De Egresos.	33
Estado De Situación Financiera Pro-Forma.	34
Estado De Resultados Pro-Forma.	36
CAPITULO 6. EVALUACIÓN ECONÓMICA.	37
1) Tasa Promedio De Rentabilidad	39
2) Promedio De Recuperación De La Inversión.	39
3) Periodo De Recuperación De La Inversión A Valor Presente	40
4) Valor Presente Neto	40
5) Indice De Rendimiento	41
6) Tasa Interna De Rendimiento	41
CONCLUSIONES.	43
BIBLIOGRAFÍA.	44
ANEXOS.	A
Menu Que Se Pretende Ofrecer En La Cafetería O'SIRIS.	A
Lista De Insumos.	B
Lista De Compras Por Mes.	C
Recetario.	D

CAFETERÍA O'SIRIS

~~EVALUACION DE UN PROYECTO DE INVERSION: CASO ESPECÍFICO CAFETERÍA "O'SIRIS"~~

Hoy en día la sociedad mexicana ha ido adoptando nuevos centros de recreación, como es el caso de las cafeterías, en donde las personas encuentran un lugar de convivencia y descanso entre otras actividades. Día con día, la juventud acude con mayor frecuencia a estos establecimientos, por lo que se ha considerado como un negocio atractivo. Aunque el incremento de este tipo de establecimientos va en ascenso, algunos no cuentan con una administración adecuada para poder obtener la máxima rentabilidad de ellos. Conforme a lo anterior, se decidió emprender un proyecto de inversión de una cafetería "**Cafetería O'SIRIS**". Tratando de satisfacer las necesidades de los posibles consumidores, la **Cafetería O'SIRIS** podría generar el ambiente adecuado para este tipo de actividades, ofreciendo a su vez productos que sean del agrado de los mismos.

Se piensa emprender este proyecto de inversión, debido a que puede proporcionar una rentabilidad viable. El proyecto estará dirigido principalmente a personas de 18 años en adelante que gusten del café en sus distintas presentaciones.

Lo que se pretende demostrar es que este proyecto será rentable, debido a que es técnicamente posible, existe un mercado potencial que se puede satisfacer, y que conformará el mercado de la **Cafetería O'SIRIS**. Se propone que la zona en la que se podría ubicar, sea la Delegación Iztapalapa, específicamente en la Col. Vicentina, Frente a la Universidad Autónoma Metropolitana.

El producto que se pretende ofrecer es café, en sus distintas presentaciones: capuchino, capuchino de sabor, café con licor, café mocachino, café americano, café , café expreso cortado, café de tres leches; así como en sus presentaciones frías: capuchino frío, moka frío, capuchino frío con licor, frapuchino, café río, café acapulco, entre otros. Así mismo, se ofrecerán productos que son complementarios al café como: galletas, pasteles y pan.

¿Es rentable el proyecto de la "CAFETERÍA O'SIRIS"?

H₀: El proyecto de evaluación de inversión de la "Cafetería O'SIRIS", si es rentable.

H₁: El proyecto de evaluación de inversión de la "Cafetería O'SIRIS", no es rentable.

CAPITULO 1. MARCO TEORICO.

¿QUÉ ES UN PROYECTO?

Es primordial conocer lo que es un proyecto, pues se pueden producir sesgos profesionales, debido a que la tarea que se puede desempeñar, probablemente lleve a tener distintos puntos de vista en lo relacionado, por ejemplo, a la aversión al riesgo o si se es propenso al riesgo, por lo que es importante reconocer dichos sesgos y conjugarlos en aras de conseguir un "equipo" de trabajo que logre mayores éxitos en la ejecución de proyectos de Inversión.

Para el economista, un proyecto es la fuente de costos y beneficios que ocurren en distintos períodos de tiempo. El desafío que enfrenta es identificar los costos y beneficios atribuibles al proyecto, y medirlos -mejor dicho *valorarlos*- con el fin de emitir un juicio sobre la conveniencia de ejecutar ese proyecto. Esta concepción lleva a la **Evaluación Económica** de Proyectos. Para un inversionista que está considerando prestar dinero para su ejecución, el proyecto es el origen de un flujo de fondos provenientes de ingresos y egresos de caja, que ocurren a lo largo del tiempo; el desafío es determinar si los flujos de dinero son suficientes para cancelar la deuda. Esta manera de concebir el proyecto lleva a la evaluación **financiera** de proyectos.¹

Un proyecto es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema tendente a resolver, entre muchas, una necesidad humana.

Respecto a lo anterior, puede haber diferentes ideas, inversiones de diverso monto, tecnología y metodologías con diverso enfoque, pero todas ellas destinadas a resolver las necesidades del ser humano en todas sus facetas, como pueden ser: *educación, alimentación, salud, ambiente, cultura*, etcétera.

¿QUÉ ES UN PROYECTO DE INVERSIÓN?

El proyecto de inversión se puede describir como un plan que, si se le asigna determinado monto de capital y se le proporcionan insumos de varios tipos, podrá producir un bien o un servicio, útil al ser humano o a la sociedad en general.

¹ <http://www.monografias.com/trabajos16/preparacion-proyectos/preparacion-proyectos.shtml#quees> (Mayo del 2005).

La evaluación de un proyecto de inversión, cualquiera que éste sea, tiene por objeto conocer su rentabilidad económica y social, de tal manera que asegure resolver una necesidad humana en forma eficiente, segura y rentable. Sólo así es posible asignar los escasos recursos económicos a la mejor alternativa.

¿POR QUÉ SE INVIERTE Y POR QUÉ SON NECESARIOS LOS PROYECTOS?

Día a día y en cualquier sitio donde nos encontremos, siempre hay a la mano una serie de productos o servicios proporcionados por el hombre mismo. Desde la ropa que vestimos, los alimentos procesados que consumimos hasta las modernas computadoras que apoyan en gran medida el trabajo del ser humano. Todos y cada uno de estos bienes y servicios, antes de venderse comercialmente, fueron evaluados desde varios puntos de vista, siempre con el objetivo final de satisfacer una necesidad humana. Después de ello, *alguien* tomó la decisión para producirlo en masa, para lo cual tuvo que realizar una inversión económica.

Por tanto, siempre que exista una necesidad o deseo de la sociedad de un bien o un servicio habrá necesidad de invertir, pues hacerlo es la única forma de producir un bien o servicio. Es claro que las inversiones no se hacen sólo porque *alguien* desea producir determinado artículo o piensa que produciéndolo ganará dinero. En la actualidad, una inversión inteligente requiere una base que la justifique. Dicha base es precisamente un proyecto bien estructurado y evaluado que indique la pauta que debe seguirse. De ahí se deriva la necesidad de elaborar los proyectos.

DECISIÓN SOBRE UN PROYECTO.

Para tomar una decisión sobre un proyecto es necesario que éste sea sometido al análisis multidisciplinario de diferentes especialistas. Una decisión de este tipo no puede ser tomada por una sola persona con un enfoque limitado, o ser analizada sólo desde un punto de vista. Aunque no se puede hablar de una metodología rígida que guíe la toma de decisiones sobre un proyecto, fundamentalmente debido a la gran diversidad de proyectos y sus diferentes aplicaciones, sí es posible afirmar categóricamente que una decisión siempre debe estar basada en el análisis de un sinnúmero de antecedentes con la aplicación de una metodología lógica que abarque la consideración de todos los factores que participan y afectan al proyecto.

El hecho de realizar un análisis que se considere lo más completo posible, no implica que, al invertir, el dinero estará exento de riesgo. El futuro siempre es incierto y por esta razón el dinero siempre se arriesgara. El hecho de calcular unas ganancias futuras, a pesar de realizar un análisis profundo, no asegura necesariamente que esas utilidades se ganen, tal como se calculó. En los cálculos no están incluidos los factores fortuitos, como huelgas, incendios, derrumbes, etcétera; simplemente porque no es posible predecirlos y no es posible asegurar que una empresa de nueva creación o cualquier otra, está a salvo de factores fortuitos. Estos factores también pueden caer en el ámbito de lo económico o lo político, como es el caso de las devaluaciones monetarias drásticas, la atonía económica, los golpes de Estado u otros acontecimientos que podrían afectar gravemente la rentabilidad y la estabilidad de la empresa.

Por estas razones, la toma de la decisión acerca de invertir en determinado proyecto siempre debe recaer no en una sola persona ni en el análisis de datos parciales, sino en grupos multidisciplinarios que cuenten con la mayor cantidad de información posible. A toda la actividad encaminada a tomar una decisión de inversión sobre un proyecto se le llama *evaluación de proyectos*.

EVALUACIÓN.

Si un proyecto de inversión privada se diera a evaluar a dos grupos multidisciplinarios distintos, es seguro que sus resultados no serían iguales. Esto se debe a que conforme avanza el estudio, las alternativas de selección son múltiples en el tamaño, la localización, el tipo de tecnología que se emplee, la organización, etcétera.

Por otro lado, considere un proyecto de inversión gubernamental evaluado por los mismos grupos de especialistas. También se puede asegurar que sus resultados serán distintos, debido principalmente al enfoque que adopten en su evaluación, pudiendo considerarse incluso que el proyecto en cuestión no es prioritario o necesario como pueden ser otros.

En el análisis y la evaluación de ambos proyectos se emitirán datos, opiniones, juicios de valor, prioridades, etcétera, que harán diferir la decisión final. Desde luego, ambos grupos argumentarán que dado que los recursos son escasos desde sus *particulares puntos de vista* la propuesta que formulan proporcionará los mayores beneficios comunitarios y ventajas.

Esto debe llevar necesariamente a quien tome la decisión final, a contar con un patrón o modelo de comparación general que le permita discernir cuál de los dos grupos se apega más a lo

razonable, lo establecido o lo lógico. Tal vez si más de dos grupos evaluaran los proyectos mencionados surgiría la misma discrepancia.

Si el caso mencionado llegara a suceder, en defensa de los diferentes grupos de evaluación, se puede decir que existen diferentes criterios de evaluación, sobre todo en el aspecto social, con respecto al cual los gobernantes en turno fijan sus políticas y prioridades, a las cuales es difícil oponer algún criterio o alguna metodología, por buenos que parezcan. Al margen de esta situación, y en el terreno de la inversión privada, se puede decir que lo realmente válido es plantear premisas basadas en criterios matemáticos universalmente aceptados.

La evaluación, aunque es la parte fundamental del estudio, dado que es la base para decidir sobre el proyecto, depende en gran medida del criterio adoptado de acuerdo con el objetivo general del proyecto. En el ámbito de la inversión privada, el objetivo principal no es necesariamente obtener el mayor rendimiento sobre la inversión. En los tiempos actuales de crisis, el objetivo principal puede ser que la empresa sobreviva, mantener el mismo segmento del mercado, diversificar la producción, aunque no se aumente el rendimiento sobre el capital, etcétera.

Por tanto, la realidad económica, política, social y cultural de la entidad donde se piense invertir, marcará los criterios que se seguirán para realizar la evaluación adecuada, independientemente de la metodología empleada. *Los criterios y la evaluación son, por tanto, la parte fundamental de toda evaluación de proyectos.*

PROCESO DE PREPARACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS.

1. Partes generales de la evaluación de proyectos.

Aunque cada estudio de inversión es único y distinto a todos los demás, la metodología que se aplica en cada uno de ellos tiene la particularidad de poder adaptarse a cualquier proyecto. Las áreas generales en las que se puede aplicar la metodología de la evaluación de proyectos son:

- ❑ Instalación de una planta totalmente nueva.
- ❑ Elaboración de un nuevo producto de una planta ya existente.
- ❑ Ampliación de la capacidad instalada o creación de sucursales.
- ❑ Sustitución de maquinaria por obsolescencia o capacidad insuficiente.

Incluso, con las adaptaciones apropiadas, esta metodología se ha aplicado exitosamente en estudios de implantación de redes de microcomputadoras, sustitución de sistemas manuales de información por sistemas automatizados, etcétera. Aunque los conceptos de oferta y demanda cambien radicalmente, el esquema general de la metodología es el mismo.

En estudios de factibilidad en el área de informática, la oferta y la demanda se expresan en términos de *bytes*, pues el manejo de información puede medirse fácilmente bajo ese concepto.

Aunque las técnicas de análisis empleadas en cada una de las partes de la metodología sirven para hacer una serie de determinaciones, tales como mercado insatisfecho, costos totales, rendimiento de la inversión, etcétera, esto no elimina la necesidad de tomar una decisión de tipo personal; es decir, el estudio no decide por sí mismo, sino que provee las bases para decidir, ya que hay situaciones de tipo intangible, para las cuales no hay técnicas de evaluación y esto hace, en la mayoría de los problemas cotidianos, que la decisión final la tome una persona y no una metodología, a pesar de que ésta puede aplicarse de manera generalizada.

2. La evaluación de proyectos como un proceso y sus alcances.

Se distinguen *tres niveles de profundidad en un estudio de evaluación de proyectos*. Al más simple se le llama **perfil, gran visión o identificación de la idea**, el cual se elabora a partir de la información existente, el juicio común y la opinión que da la experiencia. En términos monetarios sólo presenta cálculos globales de las inversiones, los costos y los ingresos, sin entrar a investigaciones de terreno.

El siguiente nivel se denomina **estudio de prefactibilidad o anteproyecto**. Este estudio profundiza la investigación en fuentes secundarias y primarias en investigación de mercado, detalla la tecnología que se empleará, determina los costos totales y la rentabilidad económica del proyecto, y es la base en que se apoyan los inversionistas para tomar una decisión.

El nivel más profundo y final es conocido como **proyecto definitivo**. Contiene básicamente toda la información del anteproyecto, pero aquí son tratados los puntos finos. Aquí no sólo deben presentarse los canales de comercialización más adecuados para el producto, sino que deberá presentarse una lista de contratos de venta ya establecidos; se deben actualizar y preparar por escrito las cotizaciones de la inversión, presentar los planos arquitectónicos de la construcción, etcétera. La información presentada en el *proyecto definitivo* no debe alterar la decisión tomada respecto a la inversión, siempre que los cálculos hechos en el *anteproyecto* sean confiables y hayan sido bien evaluados.

Todo empieza con una idea. Cada una de las etapas siguientes es una profundización de la idea inicial, no sólo en lo que se refiere a conocimiento, sino también en lo relacionado con investigación y análisis. La última parte del proceso es, por supuesto, la cristalización de la idea con la instalación física de la planta, la producción del bien o servicio y, por último, la satisfacción de una necesidad humana o social, que fue lo que en un principio dio origen a la idea y al proyecto.

3. *Introducción y marco de desarrollo.*

Toda persona que pretenda realizar el estudio y la evaluación de un proyecto, ya sea estudiante, consultor de empresas o inversionista, la primera parte que deberá desarrollar y presentar en el estudio es la *Introducción*, la cual debe contener una breve reseña histórica del desarrollo y los usos del producto, además de precisar cuáles son los factores relevantes que influyen directamente en su consumo. Se recomienda ser breve, pues los datos aquí anotados sólo servirán, como su nombre lo indica, como una introducción al tema y al estudio.

La siguiente parte que se desarrollará, sin ser capítulo aparte, debe ser el "Marco de desarrollo", "Marco de referencia" o "antecedentes del estudio", donde el estudio debe ser situado en las condiciones económicas y sociales, y se debe aclarar básicamente por qué se pensó en emprenderlo; a qué persona o entidades beneficiara; qué problema específico resolverá; si se pretende elaborar determinado artículo sólo porque es una buena opción de inversión, sin importar los beneficios sociales o nacionales que podría aportar, etcétera.

No hay que olvidar que muchos artículos, sobre todo los suntuarios, se elaboran bajo este último criterio, y no por este hecho deberá omitirse un estudio que justifique tal inversión, desde todos los puntos de vista.

En el mismo apartado deberán especificarse los objetivos del estudio y los del proyecto. Los primeros deberán ser básicamente tres, a saber:

1. Verificar que existe un mercado potencial insatisfecho y que es viable, desde el punto de vista operativo, introducir en ese mercado el producto objeto del estudio.
2. Demostrar que tecnológicamente es posible producirlo, una vez que se verificó que no existe impedimento alguno en el abasto de todos los insumos necesarios para su producción.
3. Demostrar que es económicamente rentable llevar a cabo su realización.

Acercas de los objetivos del proyecto, se puede decir que están en función de las intenciones de quienes promueven este último, y se puede agregar cuáles son las limitaciones que

se imponen, dónde sería preferible la localización de la planta, el tipo de productos primarios que se desea industrializar, el monto máximo de la inversión, y otros elementos.

La primera parte de todo proyecto, como se observa, es una presentación formal del mismo, con sus objetivos y limitaciones.

4. Estudio de mercado.

Con este nombre se denomina la primera parte de la investigación formal del estudio. Consta básicamente de la determinación y cuantificación de la demanda y oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización.

Aunque la cuantificación de la oferta y demanda pueda obtenerse fácilmente de fuentes de información secundarias en algunos productos, siempre es recomendable la investigación de las fuentes primarias. Pues proporciona información directa, actualizada y mucho más confiable que cualquier otro tipo de fuente de datos.

El objetivo general de esta investigación es verificar la posibilidad real de penetración del producto en un mercado determinado. El investigador del mercado, al final de un estudio meticuloso y bien realizado, podrá *palpar* o *sentir* el riesgo que se corre y la posibilidad de éxito que habrá con la venta de un nuevo artículo o con la existencia de un nuevo competidor en el mercado. Aunque hay factores intangibles importantes, como el riesgo, que no es cuantificable, pero que es perceptible, esto no implica que puedan dejarse de realizar estudios cuantitativos. Por el contrario, la base de una buena decisión siempre serán los datos recabados en la investigación de campo, principalmente en fuentes primarias.

Por otro lado, el estudio de mercado también es útil para prever una política adecuada de precios, estudiar la mejor forma de comercializar el producto y contestar la primera pregunta importante del estudio: *¿existe un mercado viable para el producto que se pretende elaborar?* Si la respuesta es positiva, el estudio continúa. Si la respuesta es negativa, se plantea la posibilidad de un nuevo estudio más preciso y confiable; si el estudio hecho ya tiene esas características, lo recomendable sería detener la investigación.

5. Estudio técnico.

Esta parte del estudio puede subdividirse a su vez en cuatro partes, que son: determinación del tamaño óptimo de la planta, determinación de la localización óptima de la planta, ingeniería del proyecto y análisis administrativo.

La determinación de un tamaño óptimo es fundamental en esta parte del estudio. Hay que aclarar que tal determinación es difícil, pues las técnicas existentes para su determinación son iterativas y no existe un método preciso y directo para hacer el cálculo. El tamaño también depende de los turnos trabajados, ya que para un cierto equipo instalado, la producción varía directamente de acuerdo con el número de turnos que se trabaje. Aquí es necesario plantear una serie de alternativas cuando no se conoce y domina a la perfección la tecnología que se empleará.

Acerca de la determinación de la localización óptima del proyecto, es necesario tomar en cuenta no sólo factores cuantitativos, como pueden ser los costos de transporte, de materia prima y el producto terminado, sino también los factores cualitativos, tales como apoyos fiscales, el clima, la actitud de la comunidad, y otros. Hay que recordar que los análisis deben ser integrales, pues si se realizan desde un solo punto de vista conducirán a resultados poco satisfactorios.

Sobre la ingeniería del proyecto se puede decir que, técnicamente, existen diversos procesos productivos opcionales, que son básicamente los muy automatizados y los manuales. La elección de alguno de ellos dependerá en gran parte de la disponibilidad de capital. En esta misma parte están englobados otros estudios, como el análisis y la selección de los equipos necesarios, dada la tecnología seleccionada; en seguida, la distribución física de tales equipos en la planta, así como la propuesta de la distribución general, en la que por fuerza se calculan todas y cada una de las áreas que formarán la empresa.

Algunos de los aspectos que no se analizan con profundidad en los estudios de factibilidad son el organizativo, el administrativo y el legal. Esto se debe a que son considerados aspectos que por su importancia y delicadeza merecen ser tratados a fondo en la etapa de proyecto definitivo. Esto no implica que deba pasarse por alto, sino, simplemente, que debe mencionarse la idea general que se tiene sobre ellos, pues de otra manera se debería hacer una selección adecuada y precisa del personal, elaborar un manual de procedimientos y un desglose de funciones, extraer y analizar los principales artículos de las distintas leyes que sean de importancia para la empresa, y como esto es un trabajo delicado y minucioso, se incluye en la etapa de proyecto definitivo.

6. Estudio económico.

La antepenúltima etapa del estudio es el análisis económico. Su objetivo es ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionan las etapas anteriores y elaborar los cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación económica.

Comienza con la determinación de los costos totales y de la inversión inicial, cuya base son los estudios de ingeniería, ya que tanto los costos como la inversión inicial dependen de la

tecnología seleccionada. Continúa con la determinación de la depreciación y amortización de toda la inversión inicial.

Otro de sus puntos importantes es el cálculo del capital de trabajo, que aunque también es parte de la inversión inicial, no está sujeto a depreciación y amortización, dada su naturaleza líquida.

Los aspectos que sirven de base para la siguiente etapa, que es la evaluación económica, son la determinación de la tasa de rendimiento mínima aceptable y el cálculo de los flujos netos de efectivo. Ambos, tasa y flujos, se calculan con y sin financiamiento. Los flujos provienen del estado de resultados proyectados para el horizonte de tiempo seleccionado.

Cuando se habla de financiamiento es necesario mostrar cómo funciona y cómo se aplica en el estado de resultados, pues modifica los flujos netos de efectivo. En esta forma se selecciona un plan de financiamiento, el más complicado, y se muestra su cálculo tanto en la forma de pagar intereses como en el pago del capital.

Asimismo, es interesante incluir en esta parte el cálculo de la cantidad mínima económica que se producirá, llamado punto de equilibrio. Aunque no es una técnica de evaluación, debido a las desventajas metodológicas que presenta, sí es un punto de referencia importante para una empresa productiva, la determinación del nivel de producción en el que los costos totales igualan a los ingresos totales.

7. Evaluación económica.

Esta parte se propone describir los métodos actuales de evaluación que toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo, como son la tasa interna de rendimiento y el valor presente neto; se anotan sus limitaciones de aplicación y son comparados con métodos contables de evaluación que no toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo, y en ambos se muestra su aplicación práctica.

Esta parte es muy importante, pues es la que al final permite decidir la implantación del proyecto. Normalmente no se encuentran problemas en relación con el mercado o la tecnología disponible que se empleará en la fabricación del producto; por tanto, la decisión de inversión casi siempre recae en la evaluación económica. Ahí radica su importancia. Por eso, los métodos y los conceptos aplicados deben ser claros y convincentes para el inversionista.

8. Análisis y administración del riesgo.

Por lo general, la última parte tratada en el estudio de factibilidad es la evaluación económica. Sin embargo, existe otra parte a la que se llamó “*análisis y administración del riesgo*”.

Este enfoque puede aplicarse en economías inestables, a diferencia de otros enfoques de aplicación más restringida. El resultado de una evaluación económica tradicional no permite prever el riesgo de una posible bancarrota a corto o a mediano plazo, lo que sí es posible con esta perspectiva de análisis.

*Finalmente, en todo proyecto debe haber una conclusión general, en la que se declare abierta y francamente cuáles son las bases cuantitativas que orillan a tomar la decisión de inversión en el proyecto estudiado.*²

Siguiendo el orden de ideas anterior, sobre el proyecto de inversión, es necesario tomar en consideración el concepto de rentabilidad, pues hay que recordar que el propósito -de este caso específico **Cafetería O’SIRIS**-, es el de saber su rentabilidad, para que con base en lo ello se tome la decisión de inversión.

¿QUE ES RENTABILIDAD?

En economía, la rentabilidad relaciona el beneficio con los recursos necesarios para obtener ese lucro. Por tanto, si se dice que se ha obtenido un beneficio de un millón no será un dato muy significativo hasta que se sepa cuanto dinero o recursos se ha utilizado para obtener ese beneficio.³

La rentabilidad no es otra cosa que “*el resultado del proceso productivo*”. Si este resultado es positivo, la empresa gana dinero (utilidad) y ha cumplido su objetivo. Si este resultado es negativo, el producto en cuestión está dando pérdida por lo que es necesario revisar las estrategias y en caso de que no se pueda implementar ningún correctivo, el producto debe ser descontinuado.⁴

² Gabriel Baca Urbina, Evaluación de Proyectos, Mc Graw Hill, 2001, pp. 2-10.

³ <http://es.wikipedia.org/wiki/Rentabilidad> (Mayo del 2005).

⁴ <http://www.monografias.com/trabajos12/rentypro/rentypro.shtml#INTRO> (Mayo del 2005).

Rentabilidad, es la relación existente entre el capital invertido y los beneficios netos producidos por el mismo. Tasa de rendimiento obtenida por la combinación de modalidades de inversión escogida por el inversionista.⁵

Rentabilidad, es la capacidad de una inversión de producir una renta, o de un activo real o financiero de generar rendimientos, expresada en términos relativos entre el importe y los beneficios que genera. Puede medirse en porcentaje o en tanto por uno.⁶

Rentabilidad, es una de las características que definen una inversión junto con la seguridad y la liquidez y consiste en la obtención de beneficios en una actividad económica o financiera.⁷

¿QUÉ ES EL FINANCIAMIENTO?

Cuando se habla de financiamiento, muchas veces lo primero que viene a la mente es conseguir un préstamo, lo que para la pequeña y mediana empresa puede resultar contraproducente, ya que en la mayoría de los casos ni siquiera se ha evaluado si lo que se necesita es dinero o capital. Estos conceptos no forman parte de su lenguaje cotidiano y en algunas ocasiones obtienen préstamos que no requieren.

No quiere decir que pedir prestado y pagar sea un problema. En realidad, muchas veces es una magnífica solución para dificultades temporales a corto o largo plazo por falta de recursos financieros. Sin embargo, debe tomarse en cuenta que en México el costo de los préstamos es sumamente elevado, lo que obedece en buena medida a que el fisco no permite deducir por completo los pagos de interés.

Reducir la inflación significa que el gobierno mantenga tasas de interés elevadas en términos reales, para atraer la inversión de cartera que llega a México y sostener la balanza de pagos superavitaria o lo menos negativa posible. Esto influye en el sector privado, ya que los empresarios ni siquiera pueden deducir muchos de los gastos financieros y los que realizan en la labor de promoción de sus mercaderías. Su reto es doble, puesto que por un lado tienen que enfrentar la competencia internacional, en el extranjero o en México, haciéndose más competitivos; pero el fisco no es competitivo a nivel internacional, lo que ocasiona que se financie al gobierno de manera cara y se trabaje con un menor margen de ganancia. Se hace énfasis en el aspecto fiscal ya que esto repercute en la fuente de financiamiento a la que acuden las empresas.

⁵ <http://www.aach.cl/html/general/glosario/glosario.asp#r> (Mayo del 2005).

⁶ <http://www.mujaeresempresarias.org/forma/r.html> (Mayo del 2005).

⁷ http://www.templeton.es/spain/jsp_cm/guide/glossary_r.jsp (Mayo del 2005).

En este entorno la empresa mexicana debe invertir en modernizarse, lo que exige desembolsos de capital, inversiones a largo plazo que la dejen sobrevivir y permanecer en el mercado.

Cuando una persona o empresa quiere solicitar financiamiento o invertir a largo plazo, acude al mercado de capital; cuando es a corto plazo lo hace en el mercado de dinero.

Cuando se trata de financiar algo que requiere una inversión a largo plazo, siempre debe obtenerse el financiamiento a largo plazo. Cuando se va a invertir en el corto plazo, como en mercancías, clientes o efectivo para que funcione el negocio, el financiamiento puede ser a corto o largo plazo. Si es largo plazo se conoce como capital de trabajo permanente, ya que se obtuvo de alguna fuente de capital y se destina a la operación diaria y normal de la empresa. Lo ideal es que este capital de trabajo permanente sea financiado con capital de los propietarios. Los bancos pueden financiar el capital de trabajo temporal.

Un aspecto importante es que las decisiones fundamentales de un negocio, como crearlo o crecer, siempre deben financiarse con recursos de largo plazo. Ahora bien, para que estas inversiones funcionen también se requieren inversiones a corto plazo, inversiones en capital de trabajo.⁸

Es prácticamente imposible que una empresa subsista sin el financiamiento externo, esto es que se desarrolle exclusivamente con los recursos que se van generando por la propia operatividad ordinaria. En ocasiones, aún teniendo una estructura financiera sana, recurren por conveniencia propia al financiamiento que ofrecen los acreedores, esto con la finalidad de evitar la descapitalización de la empresa.

Los medios de financiamiento que pueden aprovechar los entes económicos, pueden clasificarse en internos y externos, considerando que los internos son los que se generan por personas miembros de la empresa, esto es por los accionistas, al momento de capitalizar las utilidades retenidas, o incrementar el capital con motivo de la suscripción de acciones o la emisión de obligaciones, y por otro lado el financiamiento externo se refiere a los créditos que otorgan los proveedores, o los préstamos de dinero o especie que realizan los diversos acreedores, ya sea los particulares, la banca, o los arrendamientos financieros, etc.

⁸ Rosa Maria Ortega Ochoa y Eduardo Villegas Hernández, Sistema Financiero de México, McGraw Hill, 2002, pp. 215 y 216.

Es importante que antes de recurrir al financiamiento se valore detenidamente cual es la estructura financiera que tiene la empresa, con la finalidad de prever si realmente se puede hacer frente a las obligaciones que la utilización de ésta alternativa originan, lo anterior debido a que una estructura sana permitirá solventar indudablemente los compromisos económicos originados con el financiamiento. Resulta incuestionable que para tener una estructura financiera sana es necesario observar las siguientes reglas:

- a) El capital de trabajo inicial de la empresa debe ser aportado por los propietarios.
- b) Al ocurrir la expansión o desarrollo de la empresa, el capital de trabajo adicional, con carácter permanente o regular, debe también ser aportado por los propietarios, o bien ser financiado por medio de préstamos a largo plazo.
- c) El capital de trabajo temporal puede financiarse a través de préstamos a corto plazo.
- d) Las inversiones permanentes iniciales de la empresa como el caso de los activos fijos, deben ser aportadas por los propietarios.
- e) Las inversiones permanentes adicionales requeridas por la expansión o desarrollo de la empresa deberán también ser aportadas por los propietarios.

Con lo anterior, se puede decir que definitivamente las inversiones iniciales, por expansión o financiamientos fuertes deben ser aportadas por los accionistas, y los financiamientos a corto plazo, aprovecharse por medio de los terceros, esto con el objeto de contar con una estructura financiera sana.

Nota: El propósito de este trabajo no es el de exponer y abarcar información completa sobre el concepto de financiamiento, tal y como lo sería un tratado dedicado al financiamiento en sí.

Considerando que se utilicen las fuentes de financiamiento, las más usuales en los negocios son las que provienen de proveedores, banca, emisión de acciones y obligaciones, arrendamiento y la retención de utilidades para reinversión, mismas que a continuación se describen:

- δ **Proveedores.-** La forma más común de financiamiento que utilizan las empresas es la utilización de los créditos otorgados por los proveedores, los cuales se originan mediante la adquisición o compra de bienes y servicios que la empresa utiliza en su operación a corto y largo plazo.
- δ **Banca.-** Es incuestionable que la Banca es el elemento de financiamiento más importante para la empresa, puesto que representa la fuente de crédito dominante a corto plazo; pero no solo eso, sino que además es la institución en donde se disfruta de una amplia gama de servicios.

ð **Banca Comercial o Múltiple y organizaciones auxiliares de crédito.-** La Banca Comercial o Múltiple tiene como uno de sus objetivos fundamentales el promover el desarrollo de las empresas industriales, comerciales y de servicios, mediante financiamientos otorgados; recursos que la banca obtienen de las diversas operaciones que el público en general realiza con ellos. En lo relacionado con los financiamientos, la banca comercial ofrece los siguientes:

- ☒ **Crédito simple o en cuenta corriente:** Estos financiamientos pueden ser operados en cuenta corriente, mediante disposiciones para cubrir sobregiros en cuenta de cheques o alguna necesidad temporal de tesorería. Es un crédito revolvente, y una derivación de ésta es la tarjeta de crédito, por medio de la cual la institución de crédito se obliga a pagar por cuenta del acreditado los bienes y servicios que éste adquiera. El crédito que otorga la institución bancaria se documenta con pagarés que tienen un plazo de pago no mayor de 180 días y se amortiza al liquidarlos en uno o varios pagos, según el particular lo desee.
- ☒ **Descuento de documentos.-** Esta forma de financiamiento se presenta ordinariamente cuando una empresa requiere recursos económicos y se cuenta con cuentas por pagar documentadas, cuyo vencimiento aún se encuentra distante; y consiste en transferir en propiedad títulos de crédito a una institución de crédito, quien pagará en forma anticipada el valor nominal del título menos el importe de los intereses correspondientes entre la fecha del descuento y la fecha de su vencimiento y una comisión por la operación.
- ☒ **Descuentos de documentos.-** Se realizan principalmente a corto plazo generalmente con un vencimiento de 90 días, pudiendo ser hasta de 180. El descuento de documentos opera en forma revolvente, esto es, se cobran documentos y se descuentan otros, si es que la empresa así lo requiere.
- ☒ **Préstamos quirografarios o préstamos directos sin garantías.-** La institución de crédito los otorga con base en la solvencia y moralidad del solicitante. Se puede disponer del crédito en forma revolvente pero deben liquidarse a su vencimiento. Puede requerirse de aval y generalmente los créditos son a 90 días pero pueden tener hasta un año de plazo.
- ☒ **Préstamos de habilitación o avío.-** Este crédito con garantía se otorga a corto y mediano plazo, siendo el máximo autorizado de cinco años y generalmente de dos o tres años, y se utiliza para financiar la producción de la actividad industrial, agrícola y ganadera.
- ☒ **Préstamos Refaccionarios.-** Este crédito con garantía se otorga a mediano o largo plazo y se emplea para financiar principalmente activos fijos tangibles, inversiones de mediano o largo plazo y también para la liquidación de pasivos o adeudos fiscales relacionados con la operación de la industria, la agricultura y la ganadería.
- ☒ **Crédito comercial en cuenta corriente.-** Para hacer uso de este crédito se requiere primeramente establecer un contrato para que los bancos corresponsales paguen a un beneficiario por cuenta del acreditado, contra documentación, el importe de los bienes específicos que se hayan señalado en el contrato.
- ☒ **Créditos Hipotecarios.-** Son financiamientos a largo plazo de gran flexibilidad para la adquisición, construcción o mejoras de inmuebles destinados al objeto social de la empresa; también para el pago o consolidación de pasivos originados en la operación normal, excluyendo pasivos por financiamientos otorgados por otras instituciones bancarias. Puede destinarse también a apoyar el capital de trabajo. La garantía estará constituida con activos fijos tangibles.
En los créditos hipotecarios destinados a la industria, el plazo máximo es de 15 años, pudiendo tener hasta 2 años de gracia.
- ☒ **Préstamo Hipotecario Industrial.-** Este préstamo se otorga con garantía hipotecaria en primer lugar de la unidad industrial, la que incluye todos los activos tales como el efectivo, cuentas por cobrar, etc., y su destino debe ser diferente por los préstamos de habilitación o avío y refaccionarios. Tampoco puede destinarse a adquirir o construir bienes inmuebles. Se utiliza principalmente para consolidar pasivos y cuando no exista un préstamo específico al cual acudir.

Es un crédito a mediano o largo plazo con pagos mensuales, trimestrales o semestrales por amortización de capital e interés, dependiendo de las necesidades específicas del acreditado. Puede existir un periodo de gracia con pago de intereses.

§ **Líneas Globales.-** Nacional Financiera actuando como Agente Financiero del Gobierno Federal y como Banca de Fomento Industrial, tiene establecidas líneas de crédito en condiciones preferenciales con organismos y agencias gubernamentales de los principales países del mundo, con el objeto de financiar las importaciones de maquinaria, equipo, refacciones, servicios conexos y, en algunos casos, insumos, provenientes del extranjero, necesarios para la operación de la planta productiva nacional.

Dentro de ésta forma de financiamiento, el monto del crédito que puede financiarse es hasta el 100% en insumos y refacciones, y hasta el 85% en el caso de maquinaria, equipo y servicios conexos. El plazo de los financiamientos varía de 180 días a 2 años para materias primas y de 2 a 10 años para bienes capital, dependiendo del monto y tipo de producto. Las tasas de interés por lo general son fijas, menores a las prevalecientes en los mercados internacionales.

§ **Arrendamiento Financiero.-** El financiamiento se establece por medio de un contrato, a través del cual el arrendador se obliga a entregar el uso del bien al arrendatario, a cambio del pago de una renta durante un cierto período, teniendo al final del plazo la opción de recibir la propiedad, volverla a rentar, o enajenarla.

§ **Banca de Desarrollo.-** La Banca de Desarrollo está integrada por Nacional Financiera, Banco Nacional de Comercio Exterior, Banco Nacional de Obras y Servicios Públicos, Banco Nacional de Crédito Rural y el Banco Nacional de Comercio Interior.

☞ **Nacional Financiera.-** Dentro de las instituciones de Banca de Desarrollo, Nacional Financiera a través de sus programas de crédito ha fortalecido su identidad como promotora de la inversión de las micro y pequeñas empresas de los sectores privado y social; y ha concertado esfuerzos con la Banca Comercial y otros intermediarios financieros no bancarios, los gobiernos estatales y organismos empresariales para promover las actividades productivas.

El financiamiento para las empresas, es un elemento primordial para conseguir su desarrollo, y en ocasiones por qué no, su subsistencia, en virtud de que permite la disposición de recursos económicos frescos o bienes materiales indispensables para que la empresa realice su objetivo.

Indiscutiblemente, el financiamiento al que más recurren las empresas es al que ofrecen los proveedores, puesto que es lo más común dentro de la operatividad normal, el realizar la compra de mercancías, y se acuerde con el proveedor, que su pago se realice días más adelante,

esto es, compras a crédito; con lo cual se logra disponer el recurso que se hubiera utilizado para la compra de dichas mercancías, para otros conceptos que en ese momento sean más importantes.⁹

Se ha visto, lo que es el financiamiento, las fuentes de financiamiento, sin embargo, es importante que no se olvide considerar al “*riesgo financiero*” sobre todo en países en vías de desarrollo, como es el caso de México, en donde, el riesgo esta a la orden del día.

¿QUÉ ES EL RIESGO FINANCIERO?

Financiar significa aportar dinero necesario para la creación de una empresa. Financian una nueva empresa o proyecto tanto los accionistas como una institución bancaria en caso de que aquellos decidan solicitar un préstamo. El riesgo en este caso es evidente: una elevación de las tasas de interés del préstamo forzaría a la empresa a pagar intereses por arriba de la cantidad programada, lo cual puede, eventualmente, llevar a la empresa al riesgo de bancarrota. Este también es un riesgo no sistemático, es decir, no puede ser previsto por la empresa, ya que depende de la estabilidad económica del país.

Otros riesgos financieros son la devaluación de la moneda local cuando la empresa necesita de alguna o algunas materias primas importadas. La devaluación de la moneda hará que repentinamente el costo de producción sea mayor sin que la empresa pueda evitar ese aumento. Una clase de riesgo financiero adicional también está relacionado con la devaluación de la moneda local, en caso de que la empresa tenga deudas en dólares o cualquier otra moneda fuerte ante la cual se devalúe su moneda. Un riesgo de cualquier tipo no se cubre si la probabilidad de que suceda es muy baja. Cubrir o prevenir un riesgo siempre tiene un costo y aquí radica la importancia de su análisis y prevención. Éstos se deberán cubrir cuando es inevitable que sucedan y es posible detectar la cercanía de ciertos eventos en la economía de un país. La recomendación parece evidente. Una empresa no se puede manejar exitosamente si se desconoce lo elemental de la propia empresa y del medio que la rodea. No es posible obtener utilidades aceptables si se desperdician recursos en la producción, ni prevenir los riesgos si no se sabe que existen y menos se sabe cuáles son los indicadores detonadores de tales riesgos. El conocimiento y la preparación académica de los propietarios o administradores es fundamental para el éxito de los proyectos y de las empresas que ya están funcionando.¹⁰

⁹ http://www.universidadabierta.edu.mx/Biblio/C/ChavezGonzalez_PlaneacionFinan.htm (Mayo del 2005).

¹⁰ Op. Cit, pp. 257-259.

CAPITULO 2. MARCO DE REFERENCIA.

HISTORIA DEL CAFÉ.

El centro primario de origen del cafeto o café es, según algunos, la provincia de Kaffa, en la república de Etiopía o Abisinia, en África oriental, frente al mar Rojo y el golfo de Adén. Según otros, el café procede de una región situada entre los puertos de Moka y Adén, en la vasta península de Arabia, en el Sudeste de Asia, extendida entre el mar Rojo, el océano Índico, el golfo Pérsico, Irak y Jordania.

En las zonas montañosas bajas, tanto de Yemen como de Etiopía, nació el cafeto, casi en cuna de oro, en un medio excepcional de clima fresco y lluvioso y de suelos fértiles, que contrasta radicalmente con la aridez típica de la región.

Desde esa pequeña área geográfica que interrelaciona Asia y África, con el mar Rojo de por medio, el café emprendió su largo peregrinaje, como fruto primero, y luego como planta, por los caminos del mundo.

Las virtudes de la bebida fueron difundidas por los peregrinos musulmanes, pero no la planta, que se guardaba celosamente en su lugar de origen. Para mantener el control monopólico sobre su comercio, altamente rentable, los comerciantes árabes sólo vendían los granos verdes hervidos o tostados. Así evitaban la reproducción de la planta, impidiendo que los granos pudieran germinar y convertirse en plantas productivas de café fuera de Arabia. En esas condiciones, los venecianos fueron los primeros occidentales en importarlos en 1615, aunque algunos sitúan las primeras importaciones a finales del siglo XVI.

El monopolio comercial cafetalero árabe se mantuvo hasta inicios del siglo XVII, cuando se rompió por la acción de algunos peregrinos musulmanes que contrabandearon los primeros granos fértiles hacia la India.

Posteriormente, los holandeses llevaron algunas plantas de café al Jardín Botánico de Leyden. Una de ellas le fue regalada al rey francés Louis XIV por el burgomaestre de Amsterdam, en 1714. El cafeto regalado a Francia daría mucho que hablar, pues tuvo una larga descendencia que dio origen a la mayoría de los cafetales del hemisferio occidental.

Las plantas de café se propagaron por las islas del Caribe y otros lugares del continente, multiplicándose en Jamaica (1730), Santo Domingo (1731), Surinam, Cayena, Haití, Brasil (1727), México (1740) y América Central y del Sur.

El hábito del consumo del café llegó, así, a Venecia, en 1615; a París, en 1643; a Marsella, en 1644; a Londres, en 1650; a Viena, en 1683.

Cambiaron los medios de transporte y se abreviaron las rutas. De los frágiles veleros del siglo XVIII se pasó a las potentes naves de motor, reduciéndose los tiempos de navegación y aumentando la confiabilidad de los traslados. La apertura del canal de Suez, en 1869, redujo los costos y la duración de los viajes, evitando la vuelta de África a los navíos que seguían las rutas del Oriente y de África Oriental.

En el siglo XVI el hábito del consumo de café estaba extendido en todo el imperio turco. En todas las capitales del Islam, se abrían establecimientos públicos para la venta de la aromática bebida. Los primeros se abrieron en El Cairo, que contó con ellos en el siglo XV. Después vendrán los de Constantinopla, la antigua Bizancio, que pasó a manos de los turcos de Mahomet II en 1453, dando *comienzo a la Edad Moderna*. Al transformarse en Estambul, cambiaron muchos usos sociales, surgiendo las **cafeterías o kahveh khaneh**. Las dos primeras se abrieron en 1554. Allí se reunían los poetas, los cadis y los altos dignatarios del Imperio Turco. Se bebía café, se oía música, se hacían juegos de azar y se hablaba de todo, especialmente de política.

Pocos años más tarde Viena se había convertido en la capital europea de la cafetería. Ahora son famosos los cafés de Landtmann, el Hawelka, el Sacher, el Silberne y el Café Imperial, entre otros.

El *caové, casie, kawé* o café se daba a conocer en Europa, pero con mucha timidez, hasta que en 1669 se convirtió en una moda, gracias a la intervención del embajador otomano Salimán Mustafá Aga.

En 1672 un armenio de apellido Hartoundian, y al que la gente llamaba Pascal, estableció un pequeño negocio de cafetería ("Maison de Caoué") en la feria de Saint-Germain, que se abría anualmente sobre la orilla izquierda del Sena. Cuando Pascal se trasladó a Londres, uno de sus camareros de nombre Francisco Procopio dei Coltelli, proveniente de Sicilia, abrió su propio, en 1686, con el nombre de Café Procope.

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

En unos pocos años la moda del café se apoderó de París, y surgieron cafeterías en todos los barrios. En 1721 la ciudad contaba con 380 cafés. Los cafés se convirtieron en cenáculos de artistas líricos, oficiales y escritores en los siglos XVII y XVIII.

Estamos ahora en 1788. Francia vive una bancarrota nacional, y la oposición política crece cada día, y se reúne en los cafés, que se convierten en el centro del descontento, sustituyendo a las tabernas y a los cabarets. Había, entonces, unos 2.000 salones de café en París. En el café de Procopio se reunían Desmoulins, Danton y Marat; en el de Régence, Robespierre y sus seguidores. Un etnobotánico, Mckenna, sostiene que "si la arenga es la madre de la revolución; entonces el café y los salones de café deben ser su comadrona". Un historiador, Michelet, opina que el café, junto con el chocolate y el té, presidió el nacimiento de la Edad de las Luces, porque por primera vez la gente tuvo la ocasión de servirse en sociedad sin embriagarse y el café ilumina el espíritu de la revolución, pues aumenta la lucidez de sus adictos, muchos de ellos revolucionarios.

El café llegó a Inglaterra junto con el té y el chocolate hacia 1650, representando tal arribo una alternativa frente al consumo de alcohol, al cual eran muy adictos los ingleses. En 1652 un judío venido de Turquía de nombre Jacob, abre el primer café (coffee-house) en Oxford. Habría que esperar otros años más para que el armeniano, o griego, Pasqua Rosée, inaugure el primer café londinense, en la Saint-Michael's Alley, en Cornhill. Después vendrán otros coffee-houses, a los que llamarían "las universidades del penique", porque por el precio de un penique un parroquiano podía degustar una taza de café y conversar sobre cualquier cosa que se le antojara. Era el tiempo de la llamada "Comunidad Puritana" (1649-1659), y las cafeterías se convirtieron en los lugares preferidos para las reuniones públicas. En una de ellas, en la cafetería de Miles, se introdujo y utilizó la primera urna electoral.

A finales del siglo XVII el café era visto como una bebida "sobria", desembragante, que afinaba la temperancia, especialmente en una sociedad donde el alcohol (el vino y la cerveza) había jugado un importante rol como estimulante y alimento. Esta característica, unida a la de bebida antierótica, encajaba muy bien en el orden del movimiento puritano y ascético inglés, y de la ética protestante, que lo adopta como la bebida del cuerpo y del alma, otorgándole una gran carga ideológica. A esas características se le agrega una tercera, la de "estimulador cerebral". En ese contexto, el café actúa como una bebida con significación histórica. Se infiltra en el cuerpo y cumple, con su acción química y farmacológica, lo que el racionalismo y la ética protestante cumplen en el sistema ideológico e intelectual. La propiedad que tiene el café de excitar el espíritu y mantenerlo artificialmente despierto se ajusta muy bien a la necesidad de prolongar e intensificar el tiempo disponible para el trabajo. Esa argumentación domina el siglo XVII y parte del siglo XVIII.

Contextualmente, en ese tiempo, el café cumple con la función social de ser centro de comunicaciones para los hombres de negocios, los periodistas y los artistas. Poco a poco el café, considerado como bebida pública, se introduce en el interior de la esfera doméstica hasta convertirse en el siglo XVIII en la bebida del desayuno y de la merienda. Tal es el cometido del café hasta que fue desplazado por el té, bebida también considerada como "sobria" y que respondía mejor a los intereses económicos de las colonias británicas.

Los primeros cafés fueron introducidos en España durante la segunda mitad del siglo XVIII por italianos como Gippini, que poseía establecimientos en Barcelona, Cádiz, Madrid, San Sebastián y Sevilla. A pesar de lo tardía de la introducción, los cafés prosperaron rápidamente, convirtiéndose en centro de la discusión política.

Las cafeterías italianas nacieron en Venecia hacia 1647, uno de los más conocidos fue el abierto en 1720 por Floriano Francesconi, con el nombre de Caffè de la Venecia Triunfante, que cambió luego su nombre a Caffè Florian, emplazado en la plaza de San Marcos, y que se convirtió en un importante centro de actividades culturales y comerciales. Más tarde, en 1759, había en Venecia más de 100 cafés. En Roma, encontramos otros cafés como el del Greco, fundado en 1760, sobre la vía Condotti, y que se ha convertido en uno de los cafés más famosos del mundo.

Durante el siglo XVII el café se arraigó en los países nórdicos, que luego se convertirán en grandes consumidores. En 1685 el café llega a Estocolmo, y cinco años después, en 1690, se abren allí dos cafeterías. En esos años la moda del café también se impone en Noruega (1675), Dinamarca (1685), y Finlandia (1700).

Antes de que el café sustituyera al té, a raíz de la Stamp Act de 1766, que originó la rebelión del Tea Party en 1773, ya el café era consumido en el siglo XVII en la colonia holandesa de New Amsterdam, enclavada en lo que hoy es Estados Unidos.

A principios del siglo XIX encontramos, tardíamente, algunos cafés en Caracas. Algunos eran bares con la fachada de café, pero en todos se reunían los viajeros para tomar comidas ligeras, en cuya elaboración utilizaban muchas veces productos importados. La moda del café en Venezuela se despertó un poco tarde, en comparación con otros países como México, en cuya capital se abrió en 1785 un café en la plaza de El Zócalo. ¹¹

¹¹ http://www.cafeimperial.com/historia_esp.php (Mayo del 2005).

GEOGRAFÍA DEL CAFÉ.

El café es la segunda bebida estimulante más importante de la humanidad, después del té. Su cultivo ocupa a varias decenas de millones de campesinos en más de 70 países tropicales y su producción representa cerca del 4% del comercio mundial total de productos alimenticios.

El cultivo del cafeto se ha hecho tradicionalmente con el empleo casi exclusivo de tierra y mano de obra, con escasa fertilización y ninguna utilización de la mecanización, aunque es posible el uso de cosechadoras mecánicas desde hace algunos años.

La mayor parte de la producción mundial de café verde proviene de América Latina, especialmente de Brasil, Colombia, México, Guatemala, etc. De allí salió más del 90% de la producción mundial en la década de 1930. Pero ese aporte se redujo significativamente a mediados de siglo, y hasta la década de 1960, para estabilizarse luego en cerca de dos terceras partes de la producción mundial. Allí se producen todos los grandes tipos de café que establecen las cotizaciones bursátiles especializadas, pues hasta la producción de robusta, no introducida en gran escala, conoció un desarrollo espectacular en Brasil y Ecuador a partir de 1974.

La elevada concentración de la producción se evidencia al observar que sólo dos países de América del Sur, Brasil y Colombia, son responsables, del 40% del total mundial en 1992. El continente africano viene en segundo lugar, con 1,216,000 ton, para un 20% del total, y mucho más atrás Asia, con 953,000 ton, lo que representa un 16%.

En el siglo XX las importaciones mundiales de café han aumentado a un ritmo ligeramente inferior a 2% por año, caracterizándose por un crecimiento estable. Esa estabilidad está vinculada al hecho de que la mayor parte de la demanda del producto se concentra en los países desarrollados de Europa, América del Norte y Japón. El consumo mundial estuvo primero liderado por América del Norte, duplicándose sus importaciones entre 1930 y 1945, para luego crecer a un ritmo más lento y comenzar a disminuir a partir de 1965.

El café es uno de los grandes *commodities* del comercio internacional, ya que el 83% de la producción es objeto de tal comercio. Ordinariamente es vendido por los países productores bajo la forma de "café verde", -primera transformación que el producto sufre en esos países-, para ser almacenado en sacos de 60 kg de peso cada uno. Y luego es llevado en barco hacia los grandes puertos de los países importadores y consumidores. Entre estos puertos destacan Rotterdam, Amberes, Hamburgo, Le Havre, Marsella, Bremen, Ámsterdam, Trieste, Génova, Nueva York, Nueva Orleans y San Francisco. Estados Unidos es el mayor importador de café en el mundo, representando por sí sólo cerca del 25% del total del valor importado.



En el mercado internacional del café actúan, además, dos importantes agentes: de una parte, los estados de los países productores-exportadores; de la otra, los negociantes particulares.

Los estados de los países productores-exportadores intervienen activamente en la comercialización y en la gestión de las exportaciones por medio de oficinas públicas, que se encargan de la estabilización de precios y/o de coordinar las estrategias de exportación de los operadores privados. De esa manera se han creado oficinas o institutos o fondos del café, generalmente en América Latina, así como las cajas de estabilización (Caisses de Stabilisation) en África y las juntas de mercadeo (Marketing Boards) en las ex colonias británicas.

El café es, por un lado, un producto de consumo de masas, y por el otro, representa una cuota sustancial de los ingresos de exportación de muchos países exportadores, por lo que ha sido muy importante intentar estabilizar sus precios, limitando las grandes fluctuaciones de la oferta y sus efectos negativos sobre las economías de los países productores y exportadores.¹²

CAPITULO 3. ESTUDIO DE MERCADO.

Cada proyecto requiere un estudio de mercado que sea tan diferente como lo sean entre sí los productos que se analizan. A pesar de esto, es posible generalizar un proceso que considere un estudio histórico tendiente a determinar una relación de causa-efecto entre las experiencias de otros y los resultados logrados. Una investigación que permita definir la situación vigente con y sin el proyecto, y un estudio proyectado que concluya cual será el mercado particular que pueda tener la empresa, con la determinación de su estrategia comercial, importantísima para los nuevos productos. Para esto es necesario contar con un análisis del consumidor, sus hábitos y motivaciones de compra.¹³

¹² http://www.cafeimperial.com/geografia_esp.php (Mayo del 2005).

¹³ Op Cit., pp. 56

El estudio de mercado que se realizó para determinar a los clientes potenciales de la **Cafetería O'SIRIS** ubicada en Calle 21, Col. Vicentina, Del. Iztapalapa, C.P. 09340, fue con base en observaciones simples*.

En este proyecto decidimos realizar observaciones simples, durante un periodo de **tres meses** con **intervalos de una semana**, en el lugar donde se establecerá el negocio. Dichas observaciones fueron realizadas en **dos ocasiones** durante el transcurso del **día**, con **horarios aleatorios** de **60 minutos** cada observación. Esto con el objeto de conocer las fluctuaciones de la demanda potencial para la **Cafetería O'SIRIS**.

A continuación se presenta la tabla con los datos obtenidos de dichas observaciones, así como su representación gráfica por cada una de las semanas:

TABLA DE OBSERVACIONES. ESTUDIO DE MERCADO.

MES	SEMANA	OBSERVACION/HORARIO											
		LUNES		MARTES		MIÉRCOLES		JUEVES		VIERNES		SÁBADO	
		PERSONAS / INTERV		PERSONAS / INTERV		PERSONAS / INTERV		PERSONAS / INTERV		PERSONAS / INTERV		PERSONAS / INTERV	
SEPTIEMBRE	1	115	10:00 A 11:00	102	09:45 A 10:45	123	11:10 A 12:10	117	09:00 A 10:00	80	12:00 A 13:00	65	10:00 A 11:00
		97	16:30 A 17:30	50	15:20 A 16:20	107	17:55 A 18:55	66	19:20 A 20:20	50	16:55 A 17:55	32	15:30 A 16:30
	3	113	10:30 A 11:30	97	11:15 A 12:45	141	09:15 A 10:15	130	10:00 A 11:00	88	11:45 A 12:45	80	08:45 A 09:45
		53	17:35 A 18:35	86	16:00 A 17:00	99	18:00 A 19:00	75	19:35 A 20:35	70	17:45 A 18:45	40	13:45 A 14:45
OCTUBRE	1	88	08:50 A 09:50	123	10:35 A 11:35	114	12:00 A 13:00	103	09:10 A 10:10	74	08:45 A 09:45	33	07:45 A 08:45
		50	20:30 A 21:30	46	19:30 A 20:30	117	18:00 A 19:00	80	17:00 A 18:00	62	18:45 A 19:45	46	13:00 A 12:00
	3	132	10:50 A 11:50	126	09:35 A 10:35	117	11:30 A 12:30	101	10:45 A 11:45	93	09:15 A 10:15	40	09:10 A 10:10
		112	17:50 A 18:50	99	16:20 A 17:20	77	18:55 A 19:55	87	16:30 A 17:30	75	18:00 A 19:30	58	14:30 A 15:30
NOVIEMBRE	1	82	10:00 A 11:00					135	09:30 A 10:30	90	11:07 A 12:07	51	09:50 A 10:50
		43	15:45 A 16:45					108	19:15 A 20:15	48	18:25 A 19:25	32	14:05 A 15:05
	3	101	12:25 A 13:25	97	08:00 A 09:00	131	10:15 A 11:15	95	09:30 A 10:30	87	11:50 A 12:50	61	09:15 A 20:15
		94	16:35 A 17:35	82	17:55 A 18:55	107	18:00 A 19:00	79	15:15 A 16:15	48	16:45 A 17:45	40	13:00 A 4:00

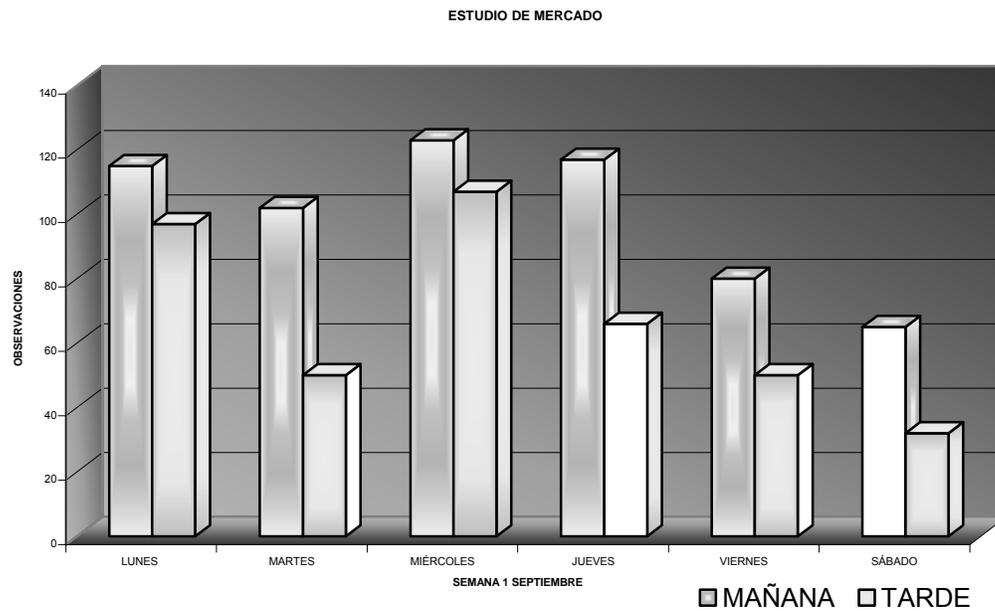
DIAS NO LABORABLES EN LA UNIVERSIDAD

Media = 84.41

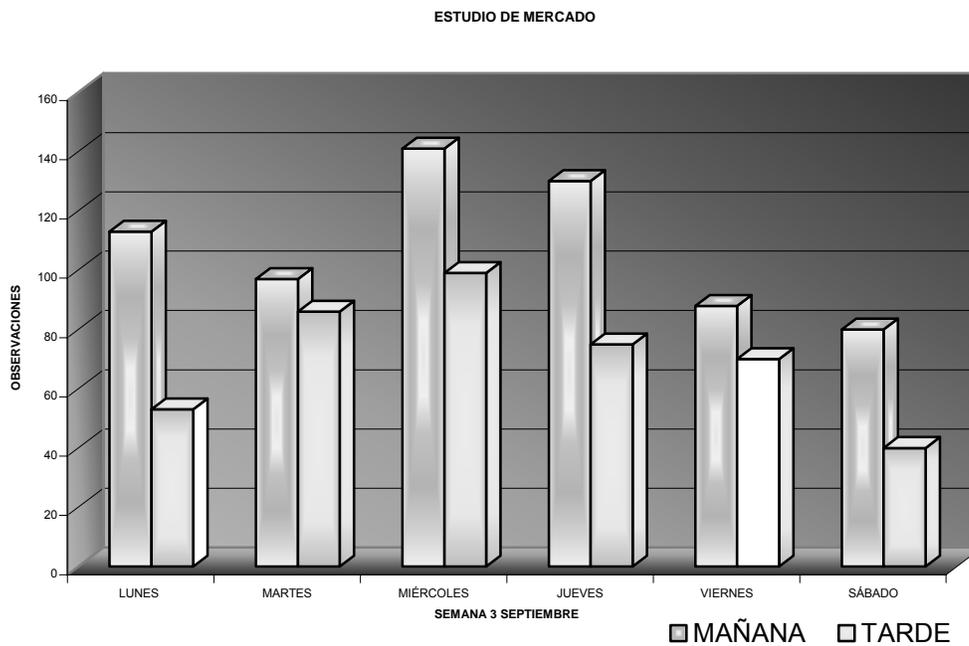
Redondeado A 80 Personas Cada Hora.

* Entiéndase por observaciones simples, el método que se utilizó para este proyecto. Consiste en observaciones diarias durante una semana con intervalos de una semana.

FLUCTUACIONES GRÁFICAS DE SEMANAS OBSERVADAS.

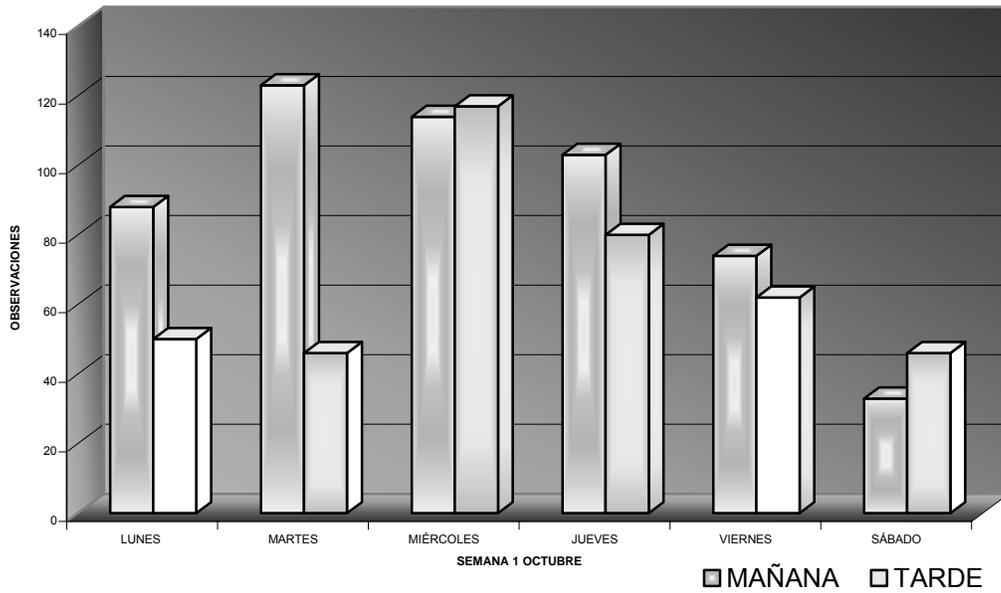


Durante la primer semana, se observa un mayor número de personas en la mañana que por la tarde.



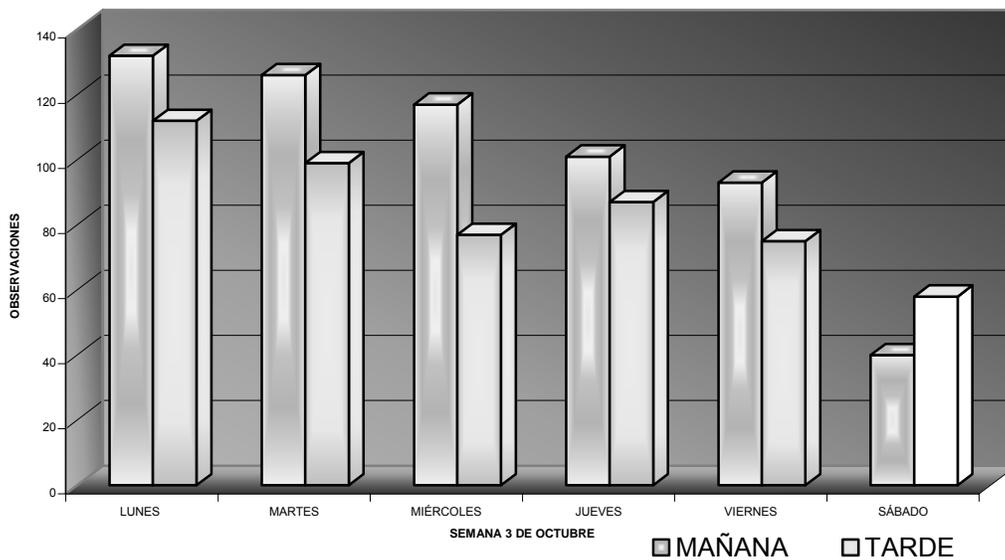
Durante la segunda semana de observación, la tendencia sigue como en la primera, además, hay que resaltar que existió una mayor circulación de personas a mitad de semana.

ESTUDIO DE MERCADO



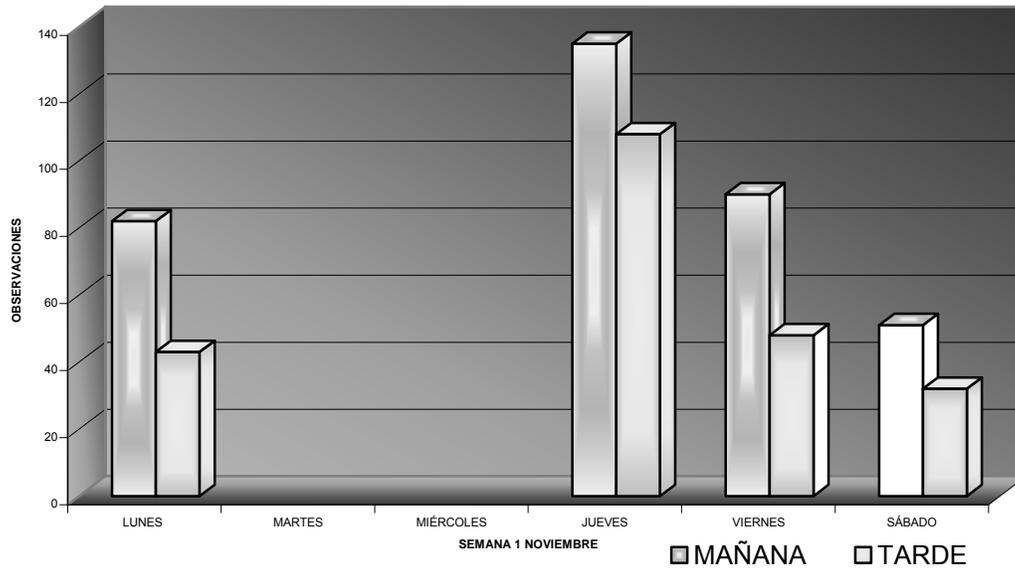
En la tercer semana de observación, la fluctuación entre mañana y tarde es más evidente al inicio de semana, que a mitad y al final de la misma.

ESTUDIO DE MERCADO



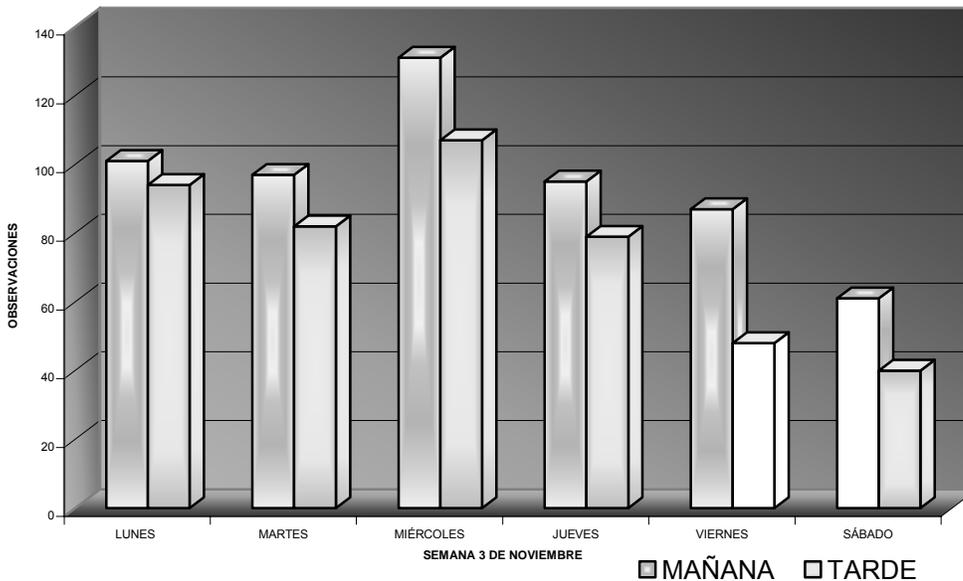
La tendencia en la cuarta semana de observación, es descendente. En la mañana a diferencia de la tarde, hay mas personas que transitan por el lugar. Ha excepción del sábado.

ESTUDIO DE MERCADO



Durante la quinta semana de observación, el lunes no hay mucha concurrencia por el lugar, es posible que sea, por los días feriados que se interponen en la semana, aunque la tendencia es decreciente a partir de media semana.

ESTUDIO DE MERCADO



En la última semana de observación, la tendencia de concurrencia por el lugar, fue un tanto regular al inicio de semana, aunque centralizada en parte a mitad de semana, y decreciente hacia el fin de semana.

Una vez realizado el muestreo y contemplando la **media aritmética** obtenida, podemos determinar que la demanda diaria será aproximadamente de **80 personas cada hora**, estas personas son las que cumplen con las características que se requieren, y que por tanto podrían ser nuestros consumidores potenciales.

La capacidad de venta de la **Cafetería O'SIRIS** es aproximadamente de **40 unidades de venta cada hora** (bebidas calientes), para las cuales se requiere utilizar la máquina cafetera. Además se pretende preparar **40 unidades de venta cada hora** (bebidas frías), las cuales se elaboraran principalmente con ayuda de otros electrodomésticos.

Considerando maximizar las utilidades de la **Cafetería O'SIRIS**, es posible que se pudiera contemplar (a futuro) comprar maquinaria, mobiliario y por tanto insumos adicionales, para ampliar el negocio.

CAPITULO 4. ESTUDIO TÉCNICO.

TAMAÑO ÓPTIMO.

Escoger un espacio adecuado para una cafetería, por lo regular se basa en criterios personales, sin embargo, es importante agregar algunos lineamientos arquitectónicos técnicos que los complementan. A continuación se mencionaran algunos de los lineamientos que se tuvieron que contemplar para la determinación del espacio necesario para la **Cafetería O'SIRIS**:

Lineamientos Arquitectónicos.

1. Colocación de las mesas en las salas de café, en diagonal con mesas redondas de 85 cm de diámetro:

 Espacio por consumidor $1.50\text{m} \times 1.825\text{m} = 2.737\text{m}^2$ entre 4 = 0.68m^2 .

 Teniendo en cuenta todos los espacios suplementarios por consumidor 0.75m^2

2. Colocación, lo más apretada posible, de las pequeñas mesas de café:

 Superficie por consumidor $1.25\text{m} \times 1.575\text{m} = 1.968\text{m}^2$ entre 4 = 0.50m^2

 Con los espacios suplementarios correspondientes, superficie por consumidor $\geq 0.60\text{-}0.70\text{m}^2$.

 Situación conveniente de columnas: entre cuatro mesas o detrás de un trinchero aparador.

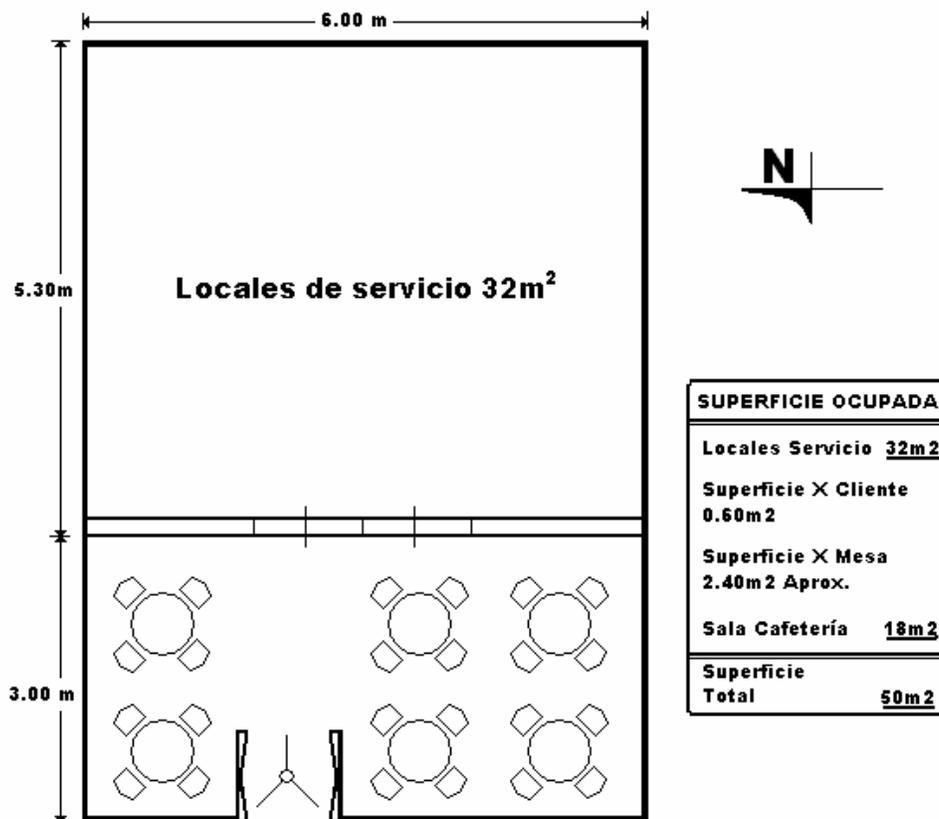
3. Los salones de cervecería y café (desayunos), suelen tener bancos fijos y mesas para grupos. La localización preferible del mostrador es en el centro del local comunicado directamente con las dependencias de servicio; el mostrador al fondo no es corriente, pero si lo es, sobre todo en Inglaterra y en América, el mostrador a un costado ocupando todo el largo de la sala.

Si la iluminación sólo se verifica por los dos lados cortos, el salón, con 4-5 m de altura de techo, puede tener una profundidad de 15-20 m. Las mesas se disponen, según la anchura del local, en grupos de dos filas o formando agrupaciones centrales. La superficie ocupada por mesa no varía mucho en los distintos casos.

El espacio correspondiente a las cocinas y dependencias auxiliares para el público, es siempre el mismo, 32 m².¹⁴

PLANO ARQUITECTÓNICO.

PLANO CAFETERÍA O'SIRIS



¹⁴ Ernst Neufert, Arte de Proyectar en Arquitectura, Editorial GUSTAVO GILI., pp 389-391

LOCALIZACIÓN ÓPTIMA.

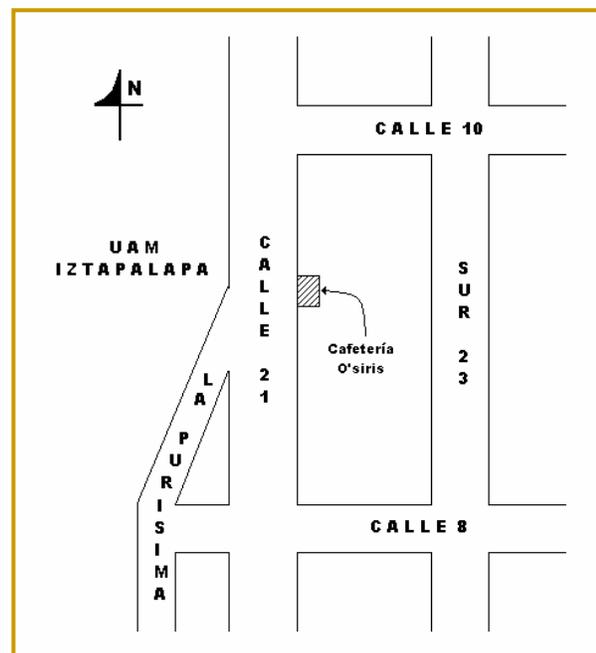
La localización de la **Cafetería O'SIRIS**, es uno de los aspectos más importantes que se tuvieron que considerar, pues la decisión, implicó determinar el lugar estratégicamente para realizar un negocio de este tipo. Al principio, se pensó en un centro comercial, sin embargo, dicho centro comercial, no tiene una concurrencia afable –desde un punto de vista particular- para el proyecto que se tiene contemplado emprender. La otra opción que se consideró fue un lugar que tuviese mayor concurrencia que el centro comercial, ya mencionado, lo que llevó a considerar una Universidad.

Con base en lo anterior, se contempló como lugar estratégico un local, afuera de la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Iztapalapa, frente a una de las salidas, sobre la Calle 21. Se pensó en éste lugar, debido a que promete en primer instancia, una demanda posible de bebidas de Café, en este caso específico para la **Cafetería O'SIRIS**.

Por su puesto, para decidir la ubicación de la **Cafetería O'SIRIS**, se tuvo que tomar en cuenta la dimensión del local. La dimensión adecuada para dicho proyecto es de 50 m², aproximadamente. La distribución dentro del inmueble, depende en gran parte de la funcionalidad y estética que se le desee dar en determinado momento.

CRÓQUIS DE LOCALIZACIÓN.

La Ubicación de la **Cafetería O'SIRIS**, es Calle 21, Col. Vicentina, Del. Iztapalapa, C.P. 09340, entre Calle 8 y Calle 10. Frente a la Universidad Autónoma Metropolitana.



CAPITULO 5. ESTUDIO ECONÓMICO.

La parte de análisis económico pretende determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cuál será el costo total de la operación de la planta (que abarque las funciones de producción, administración y ventas), así como otra serie de indicadores que servirán como base para la parte final y definitiva del proyecto, que es la evaluación económica.

Las leyes tributarias de casi todos los países permiten la recuperación de todo tipo de activo, ya sea fijo o diferido, por medio del mecanismo fiscal de la depreciación y la amortización. Los porcentajes que se recuperan cada año están dictados por la propia ley tributaria. Con fines de fomento económico, el gobierno permite una recuperación más rápida de los activos aplicando la depreciación acelerada, la cuál sólo podría usarse mediante acuerdos por escrito por el gobierno.¹⁵

PRESUPUESTO DE INVERSIÓN INICIAL.

Concepto	Cantidad	Costo Total*	Concepto	Cantidad	Costo Total*
Maquina de café	1	\$33,418.00	Archivero	1	\$1,400.00
Molino de café	1	\$400.00	Papelería		\$1,500.00
Refrigeradores	2	\$12,000.00	Copas	50	\$500.00
Aparadores	1	\$19,000.00	Tasas	50	\$500.00
Licuada	1	\$900.00	Platos	50	\$400.00
Batidora	1	\$3,000.00	Azucareros	10	\$150.00
Batidora de malteadas	1	\$1,000.00	Vasos	30	\$420.00
Trituradora de hielo	1	\$16,000.00	Onza medidora	1	\$50.00
Fregadero	1	\$1,800.00	Tasas medidoras	2	\$80.00
Mesa	1	\$6,000.00	Servilleteros	8	\$170.00
Ventilador	1	\$5,000.00	Propaganda		\$500.00
Microondas	1	\$2,200.00	Mercancías		\$140,924.29
Caja Registradora	1	\$3,500.00	Efectivo		\$30,000.00
Mesas y sillas	6(juegos)	\$24,000.00	Camioneta de uso	1	\$65,000.00
Total		\$128,218.00	Total		\$241,594.29
TOTAL INVERSIÓN INICIAL					\$369,812.29

* Los precios se encuentran en pesos mexicanos.

¹⁵ Op. Cit., pp. 160 y 182

SUPUESTOS DEL MODELO.

En este caso, se pretende ofrecer el servicio de cafetería, de lunes a sábado de 7:00 a.m. a 7:00 p.m., bajo el supuesto de ofrecer diario alrededor de 960 unidades de venta tope diarias, con base en la capacidad máxima que tendría la cafetería, la cual, sería proporcionar alrededor de 80 unidades de venta cada hora. Por lo que al Mes contemplando los días laborados, las unidades de venta que se podrían cubrir son alrededor de **23,000**, en un año[♦] se atenderían alrededor de **230,000** unidades.

Por otro lado, es importante mencionar que no se tiene la misma demanda todos los días ni a toda hora, pero esto se ve compensado en lapsos de tiempo en los cuales la demanda es mayor, por ejemplo, en las mañanas o por las noches, los cambios de clima entre otros factores.

La proyección de ventas por unidad, ingresos y egresos, se presenta de forma esquemática en las siguientes tablas:

PROYECCIÓN DE VENTAS POR UNIDAD.

Proyección de Ventas Por Unidad					
Concepto/Año	2006	2007	2008	2009	2010
Café Caliente	103,500.00	105,570.00	107,681.40	109,835.03	112,031.73
Café Frío	69,000.00	70,380.00	71,787.60	73,223.35	74,687.82
Otras Bebidas	11,500.00	11,730.00	11,964.60	12,203.89	12,447.97
Postres	46,000.00	46,920.00	47,858.40	48,815.57	49,791.88
Total Ordenes	230,000.00	234,600.00	239,292.00	244,077.84	248,959.40

En la proyección de ventas, se estima que las ventas para el año 2007 aumenten un 2%, respecto al 2006, y sucesivamente un incremento del 2% año con año hasta el 2010.

Es importante considerar que si las ventas llegasen a aumentar, implicaría el aumento en capacidad de unidades de venta, por lo que, se tendría que concebir la necesidad de obtener una maquina cafetera adicional, o negociar con el proveedor la adquisición de una maquina de café (a cambio), que se adapte a las necesidades de la demanda de la **Cafetería O'SIRIS**.

[♦] Las ventas al año se estiman sobre 10 meses hábiles de operación.

PROYECCIÓN DE INGRESOS.

Proyección de Ingresos					
Concepto/Año	2006	2007	2008	2009	2010
Café Caliente	\$1,138,500.00	\$1,161,270.00	\$1,184,495.40	\$1,208,185.31	\$1,232,349.01
Café Frío	\$1,104,000.00	\$1,126,080.00	\$1,148,601.60	\$1,171,573.63	\$1,195,005.10
Otras Bebidas	\$115,000.00	\$117,300.00	\$119,646.00	\$122,038.92	\$124,479.70
Postres	\$368,000.00	\$375,360.00	\$382,867.20	\$390,524.54	\$398,335.03
Total Ingresos	\$2,725,500.00	\$2,780,010.00	\$2,835,610.20	\$2,892,322.40	\$2,950,168.85

El precio promedio del café caliente, es de alrededor de 11 pesos mexicanos.

El precio promedio del café frío, es de alrededor de 16 pesos mexicanos.

El precio promedio de otras bebidas, es de alrededor de 10 pesos mexicanos.

El precio promedio de los postres, es de alrededor de 8 pesos mexicanos.

Nota: Para la determinación de las ventas, se contemplaron precios promedio de los distintos productos que se ofrecerán en el negocio de cafetería.

PROYECCIÓN DE EGRESOS.

Proyección de Gastos de Venta					
Concepto/Año	2006	2007	2008	2009	2010
Gas	\$1,008.00	\$1,068.00	\$1,128.00	\$1,188.00	\$1,248.00
Agua	\$350.00	\$350.00	\$350.00	\$350.00	\$350.00
Electricidad	\$48,000.00	\$48,000.00	\$48,000.00	\$48,000.00	\$48,000.00
Teléfono	\$1,884.00	\$1,884.00	\$1,884.00	\$1,884.00	\$1,884.00
Art. De limpieza	\$1,500.00	\$1,500.00	\$1,500.00	\$1,500.00	\$1,500.00
Mat. Prima	\$1,409,242.86	\$1,479,705.00	\$1,509,299.10	\$1,554,578.07	\$1,577,896.74
Salarios	\$60,000.00	\$60,000.00	\$60,000.00	\$60,000.00	\$60,000.00
Total Gastos	\$1,521,984.86	\$1,592,507.00	\$1,622,161.10	\$1,667,500.07	\$1,690,878.74

Proyección de Gastos de Operación					
Concepto/Año	2006	2007	2008	2009	2010
Renta (Local)	\$70,000.00	\$60,000.00	\$60,000.00	\$60,000.00	\$60,000.00
Mantenimiento Camioneta	\$15,000.00	\$15,000.00	\$15,000.00	\$15,000.00	\$15,000.00
Total Egresos	\$85,000.00	\$75,000.00	\$75,000.00	\$75,000.00	\$75,000.00

En el primer año, dentro de la proyección de egresos se contempló, en el rubro de renta, un anticipo de 2 meses de renta, por lo que ascendió a \$70,000. La renta que se pretende pagar por el local es de 5,000 pesos mensuales.

El contrato de servicio telefónico se realizará con TELMEX. Aun siendo importante para poder recibir pedidos, en este caso, sólo se ha contemplado la renta que implica 100 llamadas libres, por lo que durante los 5 años, el precio no varía relativamente.

Para los siguientes años, se estima que el mantenimiento de la camioneta al año, no sea mayor a los \$15,000 pesos, por concepto de verificaciones, frenos, afinaciones, suspensión, etc.

Gastos de Depreciación y Amortización			
Concepto/Año	%	Importe	Total
Transporte	25.00%	\$65,000.00	\$16,250.00
Maquinaria y Equipo	20.00%	\$182,360.00	\$36,472.00
Inversión Diferida	20.00%	\$4,270.00	\$854.00
Total Depreciación y Amortización			\$53,576.00

Los cargos de depreciación y amortización son gastos virtuales permitidos por las leyes hacendarias para que el inversionista recupere la inversión inicial que ha realizado. Los activos fijos se deprecian y los activos diferidos se amortizan ante la imposibilidad de que disminuya su precio por el uso o por el paso del tiempo. El término amortización indica la cantidad de dinero que se ha recuperado de la inversión inicial con el paso de los años. Los cargos anuales se calculan con base en los porcentajes de depreciación permitidos por las leyes impositivas.¹⁶

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA PRO-FORMA.

Dentro del estado de situación financiera existen tres factores de gran importancia:

Activo: Para una empresa, significa cualquier pertenencia material o inmaterial.

Pasivo: Se refiere a cualquier tipo de obligación o deuda que se tenga con terceros.

¹⁶ Op. Cit., pp. 196.

Capital: Los activos representados en dinero o en títulos, que son propiedad de los accionistas o propietarios directos en la empresa.

La igualdad fundamental en el Estado de Situación Financiera es:

$$\text{Activo} = \text{Pasivo} + \text{Capital}$$

Cuando se realiza un estudio económico de un proyecto y se debe presentar el Estado de Situación Financiera, se recomienda, sólo referirse al Estado de Situación Financiera inicial; es decir, sería conveniente presentar un Estado de Situación Financiera a lo largo de cada uno de los años considerados en el estudio (en este sería de cinco años), sin embargo, cuando una empresa empieza a generar ganancias, se puede decidir en la práctica distribuir la mayoría de las utilidades, reinvertir en el mismo negocio, invertir en otras empresas por medio de las acciones, o invertir en cualquier otra alternativa. Como al hacer la hoja del Estado de Situación Financiera no es posible precisar lo anterior, sería tanto como suponer la mayoría de los datos sin una base realmente firme, entonces la recomendación es presentar sólo el Estado de Situación Financiera inicial.

Por otra parte, los Estados de Situación Financiera tienen como objetivo principal determinar anualmente cuál se considera que es el valor real de la empresa en ese momento. Aquí surge otro problema de la reevaluación de activos. Esto es reevaluar los activos de acuerdo con la inflación del año anterior, lo cual ayuda a tener un valor más real de la empresa año con año.

Como podemos observar, un Estado de Situación Financiera en la práctica es un aspecto contable muy dinámico y, por ende, muy difícil de realizar adecuadamente, sobre todo se toma en cuenta los altos índices de inflacionarios que cada año padece el país, por lo que es mejor presentar los Estados de Situación Financiera al final del año para que indiquen en la forma más realista el valor de la empresa. Un Estado de Situación Financiera inicial (en tiempo cero) presentado en la evaluación de un proyecto, dado que los datos asentados son muy recientes, es probable que sí revele el valor real de la empresa en el momento de inicio de sus operaciones.¹⁷

Por las razones expuestas, en el caso práctico –**Cafetería O'SIRIS**– se propone solo el Estado de Situación Financiera inicial.

¹⁷ Op. Cit., pp. 180

Cafetería O'SIRIS	
Estado de Situación Financiera	
Al 1 de Enero del 2006	
ACTIVO	
Activo Circulante	
Efectivo	\$30,000.00
Mercancías	\$140,924.29
Total circulante	<u>\$170,924.29</u>
Activo no circulante	
Maquinaria y Equipo	\$129,618.00
Otros Diferidos	\$4,270.00
Transporte	\$65,000.00
Total no circulante	<u>\$198,888.00</u>
Total Activo	<u>\$369,812.29</u>
NO PASIVO	
CAPITAL	
Capital Social	\$369,812.29
Capital Contable	<u>\$369,812.29</u>
ACTIVO = PASIVO + CAPITAL	\$369,812.29

ESTADO DE RESULTADOS PRO-FORMA.

Determinación del estado de resultados pro-forma.

El estado de resultados pro-forma o proyectado es la base para calcular los flujos netos de efectivo (FNE) con los cuales se realiza la evaluación económica.

Estado de resultados con inflación, sin financiamiento y con producción constante.

Para la construcción de este estado de resultados hay que considerar que las cifras investigadas sobre costos e ingresos realmente están determinadas en el periodo cero, es decir, antes de realizar la inversión. Si en realidad se instalara la planta, las ganancias, los costos y los flujos netos de efectivo, ya no serían lo mismos sino que se verían afectados por la inflación.¹⁸

¹⁸ Op. Cit., pp. 204

Cafetería O'SIRIS
Estado de Resultados Pro-Forma

Concepto	2006	2007	2008	2009	2010
Ventas	\$2,725,500.00	\$2,780,010.00	\$2,835,610.20	\$2,892,322.40	\$2,950,168.85
Costo de ventas	\$1,521,984.86	\$1,592,507.00	\$1,622,161.10	\$1,667,500.07	\$1,690,878.74
Ventas netas	\$1,203,515.14	\$1,187,503.00	\$1,213,449.10	\$1,224,822.33	\$1,259,290.11
Gastos de operación	\$150,000.00	\$75,000.00	\$75,000.00	\$75,000.00	\$75,000.00
Utilidad antes de impuestos	\$1,053,515.14	\$1,112,503.00	\$1,138,449.10	\$1,149,822.33	\$1,184,290.11
Impuestos (ISR=25%, PTU=10%)	\$368,730.30	\$389,376.05	\$398,457.19	\$402,437.82	\$414,501.54
Utilidad despues de impuestos	\$684,784.84	\$723,126.95	\$739,991.92	\$747,384.52	\$769,788.57

Cafetería O'SIRIS
Estado de Flujos de Efectivo Pro-Forma

Concepto	2006	2007	2008	2009	2010
Utilidad despues de impuestos	\$684,784.84	\$723,126.95	\$739,991.92	\$747,384.52	\$769,788.57
Depreciación y Amortización	\$53,576.00	\$53,576.00	\$53,576.00	\$53,576.00	\$53,576.00
Flujo Neto de Efectivo	\$738,360.84	\$776,702.95	\$793,567.92	\$800,960.52	\$823,364.57

CAPITULO 6. EVALUACIÓN ECONÓMICA.

Por lo general, a las personas interesadas en invertir su dinero en algún proyecto, en especial los empresarios y ejecutivos de negocios, les es de gran ayuda, para tomar su decisión conocer las técnicas que les permitan comparar y elegir entre diferentes opciones de inversión de capitales, dado que normalmente se inclinarán por aquella que más conviene, desde el punto de vista económico.

La información generada por los estudios de mercado, técnico y financiero se analiza con el propósito de definir el monto de las inversiones de capital necesarias para implementar el proyecto; así mismo, el resultado de dicho análisis se incorpora a las proyecciones del flujo de efectivo.¹⁹

El costo de capital es la tasa requerida en función de las expectativas para evaluar los flujos de fondos provenientes de una inversión particular.

¹⁹ José Eliseo Ocampo, Costos Y Evaluación de Proyectos, Cecsca, 2003, pp. 207

El concepto de costo de oportunidad siempre se sustenta en variables esperadas. Y estas se formulan según las expectativas del mercado.

Los componentes básicos del costo de capital son 1) la tasa de interés, 2) la inflación esperada, y 3) el riesgo. Los dos primeros forman el valor temporal del dinero.

Desde una perspectiva económica, el costo de capital puede estimarse como el costo de oportunidad de una inversión alternativa. En consecuencia, su estimación está influenciada por el momento del mercado, lo que puede volverla muy volátil.²⁰

Para formarse, toda empresa debe realizar una inversión inicial. El capital que forma ésta inversión puede provenir de varias fuentes: personas físicas (inversionistas), de estas con personas morales (otras empresas), de inversionistas e instituciones de crédito (bancos) o de una mezcla de inversionistas, personas morales y bancos. Como sea que haya sido la aportación de capitales, cada uno de ello tendrá un costo asociado al capital que aporte, y la nueva empresa así formada tendrá un costo de capital propio.²¹

Existen diferentes métodos para analizar y evaluar un proyecto de inversión desde el punto de vista económico, los métodos que utilizaremos para evaluar este proyecto son los siguientes:

1. Tasa promedio de rentabilidad.
2. Promedio de recuperación de la inversión.
3. Promedio de recuperación a valor presente.
4. Valor presente neto.
5. Tasa interna de rendimiento.

Para el análisis y evaluación del proyecto de inversión, caso específico: **Cafetería O'SIRIS**, los datos necesarios se presentan a continuación:

<i>Inversión inicial</i>	\$369,812.29	Periodo	Utilidades
<i>Inversión final</i>	\$0.00	1	\$684,784.84
<i>Depreciación en línea recta en cinco años</i>		2	\$723,126.95
<i>Depreciación</i>	20%	3	\$739,991.92
<i>Tasa impositiva ISR 25% y PTU 10%</i>		4	\$747,384.52
		5	\$769,788.57

²⁰ <http://www.mfe.com.ar/TopFin/not260500topfinII.asp> (Diciembre 2005).

²¹ Op.cit., pp. 174

1) TASA PROMEDIO DE RENTABILIDAD

Esta medida contable representa la razón de las utilidades anuales promedio después de impuestos contra la inversión en el proyecto.

Los inconvenientes principales del método son que se basa e la utilidad contable y no en los flujos de efectivo, por lo tanto no toma en cuenta la oportunidad en el tiempo de los flujos de ingresos y salida de efectivo, es decir se pasa por alto el valor en el tiempo del dinero; las utilidades del año anterior son valuadas igual que las del primer año. Por lo tanto, la tasa de rendimiento promedio deja mucho que desear como método de selección de proyectos.²²

Periodo	Utilidades
1	\$684,784.84
2	\$723,126.95
3	\$739,991.92
4	\$747,384.52
5	\$769,788.57

$$\begin{aligned} \text{Promedio de las utilidades} &= \$733,015.36 \\ \text{Promedio inversión inicial y final} &= \$184,906.15 \\ \text{Tasa promedio de rentabilidad} &= 3.964256348 \\ \text{Porcentaje} &= \mathbf{396\%} \end{aligned}$$

2) PROMEDIO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN.

Es el período de recuperación de inversión o período de requerido para que las ganancias u otros beneficios económicos, sobre una inversión, igualen el valor de los costos de inversión.²³

Periodo	Utilidades	Gasto de depreciación	Flujo de capital	Suma
1	\$684,784.84	\$53,576.00	\$738,360.84	\$738,360.84
2	\$723,126.95	\$53,576.00	\$776,702.95	\$1,515,063.79
3	\$739,991.92	\$53,576.00	\$793,567.92	\$2,308,631.71
4	\$747,384.52	\$53,576.00	\$800,960.52	\$3,109,592.22
5	\$769,788.57	\$53,576.00	\$823,364.57	\$3,932,956.80

\$738,361	100	100	12 meses
\$369,812	X	50.0856	X
X	50.0856	X	6.01 meses

La Inversión Se Recupera En 6 Meses, Una Semana

²² <http://html.rincondelvago.com/capital.html> (Diciembre del 2005).

²³ José Eliseo Ocampo, Costos y Evaluación de Proyectos, Cecsca, 2003, pp. 220

3) PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN A VALOR PRESENTE

El método de valor presente neto consiste en elegir la mejor entre un grupo de opciones mutuamente excluyentes, convirtiendo el flujo de efectivo en unidades comparables equivalentes, y determinando el valor presente de futuros reembolsos o desembolsos del dinero asociado con cada una al transformar todos los flujos de efectivo individuales a su equivalente en el presente y a la suma, a fin de obtener el valor presente neto.²⁴

Costo de capital		65%		
Periodo	Flujo de capital	Factor de descuento	Flujo de descuento	Suma
1	\$738,361	0.6061	\$447,491.42	\$447,491.42
2	\$776,703	0.3673	\$285,290.34	\$732,781.76
3	\$793,568	0.2226	\$176,657.58	\$909,439.33
4	\$800,961	0.1349	\$108,062.58	\$1,017,501.91
5	\$823,365	0.0818	\$67,324.39	\$1,084,826.31

\$447,491.42	100	100	12 meses
\$369,812.29	X	82.6412	X
X	82.6412	X	9.9169 meses

La Inversión A Valor Presente Se Recupera En 10 Meses

4) VALOR PRESENTE NETO

Costo de capital		65%		
Periodo	Flujo de capital	Factor de descuento	Flujo de descuento	Suma
1	\$738,361	0.6061	\$447,491.42	\$447,491.42
2	\$776,703	0.3673	\$285,290.34	\$732,781.76
3	\$793,568	0.2226	\$176,657.58	\$909,439.33
4	\$800,961	0.1349	\$108,062.58	\$1,017,501.91
5	\$823,365	0.0818	\$67,324.39	\$1,084,826.31

SUMA TOTAL DEL FLUJO – INVERSIÓN = **\$715,014.019**

Por Lo Tanto, Se Acepta, Ya Que Es Mayor A Cero, Y Si Se Puede Realizar La Inversión.

²⁴ Op. Cit., pp. 213

5) INDICE DE RENDIMIENTO

Costo de capital		65%		
Periodo	Flujo de capital	Factor de descuento	Flujo de descuento	Suma
1	\$738,361	0.6061	\$447,491.42	\$447,491.42
2	\$776,703	0.3673	\$285,290.34	\$732,781.76
3	\$793,568	0.2226	\$176,657.58	\$909,439.33
4	\$800,961	0.1349	\$108,062.58	\$1,017,501.91
5	\$823,365	0.0818	\$67,324.39	\$1,084,826.31

SUMATORIA DEL FLUJO/INVERSIÓN = **2.9335**

Si El Valor Es Mayor A 1, Se Acepta El Proyecto De Inversión.

6) TASA INTERNA DE RENDIMIENTO

Este método es el más empleado para la elaboración de estudios económicos y también se conoce como método del inversionista o método del flujo de efectivo descontado, ya que los funcionarios acostumbrados a tomar decisiones financieras están familiarizados con los registros contables y la determinación de la efectividad de las inversiones que proporcionan indicadores de utilidad por acción o tasa de rendimiento por unidad de dinero invertido.²⁵

Costo de capital		202.00%	
Flujo de efectivo	Factor de descuento	Flujo de descuento	
\$738,360.84	0.3311	\$244,490.34	
\$776,702.95	0.1096	\$85,161.06	
\$793,567.92	0.0363	\$28,811.33	
\$800,960.52	0.0120	\$9,629.05	
\$823,364.57	0.0040	\$3,277.61	
		\$371,369.39	

Costo de capital		202.50%	
Flujo de efectivo	Factor de descuento	Flujo de descuento	
\$738,360.84	0.3306	\$244,086.23	
\$776,702.95	0.1093	\$84,879.77	
\$793,567.92	0.0361	\$28,668.70	
\$800,960.52	0.0119	\$9,565.54	
\$823,364.57	0.0039	\$3,250.61	
		\$370,450.85	

²⁵ Op. Cit., pp. 216

Costo de capital		203.00%
Flujo de efectivo	Factor de descuento	Flujo de descuento
\$738,360.84	0.3300	\$243,683.45
\$776,702.95	0.1089	\$84,599.87
\$793,567.92	0.0359	\$28,527.01
\$800,960.52	0.0119	\$9,502.56
\$823,364.57	0.0039	\$3,223.88
		\$369,536.76

	Interpolación	202.8497
	1	1832.6291
	X	1557.1034
	X	0.8497
	202	\$371,369.39
	X	\$369,812.29
	203	\$369,536.76
	1	\$1,832.63
	X	275.5257
	X	0.1503
	Interpolación	202.8497

La tasa interna de rendimiento, es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial. La inversión que implica este proyecto, en cinco años obtendrá un rendimiento del **202.8497 %**. Por lo tanto, podemos concluir que el proyecto ***sí es rentable***.

CONCLUSIONES.

- 1) De acuerdo a la Secretaría de Economía la **Cafetería O'SIRIS** se encuentra clasificada como una microempresa, con base en la Ley para el Desarrollo de la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana empresa (Art. 3º), que la propia Secretaría de Economía publica.
- 2) Es técnicamente posible realizar el proyecto, debido a que se cuenta con los recursos humanos y técnicos necesarios.
- 3) El estudio de mercado demuestra que el proyecto de la **Cafetería O'SIRIS** tiene una demanda aceptable, por lo tanto, se estima que se puede realizar el proyecto.
- 4) En el estudio económico se contempló un presupuesto de inversión inicial de **\$369,812.29**, con una proyección de ventas de **\$2,725,500.00** el primer año, con una utilidad de **\$684,784.84**.
- 5) En el estudio técnico se contemplaron lineamientos arquitectónicos adecuados para la **Cafetería O'SIRIS**, es importante señalar que cada proyecto en sus dimensiones es distinto y que no siempre implica basarse en esos lineamientos.
- 6) De los métodos que se utilizaron, la TIR como método de evaluación es el más confiable. La inversión que implica este proyecto, en cinco años obtendrá un rendimiento del **202.8497 %**. Por lo tanto, podemos concluir que el proyecto si es económicamente rentable afirmando la hipótesis nula.
- 7) Es importante señalar que existen ciertos eventos que influyen de manera directa sobre el comportamiento económico y social que puede modificar los resultados esperados.

BIBLIOGRAFÍA.

Fuente Bibliográfica.

- ✚ Gabriel Baca Urbina, Evaluación de Proyectos, Mc Graw Hill, 2001.
- ✚ Rosa Maria Ortega Ochoa y Eduardo Villegas Hernández, Sistema Financiero de México, McGraw Hill, 2002.
- ✚ Ernst Neufert, Arte de Proyectar en Arquitectura, Editorial GUSTAVO GILI.
- ✚ José Eliseo Ocampo, Costos Y Evaluación de Proyectos, CECSA, 2003.

Fuente Electrónica.

- ✚ <http://www.monografias.com/trabajos16/preparacion-proyectos/preparacion-proyectos.shtml#quees> (Mayo del 2005)
- ✚ <http://es.wikipedia.org/wiki/Rentabilidad> (Mayo del 2005).
- ✚ <http://www.monografias.com/trabajos12/rentypro/rentypro.shtml#INTRO> (Mayo del 2005).
- ✚ <http://www.aach.cl/html/general/glosario/glosario.asp#r> (Mayo del 2005).
- ✚ <http://www.mujeresempresarias.org/forma/r.html> (Mayo del 2005).
- ✚ http://www.templeton.es/spain/jsp_cm/guide/glossary_r.jsp (Mayo del 2005).
- ✚ http://www.universidadabierta.edu.mx/Biblio/C/ChavezGonzalez_PlaneacionFinan.htm (Mayo del 2005).
- ✚ http://www.cafeimperial.com/historia_esp.php (Mayo del 2005).
- ✚ http://www.cafeimperial.com/geografia_esp.php (Mayo del 2005).
- ✚ <http://www.mfe.com.ar/TopFin/not260500topfinll.asp> (Diciembre 2005).
- ✚ <http://html.rincondelvago.com/capital.html> (Diciembre del 2005).

ANEXOS

MENU QUE SE PRETENDE OFRECER EN LA CAFETERÍA O'SIRIS.

PRODUCTO	PRECIO	PRODUCTO	PRECIO
CAPUCHINO		POSTRES	
Natural	\$ 10.00	Bisquets	\$ 3.00
3 Leches	\$ 12.00	Bisquets Preparado	\$ 4.00
Frió	\$ 12.00	Polvorones	\$ 1.00
Frappe	\$ 12.00	Rebanada De Pastel	\$ 8.00
Frió Con Helado	\$ 16.00	Donas	\$ 4.00
Frió Con Licor	\$ 20.00	Pay	\$ 8.00
CAFÉ		Panque	\$ 3.00
Americano	\$ 6.00	Napolitano	\$ 8.00
Express	\$ 6.00	BEBIDAS FRIAS	
Con Crema	\$ 7.00	Café Rio	\$ 12.00
Descafeinado	\$ 7.00	Café Acapulco	\$ 12.00
Con Leche	\$ 10.00	Café Cacao Frappe	\$ 12.00
CAPUCHINO AL LICOR		Café monita	\$ 12.00
Kalhua	\$ 15.00	Café Gitano	\$ 12.00
Amaretto	\$ 15.00	Cherry Colada	\$ 12.00
Cajeta Con Tequila	\$ 15.00	Sueño De Fresa	\$ 12.00
Licor De Naranja	\$ 15.00	Piña Colada	\$ 12.00
Bailey'S	\$ 15.00	Soda Italiana	\$ 10.00
MOKAS		Limonada	\$ 10.00
Caliente	\$ 12.00	Naranjada	\$ 10.00
Frió	\$ 14.00	Sangría	\$ 10.00
Frappe	\$ 14.00	Lago Azul	\$ 12.00
Flotante	\$ 14.00	Esquimos	\$ 10.00
Con Helado	\$ 18.00	Raspados	\$ 8.00
CAPUCHINO CON SABOR		MALTEADAS	
Rompoppe	\$ 12.00	Fresa	\$ 12.00
Crema Irlandesa	\$ 12.00	Vainilla	\$ 12.00
Ron De Mantequilla	\$ 12.00	Chocolate	\$ 12.00
Cereza – Almendras	\$ 12.00	Rompoppe	\$ 12.00
Canela – Tiramisu	\$ 12.00	Nuez	\$ 12.00
Avellanas – Vainilla	\$ 12.00	Nescafé	\$ 12.00
Chocolate – Fresa	\$ 12.00	Napolitano	\$ 12.00
Nuez – Amaretto	\$ 12.00	TÉES	
Crema De Menta	\$ 12.00	Manzanilla	\$ 6.00
Menta De Chocolate	\$ 12.00	Limón	\$ 6.00
Frutas De Pasión	\$ 12.00	Hierbabuena	\$ 6.00
Durazno – Coco	\$ 12.00	Canela	\$ 6.00
Anís – Brandy	\$ 12.00	Canela Con Manzanilla	\$ 6.00
Frambuesa	\$ 12.00	Negro	\$ 6.00
OTRAS BEBIDAS		Naranja	\$ 6.00
Malteadas	\$ 12.00	Tila	\$ 6.00
Chocolate	\$ 10.00	Azares	\$ 6.00
Té Caliente	\$ 5.00		
Té Helado	\$ 6.00		

LISTA DE INSUMOS.

La lista que se muestra a continuación, refiere a los insumos necesarios que se tendrían que considerar, para tener una idea, por cada insumo y por separado, de que tanto se tiene que erogar para 100 personas.

Artículo	Unidad de compra	Precio	Cantidad p/100 personas	Precio p/100 personas
Azúcar	Bulto	\$289.00	1 Kg.	\$5.78
Azúcar canderel	Caja	\$166.00	200 sobres	\$83.00
Bolsa de papel # 4	Kilogramo	\$10.00	100 bolsas	\$20.00
Bolsa de papel #12	Kilogramo	\$15.00	100 bolsas	\$45.00
Bolsa de camisa	Kilogramo	\$32.00	1 kilo	\$32.00
Bolsa de basura	Pz	\$7.00	3 bolsas	\$21.00
Café de grano	Kilogramo	\$80.00	1 kilo	\$80.00
Café descafeinado	Kilogramo	\$95.00	1 kilo	\$95.00
Choco granillo	Kilogramo	\$50.00	500 gr.	\$25.00
Choco liquido	Pz	\$29.00	2pz.	\$58.00
Choco abuelita	1/2 caja	\$93.53	24 pz	\$46.77
Cuchara pastelera	Caja	\$225.00	100 pz	\$9.00
Crema de coco	Pz	\$16.00	2 pz	\$32.00
Crema para café	Caja	\$66.00	200 sobres	\$52.80
Canela en polvo	Kilogramo	\$25.00	100 gr	\$25.00
Domo pastelero	Paquete	\$16.00	100 pz	\$80.00
Domo chico	Paquete	\$14.00	100 pz	\$70.00
Jarabe Nat.	Litro	\$20.00	1 litro	\$20.00
Helado 5 sabores	Litro	\$22.00	5 litros	\$110.00
Lechera	Pz	\$140.00	5 latas	\$58.33
Clavel	Pz	\$96.00	5 latas	\$40.00
Leche	Litro	\$8.50	17 litros	\$144.50
Bayles	Pz	\$195.00	3 pz	\$585.00
Kahlua	Pz	\$100.00	3 pz	\$300.00
Amaretto	Pz	\$160.00	4 pz	\$640.00
Naranja licor	Pz	\$90.00	4pz	\$360.00
Tequila	Pz	\$170.00	4 pz	\$680.00
Flamingo	Pz	\$95.00	1pz	\$95.00
Don Pancho	Pz	\$71.00	2 pz	\$142.00
Mermelada de fresa	500gr	\$14.50	1 kilo	\$29.00
Mermelada de piña	500gr	\$14.50	1 kilo	\$29.00
Popote	Paquete	\$8.50	100 pz	\$8.50
Plato Flanero	Paquete	\$7.00	100 pz	\$28.00
Polipapel	Kilogramo	\$12.00	1 kilo	\$12.00
Plato pastelero	Caja	\$100.00	100 pz	\$28.00
Removedor	Kilogramo	\$16.00	100 pz	\$8.00
Servilletas	Paquete	\$15.00	500pz	\$15.00
Chantilly	Kilogramo	\$16.80	5Kilos	\$84.00
Té 8 sabores	Cajas	\$76.80	100 pz	\$38.00
Tapa p/capuccino	Paquete	\$28.00	100 pz	\$28.00
Tapa plana	Paquete	\$20.00	100 pz	\$20.00

Tapa malteada	Paquete	\$32.00	100 pz	\$32.00
Vaso térmico	Caja	\$185.00	100 pz	\$24.00
Vaso malteada	Paquete	\$265.00	100 pz	\$36.00
Vainilla	Litro	\$81.00	1 litro	\$27.00
Agua	Garrafón	\$256.00	2 garrafones	\$40.00
Rompopo	Litro	\$57.00	2 pz	\$114.00

Es posible, que se llegase a entender que la suma total de los precios obtenidos de esta lista, daría el total de insumos para sólo 100 personas, sin embargo, no se debe de interpretar así, debido a que algunos productos saldrían sobrados. Esta lista no hay que considerarla más que como una referencia de insumos a precios de mercado.

LISTA DE COMPRAS POR MES.

Bajo el supuesto, para la adquisición de insumos, de que los precios se mantienen igual, durante el primer año, se elaboró la siguiente tabla, que a diferencia de la anterior, está muestra una lista de compras para alrededor de **23,000** unidades de venta. En esta tabla se resumió en rubros sintetizados, los insumos necesarios:

Artículo	Costo Mensual
Endulzantes	\$14,950.00
Cremas para café	\$11,500.00
Café	\$24,150.00
Chocolate	\$5,914.29
Desechables	\$13,142.86
Jarabes	\$9,857.14
Decorativos	\$5,585.71
Helado	\$3,942.86
Lácteos	\$32,857.14
Licores	\$10,350.00
Te	\$2,595.71
Agua	\$6,078.57
Total	\$140,924.29

Costo de Insumos X Mes
= \$140,924.29

Costo Anual
= \$\$140,924.29 X 10 meses
= \$1,409,242.86

Nota: Es importante considerar que los costos de insumos para meses consecutivos del primer mes de operación, no son los mismos, puesto que se estima que se tendrán sobrantes del primer mes de operación. Lo anterior implica que los costos de insumos para meses posteriores de operación, son definitivamente variables.

RECETARIO.

CAFÉ EXPRESO



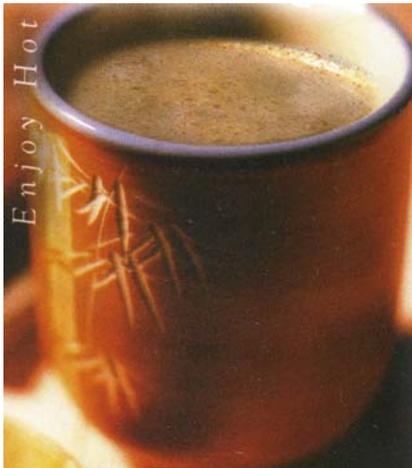
Para 1 persona:

4 cucharadas de café molido

320 ml de agua

Endulce a su gusto

CAFÉ AMERICANO



Porción para 4 personas

Ingredientes:

4 cucharadas soperas de café molido

3/4 de litro de agua

Preparación:

Se trata de un café largo que se toma a todas horas, incluso en las comidas y, generalmente, sin endulzar.

CAFÉ CAPUCHINO



Porción para 8 personas

Ingredientes:

6 cucharadas soperas de café molido

1 litro de leche

Canela en polvo, o bien piel de naranja
rallada

Preparación:

Preparar el café utilizando leche en vez de
agua.

Servir añadiendo canela en polvo o
raspadura de piel de naranja.

Endulzar a voluntad.

Para la elaboración de capuchino se le puede
agregar sabor o licor o tres leches o
chocolate. Se utiliza el mismo procedimiento,
agregando una onza de cualquiera de estos
ingredientes.

PIÑA COLADA



Ingredientes:

4 onzas de tres leches

1 onza de crema de coco

2 rebanadas de piña

1 toque de Ron

Leche

Preparación:

Se licuan los ingredientes, posteriormente se
le agrega leche.

MALTEADA



Ingredientes:

3 Bolitas de helado

3 Onzas de tres leches

Leche

Preparación:

Se baten todos los ingredientes y se sirve.