

Coffee pink

Plan de Negocios.

RESUMEN EJECUTIVO

Coffe Pink, es una empresa que pretende brindar un doble servicio, (cafetería boutique) en la cual se puede tener la oportunidad de disfrutar el exquisito sabor de un café y disfrutar de eventos de tendencias de moda en ropa, calzado y accesorios para dama y caballero.

Nuestra función primordial es brindar un servicio de primer nivel en un lugar confortable de forma tranquila y con opción de ponerse a la vanguardia en el tema de moda. Coffe Pink piensa en la necesidad social y de esparcimiento es por eso que crea la innovación de este concepto.

La misión de coffe pink es ser una empresa comprometida con la satisfacción de sus clientes, brindando el mejor café para los paladares más exigentes en conjunto con la demostración de las tendencias de moda más actuales. Además cuenta con una visión a futuro ya que pretende abrir nuevas sucursales en las ciudades más grandes del país, coffe pink pretende crear una línea de productos de ropa, accesorios y calzado la cual llevara una marca propia de la empresa.

Tenemos ventajas competitivas como la de incursionar en el mercado de la cafetería, repostería y moda de una forma innovadora y trascendente abriendo nuevas oportunidades de empleo con la instalación de nuestra primera sucursal en el municipio de Pachuca de Soto, Hidalgo el cual está en crecimiento constante. Otra ventaja que encontramos dentro del concepto que se pretende manejar es que se tiene de nuestro lado la moda que es un factor social que orilla al cliente a consumir nuestro producto por el cambio tan constante que presenta este mercado.

Se realizó una investigación con respecto a la oferta existente en la zona, dicha investigación arrojó como resultado favorable que en el municipio no existe ningún establecimiento que brinde servicio de cafetería boutique, los establecimientos que



brindan doble servicio se trata de un servicio diferente al que pretende implementar coffe pink.

Para cumplir con el objetivo de mantener una constancia en la innovación se pretende estar al tanto de los eventos publicados en las revistas de moda más importantes. A medida que se dé la oportunidad de crecimiento en la empresa se establecerá una marca de ropa propia, con la incorporación de diseñadores que establezcan los modelos a lanzar. Así mismo se llevara a cabo la contratación de una maquiladora para la elaboración de los productos y con la generación de nuestra propia marca ampliar el mercado y buscar mayor reconocimiento.

Dentro de la determinación del mercado meta. Coffe pink pretende cubrir la necesidad de un mercado que oscila entre los 15 y los 29 años sin importar el género de estos. Que pertenezcan a un nivel medio alto a alto y que sean estudiantes de escuelas de nivel medio superior y superior en especial de instituciones privadas.

Para la implementación del proyecto se requiere de una inversión en capital de trabajo de \$449,480.00 y \$408,391.00 de activo fijo dando un total de inversión de \$863,271.00, de la cual tendremos un financiamiento por parte del programa Capital Semilla que será del 17.38% con un periodo de gracia de 6 meses y un interés del 12% anual este financiamiento será cubierto en tres años posteriores al arranque de la empresa.

Se realizó una estimación de ventas para el primer año de \$7, 646,400.00, con respecto al punto de equilibrio coffe pink requiere una venta de \$1,045,980.00 para no generar ni perdida ni ganancia, se tiene como registró en el estado de resultados una utilidad de \$2, 240,865.10 para el primer ejercicio del año, cifra muy favorable para la empresa. Por otra parte la suma de los flujos de efectivos descontados del proyecto es de \$7, 912,686.10 esto quiere decir que son mayores a la inversión. Además se cuenta con una tasa interna de retornos del 280% lo que hace que el proyecto se acepte pues se ha superado el rendimiento requerido para el funcionamiento del negocio.



De acuerdo al análisis de los cuatro estudios que se requieren para la elaboración del plan de negocios coffe pink resulta ser una empresa con aspiraciones positivas en el mercado.



INTRODUCCIÓN.

Coffe Pink se refiere al sinónimo de Cafetería- Boutique, es una empresa de doble servicio en donde se degustara un café gourmet, con la percepción, y la misma adquisición sobre tendencias de moda respecto a ropa, calzado y accesorios para damas y caballeros.

Nuestra función primordial es brindar un servicio de primer nivel en un lugar confortable de forma tranquila y con opción de ponerse a la vanguardia en el tema de moda. Coffe Pink piensa en la necesidad social y de esparcimiento es por eso que crea la innovación de este concepto.



4.1. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO.



4.1.1 VIABILIDAD DE LA IDEA.

Nuestro principal objetivo es crear una empresa de doble servicio en donde se degustara un buen café, con la percepción, y la misma adquisición sobre tendencias de moda respecto a ropa, calzado y accesorios para damas y caballeros, además de brindar un servicio de primer nivel en un lugar comfortable.

Nuestro servicio será bueno dentro del mercado, ya que la región de Pachuca de soto carece de lugares como estos en donde conjunte más de un servicio, estamos seguros que la gente que ya tiene un ingreso económico regular serán clientes satisfechos del servicio.

Cafeterías existen muchas en el municipio, así como tiendas de ropa, mas sin embargo esta idea es nueva en la zona, ya que contara con una pista en donde los modelos ofrecerán pasarelas para las nuevas tendencias y temporadas de moda.

La definición de este doble servicio se basa principalmente en un lugar de descanso en donde puedan aprovechar un doble servicio, el cual sería el de adquirir ropa, ya que en nuestra vida cotidiana, pocas veces existe tiempo para elegir nuestro atuendo que queramos o no tiene mucho que ver con nuestra personalidad, generando varios pros al reunirse con la familia, crear un ambiente sano, y ocupar una parte de nuestro tiempo para consentirnos.

En el aspecto de la moda y la ropa se pretende hacer convenios con boutiques establecidas en la zona para mostrar su mercancía en las pasarelas y temporalmente en la cafetería, esto para no generar inventarios y estar a la vanguardia con los cambios de las tendencias de la moda.

Para hacer más interesante la prestación de este doble se han ideado eventos y días promocionales como los siguientes:

- ☞ Beach Night: Presenta una noche de pasarela de ropa de playa con las últimas tendencias de moda.



- ☞ Singles Day: Día enfocado a personas sin pareja, este día es ideal para conocer nuevas amistades o pareja.
- ☞ 2X1 dates: Todo un día de consumo 2 x 1 para parejas
- ☞ Pink Day: Descuentos especiales en nuestros productos a las personas que porten un atuendo rosa.

4.1.2 DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO.

- ☞ Negocio: Empresa de Servicio restaurantero (cafetería).
- ☞ Servicio Ofrecido: Cafetería- Boutique, es una empresa de doble servicio en donde se degustaran bebidas frías y calientes, repostería y principalmente café, con la percepción, y la misma adquisición sobre tendencias de moda respecto a ropa, calzado y accesorios para damas y caballeros.

Nombre de la empresa:

Coffe pink.

Giro:

Servicio y Comercial

Marca:

Coffe pink.

Slogan:

"Delicias a la moda".

Logotipo:



4.1.2.1 VISIÓN.

☞ Generar crecimiento en el mercado y abrir nuevas sucursales en las ciudades más grandes del país así como la creación de nuestra propia línea de productos de ropa, accesorios y café.

4.1.2.2 MISIÓN.

☞ Coffe Pink es una empresa comprometida con la satisfacción de nuestros clientes, brindándoles el mejor café para los paladares más exigentes en conjunto con la demostración de las mejores tendencias de moda.

4.1.2.3 OBJETIVOS.

- ☞ Innovar en el mercado de la moda la cafetería y la repostería constantemente.
- ☞ Crear los mejores diseños en relación a las tendencias.
- ☞ Lograr que nuestros empleados se comprometan con la empresa y que sepan que trabajamos con un fin común.
- ☞ Brindar el mejor servicio con atención personalizada.
- ☞ Generar recursos para ampliar aún más el mercado.
- ☞ Colocación de más sucursales.

4.1.3 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO Y/O SERVICIO.

Buscando en internet, y cerciorándonos de la innovación en el servicio existen tres empresas similares a esta conjugación (no iguales).



1. Café Chocolate: un espacio en donde se conjuga el concepto de Cafetería con una Galería de Arte y Antigüedades. CAFÉ CHOCOLATE es la fusión de la gastronomía y el arte en todas sus expresiones con la belleza del pasado. (<http://www.cafe-chocolate.com.mx>)
2. Crio, café + boutique: No contiene página oficial más que en la red Social Facebook, solo ofrece ropa al público. (<http://es-es.facebook.com/pages/Crio-CAF%C3%89-BOUTIQUE/236334620338>)
3. Una página que no carga correctamente, pero es del extranjero. (<http://www.boutiquecafe.com>)

Y respecto a la marca consultamos ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, y no esta aun patentada.

4.1.3.1 NECESIDADES QUE ATIENDE.

Coffe Pink piensa en la necesidad social y de esparcimiento es por eso que crea la innovación de este concepto.

4.1.3.2 VENTAJAS COMPETITIVAS.

- ☞ Incursionar en el mercado de la cafetería, repostería y moda de una forma innovadora y trascendente abriendo nuevas oportunidades con la instalación de sucursales en la principales ciudades del país alcanzando un buen posicionamiento; todo esto con el mejor servicio y calidad en nuestros productos.
- ☞ Para alcanzar nuestros objetivos pretendemos adquirir apoyos a las pymes.
- ☞ Somos los únicos en el mercado
- ☞ No tenemos competencia directa.



- ☞ La innovación constante y creatividad de Coffe Pink es el plus para ser la mejor y única en el mercado.
- ☞ En los sitios similares que brindan servicio de cafetería de la zona, no existen pasarelas de moda como tal, ni días promocionales.



4.2.

ESTUDIO DE MERCADO.



4.2.1 SEGMENTACIÓN Y DESCRIPCIÓN DEL MERCADO META.

Variables Geográficas:

- ☞ Municipio Pachuca de Soto Estado de Hidalgo..
- ☞ Pachuca de Soto, Hgo. Es un área metropolitana y conformada por 7 municipios.
- ☞ Cabe resaltar que de acuerdo a la encuesta nacional de ocupación y empleo el 95.1% de la población de Pachuca Hidalgo es económicamente activa.
- ☞ Por otra parte el saldo de los recursos captados por la banca comercial en el año 2010 fue del 52.5% con respecto del total estatal.

Variables Demográficas:

- ☞ Nuestro producto va dirigido para una edad de entre 15 y 29 años.
- ☞ Género: Indistinto.
- ☞ Con un ingreso medio alto y alto.
- ☞ Con estudiantes de nivel medio superior y superior

Variables Psicográficas:

- ☞ Personalidad: Su personalidad debe ser de alguien agradable, que no se resista al cambio, así como deseo de superación e implantar nuevas modas.
- ☞ Estilo de vida: Normalmente tiene que ser cambiante y no tan rutinario, tiene que ver lo distinto de cada día.

4.2.2 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.

Nuestros principales competidores serán las que ofrecen servicios de café, así como las tiendas dedicadas a la compra-venta de ropa y accesorios.

Cafetería.

- ☞ SOCIERTY PACHUCA: Es un establecimiento que ofrece postres, bebidas calientes, bebidas frías, bebidas light, bebidas para niños. esta dirigida a toda la familia y tiene precios de entre 50 y los 200 pesos



- ☞ CAFÉ GELATO GELATERIA: Restaurantes cocina italiana. Brinda servicios de paquetes de desayunos y comidas, bebidas calientes y frías.
- ☞ STARBUCKS es una pequeña isla que esta en la plaza galerías Pachuca que vende obsequios, café de grano, postres, frappes, variedad de expresos, té, café filtrado, chocolate y leche. Entre otros aperitivos.
- ☞ MI ANTIGUO CAFÉ: Restaurante café que además de postres, bebidas calientes y frías, ofrece comida mexicana.
- ☞ CHIKITA CAFÉ: Es un negocio amplio en espacio y variedad de servicio ya que ofrece servicio de restaurant y cafetería. Está enfocado a toda la familia.
- ☞ RADIO EXPRESS CAFÉ: Café artesanal que sirve bebidas frías y calientes y un amplia repostería, maneja un concepto especial para personas que gustan de la comunicación radiofónica
- ☞ RONNY CAFÉ: Restaurant Bar & Grill es una empresa dedicada a restaurant y café. Su mercado es familiar.
- ☞ CAFÉ MADERO: Café madero es un café restaurant con ambiente familiar.

Boutiques.

En el ámbito de la industria del vestido no se hace análisis de competencia directa puesto que se realizaran convenios con diferentes establecimientos que se dediquen a la comercialización de ropa, para ser exhibida en el nuevo concepto de cafetería boutique. Lo que será un gran beneficio ya que esto nos ayuda a no tener inventarios excesivos de ropa y accesorios.

Para llevar a cabo los contratos con las boutiques que presentaran su ropa en coffe pink se solicitara una colaboración de \$1,200.00 que equivale al 50% del costo por la renta de luz y sonido para el evento. Además se establecerán diversas políticas como la no aceptación de boutiques que vendan piratería, las prendas que ofrezcan deberán estar totalmente a la vanguardia, entre otras.

- ☞ Identificación de competidores actuales.



Como se ha mencionado en análisis anteriores no se registra competencia directa ya que los establecimientos de cafetería que se encuentran en la zona prestan servicios como café-restaurante en su mayoría, café-bar, y existe uno de café-radio. Pero no se encontró ninguno con servicio de cafetería-boutique y con respecto a las boutiques que hay en el municipio de Pachuca no se consideran competencia sino aliados

☞ Identificación de competidores potenciales.

Las cafeterías mencionadas en el apartado anterior aunque no son consideradas competencia directa si se están tomando en cuenta porque son establecimientos que ofrecen servicios de cafetería. Además estos establecimientos brindan doble servicio aunque ninguno homónimo al que se pretende brindar en coffe pink

4.2.3 IDENTIFICACIÓN DE LA DEMANDA.

Para identificar y cuantificar la demanda potencial existente en el municipio de Pachuca de Soto en el Estado de Hidalgo, se utilizaron fuentes primarias y secundarias. En las primarias encontramos que: de acuerdo al censo de Población y Vivienda realizado por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), en el municipio el 52% de la población tiene entre 15 y 29 años de edad esto quiere decir que 150,270 habitantes tienen esta edad, que es la edad que se está tomando como referencia para determinar nuestro mercado meta.

Según datos del Instituto Nacional para la Evaluación de la Educación (INEE) el 64% de la población tiene la posibilidad de llegar al nivel medio superior y superior,

Además en esta localidad en el municipio existen 74 instituciones de las cuales se identificaron 24 instituciones privadas de educación media superior y superior. Esto quiere decir que los alumnos de estas son pertenecientes a un grupo económico de nivel medio alto.



De acuerdo a fuentes secundarias para determinar las preferencias en cuanto al consumo del café, la ropa y la implementación de un nuevo concepto se realizaron encuestas (Revisar anexo1). Para la interpretación de los resultados de dichas encuestas se toma en cuenta que en términos generales de acuerdo al último censo la población de entre 15 y 29 años es de 150,270 y aproximadamente el 10% pertenecen a un nivel medio alto es decir posibles consumidores. En total tendríamos una demanda de 13,960 personas.

Tomando en cuenta las encuestas aplicadas en el municipio de Pachuca, el 7.1% de los encuestados no tienen el gusto por el café esto quiere decir que 991 personas de nuestra demanda potencial no consumirían nuestro producto.

Analizando el punto de la frecuencia con la que se asiste a una cafetería la encuesta indica que el 14.2% de los encuestados asiste hasta 3 veces por semana a un establecimiento de cafetería otro 14.2% asiste una vez por semana y por ultimo encontramos que el 75.6% restante asiste menos de 3 veces por mes.

Por otra parte con respecto a la aceptación de la implementación de un nuevo concepto de cafetería boutique el 89% de los encuestados les parece buena la idea de combinar estos dos mercados.

4.2.4 IDENTIFICACIÓN DE LA OFERTA.

Pachuca de Soto cuenta con 8 cafeterías, cada una con un estilo de servicio diferente, en su mayoría estas sirven bebidas calientes y frías, repostería y panadería.

Una gran parte de las cafeterías establecidas en el municipio brindan un doble servicio, 5 de estos establecimientos ofrecen servicio de café restaurante. Mientas que 2 más sirven solo cafetería y postres. En Pachuca hay solamente 1 cafetería que ofrece un concepto diferente para disfrutar del servicio del café (Radio Express Café)



Entre las cafeterías más reconocidas se encuentran el Starbuck que cuenta con franquicias al en casi todo el país de las cuales Pachuca tiene dos bien consolidadas a continuación se enlistan algunos establecimientos que brindan el servicio de cafetería.

- ☞ SOCIERTY PACHUCA: Es un establecimiento que ofrece postres, bebidas calientes, bebidas frías, bebidas light, bebidas para niños. esta dirigida a toda la familia y tiene precios de entre 50 y los 200 pesos
- ☞ CAFÉ GELATO GELATERIA: Restaurantes cocina italiana. Brinda servicios de paquetes de desayunos y comidas, bebidas calientes y frías.
- ☞ STARBUCKS es una pequeña isla que esta en la plaza galerías Pachuca que vende obsequios, café de grano, postres, frappes, variedad de expresos, té, café filtrado, chocolate y leche. Entre otros aperitivos.
- ☞ MI ANTIGUO CAFÉ: Restaurante café que además de postres, bebidas calientes y frías, ofrece comida mexicana.
- ☞ CHIKITA CAFÉ: Es un negocio amplio en espacio y variedad de servicio ya que ofrece servicio de restaurant y cafetería. Está enfocado a toda la familia.
- ☞ RADIO EXPRESS CAFÉ: Café artesanal que sirve bebidas frías y calientes y un amplia repostería, maneja un concepto especial para personas que gustan de la comunicación radiofónica
- ☞ RONNY CAFÉ: Restaurant Bar & Grill es una empresa dedicada a restaurant y café. Su mercado es familiar.
- ☞ CAFÉ MADERO: Café madero es un café restaurant con ambiente familiar.

4.2.5 CONTRASTACIÓN DE LA OFERTA Y LA DEMANDA.

En el municipio existen 8 cafeterías que atienden gustos y necesidades muy diversas además que tienen un mercado diferente al que se pretende cubrir con la implementación de este nuevo concepto que se ha denominado como coffe pink.



El comportamiento que muestra la demanda es muy cambiante y que además muestra disposición de adaptabilidad y aceptación de nuevos productos.

La oferta existente en la región es muy tradicional por ello ha surgido la idea de mostrar al mercado algo fuera de lo convencional. Aunque la oferta del servicio de cafetería es amplia, aceptada y bien consolidada es necesario implementar un plan de innovación en este servicio. Por que como ya es sabida la innovación de forma constante es necesaria para cualquier producto o servicio.

El presente modelo de contraste hace referencia a la cantidad de demanda dispuesta a pagar por el servicio ofrecido en una cafetería convencional y la cantidad de oferta que estas tienen. Con respecto a los precios que ofrecen las cafeterías instaladas en la zona estos no son tan variados a excepción de STARBUCKS que tiene precios más elevados que el resto. Esto debido al reconocimiento con el que cuenta no solo en la región sino también a nivel nacional.

Se cuenta con 8 cafeterías que podemos denominar competencia (oferta) y con 13,960 habitantes de entre 15 y 29 años que tienen un ingreso medio alto que serían nuestros posibles clientes (demanda). De acuerdo al comportamiento que se tienen en sociedad y los parámetros que se deben cubrir para estar dentro de un núcleo, dentro del presente proyecto se toman en cuenta factores sociales y económicos como lo es la moda que obliga de cierta forma a adquirir productos que estén en circulación en cierto momento, y los cambios de temporada que inclinan a las personas a consumir productos de acuerdo a la época.

4.2.6 ANÁLISIS FODA.

En el siguiente análisis se tomara en cuenta la situación actual que presenta el plan de negocios para coffe pink, esto con el fin de tomar medidas futuras para mejoramiento del negocio acordes a los objetivos y políticas planteados para la empresa.



FORTALEZAS.	OPORTUNIDADES.
<ul style="list-style-type: none"> ☐ Innovaciones constantes. ☐ Eficiencia en el personal. ☐ Buen trato a clientes. ☐ Capacitación constante en empleados y baristas. ☐ Precios competitivos. ☐ Alta calidad en productos y servicios. ☐ Mercado de la moda ☐ Convenios con diferentes boutiques para no generar inventarios. 	<ul style="list-style-type: none"> ☐ Mercado joven abundante en el municipio. ☐ Poca competencia directa en la zona. ☐ Atracción para conocedores o novatos de café y moda. ☐ Aparición de nuevas tendencias de moda de forma constante ☐ Lograr el hábito de la convivencia.
DEBILIDADES.	AMENAZAS.
<ul style="list-style-type: none"> ☐ Poco capital de inversión. 	<ul style="list-style-type: none"> ☐ Disminución del poder adquisitivo. ☐ Competencia existente bien consolidada. ☐ Aparición de nueva competencia a largo plazo. ☐

*Cuadro 3.- Análisis FODA
Elaboración propia*

4.2.7 PLAN DE MERCADOTECNIA.

4.2.7.1 POLÍTICA DE PRECIOS.

Para fijar el precio en cada uno de los productos a ofrecer dentro de la cafetería en primer lugar se tomara en cuenta los costos de elaboración de los diferentes estilos de café. Este será nuestro límite inferior del precio. Una estrategia que se pretende utilizar en coffe pink para establecer la política de precios es una evaluación del comportamiento de la competencia con respecto a la alza o baja de nuestros precios no se pretende ofrecer un precio muy alto ya que se busca penetrar de forma cautelosa en el mercado. Realizado el análisis correspondiente se llevo a la determinación de los siguientes precios.



CAFÉ CAPUCCINO		CAFÉ AMERICANO	
PRECIO UNITARIO	\$41.00	PRECIO UNITARIO	\$33.30
CAFÉ MOKA		CAFÉ EXPRESO	
PRECIO UNITARIO	\$34.00	PRECIO UNITARIO	\$30.30
LATTE		CAFÉ EXPRESO	
PRECIO UNITARIO	\$30.00	PRECIO UNITARIO	\$30.30
TE		CHOCOLATE	
PRECIO UNITARIO	\$21.30	PRECIO UNITARIO	\$33.00
CHOCOLATE HELADO		FRAPPE	
PRECIO UNITARIO	\$35.00	PRECIO UNITARIO	\$46.00
MALTEADA		CHOCOLATE	
PRECIO UNITARIO	\$34.50	FRAPPE	
		PRECIO UNITARIO	\$36.00
FLAN NAPOLITANO		PYE	
PRECIO REBANADA	\$19.00	PRECIO REBANADA	\$19.00

*Cuadro 4.- Determinación de precios
Elaboración propia*

4.2.7.1 CANALES DE DISTRIBUCIÓN.

El canal de distribución en la presente empresa de servicios es el canal directo ya que este va de la elaboración del producto directo a las manos del consumidor sin la utilización de ningún intermediario.

La distribución es directa con el consumidor final por lo que se requiere un establecimiento en renta con características específicas y adecuadas de acuerdo al concepto que se pretende manejar. Además de una remodelación constante en cuanto a la imagen y la maquinaria necesaria para brindar el servicio.



4.2.7.2 CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO.

Coffe pink se trata de un servicio y por lo tanto se pretende aterrizar el ciclo de vida del mismo en el siguiente esquema:



Figura 2. Ciclo de vida del producto

1. Estrategia del Servicio: coffe pink pretende planear todas y cada una de sus actividades de forma que se llegue al fin último de la creación de este nuevo concepto.

2. Diseño del Servicio: Coffe pink pretende ofrecer servicio de cafetería, bebidas calientes, frías y repostería con una atracción adicional en pasarelas. Además este servicio está planeado de acuerdo a las necesidades sociales de las personas. Esto induciendo a la moda ya que esta orilla a las personas a consumir las tendencias que se utilizan en cierto momento y esta busca una perfecta



actualización. Tales como son las temporadas que te generan necesidad de tener en invierno un abrigo por decir algo.

3. Transición del Servicio: de acuerdo al servicio ofrecido por la cafetería y tomando en cuenta que es un lugar que se dedica básicamente a la moda se debe tomar en cuenta que también es necesario adecuar la infraestructura del establecimiento a las tendencias que se presentan.

4. Operación del Servicio: este servicio requiere de una actualización constante en su equipo, en el personal que en el labora y por supuesto en las estrategias de venta que sean necesarias

5. Mejora Continua del Servicio: coffe pink busca nuevas opciones de mercado por eso es que elabora alianzas estratégicas con las boutiques más reconocidas del municipio de Pachuca para que de esta manera el cliente se acerque a observar y adquirir de forma diferente su producto.

4.2.7.3 PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN

Dentro de la creación de un negocio se tiene como uno de sus objetivos primordiales el generar ventas y ganar clientes; coffe pink no es la excepción es por eso que se han generado diferentes estrategias de publicidad y promoción para alcanzar este propósito.

Publicidad

Para publicitar el servicio que se ofrecerá en coffe pink se han elegido recursos como los son espectaculares, carteles, volantes y la publicidad de boca en boca.

- ☞ Anuncios espectaculares de azotea: se pondrá un anuncio espectacular amenos los primeros 3 meses de funcionamiento de la cafetería boutique que tendrá las siguientes características.



Medidas 12.90 x 3.60m. y 12.90 x 7.20m

Costo: \$12,000 mensuales.

Ubicación Av. Felipe Ángeles, Venta Prieta, 42080 Pachuca de Soto, Hidalgo

- ☞ Cartel: Otro instrumento que será utilizado es el cartel que se requerirá de un millar por mes para publicitar coffe pink y este tendrá las presentes condiciones.

Medidas: 90cm x 60cm ,Cuatro cartas, Papel couche de 135 gramos, Color al frente

Costo: \$3,500 por millar

Proveedor: Impresos Zumpango.

- ☞ Volantes: Repartir volantes afuera de las escuelas privadas de educación media superior y superior de Pachuca y estos tendrán las siguientes características.

Medidas: 21.5 x 14 cm, Papel couche de 135 gramos, Color el frente y reverso en B/N.

Costo: \$490

Proveedor: Impresos Zumpango.

- ☞ Publicidad de boca en boca.

Promoción

Para buscar aumentar la cantidad de clientes en la cafetería-boutique se implementaran las siguientes promociones los primeros 4 días de la semana, esto es de Lunes a Jueves.

- ☞ Beach Night: Presenta una noche de pasarela de ropa de playa con las últimas tendencias de moda.
- ☞ Singles Day: Día enfocado a personas sin pareja, este día es ideal para conocer nuevas amistades o pareja.
- ☞ 2X1 dates: Todo un día de consumo 2 x 1 para parejas



☞ Pink Day: Descuentos especiales en nuestros productos a las personas que porten un atuendo rosa.



4.3 ESTUDIO TÉCNICO.



4.3.1 ESPECIFICACIONES TÉCNICAS PRODUCTO Y/O SERVICIO.

4.3.1.1 DETERMINACIÓN DE LA LOCALIZACIÓN ÓPTIMA DE LA PLANTA

Para determinar el lugar donde se pretende establecer coffe pink se tomó en cuenta la localización de las diferentes preparatorias y universidades privadas de la región de Pachuca de Soto Hidalgo y se tomó la decisión de ubicar está en un lugar céntrico para que la distancia entre estas y coffe pink sea la misma.

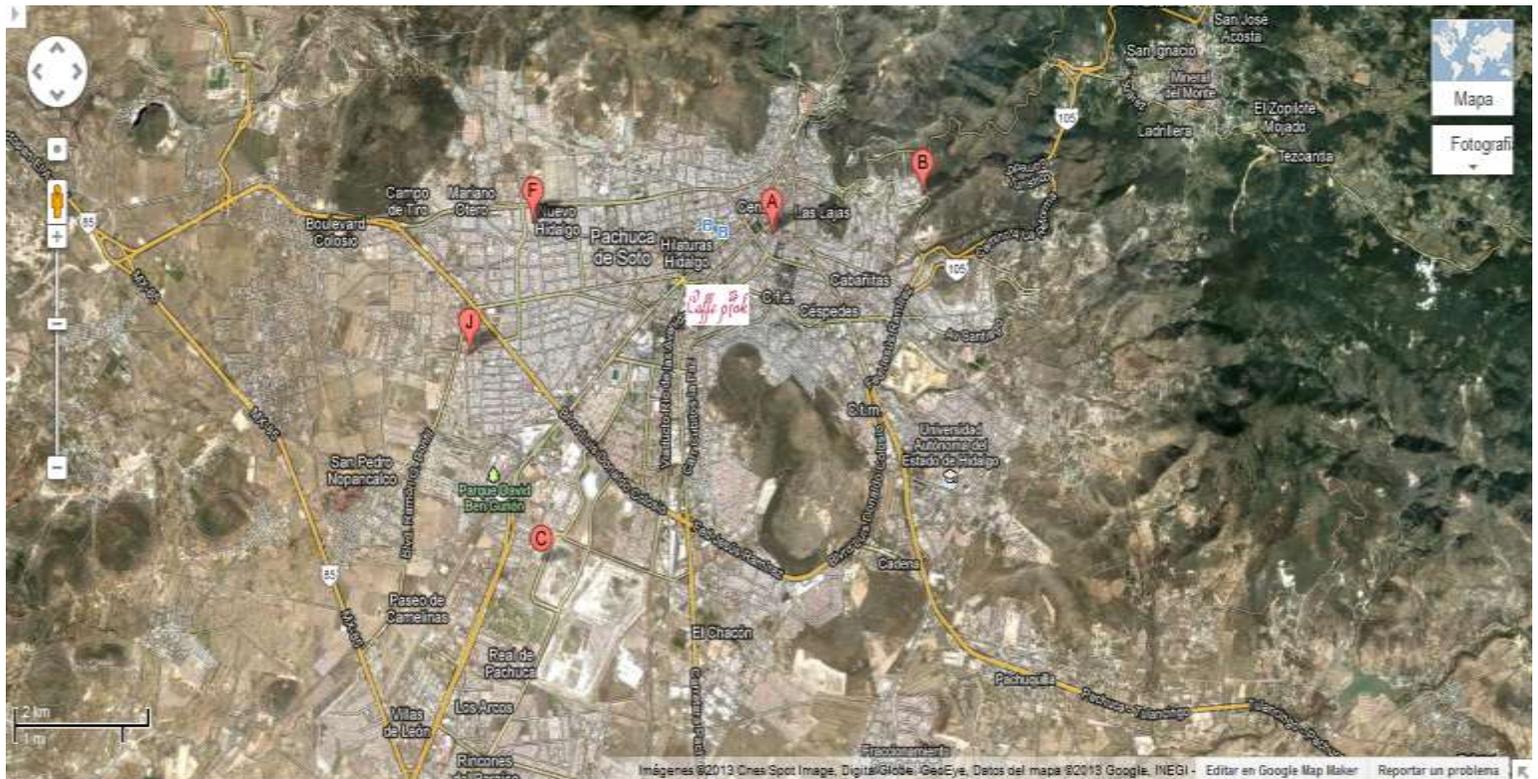


Figura 3.- ubicación de las escuelas de educación media y superior de Pachuca Google maps

Se estima ubicar la cafetería en Av. Revolución casi esquina con Constituyentes.

Listado de las instituciones privadas de educación cercanas a la ubicación de la cafetería

Belisario Domínguez 202
Centro, Pachuca de Soto, Hidalgo

Universidad La Salle De Pachuca
Luis Donald Colosio 101
Pachuca de Soto, Hidalgo



Centro Hidalguense De Estudios Superiores
 Nuevo Hidalgo 509
 Las Colonias, Pachuca de Soto, Hidalgo

Universidad Hidalguense De Altos Estudios, A.C. José López Portillo 73
 Villa de Las Flores, Coacalco de Berriozabal, Estado de México

Centro Universitario Metropolitano Hidalgo y Preparatoria Juana de Albaje Privada Jesús Morales 109

Escuela Superior De Comercio Internacional, S.C.
 José López Portillo 73 Villa de Las Flores, Coacalco de Berriozabal, Estado de México

Ex Hacienda de Ahuehuetitla, Tulancingo de Bravo, Hidalgo

4.3.1.2 DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO ÓPTIMO.

De acuerdo al mobiliario y a la maquinaria necesaria para el funcionamiento de coffe pink se tomó la determinación de establecer como medidas óptimas las siguientes:

Plano de la distribución del establecimiento. Medidas: 10 x 20 m²

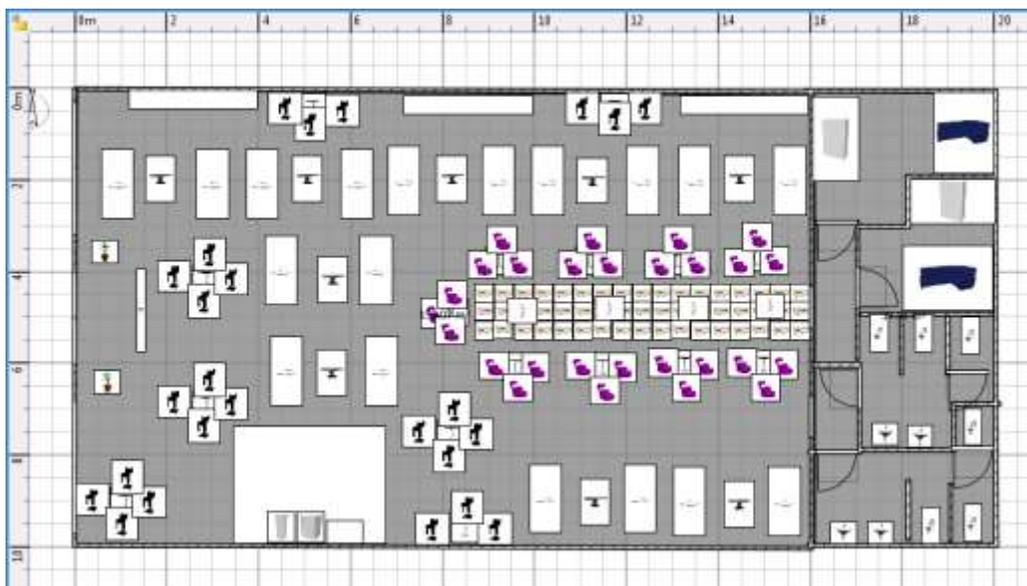


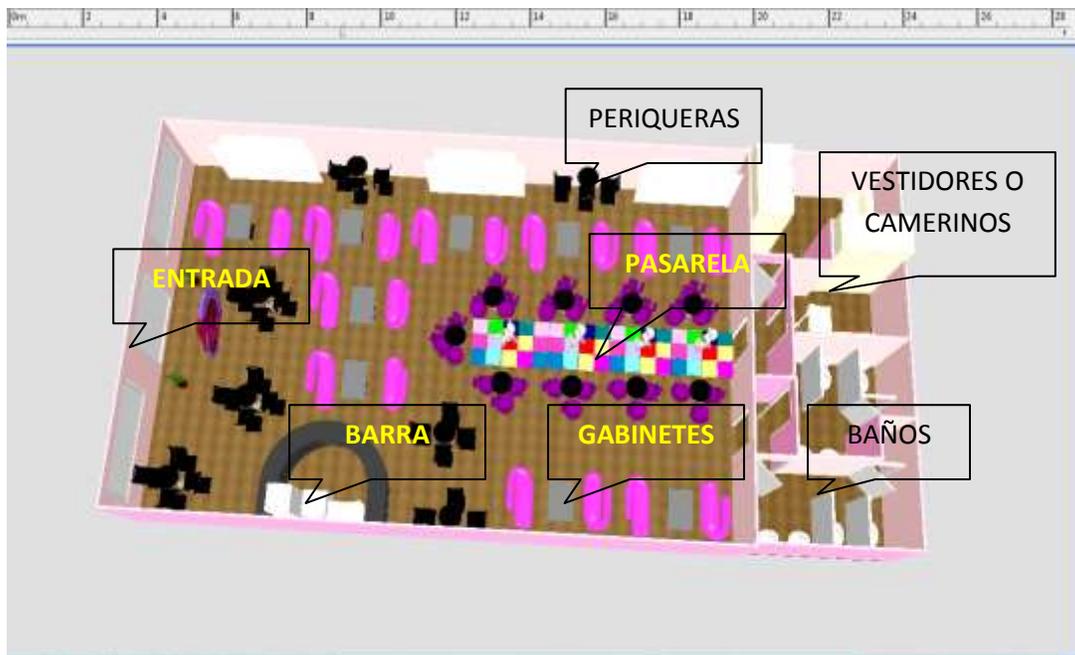
Figura 4.- plano de diseño de la planta
 Elaboración propia



Plano en 3D

En este plano podemos mostrar la distribución de los espacios que comprenden nuestro establecimiento:

- ☞ Mesas en color gris.
- ☞ Sillones en color rosa haciendo referencia a nuestro concepto.
- ☞ La barra que tiene la forma de un semi-circulo dándole una mejor vista
- ☞ La pista de pasarela que va cuadriculada con colores llamativos y a su alrededor unas mesas con sillones individuales.
- ☞ Sanitarios.
- ☞ Camerinos.



*Figura 5.- Plano 3d de la distribucion de la planta
Elaboracion propia*



Plano fachada



Figura 6 .- diseño de la fachada de coffe pink
Elaboracion propia

- ☞ En este plano se muestra la fachada de nuestro establecimiento el cual está pintado de color rosa.
- ☞ Cuenta con dos ventanas en cada extremo de la misma.
- ☞ La puerta va al centro del establecimiento.

Vista de arriba.

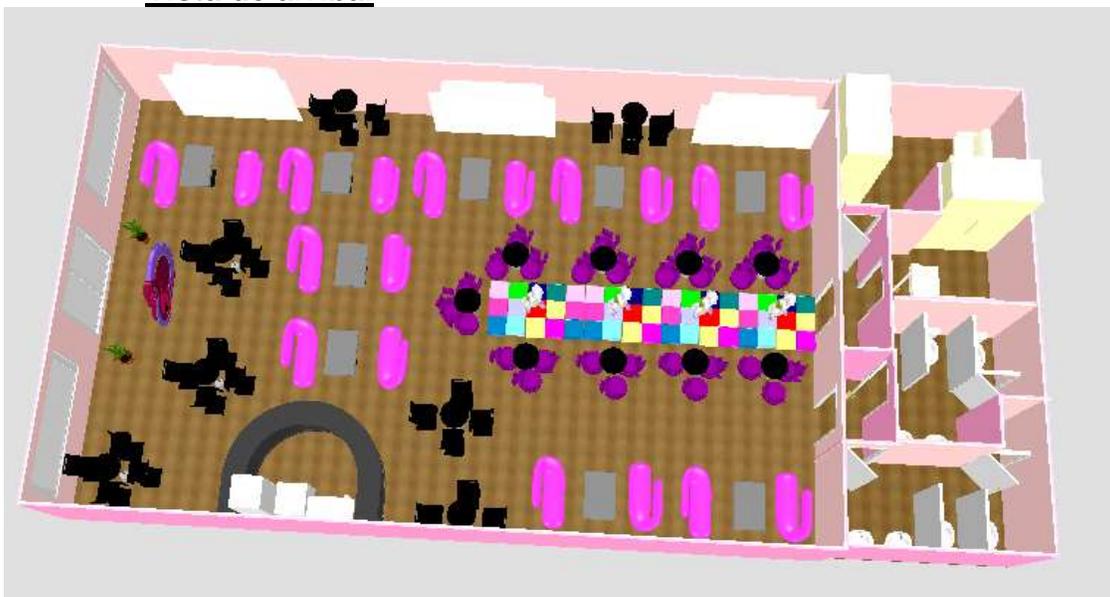


Figura 7.- Vista panoramica superior de la planta
Elaboracion propia



Vista panorámica.



*Figura 8.- vista panorámica izquierda de la planta
Elaboración propia*



*Figura 9- vista panorámica de la parte oriente de la planta
Elaboración propia*





Figura 10.- Vista panoramica del area de vestidores.
Elaboracion propia.

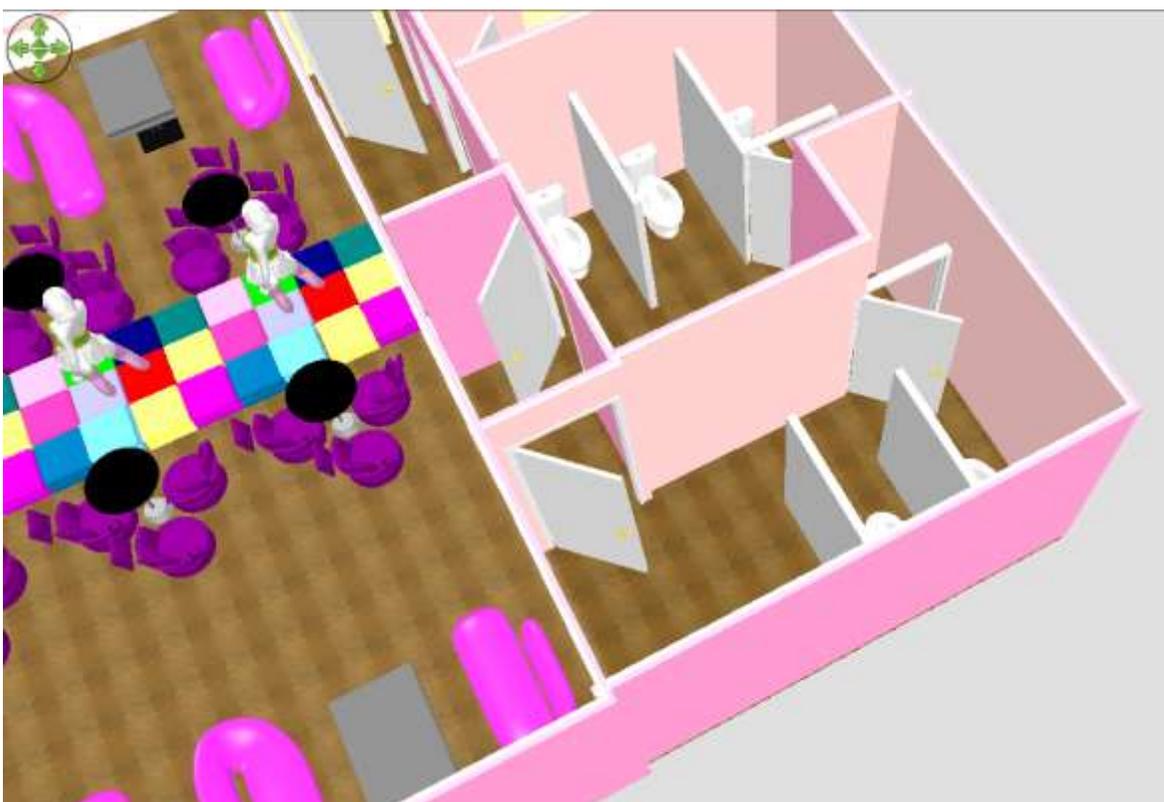


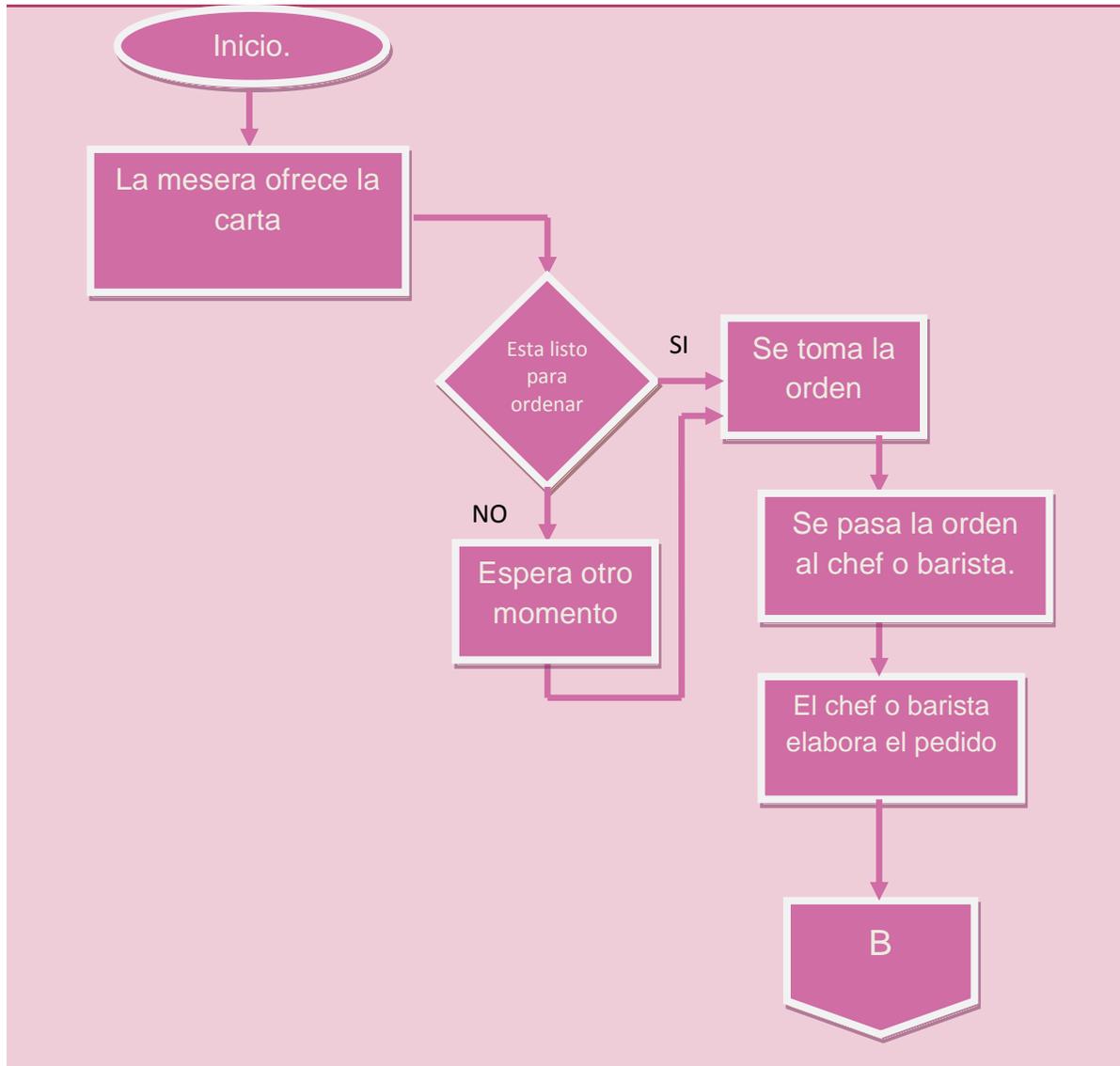
Figura 11.- vista panoramica del area de los baños.
Elaboracion propia.



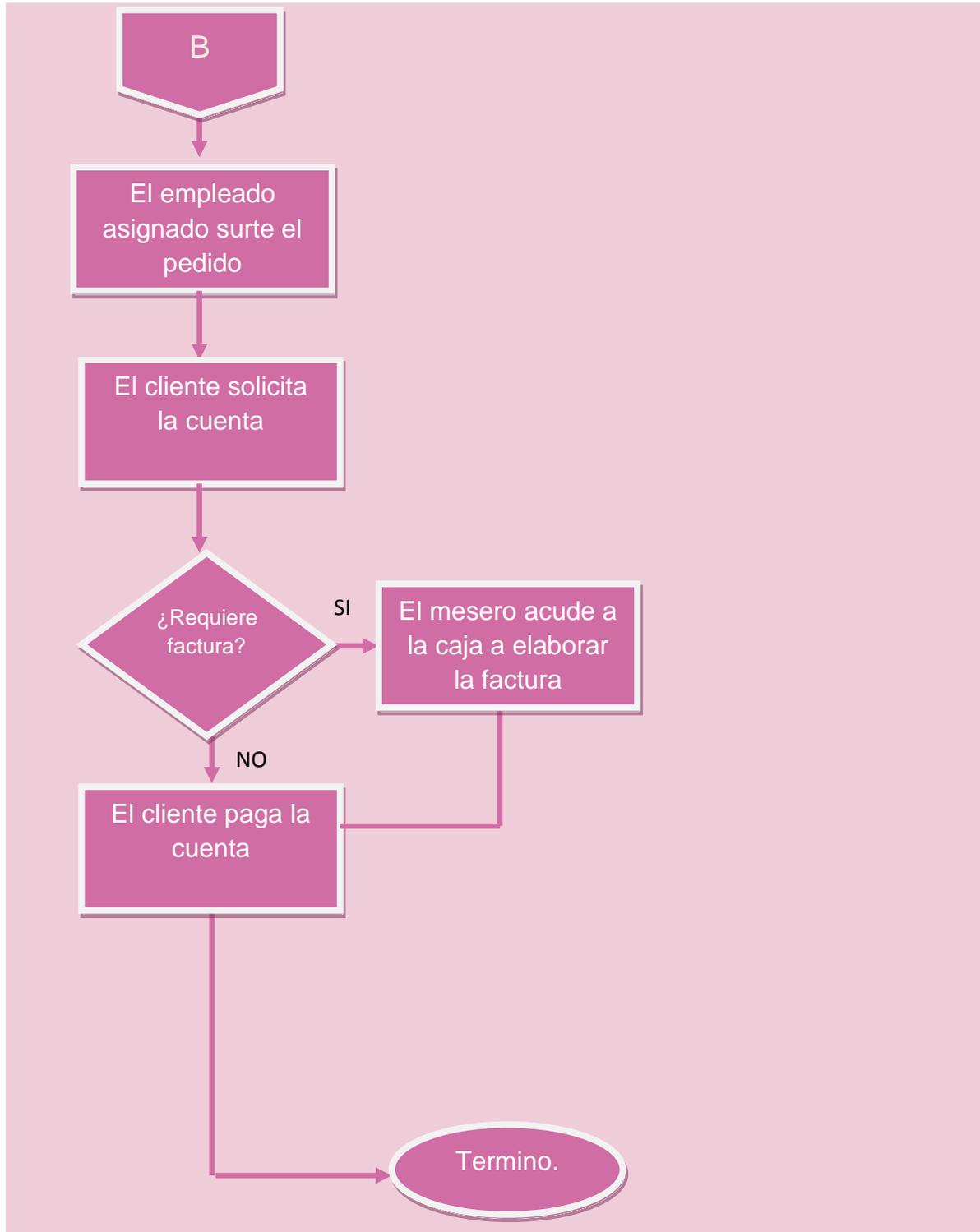
4.3.2 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO.

Dentro del proceso, el quipo a utilizar en cafeterías y bares, por consiguiente no consideramos que exista ningún tipo de inconveniente en la disponibilidad del local del mismo, nuestro flujo procesado será de tipo intermitente, secuenciado, debido a que el cliente escoja el tipo de aperitivo (café o postre) que desea consumir.

Cliente o consumidor.



Área de Transformación.
Coffe Pink



Cuadro 5.- diagrama del proceso de prestación del servicio
Elaboración propia



4.3.3 DESCRIPCION DE LA MAQUINARIA, EQUIPO E INSTALACIONES.

Dentro de este informe mostraremos con lo que contara Coffe Pink.

MAQUINARIA

	PRECIO U.	CANTIDAD	IMPORTE	MARCA
MAQUINA CAFETERA	\$27,254.00	2	\$ 27,254.00	SANREMO
LICUADOR TRITURADOR	\$ 2,936.00	2	\$ 5,872.00	BLENDETEC
DESPACHADOR DE CREMA	\$13,500.00	1	\$ 13,500.00	ROCKET
DISPENSADOR DE PRO SECOS	\$ 989.00	1	\$ 989.00	JUGOMEX
VITRINA DE REFRIGERACION	\$25,000.00	1	\$ 25,000.00	TORREY
EQUIPO DE COMPUTO	\$10,000.00	1	\$ 10,000.00	HP
PUNTO DE VENTA	\$ 1,600.00	1	\$ 1,600.00	LODENA CONSULTORES
IMPRESORA DE TIQUET	\$ 3,000.00	1	\$ 3,000.00	ZEBRA
TOTAL			\$ 114,469.00	

*Cuadro 6.- Descripción y precios de la maquinaria
Elaboración propia*

MOBILIARIO

	PRECIO U.	CANTIDAD	IMPORTE	MARCA
SILLA	\$633.00	20	\$ 12,660.00	GRUPO REIMSE
MESA	\$ 1,745.00	5	\$ 8,725.00	GRUPO REIMSE
SILLON BOTH	\$ 3,971.00	10	\$ 39,710.00	GRUPO REIMSE
MESA P SILLON	\$ 1,199.00	5	\$ 5,995.00	GRUPO REIMSE
BANCO ALTO GIRATORIO	\$ 1,083.00	4	\$ 4,332.00	GRUPO REIMSE
BARRA	\$ 7,500.00	1	\$ 7,500.00	CAFÉ ETRUSCA
TOTAL			\$ 78,922.00	

*Cuadro 7.- Descripción y precio del mobiliario
Elaboración propia*



4.3.4 REQUERIMIENTOS DE MATERIA PRIMA.

Nuestros Proveedores serán:

Café cappuccino.

Recurso	Cantidad	Marca	Costo	Proveedor
Café	43 g	Café Etrusca	\$ 4.94	Café Etrusca
Leche	117 mm	Alpura	\$1.17	Alpura
Azúcar	5 g		\$0.07	

Café Americano

Recurso	Cantidad	Marca	Costo	Proveedor
Café	43 g	Café Etrusca	\$ 4.94	Café Etrusca
Agua	250 mm	Bonafont	\$0.25	Bonafont
Azúcar	5 g		\$0.07	

Café expreso

Recurso	Cantidad	Marca	Costo	Proveedor
Café	43 g	Café Etrusca	\$ 4.94	Café Etrusca
Agua	250 mm	Bonafont	\$0.25	Bonafont
Azúcar	5 g		\$0.07	

Café moka

Recurso	Cantidad	Marca	Costo	Proveedor
Café	43 g	Café Etrusca	\$ 4.94	Café Etrusca
Leche	250 mm	Bonafont	\$0.25	Bonafont
Azúcar	5 g		\$0.07	
Chocolate	50 g	Don Gustavo	\$2.47	Café Etrusca

Latte

Recurso	Cantidad	Marca	Costo	Proveedor
Café	50 g	Café Etrusca	\$ 5.75	Café Etrusca
Leche	296 mm	Alpura	\$2.96	Alpura
Azúcar	5 g		\$0.07	



TE

Recurso	Cantidad	Marca	Costo	Proveedor
TE varios		Te Stashes	\$1.00	Café Etrusca
sabores	250 mm	Bonafont	\$ 0.25	Bonafont
Agua	5 g		\$0.25	
Azúcar				

REPOSTERIA

Recurso	Cantidad	Marca	Costo	Proveedor
Pastel	Rebanada	Globo	\$18.50	Globo
		Roma Mía		Roma Mía

Cuadro 8.- Requerimiento de materia prima y costos.
Elaboración propia.

4.3.5 DETERMINACIÓN DE LA CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN.

EN ESTA Para poder determinar la capacidad productiva de la empresa, es necesario diseñar o conocer el proceso productivo o de prestación del servicio, para establecer actividades, tiempos, responsables y costos.

La capacidad instalada es el nivel máximo de producción que puede llegar a tener una empresa basándose en sus recursos (principalmente maquinaria, instalaciones físicas y disponibilidad de personal), ésta debe estar acorde con el mercado (proyección de ventas), así como con los recursos limitantes de la empresa (personal, disponibilidad de materia prima, equipo, espacios, etc.).

CAPACIDAD INSTALADA

La cafetería Boutique de la que se hace mención en el presente plan de negocios cuenta con un total de 25 mesas de diferentes tipos, mobiliario acorde a las necesidades y dimensiones de las instalaciones que tienen un cupo máximo de 118 personas. Desglosándose como se muestra a continuación.

9 Gabinetes con capacidad máxima de 6 personas.

7 mesa estilo perquera con capacidad para 4 personas.



9 mesas sencillas para una ocupación máxima de 4 personas.

Además coffe pink cuenta con la maquinaria necesaria para brindar un servicio de acuerdo a lo requerido, tiene:

1 Barra en forma semicircular para tener el control visual de la totalidad de la cafetería.

1 Refrigerador vitrina para mostrar la repostería y mantener fríos los alimentos que así lo requieran.

1 Trituradora para la elaboración de frappes.

Suponiendo que se tenga un porcentaje del 30% de la capacidad de lunes a viernes con una rotación aproximada de 5 veces y contando con un 65% de la capacidad los días Sabados y Domingos se estarían atendiendo semanalmente un total de 1652 personas. Coffe pink cuenta con la maquinaria y Equipo suficiente para abastecer a este número de clientes.

4.3.6 PROGRAMA DE PRODUCCIÓN.

■ Para el Café.



Figura.- 12.- Preparacion del café.
Elaboracion propia.



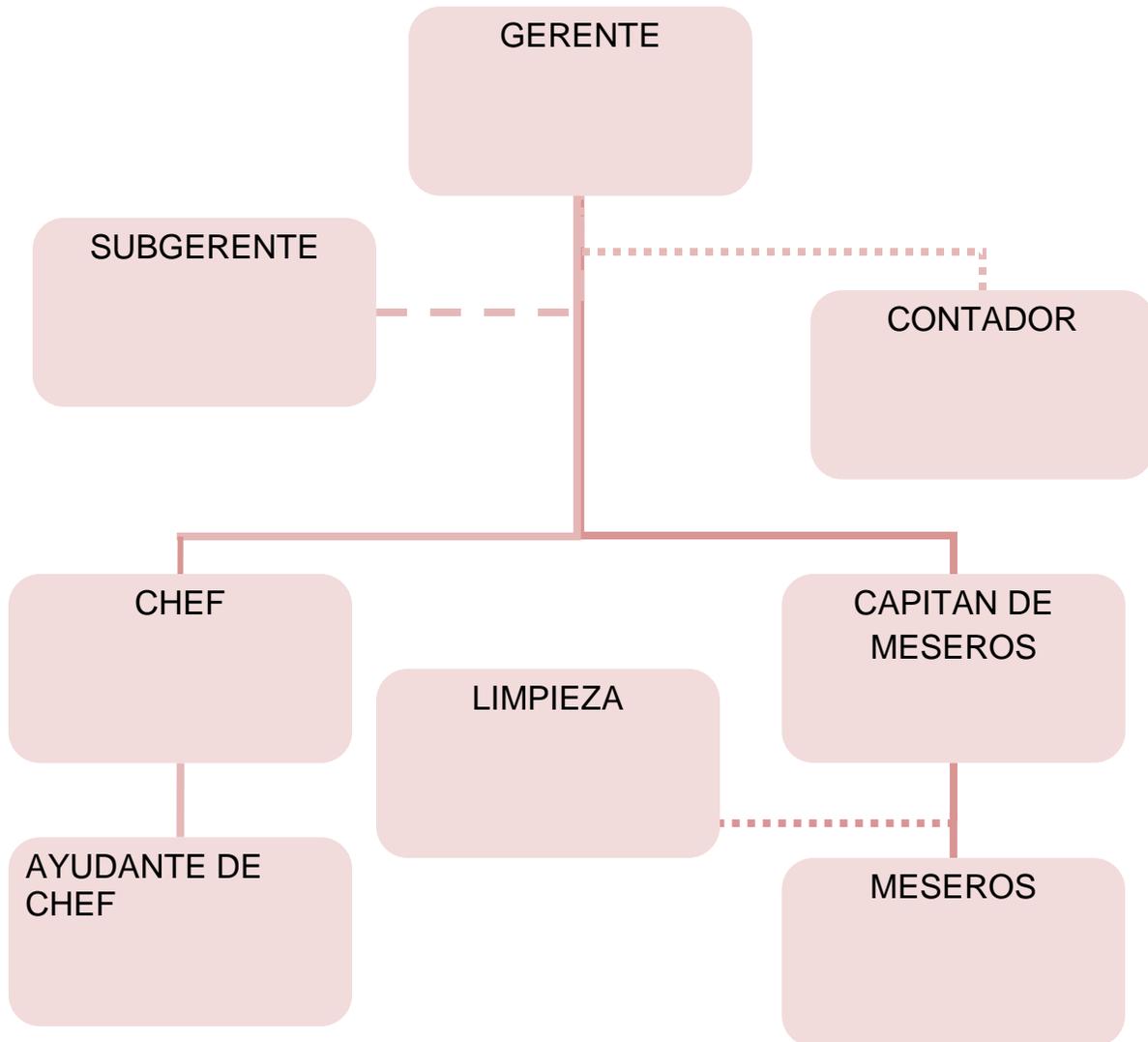
4.4

ESTUDIO ADMINISTRATIVO.



4.4.1 ORGANIGRAMA Y ÁREAS FUNCIONALES DE LA EMPRESA

Organigrama.



☞ Perfil de puestos.

<p>Nombre del puesto:</p> <p>GERENTE</p>	<p>Departamento al que pertenece:</p> <p>GERENCIA GENERAL</p>	
<p>DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PUESTO:</p> <p>Llevar a cabo la administración de la empresa a través de la planificación, organización, supervisión y control de las actividades del negocio</p> <p>DESCRIPCIÓN ESPECIFICA DEL PUESTO:</p> <p>Administrar los recursos de la empresa e incrementar el índice de producción y de productividad de la misma a través de una eficaz coordinación; garantizando el control de la calidad del servicio ofrecido en coffe pink.</p> <p>RESPONSABILIDADES Y OBJETIVOS DEL PUESTO:</p> <ul style="list-style-type: none"> ☞ Informar al dueño acerca de la situación de la empresa. ☞ Administrar de manera óptima los recursos de la empresa. ☞ Dirigir la empresa, tomar decisiones, supervisar y ser un líder dentro de ésta. ☞ Generar estrategias para incrementar la producción y las ventas. ☞ Supervisar la calidad del servicio ofrecido y de los alimentos elaborados. ☞ Supervisar y controlar las actividades de la empresa. ☞ Determinar las actividades necesarias para el cumplimiento de los objetivos. <p>AUTORIDAD SOBRE OTROS PUESTOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> ☞ Subgerente 		



☞ Cheff

☞ Contador

PERFIL DEL PUESTO

Las habilidades mentales que debe tener la persona indicada para utilizar este cargo son habilidades numéricas, lenguaje, conocimientos básicos de las actividades de sus subordinados y habilidad de empatía.

✓ Requerimientos Indispensables en educación, experiencia, habilidades, actitudes, edad, sexo, otros.

Características físicas.

Debe tener atención auditiva y visual, en general estar sentado y caminar dentro de la oficina para trabajos de la jornada diaria.

Habilidades mentales.

Habilidades en administración, finanzas, contabilidad, comercialización y ventas.

Preparación académica.

Estudios superiores: Universitarios y/o Técnicos.

Títulos: Ingeniero Comercial, licenciado en administración, licenciado en administración de empresas turísticas.

Habilidades técnicas (uso de máquinas y herramientas).

Manejo de la Computadora.

Experiencia laboral.

Mínima 3 años



Nombre del puesto: SUBGERENTE	Departamento al que pertenece: GERENCIA GENERAL	
<p>DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PUESTO:</p> <p>Auxiliar al gerente general en la administración de la empresa y al cumplimiento de los objetivos mediante el control de las operaciones de la empresa.</p> <p>DESCRIPCIÓN ESPECIFICA DEL PUESTO:</p> <p>RESPONSABILIDADES Y OBJETIVOS DEL PUESTO:</p> <ul style="list-style-type: none"> ☞ Reportar y consensar con el gerente las actividades a realizar en la empresa ☞ Dirigir la empresa, tomar decisiones, supervisar y ser un líder dentro de ésta. ☞ Generar estrategias para incrementar la producción y las ventas. ☞ Supervisar la calidad del servicio ofrecido y de los alimentos elaborados. ☞ Supervisar y controlar las actividades de la empresa. <p>AUTORIDAD SOBRE OTROS PUESTOS:</p> <p>En ausencia del gerente el subgerente tiene a su cargo al</p> <ul style="list-style-type: none"> ☞ Cheff ☞ Contador <p>PERFIL DEL PUESTO</p> <p>Las habilidades mentales que debe tener la persona indicada para utilizar este cargo son habilidades numéricas, lenguaje, conocimientos básicos de</p>		



las actividades de sus subordinados y habilidad de empatía.

- ✓ Requerimientos Indispensables en educación, experiencia, habilidades, actitudes, edad, sexo, otros.

- Características físicas.

Debe tener atención auditiva y visual, en general estar sentado y caminar dentro de la oficina para trabajos de la jornada diaria.

- Habilidades mentales.

Habilidades en administración, finanzas, contabilidad, comercialización y ventas.

- Preparación académica.

Estudios superiores: Universitarios y/o Técnicos.

Títulos: Ingeniero Comercial, Ingeniero en Administración de Empresas.

- Habilidades técnicas (uso de máquinas y herramientas).

Manejo de la Computadora

- Experiencia laboral.

Mínima 1 año



Nombre del puesto: CHEF	Departamento al que pertenece: GERENCIA GENERAL	
<p>DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PUESTO:</p> <p>El chef es la cabeza de la cocina se encarga de la supervisión, enseñanza, preparación y elaboración de los bocadillos establecidos en el menú</p> <p>DESCRIPCIÓN ESPECIFICA DEL PUESTO:</p> <p>Es el encargado de la producción de comida principalmente su función es: Establecer los bocadillos y solicitar los insumos necesarios para la elaboración de las recetas, actualizar las recetas de acuerdo a las necesidades del cliente.</p> <p>RESPONSABILIDADES Y OBJETIVOS DEL PUESTO:</p> <ul style="list-style-type: none"> ☞ Conocer las recetas de acuerdo a los alimentos establecidos en el menú ☞ Reportar al gerente la falta de insumos ☞ Solicitar la materia prima necesaria para la elaboración de los alimentos. ☞ Coordinar el servicio con los meseros y el ayudante de chef <p>AUTORIDAD SOBRE OTROS PUESTOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> ☞ Meseros ☞ Ayudante de chef ☞ Gente de limpieza <p>PERFIL DEL PUESTO</p> <p>Las habilidades mentales que debe tener la persona indicada para ocupar el puesto de chef el dominio de los inventarios, administración de la materia</p>		



prima y dominio de personal.

- ✓ Requerimientos Indispensables en educación, experiencia, habilidades, actitudes, edad, sexo, otros.

Características físicas.

Debe tener atención auditiva y visual, en general su trabajo es desempeñado de pie y a lo largo de la cocina.

Habilidades mentales.

Habilidades en administración de la materia prima, supervisión y elaboración de alimentos en general.

Preparación académica.

Estudios superiores: Universitarios y/o Técnicos.

Títulos: técnico en gastronomía, chef profesional o técnico.

Habilidades técnicas (uso de máquinas y herramientas).

Manejo de las herramientas de cocina en general.

Experiencia laboral.

Mínima 1 año



Nombre del puesto: MESERO	Departamento al que pertenece: CAPITAN DE MESEROS	
<p>DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PUESTO:</p> <p>Es el responsable del buen funcionamiento del servicio de la cafetería</p> <p>DESCRIPCIÓN ESPECIFICA DEL PUESTO:</p> <p>RESPONSABILIDADES Y OBJETIVOS DEL PUESTO:</p> <ul style="list-style-type: none"> ☞ Debe conocer el uso del material y equipo de bar. ☞ Se encarga de la limpieza de mesas, estaciones de servicio, ceniceros, charolas, lámparas de mesa. ☞ Es responsable del montaje de las mesas. ☞ Es responsable de tener surtidas las estaciones de servicio. ☞ Ayuda al acomodo de los clientes en las mesas. ☞ Sugiere al cliente aperitivos, cócteles, y demás bebidas. ☞ Sirve los alimentos y bebidas a la mesa. ☞ Solicita las cuentas al cajero, y las presenta al cliente. ☞ Paga al cajero la cuenta y despide al cliente. <p>AUTORIDAD SOBRE OTROS PUESTOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> ☞ No tiene <p>PERFIL DEL PUESTO</p> <p>Las habilidades mentales que debe tener la persona indicada para ocupar el</p>		



puesto de mesero debe ser específicamente atención al cliente

✓ Requerimientos Indispensables en educación, experiencia, habilidades, actitudes, edad, sexo, otros.

Características físicas.

Debe tener atención auditiva y visual, en general su trabajo es desempeñado de pie y a lo largo de la cafetería

Habilidades mentales.

Habilidad de atención al cliente y administración del tiempo

Preparación académica.

Estudios básicos

Títulos: educación básica secundaria terminada o preparatoria trunca o terminada

Habilidades técnicas (uso de máquinas y herramientas).

Uso de la calculadora o sumadora.

Experiencia laboral.

Mínima 1 año



<p>Nombre del puesto:</p> <p>LIMPIEZA</p>	<p>Departamento al que pertenece:</p> <p>CAPITAN DE MESEROS</p>	
<p>DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PUESTO: Es responsable de la sanidad e imagen higienica de la cafeteria</p> <p>DESCRIPCIÓN ESPECIFICA DEL PUESTO: Encargarse de mantener en perfecta higiene la empresa.</p> <p>RESPONSABILIDADES Y OBJETIVOS DEL PUESTO:</p> <ul style="list-style-type: none"> ☞ Elaborar rondas de limpieza periódicas en las diferentes áreas de la empresa como lo son: baños, cocina, vestidores y en general del área de servicio. <p>AUTORIDAD SOBRE OTROS PUESTOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> ☞ No tiene <p>PERFIL DEL PUESTO</p> <p>Las habilidades mentales que debe tener la persona indicada para ocupar el puesto de mesero debe ser específicamente atención al cliente</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Requerimientos Indispensables en educación, experiencia, habilidades, actitudes, edad, sexo, otros. <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Características físicas. Debe tener atención auditiva y visual, en general su trabajo es desempeñado de pie y a lo largo de la cafetería <input type="checkbox"/> Preparación académica. Estudios básicos Títulos: educación básica secundaria terminada. <input type="checkbox"/> Habilidades técnicas (uso de máquinas y herramientas). Uso general de artículos de higiene. <input type="checkbox"/> Experiencia laboral. Mínima 1 año 		



<p>Nombre del puesto:</p> <p>CONTABILIDAD</p>	<p>Departamento al que pertenece:</p> <p>GERENTE GENERAL</p>	
<p>DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PUESTO:</p> <p>Sera contratado un servicio de outsourcing para el manejo eficiente de las operaciones financieras de la empresa</p> <p>DESCRIPCIÓN ESPECIFICA DEL PUESTO:</p> <p>Mantener la contabilidad de la cafetería al día y reportar los estados financieros y análisis financiero de la misma.</p> <p>RESPONSABILIDADES Y OBJETIVOS DEL PUESTO:</p> <ul style="list-style-type: none"> ☞ Mantener la contabilidad al día ☞ Realizar el reporte de los estados financieros ☞ Realizar el análisis financiero de la situación de la empresa <p>PERFIL DEL PUESTO</p> <p>El contador externo de la empresa debe contar con lo siguientes requerimientos.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Requerimientos Indispensables en educación, experiencia, habilidades, actitudes, edad, sexo, otros. <input type="checkbox"/> Habilidades mentales. <ul style="list-style-type: none"> Dominio de la elaboración de estados financieros <input type="checkbox"/> Preparación académica. <ul style="list-style-type: none"> Estudios profesionales universitarios o tecnicos Títulos: licenciatura en contaduría o contabilidad <input type="checkbox"/> Habilidades técnicas (uso de máquinas y herramientas). <ul style="list-style-type: none"> Manejo de los programas contables actualizados Manejo de la computadora Uso de la calculadora o sumadora. <input type="checkbox"/> Experiencia laboral. <ul style="list-style-type: none"> Mínima 1 año 		



4.4.2 DETERMINACIÓN DE SUELDO, Y NÚMERO DE EMPLEOS A GENERAR.

☞ Perfil para empleados.

La valuación de puesto de Coffe Pink es de acuerdo a una especie de guía o patrón de comparación entre los diversos grados de cada factor y sus respectivos

☞ Conformación de nóminas.

	PERSONAL	MENSUAL	MENSUAL TOTAL	ANUAL
GERENTE	1	\$8,000	\$8,000	\$ 96,000.00
SUBGERENTE	2	\$6,000	\$12,000	\$ 144,000.00
MESEROS	4	\$3,200	\$12,800	\$ 153,600.00
CHEF	1	\$4,000	\$4,000	\$ 48,000.00
LIMPIEZA	1	\$3,000	\$3,000	\$ 36,000.00
CONTADOR				\$ 5,000.00
MODELOS EVE	4	\$2,400	\$9,600	\$ 115,200.00
MESEROS EVE	4	\$2,400	\$9,600	\$ 115,200.00
AYUDANTE DE CHEF EVE	2	\$2,000	\$4,000	\$ 48,000.00

*Cuadro 9.- conformación de nóminas
Elaboración propia*



4.4.3 MARCO LEGAL DE LA ORGANIZACIÓN.

4.4.3.1 CONSTITUCIÓN LEGAL Y RÉGIMEN FISCAL.

ACTA CONSTITUTIVA DE SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA DE CAPITAL VARIABLE

ESCRITURA 345 VOLUMEN 53 FOJA 3 EN LA CIUDAD DE ZUMPANGO ESTADO DE MEXICO, a.01 DE ABRIL DEL 2011 YO EL Licenciado LUIS NAVARRO .Notario Público 10987, HAGO CONSTAR: EL CONTRATO DE SOCIEDAD MERCANTIL, en forma RESPONSABILIDAD LIMITADA DE CAPITAL VARIABLE, que otorgan los señores: MONICA NALLELI MIMBRERA VARELA Y ELIZABETH VALLE CIRIACO y que se sujetan a los estatutos que se contienen en las siguientes:

CLAUSULAS

DENOMINACION, OBJETO, DURACION, DOMICILIO, NACIONALIDAD Y CLAUSULA DE ADMISION DE EXTRANJEROS.

-----PRIMERA.- La sociedad se denominará COFFE PINK, nombre que irá seguido de las palabras “ SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA DE CAPITAL VARIABLE “, o de las siglas “ S de RL de C.V. “.

-----SEGUNDA.- La sociedad tiene por objeto:

-----a).- BRINDAR SERVICIO DE CAFETERIA

-----b).- café mexicano y ropa

-----c).- Ejecutar toda clase de actos de comercio, pudiendo comprar, vender, importar, exportar y distribuir toda clase de artículos y mercancías.

-----d).- Contratar activa o pasivamente, toda clase de prestaciones de servicios, celebrar contratos, convenios, así como adquirir por cualquier título patentes, marcas industriales, nombres comerciales, opciones y preferencias, derechos de propiedad literaria, industrial, artística o concesiones de alguna autoridad.

-----e).- Formar parte de otras sociedades con el objeto similar de éste.

-----f).- Emitir, girar, endosar, aceptar, avalar y descontar y suscribir toda clase de títulos de crédito, sin que se ubiquen en los supuestos del Artículo cuarto de la Ley del Mercado de valores.

-----g).- Adquirir acciones, participaciones, parte de interés social, obligaciones de toda clase de empresas o sociedades, formar parte en ellas y entrar en comandita, sin que se ubiquen en los supuestos del Artículo cuarto de la Ley del Mercado de Valores.

-----h).- Aceptar o conferir toda clase de comisiones mercantiles y mandatos, obrando en su propio nombre o en nombre del comitente o mandante.



-----y i).- Adquirir o por cualquier otro título poseer y explotar toda clase de bienes muebles, derechos reales, así como los inmuebles que sean necesarios para su objeto.

-----j).- Contratar al personal necesario para el cumplimiento de los fines sociales y delegar en una o varias personas el cumplimiento de mandatos, comisiones, servicios y demás actividades propias de su objeto.

-----k).- La sociedad podrá otorgar avales y obligarse solidariamente por cuenta propia, así como constituir garantía a favor de terceros.

-----l).- Realizar y emitir toda clase de actos, operaciones, convenios, contratos y títulos, ya sean civiles mercantiles o de crédito relacionados con el objeto social.

-----TERCERA.- La duración de la sociedad será de NOVENTA Y NUEVE AÑOS, contados a partir de la fecha de firma de esta escritura.

-----CUARTA.- El domicilio de la sociedad será, sin embargo podrá establecer agencias o sucursales en cualquier parte de la República o del Extranjero, y someterse a los domicilios convencionales en los contratos que celebre. Los accionistas quedan sometidos en cuanto a sus relaciones con la sociedad, a la jurisdicción de los tribunales y Autoridades del domicilio de la sociedad, con renuncia expresa del fuero de sus respectivos domicilios personales.

-----QUINTA.- Los socios extranjeros actuales o futuros de la sociedad que se constituye se obligan formalmente con la Secretaria de Relaciones Exteriores, a considerarse como nacionales, respecto de las partes sociales que adquieran o de que sean titulares en esta sociedad, así como de los bienes, derechos, concesiones, participaciones o intereses de que sea titular la sociedad o bien de los derechos y obligaciones que deriven de los contratos en que ésta sea parte con autoridades mexicanas y a no invocar, por lo mismo la protección de sus Gobiernos, bajo la pena en caso contrario de perder en beneficio de la Nación las participaciones sociales que hubieren adquirido.

CAPITAL SOCIAL, ACCIONES

-----SEXTA.- Su capital es variable, el mínimo fijo es de 50 000.PESOS MONEDA NACIONAL, representado por CIENTO ACCIONES, con valor nominal de 50 000 PESOS MONEDA NACIONAL, cada una.

-----SEPTIMA.- Cuando en esta sociedad participe la inversión extranjera se observarán las reglas siguientes:

El capital social, estará integrado por acciones de la serie "A", que sólo podrán ser suscritas por:

-----a) Personas físicas de nacionalidad mexicana. b).- Inmigrantes que no se encuentren vinculados con centros de decisión económica del exterior, y c).- Personas morales mexicanas en las que participe total o mayoritariamente el capital mexicano, El porcentaje que deba ser suscrito por mexicanos se



determinará de acuerdo con la clasificación mexicana de actividades y productos que señala el Reglamento de la Ley para promover la Inversión Mexicana y Regular la Inversión Extranjera. El porcentaje restante estará integrado por acciones de la serie "B" y será de suscripción libre. En todo caso y en cualquier circunstancia deberá respetarse el porcentaje de capital mínimo mexicano, en términos netos, y en caso de que la participación de la inversión extranjera en el capital social pretenda exceder el porcentaje fijado deberá cumplir con lo que establece el artículo quinto del Reglamento antes citado o solicitar autorización de la Comisión Nacional de Inversiones Extranjeras.

-----OCTAVA.- El capital social fijo será susceptible de aumentarse o disminuirse con las siguientes formalidades:

En caso de aumento se requerirá de Asamblea General extraordinaria de Accionistas y éstos tendrán derecho preferente para suscribirlo en proporción al número de acciones de que sea titulares. Tal derecho de preferencia deberá ejercitarse dentro de los quince días siguientes a la fecha de publicación en el Diario Oficial de la Federación o en uno de los periódicos de mayor circulación del domicilio social, del acuerdo de la Asamblea que haya decretado dicho aumento, pero si en la asamblea estuviera representada la totalidad del capital social, podrá hacerse el aumento en ese momento.

En caso de disminución se requerirá la Asamblea General Extraordinaria de Accionistas y no podrá ser inferior al autorizado por la Ley General de Sociedades Mercantiles; la disminución se efectuará por sorteo de las acciones o por retiro de aportaciones.

El socio que desee separarse deberá notificarlo a la sociedad y no surtirá efectos tal petición sino hasta el fin del ejercicio anual en curso, si la notificación se hace antes del último trimestre o hasta el fin del siguiente ejercicio si se hiciera después. Al efecto se cumplirá con lo que establece el artículo noveno de la Ley General de Sociedades Mercantiles.

-----NOVENA.- El capital máximo es ilimitado, no obstante la sociedad podrá establecer su capital fijo y su capital variable en las cantidades que la asamblea acuerde en cada caso.

Las acciones representativas de la parte variable del capital social podrán ser emitidas por acuerdo de la Asamblea Ordinaria de Accionistas y podrán emitirse como resultado de aportaciones en efectivo, en especie, con motivo de capitalización de primas sobre acciones, con capitalización de utilidades retenidas o de reservas de valuación y reevaluación o de otras aportaciones previas de los accionistas, sin que ello implique modificación de los Estatutos de la Sociedad, mediante los mismos requisitos podrá disminuirse el capital de la sociedad dentro de la parte variable.



Las acciones en su caso emitidas y no suscritas a tiempo de aumentar el capital, serán guardadas en la caja de la sociedad para entregarse a medida que vaya realizándose la suscripción.

-----DECIMA.- La sociedad llevará un registro de acciones nominativas con los datos que establece el artículo ciento veintiocho de la Ley General de Sociedades Mercantiles, y se considerará accionista al que aparezca como tal en dicho registro. A petición de cualquier accionista, la sociedad deberá inscribir en el libro de registro las transmisiones que se efectúen.

Cada acción representa un voto, confiere iguales derechos y es indivisible, por lo que cuando pertenezca a dos o más personas deberán designar un representante común.

Los certificados provisionales o de títulos definitivos que representen las acciones, deberán llenar todos los requisitos establecidos en el artículo ciento veinticinco de la Ley General de Sociedades Mercantiles, podrán amparar una o más acciones y serán firmados por dos miembros del Consejo de Administración o por el Administrador.

FIRMAS

LAM. MONICA NALLELI MIMBRERA
VARELA

LAM. ELIZABETH VALLE CIRIACO



4.4.3.2 LICENCIAS Y PERMISOS PARA EMPEZAR OPERACIONES.

☞ Alta en el seguro social.

CARA EXTERNA

REVERSO	ANVERSO
<p>LOS CERTIFICADOS DE INCAPACIDAD QUE SE EXPIDAN, DEBERAN REMITIRSE A LA DELEGACION DE ADSCRIPCION DEL ASEGURADO PARA SU CERTIFICACION Y PAGO</p> <p>EL ASEGURADO DEBE IDENTIFICARSE PRESENTANDO CREDENCIAL EXPEDIDA POR SU PATRON O POR EL INSTITUTO</p> <p>ESTA AUTORIZACION NO ES VALIDA CON TACHADURAS O ENMENDADURAS</p>	 <p>INSTITUTO MEXICANO DEL SEGURO SOCIAL SERVICIOS DE AFILIACION VIGENCIA</p> <p>AUTORIZACION PARA RECIBIR SERVICIOS MEDICOS</p> <p>LA FECHA DE CADUCIDAD NO DETERMINA EL PERIODO DE VIGENCIA, POR LO QUE EL OTORGAMIENTO DE LOS SERVICIOS MEDICOS QUEDARA SUJETO A LA CERTIFICACION DE LA VIGENCIA DEL TRABAJADOR</p>

CARA INTERNA

<p>EL PATRON <u>Coffe pink</u> NOMBRE O RAZON SOCIAL</p> <p>CON NUMERO DE REGISTRO <u>0098</u></p> <p>INSCRITO EN <u>Pachuca, Hidalgo</u> LOCALIDAD Y ESTADO</p> <p>SOLICITA PARA SU TRABAJADOR <u>Otilio Gómez Fernández</u></p> <p>CON No. S.S. <u>098765234</u></p> <p>C.U.R.P. <u>GOFO871006009</u></p> <p>Y OCUPACION <u>OBRAERO</u></p> <p>ADSCRITO A LA CLINICA <u>098</u> NUMERO</p> <p>CIRCUNSCRIPCION DE _____</p> <p>SE LE EXPIDE ESTA AUTORIZACION PARA RECIBIR SERVICIOS MEDICOS CON VALIDEZ HASTA EL:</p> <p>_____</p> <p>FECHA DE CADUCIDAD</p>	<p>SELLO DE EMPRESA Coffe pink</p> <p>_____ FIRMA DEL PATRON</p> <p><u>Otilio Gómez Fernández</u> FIRMA DEL TRABAJADOR</p> <p>SELLO DEL IMSS AFILIACION VIGENCIA DE DERECHOS</p> <p>_____ LUGAR Y FECHA DE EXPEDICION</p> <p>_____ NOMBRE Y FIRMA DE QUIEN LO EXPIDE</p>
--	---



Permisos de publicidad.

SISTEMAS

ES



**REPARACIÓN, VENTA Y MANTENIMIENTO DE EQUIPO DE
CÓMPUTO**

**CREACION DE PAGINAS WEB, APLICACIONES A LA
MEDIDA**

SISTEMAS DE PUNTO DE VENTAS

P.I.S.I. ERIK DOMÍNGUEZ SOLÓRZANO

Calle Martiniano Domínguez Gómez S/N, Ranchería de Buenavista, Zumpango, Estado de México.

Tel. 591-91-8-53-27 Cel. 5519528630

Creación de página Web Informativa

De acuerdo a las necesidades que presenta la empresa y tomando en cuenta las expectativas costo-beneficio, el paquete que nosotros como agencia de diseño Web le presentamos es el siguiente:

- **Adquisición del dominio (Nombre de la página)**
- **Hosting por 1 año (Almacenamiento de la página en el servidor)**
- **6 secciones de contenido (por ejemplo: Inicio, Galería, Rutas. Etc.)**
- **60 fotografías**
- **Contador de visitas**
- **Modulo para el registro de los clientes**
- **Mapa de ubicación en Google**
- **10 cuentas de correo electrónico**
- **Formulario de contacto**

Todo esto por un costo total de \$ 8,600.00 pesos IVA incluido.

Ofreciéndole la garantía de un diseño Web Dinámico creado a la medida de su empresa, la disponibilidad 24 horas de la página, incluyendo una campaña de pago por click en google, esto garantiza que la página web empiece a tener tráfico y por lo consecuente **PROSPECTOS.**

Atentamente

P.I.S.I. Erik Domínguez Solórzano



4.4.3.3 PROTECCIÓN Y PROPIEDAD INTELECTUAL.

- Instituto Mexicano de Derechos de Autor.
- Instituto Mexicano de la propiedad Industrial.

Como las relativas a la Comisión Federal de Competencia, Comisión Federal de Electricidad, Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, entre otras.

De manera complementaria le sugerimos consultar la sección de trámites obligatorios que presenta el subsistema.

Uno de los pagos más elevados que se realizan al iniciar una empresa es cuando se constituye en una sociedad mercantil, con un costo promedio de 10,000 pesos en honorarios y derechos ante notario público y otro es al inscribir una marca ante el Instituto de la Propiedad Industrial, con un costo de 2,500 pesos.

Entre los pagos más pequeños se encuentran el de la obtención de constancia de uso de suelo, con 600 pesos y el de los trámites ante Delegación Política o municipio sobre aviso de apertura de establecimiento mercantil, que son gratuitos.



4.5

ESTUDIO

FINANCIERO.



Con la información recabada en los estudios anteriores evaluaremos numéricamente la viabilidad de la empresa

4.5.1 CALCULO DE INVERSIÓN INICIAL.

Para poner en marcha la cafetería boutique que se establecerá en el municipio de Pachuca de soto Hidalgo se requiere de una inversión inicial que consta de mobiliario, maquinaria, equipo, equipo de transporte con un monto de \$408,391.00 y de capital de trabajo se consideran en promedio 3 meses de renta, nomina entre otros gastos; suficientes para que la empresa pueda operar siendo un monto de \$449,880.00.

CONCEPTO	
Activos fijos	\$ 408,391.00
Maquinaria	\$ 99,869.00
Equipo de computo	\$ 14,600.00
Equipo de Transportes	\$ 15,000.00
Mobiliario	\$ 78,922.00
Inversión en remodelación	\$ 200,000.00
Capital de trabajo	\$ 449,880.00
Renta	\$ 18,000.00
Nomina	\$ 172,400.00
Materia prima	\$ 219,480.00
Otros Gastos	\$ 40,000.00
Otros	\$ 5,000.00
TOT. INVERSION	\$ 863,271.00



4.5.2 FUENTES DE FINANCIAMIENTO.

CAPITAL-SEMILLA.

Descripción

Proporciona apoyo financiero temporal para el arranque y etapa inicial del negocio, a los proyectos de emprendedores que son incubados por alguna de las incubadoras de negocios que forman parte del sistema nacional de incubación de empresas de la Secretaría de Economía.

Pretende ser un instrumento eficaz, eficiente y oportuno, que contribuya a elevar la competitividad del sector de las micros, pequeñas y medianas empresas.

Financia

- Desarrollo de un prototipo comercial.
- Elaboración de un plan de negocio, estudio de mercado y de factibilidad.
- Adquisición de maquinaria y equipo.

Requisitos

- Que el emprendedor no tenga antecedentes negativos graves en el buró de crédito.
- Contar con constancia de Incubación emitida por la Incubadora que incubó y filtró su proyecto.
- Darse de alta en el sistema www.capitalsemilla.org.mx ó www.capitalsemilla.com.mx e ingresar su solicitud de apoyo en tiempo y forma.
- Demostrar la viabilidad técnica, financiera y comercial a través de un plan de negocios.



Características de los apoyos

Para proyectos de Negocios Tradicionales y de Tecnología Intermedia

- El monto es de un mínimo de 50 mil y hasta 500 mil pesos.
- El porcentaje máximo de apoyo puede ser hasta 80 por ciento del costo total del proyecto.
- El plazo de pago puede ser hasta de 42 meses.
- Interés anual de 12 %
- El periodo de gracia es de hasta 6 meses en capital.
- La aportación de los emprendedores tiene que ser por lo menos el 15 por ciento sobre el monto a financiar.

4.5.3 ESTADOS FINANCIERO PRO FORMA .

☞ **Presupuesto de Ventas:** el presupuesto de ventas se determinó por una rotación aproximada de 5 veces al día por mesa tomando en cuenta una ocupación de la capacidad instalada del 30 por ciento entre los días de lunes a jueves y los días viernes a domingo una ocupación del 65 por ciento de la capacidad y un consumo aproximado por persona de \$90.00.

AÑO	1	2	3	4	5
Ventas anuales	\$7,646,400.0	\$8,487,504.0	\$9,421,129.4	\$10,457,453.7	\$11,607,773.6
Otros ingreso	\$57,600.0	\$59,846.4	\$62,180.4	\$64,605.4	\$67,125.1

☞ **Presupuesto de Costos de Producción:** Los obtenemos de la sumatoria de los costos fijos y los costos variables los cuales son necesarios para mantener el proyecto en marcha.



Costos fijos

AÑOS	1	2	3	4	5
Luz	\$ 2,700.00	\$ 2,700.00	\$ 2,700.00	\$ 2,700.00	\$ 2,700.00
Agua	\$ 8,754.00	\$ 9,095.41	\$ 9,450.13	\$ 9,818.68	\$ 10,201.61
Renta	\$ 108,000.00	\$ 111,240.00	\$ 114,577.20	\$ 118,014.52	\$ 121,554.95

TOTAL	\$ 119,454.00	\$ 123,035.41	\$ 126,727.33	\$ 130,533.20	\$ 134,456.56
--------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------

Costos variables

inflación	5%
incremento de sueldos	4%
Incremento de gasolina	12%
Incremento de renta	3%

AÑOS	1	2	3	4	5
Materia prima	\$2,633,760.00	\$2,765,448.00	\$2,903,720.40	\$3,048,906.42	\$3,201,351.74
salarios	\$ 732,000.00	\$ 760,548.00	\$ 790,209.37	\$ 821,027.54	\$ 853,047.61
renta de luz y sonido	\$ 192,000.00	\$ 201,600.00	\$ 211,680.00	\$ 222,264.00	\$ 233,377.20
Gas	\$ 14,400.00	\$ 15,120.00	\$ 15,876.00	\$ 16,669.80	\$ 17,503.29
artículos de limpieza	\$ 12,000.00	\$ 12,600.00	\$ 13,230.00	\$ 13,891.50	\$ 14,586.08
TOTAL	\$3,584,160.00	\$3,755,316.00	\$3,934,715.77	\$4,122,759.26	\$4,319,865.92

COSTOS TOTALES	\$3,703,614.00	\$3,878,351.41	\$4,061,443.10	\$4,253,292.46	\$4,454,322.48
-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------

Gastos Fijos

AÑOS	1	2	3	4	5
Teléfono	\$ 9,576.00	\$ 9,576.00	\$ 9,576.00	\$ 9,576.00	\$ 9,576.00
Sueldos de administrativos	\$307,400.00	\$319,388.60	\$331,844.76	\$344,786.70	\$358,233.38
Gastos de mantenimiento	\$ 85,000.00	\$ 85,000.00	\$ 85,000.00	\$ 85,000.00	\$ 85,000.00
Gasolina	\$ 12,000.00	\$ 13,477.20	\$ 15,136.24	\$ 16,999.51	\$ 19,092.16

TOTAL	\$413,976.00	\$427,441.80	\$441,557.00	\$456,362.22	\$471,901.54
--------------	---------------------	---------------------	---------------------	---------------------	---------------------



☞ **Presupuesto de Costos Financieros:** como se ha mencionado antes coffe pink trabaja con un financiamiento llamado capital semilla de acuerdo a la tabla de amortización se arrojan los siguientes costos por financiamiento.

Financiamiento Capital Semilla

Cantidad financiada \$150,000.00

INTERÉS ANUAL POR AÑO	PAGO DE INTERÉS ANUAL
1	\$ 6,500.00
2	\$ 5,780.00
3	\$ 5,060.00

☞ **Depreciación.** De acuerdo a la Ley del ISR se aplicaron las depreciaciones correspondientes como lo marca el artículo 40.

Depreciaciones

AÑOS	1	2	3	4	5
Mobiliario	\$ 7,892.20	\$ 7,892.20	\$ 7,892.20	\$ 7,892.20	\$ 7,892.20
Maquinaria	\$ 9,986.90	\$ 9,986.90	\$ 9,986.90	\$ 9,986.90	\$ 9,986.90
Equipo de computo	\$ 4,380.00	\$ 4,380.00	\$ 4,380.00	\$ 1,460.00	
Equipo de transporte	\$ 3,750.00	\$ 3,750.00	\$ 3,750.00	\$ 3,750.00	
Total depreciaciones	\$22,259.10	\$22,259.10	\$22,259.10	\$19,339.10	\$17,879.10



4.5.3.1 BALANCE GENERAL.

Del 1ro de enero al 31 de diciembre del 2013

	base 0	2013
Bancos	\$ 49,880.00	\$,966,226.45
Inventarios		\$ 155,244.71
Mobiliario	\$ 78,922.00	\$ 78,922.00
Maquinaria	\$ 99,869.00	\$ 99,869.00
Equipo de computo	\$ 14,600.00	\$ 14,600.00
Motocicleta	\$ 15,000.00	\$ 15,000.00
Instalaciones	\$ 200,000.00	\$ 200,000.00
Total depreciaciones acumuladas	\$	\$ 22,259.10
Patente y marca	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00
ACTIVOS TOTALES	\$863,271.00	\$2,557,121.26
Proveedores	\$ -	\$ 155,244.71
Financiamiento a largo plazo	\$150,000.00	\$ 120,000.00
Capital contribuido	\$ 713,271.00	\$ 713,271.00
Utilidades retenidas		\$1,568,605.55
PASIVO + CAPITAL	\$ 863,271.00	\$2,557,121.26

4.5.3.2 ESTADO DE RESULTADOS.

Estado de Resultados

	2013	2014	2015	2016	2017
AÑOS	1	2	3	4	5
Ventas Netas	\$7,646,400.00	\$8,487,504.00	\$9,421,129.44	\$10,457,453.68	\$11,607,773.58
Otros ingresos	\$ 57,600.00	\$ 59,846.40	\$ 62,180.41	\$ 64,605.45	\$ 67,125.06
Costos variables	\$3,584,160.00	\$3,755,316.00	\$3,934,715.77	\$ 4,122,759.26	\$ 4,319,865.92
Costos fijos	\$ 119,454.00	\$ 123,035.41	\$ 126,727.33	\$ 130,533.20	\$ 134,456.56
Depreciación	\$ 22,259.10	\$ 22,259.10	\$ 22,259.10	\$ 19,339.10	\$ 17,879.10
UTILIDAD BRUTA	\$3,978,126.90	\$4,646,739.89	\$5,399,607.65	\$ 6,249,427.57	\$ 7,202,697.06
Gastos administrativos	\$ 413,976.00	\$ 427,441.80	\$ 441,557.00	\$ 456,362.22	\$ 471,901.54
UTILIDAD DE OPERACIÓN	\$3,564,150.90	\$4,219,298.09	\$4,958,050.65	\$ 5,793,065.35	\$ 6,730,795.52
Pago de intereses	\$ 6,250.00	\$ 5,650.00	\$ 5,060.00		
PTU	\$ 356,415.09	\$ 421,929.81	\$ 495,805.07	\$ 579,306.54	\$ 673,079.55
UTILIDAD ANTES DE IMP.	\$3,201,.81	\$3,791,588.28	\$4,457,185.59	\$ 5,213,758.82	\$ 6,057,715.97
IMPUESTOS ISR	\$ 960,370.74	\$1,137,476.49	\$1,337,155.68	\$ 1,564,127.65	\$ 1,817,314.79
UTILIDAD NETA	\$2,240,865.07	\$2,654,111.80	\$3,120,029.91	\$ 3,649,631.17	\$ 4,240,401.18

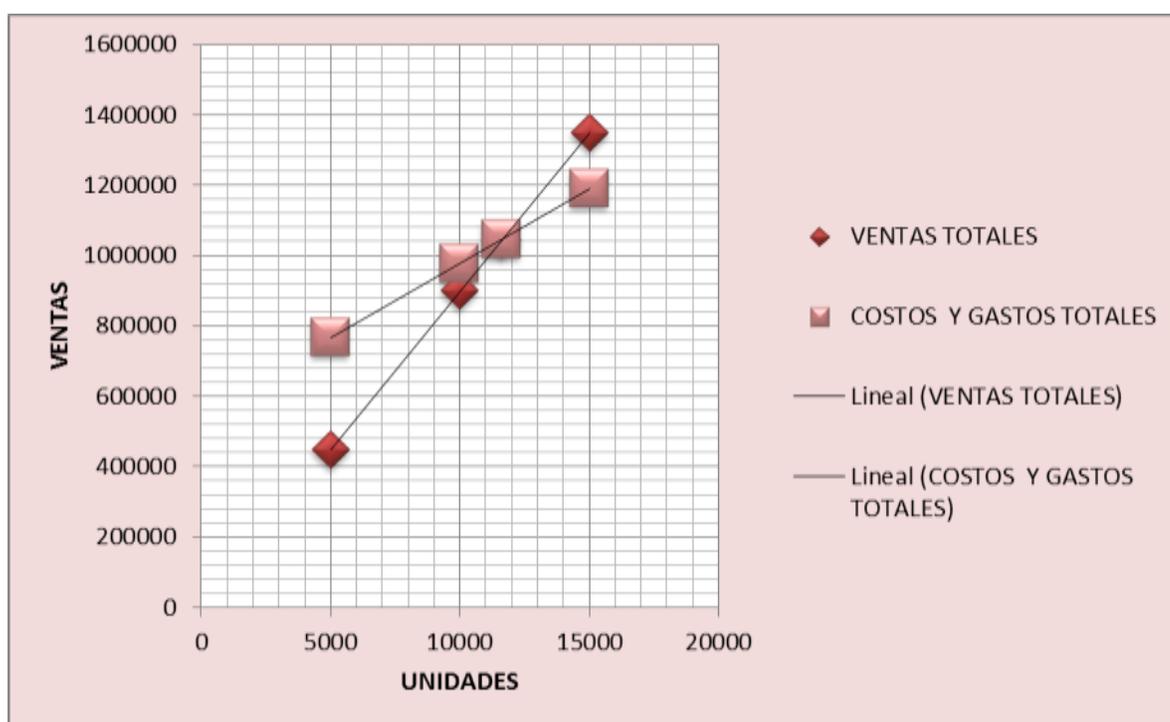


4.5.4 PUNTO DE EQUILIBRIO.

	2013
Cotos fijos totales	\$ 119,454.00
Gastos fijos totales	\$ 413,976.00
Depreciación total	\$ 22,259.10
Precio unitario	\$ 90.00
Costos variables unitarios	\$ 42.19
No de servicios	11622
Ventas	\$ 1,045,979.84

Punto De Equilibrio Año 2013

UNIDADES	VENTAS TOTALES	CTOS. GTS. FIJOS, DEP. Y AMOR. TOTAL	CTS. Y GTS. VARIABLES TOTALES	COSTOS Y GASTOS TOTALES	UTILIDAD O PERDIDA
5,000	\$ 450,000.00	\$ 555,689.10	\$ 210,932.20	\$ 766,621.30	-\$316,621.00
11,622	\$ 1,045,979.84	\$ 555,689.10	\$ 490,290.74	\$ 1,045,979.84	0
13,000	\$ 1,170,000.00	\$ 555,689.10	\$ 548,424.00	\$ 1,104,112.83	\$ 65,887.17
15,000	\$ 1,350,000.00	\$ 555,689.10	\$ 632,796.61	\$ 1,188,485.71	\$ 161,514.00



Se requiere una venta de 11, 622 unidades para alcanzar el punto de equilibrio como se representa en la gráfica anterior ósea que no tenemos ni utilidad, ni perdida. Se debe tomar en cuenta que a medida que incrementen las ventas las utilidades serán mayores.

4.5.5 FLUJO DE EFECTIVO.

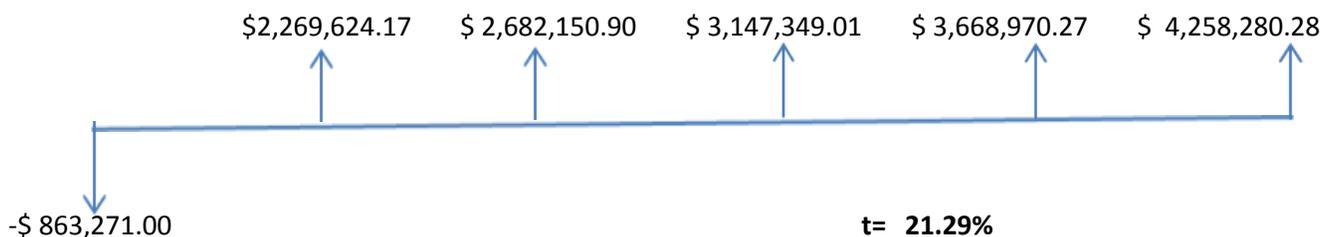
	0	1	2	3	4	5
	AÑO 0	2013	2014	2015	2016	2017
INVERSIÓN INICIAL	\$ 863,271.00					
UTILIDAD/PER. NETA		\$ 2,240,865.07	\$ 2,654,111.80	\$ 3,120,029.91	\$ 3,649,631.17	\$ 4,240,401.18
DEPRECIACIÓN		\$ 22,259.10	\$ 22,259.10	\$ 22,259.10	\$ 19,339.10	\$ 17,879.10
INTERÉS POR FINANCIAMIENTO		\$ 6,500.00	\$ 5,780.00	\$ 5,060.00		
FLUJO DE EFECTIVO DE OPERACIÓN (FEO)		\$ 2,269,624.17	\$ 2,682,150.90	\$ 3,147,349.01	\$ 3,668,970.27	\$ 4,258,280.28
FLUJOS DE EFECTIVO PROYECTADOS	-\$ 863,271.00	\$ 2,269,624.17	\$ 2,682,150.90	\$ 3,147,349.01	\$ 3,668,970.27	\$ 4,258,280.28

TASA PARA APLICAR EL VPN = COSTO DEL CAPITAL: 21.29%

VPN: \$7,912,686.10

TIR: 280%

Se acepta proyecto



El proyecto es aceptado porque de acuerdo a nuestro valor presente neto los beneficios son mayores a los costos y en la tasa interna de retorno supera el rendimiento requerido 280% mayor que 21.29%.



4.6

IMPACTO Y BENEFICIO SOCIO- ECONÓMICO.



Coffe Pink como parte determinante y constituyente del tejido social y económico no puede desligarse de su relación con la comunidad ya que sus operaciones tienen impacto sobre sus mismos trabajadores, su medio y el medio ambiente.

4.6.1 IMPACTO ECONÓMICO.

Por ser una empresa nueva y de innovación este impacto será muy bueno, generaría empleo a personas profesionistas, así como a personas que buscan un buen empleo pero que no les fue posible terminar una “carrera profesional”.

A nivel macroeconómico generara impuestos los cuales recaudara Hacienda y por ende incrementan ingresos al país, además de que por medio de salarios se incrementara en consumo.

4.6.2 IMPACTO EN EL AMBIENTE NATURAL.

Se fomentara a la conservación del medio ambiente por medio de nuestros productos, debido a que se obtendrán proveedores calificados y certificados con la ISO 14000-1 dedicada al medio ambiente, además de fomentar la reforestación y plantación de algodón, café, entre otras fuentes de materia prima.

Se buscara utilizar materiales 100% biodegradables para no fomentar a la contaminación del ambiente, asi como impulsar el consumo dentro del establecimiento mismo para que se lleve un control de la basura por medio de nosotros mismos.

4.6.3 BENEFICIOS SOCIALES.

Se implementaría un nuevo sector en cuanto al mercado debido a que se cubrirán nuevos gustos a comparación de los servicios de este tipo en el área. Además



habría un impacto en cuanto a la introducción de nuevos temas y estilos de vida como formas de vestir, alimentación y entretenimiento.

En virtud de este compromiso tendremos que poner una estructura de funcionamiento socialmente responsable partiendo de cuestiones básicas como el establecimiento de políticas no discriminatorias entre sus empleados o postulantes y atendiendo a condiciones de trabajo más humanas.

Además de que es un proyecto donde se busca un entretenimiento 100% sano, y no solo se buscara el ocio, puede utilizarse como plataforma para intercambio de opiniones e ideas, con fin de aprendizaje, la moda será el principal tema pero no significa que será el único tópico a impulsar, de vez en cuando se pueden planear eventos con otros fines, para ampliar la diversidad cultural y de gustos de los clientes.



CONCLUSIONES.

En el presente plan de negocios se determina la viabilidad técnica, económica y financiera de la empresa. En este se evalúan los diferentes aspectos que involucran el desarrollo de un proyecto y que forman parte de los objetivos principales del plan.

Se realizó un estudio de mercado en la ciudad de Pachuca de Soto, Hidalgo en el cual pudimos identificar una demanda insatisfecha de estudiantes de nivel medio superior y superior de escuelas privadas, mediante la identificación de nuestro mercado meta se toma la determinación favorable de establecer el negocio en dicha ciudad. Así mismo mediante estudios de campo logramos encontrar competidores de un mercado similar al nuestro, sin embargo dichos establecimiento no ofrecen un servicio igual al que pretendemos brindar en coffe pink

Con la realización del análisis financiero del plan de negocios y evaluando las condiciones de inversión, financiamiento y proyección del escenario económico de la empresa, buscamos el panorama más adecuado para confirmar la viabilidad financiera del negocio sin perder de vista los principales objetivos del proyecto. En este último estudio del plan de negocios aterrizamos la información recabada en los tres estudios anteriores para poder tomar decisiones anticipadas que reduzcan y prevengan el índice de errores futuros para nuestra organización.

De acuerdo a la elaboración y análisis del plan de negocios, así como de los factores que lo integran se concluye que la hipótesis: “La empresa de cafetería boutique establecida en el municipio de Pachuca de Soto Estado de Hidalgo cuenta con viabilidad financiera a partir de la evaluación por medio de un plan de negocios”. Se acepta.



4.- ¿Cuál es su consumo aproximado en una cafetería?

- () De \$50.00 a \$100.00 () De \$100.00 a \$200.00 () \$200.00 o mas

5.-¿ conoces algún establecimiento que ofrezca doble servicio?

- () si () No

Cual

6.- ¿Visitarías un establecimiento que ofrezca café y pasarelas de moda?

- () si () no

7.- ¿que marcas de ropa son de tu agrado?

8.- ¿Con que frecuencia compra ropa?

- () cada mes () cada 3 a 6 meses () cada 6 a 12 meses

9.- ¿Qué opinas del nombre coffe pink para una cafetería que ofrezca servicio de cafetería y boutique? _____

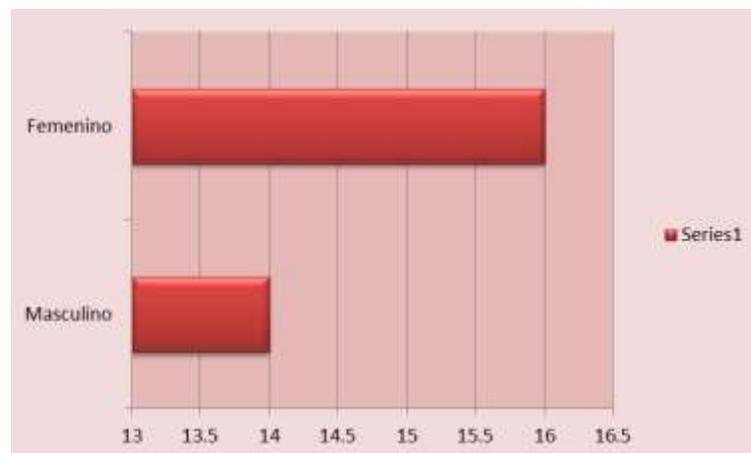


10.2 ANALISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.

Se realizaron 30 encuestas en universidades privadas del municipio de Pachuca de Soto, Hidalgo y se obtuvieron los siguientes resultados.

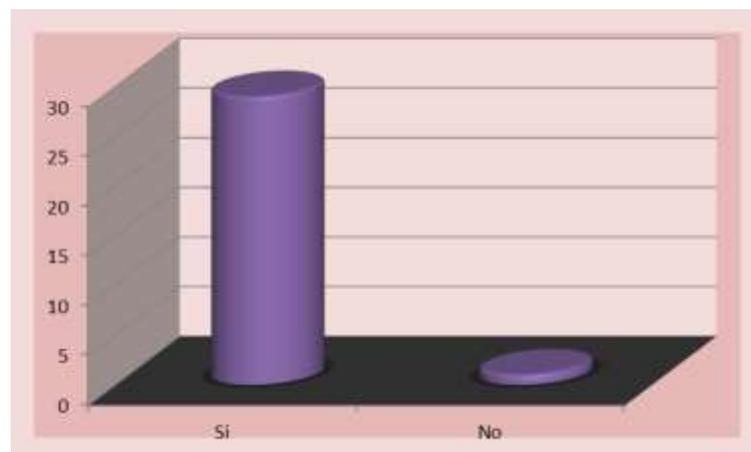
Género:

El 53.3% de los encuestado son del sexo femenino el otro 46.7% pertenece al sexo masculino.



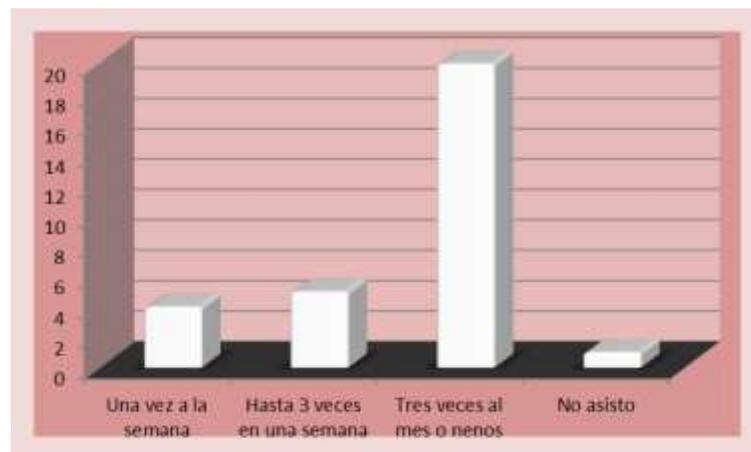
¿Te gusta el café?

Con referencia a la preferencia del gusto del café el 96.7% de los encuestados les gusta el café, mientras que el otro 2.3% no les gusta.



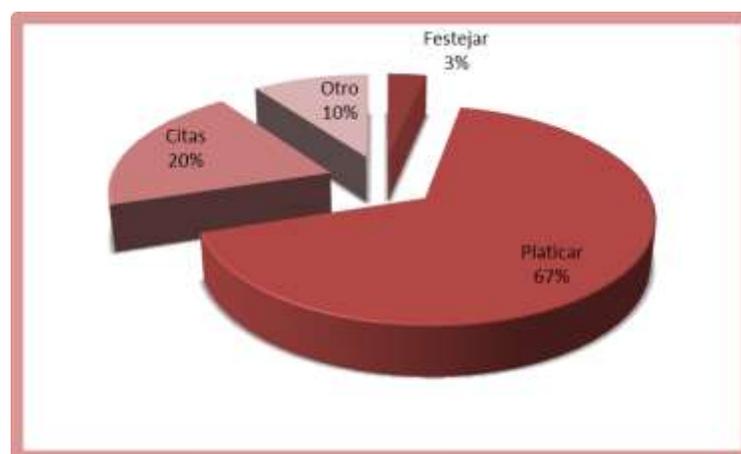
¿Con que frecuencia asistes a una cafetería?

El 13 por ciento de las personas asisten a una cafetería una vez a la semana, el 17 por ciento lo hacen hasta tres veces en una semana, el 67 por ciento acuden tres veces al mes o menos y por último el 3 por ciento no asisten a las cafeterías.



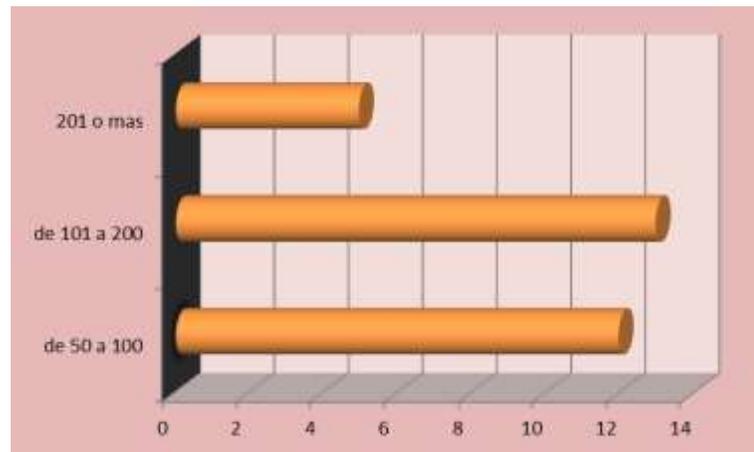
¿Normalmente cuando asistes a tomar un café cual es el motivo?

En relación al motivo de la visita a una cafetería el 20 por ciento lo hacen por alguna cita, el 3 por ciento lo hacen para festejar, el 67 por ciento lo hacen solo para platicar y el 10 por ciento lo hace por otro motivo.



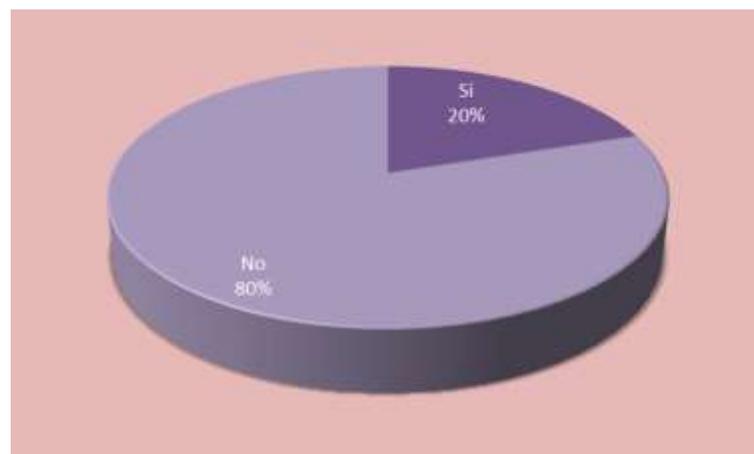
¿Cuál es su consumo aproximado en una cafetería?

Económicamente hablando del consumo de las personas en una cafetería se encontró que el 40 por ciento gasta de \$50.00 a \$100.00 cada vez que asiste, el 43 por ciento paga de \$101.00 hasta \$200.00 y finalmente el 17 por ciento de los encuestados paga \$201.00 o más por ocasión en una cafetería.



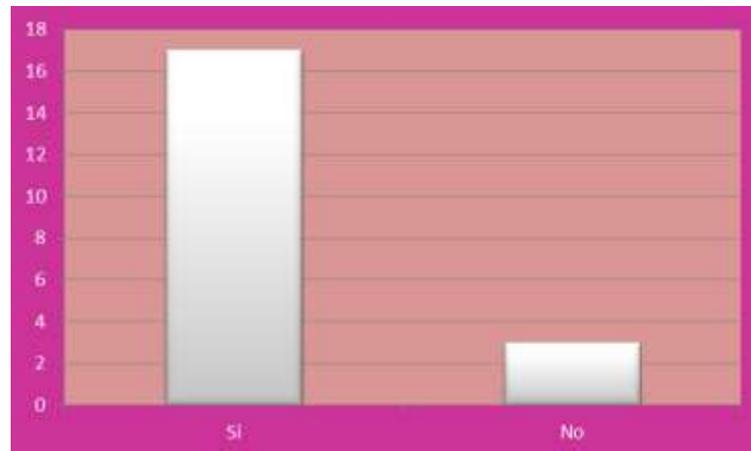
¿Conoces algún establecimiento que ofrezca doble servicio?

En relación al conocimiento de un establecimiento que brinde doble servicio el 20 por ciento de los encuestados si conocen establecimientos de doble servicio y el otro 80 por ciento no tiene conocimiento de algún establecimiento con esas características.



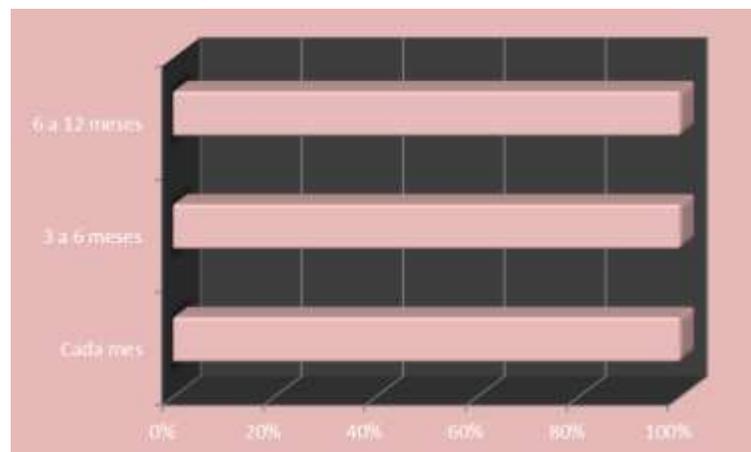
¿Visitarías un establecimiento que ofrezca café y pasarelas de moda?

Del total de encuestados el 73.3 por ciento de los invitados acudiría a un establecimiento que ofrezca servicio de cafetería y pasarelas de moda.



¿Con que frecuencia compra ropa?

Y en relación a la frecuencia con la que se compra ropa el 33 por ciento lo hace cada mes, el 40 por ciento de 3 a 6 meses mientras que el 27 por ciento lo hace cada 6^a 12 meses.



ANEXO 2 Incremento anual de salario



Salarios Mínimos
Fuente: Comisión Nacional de los Salarios Mínimos. Resolución del H. Consejo de Representantes de la Comisión Nacional de los Salarios Mínimos que fija los salarios mínimos generales y profesionales vigentes publicados en el Diario Oficial de la Federación.

Cuadro histórico de los salarios mínimos (1982 - 2010)

Vigencia	Zona A	Zona B	Zona C
01/01/10	57.46	55.84	54.47
01/01/09	54.80	53.26	51.95
01/01/08	52.59	50.96	49.50
01/01/07	50.57	49.00	47.60
01/01/06	48.67	47.16	45.81
01/01/05	46.80	45.35	44.05
01/01/04	45.24	43.73	42.11
01/01/03	43.65	41.85	40.30
01/01/02	42.15	40.10	38.30
01/01/01	40.35	37.95	35.85
01/01/00	37.90	35.10	32.70
03/12/98	34.45	31.90	29.70
01/01/98	30.20	28.00	26.05
03/12/96	26.45	24.50	22.50
01/04/96	22.60	20.95	19.05
04/12/95	20.15	18.70	17.00
01/04/95	18.30	17.00	15.44
01/01/95	16.34	15.18	13.79
01/01/94	15.27	14.19	12.89
01/01/93	14.27	13.26	12.05
11/11/91	13330.00	12320.00	11115.00
16/11/90	11900.00	11000.00	9920.00
04/12/89	10080.00	9325.00	8405.00
01/07/89	9160.00	8475.00	7640.00
01/01/89	8640.00	7995.00	7205.00
01/03/88	8000.00	7405.00	6670.00
01/01/88	7765.00	7190.00	6475.00
16/12/87	6470.00	5990.00	5395.00
01/10/87	5625.00	5210.00	4690.00
01/07/87	4500.00	4165.00	3750.00

Servicio de Administración Tributaria | Av. Hidalgo, núm. 77, col. Guerrero, delegación Cuauhtémoc, México, D. F., c. p. 06300 | Tel. INFOSAT: 01 800 46 36 728 | documento disponible en www.sat.gob.mx

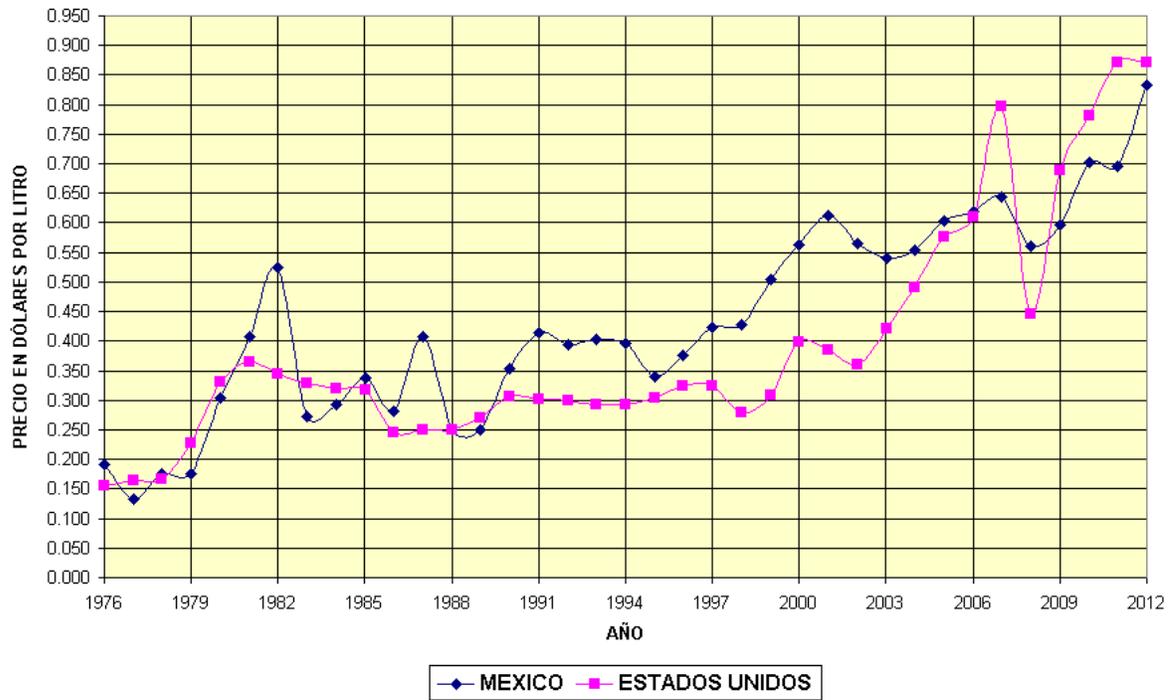


ANEXO 3 Incremento anual del litro de gasolina

COMPARACIÓN DEL PRECIO DE LA GASOLINA, MEXICO-USA					
Año	Precio Hist. N\$/lt.	Paridad N\$/DI.	Precio Mex. Dls/lt	Precio USA Dls/lt	Diferencia en %
PEMEX Magna-sin/ EXTRA			REGULAR sin plomo		
2000	5.270	9.3600	0.563	0.399	-29.1%
2001	5.610	9.1700	0.612	0.386	-36.9%
2002	5.860	10.3600	0.566	0.359	-36.5%
2003	6.040	11.2000	0.539	0.420	-22.1%
2004	6.210	11.220	0.553	0.490	-11.5%
2005	6.470	10.720	0.604	0.577	-4.4%
2006	6.740	10.875	0.620	0.611	-1.4%
2007	7.010	10.904	0.643	0.797	24.0%
2008	7.720	13.774	0.560	0.446	-20.5%
2009	7.800	13.059	0.597	0.689	15.3%
2010	8.760	12.459	0.703	0.782	11.2%
2011	9.730	13.979	0.696	0.872	25.2%
2012	10.810	12.990	0.832	0.871	4.7%
04/03/2013	11.140	12.801	0.870	0.993	14.1%
PEMEX Magna-sin/ EXTRA			REGULAR sin plomo		
Año	Precio Hist. N\$/lt.	Paridad N\$/DI.	Precio Mex. Dls/lt	Precio USA Dls/lt	Diferencia en %
<p>* Por primera vez desde 1989, en 2007, la gasolina fue más cara en USA que en México</p> <p>** Al 4 de Mar., 2013, la gasolina es 14.1% más cara en USA</p> <p>Precios a fin del ciclo indicado Unidades: Nuevos Pesos por Litro.</p> <p>Fuentes México: Secretaría de Energía, Compendio Estadístico del Sector Energía</p> <p style="text-align: center;">PEMEX: Precios al público en general</p> <p>Fuentes: USA:</p> <p>1949-1973—Platt's Oil Price Handbook and Oilmanac, 1974, 51st Edition.</p> <p>de 1974 en adelante: Energy Information Administration (EIA)</p> <p>de 1938 hasta 1948: Historical Gas Prices 1919 - 2004</p> <p>Actualización de Marzo 4 de 2013</p>					



COMPARACIÓN DE LOS PRECIOS DE LA GASOLINA ENTRE ESTADOS UNIDOS Y MÉXICO DESDE 1976




Micro, Pequeña, Mediana y Gran empresa

Los cuadros siguientes muestran estos criterios.

**Estratificación de empresas publicada en el Diario Oficial de la Federación
1990, 1991 Y 1993**

Cuadro 1

Fecha del Diario Oficial	Tamaño					
	Micro		Pequeña		Mediana	
	Personal	Ventas	Personal	Ventas	Personal	Ventas
16 de mayo de 1990	hasta 15	hasta 110 sm	hasta 100	hasta 1,115 sm	hasta 250	hasta 2,010 sm
11 de abril de 1991	hasta 15		16 a 100		101 a 250	
3 de diciembre de 1993	hasta 15	hasta 900,000 de pesos	hasta 100	hasta 9,000,000 de pesos	hasta 250	hasta 20,000,000 de pesos

sm= salario mínimo general vigente en la Zona Geográfica A.

**Estratificación de empresas publicada en el Diario Oficial de la Federación
30 de marzo de 1999**

Cuadro 2

Tamaño	Sector		
	Clasificación según el número de empleados		
	Industria	Comercio	Servicios
Micro empresa	de 0 a 30	de 0 a 5	de 0 a 20
Pequeña empresa	de 31 a 100	de 6 a 20	de 21 a 50
Mediana empresa	de 101 a 500	de 21 a 100	de 51 a 100
Gran empresa	de 501 en adelante	de 101 en adelante	de 101 en adelante

**Estratificación de empresas publicada en el Diario Oficial de la Federación
30 de diciembre de 2002**

Cuadro 3

Tamaño	Sector		
	Clasificación según el número de empleados		
	Industria	Comercio	Servicios
Micro	de 0 a 10	de 0 a 10	de 0 a 10
Pequeña	de 11 a 50	de 11 a 30	de 11 a 50
Mediana	de 51 a 250	de 31 a 100	de 51 a 100

**Estratificación de empresas publicada en el Diario Oficial de la Federación
30 de junio de 2009**

Cuadro 4

Sector	Estratificación								
	Micro			Pequeña			Mediana		
	Personal	Rango de monto de ventas anuales (mdp)	Tope máximo combinado ^a	Personal	Rango de monto de ventas anuales (mdp)	Tope máximo combinado ^a	Personal	Rango de monto de ventas anuales (mdp)	Tope máximo combinado ^a
Industria	De 0 a 10	Hasta \$4	4.6	De 11 a 50	Desde \$4.01 hasta \$100	95	De 51 a 250	Desde \$100.1 hasta \$250	250
Comercio	De 0 a 10	Hasta \$4	4.6	De 11 a 30	Desde \$4.01 hasta \$100	93	De 31 a 100	Desde \$100.1 hasta \$250	235
Servicios	De 0 a 10	Hasta \$4	4.6	De 11 a 50	Desde \$4.01 hasta \$100	95	De 51 a 100	Desde \$100.1 hasta \$250	235

Tope Máximo Combinado = (Trabajadores) x 10% + (Ventas Anuales) x 90.
mdp= Millones de pesos.

http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/espanol/proyectos/censos/ce2009/pdf/Mono_Micro_peque_mediana.pdf



FUENTES DE CONSULTA.

Bibliografía

- ✓ Miguel Ángel Rosado. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN Y EVALUACION, Editorial Trillas.
- ✓ Roberto Hernández Sanpieri y otros. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN, Editorial McGraw Hill, 3ra edición.
- ✓ Ramiro Antonio Zuluaga Giraldo (2007) CREACIÓN CONSOLIDACIÓN DE EMPRESAS Bogotá: Eco Editores.
- ✓ Alcaraz Rodríguez Rafael EL EMPRENDEDOR DE ÉXITO “guía de planes de negocios” México D.F. Editorial Mc Graw Hill.
- ✓ BACA, Urbina Gabriel: "Formulación y evaluación de proyectos", Quinta edición; México, 2006. Editorial., Mc Graw Hill.
- ✓ Gabriel Baca Urbina. EVALUACIÓN DE PROYECTOS. Editorial McGraw Hill, Sexta Edición.

Cibergrafía

Fundación, historia y desarrollo de Pachuca

http://www.elclima.com.mx/fundacion_historia_y_desarrollo_de_pachuca.htm

Enciclopedia de los Municipios de México Estado de Hidalgo

<http://www.e-local.gob.mx/work/templates/enciclo/hidalgo/hist.htm>

Información estadística por entidad federativa.

<http://www.inegi.org.mx/sistemas/mexicocifras/default.aspx?ent=13>

Resultados de la encuesta nacional de Ocupación y Empleo en el tercer trimestre de 2011 para el estado de estado de hidalgo



<http://www.inegi.org.mx/inegi/contenidos/espanol/prensa/Boletines/Boletin/Comunicados/Especiales/2011/Noviembre/comunica5.pdf>

[Importancia del plan de negocios en la micro, pequeña y mediana empresa](http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lcp/miron_t_jp/capitulo3.pdf)

http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lcp/miron_t_jp/capitulo3.pdf

Estudio Económico-Financiero

<http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/GomezAM/cap3.pdf>

Pymes generan 72% del empleo en México

<http://www.eluniversal.com.mx/articulos/64360.html>

Calidad, clave para pymes, revela estudio

<http://www.eluniversal.com.mx/finanzas/97145.html>

Artículos destacados

<http://www.pyme.com.mx/>

Comparación del precio de la gasolina, México-usa 1938-2013

<http://www.mexicomaxico.org/Voto/GasolMexUSA.htm>

Aumento a salarios mínimos: 3.9% para 2013

<http://www.milenio.com/cdb/doc/noticias2011/8171806d4035e84fd9e2c1a8a492b5ff>

