



UNIVERSIDAD TECNICA
FEDERICO SANTA MARIA

UNIVERSIDAD DON BOSCO

UNIVERSIDAD TÉCNICA FEDERICO SANTA MARÍA

*“Estudio de factibilidad de la Creación de una nueva tienda
de servicio de café gourmet”*

Trabajo de Titulación para optar al Título de
INGENIERO de Ejecución en Gestión Industrial (CHILE)

ALUMNA:

Rocío Alcira Guevara García

PROFESOR GUIA:

Ing. Dagoberto Cabrera Tapia

2010

RESUMEN EJECUTIVO

La implementación de la tienda de café gourmet, surge a partir de la necesidad de incluir un concepto innovador, de comodidad, ambientación y servicios, muy diferente a lo que los salvadoreños estamos acostumbrados en nuestro país; con una ubicación estratégica en los alrededores de un sector de hospitales muy importante en el país como es la Zona Médica, puesto que en este lugar se da la necesidad de proveer una zona a aquellas personas que eventualmente visitan a familiares en estos hospitales y profesionales de la salud que puedan contar con un ambiente agradable.

En base a una serie de encuestas realizadas a un número determinado de personas se determinó el consumo efectivo de esta bebida y el interés por el concepto propio que la tienda puede brindar. Conforme a este análisis se han estimado los precios de estas bebidas considerando el valor que da la principal competencia y la flexibilidad de las personas a cancelar, pudiendo así determinar precios a cancelar.

El proyecto se evaluó desde tres fuentes de financiamiento: el financiamiento propio, el financiamiento del 50% por medio de un préstamo y el financiamiento del 75% por medio de un préstamo.

El resultado de las evaluaciones indica que la mejor fuente de financiamiento es la del 75% por medio de préstamo ya que en dicha evaluación se obtuvo el siguiente resultado:

VAN	99.513,65
TIR	366%
PERIODO DE RECUPERACION	1 AÑO

Tanto el valor actual neto como la tasa interna de retorno superan los resultados de las otras evaluaciones, estos dos indicadores son los mas importantes en la evaluación, el periodo de recuperación de la inversión se mantiene en las tres evaluaciones.

A continuación se presenta un análisis general del contenido de cada capítulo que conforma este proyecto.

Capítulo 1

DIAGNÓSTICO Y METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN

En este capítulo se analizará en forma clara la situación en que se encuentra sumergido el proyecto, donde se obtiene una primera impresión de los futuros de éste.

Capítulo 2

ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD DE MERCADO.

Se presenta el estudio realizado al mercado específico en el que se está elaborando el proyecto, y cuáles son las posibilidades de aceptación y factibilidad dentro del mercado objetivo.

Capítulo 3

ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD TÉCNICA.

Este capítulo tiene como objetivo, presentar y detallar el estudio de pre factibilidad, las bases técnicas en el proceso del desarrollo del proyecto, y las etapas en la implementación de la comercialización de café gourmet.

Por otra parte se presentará la distribución estratégica de la tienda de café, los equipos a implementar que serán la base específica en el montaje del proyecto.

Capítulo 4

ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD ADMINISTRATIVA, LEGAL, SOCIETARIA, TRIBUTARIA FINANCIERA Y AMBIENTAL.

En este capítulo de pre factibilidad administrativa, se definirá la estructura organizacional, la cual sustentará la ejecución y evaluación económica del proyecto.

Capítulo 5

EVALUACIÓN ECONOMICA

Se presenta las evaluaciones económicas del proyecto, detallando el monto de la inversión, el horizonte de vida del proyecto mismo, la rentabilidad propia y financiada por la institución bancarias.

ÍNDICE

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE LA CREACIÓN DE UNA NUEVA TIENDA DE SERVICIO DE CAFÉ GOURMET.

Resumen Ejecutivo

Índice

Introducción	1
<u>CAPÍTULO 1:</u>	
<u>DIAGNÓSTICO Y METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN</u>	2
<u>1.1. DIAGNÓSTICO Y METODOLOGIA.....</u>	<u>3</u>
1.1.1 Antecedentes generales y específicos del proyecto	3
1.1.2 Objetivos del proyecto	4
1.1.3 Contexto de desarrollo del proyecto	4
1.1.4 Tamaño del proyecto	5
1.1.5 Impactos relacionados con el proyecto	5
<u>1.2. METODOLOGÍA.....</u>	<u>6</u>
1.2.1 Definición de situación base sin proyecto	6
1.2.2 Definición de situación con proyecto	6
1.2.3 Análisis de Separabilidad	6
1.2.4 Método para medición de beneficios y costos	7
1.2.5 Indicadores	8
1.2.6 Criterios de evaluación	8
1.2.7 Estructura de evaluación del proyecto	9-10
<u>CAPÍTULO 2:</u>	
<u>ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD DE MERCADO</u>	11
<u>2.1 ANALISIS DE PREFACTIBILIDAD.....</u>	<u>12</u>
2.1.1 Definición del Servicio	12
2.1.2 Encuesta	13
2.1.3 Análisis de demanda actual y futura	14
2.1.4 Resultados de la Encuesta	15
2.1.5 Variables que afectan a la demanda	16
2.1.6 Análisis de la oferta actual y futura	17
2.1.7 Comportamiento del mercado	18
2.1.8 Determinación de niveles de precio y proyecciones	19
2.1.9 Análisis de localización	20-21
2.1.10 Análisis del sistema de comercialización	22-23

<u>CAPÍTULO 3:</u>	
<u>ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD TÉCNICA.</u>	24
<u>3.1 ANALISIS DE PREFACTIBILIDAD TECNICA.....</u>	<u>25</u>
3.1.1 Descripción y selección de procesos	25
3.1.2 Procesos Operativos	25-30
3.1.3 Procesos de Atención al cliente	31-32
3.1.4 Procesos Administrativos	33-34
3.1.5 Diagrama de flujo	35
3.1.6 Balance de masa y energía	36
3.1.7 Selección de equipos	37-45
3.1.8 Proyectos complementarios	46
3.1.9 Lay-out	47
3.1.10 Determinación de insumos, productos y subproductos	48
3.1.11 Flexibilidad y rendimiento	49
3.1.12 Programas de trabajo; turnos y gastos en personal	50
3.1.13 Personal de operaciones, cargos, perfiles y sueldos	51
3.1.14 Inversiones en equipo y edificaciones	52
3.1.15 Inversiones en capital de trabajo	53
3.1.16 Costos de instalación y puesta en marcha	54
3.1.17 Costos de imprevistos	54
3.1.18 Resumen Financiero	55
<u>CAPÍTULO 4:</u>	
<u>ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD ADMINISTRATIVA, LEGAL, SOCIETARIA, TRIBUTARIA FINANCIERA Y AMBIENTAL.</u>	56
<u>4.1 PREFACTIBILIDAD ADMINISTRATIVA.....</u>	<u>57</u>
4.1.1 Personal	58
4.1.2 Estructura Organizacional	58
4.1.3 Sistemas de Información Administrativos	58
4.1.4 Personal administrativo, cargos, perfiles y sueldos	59
4.1.5 Gastos en personal	59
<u>4.2 PREFACTIBILIDAD LEGAL.....</u>	<u>60</u>
4.2.1 Marco legal vigente nacional e internacional	60-61
4.2.2 Aspectos legales del giro del proyecto	62-63
4.2.3 Aspectos laborales	64
4.2.4 Costos asociados al cumplimiento de la legislación vigente	65
<u>4.3 SOCIETARIA.....</u>	<u>66</u>
4.3.1 Relación entre los inversionistas	66

4.4 TRIBUTARIA.....	66
4.4.1 Sistema tributario	66
4.4.2 Mecanismo de determinación de gasto en impuesto	66
4.5 FINANCIERA.....	67
4.5.1 Fuentes de financiamiento	67
4.5.2 Inversionistas	67
4.5.3 Instituciones crediticias	67
4.5.4 Leasing	68
4.5.5 Costos de financiamiento	68
4.6 AMBIENTAL.....	68
4.6.1 Impacto medio ambiente	68
4.6.2 Marco legal vigente	69
<u>CAPÍTULO 5:</u>	
<u>EVALUACIÓN ECONOMICA</u>	70
5.1 CONSIDERACIONES A UTILIZAR	70
5.1.1 Horizonte del proyecto, tasa de descuento, moneda a utilizar, Impuestos, depreciaciones.	71-72
5.2 PROYECTO PURO.....	73
5.2.1 Flujo de caja sin financiamiento	73
5.2.2 Indicadores económicos	73
5.2.3 Rentabilidad del proyecto puro	73
5.3 PROYECTO CON FINANCIAMIENTO.....	74
5.3.1 Flujo de caja con financiamiento del 75%	74
5.3.2 Indicadores económicos	74
5.3.3 Rentabilidad del proyecto con financiamiento	74
5.3.4 Flujo de caja con financiamiento del 50%	75
5.3.5 Indicadores económicos	75
5.3.6 Rentabilidad del proyecto con financiamiento	75
5.4 SENSIBILIZACIONES	76
Gráficos de sensibilización	76-77
Determinación de puntos de corte	77
<u>CONCLUSIONES</u>	78
<u>BIBLIOGRAFIA</u>	79
<u>ANEXOS</u>	80-82

INTRODUCCIÓN

Durante mucho tiempo, el café ha sido el producto agrícola de mayor exportación y se ha convertido en una de las mayores riquezas del país.

La creación de una tienda de servicio de café es un proyecto que a futuro se pretende llevar a cabo, en una ubicación estratégica seleccionada dentro de San Salvador, específicamente la Colonia Médica. La creación de este proyecto consiste principalmente en que los consumidores pueden disfrutar de una nueva opción de servicio de café gourmet, donde los clientes tengan la facilidad de seleccionar entre una variedad de presentaciones y sabores de café helados y calientes y que a la vez puedan ser acompañados de una diversidad de postres en presentaciones frías y calientes en un ambiente cómodo y adecuado para diferentes gustos.

En este documento se pretende analizar a profundidad cada una de las etapas que constituyen la formación e implementación de la creación de la tienda de café gourmet, el análisis del mercado objetivo, desarrollo de los procesos de producción y determinar y evaluar los aspectos legales y administrativos para dicha implementación, la evolución económica del proyecto para demostrar en cifras el grado de factibilidad del proyecto.

CAPÍTULO 1:
DIAGNÓSTICO Y METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN.



1 DIAGNÓSTICO Y METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN

1.1 Antecedentes

Cada día se venden más de 400 tazas de café en El Salvador. Las últimas estimaciones del Consejo Salvadoreño de Café, revelan que en nuestro pequeño país anualmente se consumen 270 mil quintales de café aromático. Esto indica que el consumo per cápita es cercano a los 1.7 kilogramos, según algunas fuentes, de tal manera que estos resultados abren camino a la implementación de una nueva tienda de servicio de café gourmet.

El último estudio sobre “Factores que inciden en el consumo de café”, elaborado en El Salvador en 2007, indicaba que un 70 por ciento de los salvadoreños toma esta bebida.

En base a lo antes mencionado, nace la idea de la creación de una nueva tienda de café, en la Colonia médica de San Salvador, que llene las necesidades con la variedad y la calidad del servicio, con un ambiente agradable, cómodo, refrescante y limpio.

Objetivo General

- Comercialización de café gourmet, por medio de una tienda que distribuya una variedad de recetas y presentaciones de café.

Objetivos Específicos

- Crear una nueva opción dentro de una zona estratégica, en un ambiente que brinde comodidad e innovación.
- Abarcar un 30% de la demanda en los primeros 2 años de vida del proyecto.
- Ofrecer presentaciones decorativas únicas y exclusivas en la forma de servir el café.

Contexto de desarrollo del proyecto

El proyecto de la nueva tienda de café, se enmarca en el área metropolitana de la ciudad de San Salvador, específicamente en los alrededores de la zona médica.

El servicio de la tienda de café gourmet se especificará en la variedad de presentaciones de estilos y sabores de cada uno de los vasos, tazas y diversos depósitos de café, con una particular presentación general y permanente en cada uno de los cafés, un decorado especial e innovador.

Este servicio deriva otros servicios como son:

- Las distintas áreas de ubicación y ambientación al cliente, para que esté pueda así escoger entre las áreas cuál es la mas cómoda o la más agradable a su gusto.
- El ambiente musical, agradable al gusto del cliente.
- Atención especial y amable.
- Servicios de medios de comunicación (Internet y Tv.)
- Etc.

Tamaño del proyecto

Considerando de manera general las necesidades y los beneficios que cubriría la implementación de esta tienda de café gourmet, la preferencia de los salvadoreños por el café, el proyecto muestra un volumen en presentaciones, sabiendo que existe demanda sobre este servicio se aspira a expandir a nivel nacional a un 40% de toda la población esperando resultados positivos de parte de las personas que degusta de esta deliciosa bebida.

Este proyecto presenta una inversión inicial aproximadamente de \$ 15,000.00 por lo tanto se considera un proyecto de mediano volumen. Esta implementación de tienda de comercialización de café se estima que dará empleo a 6 persona en determinado puestos de servicio y producción de este proyecto.

Impactos relacionados con el proyecto

Según la demanda y consumo de los Salvadoreños por el café y considerando que las personas toman esta bebida de manera constante al día y por muchas razones de por medio, entre las cuales se pueden mencionar : Por la mañana, para iniciar con fuerza el día, para levanta ánimos después de una mañana agitada, tomar una taza de café con compañía, llámese éste un encuentro familiar o amistoso entre otros se vuelve una razón de peso a considerar el impacto positivo que se pretende alcanzar en la implementación de esta nueva tienda de café. El impacto que se pretende alcanzar es medianamente grande, en base a la variabilidad del servicio, la ubicación geográfica, la cual muestra una buena demanda de forma estratégica y especificándonos en las presentación del café gourmet, la alta calidad del servicio, amabilidad y precios alcanzables a los futuros clientes.

1.2. METODOLOGÍA

Definición de situación base sin proyecto

Son pocas y contadas las tiendas que se dedican exclusivamente al servicio de creación y venta del café gourmet como tal. La mayoría de tiendas son de comidas a la vista y kioscos en gasolineras vendiendo el café como un servicio agregado siendo el objetivo principal de dichas tiendas la venta de abarrotes.

Es ahí donde surge la necesidad de proponer y realizar una tienda directa de café gourmet y como secundario, acompañamiento de postres.

Definición de situación con proyecto

Al implementar la nueva tienda de café, se amplía la competencia y variabilidad del servicio, siendo que estadísticamente son entre 2 a 3 tiendas que se dedican a la venta directa y fuerte del café en el mercado nacional.

Ya puesto en marcha el proyecto (tienda de café gourmet) las tiendas ya existente verán que el mercado se está ampliando, de tal manera que las exigencias serán más grandes y las oportunidades de demanda aun más.

Análisis de separabilidad

El desarrollo de este proyecto se pretende iniciar con la implementación directa de la nueva tienda de café gourmet, se estima proyectar una idea de separabilidad, la cual consiste en un nuevo proyecto de cultivo y preparación del café de altura, con el objetivo principal de proveer directamente.

Método para medición de beneficios y costos

El principal objetivo de la evaluación de costo/beneficio es desplegar un proyecto estructurado en el cual los resultados y beneficios obtenidos sean mayores a los costos que implica la implementación y desarrollo del proyecto (Tienda de café gourmet).

Se estima que los beneficios e ingresos por venta del producto y desarrollo del proyecto se determinarán en base a los costos existentes del mercado, los insumos específicos, considerando que se lleva la ventaja de tener poca competencia directa en este rubro los beneficios de ser aceptados y desarrollarse dentro del mercado objetivo.

¿Cómo se determinará la inversión inicial del proyecto?

En base a un análisis de inversión, determinando los costos de arriendo, el activo fijo requerido, la materia prima necesaria y pago de salarios.

Indicadores

En los objetivos específicos de este proyecto y en la tarea de diseño de sus productos y actividades que serán comprometidas con la situación financiera, se ha de tener en cuenta los medios de verificación y los indicadores de logro. Ellos no son inocuos, inciden en los procedimientos, tiempos de ejecución, costos de operación y los medios de validación de los productos ofrecidos.

La forma de medir la realidad social está intervenida por la disponibilidad, tanto en cantidad como en calidad, de una visión ideológica, tiempo, tecnología y los recursos humanos.

Los mismos indicadores de evaluación son utilizados en diferentes etapas del ciclo de vida de un proyecto. En la etapa de diseño, para evaluar la conveniencia financiera y operativa de realizar determinado sobre todo proyecto.

Criterios de evaluación

Se determinaran los criterios de evaluación por medio de los indicadores de viabilidad económica V.A.N. y T.I.R., de tal manera que se estima que son alternativas de evaluación más convenientes a aplicar a la rentabilidad del proyecto.

(V.A.N.) Valor Actual Neto.

(P.R.I.) Período de Recuperación de la Inversión

(T.I.R.) Tasa Interna de Retorno

Si el resultado estimados por medio del Valor Actual Neto (VAN) es superior o igual a 0 el se estimará que la viabilidad económica del proyecto es buena y dicho proyecto será aceptado.

Estructura de evaluación del proyecto

✓ **Diagnóstico:**

Se presenta las ideas principales del proyecto, y se determina la ubicación específica en el mercado objetivo que se pretende alcanzar.

✓ **Metodología:**

En este punto se definirán los métodos de diseño e implementación para el desarrollo del proyecto y el análisis de factibilidad en comparación de las situaciones con proyecto y sin proyecto, se identificarán los beneficios y costos. Además se detallaran los indicadores que nos permitirán visualizar que tan rentable será este proyecto.

✓ **Estudio de Mercado:**

En este punto, se analizará la demanda y la oferta del sector en el rubro que nos ubicaremos con nuestro servicio de tienda de café gourmet, se determina las proyecciones de los costos según los ya existentes, considerando así en base al análisis del estudio del mercado seleccionado para la ubicación el inicio del estudio de pre factibilidad para determinado proyecto de implementación.

✓ **Estudio Administrativo:**

Se determinará la estructura administrativa y organizacional, en los procesos del funcionamiento correcto y completo de la tienda de café, en cuestiones de arriendo la legalidad del cumplimiento, y el correcto manejo de los ingresos y egresos.

✓ **Evaluación Económica:**

En esta evaluación se determinará los procesos de carácter monetario que respaldará el funcionamiento de las etapas anteriores y junto con el estudio económico para la evaluación del proyecto y fijar la factibilidad de la implementación de la tienda café gourmet.

✓ **Conclusiones:**

Se mostrará los beneficios económicos que se generarán en la implementación del proyecto, para determinar el posicionamiento y la aceptación del mercado.

CAPÍTULO 2:

ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD DE MERCADO.



2 ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD DE MERCADO

2.1 Definición del Servicio

Es una tienda de café gourmet, con las características singulares y únicas en comparación a las demás tiendas posicionadas en el mercado, una tienda enfocada directa a la venta de café gourmet (bebidas calientes y heladas) en diversas formas de preparación y presentación al cliente en compañía de postres a la elección.

El servicio contará con una presentación ambiental en la tienda, diseñada y elaborada por zonas que brinden una opción de ambiente diferente al cliente según sus gustos y logrando la comodidad para disfrutar de su café especial.

Cuando se habla de zonas, variedad y comodidad, se está proyectando opciones de identificación del cliente, como cuando personas al decidir visitar la tienda de café gourmet, piensen y elijan la área de preferencia, una área que proyecta una sala con sus respectivos y cómodos sillones para un ambiente relajante y más discreto, una área para los que prefieren las comunicaciones clientes ejecutivos, estudiantes o simplemente utilizar esta área de internet y tv, para los que prefieren de disfrutar un café al aire libre. Para determinar que tan atractivo podría ser este proyecto se ha confeccionado un modelo de encuesta que se presenta a continuación:

**ENCUESTA
SOBRE LA PREFACTIBILIDAD DE LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA
NUEVA TIENDA DE CAFÉ GOURMET.**

Datos del Encuestado:

Genero F___ M___ Edad: _____ Profesión: _____

Contenido de la Encuesta:

- 1- ¿Toma usted café? _____

- 2- ¿Sabe usted en que consiste el café gourmet?

- 3- ¿Con qué frecuencia consume café?
Mañana _____ N. de tazas
Medio día _____ N. de tazas
Tarde Noche _____ N de tazas

- 4- Cuando usted toma café, ¿lo acompaña con algo más?
Entrada _____
Plato fuerte _____
Postres _____

- 5- ¿Cuáles tiendas de café usted conoce en esta zona?

- 6- ¿Cuánto es lo máximo que usted ha pagado por una taza de café?

- 7- ¿Qué tipo de género de música le gustaría encontrar para el ambiente de una tienda de servicio de café? _____

- 8- ¿Qué servicios extras busca usted como cliente en una tienda de servicios de café gourmet? (opción múltiple)

Internet ___ Revistas ___ Libros ___ TV cable. ___

2.1.3 Análisis de demanda actual y futura

Demanda Actual:

Según datos obtenidos de la competencia la demanda actual que registra es de 80,000 tazas mensuales.

Demanda Futura:

En este apartado se detallará el estudio de la demanda del proyecto. La cantidad del servicio que se estima vender, se ha calculado mediante un método práctico:

$$\text{Cantidad} = (\text{Cmin} + 4 \times \text{Cprom} + \text{Cmax}) / 6$$

- Cmin.-Cantidad mínima que es segura vender
- Cprom.-Cantidad más probable de vender
- Cmax.- Cantidad máxima que es posible vender

La cantidad máxima que es posible vender se ha determinado por medio de datos extraídos de la competencia más directa (5,333 tazas mensuales).

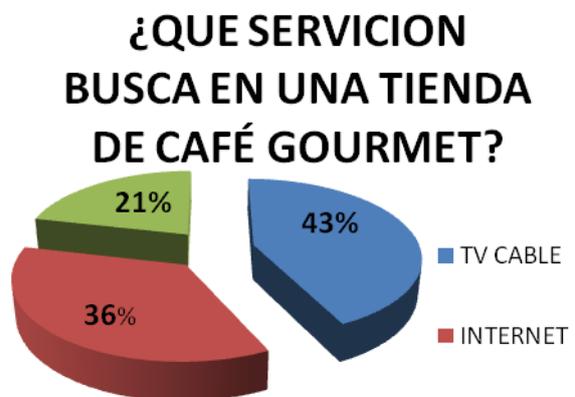
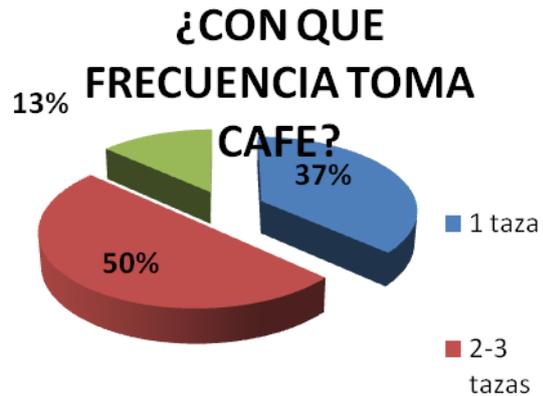
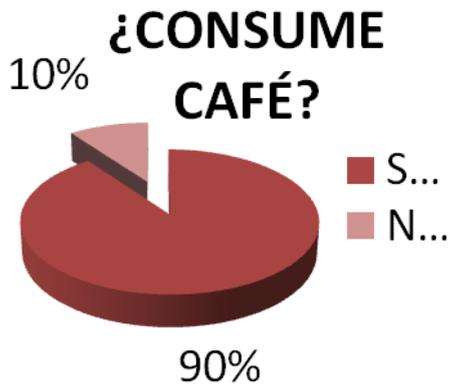
La cantidad mínima que se ha estimado vender es de 2,133 tazas mensuales y se estimó como el 40% de la cantidad máxima que es posible vender.

La cantidad probable a vender al consumidor es de 3,773 tazas mensuales y se valoró como un promedio entre la cantidad máxima y la cantidad mínima.

Aplicando la formula se obtuvo el siguiente resultado:

$$\text{Cantidad} = (2,133 + 4 \times 3,773 + 5,333) / 6 = 3,759 \text{ tazas mensuales}$$

2.1.4 RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS.



2.1.5 Variables que afectan a la demanda.

Precio del Servicio:

El precio en el servicio de la tienda de café gourmet afectaría de manera positiva en la demanda del mismo, ya que los precios que se estiman son mucho más bajos que la competencia más significativa.

Ingresos del consumidor:

Se ha estimado 2 tipos de consumidores:

- a) Consumidores que laboran en la zona médica, este tipo de clientes no representarían un inconveniente en cuanto a la demanda, ya que la mayoría son médicos y profesionales de la salud con altos ingresos.
- b) Clientes de la zona médica (familiares de pacientes, etc.), estos clientes podrían representar una amenaza a la demanda, ya que sus ingresos podrían ser un inconveniente en el consumo del servicio.

Precios de bienes sustitutos:

- ✓ Las bebidas frías que se comercializan en los comedores de los hospitales, representan una amenaza ya que sus precios son significativamente más económicos.

2.1.6 Análisis de la oferta actual y futura

Oferta Actual:

La oferta actual que el consumidor recibe es de precio alto y aunque aparentemente se brinde un buen servicio no toda la población esta dispuesta a pagar tanto por dicho servicio, la oferta actual se encuentra concentrada en un pequeño grupo liderado por la empresa The coffee Cup .

Los principales competidores en el rubro de comercialización de café dentro de la zona seleccionada para la implementación de la tienda son:

- The coffe cup
- Ho lá lá

Oferta Futura:

En un futuro con la implementación de este proyecto los consumidores tendrían una oferta mas amigable a su bolsillo y disfrutando del mismo servicio y un valor agregado en la presentación del café y el ambiente del lugar. También es necesario contemplar que la competencia podría bajar sus precios con el objetivo de recuperar los clientes que perdería con la ejecución de este proyecto, lo cual se tomo en cuenta en el análisis FODA.

2.1.7 Comportamiento del mercado

Análisis FODA:

Muestra un breve estudio del comportamiento del mercado en el cual se enfocará para la realización e implementación del proyecto de servicio.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none">• Variabilidad en presentación del servicio de café con calidad.• La Infraestructura , distintas áreas de comodidad al cliente	<ul style="list-style-type: none">• Poca experiencia del personal.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none">• Proporcionar servicios que no están siendo satisfechos.	<ul style="list-style-type: none">• Competencia agresiva.• Incremento de precios en la transportación y materia prima.• Que las empresas que sean competitivas bajen sus precios como estrategia.

2.1.8 Determinación de niveles de precio y proyecciones

El proyecto consiste en brindar un servicio de venta de café gourmet por medio de una tienda que ofrece comodidad, variabilidad en presentaciones e innovación.

El precio promedio se calcula de la siguiente manera:

Precio Promedio.

	Presentación	Tamaño	Costo	Precio P.
Café	Taza	12 oz	\$0,95	\$2.50
Café	Taza	16 oz	\$1.00	\$3.00

Se ha estimado estos costos y precios enfocándonos primeramente en la presentación de tazas de 12 oz y 16 oz. Como se ha detallado en la tabla anterior, ubicando un costo de \$0,95 ctv y un precio \$2.50 para la presentación de 12 oz y \$1.00 ctv Costos y \$3.00 Precio Promedio para la presentación de 16 oz.

2.1.9 Análisis de localización.

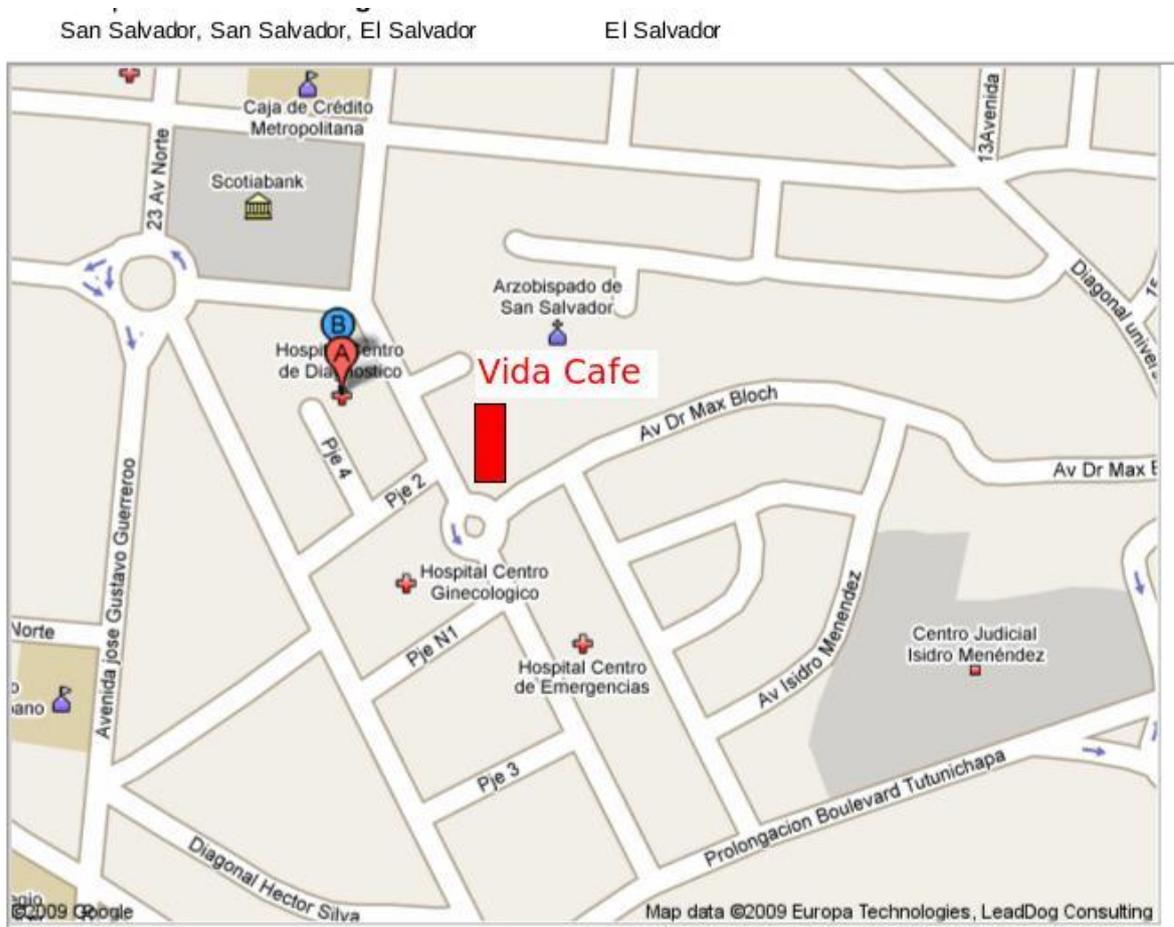
En el enfoque al objetivo del servicio, lo primero que se determinará es el mercado al que se va a dirigir, esto llevará a la selección, localización o ubicación, en el caso del proyecto de la tienda de café gourmet se estima ubicarse en la Colonia médica de selección, en base a un pequeño estudio que indica que hay un auge de clientes de café en los sectores de áreas médicas, específicamente se menciona aquellas personas que después de una visita médica, prefieren y se deciden por una taza de café, por otra parte cuando se ve la necesidad de un punto de encuentro entre familiares o amigos para compartir acompañándose de una bebida de esta calidad llamándole café gourmet.

En un breve análisis visual, da como resultado que la zona seleccionada para la ubicación de la tienda de café gourmet presenta un total de dos tiendas de servicio de café para una población de aproximadamente siete hospitales y 15 locales (farmacias, fotocopiadoras, clínicas dentales, oficinas y despachos).



Localización.

La tienda de café gourmet estará ubicada, dentro de una de las áreas medicas mas importantes de San Salvador, conocida como la Colonia Médica, este lugar está localizado entre la Avenida José Gustavo Guerrero y el Boulevard Tutunichapa, esquina opuesta al Hospital Centro Ginecológico, tal como lo muestra el mapa de ubicación.



2.1.10 Análisis del sistema de comercialización

Las 4 (P)

Para analizar y estimar el posicionamiento de la tienda de café gourmet en el mercado nacional, se fortalecerá y estimará aumentar la participación en éste, promocionando el servicio de excelencia y calidad a los futuros clientes, de tal manera obtener la satisfacción de los mismos en el consumo del servicio.

Se detallará la estrategia de mercado en el desarrollo de la tienda de café a través de la descripción de las “4P”.

➤ **Precio**

Como proyecto de tienda inicial, se estima entrar al mercado con el objetivo a corto plazo, de un precio levemente bajo en comparación de la competencia directa, de manera tal que nos permita la atracción de clientes en base a la situación económica actual del país.

➤ **Plaza**

La distribución de este servicio es en el local mismo, con servicio a domicilio específicamente y sólo para la zona médica.

➤ **Producto**

En la presentación de este proyecto se determinará y detallará un servicio, que tiene como principal función la comercialización de café en distintas presentaciones y servicio que se caracterizarán por tener valores agregados los cuales son:

- El diseño en las presentaciones del café. Ejemplo un corazón en el café.
- La especial ambientación estructural en áreas distintas y personalizadas de áreas dentro de la tienda. Ejemplo área ejecutiva con internet inalámbrico y clave TV.

Todo esto respaldado por la comodidad y la calidad de la bebida y el servicio de atención.

➤ **Promociones**

Las promociones que se estiman dar a conocer dentro y fuera de la tienda de servicio de café, se realizarán por medio de pagina web (internet), hojas volantes, radio, y propaganda ambulante.

DEMANDA MENSUAL DEL PROYECTO

Café

DEMANDA CAFÉ EN TAZAS	
D MÁX	5,333.00
D MED	3,733.00
D MIN	2,133.00

Postres

DEMANDA POSTRES	
D MÁX	1,599.9
D MED	1,119.9
D MIN	639.9

3.1 ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD TÉCNICA.

Este capítulo tiene como objetivo, presentar y detallar el estudio de pre factibilidad, las bases técnicas en el proceso del desarrollo del proyecto, y las etapas en la implementación de la comercialización de café gourmet.

Por otra parte se presentará la distribución estratégica de la tienda de café, los equipos a implementar que serán la base específica en el montaje del proyecto.

3.1.1 DESCRIPCIÓN Y SELECCIÓN DE PROCESOS

Parte esencial en este capítulo es que el análisis del pre factibilidad de dicho proyecto y sus procesos de implementación se ha estructurado en 3 partes:

- Análisis de Procesos Operacionales
- Análisis de Procesos de Atención al Cliente
- Análisis de Procesos Administrativo

3.1.2 PROCESOS OPERACIONALES:

Estos procesos comprenden en la elaboración de distintas recetas de café, cada receta tendrá un proceso a seguir, como se detallara a continuación:

1. Proceso Preparación del *café “Batido de Café”*

Ingredientes: (rendimiento 6 personas)

- 6 cdtas. de café instantáneo
- 3 tazas de sorbete de vainilla
- 1 taza de leche evaporada Ideal
- 1 taza de agua

Procedimiento:

Disolver el café en la leche y el agua y licuar junto con el sorbete durante 5 minutos. Verter en copas y servir de inmediato.

1. **Proceso Preparación del café “Café con Aroma de Navidad”**

Ingredientes:

2 tazas de café preparado fuerte
¾ taza de jugo de naranja cáscara de naranja
4 cucharadas de crema
Azúcar al gusto
Canela en polvo

Preparación:

Prepare el café. Saque la cáscara de una naranja con un pelador de verduras y agregue al café caliente, tape y deje reposar hasta que enfríe completamente y cuélelo.

Mezcle con el jugo de naranja el azúcar y la crema, sirva sobre el hielo y agregue canela. Decore con naranja.

2. **Proceso Preparación del café “Café de Olla”**

Ingredientes:

Café en grano
Canela, Pimienta gorda.

Preparación:

Con café tostado. Se muele y, ya listo en polvo, se prepara con agua caliente, se agrega canela y pimienta gorda al momento de la cocción.

3. **Proceso Preparación del café “Café Grow”**

Ingredientes:

2 oz de Ron Flor de Caña Etiqueta Negra
1 oz de Brandy Torres Solera Selecta
4 oz de café negro (frío)
2 cubos de azúcar
Limón para adornar

Preparación:

Se agrega el ron, el brandy y el azúcar al café, se mezcla todo bien y adorna con el limón.

4. Proceso Preparación del Café “*Hawaiano*”

Ingredientes:

2 ½ tazas de café fuerte preparado,
1 taza de jugo de piña concentrado
4 cucharadas. de azúcar, 3 cucharadas. de licor de café, hielo picado.

Preparación:

Se calienta el jugo de piña con el azúcar por 5 minutos y se deja enfriar. Batir en la licuadora todos los ingredientes y servir. Se decora con piña.

5. Proceso Preparación del Café “*Helado con Canela*”

Ingredientes:

2 ½ tazas de café preparado extra fuerte y caliente
3 astillas de canela
4 clavos de olor
2 cucharadas de azúcar morena
hielo

Preparación:

Se Agrega los clavos de olor y canela al café y deje reposar tapado por una hora. Se saca los clavos y la canela, añadir el azúcar y revuelva bien. Se coloca el hielo en vasos y se sirve el café.

6. Proceso Preparación del Café “*Cappuccino*”

Ingredientes para 1 vaso:

¼ taza de café negro
1 taza de leche
Canela y azúcar al gusto

Preparación:

Se calienta la leche y se bate hasta que haga espuma. En una copa cappuccinera ponga primero el café negro concentrado bien caliente, y luego la leche batida, por último se agrega un poco de canela molida. Y sirva con azúcar.

7. Proceso Preparación del Café “Frappuccino”

Ingredientes para 1 taza:

1 taza de leche
¼ de taza de café
Hielo al gusto
Azúcar al gusto

Preparación:

Utilizando una licuadora se mezcla todos los ingredientes hasta que el hielo esté finamente picado y se sirve en una copa larga.

8. Proceso Preparación del Café “Ice Latte Saborizado”

Servido en un vaso de vidrio es uno de los cafés helados más deliciosos.

Ingredientes:

½ onza de saborizante de su preferencia (puede colocar crema irlandesa)
1 onza de esencia de café
5 onzas de leche semidescremada
Cubitos de hielo

Preparación:

Llene las $\frac{3}{4}$ partes de hielo de un vaso de vidrio. Agregue 1 onza de saborizante. Después agregue la leche hasta cubrir los cubitos de hielo. Debe hacerlo despacio y con cuidado.

Luego, añada 1 onza de esencia de café. Derrame el café sobre una cuchara de modo que caiga lentamente sobre la leche, sin mezclarse. Recuerde que parte del encanto de este café son sus colores. Ahora Sírvalo.

9. Proceso Preparación del café “Kalipe”

Ingredientes

1 limón (el jugo)
1 cucharadita de café
2 cucharaditas de azúcar
1 rodaja de limón para decorar
Hielo

Preparación:

Coctelée todos los ingredientes con el hielo y agua. Con un poquito de la mezcla, sáquele la espuma para decorar la bebida.

10. Proceso Preparación del Café “Seattle’s Iced Latte”

Ingredientes:

Leche semidescremada
Cubitos de hielo
1 onza de esencia de café
Crema batida o Chantilly

Preparación:

En un vaso de vidrio largo coloque hielo hasta $\frac{3}{4}$ partes. Agregue leche lo suficiente para cubrir los cubos de hielo.

Posteriormente y con mucho cuidado para que no se mezcle, agregue 1 $\frac{1}{2}$ onza de esencia de café. Decore con crema batida o Chantilly y Chocolate en polvo.

11. Proceso Preparación del café “ Seattle’s Iced Latte Saborizado”

Ingredientes para 1 taza:

$\frac{1}{4}$ taza de café negro
1 taza de leche
Crema batida al gusto
8 cubos de hielo
1 cucharada del saborizante escogido (extracto de avellanas, caramelo, menta, et.)

Preparación:

En una copa de vidrio resistente al calor, coloque el saborizante, luego añada unos ocho cubos de hielo, una taza de leche, el café negro y por último decore con la crema batida utilizando una manga de pastelería. Sirva con azúcar al gusto

12. Proceso Preparación del café “Seattle´s Mocha”

Ingredientes para 1 taza:

1 cucharada de chocolate líquido
¼ de taza de café negro
1 taza de leche vaporizada
Crema batida al gusto

Preparación:

Colocar en una copa de vidrio resistente al calor, el chocolate líquido, luego añadir con suavidad el café negro, de manera que no se mezcle con la capa del chocolate, después agregar la leche vaporizada y por último decorar con la crema batida utilizando una manga de pastelería.

13. Preparación del café “Siropo de Café”

Ingredientes

1 taza de azúcar, 1 taza de café pasado bien fuerte

Preparación:

Combine ambos ingredientes en una olla, lleve a ebullición, baje el fuego y cocine por tres minutos revolviendo. Deje enfriar, guarde en un frasco de vidrio bien cerrado y refrigere.

14. Preparación del café “Americano”

Para 4 unidades.

Ingredientes

4 cucharadas de café molido
¾ de litro de agua.

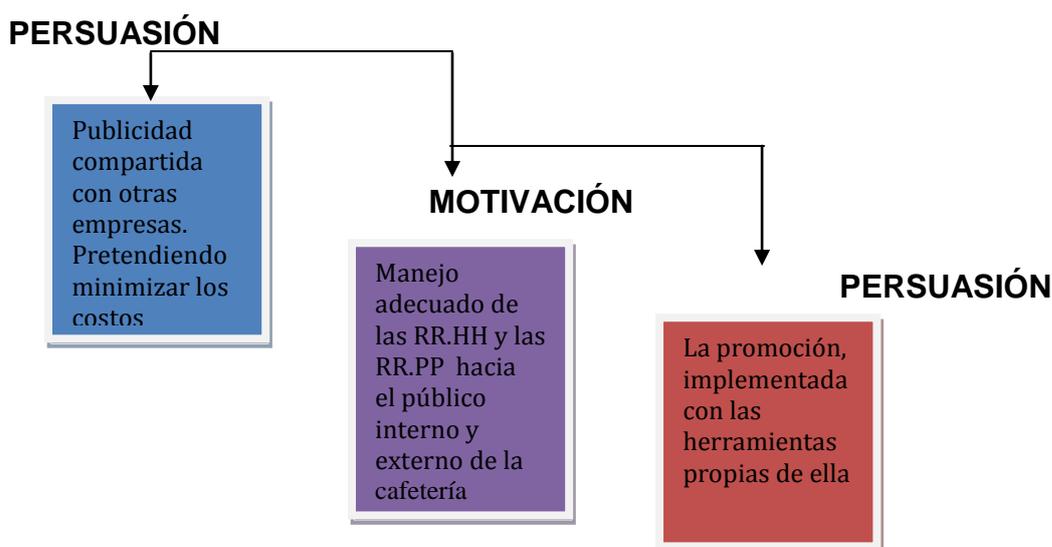
Preparación:

Se trata de un café largo que se toma a todas horas incluso en las comidas y usualmente se toma sin azúcar.

3.1.3 PROCESOS DE ATENCION AL CLIENTE

Mercado lógicamente, la atención al cliente se fundamenta en las buenas relaciones humanas y publicas que se le den a este; en ese sentido se pretende llegar por el canal de la publicidad y la promoción e implementando en la atención al cliente las buenas relaciones humanas y relaciones públicas.

Flujo grama de comunicación efectiva con el cliente



Así mismo se tomaran en cuenta aspectos de importancia para los clientes que harán agradable la compra y la instancia en la cafetería, entre los que se destacará.

- a) Cortesía
- b) Atención rápida
- c) Confiabilidad
- d) Atención personalizada
- e) Personal bien informado y preparado
- f) Amabilidad
- g) Disponibilidad
- h) Saludar al cliente con calidez.

Los tres principales instrumentos de la mezcla promocional a ejecutarse son

- ✓ La publicidad
- ✓ La promoción
- ✓ Relaciones públicas.

Promoción

Objetivo.

Estimular al mercado objetivo a ser parte de los clientes del café gourmet vida café, mediante incentivos de promoción a corto plazo, logrando la aceptación de los servicios ofertados.

Promoción de consumo.

Con ello se pretende estimular la adquisición de los productos de consumo y servicios ofertados, dándole un valor agregado al consumidor, y que la experiencia de compra no deje disonancia e insatisfacciones que pudiesen generar malestares transmisibles a posibles consumidores.

En el entorno interno de la cafetería se implementarán herramientas de promoción cuyo fin es estimular al personal y a los clientes.

- a) Cupones
- b) Descuentos
- c) Premios
- e) Degustaciones de los productos.
- f) Paquetes promocionales.

En la promoción efectiva para el café gourmet se aplicarán cuatro estrategias básicas:

Atractiva

Se buscará activar la compra de los productos y servicios que ofertará el café gourmet con una imagen que muestre la calidad de los servicios.

Efectiva

El servicio deberá ser funcional y sobre todo real.

La credibilidad

Es algo que se puede perder con mucha facilidad, lo cual se traducirían en una promoción negativa.

Debe tener un límite de tiempo

La promoción será planificada a corto plazo, debido a la poca cultura de información y retentiva que nos caracteriza.

Y para completar la efectividad de la promoción utilizaremos flayers, afiches membrecías, estructuras metálicas con la información de los productos que oferta el café gourmet, ubicados en el parqueo y artículos promocionales.

3.1.4 PROCESOS ADMINISTRATIVOS

Dentro del proceso administrativo se describirá 3 procesos:

I Compra y Administración de Materia Prima e Insumos.

Por medio del control de inventario se administrará el registro de los insumos y materia prima para los procesos de preparación de cada una de las presentaciones de café gourmet.



II Control de Ventas (Entradas de Efectivo)

Se realizara un control diario, por cada cajera/o tendrá que cerrar su turno con un balance cuadrado del efectivo recibido con respecto a las ventas realizadas en su respectivo turno.

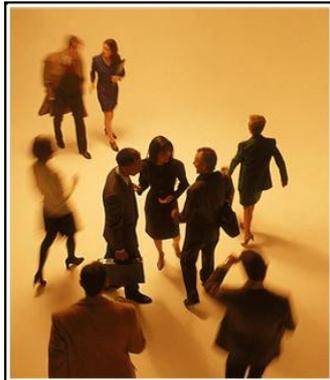


III Administración del Recurso Humano.

Se Planeara, Organizara, desarrollara y coordinara que cada uno de los roles asignados a cada colaborador se estén cumpliendo en su específico horario.

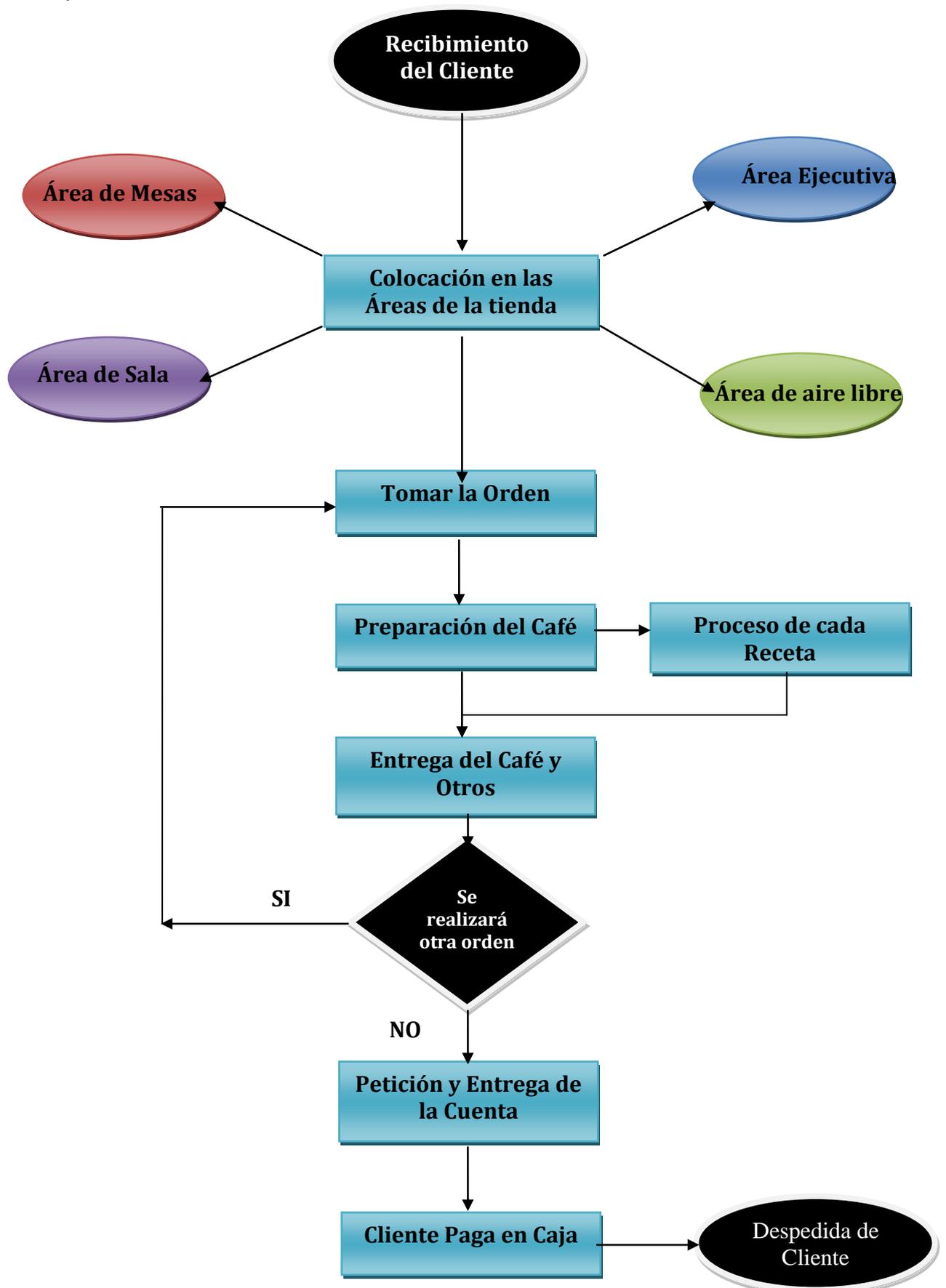
Además se diseñarán y controlarán técnicas que promuevan el desempeño eficiente de personal.

Se inspeccionará el trabajo que aporta el conjunto de los empleados o colaboradores y un punto importante, la **función** de seleccionar, contratar, formar, emplear y retener a los empleados de la tienda de café gourmet.

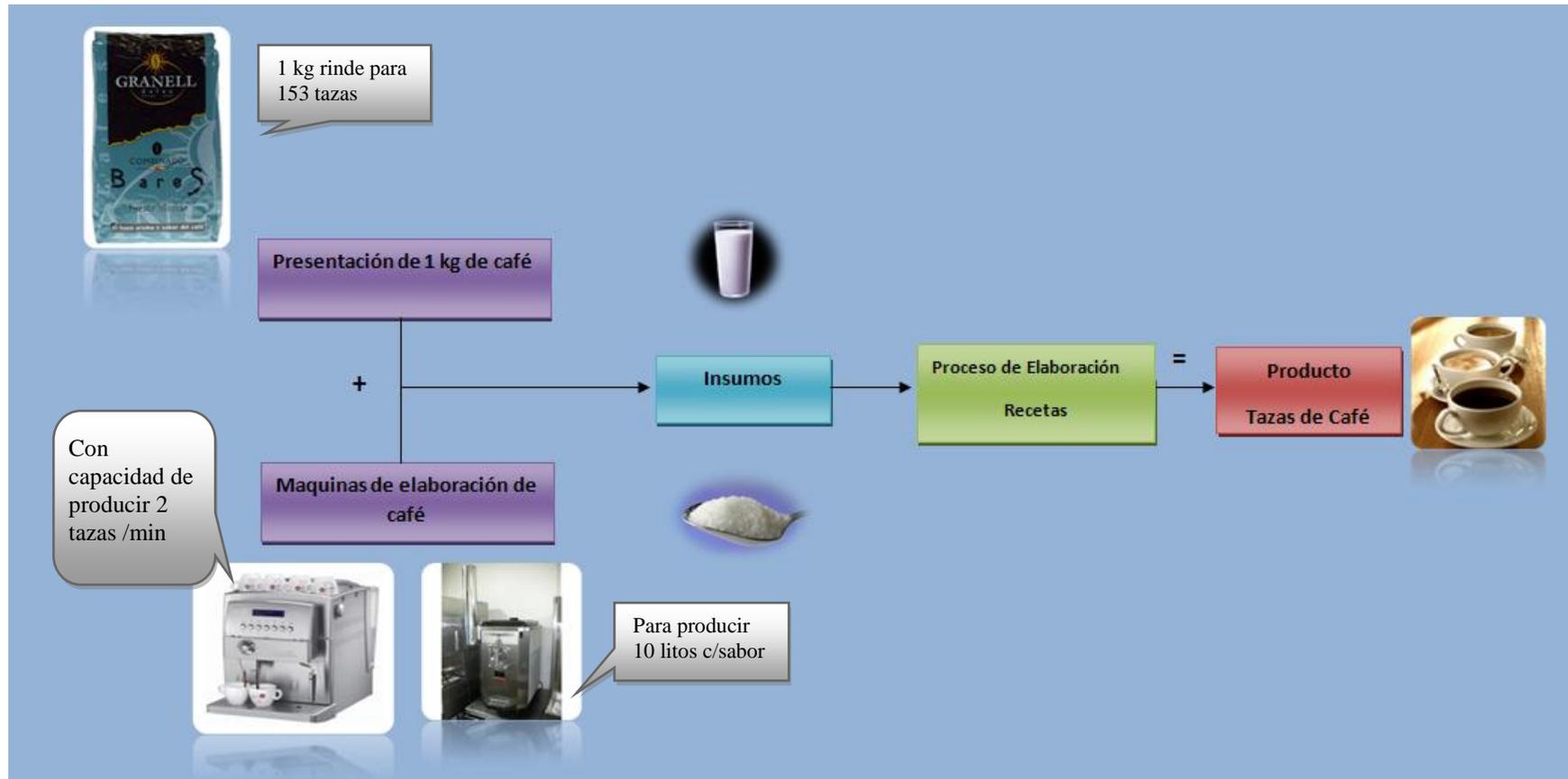


3.1.5 DIAGRAMA DE FLUJO

El Diagrama de Procesos Generales de la Tienda de Café Gourmet “Vida Café” se presenta a continuación:



3.1.6 BALANCE DE MASA Y ENERGÍA



3.1.7 SELECCIÓN DE EQUIPOS

EQUIPO	PROVEEDOR		MARCA		MODELO		PRECIO		AUTOMATICA		DISPLAY		RESULT. F
	10%	CALIF.	20%	CALIF.	10%	CALIF.	30%	CALIF.	15%	CALIF.	15%	CALIF.	
	Compact Appliance	7	Titanium	7	Gaggia	6	\$999.00	8	SI	9	SI	9	7,8
	Living Direct	6	Titanium	7	90650	5	\$1699.00	6	SI	9	SI	9	7
	Whole Latte Love	5	Marzocco	6	GS/3	4	\$1300.00	7	SEMI-AUTOMATICA	6	NO	5	5,85

MÁQUINA PARA CAFÉ ESPESSO

Maquina Seleccionada No. 1

Compact Appliance, Titanium, Gaggia , Precio \$999.00

Puntaje: 7.8

MÁQUINA DE FROZEN

EQUIPO	PROVEEDOR		MARCA		DEPOSITOS		PRECIO		GARANTIA		RESULT. F
	25%	CALIF.	15%	CALIF.	15%	CALIF.	25%	CALIF.	20%	CALIF.	
	PRICE SMART	9	BUNN	9	3	9	\$125.00	8	1 AÑO	9	8,75
	HIPER PAIZ	8	BUNN	9	2	8	\$150.00	7	1 AÑO	9	8,1
	SIMAN	7	BUNN	9	2	8	\$100.00	9	1 AÑO	9	8,35

Máquina Seleccionada No. 1
BUNN, 3 COMPARTIMIENTOS DE SABORES, Precio \$125.00
Puntaje: 8,75

CAMARA DE REFRIGERACIÓN

EQUIPO	PROVEEDOR	MARCA		GARANTIA		PRECIO		TAMAÑO		RESUL F.	
	30%	CALF.	25%	CALF.	10%	CALF.	25%	CALF.	10%		CALF.
	MAX	9	SAMSUNG	9	1AÑO	9	\$999.00	9	21P	9	9
	30%	CALF.	25%	CALF.	10%	CALF.	25%	CALF.	10%	CALF.	
	OMNISPORT	8	SAMSUNG	9	1AÑO	9	\$1000.00	9	20P	8	8,6
	30%	CALF.	25%	CALF.	10%	CALF.	25%	CALF.	10%	CALF.	
	SIMAN	9	SAMSUNG	9	1 año	9	1100.00	7	20P	8	8,4
	30%	CALF.	25%	CALF.	10%	CALF.	25%	CALF.	10%	CALF.	

Máquina Seleccionada No. 1
SAMSUNG, 21P, Precio \$125.00
Puntaje: 9.0

LICUADORA

EQUIPO	PROVEEDOR		MARCA		GARANTIA		PRECIO		V		RESULT F.
	15%	CALF.	10%	CALF.	10%	CALF.	25%	CALF.	20%	CALF.	
	SIMAN	9	BLACK & DECKER	9	1 AÑO	9	\$ 59.00	9	14 V	9	7,2
	OMNISPORT	8	BLACK & DECKER	9	1 AÑO	9	\$74.00	8	10 V	7	6,45
	MAX	8	WAVESTATION	7	1 AÑO	9	\$ 60.00	9	12 V	8	6,6

Máquina Seleccionada No. 1
BLACK & DECKER, 14 VELOCIDADES, Precio \$59.00
Puntaje: 7,2

REGISTRADORA

EQUIPO	PROVEEDOR	MARCA	GARANTIA	PRECIO	RESULT. F.				
	25%	CALF.	25%	CALF.	20%	CALF.	30%	CALF.	
	OFFICE DEPOT	8	CASIO	9	1 AÑO	8	\$300.00	7	7,95
	25%	CALF.	25%	CALF.	20%	CALF.	30%	CALF.	
	PRICE SMART	9	CASIO	9	1 AÑO	8	\$250.25	9	8,8
	25%	CALF.	25%	CALF.	20%	CALF.	30%	CALF.	
	HIPER PAIZ	8	CASIO	9	1 AÑO	8	\$265.00	8	8,25

Máquina Seleccionada No. 2
CASIO, 1 AÑO DE GARANTIA, Precio \$250.00

Puntaje: 8.8
PC DESKTOP

EQUIPO	PROVEEDOR	MARCA	MODELO	PRECIO	MICRO_PRO	DISCO DURO	RESULT F.						
	10%	CALIF.	15%	CALIF.	10%	CALIF.	25%	CALIF.	20%	CALIF.	20%	CALIF.	
	SIMAN	8	HP	9	SG3518LA/WF1	8	\$ 1,295.00	7	Dual-Core 2.2 GHz	8	320GB	7	7,7
	10%	CALIF.	15%	CALIF.	10%	CALIF.	25%	CALIF.	20%	CALIF.	20%	CALIF.	
	OFFICE DEPOT	8	HP	9	NP123AA	8	\$899.00	9	DUAL CORE 3GHz	9	500GB	8	8,6
	10%	CALIF.	15%	CALIF.	10%	CALIF.	25%	CALIF.	20%	CALIF.	20%	CALIF.	
	MAX	7	HP	9	A6600LA	7	\$1,200.00	8	DUAL CORE 2.2 GHZ	8	320 GB	7	7,75

Máquina Seleccionada No. 2
COMPAQ, NP123AA, 500GB DE M. Precio \$ 899.00
Puntaje: 8,6

LAPTOPS

EQUIPO	PROVEEDOR		MARCA		MODELO		PRECIO		MICRO_PRO		CAPACIDAD DD		RESULT F.
	10%	CALIF.	30%	CALIF.	15%	CALIF.	15%	CALIF.	20%	CALIF.	20%	CALIF.	
	SIMAN	8	HP	9	DV21010LA	7	\$759.00	7	Athlon Neo	8	160GB	7	8,6
	DELL	8	DELL	8	VOSTRO	7	\$869.97	6	Intel Celeron 900	7	SATA de 160GB	7	7,95
	OFFICE DEPOT	7	TOSHIBA	7	L305-SP6981	6	\$649.00	8	ATHLON X2 DUAL CORE	7	DISCO DURO 160GB	7	7,7

Maquina Seleccionada No. 1

HP, DV21010LA, ATHLON NEO, 160GB, Precio \$ 759.00

Puntaje: 8,6

TV LCD

EQUIPO	PROVEEDOR		MARCA		MODELO		PRECIO		RESOL		TAMAÑO		LCD		RESUL. F
	10%	CALIF.	15%	CALIF.	10%	CALIF.	25%	CALIF.	20%	CALIF.	10%	CALIF.	10%	CALIF.	
	SIMAN	8	SAMSUNG	8	LN32B350F	9	\$599.00	9	1366 x 768	9	32P	9	SI	9	7,95
	MAX	7	SONY	9	KDL32FA400	8	\$949.00	7	1366 x 768p	9	32P	9	SI	9	7,5
	OMNISPORT	8	SONY	9	KDL-32L500A	8	\$649.99	8	1366 x 768	9	32P	9	SI	9	7,75

Máquina Seleccionada No. 1
SAMSUNG, LN32B350F, 1366X766, 32P, Precio \$ 599.00
Puntaje: 7,95

EQUIPO DE SONIDO

EQUIPO	PROVEEDOR		MARCA		GARANTIA		PRECIO		WATT		RESULT F.
	25%	CALF.	20%	CALF.	20%	CALF.	25%	CALF.	10%	CALF.	
	SIMAN	9	SONY	9	1 AÑO	8	\$429.00	9	4000	9	8,8
	MAX	8	SONY	9	1 AÑO	8	\$499.00	8	3000	7	8,1
	OMNISPORT	7	SONY	9	1 AÑO	8	\$500.00	7	3800	8	7,7

Máquina Seleccionada No. 1
SONY, 4000 WATT, Precio \$ 429.00 Puntaje: 8,8

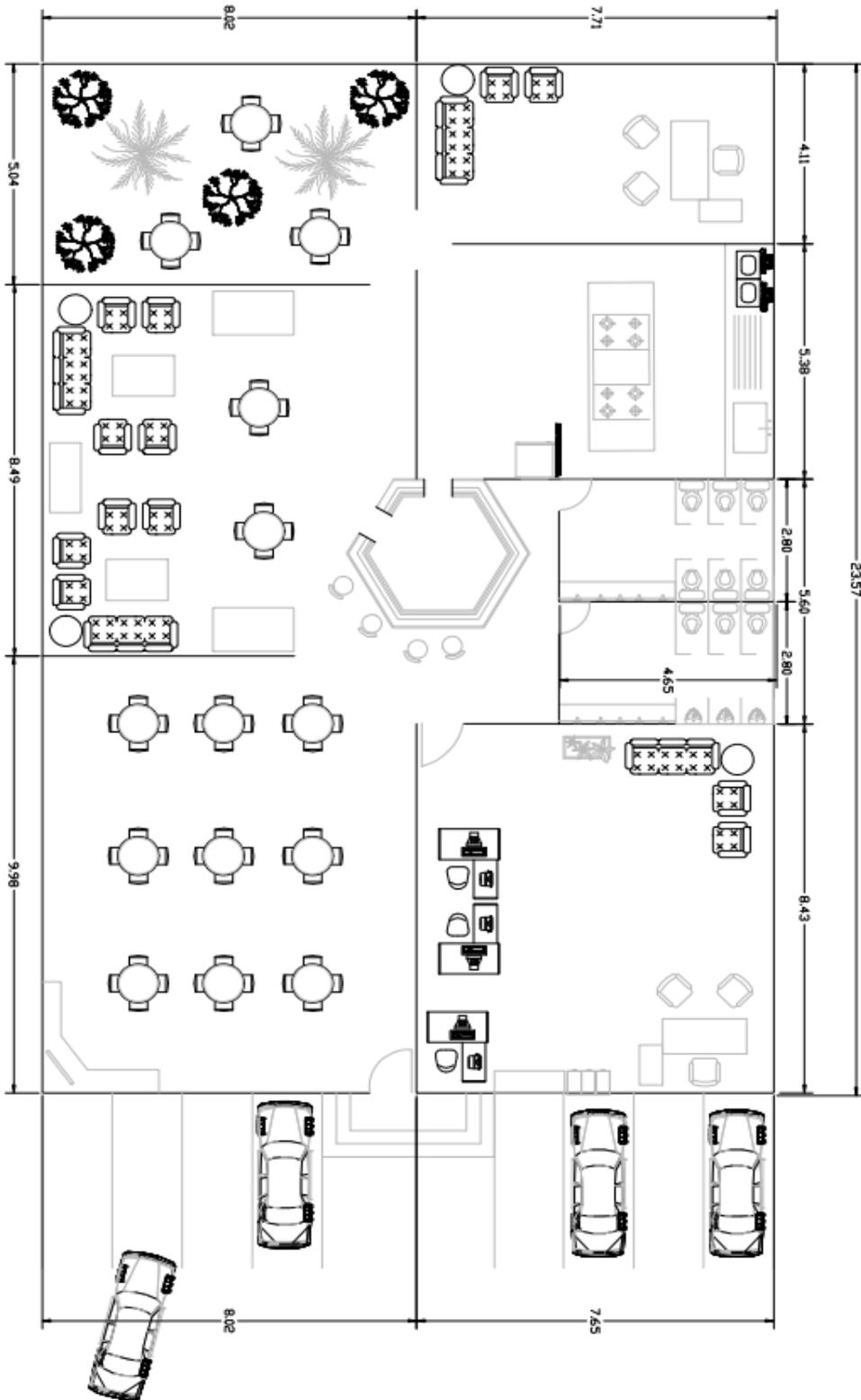
3.1.8. PROYECTOS COMPLEMENTARIOS

Servicio de sala de conferencias y reuniones

Dentro de los proyectos complementarios se estima prestar un servicio de sala, conferencias y reuniones, con capacidad de atender a un total de 24 personas, ubicándonos en la Área Ejecutiva de la tienda, con disponibilidad de un proyector y servicio de internet inalámbrico.



3.1.9. LAY-OUT



3.1.10 DETERMINACIÓN DE INSUMOS, PRODUCTOS Y SUBPRODUCTOS

Dentro del proceso de implementación de la comercialización de café gourmet se debe considerar ciertos insumos esenciales, tales como:

Insumos

- Café en Grano
- Leche
- Azúcar
- Vainilla
- Canela
- Licor
- Crema C
- Frutas
- Vasos
- Cucharas
- Tenedores
- Tazas
- Platos
- Hielo

Productos

- Café Gourmet
- Postres
- Bebida Helada (Agua)

Dentro de los insumos antes mencionados se utilizarán cada uno de ellos según la receta a aplicar para la elaboración de café solicitado y los insumos agregados para el servicio completo en la presentación.

Por otra parte los productos será en primer lugar El café gourmet en su presentación requerida, postres que se obtendrán de proveedores, como también las bolsitas de azúcar con la marca de la tienda y como tercer producto bebida helada (agua) con el logo de la tienda de café gourmet.

3.1.11. FLEXIBILIDAD Y RENDIMIENTO

Rendimiento

Está diseñado para atender a una cantidad aproximada de 86 personas, tomando en cuenta la capacidad individual que posee cada una de las áreas que componen la tienda de café gourmet. En la Producción la tienda se estima capaz de producir 124 tasas por día

Flexibilidad

Además se ha estimado contar con 8 mesas adicionales que puedan atender a un aproximado de 32 clientes, estimando a que se presentara esta situación, en total la tienda en cuanto a flexibilidad de espacio se refiere estará capacitada para atender un total de 118 personas en su capacidad máxima.



Por otra parte el rendimiento en atención a cada una de las áreas, serán de 5 a 6 meseros que tendrán la flexibilidad de atender según sus roles asignados pero que a la vez tendrán la flexibilidad de poder rotar sus roles en momentos especiales, llámense estos (atender mas cantidad de clientes)

Por otra parte se estimará abastecerse con insumos necesarios para satisfacer la capacidad máxima que la tienda puede soportar. Con respecto a la flexibilidad de la producción en base a las tasas de producción por día se estima un flexibilidad del 10%

3.1.12 PROGRAMAS DE TRABAJO; TURNOS Y GASTOS EN PERSONAL

En este punto los programas de trabajo, permitirá implementar y desarrollar un orden a través de la Identificación de los periodos atención de producción y servicio de atención de la tienda de comercialización de café gourmet; la cual se estimará de la siguiente manera:

Horario General de tienda

- ✓ La tienda de comercialización de café gourmet, manejará 1 turno de **lunes** a **sábado** de 8:30 am a 6:00 pm.
- ✓ Y los **domingos** se trabajara de 9:00 am a 6:00pm en 2 turnos:
1er turno de 9:00 am a 1:30, 2do Turno de 1:30 a 6.00 pm.

Se estima brindar 1 hora de almuerzo y 1 hora de descanso, esto se detalla a continuación:

Horarios de Almuerzo:

Se programaran en 2 turnos y de 3 empleados cada turno:

De 11:00 am a 12:00 pm (3 empleados) Grupo A

De 1:00pm a 2:00 pm (3 empleados) Grupo b

Horas de descanso:

Se brindará media hora de descanso en el transcurso de las 2 jornadas (Mañana y Tarde) como única limitante que esta media hora no se aproxime a su hora de entrada, almuerzo o se extienda después de su respectiva hora de almuerzo, y estará sujeta según la afluencia de clientes.

Gastos en Personal

Los gastos de personal se estimarán de la siguiente manera:

Salario Base
(Salario Mínimo)

\$300.00 por 6 empleados de la tienda

\$1800.00 gasto total de personal.

3.1.13 PERSONAL DE OPERACIONES, CARGOS, PERFILES Y SUELDOS

La tienda de café gourmet que tendrá operaciones de lunes a domingo y que dispondrá de 6 empleados de operaciones de la tienda, en los horarios establecidos en el programa de trabajo, se detallara Cargos, Perfiles y Sueldos.

Cargos:

El personal de operaciones requerido corresponden a:

- ✓ 1 cajera/o
- ✓ Operados de Equipos y Procesos
- ✓ 4meseros/as

Funciones:

- ✓ **Cajero/a:** La responsabilidad de manipular las entradas y las salidas de dinero en caja y apoye en perfil de operador de equipos si es necesario.
- ✓ **Meseros:** Cada uno de ellos tendrán a cargo un área específica según los roles, en cuales también estarán sujetos a rotación de áreas y perfiles.
- ✓ **Operadores de Equipos y Elaborador de Procesos:** Tendrá a cargo la aplicación de cada uno de los procesos (recetas de café) también sujeto a rotación de roles.

3.1.14. INVERSIONES EN EQUIPO Y EDIFICACIONES

INVERSIONES EN EQUIPO Y EDIFICACIONES*			
CANTIDAD	EQUIPO	PRECIO U	PRECIO T
2	COMPUTADORAS DE ESCRITORIO	\$795.58	\$1,591.16
3	LAPTOP	\$671.68	\$2,015.04
1	MAQUINA DE CAFÉ EXPRESO	\$884.07	\$884.07
1	MAQUINA DE FROZEN	\$110.62	\$110.62
2	TELEVISORES LCD	\$530.08	\$1,060.16
3	LICUADORAS	\$52.21	\$156.63
1	CAMARA DE REFRIGERACION	\$884.07	\$884.07
1	REGISTRADORA	\$221.46	\$221.46
1	EQUIPO DE SONIDO	\$379.64	\$379.64
TOTAL		\$4,529.41	\$7,302.85
* NO SE CONTEMPLAN INVERSIONES EN EDIFICACIONES		PRECIOS NO INCLUYEN IVA	

3.1.15 INVERSIONES EN CAPITAL DE TRABAJO

Para este punto se consideran los gastos fijos de operación los cuales se detallan en el siguiente cuadro:

GASTOS FIJOS	
SALARIOS	\$2,550.00
LUZ	\$50.00
AGUA	\$10.00
TELEFONO	\$20.00
SEGURIDAD	\$175.00
ARRENDAMIENTO	\$800.00
INTERNET	\$35.00
CABLE	\$23.00
TOTAL MENSUAL	\$3,673.00
TOTAL ANUAL	\$44,076

Los precios y costos en base a los cuales se realizo este análisis corresponden a la presentación de 12 oz. De café:

PRECIO DE TAZA DE CAFÉ	\$2.50
COSTO DE TAZA DE CAFÉ	\$0.95

Para calcular el capital de trabajo se utilizo el modelo de déficit máximo acumulado:

CAPITAL DE TRABAJO: METODO DE DEFICIT MAXIMO ACUMULADO												
MES	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
INGRESOS	\$0,00	\$6.292,35	\$6.292,35	\$6.292,35	\$11.012,35	\$11.012,35	\$11.012,35	\$15.012,35	\$15.012,35	\$15.012,35	\$15.012,35	\$15.012,35
COSTOS	\$3.673,00	\$6.307,26	\$6.307,26	\$6.307,26	\$8.283,26	\$8.283,26	\$8.283,26	\$10.259,26	\$10.259,26	\$10.259,26	\$10.259,26	\$10.259,26
MARGEN	-\$3.673,00	-\$14,90	-\$14,90	-\$14,90	\$2.729,10	\$2.729,10	\$2.729,10	\$4.753,10	\$4.753,10	\$4.753,10	\$4.753,10	\$4.753,10
MARGEN ACUMULADO	-\$3.673,00	-\$3.687,91	-\$3.702,81	-\$3.717,72	-\$988,62	\$1.740,48	\$4.469,57	\$9.222,67	\$13.975,76	\$18.728,86	\$23.481,95	\$28.235,05

EL CAPITAL DE TRABAJO REQUERIDO SERA DE **\$3.717.72**

3.1.16 COSTOS DE INSTALACIÓN Y PUESTA EN MARCHA

COSTOS DE INSTALACION Y PUESTA EN MARCHA	
CONCEPTO	PRECIO
CAPACITACION DEL PERSONAL (6 PERSONAS)	\$900,00
MOVILIARIO	\$3.550,00
DECORACION Y AMBIENTACION DEL LOCAL	\$6.500,00
COMPRA DE BAJIA Y ACCESORIO DE COCINA	\$400,00
MARKETING INICIAL	\$500,00
GASTOS LEGALES, ADMINISTRATIVOS Y DE PERMISOS	\$350,00
INSTALACION DEL SERVICIO DE INTERNET Y RED INTERNA	\$150,00
TOTAL	\$12.350,00
PRECIOS NO INCLUYEN IVA	

3.1.17 COSTOS DE IMPREVISTOS

COSTOS DE IMPREVISTOS		
CAPACITACION DEL PERSONAL (6 PERSONAS)	\$900,00	GASTOS DE INSTALACION Y PUESTA EN MARCHA
DECORACION Y AMBIENTACION DEL LOCAL	\$6.500,00	
MOVILIARIO	\$3.550,00	
COMPRA DE BAJIA Y ACCESORIO DE COCINA	\$400,00	
MARKETING INICIAL	\$500,00	
GASTOS LEGALES, ADMINISTRATIVOS Y DE PERMISOS	\$350,00	
INSTALACION DEL SERVICIO DE INTERNET Y RED INTERNA	\$150,00	
COMPUTADORAS DE ESCRITORIO	\$1.591,16	EQUIPOS
LAPTOP	\$2.015,04	
MAQUINA DE CAFÉ EXPRESO	\$884,07	
MAQUINA DE FROZEN	\$110,62	
TELEVISORES LCD	\$1.060,16	
LICUADORAS	\$156,63	
CAMARA DE REFRIGERACION	\$884,07	
REGISTRADORA	\$221,46	
EQUIPO DE SONIDO	\$379,64	
CAPITAL DE TRABAJO	\$3.717,72	
TOTAL INVERSION INICIAL	\$23.370,57	INVERSION INICIAL
TOTAL COSTOS DE IMPREVISTOS	\$1.168,53	5%

3.1.18 RESUMEN FINANCIERO

En la siguiente tabla se detallan los componentes de la inversión inicial:

.0

RESUMEN DE INVERSION INICAL	
Inversion Total	Costos Total (\$)
Activos Fijos	\$7,302.85
Capital de Trabajo	\$3,717.715
Gastos puesta en Marcha	\$12,350
Costo Imprevisto 5%	\$1,168.53
INVERSION TOTAL DEL PROYECTO	\$24540.095

En resume la inversión total para la habilitación del proyecto de la creación de una tienda de café gourmet es de **\$24,540.95**

CAPÍTULO 4

ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD ADMINISTRATIVA, LEGAL, SOCIETARIA, TRIBUTARIA FINANCIERA Y AMBIENTAL.



4.1 PREFACTIBILIDAD ADMINISTRATIVA

En este capítulo de la prefactibilidad administrativa, se definirá la estructura organizacional, la cual sustentará la ejecución y evaluación económica del proyecto.

4.1.1 Personal

El personal requerido para la administración corresponde a:

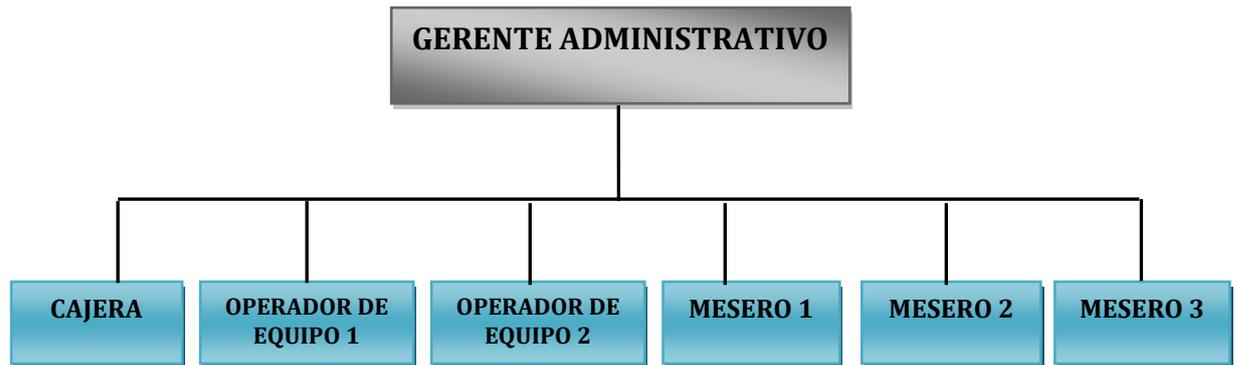
- Gerente Administrativo

El cual tendrá como principales objetivos la responsabilidad de administrar, asignar y dirigir los procesos de producción y administración de la tienda de café gourmet, para el desarrollo y buen funcionamiento.

Dentro del proyecto se ha considerado que por ser una sola tienda de café gourmet, su personal Administrativo el cual dirigirá y administrará los procesos de esta tienda será únicamente el Gerente Administrativo ya que no se considera necesario contratar un jefe de local.

4.1.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

La estructura organizacional dentro de la tienda de comercialización de café gourmet, estará distribuida de la siguiente manera:



4.1.3 Sistemas de información administrativos

Los sistemas de información administrativos están estructurados de forma que permitan una buena coordinación entre los diferentes cargos, con el objetivo de obtener una comunicación eficiente y un servicio de calidad al cliente.

Sistemas a utilizar:

- **Asignación y Coordinación de turnos**
Se asignaran turnos en 2 grupos de forma que se coordine las horas del almuerzo, los turnos de fin de semana y las horas de descanso.
- **Asignación de roles**
Se realizarán y asignarán roles que permitan una variación y rotación en los 3 diferentes roles de operación dentro de la producción de la tienda de comercialización de café gourmet, de forma que permita que los empleados conozcan específicamente cada uno de los procesos de producción.

4.1.4 Personal administrativo, cargos, perfiles y sueldos

La tienda de comercialización de café estará dirigida por el principal y único personal administrativo, que como se detalla en la estructura organizacional es El Gerente Administrativo.

Cargo:

Planear, ejecutar y dirigir la gestión administrativa y operativa de la tienda de café gourmet. Desarrolla las estrategias de producción y las proyecciones de la tienda. Se encarga del control administrativo y disciplinario del personal y coordinar toda la actividad de producción.

A continuación, se detalla el perfil del personal administrativo.

Perfil:

Cargo : Gerente Administrativo
Contrato : Anual
Sexo : Femenino
Edad : 25 a 30 años
Profesión : Ingeniero en Gestión y Ejecución Industrial
Especialización: Administración Financiera, Control de Calidad,
Funciones : Planear, ejecutar y dirigir la gestión administrativa y Operativa de la tienda de café gourmet.
Sueldo : \$750.00

4.1.5 Gastos en Personal.

PERSONAL		SUELDO
Cajera	PERSONAL OPERATIVO	\$300.00
Operador de Maquina de Café 1		\$300.00
Operador de Maquina de Café 2		\$300.00
Mesero 1		\$300.00
Mesero 2		\$300.00
Mesero 3		\$300.00
Gerente Administrativo	PERSONAL ADMINISTRATIVO	\$750.00
TOTAL		\$2,550.00

4.2 PREFACTIBILIDAD LEGAL

El objetivo de este capítulo es conocer el ordenamiento jurídico del país, según la constitución política, leyes, reglamentos y decretos, entre otros, y a la vez determinar diversas condiciones que se traducen en normativas permisivas o negativas que podrían afectar al proyecto.



4.2.1 Marco legal vigente nacional e internacional

Toda empresa que requiera constituirse en forma legal, tiene la obligación de cumplir con las normas y exigencias que la ley nacional demanda, referente a impuestos, tributaciones, reglamento municipal, código de salud y código laboral entre otros.

Algunas de las exigencias son:

- Registrar la empresa en el Centro Nacional de Registro.
- Obtener de parte del Ministerio de Hacienda, el Número de Identificación Tributaria (NIT) y el número del Impuesto Sobre el Valor Agregado (IVA). El NIT se requiere para los accionistas y para la empresa recién establecida, y el IVA solamente para la empresa.
- Documento de Identificación Personal, Carné de Residente o Pasaporte de cada uno de los accionistas. (Importante mencionar que este punto no aplica a este proyecto ya que no se contemplaran accionistas)
- Nombre con el que será denominada la compañía, para investigar en la Oficina de Comercio de El Salvador, si el nombre está disponible.
- Finalidad: Actividad principal a la que se dedicará la compañía.
- Capital en Acciones: El Derecho Mercantil de El Salvador señala que para los negocios Salvadoreños y extranjeros, el Capital Social de \$2,857.14 se debe pagar a la orden de la nueva compañía, con cheque certificado de un banco

salvadoreño (equivalente a la cuarta parte del capital mínimo requerido). El saldo del Capital Social se pagará en un plazo de dos años.

- El porcentaje de la participación de acciones de cada socio.
(Importante mencionar que este punto no aplica a este proyecto ya que no se contemplaran accionistas).
- Quien será el Representante Legal y el suplente.
- Registro de la compañía en el Registro de Comercio de El Salvador, este proceso toma 10 días laborables.
- Las compañías con un capital social de \$11,428.57, pagan \$57.14 por impuesto de registro.
- Legalización de Libros de Contabilidad y Catálogo de Cuentas por un Contador Certificado.
- Los accionistas elegirán un Auditor quien se encargará de la vigilancia del sistema contable.
- El Registro de Comercio concede la Matrícula de Comercio. La compañía puede iniciar sus operaciones simplemente al obtener el recibo de la solicitud de registro.
- Registro de la compañía en la Dirección General de Estadísticas y Censos de la Superintendencia de Empresas Mercantiles, y registro como patrono en el Instituto Salvadoreño del Seguro Social.

Un inversionista puede establecerse en El Salvador como empresa salvadoreña o como una filial de una empresa extranjera. Las tres diferencias más importantes entre ambos tipos de sociedad son:

- El proceso para registrar una empresa salvadoreña es más rápido
- El requisito de registro de capital para una filial es del 100% del capital inicial; mientras que el requisito de registro de capital para una empresa salvadoreña es del 25% del capital inicial.
- Las decisiones de la filial se toman en la casa matriz.

La ONI (Oficina Nacional de Inversión) funciona como ventanilla única para realizar la mayor parte de trámites de apertura y registro de una empresa en El Salvador (ONI, 2009).

4.2.2 Aspectos legales del giro del proyecto

En El Salvador el giro de restaurantes cuenta con las restricciones establecidas por el Ministerio de Salud en el código de Salud tal como lo indica el Art. 86 de la Ley de Salud.

Art. 86.- El Ministerio por si o por medio de sus delegados tendrá a su cargo la supervisión del cumplimiento de las normas sobre alimentos y bebidas destinadas al consumo de la población dando preferencia a los aspectos siguientes:

- a) La inspección y control de todos los aspectos de la elaboración, almacenamiento, refrigeración; envase; distribución y expendio de los artículos alimentarios y bebidas; de materias primas que se utilicen para su fabricación; de los locales o sitios destinados para ese efecto, sus instalaciones, maquinarias, equipos; utensilios u otro objeto destinado para su operación y su procesamiento; las fábricas de conservas, mercados, supermercados; ferias; mataderos; expendios de alimentos y bebidas, panaderías; fruterías, lecherías; confiterías; cafés; restaurantes, hoteles; moteles; cocinas de internados y de establecimientos públicos y todo sitio similar;
- b) La autorización para la instalación y funcionamiento de los establecimientos mencionados en el párrafo anterior, y de aquellos otros que expenden comidas preparadas, siempre que reúnan los requisitos estipulados en las normas establecidas al respecto.
- c) El examen médico inicial y periódico de gicos que se estimen necesarios para conocer la calidad, composición, pureza y valor nutritivo de los artículos alimentarios y bebidas;
- d) El mantenimiento de servicios permanentes de veterinaria, para la inspección y control de los sitios de crianza y encierro de animales, en mercados, lecherías; rastros y otros similares;
- e) El control a posteriori de la propaganda comercial de artículos alimentarios y bebidas para evitar que induzcan o constituyan peligro para la salud al anunciar cantidades o propiedades que en realidad no poseen;
- f) El examen médico inicial y periódico de las personas que manipulan artículos alimentarios y bebidas, para descubrir a los que padecen alguna enfermedad transmisible o que son portadores de gérmenes patógenos.
El certificado de salud correspondiente, que constituirá un requisito indispensable para esta ocupación, deberá ser renovado semestralmente o con mayor frecuencia si fuere necesario y ninguna persona podrá ingresar o

mantenerse en el trabajo si no cuenta con dicho certificado válido. El incumplimiento de esta disposición deberá ser comunicado inmediatamente a la autoridad laboral correspondiente, para su calificación como causal de suspensión o terminación del contrato de trabajo.

- g) De todo otro asunto que se refiera a artículos alimentarios y bebidas que no estén expresamente consignados en este Código y Reglamento respectivo.

4.2.3 Aspectos laborales

En la implementación de la tienda de Café Gourmet en lo que corresponde a los aspectos laborales se contempla que para la contratación del personal administrativo y de producción que estarán a cargo de la comercialización y producción misma, se tomarán en cuenta y aplicarán las instrucciones que exige el código de trabajo de la república de El Salvador.

Algunas de estas exigencias legales que determinan el Código de Trabajo son:

- ❖ Contrato de trabajo
- ❖ Pago del ISSS (Instituto Salvadoreño del Seguro Social)
- ❖ Descuento de la Renta
- ❖ Descuento de AFP
- ❖ Jornadas de trabajo (44 horas a la semana)
- ❖ Salario
- ❖ Aguinaldos
- ❖ Indemnizaciones
- ❖ Vacaciones
- ❖ Entre otras

4.2.5 Costos asociados al cumplimiento de la legislación vigente.

Los trámites y registros que deben realizarse para establecer una empresa se resumen a continuación:

Institución	Trámite
Centro Nacional de Registros (CNR)	Matrícula de Empresa Registro de Personería Jurídica Registro de la Marca Registro de Garantías Licencia de Comercio Registro de Balance Nombre Comercial Registro de Sucursal Extranjera
Ministerio de Hacienda	Registro de Número de Identificación Tributaria Registro de Número del Impuesto al Valor Agregado Registro de Importación
Seguro Social	Inscripción de Patronos
MINEC (Digestyc)	Solvencia DYGESTYC por primera vez
MINEC (ONI)	Inscripción y Registro (ONI)

4.3 SOCIETARIA

Para la implementación de la tienda de comercialización de café gourmet, no contempla formar ninguna sociedad, el registro de la Empresa se hará por medio de una persona natural la cual será la única titular y dueño de esta.

4.4 TRIBUTARIA

4.4.1 Sistema tributario

Ley de impuesto del IVA

El impuesto a la transferencia de bienes, muebles y a la prestación de servicios (IVA) es un impuesto que se aplicara a la transferencia, importación, internación, exportación y al consumo de los bienes, muebles corporales; prestación, importación, intercambio, exportación y el autoconsumo de servicios, de acuerdo con las normas que se establecen en la misma.

Este impuesto se cancela mensualmente por las ventas realizadas en el transcurso del mes, y se hace en los primero 10 días hábiles del mes siguiente. El porcentaje de impuestos es el 13% sobre las ventas a facturar. La institución encargada sobre la recolección de estos impuestos se llama Dirección General de Tesorería, que es una dependencia del Ministerio de Hacienda.

Ley de impuesto sobre la renta

El impuesto sobre la renta se aplicara a la obtención de renta por los sujetos pasivos en los ejercicios o periodo de imposición de que se trate, genera la obligación de pago del impuesto establecido en esta ley. Este impuesto se aplica a las utilidades netas del ejercicio que esta cerrando y se cancela en los primeros 4 meses del siguiente año.

El porcentaje de impuestos a pagar es el 25% sobre las utilidades netas. Adicional a esto se hace una declaración llamada Declaración de Pago a cuenta e impuesto retenido, en el cual se cancela 1.5% de anticipo al impuesto sobre la renta anual, el cual descontamos al final del ejercicio del monto calculado. La institución encargada sobre la recolección de estos impuestos se llama Dirección General de Tesorería, que es una dependencia del Ministerio de Hacienda.

4.5 FINANCIERA

4.5.1 Fuentes de financiamiento

La fuente de financiamientos del proyecto se hará por medio de un crédito para la microempresa, al cual pueden acceder personas naturales y jurídicas cuyas ventas anuales no excedan de \$70,000.00.

Algunos de los requisitos para las personas naturales son los siguientes:

- Solicitud debidamente completada.
- Fotocopias de DUI y NIT.
- Requisitos adicionales dependerá del destino y garantía

4.5.2 Instituciones crediticias

En El Salvador la Banca se encuentra constituida por las siguientes instituciones financieras:



Todas estas instituciones financieras cuentan con planes de financiamiento para la micro y pequeña empresa.

4.5.3 Leasing

El principal objetivo de leasing es la venta de bienes asociado a un crédito, la entidad crediticia otorga el bien al cliente, quien se compromete a pagar un número de cuotas parciales, asumiendo como pago de arriendo del bien traspasándolo efectivamente a la propiedad del mismo solo al hacerse efectivo el último pago.

Para este proyecto no se ha considerado aplicar este tipo de arrendamiento financiero ya que dentro de las estimaciones del proyecto la tienda de café no contará con ningún bien que sea demasiado valorado para ser utilidad de este financiamiento.

4.5.4 Costos de financiamiento

Son los costos derivados de los desembolsos provenientes de recursos internos de la empresa, relacionados con la adquisición de un bien, incluye los intereses, diferencias de cambio y otros costos afines, medidos en términos reales.

4.6 AMBIENTAL

4.6.1 Impacto medio ambiente

Para este tipo de proyecto por su ubicación y rubro se ha tomado en cuenta que no tendrá ningún impacto ambiental negativo, ya que los desechos que diariamente se producirán serán tratados y recaudados por un transporte recolector de desechos.



Por otra parte de forma específica se contempla para el interior de la tienda, puntos de reciclaje y depósitos de basura, que ayudarán al buen manejo de los desechos tanto del personal de la tienda de café gourmet como de los respectivos clientes.

4.6.2 Marco legal vigente

Ley de Medio Ambiente

La Ley Ambiental vigente fue aprobada El 2 de Marzo de 1998. Esta ley provee los lineamientos para proteger el medio ambiente y los recursos naturales, e incorpora el concepto de valoración económica de los bosques. Por este motivo, la Ley ordena la definición de mecanismos de mercado que fomenten la participación de actores privados en el proceso de conservación y explotación sostenible, así como la creación de programas de incentivos.

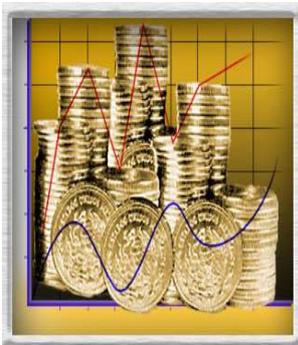
DEBERES DE LAS PERSONAS E INSTITUCIONES DEL ESTADO:

Art. 42.

Toda persona natural o jurídica, el Estado y sus entes descentralizados están obligados, a evitar las acciones que deterioren el medio ambiente, a prevenir, controlar, Vigilar y denunciar ante las autoridades competentes la contaminación que pueda perjudicar la salud, la calidad de vida de la población y los ecosistemas, especialmente las actividades que provoquen contaminación de la atmósfera, el agua, el suelo y el medio costero marino.

CAPÍTULO 5:

EVALUACIÓN ECONOMICA



5.1 CONSIDERACIONES A UTILIZAR

5.1.1 Horizonte del proyecto

La implementación de la tienda de café gourmet se ha considerado con un horizonte para 7 años.

5.1.2 Tasa de descuento

La tasa de descuento esperada por el inversionista para el proyecto de la implementación de la tienda de café gourmet es del 15%.

5.1.3 Moneda a utilizar

El Primero de Enero del año 2001, en El Salvador, entró en vigencia la “Ley de Integración Monetaria”, la cual estableció la libre circulación del dólar, moneda de los Estados Unidos de América, a un cambio fijo de 8.75 colones salvadoreños por dólar. La Ley de Integración Monetaria que permite la dolarización de la economía salvadoreña, entró a regular la economía de ese país, desde el primer minuto del 2001.

En base a lo anterior se ha considerado \$ USS como la moneda a utilizar en la implementación, administración y comercialización de la tienda de café gourmet.



5.1.4 Impuestos

Impuestos sobre la renta los cuales corresponden a un 25% de las utilidades por cada periodo de operación.

5.1.5 Depreciaciones

Los equipos a depreciar están dentro de la categoría: Otros bienes muebles los cuales contemplan un porcentaje de depreciación máximo del 50% lo cual significa que todos estos bienes se depreciarían en 2 periodos.

DEPRECIACION 50%	
COMPUTADORAS DE ESCRITORIO	1591,16
LAPTOP	2015,04
MAQUINA DE CAFÉ EXPRESO	884,07
MAQUINA DE FROZEN	110,62
TELEVISORES LCD	1060,16
LICUADORAS	156,63
CAMARA DE REFRIGERACION	884,07
REGISTRADORA	221,46
EQUIPO DE SONIDO	379,64
TOTAL	7302,85
ARGEN DEPRECIADO	3651,425

5.2 PROYECTO PURO

5.2.1 Flujo de caja sin financiamiento, 5.2.2 Indicadores económicos, 5.2.3 Rentabilidad del proyecto puro.

TASA DE DESCUENTO:

15%

MONEDA:

DÓLAR \$

FLUJO DE CAJA SIN FINANCIAMIENTO								
Año	0	1	2	3	4	5	6	7
(+) Ingresos		141.988,20	141.988,20	141.988,20	156.187,02	156.187,02	156.187,02	156.187,02
(-) Egresos		-105.327,06	-105.327,06	-105.327,06	-115.859,77	-115.859,77	-115.859,77	-115.859,77
(=) Margen		36.661,14	36.661,14	36.661,14	40.327,25	40.327,25	40.327,25	40.327,25
(-) Depreciación		-3.651,43	-3.651,43					
(-) Valor Libro								
(+) Valor Residual								2.245,00
(-) Intereses LP								
(=) Utilidad antes de impuestos		33.009,72	33.009,72	36.661,14	40.327,25	40.327,25	40.327,25	42.572,25
(-) Impuestos		-8.252,43	-8.252,43	-9.165,29	-10.081,81	-10.081,81	-10.081,81	-10.643,06
(=) Utilidad después de Impuestos		24.757,29	24.757,29	27.495,86	30.245,44	30.245,44	30.245,44	31.929,19
(+) Depreciación		3.651,43	3.651,43					
(-) Inversiones	-20.821,39							
(+) Valor Libro								
(+) Créditos								
(-) Amortizaciones de créditos								
(+/-) Capital de trabajo	-3.717,72							3.717,72
(=) Flujo de Caja	-24.539,10	28.408,71	28.408,71	27.495,86	30.245,44	30.245,44	30.245,44	35.646,91
FLUJO DE CAJA ACTUAL	-24.539,10	24.703,23	21.481,07	18.078,97	17.292,93	15.037,33	13.075,94	13.400,99
FLUJO DE CAJA ACUMULADO	-24.539,10	164,13	21.645,19	39.724,17	57.017,09	72.054,42	85.130,36	98.531,35

VAN	98.531,35
TIR	116%
PERIODO DE RECUPERACION	1 AÑO

5.3. PROYECTO CON FINANCIAMIENTO DEL 50%

5.3.1 Flujo de caja con financiamiento, 5.3.2 Indicadores económicos, 5.3.3 Rentabilidad del proyecto con financiamiento

TASA DE DESCUENTO:

15%

MONEDA:

DÓLAR \$

FLUJO DE CAJA FINANCIAMIENTO DE 50%

Año	0	1	2	3	4	5	6	7
(+) Ingresos		141.988,20	141.988,20	141.988,20	156.187,02	156.187,02	156.187,02	156.187,02
(-) Egresos		-105.327,06	-105.327,06	-105.327,06	-115.859,77	-115.859,77	-115.859,77	-115.859,77
(=) Margen		36.661,14	36.661,14	36.661,14	40.327,25	40.327,25	40.327,25	40.327,25
(-) Depreciación		-3.651,43	-3.651,43					
(-) Valor Libro								
(+) Valor Residual								2.245,00
(-) Intereses LP		-2.024,48	-1.627,78	-1.165,64	-627,24			
(=) Utilidad antes de impuestos		30.985,24	31.381,93	35.495,50	39.700,02	40.327,25	40.327,25	42.572,25
(-) Impuestos		-7.746,31	-7.845,48	-8.873,88	-9.925,00	-10.081,81	-10.081,81	-10.643,06
(=) Utilidad después de Impuestos		23.238,93	23.536,45	26.621,63	29.775,01	30.245,44	30.245,44	31.929,19
(+) Depreciación		3.651,43	3.651,43					
(-) Inversiones	-20.821,39							
(+) Valor Libro								
(+) Créditos	12.269,55							
(-) Amortizaciones de créditos		-2.404,20	-2.800,89	-3.263,03	-3.801,43			
(+/-) Capital de trabajo	-3.717,72							3.717,72
(=) Flujo de Caja	-12.269,55	24.486,16	24.386,99	23.358,59	25.973,58	30.245,44	30.245,44	35.646,91
FLUJO DE CAJA ACTUAL	-12.269,55	21.292,31	18.440,07	15.358,65	14.850,48	15.037,33	13.075,94	13.400,99
FLUJO DE CAJA ACUMULADO	-12.269,55	9.022,76	27.462,83	42.821,48	57.671,96	72.709,29	85.785,23	99.186,22

VAN	99.186,22
TIR	200%
PERIODO DE RECUPERACION	1 AÑO

5.3.4 PROYECTO CON FINANCIAMIENTO DEL 75%

5.3.5 Flujo de caja con financiamiento, 5.3.5 Indicadores económicos, 5. 3.6 Rentabilidad del proyecto con financiamiento

TASA DE DESCUENTO:

15%

MONEDA:

DÓLAR \$

FLUJO DE CAJA FINANCIAMIENTO 75%

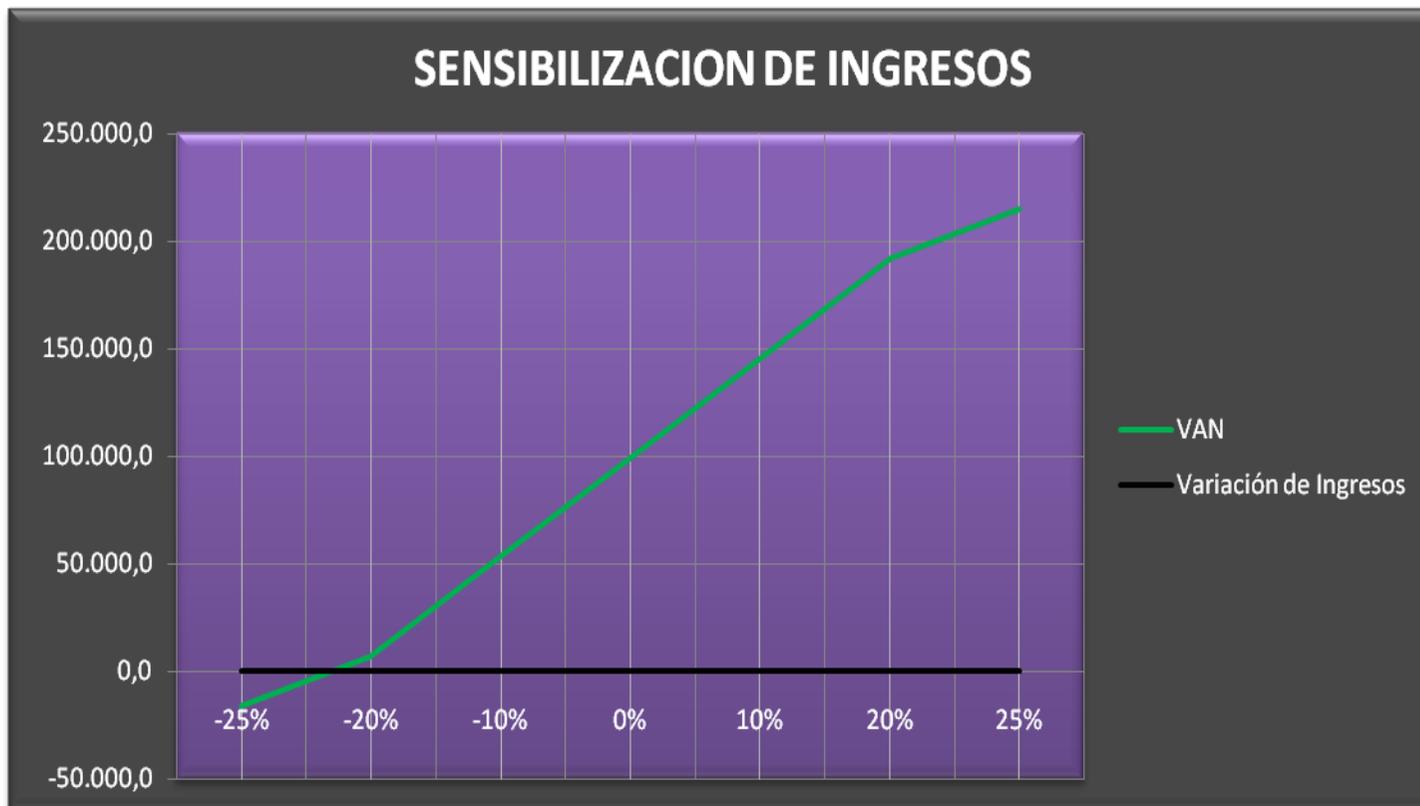
Año	0	1	2	3	4	5	6	7
(+) Ingresos		141.988,20	141.988,20	141.988,20	156.187,02	156.187,02	156.187,02	156.187,02
(-) Egresos		-105.327,06	-105.327,06	-105.327,06	-115.859,77	-115.859,77	-115.859,77	-115.859,77
(=) Margen		36.661,14	36.661,14	36.661,14	40.327,25	40.327,25	40.327,25	40.327,25
(-) Depreciación		-3.651,43	-3.651,43					
(-) Valor Libro								
(+) Valor Residual								2.245,00
(-) Intereses LP		-3.036,71	-2.441,68	-1.748,46	-940,85			
(=) Utilidad antes de impuestos		29.973,00	30.568,04	34.912,68	39.386,40	40.327,25	40.327,25	42.572,25
(-) Impuestos		-7.493,25	-7.642,01	-8.728,17	-9.846,60	-10.081,81	-10.081,81	-10.643,06
(=) Utilidad después de Impuestos		22.479,75	22.926,03	26.184,51	29.539,80	30.245,44	30.245,44	31.929,19
(+) Depreciación		3.651,43	3.651,43					
(-) Inversiones	-20.821,39							
(+) Valor Libro								
(+) Créditos	18.404,33							
(-) Amortizaciones de créditos		-3.606,29	-4.201,33	-4.894,55	-5.702,15			
(+/-) Capital de trabajo	-3.717,72							3.717,72
(=) Flujo de Caja	-6.134,78	22.524,88	22.376,12	21.289,96	23.837,65	30.245,44	30.245,44	35.646,91
FLUJO DE CAJA ACTUAL	-6.134,78	19.586,86	16.919,56	13.998,50	13.629,25	15.037,33	13.075,94	13.400,99
FLUJO DE CAJA ACUMULADO	-6.134,78	13.452,08	30.371,64	44.370,14	57.999,39	73.036,72	86.112,66	99.513,65

VAN	99.513,65
TIR	366%
PERIODO DE RECUPERACION	1 AÑO

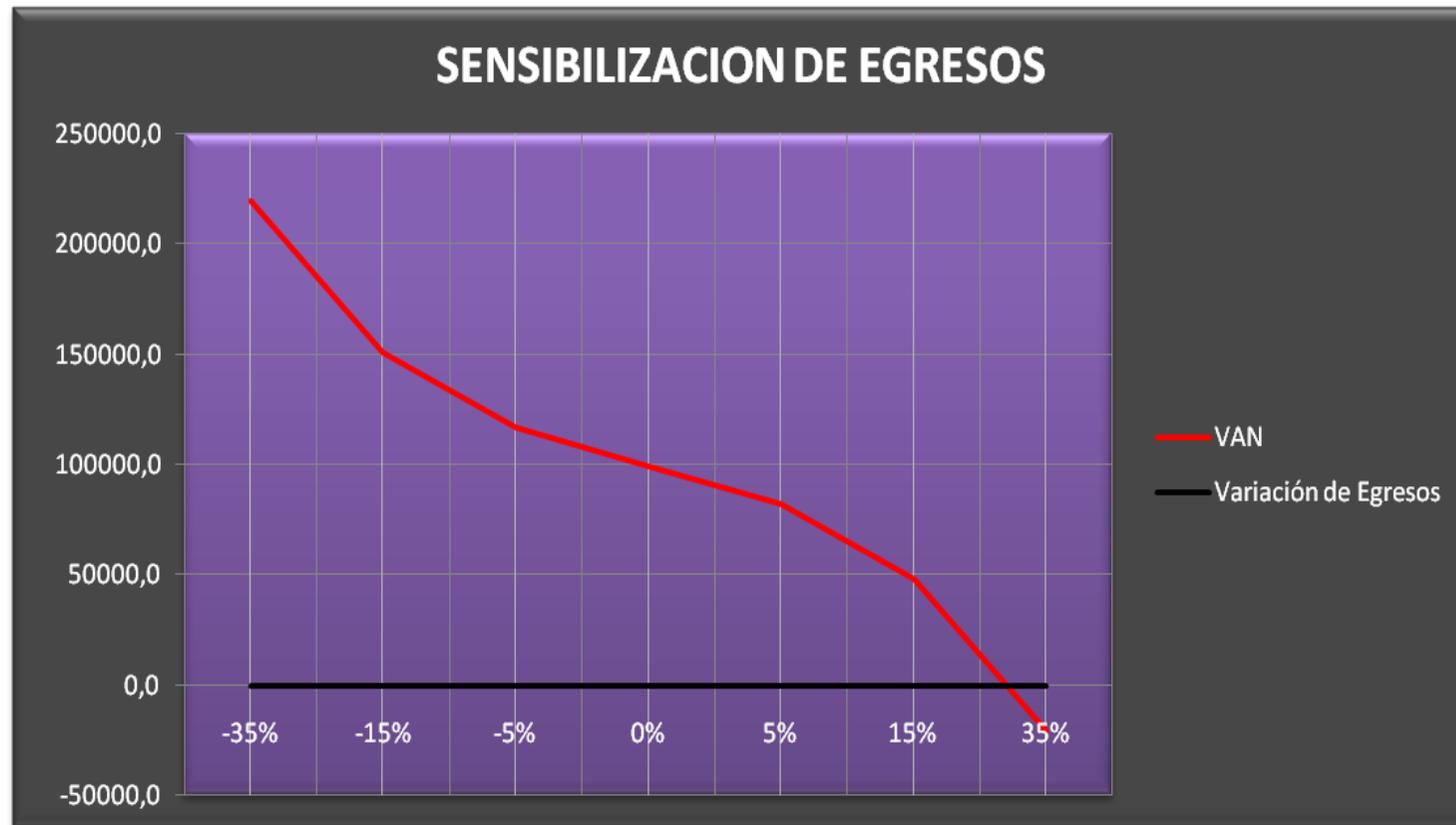
5.4 SENSIBILIZACIONES

5.4.1 Gráficos de sensibilización, 5.4.2 Determinación de puntos de corte

Sensibilización (75%)		
Variación de Ingresos	VAN	TIR
-25%	-16.245,9	---
-20%	6.906,0	33%
-10%	53.209,8	193%
0%	99.513,7	366%
10%	145.817,5	540%
20%	192.121,3	714%
25%	215.273,2	801%



Sensibilización (75%)		
Variación de Egresos	VAN	TIR
-35%	219732,5	818%
-15%	151036,0	560%
-5%	116687,8	431%
0%	99.513,7	366%
5%	82339,5	302%
15%	47991,3	174%
35%	-20705,2	---



CONCLUSIONES

Al finalizar el estudio de pre factibilidad técnica de la creación de una nueva tienda de café gourmet, se puede determinar que dicho proyecto apunta a ser rentable, según los resultados de la evolución económica en todos sus aspectos de financiamiento demostrados en este documento.

Específicamente viendo los resultados obtenidos en la evaluación económica y en cada uno de sus porcentajes de financiamientos, se observa que el proyecto evaluado a un 75% es el mas recomendado siendo que el VAN es el mas alto y la TIR de igual forma indica el porcentaje mas alto en comparación a las demás evaluaciones.

Por otra parte se llega a la conclusión que proyectos como los de este tipo, enfocados a un mercado de comercialización de alimentos tienen altas posibilidades de rentabilidad siempre y cuando sea bien implementado o administrado en cada uno de sus procesos de creación y evaluación.

BIBLIOGRAFIA

Página del Ministerio de Hacienda

- http://www.mh.gob.sv/portal/page/portal/MH_PRINCIPAL

Fusades (Epidex)

- http://www.epidex.org/index.php?option=com_content&view=article&id=144&Itemid=83&submenu=Informaci%F3n%20%DAtil%20al%20Inversionista

Emprendía

- <http://www.emprendia.es/faq.php?id=1&tema=41#8>

Súper Intendencia del Sistema Financiero

- http://www.ssf.gob.sv/frm_quienes/qui_sitios_int.htm#6

Banco Agrícola

- http://www.bancoagricola.com/index.php?option=com_content&task=view&id=97&Itemid=168

APUNTES DE CLASES

- **MATEMATICA FINANCIERA**
Profesor: Bruno Dondero
- **EVALUACION DE PROYECTOS**
Profesor: Ricardo Cahe
- **MARKETING**
Profesor: Dagoberto Cabrera Tapia
- **FINANZAS**
Profesor: Héctor Monterrosa

ANEXOS

COTIZACIONES DE EQUIPOS



Computadoras

Electrónicos

Muebles

Cámaras

Ropa

Software

Artículos
Deportivos

Video
Juegos

Más Buscados en Equipos Industriales

Comentarios y Calificac

ENCONTRAR

[Equipos Industriales](#) > [Equipos para Cocina Industrial](#) > [Máquinas de Café Espresso](#)



Gaggia Titanium Automatic Espresso Machine 90501

(MPN: 90501)

A partir de **US\$999.00** en [Compact Appliance](#)

Descripción: No Disponible



Cotización de Máquina de Café Espresso

Modelo: Gaggia

Marca: Compact Appliance

Precio: \$999.00

(1) Unidad

LAPTOP (3) Unidades

INGRESA REGÍSTRATE MI BOLSA CONTÁCTENOS RECIBE OFERTAS

BUSCAR:

LLAMA GRATIS DESDE USA:
1-888-80-74626

siman.com

CREDISMAN PROMOCIONES ROMBOS DE ORO MONEDERO COMET VALET PARKING CERTIFICADOS DE REGALO CLUB DE BODAS

COMPUTACIÓN > COMPUTADORAS



COMPUTADORA PORTÁTIL ULTRA DELGADA.

Precio \$759.00

Precios incluyen IVA

Marca: HEWLETT PACKARD

Modelo: DV21010LA

Descripción:

Athlon Neo, High Definition HP LED 2048MB (1DM),160GB, Vista Basic

Este producto está sujeto a nuestras políticas de entrega de 5 días hábiles. Si deseas más información al respecto, [haz click aquí](#).

AGREGAR A BOLSA DE COMPRAS ▶

CAMARA DE REFRIGERACIÓN (1)Unidad

RS20NRSV5 close

Refrigerador Side by Side de 20" de capacidad.



SAMSUNG

\$999.00

Refrigerador con entrapaños de vidrio templado, amplios anaqueles en las puertas, gaveta para vegetales con control de humedad. Color blanco.

Modelo: RS20NRSV5

1 2 >>

<p>Entra al mundo Apple</p> <p>apple logo</p> <p>Distribuidor Autorizado</p>	<p>Úsala donde sea y acumula</p> <p>MAX</p> <p>MAX Cash</p> <p>VISA</p>
--	--

MAX/Distelza © 2009
Condiciones de uso