

UNIVERSIDAD DE TECNOLOGIA Y COMERCIO

PROGRAMA DE GRADUACIÓN 2021



Autores:

1. Scarleth Isabel Guadamuz – 04593
2. Kristopher Jeovanny Arrieta – 04680A
3. Héctor Josué Romero Berrios – 04560A
4. Gladys Del Carmen Lompedro – 04447
5. Ricardo Noel Gutiérrez Miranda – 04301

Tutores:

1. Mba. Noel Enrique Castellón
2. Lic. Liseth Hernández B.
3. Lic. Salvador de Jesús Alemán Ruiz

Managua, marzo 2021

INDICE

| | | |
|------|---|----|
| I. | Naturaleza del proyecto | 5 |
| 1. | Descripción de la idea seleccionada | 6 |
| 1.1. | Misión..... | 6 |
| 1.2. | Visión | 6 |
| 2. | Justificación del producto seleccionado | 6 |
| 3. | Propuesta de valor del producto | 7 |
| 4. | Nombre de la empresa | 8 |
| 5. | Descripción de la empresa..... | 8 |
| 6. | Giro que se ubica la empresa..... | 8 |
| 7. | Ubicación y tamaño de la empresa..... | 9 |
| 8. | Análisis FODA | 10 |
| 9. | Conclusión..... | 11 |
| II. | Plan de mercadeo..... | 12 |
| 1. | Análisis de la situación | 13 |
| 2. | Empresa, marca y posición..... | 13 |
| 3. | El mercado..... | 13 |
| 4. | Características demográficas | 13 |
| 5. | Necesidad del mercado..... | 14 |
| 6. | Tendencias del mercado | 14 |
| 7. | Evolución del mercado | 15 |
| 8. | La competencia..... | 15 |
| 8.1 | Principales competidores..... | 16 |
| 9. | Posicionamiento y situación | 16 |
| 10. | El producto y la marca | 17 |
| 10.1 | El producto | 17 |
| 10.2 | La marca | 19 |
| 11. | Puntos críticos..... | 20 |
| 11.1 | Factores exógenos | 20 |
| 12. | Objetivos de Plan de Mercadeo | 21 |
| 12.1 | Objetivos a corto, mediano y largo plazo..... | 21 |
| 13. | Estrategia de Marketing | 22 |
| 14. | Ventajas y distingos competitivos | 22 |
| 15. | Política de promoción | 24 |

| | |
|--|----|
| 13. Resultado del estudio de mercado | 25 |
| 14. Plan de marketing | 28 |
| 14.1 Estimaciones Económicas | 28 |
| 14.2 Previsión Anual de ventas | 30 |
| 14.3 Punto de equilibrio | 31 |
| 15. Conclusión | 32 |
| III. Operaciones | 33 |
| 1. Objetivos de Plan Producción..... | 34 |
| 2. Especificaciones del producto | 35 |
| 3. Descripción del proceso de producción..... | 38 |
| 4. Diagrama de flujo del proceso..... | 43 |
| 5. Equipo e instalaciones | 50 |
| 6. Materia prima | 51 |
| 6.1 Identificación de proveedores y cotización | 53 |
| 7. Capacidad instalada | 53 |
| 8. Manejo de inventarios | 55 |
| Diseño y distribución de planta y oficina | 57 |
| 9. Mano de obra requerida..... | 62 |
| 10. Proceso de mejora continua | 64 |
| 11. Políticas de calidad | 64 |
| 12. Conclusión | 66 |
| IV. Organización..... | 67 |
| 1. Objetivos de la empresa en el Área organizacional..... | 68 |
| 2. Objetivos de la empresa por área funcional..... | 69 |
| 3. Funciones generales y específicas de cafetería Grano de oro | 70 |
| 4. Método de selección que seguirá la empresa..... | 76 |
| 5. Desarrollo del personal..... | 78 |
| 6. Organigrama de la empresa | 80 |
| V. Finanzas | 81 |
| 1. Introducción..... | 82 |
| 2. Objetivos..... | 83 |
| 3. Plan maestro | 84 |
| Pronóstico de ingresos | 84 |
| Pronóstico de egresos: | 85 |

| | |
|--|----|
| Flujo de Caja..... | 86 |
| 4. Políticas de inventario | 87 |
| 5. Estado de situación financiera inicial | 88 |
| 6. Estado de Resultado Proyectado..... | 89 |
| 7. Estado de Situación Financiera: | 90 |
| 8. Aplicación de Indicadores de Diagnostico Financiero | 91 |
| Periodo de Recuperación | 93 |
| VAN y TIR | 93 |
| Relación Costo Beneficio | 93 |
| 9. Conclusiones..... | 94 |
| 10. Bibliografía | 95 |
| VI. ANEXOS | 96 |

I. Naturaleza del proyecto

El plan de negocios de cafetería Grano de Oro se realizó para culminar el módulo de titulación para licenciaturas de Administración De Empresas, Administración y Desarrollo Turístico, Ingeniería Industrial y Contabilidad Pública y Finanzas con la finalidad de aportar mediante un trabajo profesional, los conocimientos obtenidos en las carreras profesionales de cada una.

El documento describe el proyecto Cafetería Grano de Oro, se visualiza la idea de construir un acogedor espacio de reunión para los amantes del café, té y repostería que buscan en el día a día lo natural y saludable de los productos, de esta crear un lugar de encuentro para consumidores que buscan tener un grato momento del día compartiendo con cercanos y buscando variedades de productos que vayan de la mano con lo natural y saludable del día a día de los clientes.

El presente documento está dividido en cinco capítulos, Naturaleza del proyecto, Mercadeo, Operaciones, Organización y Finanzas, con esta estructura se desarrolla paso a paso la idea del proyecto, cada uno es fundamental para estructurar el plan de negocio. En cada capítulo se desarrolla y resuelve una problemática para ir estableciendo el proceso que se debe conllevar para la creación de la cafetería identificando elementos sustanciales para el proyecto como lo es el público objetivo al que va dirigirse, competencia existente en el mercado, procesos de operaciones, organización para el buen funcionamiento interno de la empresa y finalmente calcular si el proyecto financieramente es rentable o no.

1. Descripción de la idea seleccionada

Mediante el plan de negocios se desarrollará el concepto de una cafetería llamada Grano de Oro, con este local se visualiza la idea de construir un acogedor espacio para los amantes del café con la finalidad de ofrecerles una noción distinta a las usuales cafeterías que existen hoy en día en Nicaragua, desde calidad en el sabor del producto, precios asequibles y un servicio altamente calificado.

1.1. Misión

Ofrecer un agradable y acogedor espacio de reunión a los y las amantes del café que puedan degustar del incomparable sabor del café preparado a base de grano 100% nicaragüense, creando la máxima satisfacción en los clientes con el sabor de nuestros productos, precios asequibles y atención personalizada.

1.2. Visión

Ser reconocidos a nivel nacional como una de las compañías favoritas de los consumidores de café, satisfaciendo sus necesidades brindándoles un ambiente agradable, productos de calidad y servicio de excelencia.

2. Justificación del producto seleccionado

A través del plan de negocio se decidió implementar una cafetería llamada Grano de Oro, el cual será un establecimiento donde su menú se destacará por realizar bebidas frías y calientes hechas a base de café gourmet nicaragüense, que está calificado como uno de los mejores a nivel mundial, nuestra idea de negocio su diferenciación radicará en que su servicio se enfocará en tres puntos:

- Ofrecer a los clientes calidad en el sabor del café gourmet que hay en el país, a través de la variedad de bebidas como el tradicional expreso, capuchino, mokaccino, café late, entre otras.
- Ofrecer un servicio de altamente calificado cubriendo las necesidades de los clientes no solamente con el producto si no también con un buen servicio atendiendo y dando solución a problemas de la mejor manera posible y de

esta forma dar seguimiento creando satisfacción y una fidelidad de parte de los consumidores.

- Ofrecer precios asequibles para los clientes ya que hoy en día los consumidores valoran el precio como principal factor en la decisión de compra, por tal razón la cafetería brindara un producto de calidad con precios módicos.

3. Propuesta de valor del producto

Cafetería grano de oro ofrecerá a sus clientes la degustación del delicioso sabor del café gourmet nicaragüense, además de una amplia variedad de tipos de bebidas hechas a base de café en el menú. Así como también brindar precios módicos para los consumidores siempre teniendo en cuenta la relación entre calidad del producto y precios.

Brindar un lugar con ambientación agradable y relajante para las personas que decidan consumir en la cafetería y lo más importante atenderlos con la mejor atención y servicio.



4. Nombre de la empresa

Nombre comercial: Cafetería “Grano de Oro”.

Nombre de la empresa: Grano de Oro, S.A.

El nombre comercial del negocio es Cafetería “**Grano de Oro**” haciendo énfasis al café que se cosecha y produce en Nicaragua llamado grano de oro, el cual será la base con la que se van a producir la mayoría de las bebidas ofrecidas dentro del establecimiento.

Eslogan:

“¡¡Cafetería Grano de oro, donde la riqueza del café está con nosotros!!”.

5. Descripción de la empresa

Cafetería Grano de Oro será una pequeña empresa en la cual las personas podrán asistir a degustar bebidas hechas a base de café gourmet nicaragüense, brindándoles un ambiente ameno con una decoración estilo clásico, música ambiental diversa, acceso a internet, esto a efectos donde las personas puedan pasar un rato agradable acompañados de sus amistades o a solas sintiéndose a gusto en el establecimiento.

6. Giro que se ubica la empresa

Tomando en cuenta empresas de este mismo rubro, decidimos iniciar nuestra empresa en las siguientes condiciones:

Cafetería Grano de oro es una empresa comercial minorista que enfocara sus actividades en la prestación de servicios en el área de la industria alimentaria, la cual ofrecerá bebidas hechas a base de café gourmet de alta calidad y excelente sabor las cuales se complementaran con reposterías.

7. Ubicación y tamaño de la empresa

Cafetería “Grano de Oro” Será una pequeña empresa que contará con 13 empleados, funcionará en horarios de 12 horas y estará ubicada en un local ubicado en Managua de la rotonda de Rubén Darío, cuadra y media al este, mano izquierda sobre la pista.

El sitio ha sido seleccionado considerando que es punto céntrico, y de fácil acceso debido a que es un lugar concurrido por la alta circulación de personas, sea a pie o en auto ya que en las cercanías se encuentran estudiante de universidades (UCA y UNI) y público en general.



8. Análisis FODA

| | |
|--|---|
| <p>Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none">• La calidad del grano que será utilizado de variedad caturra, con fragancia a nueces, aroma dulce y cultivado en sombra.• Atención profesionalizada al momento de atender a los consumidores, ya que al ser una pequeña empresa se tiene mejor control del personal con el trato hacia el cliente.• Relación calidad-precio es bastante buena con respecto otras cafeterías.• Ambientación del local diferenciado a las demás cafeterías. | <p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none">• Sector de la industria en crecimiento cada vez más segmentado buscando innovaciones.• Creciente tendencia de consumo de café por parte de la población joven-adulta ayudara a poder cubrir esta necesidad.• Aprovechar el auge de las redes sociales para promocionar la cafetería con contenido diario que sea de interés para los consumidores.• Su ubicación estratégica se encuentra en un lugar comercial con alto tráfico de personas. |
| <p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none">• Cafetería Grano de Oro al ser nueva no está posicionada en el mercado competitivo.• No contar con una cartera de clientes.• Desconocimiento de la marca por parte de los clientes. | <p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none">• El mercado se encuentra con una gama llena de competidores directos e indirectos los cuales ocupan una porción importante del mercado.• Estrategias de marketing por parte de los principales competidores.• Ingreso de nuevos competidores a la industria |

9. Conclusión

El plan de negocios estará enfocado en la cafetería Grano de Oro donde el principal objetivo es dar a conocer a los nicaragüenses el grano de oro un café gourmet el cual su sabor es conocido muy poco por los consumidores de café en Nicaragua, debido a que la mayoría de su producción es exportada.

Concluimos que contamos con fuertes fortaleza y oportunidades las cuales ayudaran a la cafetería a colocarse en el mercado y crear estrategias para contrarrestar las amenazas y debilidades que se presentan.

II. Plan de mercadeo

1. Análisis de la situación

2. Empresa, marca y posición

Cafetería Grano de Oro brindara calidad en la experiencia de consumo, creando diferencia es sus productos y servicio en un ambiente agradable.

Será una empresa nueva que ingresara en un mercado competitivo donde se encuentran marcas ya posicionadas, sin embargo, la cafetería tiene como finalidad potencializar la marca y promover el consumo recurrente de sus productos creando una cartera de clientes frecuentes que valoren a la empresa por la calidad que brinda diferenciándose de la competencia.

3. El mercado

Según los resultados del estudio de mercado se estableció que la población objetiva serán adolescentes, adultos y adultos de la mediana edad correspondientes al distrito I de Managua sector donde estará ubicada la cafetería estas personas pertenecen al rango de edades de 15 a 55 años, ya que según los resultados del estudio el 93% de estas edades consumen café los cuales el 50% de estos realizan un consumo diario.

También se obtuvo que el 57% de los consumidores son mujeres y el 43% corresponde a los hombres por tal razón se concluyo que el proyecto de “Cafetería Grano de Oro” tiene un mercado meta al cual poder ofrecer sus productos y servicios.

4. Características demográficas

- Hombres y mujeres.
- Edades de 15 a 55 años.
- Personas de clase media baja, clase media y clase alta.
- Conocedores, consumidores y amantes del café.
- Estudiantes y trabajadores que desean pasar un rato agradable.
- consumiendo un café.

- Personas que buscan un lugar para relajarse ya sea para sostener una plática entre amigos, leer un libro o tener un rato a solas.

5. Necesidad del mercado

Según la investigación de mercado se obtuvo que el 32% de los encuestados van a las cafeterías por la higiene y limpieza, así como también, el 35% prefieren el personal atento al servicio. Además, de esto los clientes en su mayoría visitan las cafeterías por su variación de producto dando a entender que los productos a ofrecer deben cumplir calidad de la competencia o superarla.

El 33% de las personas encuestadas también expresaron lo que más les desagrada de las cafeterías que frecuentan es la atención lenta que presentan, así como poco espacio en los establecimientos.

Todo conlleva a realizar un análisis para poder adaptarlas a los productos y servicios que se ofrecerán en la cafetería y poder cubrir esas necesidades del mercado al que estará dirigido.

6. Tendencias del mercado

Tendencia actual: El consumo per cápita de café en Nicaragua fórum del café es de 2,1 Kg. por habitante. Nicaragua se encuentra en el puesto número 38 de países consumidores y es el tercer mayor consumidor de Centroamérica. (Cuadras, 2016)

Aun con la vocación cafetalera y la tradición del café, Nicaragua no ha alcanzado altos índices de consumo, aunque la mejora de la calidad de la producción nacional, está favoreciendo el crecimiento del mercado interno.

En la actualidad existen consumidores más exigentes que requieren diversidad de opciones en la calidad de productos y servicios con distinguida oferta de valor estos consumidores están en busca constante de nuevos espacios para compartir un momento agradable lo cual brinda oportunidades a los nuevos negocios de esta industria.

Tendencia futura: El café cuenta con consumidores tanto a nivel nacional como internacional, el consumo de este crece un 1.9% cada año esto se debe a que cada día el gusto por este producto aumenta en las personas.

Las tecnologías se vuelven de manera positiva para el producto, según estudios hoy en día los consumidores están cada vez más educados y cuentan con accesos a la información acerca de los productos que van a consumir gracias a la expansión de internet y las redes sociales, es decir que el consumo del café no se verá afectado por tendencias futuras ya que la organización mundial del café pronostica que cada año el café crecerá en su consumo, su valor y su capacidad de innovación.

7. Evolución del mercado

Según estudios el café es el segundo producto más comercializado a nivel mundial y su consumo crece día a día tanto que en los últimos 35 años aumento un 95% el consumo del café por tal razón, el consumo de este producto no se ve afectado por tendencias futuras. (El Autentico Café, 2018).

Con el tiempo van surgiendo cambios positivos en su consumo como lo es la cultura barista lo cual sorprenden con la creación de nuevas bebidas preparadas a bases de este delicioso producto y se vuelve de mucho provecho para las cafeterías y así poder crear una actualización de menú.

8. La competencia

Existe una gran variedad de competidores en el sector. Según los estudios realizados en el mercado competitivo se encuentran tres empresas que en la actualidad están muy bien posicionadas.

La competencia que se encuentra en el mercado es Casa del Café, en segundo lugar, competitivo se encuentra Café Las Flores y por último café Expreso Americano, así como una cantidad de competidores indirectos como gasolineras, puestos de cafetines en las paradas de buses entre otros establecimientos.

Sin embargo, la cantidad de consumidores es muy grande ya que según el resultado de los estudios se logró conocer que el 93% consumen café y el 50% de estos realizan un consumo diario lo cual genera una buena demanda de consumo.

8.1 Principales competidores

| Cafeterías | Oferta de valor | Fortalezas | Debilidades |
|-------------------------------|---|---|---|
| Casa del Café | Variedad de bebidas, opciones de alimentos básicos. | <ul style="list-style-type: none"> • Marca conocida, alta cobertura en el país. | <ul style="list-style-type: none"> • Espacios de algunos locales pequeño • Precios elevados. |
| Café las Flores | Ambientación cálida y actividades de eco aventura. | <ul style="list-style-type: none"> • Integración vertical como proveedor de café, espacios físicos agradables. | <ul style="list-style-type: none"> • Precios altos vs calidad percibida por los clientes. |
| Café Expreso Americano | Buena atención a los clientes. | <ul style="list-style-type: none"> • Precios accesibles. | <ul style="list-style-type: none"> • No cuenta con establecimientos acondicionados para los clientes. • No ofrecen café nacional. |

9. Posicionamiento y situación

Al ser una empresa nueva, lo que se busca es posicionarse en el mercado y analizar el mercado al cual se pretende alcanzar:

Consumo aparente:

Clientes potenciales: 168,762

El número de clientes potenciales se estimó en base a la población estimada del distrito I del departamento de Managua la cual es de 182, 446 habitantes, tomando en cuenta que el estudio de mercado realizado, donde el 93% de la muestra si consumen café, siendo 168,762 los clientes potenciales.

Consumo unitario aparente por cliente:

- 83,620.81 compras diarias.
- 24,326.05 compras semanal.

- 47,131.73 compras quincenal.
- 13,683.41 compras mensual.

Número de clientes potenciales:

Este dato se estima en base a la población aproximada del distrito I de la ciudad de Managua la cual es de 182, 446, inicialmente se quiere alcanzar al 5% que son 9,122 habitantes.

10. El producto y la marca

10.1 El producto

Nuestro negocio se basa en el servicio de cafetería de manera directa a nuestros clientes potenciales brindando productos de calidad basado en el gusto. Nuestro menú inicial y productos a ofrecer son los siguientes:

Café expreso

Es la infusión de café rica en aroma y sabor, densa, de color negro y con una uniforme capa de crema de color avellana en la parte superior. Se obtiene de la extracción de una cantidad de café molido con un volumen de agua a temperatura y presión durante un tiempo fijo.

Café Late

Bebida con una base de café expreso, con una mezcla de una leche evaporizada, espuma de leche y una porción de crema suave y consistente, con una presencia mayor de leche y dulce, con una superficie en la bebida que muestra definidos colores de leche y café. Con una capacidad máxima de presentación en la taza de 180ml.



Capuchino

Es una bebida con una base de café expreso con una mezcla de una leche texturizada y una porción de crema suave y consistente, con un balance armónico de leche y dulce, con una superficie en la bebida que muestra definidos colores de café y leche, formando un arco dorado alrededor de la taza con crema en el centro. Con una capacidad máxima de presentación en la taza de 180ml.



Late con Caramelo

Variación del café late con un agregado de sirope de caramelo o vainilla.



Mokaccino

Es una bebida caliente que tiene porciones iguales de café expreso, leche y espuma de leche con una porción mayor de leche evaporizada con una capa de chocolate expreso negro. Con una capacidad máxima de presentación de taza de 180ml de presentación.



Frozen cappuccino

Es una bebida helada su preparación consiste en licuar los ingredientes 2 o 3 minutos y servir en un vaso con un copo de crema chantilly y espolvoreado con cacao o canela a gusto. Este debe quedar muy espumoso y cremoso.



En lo que son los postres ofreceremos:

Tres leches

Consiste en un biscocho bañado con tres tipos de leches (leche evaporada, crema de leche y leche condensada) que le dan su nombre, este postre está basado en el sabor del jarabe y la humedad exacta del biscocho.



Cupcakes

Son muy similares a las magdalenas y muffin pueden ser rellenos o llevar trozos de chocolates o frutas.



Muffin

El muffin es un producto de repostería elaborado con pan dulce y otros ingredientes, sobre todo con dulces. Cocinado al horno en moldes al uso, presentan una base cilíndrica y una superficie más ancha, con forma de hongo.



10.2 La marca

Cafetería Grano de Oro como marca será posicionada en base a sus beneficios:

- Un ambiente confortable.
- Precios accesibles.
- Excelente calidad y atención.

La idea es satisfacer las necesidades del consumidor ofreciendo una bebida de alta calidad en un ambiente agradable.



Con respecto a lo que nuestro logo representa, un producto de calidad. El grano de oro, es el producto estrella de Nicaragua debido a sus altos estándares. Nuestro logo y sus colores representan elegancia y distinción, y el color dorado asiendo juego con el nombre “Grano de Oro”.

11. Puntos críticos

11.1 Factores exógenos

Factores Nacionales: Posibilidades de accesos a materias prima e insumos: Mediante se va incorporando nuestro menú en el mercado puede que ocurran cambios en los precios de la materia prima que vayamos a utilizar ya sea por variantes en el clima y por ende el producto se pueda cosechar en pocas cantidades o algún tipo de plaga que pueda perjudicar la cosecha.

Actitud de demanda: Nuestros productos pueden tener una demanda no esperada ya que seriamos un negocio pequeño teniendo una competencia ya posicionada en el mercado y los consumidores tendrían poco conocimiento de nuestra marca.

Factores Políticos: Nivel de situación en la estabilidad del entorno político: El riesgo que ha generado debido a las irregularidades del país por parte del gobierno en los precios de muchos productos nos puede perjudicar.

Aspectos Legales: Como pequeña empresa de emprendedores ya tenemos establecido un tipo de sociedad, derecho tributario, leyes laborales y todo derecho legal de dicha propiedad por lo que nos convierte en una empresa legalmente constituida.

Claves para el éxito

- Productos de calidad a precios favorables.
- Trato personalizado a clientes frecuentes.
- Excelente distribución del área del trabajo.
- Buen manejo de publicidad y promociones dentro de estas.
- Descuentos y promociones por fidelidad.

12. Objetivos de Plan de Mercadeo

Mediante el lanzamiento de apertura del local se espera lograr ser aceptados en el mercado brindando un producto y servicio de calidad y de esta manera generar ventas que ayuden la rentabilidad y crecimiento del negocio.

12.1 Objetivos a corto, mediano y largo plazo

Corto plazo: En los primeros 12 meses la Cafetería Grano de Oro tiene como objetivo lograr que sus productos y servicios sean aceptados por los consumidores, obteniendo así una cartera de clientes fijos.

Mediano plazo: En un periodo de 2 años se ampliará el menú ofreciendo nuevos productos, aumentando los niveles de venta.

Largo plazo: En un plazo de 5 años plantear las estrategias que permitan el posicionamiento y reconocimiento a nivel nacional.

13. Estrategia de Marketing

Grandes líneas estratégicas

Cafetería “Grano de Oro” realizara estrategias realistas que no solo prometan, sino que cumplan con las expectativas creadas en los clientes, al punto de llegar a ser reconocidos como una de las mejores opciones para consumir en la cafetería.



14. Ventajas y distingos competitivos

- Las bebidas serán preparados a base de café 100% nicaragüense.
- Productos de calidad a precios módicos.
- Atención al cliente de primera; realizaremos un constante monitoreo y capacitación de protocolo en atención al cliente para poder contar con un personal altamente calificado para poder brindar un servicio de calidad procurando que los clientes se lleven una experiencia satisfactoria con respecto al buen trato educado y amable.
- Cafetería “Grano de Oro” brindara un ambiente confortable y relajante para que el cliente disfrute lo mejor posible de su experiencia en el local.
- Las bebidas calientes a base de café serán preparadas en el momento para agregarle más sabor y calidad a estas.
- Ubicación estratégica: localizados en el distrito I considerándose una zona muy importante y bastante transcurrida por las personas, pero sobre todo por estudiantes de las universidades cercanas como lo son UCA y UNI, también por la cantidad de persona que transitan en esa zona.

Como haremos para estar en la mente del consumidor

- ❖ **Local:** Brindaremos un lugar relajante en el cual se pueda tener platicas amenas tomando un café o simplemente para tomarse un tiempo y pensar

las cosas. Tomando en cuenta las encuestas realizadas optaremos por tener un ambiente de cafetería clásica, creando una imagen y un lugar el cual nuestros clientes quieran visitar con frecuencia y no sea solo por nuestros productos.

- ❖ **Producto:** Cafetería “Grano de Oro” servirá un producto de alta calidad con precios favorables, con un sabor y aroma que se grabe en la mente de los consumidores, de tal manera que nuestros clientes correrán la voz sobre nuestro producto.
- ❖ **Servicio:** El personal estará capacitado para atender de manera cordial y satisfactoria a los clientes siendo atentos a las necesidades y los llamados de estos, intentando dar un trato personalizado a clientes frecuentes.
- ❖ **Publicidad en redes sociales:** Publicaciones interactivas en Facebook e Instagram con promociones y descuento en algunos productos también, colgar fotos de clientes satisfechos disfrutando de nuestros productos y servicios (Con consentimiento previo de este) dando a entender la realidad del servicio, producto y ambiente de Cafetería “Grano de Oro”.

Los Beneficios para el cliente

- ❖ Instalaciones y equipo siempre limpio en la medida de lo posible sin molestar al cliente.
- ❖ Ambiente relajante óptimo para pláticas o lectura acompañadas de un café al gusto.
- ❖ Descuento del 10% a estudiantes que presenten carnet.
- ❖ Promociones especiales por productos los días lunes, martes y viernes.
- ❖ Servicio y atención atento al cliente.

Branding y posicionamiento. (Desarrollo de la marca)

Cafetería “Grano de Oro” pretende dar a sus clientes un buen café, con aroma y sabor de calidad, acompañado de un ambiente óptimo y atención al cliente excepcional, con la elaboración del producto a mano de un barista excelente y en el

caso de bebidas calientes a base de café estas serán preparadas en el momento para garantizar mayor calidad y sabor.

Como cafetería entramos en un mercado competitivo gobernado por grandes marcas, aun así, con nuestros productos, atención al cliente y manejo de publicidad en redes lograremos posicionarnos en un estrato alto del mercado, asíendonos crecer como marca.

15. Política de promoción



El precio que un consumidor paga normalmente suele ser un indicador de calidad del producto. En cafetería “Grano de oro” entendemos las condiciones económicas de los clientes y al mismo tiempo queremos entregarles un producto de calidad por eso se implementarán varias medidas para poder ser un producto alcanzable para nuestros

consumidores.

Las políticas de promoción serán las siguientes:

- Medidas como descuento del 10% a estudiantes que presenten carnet (estudiantes tanto de secundaria como universitarios) actualizado.
- Días promocionales y temáticos de promoción dentro de publicaciones en redes sociales que consistirán en los días siguientes:
 - Lunes de capuchinos al 2x1.
 - Miércoles de muffin al 2x1.
 - Viernes de mokaccino al 2x1.
- Tendrá un sistema de cliente frecuente en el cual se le otorgará una tarjeta al cliente que se le llenará en cada visita y al cabo de 8 visitas sin un mínimo de consumo en cada una se le dará un producto gratis de su elección.

La mayoría de las publicaciones de Cafetería “Grano de Oro” serán realizadas a través de las redes sociales, comunicando días especiales, promociones, eventos y temáticas. También se implementará la repartición de volantes en puntos transitados y populares dentro del departamento de Managua.

Se premiará a las personas que estén atentas a nuestras redes sociales con códigos promocionales.

Todo con el objetivo de darnos a conocer y mostrarle al público el acogedor lugar para pasar a tomar un rico café que ofrece la cafetería.

Con respecto a la publicidad tomaremos en cuenta los siguientes puntos:

1. Obtener imágenes de clientes satisfechos en la cafetería siempre en esa atmósfera social. (con el permiso y consentimiento del cliente).
2. Dejar muy claro en las publicaciones qué es lo que se vende. Buenos productos, un servicio amable en un ambiente tranquilo y relajado.
3. Agregar promociones que atraen nuevos clientes y que ofrecen valor a tus clientes frecuentes, por ejemplo: “lunes de cappuccino al 2x1”.
4. Considerar promocionar una tarjeta de lealtad por consumo diario, tu tarjeta deberá apoyar tu estrategia en ventas.
5. Celebrar cualquier evento o día especial que tenga temática que ver con el café, como el primero de octubre que es el día internacional del café.

13. Resultado del estudio de mercado

De los datos obtenidos descubrimos que el 57% de los encuestados son mujeres y un 43% hombres. Dentro de los cuales se tienen las edades de 15-19 años, seguido por las edades de 20-29.

Entre la población encuestada la gran mayoría son consumidores de café con un 93% de los encuestados. De estos el 50% consume algún tipo de café a diario. Con

esto podemos deducir que nuestro proyecto de “cafetería grano de oro” tiene un mercado meta al cual poder ofrecer nuestros servicios.

➤ **Con respecto a la competencia:**

Según los datos con un 50% nuestro mayor competidor en el mercado es la “Casa del café”, seguido de “Café las flores” con un 21% y “Café expreso” con un 12%. Enfocándonos en las virtudes de la competencia obtuvimos que los encuestados van a estas cafeterías por la higiene y limpieza (32%) que presentan estos competidores, así como el personal atento al servicio (35%). Además de esto los clientes en su mayoría visitan estas cafeterías por su variación de producto (53%), dándonos a entender que nuestros productos deben estar a la altura de la calidad de la competencia o superarla.

Las personas encuestadas nos dejaron conocer que lo que más les desagrada de las cafeterías que frecuentan la atención lenta que presentan (33%), así como poco espacio en establecimiento. Esto nos permite tomar medidas para implementar para en el proyecto y así cubrir estas inquietudes de los clientes.

➤ **Producto:**

De la encuesta interpretamos, correspondiente a los productos, que el menú inicial que presentamos es aceptado en su mayoría por el mercado meta, siendo el producto más demandado el Cappuccino con un 40% y el café expreso (americano) con un 24%.

Al igual el menú de comidas es bastante aceptado o demandado por los encuestados siendo el cupcakes el más demandado con un 47%, seguido por el muffin con un 29% el tres leches con un 28%, también nos dimos cuenta que un pequeño porcentaje de los encuestados demanda otros productos como rosquillas y donas que se podrían agregar al menú.

➤ **Correspondiente al Precio:**

Correspondiente a los precios agrupamos los productos que tienen un precio similar para saber lo máximo que los clientes están dispuestos a pagar por estos,

según las repuestas los precios por productos que los consumidores están dispuestos a pagar son los siguientes:

Café express - cappuccino: 55-60 córdobas.

Mokaccino – Café latte: 110-115 córdobas.

Latte con caramero – frozen cappuccino: 125-129 córdobas.

Podemos tomar en cuenta estos precios a la hora de calcular los precios de nuestros productos para saber si estamos dando un precio más bajo que la competencia o un precio que el cliente esté dispuesto a pagar por él, pero aun así se debe calcular costos y gastos antes de decidir un precio.

➤ **Correspondiente al local y ubicación:**

También podemos concluir según los gustos de los encuestado que la ambientación del local debería inclinarse por algo clásico, aunque estos resultados fueron un tanto cerrados.



Las



cafeterías clásicas son más comunes. Son formales, conservan cosas viejas y aceptan cosas modernas.

Esta encuesta no dejós saber también que nuestros posibles consumidores creen que la ubicación que seleccionamos es accesible (80%) y transitada por varias personas (22%)

➤ **Publicidad:**

Con los datos obtenidos pudimos deducir que el mayor medio en el cual las personas encuestadas ven publicidad es la red social Facebook (88%), seguido por Instagram (21%), nos sorprendió el hecho de que nadie seleccionara radio, periódico y que muy pocos eligieran tv (solo 7 encuestados reflejando el 2%) seleccionando solo los siguientes canales: canal 10 y Fox, en un horario en su mayoría de 1pm a 7 pm.

14. Plan de marketing

14.1 Estimaciones Económicas

Puesto a que la cafetería contara con departamento de marketing y al ser un negocio con canal de distribución directa se toma en cuenta las siguientes consideraciones:

- 1- No hay descuento por volumen de venta o pronto pago, pero si descuentos ocasionales.
- 2- La estimación de venta obedece a la capacidad prevista del negocio siendo este el objetivo de alcanzar durante cada mes del primer semestre mientras se posiciona y se obtiene el reconocimiento de la marca. Cuando se logre determinar de manera más precisa los niveles de ventas y se elabore la evaluación financiera se determinará el volumen de ventas real.

PLAN DE VENTAS MENSUAL

| PRODUCTOS | PRECIO PROMEDIO | CANTIDAD A VENDER | TOTAL DE VENTAS MENSUALES ESPERADAS |
|---------------------------|-----------------|-------------------|-------------------------------------|
| Café expreso | 49.59 | 360 | C\$151,949.04 |
| Café latte | 59.35 | 240 | |
| Capuchino | 57.16 | 360 | |
| Latte con caramelo | 60.27 | 240 | |
| Mokaccino | 65.44 | 240 | |
| Frozen cappuccino | 60.43 | 240 | |
| Tres leches | 90.00 | 240 | |
| Cupcakes | 60.00 | 300 | |
| Muffin | 50.00 | 300 | |

14.2 Previsión Anual de ventas

| VENTAS | TOTAL 2021 | TOTAL 2022 | TOTAL 2023 | TOTAL 2024 | TOTAL 2025 |
|--------------------|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|
| Café expreso | C\$267,801.39 | C\$281,191.46 | C\$295,251.04 | C\$310,013.59 | C\$325,514.27 |
| Café latte | C\$213,674.53 | C\$224,358.26 | C\$235,576.17 | C\$247,354.98 | C\$259,722.73 |
| Capuchino | C\$308,687.16 | C\$324,121.51 | C\$340,327.59 | C\$357,343.97 | C\$375,211.17 |
| Latte con caramelo | C\$216,957.73 | C\$227,805.62 | C\$239,195.90 | C\$251,155.70 | C\$263,713.48 |
| Mokaccino | C\$235,566.80 | C\$247,345.14 | C\$259,712.40 | C\$272,698.02 | C\$286,332.92 |
| Frozen cappuccino | C\$217,547.91 | C\$228,425.30 | C\$239,846.57 | C\$251,838.90 | C\$264,430.84 |
| Tres Leches | C\$324,000.00 | C\$340,200.00 | C\$357,210.00 | C\$375,070.50 | C\$393,824.03 |
| Cupcakes | C\$270,000.00 | C\$283,500.00 | C\$297,675.00 | C\$312,558.75 | C\$328,186.69 |
| Muffin | C\$225,000.00 | C\$236,250.00 | C\$248,062.50 | C\$260,465.63 | C\$273,488.91 |
| TOTAL | C\$2,279,235.53 | C\$2,393,197.30 | C\$2,512,857.17 | C\$2,638,500.03 | C\$2,770,425.03 |

14.3 Punto de equilibrio

1. Determine el costo total del producto o servicio: $CV + (CF/\text{producción esperada})$
 = Costo total (CT)

Café Expreso= $C\$ 17.65 + (C\$ 21438.04 / 1728) = C\$ 30.06$

2. Establezca el porcentaje de ganancia deseado (acorde con la política de precios) por su empresa.

Porcentaje de ganancia deseado es del 65%

3. Calcule el precio de venta a su cliente inmediato en el canal de distribución:

$(PV) = CT + (CT \text{ multiplicado por } \% \text{ de ganancia deseada})$

$PV = C\$ 30.06 + (30.06 \times 0.65) = C\$ 49.59$

4. Obtenga el punto de equilibrio (ventas mínimas para cubrir los costos de la empresa):

$\text{Punto de equilibrio} = CF / (PV - CV)$

| PUNTO DE EQUILIBRIO | CF | CT | PV | Punto de Equilibrio mensual |
|----------------------------|--------------|-----------|-----------|------------------------------------|
| Expreso | C\$21,438.04 | C\$30.06 | C\$49.59 | 1,097 |
| Café latte | C\$21,438.04 | C\$37.10 | C\$59.35 | 963 |
| Capuchino | C\$21,438.04 | C\$34.86 | C\$57.16 | 961 |
| Latte con caramelo | C\$21,438.04 | C\$37.67 | C\$60.27 | 949 |
| Mokaccino | C\$21,438.04 | C\$42.22 | C\$65.44 | 923 |
| Frozen cappuccino | C\$21,438.04 | C\$38.01 | C\$60.43 | 956 |
| Tres Leches | C\$21,438.04 | C\$40.00 | C\$90.00 | 429 |
| Cupcakes | C\$21,438.04 | C\$31.00 | C\$60.00 | 739 |
| Muffin | C\$21,438.04 | C\$30.00 | C\$50.00 | 1,072 |

15. Conclusión

La realización del estudio de mercado ha sido muy importante y de mucha utilidad para el proyecto cafetería Grano de Oro ya que por medio de este estudio se obtuvieron datos esenciales, una de ella fue descubrir las necesidades que tienen los consumidores potenciales a los que se va dirigir la cafetería.

Mediante el análisis del estudio se logró obtener que existe una gama de competidores directos e indirectos, uno de los mayores competidores es la casa del café una marca ya reconocida y bien posicionada en el mercado, por ende, cafetería Grano de Oro debe aprovechar las ventajas que se obtuvieron de este estudio para estar al nivel de dicha competencia.

Finalmente mediante la recolección de información se logró descubrir las fortalezas y debilidades que los productos poseen y de esta manera mejorarlas y al momento de salir al mercado sean aceptados por los consumidores ya que en la creación del plan de negocios es de suma importancia la investigación de mercado para identificar cual será el mercado potencial al que se va dirigir, para poder crear una buena planeación y reducir riesgos de fracaso a la hora de lanzar los producto al mercado. Mediante la recolección de información se logrará crear los productos y servicio de la cafería con la finalidad de cubrir todas las necesidades de los clientes ya que hay una demanda existente y un mercado meta que se puede alcanzar, intentando suplir las debilidades que la competencia no cumple correspondiente a las expectativas de los clientes.

III. Operaciones

1. Objetivos de Plan Producción

Corto plazo: Producir 51,840 unidades bebidas a base de café. Reducir los tiempos de espera entre órdenes de producción y entrega al cliente, así como reducir o eliminar los errores que se puedan llegar a ocurrir en la producción.

Objetivos a mediano plazo: tener un incremento en los niveles de producción de 59,616 unidades mensuales. También adquirir equipo de mayor capacidad para poder suplir un incremento de demanda de los productos.

Objetivos a largo plazo: tener un incremento del 15% en los niveles de producción de 79,322 unidades.

2. Especificaciones del producto

Café expreso



Es la infusión de café rico en aroma y sabor, densa, de color negro y con una uniforme capa de crema de color avellana en la parte superior. Se obtiene de la extracción de una cantidad de 7gr de café molido con un volumen de agua de 240 ml a temperatura y presión durante un tiempo fijo. Se envasara en 2 tipos de presentaciones, para tomar en el local sera en una taza de porcelana de 8 onzas que según estudios realizado por expertos estas guardan un poco mas el calor, y seran color

blanco debido a que expertos en el tema ha comprobado que al servir café en una taza de color blanco se percibe mas fuerte y amargo en comparacion a tazas de otros colores. Y las presentaciones para llevar seran envases con un tipo de material de carton con una fibra de plastico por dentro, adecuado para el uso de bebidas, estos envases seran de color blanco y negro y al centro ira la etiqueta con el logo de la cafeteria.

Café Late



Bebida que muestra definidos colores de leche y café con una base de 7gr de café expreso, 150 ml de agua y 100 ml de leche, creando una mezcla de leche evaporizada, que consiste en espuma de leche y una porción de crema suave y consistente, con una presencia mayor de leche y dulce. Contará con los 2 tipos de presentación para consumir en el establecimiento y para llevar. Servidas en una taza de porcelana color blanca de

8 onzas y para llevar será el envase hecho a base de cartón con una fibra de plástico por dentro adecuadas para este tipo de bebidas.

Capuchino



Es una bebida con una base de 7gr de café, 150ml de agua, 1gr de chocolate en polvo, 1/4 de canela en polvo, 90ml de leche y 60 ml de espuma de leche al final se obtiene una mezcla de una leche texturizada y una porción de crema suave y consistente, con un balance armónico de leche y dulce, con una superficie en la bebida que muestra definidos colores de café y leche, formando un arco dorado alrededor de la taza con crema en el centro. Generalmente se sirve en una

presentación de 6 a 8 onzas.

Late con Caramelo



Variación del café late con un agregado de sirope de caramelo o vainilla. Con los siguientes ingredientes; 7gr de café, 200 ml de agua y 140 ml de leche y 30 ml de sirope de caramelo, 1gr canela. Estos ingredientes se mezclan en la licuadora y luego se sirven en un recipiente de 12 onz decorando con 10gr de crema chantillí al borde y sirope de caramelo.

Mokaccino



Es una bebida caliente que tiene porciones iguales de café expreso, leche y espuma de leche con una porción mayor de leche evaporizada con una capa de chocolate expreso negro. Con una capacidad máxima de presentación de taza de 6 a 8 onzas de presentación. Está compuesto por 130 ml de agua, 7gr de café, 130 ml de leche, 2gr de chocolate en polvo.

Frozen cappuccino



Es una bebida helada su preparación consiste en licuar los ingredientes 2 o 3 minutos y servir en un vaso con un copo de crema chantilly y espolvoreado con cacao o canela a gusto. Este debe quedar muy espumoso y cremoso. Sus ingredientes son; 200 ml de agua, 7gr de café, 140ml de leche 10 gr de crema chantilly, 15ml de sirope de caramelo, A diferencia de las bebidas calientes este tipo de bebidas serán servidas en un recipiente de 12

onzas de vidrio, transparente y para llevar los envases serán vasos platicos transparentes.

Postres

Tres leches



Es un pastel en la que la leche es ingrediente esencial, además de contar con un rico merengue los ingredientes que se utilizan son; 4 huevos, 142gr de harina, 397gr de azúcar, 1 cucharada de levadura, 1,161gr de leche condensada, 945gr de leche evaporada, 340gr de crema, 1 cucharada de esencia de vainilla. Una vez realizado se servirán en platos

en platos de 18 centímetros de diámetros que son utilizados para servir postres en general. Y si desea para llevar se servirán en un empaque de cartón, y una especie de plástico por dentro para evitar se derrame la leche del postre. Este empaque será de color blanco y en el centro llevará el logo de la cafetería.

Cupcakes



Pueden ser rellenos o llevar trozos de chocolates, frutas o vainilla, para crear un poco de variedad. Los ingredientes que se utilizan son; 425gr onzas de harina, 340gr de azúcar, 2 cucharadita de polvo para hornear, 1/2 cucharadita de sal, 170 gramos de mantequilla, 384ml de leche, 6 huevos. Para el merengue esponjoso se utilizan; 1

taza de azúcar blanca 1/3 taza de agua, ¼ de crémor tártaro o vinagre blanco, 1/8 cucharadita de sal, 2 claras de huevo.

Muffin



El muffin es un producto de repostería elaborado con pan dulce y otros ingredientes, sobre todo con dulces. Cocinado al horno en moldes al uso, presentan una base cilíndrica y una superficie más ancha, con forma de hongo. Los ingredientes que contiene son; 300gr harina, 80gr chocolate en polvo, 2 cucharadita levadura, ¼ cucharadita de sal, 250gr de azúcar, 100gr de mantequilla, 237ml de leche entera, 2 huevos.

3. Descripción del proceso de producción

Café expreso

1. Selección de la materia prima.
2. Selección de insumos.
3. Moler el café, aproximadamente a la textura del grano de azúcar.
4. Colocar en la cafetera el café y agua a temperatura de 88 – 92°C y con una presión de 9 – 15 bar y enseguida sale el café listo (1 minuto aproximadamente).
5. Envasado del producto según la elección del cliente para consumir en el local o para llevar.
6. Entrega de pedido.

Café latte

1. Selección de materia prima.
2. Selección de insumos.
3. Selección de envase a servir.
4. Calentar la leche y verterla en una taza.
5. Preparar el café expreso y echarlo en la taza.
6. Vaporizar un poco de leche extra.
7. Añadir la leche evaporada en la taza.

8. Echar la cantidad de azúcar al gusto.
9. Entrega de pedido.

Capuchino

1. Selección de materia prima.
2. Selección de insumos.
3. Selección de envase a servir.
4. Moler el café, aproximadamente a la textura del grano de azúcar.
5. Colocar en la cafetera el café y agua a temperatura de 88 – 92°C y con una presión de 9 – 15 bar y enseguida sale el café listo (1 minuto aproximadamente).
6. En una jarra de leche con un material de acero inoxidable se empieza a evaporizar la leche a una temperatura entre 70 a 70°C para crear una crema de leche.
7. Se vierte en una taza el café expreso y encima se deja caer la crema de leche.
8. Entrega de pedido.

Latte con caramelo

1. Selección de la materia prima.
2. Selección de insumos.
3. Selección de envase a servir.
4. En una licuadora se vierten leche fría, café expreso.
5. Batir durante 5 minutos.
6. Servir en el envase seleccionado agregando sirope al interior del vaso, y decorando en el borde con crema chantillí y canela espolvoreada.
7. Entregar pedido.

Mokaccino

1. Selección de materia prima.
2. Selección de insumos.
3. Selección de envase.

4. Moler el café, aproximadamente a la textura del grano de azúcar.
5. Colocar en la cafetera el café y agua a temperatura de 88 – 92°C y con una presión de 9 – 15 bar y enseguida sale el café listo (1 minuto aproximadamente).
6. En la taza se vierte cacao en polvo, luego se vierte el café expreso y nuevamente se le echa cacao en polvo y se revuelve.
7. En una jarra de leche con un material de acero inoxidable se empieza a evaporizar la leche a una temperatura entre 70 a 70°C para crear una crema de leche.
8. Se vierte la crema de leche en la mezcla de café con cacao que se había realizado.
9. Entrega de pedido.

Frozen capuchino

1. Selección de materia prima.
2. Selección de insumos.
3. Selección de envase a servir.
4. Agregar a la licuadora café expreso, leche, azúcar y 6 cubitos de hielo.
5. Procesarla hasta que quede como una crema congelada espesa(frozen).
6. Echar le bebida en el envase.
7. Agregar en el borde con crema chantillí.
8. Entrega de pedido.

Tres leches

1. Selección de materia prima e insumos.
2. En un bowl se vierten las claras de huevo, y se baten hasta crear una consistencia espumosa, luego se incorpora el azúcar y se sigue batiendo, luego se agrega las yemas, sal, y la harina hasta lograr obtener una masa.
3. En un molde previamente engrasado con mantequilla se agrega la mezcla y se esparce de manera equitativa.
4. Meter al horno por 30 o 35 minutos a una temperatura de 175°C
5. En otro recipiente, agregar la leche condensada, leche evaporada, y leche entera, se mezclan bien hasta tener una textura homogénea.

6. Una vez el bizcocho esté listo, con un palillo se empiezan a hacer pequeños huecos sobre la superficie.
7. Se vierte la mezcla de la leche en el bizcocho.
8. Se prepara el merengue, en baño María se mezclan clara de huevo. Azúcar, sal, crémor tártaro y se empieza a batir manualmente, una vez retirada del fuego se pasa a batir con batidora eléctrica a velocidad alta por 5 minutos hasta formar el merengue.
9. Agregar el merengue al bizcocho y espolvorear con canela.
10. Meter a vitrina refrigerada.
11. Servir en un plato de postres la porción que el cliente solicite.
12. Entregar pedido.

Cupcakes

1. Selección de materia prima e insumos.
2. Mezclar la harina, sal, y polvo para hornear y leche hasta obtener una pasta homogénea.
3. Vertemos una bola de masa en los moldes de cup cake.
4. Se meten al horno por unos 15 minutos con una temperatura de 160°C.
5. Se prepara la buttercream.
6. Se decoran.
7. Los retiramos y colocamos sobre una rejilla hasta que se enfríen y colocarlos en el mostrador.
8. Servir la porción del cliente.
9. Entregar pedido.

Muffin

1. Selección de materia prima e insumos.
2. Se mezcla harina, cacao puro, levadura, $\frac{1}{4}$ cucharadita de sal, azúcar, mantequilla, leche entera, huevos hasta conseguir una masa homogénea.
3. Se coloca la masa en moldes para hornear.
4. Se mete al horno con temperatura de 190°C con una duración de 20 minutos.

5. Los retiramos y colocamos sobre una rejilla hasta que se enfríen y colocarlos en el mostrador.
6. Servir la porción del cliente.
7. Entregar pedido.

4. Diagrama de flujo del proceso

DIAGRAMA DEL PROCESO DE ELABORACION DEL CAFÉ EXPRESO



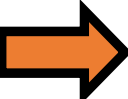










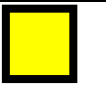
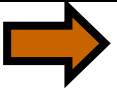


| ACTIVIDADES | TIEMPO | RESPONSABLE | HERRAMIENTA | OPERACIÓN | INSPECCIÓN | TRANSPORTE | DEMORA | ALMACENAMIENTO |
|--|---------------------|--------------------|-----------------|---|---|---|---|---|
| | | | |  |  |  |  |  |
| Transformacion del café en grano a café molido | 30 seg | Ayudante de cocina | Molino de café |  |  | | | |
| Se agrega agua caliente a 90° al café molido | 20 seg | Barista | Maquina de café |  | | | | |
| Se pasa en la boquilla para espumar | 20 seg | Barista | Maquina de café |  | | | | |
| Se pasa por la bomba de presion | 30 seg | Barista | Maquina de café |  | | | | |
| Servir la taza para consumo | 20 seg | Barista | Maquina de café |  | | | | |
| Entrega al cliente | 10 seg | Mesero | - | | |  | | |
| | 2 Min 10 seg | | |  |  |  |  |  |

DIAGRAMA DEL PROCESO DE ELABORACION DEL CAFÉ LATTE


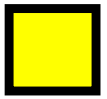
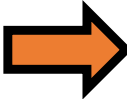















| ACTIVIDADES | TIEMPO | RESPONSABLE | HERRAMIENTA | OPERACIÓN | INSPECCIÓN | TRANSPORTE | DEMORA | ALMACENAMIENTO |
|--|---------------------|--------------------|-----------------|---|---|---|---|---|
| | | | |  |  |  |  |  |
| Transformacion del café en grano a café molido | 30 seg | Ayudante de cocina | Molino de café |  |  | | | |
| Se agrega agua caliente a 90° al café molido | 20 seg | Barista | Maquina de café |  | | | | |
| Se pasa en la boquilla para espumar | 20 seg | Barista | Maquina de café |  | | | | |
| Se pasa por la bomba de presion | 30 seg | Barista | Maquina de café |  | | | | |
| Base de Café expreso | 10 seg | Barista | - | |  | | | |
| Adicion de leche caliente | 10 seg | Barista | - |  | | | | |
| Adicion de una fina capa leche vaporizada | 10 seg | Barista | - |  | | | | |
| Adicion de Azucar | 10 seg | Barista | - |  | | | | |
| Servir la taza para consumo | 20 seg | Barista | Maquina de café |  | | | | |
| Decoracion | 30 seg | Barista | - |  |  | | | |
| Entrega al cliente | 10 seg | Mesero | - | | |  | | |
| | 3 Min 30 seg | | | | | | | |

DIAGRAMA DEL PROCESO DE ELABORACION DEL CAPPUCCINO


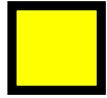
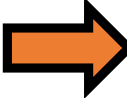













| ACTIVIDADES | TIEMPO | RESPONSABLE | HERRAMIENTA | OPERACIÓN | INSPECCIÓN | TRANSPORTE | DEMORA | ALMACENAMIENTO |
|--|--------------|--------------------|-----------------|---|---|---|---|---|
| | | | |  |  |  |  |  |
| Transformacion del café en grano a café molido | 30 seg | Ayudante de cocina | Molino de café |  |  | | | |
| Se agrega agua caliente a 90° al café molido | 20 seg | Barista | Maquina de café |  | | | | |
| Se pasa en la boquilla para espumar | 20 seg | Barista | Maquina de café |  | | | | |
| Se pasa por la bomba de presion | 30 seg | Barista | Maquina de café |  | | | | |
| Base de Café expreso | 10 seg | Barista | - | |  | | | |
| Adicion de leche vaporizada | 10 seg | Barista | - |  | | | | |
| Servir la taza para consumo | 20 seg | Barista | Maquina de café |  | | | | |
| Decoracion | 30 seg | Barista | - |  |  | | | |
| Entrega al cliente | 10 seg | Mesero | - | | |  | | |
| | 3 Min | | | | | | | |

DIAGRAMA DEL PROCESO DE ELABORACION DEL MOKACCINO


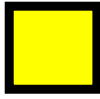
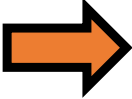













| ACTIVIDADES | TIEMPO | RESPONSABLE | HERRAMIENTA | OPERACIÓN | INSPECCIÓN | TRANSPORTE | DEMORA | ALMACENAMIENTO |
|--|---------------------|--------------------|-----------------|---|---|---|---|---|
| | | | |  |  |  |  |  |
| Transformacion del café en grano a café molido | 30 seg | Ayudante de cocina | Molino de café |  |  | | | |
| Se agrega agua caliente a 90° al café molido | 20 seg | Barista | Maquina de café |  | | | | |
| Se pasa en la boquilla para espumar | 20 seg | Barista | Maquina de café |  | | | | |
| Se pasa por la bomba de presion | 30 seg | Barista | Maquina de café |  | | | | |
| Adicion de sirope de chocolate | 10 seg | Barista | - | | | | | |
| Base de Café expreso | 10 seg | Barista | - | |  | | | |
| Adicion de espuma de leche | 10 seg | Barista | - |  | | | | |
| Servir la taza para consumo | 20 seg | Barista | Maquina de café |  | | | | |
| Decoracion | 30 seg | Barista | - |  |  | | | |
| Entrega al cliente | 10 seg | Mesero | - | | |  | | |
| | 3 Min 10 seg | | | | | | | |

DIAGRAMA DEL PROCESO DE ELABORACION DEL LATTE CON CARAMELO


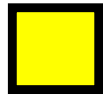
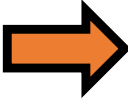


| ACTIVIDADES | TIEMPO | RESPONSABLE | HERRAMIENTA | OPERACIÓN | INSPECCIÓN | TRANSPORTE | DEMORA | ALMACENAMIENTO |
|---|---------------------|--------------------|-----------------|---|---|---|---|---|
| | | | |  |  |  |  |  |
| Transformacion del café en grano a café molido | 30 seg | Ayudante de cocina | Molino de café | ● | ● | | | |
| Se agrega agua caliente a 90° al café molido | 20 seg | Barista | Maquina de café | ● | | | | |
| Se pasa en la boquilla para espumar | 20 seg | Barista | Maquina de café | ● | | | | |
| Se pasa por la bomba de presion | 30 seg | Barista | Maquina de café | ● | | | | |
| Base de Café expreso | 10 seg | Barista | - | | ● | | | |
| El expreso pasa a la licuadora | 10 seg | Barista | Lucuadora | | | ● | | |
| Se agraga leche fria | 10 seg | Barista | - | ● | | | | |
| Licuar la mezcla | 30 seg | Barista | Lucuadora | ● | | | | |
| Servir la vaso para consumo | 20 seg | Barista | Maquina de café | ● | | | | |
| Decoracion con crema chantilli y sirope de caramelo | 30 seg | Barista | - | ● | ● | | | |
| Entrega al cliente | 10 seg | Mesero | - | | | ● | | |
| | 3 Min 40 seg | | | | | | | |

DIAGRAMA DEL PROCESO DE ELABORACION DEL FROZEN CAPPUCCINO











| ACTIVIDADES | TIEMPO | RESPONSABLE | HERRAMIENTA | OPERACIÓN | | | | | INSPECCIÓN | TRANSPORTE | DEMORA | ALMACENAMIENTO |
|---|---------------------|--------------------|-----------------|---|---|---|---|---|------------|------------|--------|----------------|
| | | | |  |  |  |  |  | | | | |
| Transformacion del café en grano a café molido | 30 seg | Ayudante de cocina | Molino de café | ● | ● | | | | | | | |
| Se agrega agua caliente a 90° al café molido | 20 seg | Barista | Maquina de café | ● | | | | | | | | |
| Se pasa en la boquilla para espumar | 20 seg | Barista | Maquina de café | ● | | | | | | | | |
| Se pasa por la bomba de presion | 30 seg | Barista | Maquina de café | ● | | | | | | | | |
| Base de Café expreso | 10 seg | Barista | - | ● | ● | | | | | | | |
| Adicion de espuma de leche | 10 seg | Barista | Maquina de café | | | | | | | | | |
| El expreso pasa a la licuadora | 10 seg | Barista | Lucuadora | | | | | | | ● | | |
| Se mezcla con leche y hielo | 10 seg | Barista | - | ● | | | | | | | | |
| Licuar la mezcla | 30 seg | Barista | Lucuadora | ● | | | | | | | | |
| Servir la vaso para consumo | 20 seg | Barista | Maquina de café | ● | | | | | | | | |
| Decoracion con crema chantilli y sirope de caramelo | 30 seg | Barista | - | ● | ● | | | | | | | |
| Entrega al cliente | 10 seg | Mesero | - | | | | | | | | ● | |
| | 3 Min 50 seg | | | | | | | | | | | |

DIAGRAMA DEL PROCESO DE ELABORACION DEL POSTRE TRES LECHE

OPERACIÓN INSPECCIÓN TRANSPORTE DEMORA ALMACENAMIENTO

| ACTIVIDADES | TIEMPO | RESPONSABLE | HERRAMIENTA |  |  |  |  |  |
|--|--------------|--------------------|----------------|---|---|---|---|---|
| Seperar yemas | 1 Min 45 seg | Ayudante de cocina | | ● | | | | |
| Poner llemas en batidora | | | | | | ● | | |
| Batir hasta punto de nieve | 1 Min 10 seg | Ayudante de cocina | Batidora | ● | | | | |
| Añadir media taza de azucar | 5 seg | Ayudante de cocina | Bowl de medida | ● | | | | |
| Añadir taza de harina | 5 seg | Ayudante de cocina | Bowl de medida | ● | | | | |
| Verter temas | 10 seg | Ayudante de cocina | | ● | | | | |
| Poner mezcla bowl | 50 seg | Ayudante de cocina | | | | ● | | |
| Meter al horno a 200 grados nivel medio | 5 seg | Jefe de cocina | Horno | | ● | ● | | |
| Hornear pastel | 45 Min | Jefe de cocina | Horno | | | | ● | |
| Abrir latas y crema (crema de leche y leche evaporada) | 40 seg | Jefe de cocina | | ● | | | | |
| poner en licuadora | 5 seg | Jefe de cocina | Licuadora | | | ● | | |
| crema de leche (leche evaporada y leche condensada) | 1 min | Jefe de cocina | | | ● | | | |
| Mezcla en licuadora de las tres leches | 25 seg | Jefe de cocina | Licuadora | ● | | | | |
| Sacar del horno el pastel | 30 seg | Jefe de cocina | | ● | | | | |
| Dejar enfriar | 10 min | Jefe de cocina | | | | | ● | |
| Hacer huecos en masa | 1 min | Jefe de cocina | | ● | | | | |
| Poner tres leches en pastel | 45 seg | Jefe de cocina | | ● | | | | |
| Refrigeracion | 20 min | Ayudante de cocina | Refrigerdora | | | | | ● |

5. Equipo e instalaciones

Cafetería “Grano de Oro” requerirá de los siguientes equipos para sus operaciones de producción.

| Equipo/Herramienta | Cantidad | Marca | Costo |
|--------------------------------------|----------|---------------------------|----------------|
| Máquina de café profesional | 1 | Astoria modelo AEP/1TANIA | \$ 2100 |
| Vitrinas pasteleras refrigeradas | 1 | Cilgor Machine | \$ 900 |
| Molino de café | 1 | Cuisinart DBM-8 | \$ 350 |
| Microondas | 1 | MenuMaster | \$ 350 |
| Mesa fría | 1 | True | \$ 1800 |
| Set de cubiertos | 1 | Kemorela | \$ 28 |
| Licuada | 1 | Waring | \$ 300 |
| Báscula | 1 | Zhi xuanjia | \$ 15 |
| Bol o cuenco de distintos tamaños | 5 | Coolcells | \$ 20 |
| Colador | 1 | CN | \$ 5 |
| Batidora eléctrica | 1 | Sonifer | \$ 28 |
| Rodillo | 1 | Goldbaking | \$ 4 |
| Rallador | 1 | Oloey | \$ 5 |
| Exprimidor | 1 | Oloey | \$ 6 |
| Refrigeradora (Mantenedora) | 1 | True | \$ 2900 |
| Moldes Tres leches | 1 | Hoomin | \$ 7 |
| Moldes Muffins | 1 | CN | \$ 5 |
| Moldes Cupcakes | 1 | CN | \$ 5 |
| Jarra espumadora de acero inoxidable | 1 | Wolltoll | \$ 9 |
| Horno | 1 | MenuMaster | \$ 200 |
| Guantes para cocina | 2 pares | CN | \$ 2 |
| Total | | | \$ 9039 |

El costo total de las herramientas será de \$ 9039(Dólares americanos) ó sea C\$ 315,190 (Córdobas nicaragüenses)

- Servicios necesarios: Agua, electricidad y gas.
- Instalaciones:
 - Instalación de una barra, lugar donde se ubicará la máquina de preparación del café.
 - Instalación de una mesa de acero para el área de trabajo en la cocina.
 - Climatización, hay que tener en cuenta que este tipo de local siempre genera un ambiente de calor, por el aforo y por la maquinaria de barra.
 - Mantenimiento a las maquinarias; el personal será capacitado para brindar el mantenimiento y cuidado de cada máquina y utensilio de su

sector, así como el encargado de cada área deberá supervisar que se les dé el correcto uso y limpieza a estos:

- Limpieza de utensilios antes y después de su uso.
- Mantenimiento preventivo una vez por mes por parte del encargado del área de producción en conjunto con el barista de turno.
- La compra de la máquina de café incluye capacitación por parte del proveedor en uso básico y limpieza de esta.

6. Materia prima

Materia prima por tasa producida

| Café expreso | |
|----------------------|----------|
| Materia prima/insumo | Cantidad |
| Café | 7 gr |
| Agua | 240 ml |

| Café Latte | |
|----------------------|----------|
| Materia prima/insumo | Cantidad |
| Leche | 100 ml |
| Café | 7 gr |
| Agua | 150 ml |

| Cappuccino | |
|----------------------|----------|
| Materia prima/insumo | Cantidad |
| Leche | 90 ml |
| Chocolate en polvo | 1 gr |
| Canela en polvo | 1 gr |
| Espuma de leche | 60 ml |
| Café | 7 gr |
| Agua | 150 ml |

| Latte con caramelo | |
|----------------------|----------|
| Materia prima/insumo | Cantidad |
| Café | 7 gr |
| Agua | 200 ml |
| Leche | 140 ml |
| Canela en polvo | 2 gr |
| Sirope de caramelo | 30 ml |
| Crema chantillí | 10 gr |

| Mokaccino | |
|----------------------|----------|
| Materia prima/insumo | Cantidad |
| Café | 7 gr |
| Agua | 130 ml |
| Leche | 130 ml |
| Chocolate en polvo | 2 gr |

| Frozen Cappuccino | |
|-----------------------|-------------|
| Materia prima/insumos | Cantidad |
| Leche | 120 ml |
| Agua | 200 ml |
| Azúcar | 3.5 gr |
| Hielo | 6 cubos |
| Café | 7 gr |
| Crema chantillí | 10 gr |
| Canela en polvo | 1 cucharada |
| Sirope de caramelo | 15 ml |

Materia prima usada en la producción de los postres por lote:

| Cupcakes Lote: 24 porciones | |
|-----------------------------|--------------|
| Materia prima/insumos | Cantidad |
| Harina | 425 gr |
| Levadura | 2 cucharadas |
| Sal | ½ cucharada |
| Mantequilla | 170 gr |
| Azúcar | 340 gr |
| Huevo | 6 |
| Esencia de vainilla | 1 cucharada |
| Leche | 384 ml |
| Merengue | |
| Azúcar | 1 taza |
| Agua | 1/3 taza |
| Cremor tártaro | ¼ taza |
| Clara de huevo | 2 |

| Muffin Lote: 10 porciones | |
|---------------------------|--------------|
| Materia prima/insumo | Cantidad |
| Leche | 237 ml |
| Harina | 300 gr |
| Chocolate en polvo | 80 gr |
| Levadura | 2 cucharadas |
| Huevo | 2 |
| Mantequilla | 100 gr |
| Sal | ¼ cucharada |
| Azúcar | 250 gr |

| Tres leches Lote: 20 porciones | |
|--------------------------------|--------------|
| Materia prima/insumo | Cantidad |
| Huevo | 4 |
| Azúcar | 397 gr |
| Harina | 142 gr |
| Leche condensada | 1161 gr |
| Leche evaporada | 495 gr |
| Crema | 340 gr |
| Claros de huevo | 5 onz |
| Canela en polvo | 2 cucharadas |
| Sal | 2 pizcas |
| Esencia de vainilla | 1 cucharada |
| Levadura | 1 cucharada |

6.1 Identificación de proveedores y cotización

Cafetería “Grano de oro” contará con los siguientes proveedores para abastecer sus insumos y materia prima:

| Proveedor | Materia prima | Precio |
|---------------------|---------------------|------------------|
| Los pinos Farm | Café | C\$ 140 /gr |
| Distribuidora Patry | Leche | C\$ 33 /litro |
| | Leche condensada | C\$ 48 |
| | Leche evaporada | C\$ 38 |
| | Huevo | C\$ 120/ Cajilla |
| | Azúcar | C\$ 55/ lb |
| | Canela en polvo | C\$ 255 |
| | Harina | C\$ 3200 (50 lb) |
| | Levadura | C\$ 30 /lb |
| | Chocolate en polvo | C\$ 70 /lb |
| | Sirope de caramelo | C\$ 130 (22 onz) |
| | Sal | C\$ 8 (454) |
| | Mantequilla | C\$ 144 /caja |
| | Esencia de vainilla | C\$ 32 (5 onz) |
| | Crema chantillí | C\$ 488 (250 gr) |

7. Capacidad instalada

La capacidad instalada de Cafetería “Grano de oro” dependerá de la maquinaria y equipo con el que se conste por eso la producción según los equipos que se tienen pensado adquirir serán de:

| Capacidad instalada para bebidas a base de café | |
|--|------------------------|
| Café expreso | |
| Periodo | Cantidad de producto |
| 1 día | 2880 envases de 8 onz |
| 1 semana | 20160 envases de 8 onz |
| 1 mes | 86400 envases de 8 onz |
| Capuchino | |
| Periodo | Cantidad de producto |
| 1 día | 2160 envases de 8 onz |
| 1 semana | 15120 envases de 8 onz |
| 1 mes | 64800 envases de 8 onz |
| Café Latte | |
| Periodo | Cantidad de producto |
| 1 día | 2160 envases de 8 onz |
| 1 semana | 15120 envases de 8 onz |
| 1 mes | 64800 envases de 8 onz |
| Mokaccino | |

| Periodo | Cantidad de producto |
|-------------------|-------------------------|
| 1 día | 2160 envases de 8 onz |
| 1 semana | 15120 envases de 8 onz |
| 1 mes | 64800 envases de 8 onz |
| Latte caramelo | |
| Periodo | Cantidad de producto |
| 1 día | 2160 envases de 8 onz |
| 1 semana | 15120 envases de 8 onz |
| 1 mes | 64800 envases de 8 onz |
| Frozen cappuccino | |
| Periodo | Cantidad de producto |
| 1 día | 360 envases de 12 onz |
| 1 semana | 2520 envases de 12 onz |
| 1 mes | 10800 envases de 12 onz |

| Capacidad instalada para postres | |
|----------------------------------|--------------------------|
| Tres leches | |
| Periodo | Cantidad de producto |
| 1 día | 120 porciones de 150 gr |
| 1 semana | 840 porciones de 150 gr |
| 1 mes | 3600 porciones de 150 gr |
| Cupcakes | |
| Periodo | Cantidad de producto |
| 1 día | 493 porciones 80 gr |
| 1 semana | 3451 porciones 80 gr |
| 1 mes | 14790 porciones 80 gr |
| Muffins | |
| Periodo | Cantidad de producto |
| 1 día | 160 porciones de 170 gr |
| 1 semana | 1120 porciones de 170 gr |
| 1 mes | 4800 porciones de 170 gr |

La capacidad instalada se consideró debido el horario de trabajo establecido de 12 horas por días los 7 días de la semana. Aun así, debido a la naturaleza de la empresa la producción será en base a la demanda actual de los productos en el caso de las bebidas a base de café. En el caso de los postres ya que estos se producen por lote se manejará un mínimo de productos en vitrina, cuando los productos bajen a ese mínimo se empezará una a producir un lote del producto (Postre) correspondiente.

Estas cantidades están tomadas en la capacidad máxima que tiene la máquina y la capacidad de utilización de la maquinaria será del 5%.

| Mínimo de porciones en vitrinas por postres | |
|---|-------------|
| Tres leches | 4 porciones |
| Cupcakes | 5 porciones |
| Muffin | 4 porciones |

8. Manejo de inventarios

| Materia prima | Punto de reorden |
|---------------------|------------------------------|
| Café | 16,181 gr (36 lbs) |
| Leche | 8 lts |
| Leche condensada | 5940 gr (15 latas de 387 gr) |
| Leche evaporada | 396 gr (1 ½ lata de 315 gr) |
| Huevo | 24 unidades (2 docenas) |
| Azúcar | 4 lb |
| Canela en polvo | 456 gr |
| Harina | 4 lb |
| Levadura | 1 lb |
| Chocolate en polvo | 1 lb |
| Sirope de caramelo | 22 onz |
| Sal | 454 g |
| Mantequilla | 500 gr |
| Esencia de vainilla | 5 onz |
| Crema chantillí | 454 g |

Tomando en consideración que se trabaja 7 días de la semana

El proveedor de café dilata 2 semanas en surtir el producto y 1 día en tiempo de entrega:

❖ Café → 30391 gr (67 lbs). Por semana 7598 gr, 1085 gr por día
 15196 gr (Mínimo de almacén) + 1085 gr (Margen de seguridad) = 16181 gr (Mínimo de reorden).

En el caso de los insumos el proveedor nos puede abastecer el mismo día de la orden compra teniendo como margen de entrega 1 día.

❖ Azúcar → 46 lbs mensuales (2 lbs por día).

2 lbs (Mínimo en almacén) + 2 lbs (Margen de seguridad) = 4 lbs (Mínimo de reorden).

❖ Harina → 48 lbs mensuales (2 lbs por día).

2 lbs (Mínimo en almacén) + 2 lbs (Margen de seguridad) = 4 lbs (Mínimo de reorden).

La harina que el proveedor nos abastece contiene 50 lbs, es decir que se estará comprando un saco al mes.

❖ Huevo → 360 unidades mensuales (12 unidades por día).

12 und (Mínimo en almacén) + 12 und (Margen de seguridad) = 24 und (Mínimo de reorden).

❖ Leche → 117 lts mensuales (4 lts por día)

4 lts (Mínimo en almacén) + 4 lts (Margen de seguridad) = 8 lts (Mínimo de reorden).

❖ Leche Condensada → 13936 gr mensuales (465 gr por día)

465 gr (Mínimo en almacén) + 465 (Margen de seguridad) = 930 gr (Mínimo de reorden).

❖ Leche evaporada → 5940 gr mensuales (198 por día)

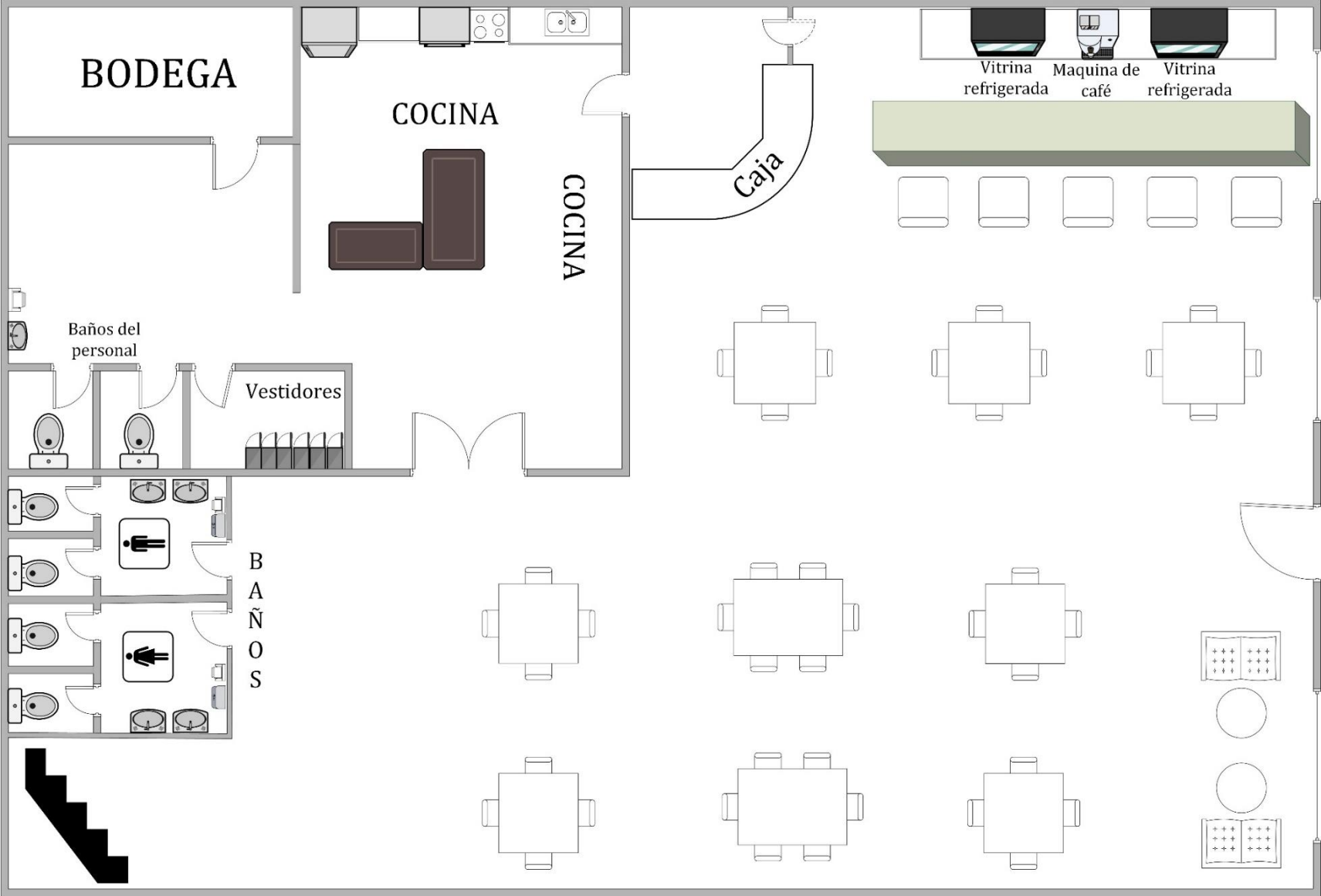
198 gr (Mínimo en almacén) + 198 gr (Margen de seguridad) = 396 gr (Mínimo de reorden).

❖ Mantequilla → 7500 gr mensuales (250 gr por día)

250 gr (Mínimo en almacén) + 250 gr (Margen de seguridad) = 500 gr (Mínimo de reorden)

En el caso de los demás insumos como su consumo mensual no excede la cantidad que contiene el su envase se tendrá como reorden el peso neto o la cantidad que el envase contenga, es decir, un envase de reserva para cada insumo.

Diseño y distribución de planta y oficina

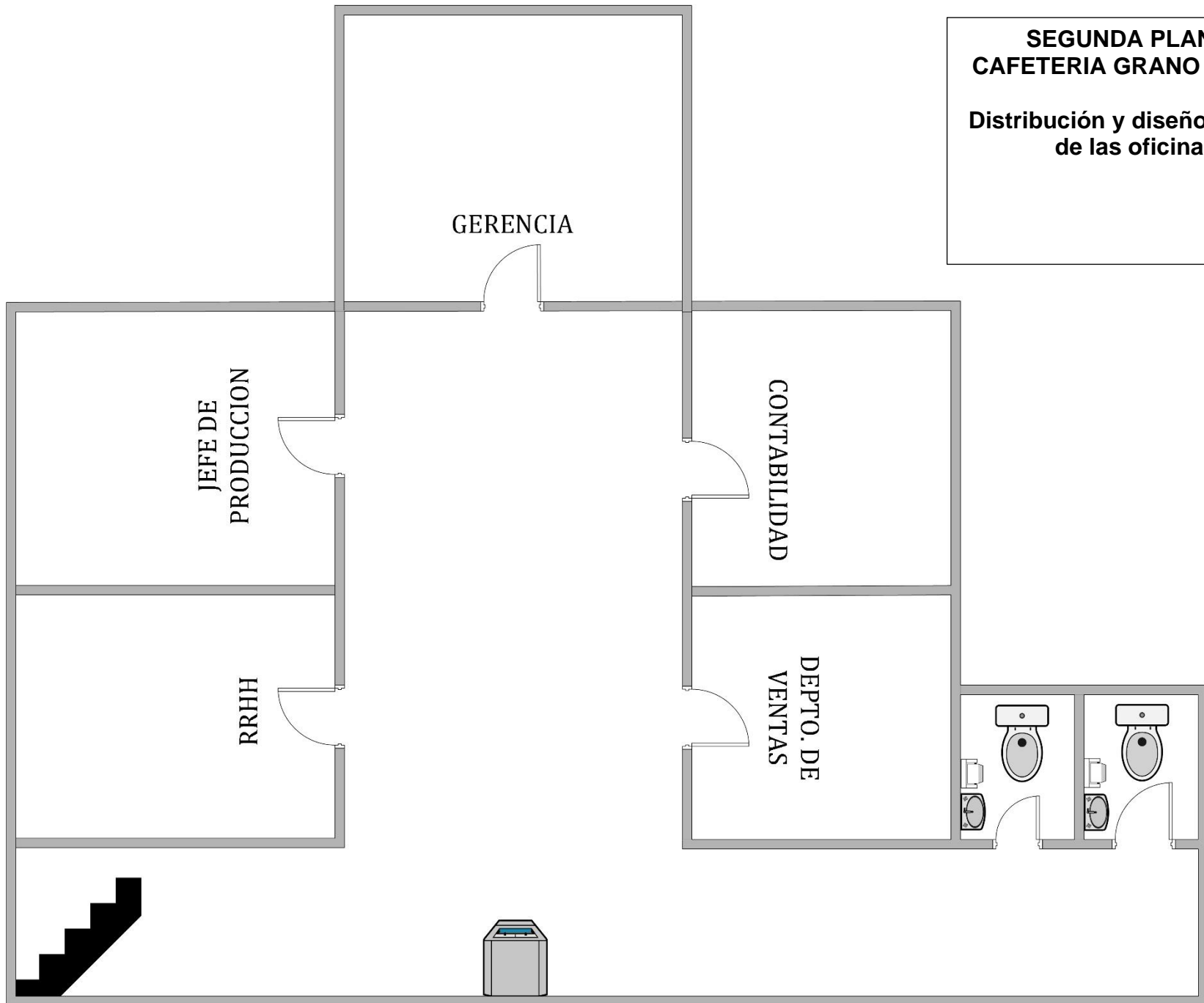


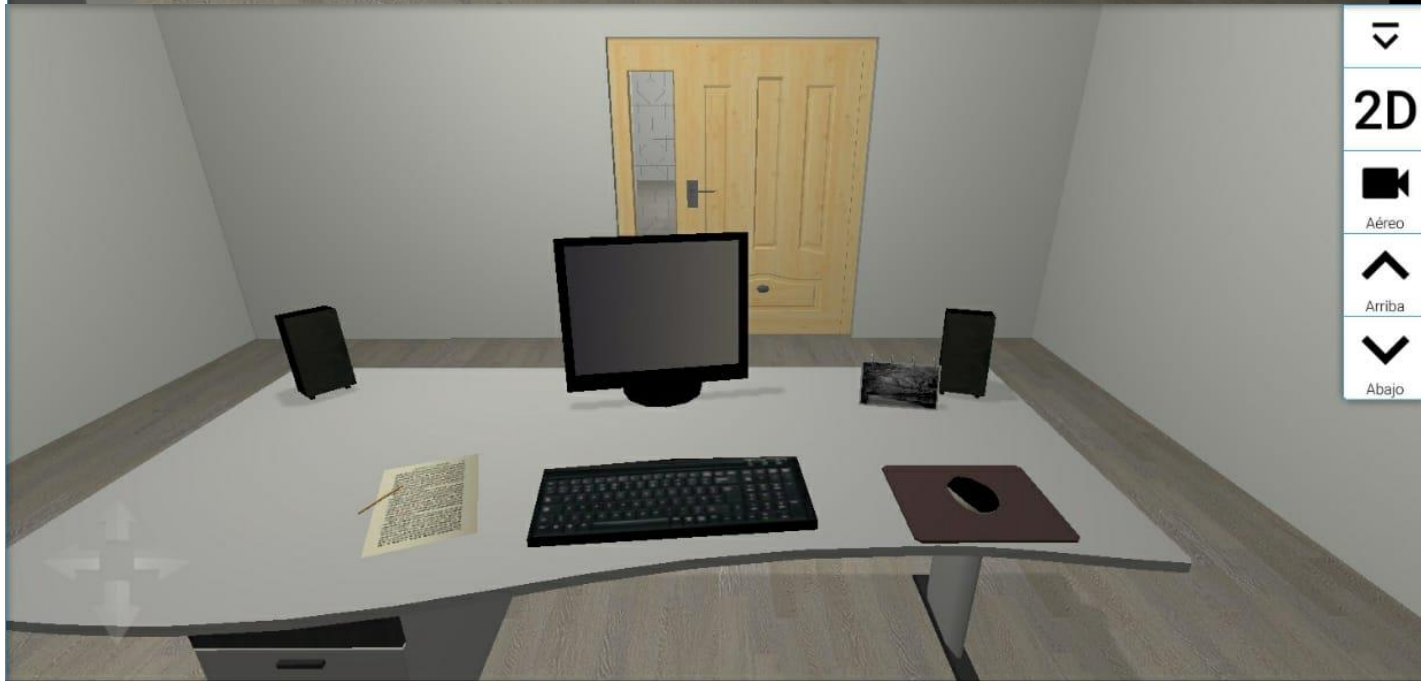




**SEGUNDA PLANTA
CAFETERIA GRANO DE ORO**

**Distribución y diseño del área
de las oficinas**





Mobiliario y utensilios necesarios

| | Cantidad | precio |
|----------------|----------|----------|
| Mesas y sillas | 11 | \$ 1089 |
| Sillones | 2 | \$ 904 |
| Tasas | 40 | \$ 200 |
| Vasos vidrio | 10 | \$ 45 |
| Cucharas | 40 | \$ 80 |
| Servilleteros | 14 | \$ 70 |
| | Total | \$ 2,388 |

9. Mano de obra requerida

| ACTIVIDAD | NUMERO DE PERSONAS | FUNCIONES |
|--------------------------------|--------------------|---|
| Gerente General | 1 | <ul style="list-style-type: none"> • Planificar las actividades de la empresa en torno a sus estrategias de crecimiento. • Crear alianzas estratégicas con otras empresas del rubro. • Establecer y controlar indicadores de desempeño de la compañía. • Se debe involucrar en las funciones y evaluación de los equipos de trabajo Analizar constantemente a la industria para determinar posibles amenazas y oportunidades. |
| Contabilidad y Finanzas | 1 | <ul style="list-style-type: none"> • Obtener y registrar de forma contable y organizada los diferentes movimientos económicos, que permitan el control financiero de la empresa. • El contador llevara un registro de entradas y salidas de dinero e inventario, presupuesto, balance general y estados de resultados que determine el futuro y presente de las condiciones operacionales de la cafetería. |

| | | |
|---|----------|---|
| Cajero | 1 | <ul style="list-style-type: none"> • Registra directamente operando una computadora o caja los movimientos de entrada y salida de dinero. • Realiza arqueos de caja. • Suministra a su superior los movimientos diarios de caja. • Sellar, estampar recibos de ingresos por caja. . Cumple con las normas y procedimientos en materia de seguridad integral, establecidos por la empresa. • Mantiene en orden equipo y sitio de trabajo, reportando cualquier anomalía. • Realiza cualquier otra tarea a fin que le sea asignada. |
| Recursos Humanos | 1 | <ul style="list-style-type: none"> • Reclutar, seleccionar y contratar al personal idóneo para la cafetería. • Formalizar los contratos con los trabajadores. • Tramitación de nóminas y seguros sociales. • Control de los derechos y deberes de los trabajadores (permisos, vacaciones, movilidad, salud laboral, seguridad e higiene en el trabajo, etc.). |
| Departamento de marketing y ventas | 1 | <ul style="list-style-type: none"> • Implementar estrategias de ventas, definir planificaciones de planes de venta, promocionar productos. • |
| Jefe de producción | 1 | <ul style="list-style-type: none"> • Revisa los niveles de inventario. • Realizar órdenes de compra. • Tramita las gestiones logísticas con los proveedores Revisa los inventarios Revisa la calidad de las entregas y los niveles acordados de servicio con los proveedores Gestiona las órdenes de pago a los proveedores. |
| Jefe de cocina | 1 | <ul style="list-style-type: none"> • Organización general de la cocina. • Hacer los pedidos de materia prima. • Elaboración de postres. |
| Barista | 1 | <ul style="list-style-type: none"> • Responsable de la elaboración de las distintas bebidas a base de café. |
| Asistente de cocina | 1 | <ul style="list-style-type: none"> • Servir de apoyo en las actividades propias de la Cocina. |

| | | |
|-----------------------|----------|---|
| Jefe de mesero | 1 | <ul style="list-style-type: none"> • Supervisar el servicio y las actividades de sus compañeros a cargo. • Recibir, acomodar y ayudar al cliente. • Resolver conflicto entre el cliente y su personal. |
| Meseros | 2 | <ul style="list-style-type: none"> • Se encarga de recepcionar y entregar los pedidos a los clientes. Se manejan turnos rotativos. |
| Limpieza | 1 | <ul style="list-style-type: none"> • Se encarga de la limpieza del local. |

10. Proceso de mejora continúa

Para poder establecer los parámetros para la mejora continua de nuestros productos y servicios, dependerá de la opinión que tengan nuestros clientes, por ello siempre se estará abierto a sugerencias.

- Internamente se realizarán encuestas por medio de nuestras redes y con los visitantes del local acerca del negocio, abarcando todos los detalles necesarios con el fin de mejorar la atención y la calidad.
- Evaluar internamente las funciones de cada uno de los empleados, para capacitar o reemplazar de ser necesario, en dependencia de la situación.
- Mejora del rendimiento en cuanto al proceso de producción en relación con la eficiencia y eficacia.
- Reducción en cuanto a costo.
- Relación con los clientes, referente a la atención que se les brindara siempre debe estar alineado con la estrategia corporativa y ser motivo de mejora continua.

11. Políticas de calidad

- Adecuación de diferentes capacitaciones propuestas de acuerdo a las necesidades actuales y futuras de los empleados.

- Eficiencia por parte de los colaboradores.
- satisfacer las expectativas que el cliente referente a los productos y servicios.
- Crear con nuestros clientes y proveedores una comunicación abierta y de esta manera responder de manera entusiasta y profesional a cualquier necesidad expresada por ellos.
- Contar con una materia prima de excelencia.

12. Conclusión

Se concluyó que el área de producción es de suma importancia ya que en aquí se abarca lo que es el proceso de preparación de cada producto, teniendo en cuenta que para su transformación se necesita una serie de procesos como son: selección de materia prima e insumos, cantidades adecuadas y correctas para su elaboración, tiempo de preparación, tipo de envases en que se servirán, la mano de obra requerida para cada proceso, toda esta información es de suma importancia para poder crear un producto final de calidad.

También comprende tener un control y cuantificación del proceso que conlleva el poder crear un buen producto con la planificación, todo esto se logra teniendo: buena coordinación en selección de materia prima e insumos con los proveedores, tener una orden de procesos mediante el flujo grama, instalación de quipos adecuados para el proceso de creación de productos, buen uso de materiales adecuados al producto, contar con mano de obra requerida para cada proceso.

Es de suma importancia es poder tener una buena gestión de producción para poder lograr crear productos de calidad para nuestros clientes.

IV. Organización

1. Objetivos de la empresa en el Área organizacional

Cortó plazo (1 año)

Ganarse una cartera de clientes fijos o frecuentes, y que cafetería “Grano de Oro, S.A” sea su primera opción siempre.

Mediano plazo (3 años)

Adquirir mejores y más novedosos instrumentos para la preparación de los productos del menú, así como una ampliación de este mismo.

Largo plazo (5 años)

Considerar planes de crecimiento de la cadena de cafés, para ampliar la cobertura y el servicio a lo largo del país.

2. Objetivos de la empresa por área funcional

Corto plazo: Contar con un personal de calidad, establecerle claramente la distribución de responsabilidades y actividades que le corresponden según su cargo jerárquico correspondiente, para de esta manera cada uno cumpla exitosamente sus funciones establecidas en el tiempo correspondiente también, crear un buen ambiente laboral entre ellos para que los trabajadores se sientan motivados y comprometidos con el logro de metas y objetivos de la empresa.

Mediano plazo: Contribuir al desarrollo de la formación profesional de los colaboradores de la cafetería mediante capacitaciones lo cual les ayudara a enriquecer los conocimientos, habilidades, conductas y actitudes y de esta manera contar con empleados competentes y que brinden mejores resultados en su desempeño laboral.

Largo plazo: Contar con un excelente personal de calidad brindando uno de los mejores servicios.

3. Funciones generales y específicas de cafetería Grano de oro

Dirección general: es la parte de la empresa más importante ya que aquí se encuentran las altas jerarquías, es decir los principales ejecutivos; responsables de las operaciones generales de la cafetería, así como de su rentabilidad. El objetivo principal será garantizar la eficiencia, productividad y desempeño general de nuestra empresa, asegurando el buen funcionamiento de la misma.

Quien ocupara este cargo será el Gerente general que se encargara de coordinar todas las actividades de la empresa, como; supervisar el desempeño de los empleados, controlar los presupuestos, establecer los objetivos generales, además de asegurar que todas estas actividades se realicen de manera eficiente, organizada, segura y rentable para la cafetería Grano de oro. Y de esta manera se logre contar una buena organización empresarial tanto interna como externa.

Funciones específicas del área:

- Planifica, organiza, dirige y evalúa las actividades de la empresa, asegurando el cumplimiento de objetivos y metas.
- Determinar los objetivos de la organización y definir las maneras de lograrlos.
- Difundir la misión y visión de la empresa a los empleados para que todos estén claros lo que somos y a donde queremos dirigirnos.
- Desarrollar, implementar, coordinar, revisar, evaluar y mejorar los procedimientos y políticas de la empresa.
- Gestionar de manera adecuada la distribución de recursos, asegurando que la correcta cantidad de responsabilidades sea asignada a las personas correspondientes en los departamentos a los que pertenecen.
- Identificar problemas y deficiencias, asegurando que se tomen todas las medidas necesarias para que se corrijan.
- Llevar el control de los presupuestos, colaborar con socios e inversionistas y con los departamentos de Ventas, Finanzas y Contabilidad para discutir estrategias y así poder alcanzar todos los objetivos económicos de la empresa:

- Tener contacto constante con los proveedores en busca de nuevos insumos y productos más adecuados.
- Formular evaluaciones periódicas acerca del cumplimiento de las funciones del personal.

Contabilidad y finanzas: este departamento su función es llevar a cabo los asuntos contables y financieros de la cafetería analizar minuciosamente los estados y evaluaciones financieras de la empresa, estar a cargo de realizar el mantenimiento y de llenar las hojas de cálculo, así como de mantener al día los libros contables.

Funciones específicas del área

- Hacer recomendaciones a la gerencia y a los distintos ejecutivos para aumentar la rentabilidad, reduciendo costos al mismo tiempo.
- Estudiar e investigar tendencias económicas y comerciales.
- Revisar estados financieros y económicos, al igual que informes escritos.
- Preparar y presentar pronósticos financieros.
- Manejar y actualizar los registros, sistemas y presupuestos financieros de la cafetería.
- Calcular y preparar nóminas, cheques, facturas, entre otros tipos de documentación.

Proyectar las estadísticas futuras de la empresa en base al estado financiero actual.

- Preparar informes financieros y tributarios previos y analizar los realizados previamente, a los fines de garantizar que cumplan con la legislación aplicable vigente.
- Reunirse con los inversores y accionistas cuando sea necesario.

Gerente de venta y marketing: esta área se encarga de manejar y coordinar estrategias de venta para poder lograr la satisfacción mediante las necesidades del cliente. Todo esto se logra mediante investigaciones de mercados lo permite identificar y analizar necesidades, problemas, deseos, cambios y tendencias en el mercado que puedan significar una oportunidad para la cafetería grano de oro.

El objetivo de este departamento es ubicar y conseguir un posicionamiento para la cafetería en el mercado y de esta forma incrementar las ventas y los ingresos.

Funciones específicas del área:

- Definir y gestionar nuestra marca.
- Producir contenidos de marketing y promoción.
- Crear contenidos que ayuden a la optimización del motor de búsqueda para el sitio web de cafetería Grano de oro.
- Seguir y gestionar las redes sociales.
- Realizar estudios de mercado constantes.
- Planear y definir las metas de marketing.
- Preparar planes y presupuesto de ventas.
- Calcular la demanda pronosticas a las ventas.
- Reclutamiento, selección y capacitación de los vendedores.
- establecer metas y objetivos de ventas.

Recursos humanos: esta área se encarga de mantener y desarrollar un recurso humano con habilidades, motivación y satisfacción suficientes para conseguir los objetivos y metas de la organización. El objetivo de este departamento es proveer a la cafetería de los recursos humanos idóneos en base a una adecuada planeación, tanto en cantidad como en calidad, para desarrollar todos los procesos del negocio.

Funciones específicas del área:

- Reclutar, seleccionar y contratar al personal idóneo para la cafetería.
- Formalizar los contratos con los trabajadores.
- Tramitación de nóminas y seguros sociales.

- Control de los derechos y deberes de los trabajadores (permisos, vacaciones, movilidad, salud laboral, seguridad e higiene en el trabajo, etc.).
- Mantener un buen clima laboral en la parte interna de la empresa entre los colaboradores.

Producción: esta área se encarga de la creación de nuestro producto, desde la materia prima en este caso el café será nuestra principal materia prima, tanto como la búsqueda de proveedores, proceso de preparación, envasado y etiquetado. El objetivo de esta área es poder crear un producto de calidad para nuestros clientes.

Funciones específicas del área:

- Elegir la materia prima.
- El abastecimiento de materiales, dependa de un adecuado tráfico de mercancías, un excelente control de inventarios, y verificar que las compras que se realicen sean las más apropiadas.
- Comprobación de que las características de los productos son acordes a las especificaciones recibidas.
- Creación de los productos.
- Almacenamiento de insumos.
- Planear y definir metas de producción.
- Llevar un control detallado de todo producto que ingrese o salga de bodega.
- Analizar, implementar y desarrollar estrategias de control de producción.
- Recolectar información del personal de producción acerca de los insumos utilizados y en existencia.
- Inspeccionar la calidad con la cual se está elaborando el producto.

Barista: será un profesional especializado en la preparación del café y bebidas a base de este por medio de diferentes métodos de preparación. Además de conocer sobre la preparación, el barista tendrá un amplio conocimiento sobre el origen del producto y su transformación ya que es de suma importancia contar con un experto en café en el local.

Funciones específicas del área:

- Informar, enseñar y sensibilizar al cliente acerca de los temas relacionados con el café y propagar la cultura del café.
- Seguimiento del café que llega al local.
- Prepara café y bebidas a base de este, por medio de diferentes métodos.
- Maneja y da el mantenimiento de su espacio de trabajo.
- Gestiona eficientemente los ingredientes de las bebidas que prepara.
- apoya a la labor de los meseros para asegurar un flujo de trabajo adecuado, con el cual el cliente se sienta satisfecho.

Jefe de cocina: es el que se encargara de controlar y realizar todo lo relacionado a los productos en este caso las bebidas y los alimentos que incluyan en el menú de la cafetería.

Funciones específicas del área:

- Elaboración y organización general del menú.
- Supervisar la limpieza de cocina.
- Supervisar la producción de cocina.
- Preparación del producto de la empresa.
- Llevar un control de los insumos que se encuentran en la cocina para que no haya inconvenientes al momento de la preparación de las bebidas y/o cualquier solicitud del menú que realice el cliente.
- Dar un informe diario de lo que se consumió, existencias y lo que se necesita para la posterior atención.

Ayudante de cocina: este se encarga de apoyar al jefe de cocina en la realización de productos.

Funciones específicas:

- Preparación del producto de la empresa.

- Asistir en las funciones del encargado de cocina.
- Trabajar en equipo en conjunto con el encargado de cocina, brindando apoyo asistiendo en todo lo requerido.
- Limpieza de utensilios de cocina.

Jefe de meseros: esta se encarga de la dirección de las mesas y la buena atención y servicio que le brindaran los meseros a los clientes que visiten la cafetería.

Funciones específicas del área:

- Dirigir y supervisar a los meseros que están bajo su cargo.
- Recibir y ayudar en elección de lugar del cliente.
- Aplicar procedimientos de seguridad o privacidad en la recepción de clientes.
- Ofrecer bebidas y menú.
- Sugerir y recomendar productos del menú.
- Tomar comandas.
- Coordinar la producción de la demanda en la cocina.
- Servir o encargar el servicio a un mesero.
- Dar información al cliente sobre alguna actividad o promoción.
- Aclarar dudas sobre el consumo del cliente.
- Explicar y acordar la forma de pago.
- Hacer evaluación final del servicio junto al cliente.
- Despedirse de manera que lo incentive a retornar al establecimiento.

Meseros: se encargarán de procesar los pedidos de los clientes y velar porque el mismo sea preparado de manera adecuada y oportuna. Además, se encargarán de servir dichos pedidos en las mesas que tengan asignadas y de observar a sus comensales para ver sus reacciones y verificar si requieren algo adicional, a los fines de procurar que estén satisfechos con el servicio que se les está brindando en la cafetería.

Funciones específicas del área:

- Darle la bienvenida al cliente y guiarlos a sus mesas de ser necesario.
- Entregar y describir los menús y especiales del día, hacer recomendaciones y dar respuesta a cualquier inquietud sobre el menú.
- Tomar nota de los pedidos de alimentos y bebidas y entregar la comanda en la cocina para su preparación.
- Servir los alimentos y bebidas y velar por el disfrute de los clientes.
- Entregarles la factura a los clientes y recibir su pago o, en su defecto, guiarlos a la caja.
- Despedir y agradecer a los clientes por su visita.
- Mantener limpia el área de mesas.

Limpieza: esta persona se encarga de la limpieza general de todo el establecimiento.

Funciones específicas:

- Limpieza diaria de las áreas de la cafetería.
- Limpieza de suelos (barrer y trapear).
- Limpieza de baños.
- Limpieza de cristales.
- Vaciado de basura y papeleras.

4. Método de selección que seguirá la empresa

Reclutamiento

El proceso de reclutamiento que se realizara de manera online en páginas como www.tecoloco.com.ni o www.encuentra24.com, las ventajas que este método de reclutamiento tiene estas son páginas muy consultadas por nicaragüenses y de manera gratuita.

Selección

La selección del personal se llevará a cabo de la siguiente manera:

- Revisión previa de los Curriculum en respuesta a las publicaciones hechas en las páginas anunciantes, seleccionando así las mejores propuestas, la cuales cubran las características que se necesitan para el puesto.
- Se citará a las personas como mejores propuestas a una entrevista general sobre sus datos personales y habilidades, también como la disponibilidad de horario y otros datos de interés.

Contratación:

Tipo de contrato:

La empresa trabajara con los nuevos empleados con contratos de tiempo determinado, con la opción de ampliación si es necesario y así como los derechos y deberes a cumplir por ambas partes.

Aspectos laborales a considerar:

- Los trabajadores trabajaran en turnos rotativos en dependencia del horario de la apertura y cierre de la cafetería (turno de 12 horas).
- Salario Quincenal.
- Tener disposición al trabajo en conjunto.
- Permisos por motivos de fuerza mayor limitados.

Inducción

El proceso de inducción será realizado la gerencia general el cual consistirá:

- Bienvenida amablemente a las instalaciones y presentaciones da cada una de las personas en su entorno de trabajo.
- Las actividades a realizar.
- Brindar la información e indumentaria necesaria para laborar.

5. Desarrollo del personal

Empresa Grano de Oro tendrá un total alrededor de 14 empleados, de los cuales 3 atenderán a los clientes cumpliendo la función de meseros/meseras, y se asignara a uno como jefe de meseros. Otros 3 estarán en el área de producción en el sector de cocina preparando las ordenas que presente el personal de atención al cliente, siendo atendidas en lo más rápido y eficientemente posible sin perder calidad en el proceso y se asignara a uno de ellos como jefe de cocina.

Se le proporcionara un adiestramiento al personal de atención al cliente sobre el trato y cuidado que deben tener con el cliente, propiciado por el supervisor del área correspondiente. Así mismo al personal del área de producción se le proporcionara un adiestramiento con relación a su espacio de trabaja y las herramientas que se le proporcionaran.

Fines que se desea alcanzar con la capacitación y adiestramiento del personal:

1. Elevar el nivel de rendimiento de los colaboradores y, con ello, al incremento de la productividad y rendimiento de la empresa.
2. Mejorar la interacción entre los colaboradores y, con ello, a elevar el interés por el aseguramiento de la calidad en el servicio.
3. Satisfacer más fácilmente requerimientos futuros de la empresa en materia de personal, sobre la base de la planeación de recursos humanos.
4. Generar conductas positivas y mejoras en el clima de trabajo, la productividad y la calidad y, con ello, a elevar la moral de trabajo.

Objetivos que se planea cumplir con la capacitación y adiestramiento:

1. Preparar al personal para la ejecución eficiente de sus responsabilidades que asuman en sus puestos.
2. Brindar oportunidades de desarrollo personal en los cargos actuales y para otros puestos para los que el colaborador puede ser considerado.

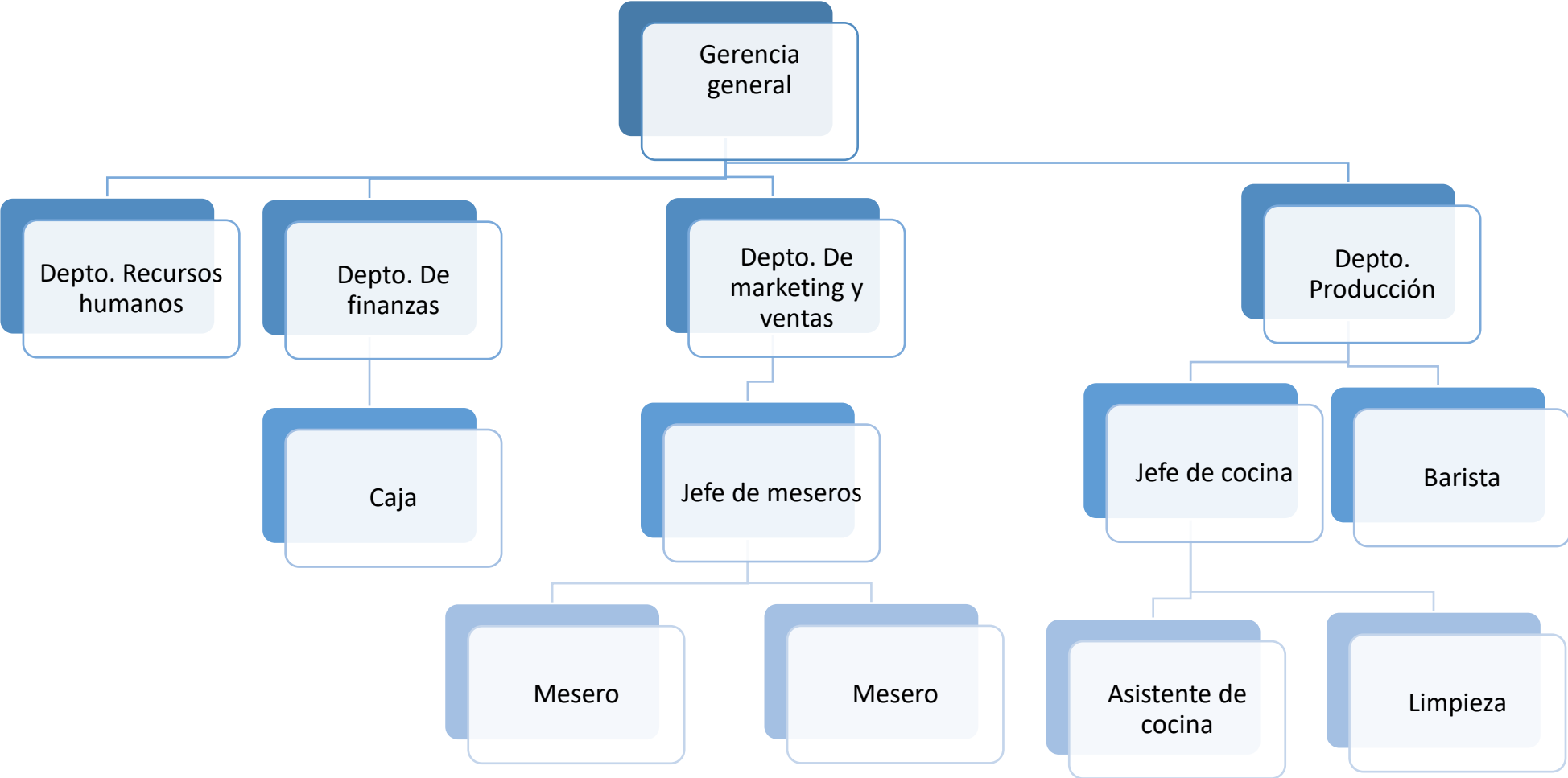
3. Modificar actitudes para contribuir a crear un clima de trabajo satisfactorio, incrementar la motivación del trabajador y hacerlo más receptivo a la supervisión y acciones de gestión.

En cuanto a la capacitación del área de Producción se considerará al largo plazo de la empresa y no necesariamente al inicio de esta. Correspondiente a las otras áreas que no son reflejadas en el programa, no será necesario brindar capacitación o adiestramiento ya que se buscará contratar personal con experiencia en esta rama de negocio.

Programa de entrenamiento y capacitación

| Puesto | Tipo da capacitaciones |
|---|---|
| Atención al cliente meseros/meseras | <ul style="list-style-type: none"> › Técnicas de arreglo del área del comensal. › Técnicas de etiqueta y protocolo al omento de atender a los clientes. › Aplicación de técnicas, métodos y procedimientos de servicio al cliente. |
| Jefe de cocina y demás personal del área de producción | <ul style="list-style-type: none"> › Normas de higiene del personal. › Método de desinfección del área de cocina. › Normas para el almacenaje de productos refrigerados. |
| Producción | <ul style="list-style-type: none"> › control de calidad y costos. |

6. Organigrama de la empresa



V. Finanzas

1. Introducción

En el presente trabajo se pretende conocer la realidad económica y financiera del negocio Cafetería “Grano de oro S.A”, ya que es de suma importancia que la empresa tenga establecido estos elementos y lleve un control de las negociaciones mercantiles y financieras logrando obtener una mayor productividad y aprovechamiento del patrimonio.

Mediante la realización de los estados financieros y las proyecciones a 5 años permiten que Cafetería Grano de Oro S.A logre obtener información financiera de la empresa analizando y valorando los resultados económicos para definir la rentabilidad del negocio y se puedan tomar buenas decisiones que favorezcan el negocio.

Estos documentos deben ser claros ya que son imprescindible para obtener información de carácter legal de Cafetería Grano de Oro.

2. Objetivos

Objetivos generales

- Determinar la viabilidad financiera de cafetería “Grano de oro S.A”.

Objetivos específicos

- Demostrar la situación financiera actual y futura de Cafetería “Grano de oro S.A” es aceptable y apta para inversiones.
- Realizar la proyección financiera del negocio y conocer el tiempo de recuperación de la inversión.

3. Plan maestro

Pronóstico de ingresos

CAFETERIA GRANO DE ORO SOCIEDAD ANONIMA

| PRONOSTICO DE INGRESO | | I SEMESTRE 2021 | II SEMESTRE 2021 | AÑO 2021 | AÑO 2022 | AÑO 2023 | AÑO 2024 | AÑO 2025 |
|-------------------------------------|-----|------------------|------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|
| Unidades pronosticadas | | 25,920.00 | 25,920.00 | 51,840.00 | 55,987 | 61,586 | 68,976 | 79,322 |
| Ingreso por Ventas en Efectivo 100% | | C\$ 1,264,896.00 | C\$ 1,581,120.00 | C\$ 2,846,016.00 | C\$ 3,415,207.00 | C\$ 3,756,746.00 | C\$ 4,207,536.00 | C\$ 4,838,642.00 |
| Ingreso de ventas por producto | | | | | | | | |
| C. Expreso | 15% | C\$ 155,520.00 | C\$ 194,400.00 | C\$ 349,920.00 | C\$ 419,902.50 | C\$ 461,895.00 | C\$ 517,320.00 | C\$ 594,915.00 |
| C. Late | 5% | C\$ 61,689.60 | C\$ 77,112.00 | C\$ 138,801.60 | C\$ 166,561.33 | C\$ 183,218.35 | C\$ 205,203.60 | C\$ 235,982.95 |
| Capuccino | 20% | C\$ 236,390.40 | C\$ 295,488.00 | C\$ 531,878.40 | C\$ 638,251.80 | C\$ 702,080.40 | C\$ 786,326.40 | C\$ 904,270.80 |
| Latte con caramelo | 10% | C\$ 124,416.00 | C\$ 155,520.00 | C\$ 279,936.00 | C\$ 335,922.00 | C\$ 369,516.00 | C\$ 413,856.00 | C\$ 475,932.00 |
| Mokaccino | 5% | C\$ 67,910.40 | C\$ 84,888.00 | C\$ 152,798.40 | C\$ 183,357.43 | C\$ 201,694.15 | C\$ 225,896.40 | C\$ 259,779.55 |
| Frozen Capuccino | 10% | C\$ 125,452.80 | C\$ 156,816.00 | C\$ 282,268.80 | C\$ 338,721.35 | C\$ 372,595.30 | C\$ 417,304.80 | C\$ 479,898.10 |
| Tres Leches | 12% | C\$ 223,948.80 | C\$ 279,936.00 | C\$ 503,884.80 | C\$ 604,659.60 | C\$ 665,128.80 | C\$ 744,940.80 | C\$ 856,677.60 |
| Cupcakes | 15% | C\$ 186,624.00 | C\$ 233,280.00 | C\$ 419,904.00 | C\$ 503,883.00 | C\$ 554,274.00 | C\$ 620,784.00 | C\$ 713,898.00 |
| Muffin | 8% | C\$ 82,944.00 | C\$ 103,680.00 | C\$ 186,624.00 | C\$ 223,948.00 | C\$ 246,344.00 | C\$ 275,904.00 | C\$ 317,288.00 |
| Total de Entrada de Efectivo | | | | C\$ 2,846,016.00 | C\$ 3,415,207.00 | C\$ 3,756,746.00 | C\$ 4,207,536.00 | C\$ 4,838,642.00 |

La cafetería grano de oro tiene como objetivo, hacer que nuestros productos y servicios sean aceptados por los consumidores, así de esta manera generar C\$2,846,016.00 equivalente a 51,840 unidades de productos ofrecidos

| Tipos de productos | Precios de venta I SEMESTRE | Precio de Venta | % de aporte |
|--------------------|-----------------------------|-----------------|-------------|
| C. Expreso | 40 | 50 | 15% |
| C. Late | 47.6 | 59.5 | 5% |
| Capuccino | 45.6 | 57 | 20% |
| Latte con caramelo | 48 | 60 | 10% |
| Mokaccino | 52.4 | 65.5 | 5% |
| Frozen Capuccino | 48.4 | 60.5 | 10% |
| Tres Leches | 72 | 90 | 12% |
| Cupcakes | 48 | 60 | 15% |
| Muffin | 40 | 50 | 8% |
| 100% | | | |

648.00

Pronóstico de egresos:

| CAFETERIA GRANO DE ORO SOCIEDAD ANONIMA | | | | | | |
|---|------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|
| PRONOSTICO DE EGRESO | | ANO 2021 | ANO 2022 | ANO 2023 | ANO 2024 | ANO 2025 |
| | | Compras | C\$ 524,274.60 | C\$ 566,216.57 | C\$ 622,838.22 | C\$ 697,578.81 |
| Compras en efectivo | 70% | C\$ 366,992.22 | C\$ 396,351.60 | C\$ 435,986.76 | C\$ 488,305.17 | C\$ 561,550.94 |
| Cuentas por Pagar | | | | | | |
| Compra de materia prima al credito | 30% | C\$ 157,282.38 | C\$ 169,864.97 | C\$ 186,851.47 | C\$ 209,273.64 | C\$ 240,664.69 |
| Gastos de Ventas | | C\$ 349,960.00 | C\$ 352,903.60 | C\$ 344,676.64 | C\$ 347,679.40 | C\$ 350,712.20 |
| Mano de obra | | C\$ 294,360.00 | C\$ 297,303.60 | C\$ 300,276.64 | C\$ 303,279.40 | C\$ 306,312.20 |
| Mercadeo | | C\$ 55,600.00 | C\$ 55,600.00 | C\$ 44,400.00 | C\$ 44,400.00 | C\$ 44,400.00 |
| Gastos de Administracion | | C\$ 843,142.57 | C\$ 851,208.37 | C\$ 859,354.83 | C\$ 867,582.75 | C\$ 875,892.95 |
| Salarios | | C\$ 806,580.00 | C\$ 814,645.80 | C\$ 822,792.26 | C\$ 831,020.18 | C\$ 839,330.38 |
| Luz | | C\$ 13,798.44 | C\$ 13,798.44 | C\$ 13,798.44 | C\$ 13,798.44 | C\$ 13,798.44 |
| Agua | | C\$ 4,320.00 | C\$ 4,320.00 | C\$ 4,320.00 | C\$ 4,320.00 | C\$ 4,320.00 |
| Internet y Telefono | | C\$ 18,444.13 | C\$ 18,444.13 | C\$ 18,444.13 | C\$ 18,444.13 | C\$ 18,444.13 |
| Gastos de Operaciones | | C\$ 391,476.36 | C\$ 394,896.36 | C\$ 398,350.56 | C\$ 401,839.30 | C\$ 405,362.93 |
| Salarios | | C\$ 342,000.00 | C\$ 345,420.00 | C\$ 348,874.20 | C\$ 352,362.94 | C\$ 355,886.57 |
| Luz | | C\$ 32,196.36 | C\$ 32,196.36 | C\$ 32,196.36 | C\$ 32,196.36 | C\$ 32,196.36 |
| Agua | | C\$ 17,280.00 | C\$ 17,280.00 | C\$ 17,280.00 | C\$ 17,280.00 | C\$ 17,280.00 |
| Otros Gastos | | C\$ 104,400.00 | C\$ 104,400.00 | C\$ 104,400.00 | C\$ 104,400.00 | C\$ 104,400.00 |
| Mantenimiento y limpieza | | C\$ 17,400.00 | C\$ 17,400.00 | C\$ 17,400.00 | C\$ 17,400.00 | C\$ 17,400.00 |
| Vestuario | | C\$ 87,000.00 | C\$ 87,000.00 | C\$ 87,000.00 | C\$ 87,000.00 | C\$ 87,000.00 |
| Depreciacion | | C\$ 168,524.49 | C\$ 168,524.49 | C\$ 168,524.49 | C\$ 168,524.49 | C\$ 168,524.49 |
| Depreciacion Equip. De Oficina | | C\$ 77,571.69 | C\$ 77,571.69 | C\$ 77,571.69 | C\$ 77,571.69 | C\$ 77,571.69 |
| Depreciacion Equip. De Produccion | | C\$ 83,974.80 | C\$ 83,974.80 | C\$ 83,974.80 | C\$ 83,974.80 | C\$ 83,974.80 |
| Depreciacion de edificio | | C\$ 6,978.00 | C\$ 6,978.00 | C\$ 6,978.00 | C\$ 6,978.00 | C\$ 6,978.00 |
| Pago a principal | | C\$ 79,799.38 | C\$ 95,409.59 | C\$ 114,073.44 | C\$ 136,388.28 | C\$ 163,068.31 |
| Intereses | | C\$ 99,601.83 | C\$ 83,991.62 | C\$ 65,327.77 | C\$ 43,012.93 | C\$ 16,332.91 |
| Total de impuestos pagados | | C\$ 26,347.91 | C\$ 41,799.18 | C\$ 52,104.38 | C\$ 62,409.83 | C\$ 77,861.85 |
| Pago de Impuestos (Distrito que confiere) | | C\$ 25,731.57 | C\$ 41,170.51 | C\$ 51,463.13 | C\$ 61,755.76 | C\$ 77,194.70 |
| Gastos de Constitucion | | C\$ 616.35 | C\$ 628.67 | C\$ 641.25 | C\$ 654.07 | C\$ 667.15 |
| Total Desembolsos | | C\$ 2,587,527.14 | C\$ 2,659,349.78 | C\$ 2,729,650.33 | C\$ 2,829,415.80 | C\$ 2,964,371.26 |
| Nota: Las inscripciones de la cafetería grano de oro, en la DGI no tienen costo monetario alguno al momento de su inscripción, porque la inscripción es ante una Institución del Estado que brinda servicios de derecho público, conforme la Base Legal: art.15 del CTr; art. 7 de la Nº 850 Ley Creadora del Registro Único. | | | | | | |
| Total Compras anuales | Gastos de Ventas | Gastos de Admon | Imp. | Impuestos | | |
| \$524,274.60 | 3% | 12.00% | 30.00% | 514,631.34 | | |
| \$43,689.55 | | | | | | |
| Prestamo LP | 16,850.00 | | | | | |
| Total Prestamo | 16,850.00 | | | | | |


Flujo de Caja

| CAFETERIA GRANO DE ORO SOCIEDAD ANONIMA | | | | | |
|--|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|
| FLUJO DE CAJA | AÑO 2021 | AÑO 2022 | AÑO 2023 | AÑO 2024 | AÑO 2025 |
| Ingresos | C\$ 2,846,016.00 | C\$ 3,415,207.00 | C\$ 3,756,746.00 | C\$ 4,207,536.00 | C\$ 4,838,642.00 |
| Menos Desembolso de Efectivo | C\$ 2,587,527.14 | C\$ 2,659,349.78 | C\$ 2,729,650.33 | C\$ 2,829,415.80 | C\$ 2,964,371.26 |
| Flujo de Efectivo Neto | C\$ 258,488.86 | C\$ 755,857.22 | C\$ 1,027,095.67 | C\$ 1,378,120.20 | C\$ 1,874,270.74 |
| Mas Efectivo Inicial | C\$ - | C\$ - | C\$ - | C\$ - | C\$ - |
| Efectivo Final | C\$ 258,488.86 | C\$ 755,857.22 | C\$ 1,027,095.67 | C\$ 1,378,120.20 | C\$ 1,874,270.74 |
| Menos Saldo de Efectivo Minimo | C\$ 10,000.00 | C\$ 10,000.00 | C\$ 10,000.00 | C\$ 10,000.00 | C\$ 10,000.00 |
| Financiamiento Total Requerido | | | | | |
| Saldo Efectivo Excedente | C\$ 248,488.86 | C\$ 745,857.22 | C\$ 1,017,095.67 | C\$ 1,368,120.20 | C\$ 1,864,270.74 |

4. Políticas de inventario

- Todo insumo y materia prima que entre y salga de bodega debe ser debidamente registrada en la hoja de control.
- El encargado de bodega deberá de revisar los productos al momento que los proveedores hagan la entrega verificando fechas de vencimiento, que el empaque de los productos esté en buen estado y contabilizar la cantidad de productos según a la orden de compra.
- Los ítems de la misma naturaleza estarán almacenados en el mismo lugar.
- La bodega siempre debe mantener una limpieza e higiene impecable.
- Una vez utilizados los ítems deberán reabastecer los espacios vacíos donde se encontraba el producto anterior.
- Todo personal que ingrese a bodega deberá lavarse las manos al entrar y salir de la zona.
- El acceso a las áreas de almacenamiento estará restringido, solamente podrán entrar los responsables del área.
- Presentar un reporte mensual donde se refleje el control adecuado de las entradas, salidas, pérdidas o faltantes de los productos.
- Llevar un control del margen de vida de cada producto.
- Los productos obsoletos deberán eliminarse una vez teniendo la aprobación del gerente.

5. Estado de situación financiera inicial

|  CAFETERIA GRANO DE ORO S.A ESTADO DE SITUACION FINANCIERA (Cifra nominales expresadas en cordobas) Al 31 de diciembre de 2020 | |
|--|-------------------------------|
| ACTIVO | |
| ACTIVO CORRIENTE | |
| Caja general | C\$5,000.00 |
| Bancos | C\$100,000.00 |
| Inventarios materia prima | C\$29,902.00 |
| TOTAL ACTIVO CORRIENTE | <u>C\$134,902.00</u> |
| ACTIVO NO CORRIENTE | |
| Terreno | C\$209,340.00 |
| Edificio | C\$139,560.00 |
| Equipo de produccion | C\$322,034.70 |
| Equipo de oficina | C\$290,902.35 |
| Gastos de constitucion | C\$752.50 |
| TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE | <u>C\$962,589.55</u> |
| TOTAL ACTIVO | <u>C\$1,097,491.55</u> |
| PASIVO | |
| PASIVO CORRIENTE | |
| Prestamos por pagar C/P | C\$99,601.83 |
| Intereses por pagar | C\$79,799.38 |
| TOTAL PASIVO CORRIENTE | <u>C\$179,401.21</u> |
| PASIVO NO CORRIENTE | |
| Prestamo por pagar L/P | C\$486,791.20 |
| TOTAL PASIVO NO CORRIENTE | <u>C\$486,791.20</u> |
| TOTAL PASIVO | <u>C\$666,192.42</u> |
| PATRIMONIO | |
| Capital Social | <u>C\$431,299.14</u> |
| TOTAL PASIVO + CAPITAL | <u>C\$1,097,491.55</u> |

6. Estado de Resultado Proyectado

| CAFETERIA GRANO DE ORO SOCIEDADA ANONIMA | | | | | | |
|--|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|--|
| ESTADOS DE RESULTADOS PROYECTADOS | | | | | | |
| AL 30 DE DICIEMBRE DE CADA AÑO | | | | | | |
| (Expresados en Miles de Cordobas) | | | | | | |
| Ingresos | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | |
| Venta de bienes y servicio | C\$ 2,846,016.00 | C\$ 3,415,207.00 | C\$ 3,756,746.00 | C\$ 4,207,536.00 | C\$ 4,838,642.00 | |
| Ingresos netos | C\$ 2,846,016.00 | C\$ 3,415,207.00 | C\$ 3,756,746.00 | C\$ 4,207,536.00 | C\$ 4,838,642.00 | |
| Costos de venta | Nota 5 C\$ 1,053,894.33 | C\$ 1,053,466.72 | C\$ 1,061,363.36 | C\$ 1,083,480.93 | C\$ 1,130,232.44 | |
| Margen bruto | C\$ 1,792,121.67 | C\$ 2,361,740.28 | C\$ 2,695,382.64 | C\$ 3,124,055.07 | C\$ 3,708,409.56 | |
| Gastos de operación | C\$ -1,193,102.57 | C\$ -1,204,111.97 | C\$ -1,204,031.46 | C\$ -1,215,262.15 | C\$ -1,226,605.15 | |
| Gastos de venta | C\$ 349,960.00 | C\$ 352,903.60 | C\$ 344,676.64 | C\$ 347,679.40 | C\$ 350,712.20 | |
| Gastos de administración | C\$ 843,142.57 | C\$ 851,208.37 | C\$ 859,354.83 | C\$ 867,582.75 | C\$ 875,892.95 | |
| Utilidad de operación (UAI) | C\$ 599,019.10 | C\$ 1,157,628.31 | C\$ 1,491,351.18 | C\$ 1,908,792.92 | C\$ 2,481,804.42 | |
| Gastos financieros | C\$ -179,401.21 | C\$ -179,401.21 | C\$ -179,401.21 | C\$ -179,401.21 | C\$ -179,401.21 | |
| Utilidad antes del IR | C\$ 419,617.89 | C\$ 978,227.10 | C\$ 1,311,949.96 | C\$ 1,729,391.70 | C\$ 2,302,403.20 | |
| Impuesto sobre la renta 30% | C\$ -125,885.37 | C\$ -293,468.13 | C\$ -393,584.99 | C\$ -518,817.51 | C\$ -690,720.96 | |
| Utilidad neta | C\$ 293,732.52 | C\$ 684,758.97 | C\$ 918,364.97 | C\$ 1,210,574.19 | C\$ 1,611,682.24 | |

ELABORADO

REVISADO

AUTORIZADO

7. Estado de Situación Financiera:

| ESTADOS DE SITUACION FINANCIERA PROYECTADO AL 30 DE DICIEMBRE DE CADA AÑO (Expresados en Miles de Cordobas) | | | | | | |
|---|--------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Activos Corrientes | | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 |
| | | C\$ 3,505,192.60 | C\$ 4,086,423.57 | C\$ 4,484,584.22 | C\$ 5,010,114.81 | C\$ 5,745,857.63 |
| Efectivo y equivalentes al efectivo | Nota 1 | C\$ 2,951,016.00 | C\$ 3,520,207.00 | C\$ 3,861,746.00 | C\$ 4,312,536.00 | C\$ 4,943,642.00 |
| Inventarios | Nota 2 | C\$ 554,176.60 | C\$ 566,216.57 | C\$ 622,838.22 | C\$ 697,578.81 | C\$ 802,215.63 |
| Deudores comerciales | | | | | | |
| Activos no Corrientes | | C\$ 457,356.76 | C\$ 457,356.76 | C\$ 457,356.76 | C\$ 457,356.76 | C\$ 457,356.76 |
| Propiedades, Planta y Equipo | | | | | | |
| Terreno | | C\$ 209,340.00 | C\$ 209,340.00 | C\$ 209,340.00 | C\$ 209,340.00 | C\$ 209,340.00 |
| Edificio | | C\$ 139,560.00 | C\$ 139,560.00 | C\$ 139,560.00 | C\$ 139,560.00 | C\$ 139,560.00 |
| Dep. Acumulada Edificio | | C\$ -6,978.00 | C\$ -6,978.00 | C\$ -6,978.00 | C\$ -6,978.00 | C\$ -6,978.00 |
| Mobiliario y equipo oficina | | C\$ 276,981.24 | C\$ 276,981.24 | C\$ 276,981.24 | C\$ 276,981.24 | C\$ 276,981.24 |
| Dep. Mob. Equipo | | C\$ -161,546.49 | C\$ -161,546.49 | C\$ -161,546.49 | C\$ -161,546.49 | C\$ -161,546.49 |
| Total de activos | | C\$ 3,962,549.36 | C\$ 4,543,780.32 | C\$ 4,941,940.98 | C\$ 5,467,471.57 | C\$ 6,203,214.39 |
| Patrimonio y pasivos | | | | | | |
| Pasivos Corrientes | | C\$ 462,568.96 | C\$ 642,734.31 | C\$ 759,837.67 | C\$ 907,492.37 | C\$ 1,110,786.86 |
| Prestamos bancarios | Nota 3 | C\$ 179,401.21 | C\$ 179,401.21 | C\$ 179,401.21 | C\$ 179,401.21 | C\$ 179,401.21 |
| Cuentas por pagar comerciales | | C\$ 157,282.38 | C\$ 169,864.97 | C\$ 186,851.47 | C\$ 209,273.64 | C\$ 240,664.69 |
| Impuestos sobre la renta | | C\$ 125,885.37 | C\$ 293,468.13 | C\$ 393,584.99 | C\$ 518,817.51 | C\$ 690,720.96 |
| Total pasivos | | C\$ 462,568.96 | C\$ 642,734.31 | C\$ 759,837.67 | C\$ 907,492.37 | C\$ 1,110,786.86 |
| Patrimonio | | | | | | |
| Capital | | C\$ 3,206,247.88 | C\$ 3,216,287.04 | C\$ 3,263,738.34 | C\$ 3,349,405.01 | C\$ 3,480,745.28 |
| Ganancias (pérdidas) acumuladas | Nota 5 | C\$ 293,732.52 | C\$ 684,758.97 | C\$ 918,364.97 | C\$ 1,210,574.19 | C\$ 1,611,682.24 |
| Patrimonio total | | C\$ 3,499,980.40 | C\$ 3,901,046.01 | C\$ 4,182,103.31 | C\$ 4,559,979.20 | C\$ 5,092,427.52 |
| Total de patrimonio y pasivos | | C\$ 3,962,549.36 | C\$ 4,543,780.32 | C\$ 4,941,940.98 | C\$ 5,467,471.57 | C\$ 6,203,214.39 |

ELABORADO

REVISADO

AUTORIZADO

8. Aplicación de Indicadores de Diagnostico Financiero

| CAFETERIA GRANO DE ORO SOCIEDADA ANONIMA | | | | | |
|--|----------------|----------------|----------------|---------------|---------------|
| RAZONES FINANCIERAS | | | | | |
| (Expresados en Miles de Cordobas) | | | | | |
| | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 |
| Razón circulante | 7.58 | 6.36 | 5.90 | 5.52 | 5.17 |
| Activo circulante | 3,505,192.60 | 4,086,423.57 | 4,484,584.22 | 5010114.812 | 5745857.634 |
| Pasivo circulante | 462,568.96 | 642,734.31 | 759,837.67 | 907492.3673 | 1110786.864 |
| Prueba de ácido | 6.38 | 5.48 | 5.08 | 4.75 | 4.45 |
| Activo circulante - inventarios | 2,951,016.00 | 3,520,207.00 | 3,861,746.00 | 4312536 | 4943642 |
| Pasivo circulante | 462,568.96 | 642,734.31 | 759,837.67 | 907492.3673 | 1110786.864 |
| Indice de deuda | 12% | 14% | 15% | 17% | 18% |
| Pasivo total | 462,568.96 | 642,734.31 | 759,837.67 | 907492.3673 | 1110786.864 |
| Activo total | 3,962,549.36 | 4,543,780.32 | 4,941,940.98 | 5467471.567 | 6203214.389 |
| Indice de endeudamiento | 0.13 | 0.16 | 0.18 | 0.20 | 0.22 |
| Pasivo total | 462,568.96 | 642,734.31 | 759,837.67 | 907492.3673 | 1110786.864 |
| Patrimonio | 3,499,980.40 | 3,901,046.01 | 4,182,103.31 | 4559979.2 | 5092427.525 |
| Cobertura de intereses | 3.34 | 6.45 | 8.31 | 10.64 | 13.83 |
| Utilidad de operación | 599,019.10 | 1,157,628.31 | 1,491,351.18 | 1908792.916 | 2481804.417 |
| Gastos financieros | 179,401.21 | 179,401.21 | 179,401.21 | 179401.2128 | 179401.2128 |
| Rotación de inventario | 1.90 | 1.86 | 1.70 | 1.55 | 1.41 |
| Costo de ventas | 1,053,894.33 | 1,053,466.72 | 1,061,363.36 | 1,083,480.93 | 1,130,232.44 |
| Inventario promedio | 554,176.60 | 566,216.57 | 622,838.22 | 697,578.81 | 802,215.63 |
| Periodo medio de inventario | 189.30 | 193.49 | 211.26 | 231.78 | 255.52 |
| Inventario promedio x 360 | 199,503,576.00 | 203,837,964.48 | 224,221,760.93 | 251128372.2 | 288797628.1 |
| Costo de ventas | 1,053,894.33 | 1,053,466.72 | 1,061,363.36 | 1083480.934 | 1130232.437 |
| Periodo medio de pago | 53.73 | 57.39 | 60.17 | 65.05 | 70.16 |
| Cuentas por pagar promedio x 360 | 56,621,656.80 | 61,151,389.34 | 67,266,528.28 | 75338511.67 | 86639288.42 |
| Compras netas a crédito | 1,053,894.33 | 1,065,506.69 | 1,117,985.02 | 1,158,222 | 1,234,869 |
| Rotación de activo circulante | 0.81 | 0.84 | 0.84 | 0.84 | 0.84 |
| Ventas netas | 2,846,016.00 | 3,415,207.00 | 3,756,746.00 | 4207536 | 4838642 |
| Activo circulante promedio | 3,505,192.60 | 4,086,423.57 | 4,484,584.22 | 5010114.812 | 5745857.634 |
| Rotación de activo fijo | 10.28 | 12.33 | 13.56 | 15.19 | 17.47 |
| Ventas netas | 2,846,016.00 | 3,415,207.00 | 3,756,746.00 | 4207536 | 4838642 |
| Activo fijo neto | 276,981.24 | 276,981.24 | 276,981.24 | 276981.243 | 276981.243 |

| | | | | | |
|--|--------------|--------------|--------------|-------------|--------------|
| Rotación de activo a largo plazo | 6.22 | 7.47 | 8.21 | 9.20 | 10.58 |
| Ventas netas | 2,846,016.00 | 3,415,207.00 | 3,756,746.00 | 4207536 | 4838642 |
| Activos a largo plazo | 457,356.76 | 457,356.76 | 457,356.76 | 457356.7554 | 457356.7554 |
| Rotación activo total | 0.72 | 0.75 | 0.76 | 0.77 | 0.78 |
| Ventas netas | 2,846,016.00 | 3,415,207.00 | 3,756,746.00 | 4207536 | 4838642 |
| Activo total promedio | 3,962,549.36 | 4,543,780.32 | 4,941,940.98 | 5467471.567 | 6203214.389 |
| Margen de utilidad bruta | 63% | 69% | 100% | 74% | 77% |
| Utilidad bruta | 1,792,121.67 | 2,361,740.28 | 3,756,746.00 | 3124055.066 | 3708409.563 |
| Ventas netas | 2,846,016.00 | 3,415,207.00 | 3,756,746.00 | 4207536 | 4838642 |
| Margen de utilidad de operación | 21% | 34% | 40% | 45% | 51% |
| Utilidad de operación | 599,019.10 | 1,157,628.31 | 1,491,351.18 | 1908792.916 | 2481804.417 |
| Ventas netas | 2,846,016.00 | 3,415,207.00 | 3,756,746.00 | 4207536 | 4838642 |
| Margen de utilidad neta | 10% | 20% | 24% | 29% | 33% |
| Utilidad neta | 293,732.52 | 684,758.97 | 918,364.97 | 1210574.192 | 1611682.243 |
| Ventas netas | 2,846,016.00 | 3,415,207.00 | 3,756,746.00 | 4207536 | 4838642 |
| Rendimiento de operación sobre ac | 15% | 25% | 30% | 35% | 40% |
| Utilidad de operación | 599,019.10 | 1,157,628.31 | 1,491,351.18 | 1908792.916 | 2481804.417 |
| Activo total | 3,962,549.36 | 4,543,780.32 | 4,941,940.98 | 5467471.567 | 6203214.389 |
| Rendimiento sobre la inversión | 0.07 | 0.15 | 0.19 | 0.22 | 0.26 |
| Utilidad neta | 293,732.52 | 684,758.97 | 918,364.97 | 1210574.192 | 1611682.243 |
| Activo total | 3,962,549.36 | 4,543,780.32 | 4,941,940.98 | 5467471.567 | 6203214.389 |
| Rendimiento sobre el patrimonio | 8% | 18% | 22% | 27% | 32% |
| Utilidad neta | 293,732.52 | 684,758.97 | 918,364.97 | 1210574.192 | 1611682.243 |
| Patrimonio | 3,499,980.40 | 3,901,046.01 | 4,182,103.31 | 4559979.2 | 5092427.525 |
| IAP | 1.1321633 | 1.16475948 | 1.181687924 | 1.199012392 | 1.218125218 |

Periodo de Recuperación

Tomando los flujos del negocio, el periodo de recuperación de la inversión es de 2 año,0 meses y 29 días.

Detalles de cálculos, Ver Anexo 5

| PERIODO DE RECUPERACION | |
|-------------------------|----|
| AÑO | 2 |
| MESES | 0 |
| DIAS | 29 |

VAN y TIR

Al realizar el calculo del VAN y TIR, se determinó que los resultados obtenidos son aceptables para la puesta en marcha del proyecto, al obtener un VAN mayor a cero y una TIR alta en base al giro del negocio. Los datos han sido calculados con una tasa de descuento del 20%.

Detalles de cálculos, Ver Anexo 6, Anexo 7

| |
|--------------------------------|
| Valor Actual Neto |
| C\$ 1,655,030.85 |
| Tasa Interna de Retorno |
| 60 % |
| Tasa de Descuento |
| 20% |

Relación Costo Beneficio

Al obtener el cociente de dividir el Valor Actual Neto de ingresos entre el valor actual neto de los egresos a una tasa de rendimiento del 20% resulta 1.18 Córdobas de relación costo beneficio, es decir que por cada Córdoba se obtiene 0.18 córdobas de ganancia.

Detalle en Anexo 7

9. Conclusiones

En el presente trabajo de desarrollaron los cálculos, para conocer las proyecciones y la viabilidad del negocio, llegando a las siguientes conclusiones:

- Se concluye que “Cafetería Grano de Oro S.A.” será rentable esto por medio de los datos obtenidos de los términos utilizados para medir la viabilidad a futuro de un negocio como VAN y TIR, siendo los resultados de estos positivos, así como también el cálculo del tiempo de recuperación de la inversión la cual será en 2 año,0 mes y 29 días.
- El financiamiento para el negocio es de suma importancia ya que este representa un 59% en la inversión inicial (equivalente a C\$571,009.74) pagando una tasa de interés del 18% Anual al Banco de la Producción, el otro 41% (equivalente a C\$391,579.81) restante será asumido por los socios del negocio.

10. Bibliografía

- Romero López, A. J. Principios de Contabilidad 4ta Edición.
https://campusvirtual.unitec.edu.ni/pluginfile.php/206652/mod_folder/content/0/Libros%20Primera%20Unidad/Principios%20de%20contabilidad%20-%200Romero%20lopez.pdf?forcedownload=1
- Gitman, J. L., y Zutter, C.J (2012). Principios de administración financiera Decimosegunda edición.
https://campusvirtual.unitec.edu.ni/pluginfile.php/206652/mod_folder/content/0/Libros%20Segunda%20Tercera%20y%20Cuarta%20Unidad/Principios%20de%20Administracion%20Financiera%2012edic.%20Gitman.pdf?forcedownload=1
- Alcaraz Rodríguez, R. El emprendedor de éxito, cuarta edición, Mcgraw-HILL
<https://campusvirtual.unitec.edu.ni/mod/resource/view.php?id=132756>
- J. Best, Roger. Marketing estratégico, cuarta edición
https://campusvirtual.unitec.edu.ni/pluginfile.php/206503/mod_folder/content/0/Emprendedor%20de%20Exito%20cuarta%20Edicion.pdf?forcedownload=1
- Cuadras, S. (2016). Forumdelcafe. Obtenido de https://www.forumdelcafe.com/sites/default/files/biblioteca/f39_cafe_nicaragua.pdf
- El Auténtico Café. (13 de Julio de 2018). elautenticocafe. Obtenido de <https://elautenticocafe.es/datos-de-consumo-de-cafe-en-el-mundo/#:~:text=%C2%BFCu%C3%A1nto%20caf%C3%A9%20se%20consume%20en,de%20caf%C3%A9%20en%20365%20d%C3%ADas>

VI. ANEXOS

| Compra del terreno y edificio | |
|-------------------------------|----------------------|
| Terreno | C\$209,340.00 |
| Edificio | C\$139,560.00 |
| Total | C\$348,900.00 |

Anexo 1/Descripción de precio de terreno y edificio.

| Descipcion | Cantidad | T.C | Costo \$ | Costo C\$ |
|----------------|----------|----------|-------------------|---------------------|
| Mesas y sillas | 11 | C\$34.94 | \$1,089.00 | C\$38,049.66 |
| Sillones | 2 | C\$34.94 | \$904.00 | C\$31,585.76 |
| Tasas | 40 | C\$34.94 | \$200.00 | C\$6,988.00 |
| Vasos vidrio | 10 | C\$34.94 | \$45.00 | C\$1,572.30 |
| cucharas | 40 | C\$34.94 | \$80.00 | C\$2,795.20 |
| servilleteros | 14 | C\$34.94 | \$70.00 | C\$2,445.80 |
| Total | | | \$2,388.00 | C\$83,436.72 |

Anexo 2/Equipo de Planta

| | Precio unit | cant | \$ | C\$ | Tasa cambio |
|------------------|-------------|--------------|-------------------|----------------------|-----------------|
| Computadora | C\$700 | 5 | \$3,500.00 | C\$122,290.00 | C\$34.94 |
| Impresora | C\$200 | 1 | \$200.00 | C\$6,988.00 | C\$34.94 |
| Silla de oficina | C\$85 | 5 | \$425.00 | C\$14,849.50 | C\$34.94 |
| Escritorio | C\$71.63 | 5 | \$358.20 | C\$12,515.51 | C\$34.94 |
| Estanteria | C\$55 | 5 | \$275.00 | C\$9,608.50 | C\$34.94 |
| Archivero | C\$158.50 | 5 | \$792.50 | C\$27,689.95 | C\$34.94 |
| | | | | | |
| | | Total | \$5,550.70 | C\$193,941.46 | C\$34.94 |

Anexo 3/Equipo de oficina

| | |
|-------------------------------|------------------|
| Gastos de constitucion | C\$752.50 |
| Inscripcion en ALMA | C\$252.50 |
| DGI | C\$500.00 |

Anexo 4/Gastos de Constitución

| FLUJO ACUMULADO | ULTIMO FLUJO | POR RECUPERAR | PRI AÑOS |
|--|------------------|-----------------|-------------|
| C\$ 1,014,346.08 | C\$ 1,027,095.67 | C\$ 83,145.47 | 2.08 |
| PERIODO DE RECUPERACION | | | AÑOS |
| AÑO | 2 | | 0.96 |
| MESES | 0 | | 0.96 |
| DIAS | 29 | | 29 |
| INVERSION SE RECUPERA EN 1 AÑO, 0 MESES Y 29 DIAS | | C\$1,097,491.55 | |

Anexo 5/ Calculo de PRI

| PERIODO | CAFETERIA GRANO DE ORO S.A. | | | FLUJO NETO |
|--------------------------|-----------------------------|-----------------|------------------|------------|
| | INGRESOS | EGRESOS | VALOR | |
| AÑO 2021 | C\$2,846,016.00 | C\$2,587,527.14 | C\$ 258,488.86 | 20% |
| AÑO 2022 | C\$3,415,207.00 | C\$2,659,349.78 | C\$ 755,857.22 | |
| AÑO 2023 | C\$3,756,746.00 | C\$2,729,650.33 | C\$ 1,027,095.67 | |
| AÑO 2024 | C\$4,207,536.00 | C\$2,829,415.80 | C\$ 1,378,120.20 | |
| AÑO 2025 | C\$4,838,642.00 | C\$2,964,371.26 | C\$ 1,874,270.74 | |
| INVERSION INICIAL | | | | |

Anexo 6/Calculo del VAN

| AÑO | FLUJO EN EL TIEMPO | TASA INTERNA DE RETORNO |
|-----|-----------------------|-------------------------|
| 0 | C\$ - 1,097,491.55 | 55% |
| 1 | C\$ 396,823.30 | |
| 2 | C\$ 568,226.44 | |
| 3 | C\$ 818,782.11 | |
| 4 | C\$ 1,155,444.90 | |
| 5 | C\$ 1,631,895.73 | |

| AÑO | FLUJO EN EL TIEMPO | TASA INTERNA DE RETORNO |
|-----|--------------------|-------------------------|
| 0 | C\$ -1,097,491.55 | 60% |
| 1 | C\$ 258,488.86 | |
| 2 | C\$ 755,857.22 | |
| 3 | C\$ 1,027,095.67 | |
| 4 | C\$ 1,378,120.20 | |
| 5 | C\$ 1,874,270.74 | |

GRANO DE ORO S.A

Somos estudiantes de la Universidad de Tecnología y Comercio y estamos realizando una encuesta con la finalidad de saber el tipo de preferencia que tiene la población de Managua al momento de adquirir un servicio de cafetería. Su opinión es importante y será tratada de manera confidencial.



SEXO: EDAD _____ FECHA _____

MASCULINO

LUGAR DONDE HABITA _____

FEMENINO

PROFESIÓN _____

¿Consumes algún tipo de café?

SI NO

1. ¿Con qué frecuencia consumes café?

2. ¿Qué cafetería frecuentas y qué tan seguido vas?

3. ¿Cuál es el motivo por el cual sueles visitar esta cafetería?

Proximidad Precios módicos Por negocios Por el servicio Productos

4. ¿Qué tipo de bebidas a base de café consumes?

Café Expreso Cappuccino Mokaccino

Café Latte Latte con Caramelo Frozen Cappuccino

5. ¿Qué precio estás dispuesto a pagar por él?

6. ¿Qué clase de atención esperas recibir en una cafetería?

7. De las siguientes opciones, ¿Con cuál acompañaría su café?

TRES LECHE MUFFIN CUPCAKES |

OTROS _____

8. ¿Qué tipo de ambientación busca dentro de una cafetería?

9. ¿Qué es lo que más le desagrada de las cafeterías que frecuenta?

10. ¿En qué medios ve publicidad con más frecuencia?

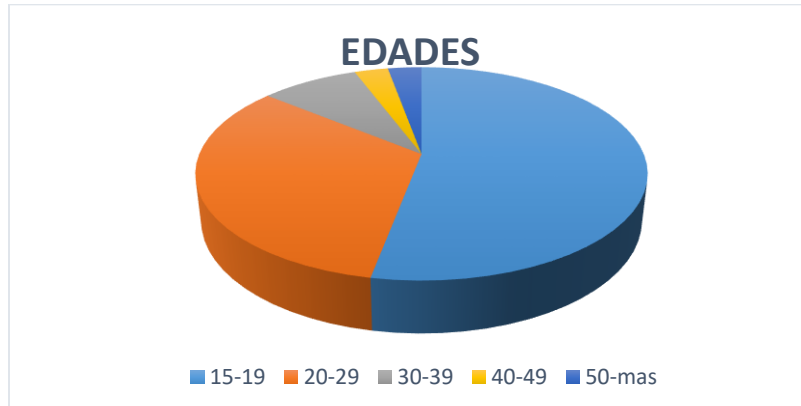
REDES SOCIALES TV PERIODICOS RADIO

¡GRACIAS, TENGA BUEN DIA!

Anexo 8|Encuesta

Interpretación de datos

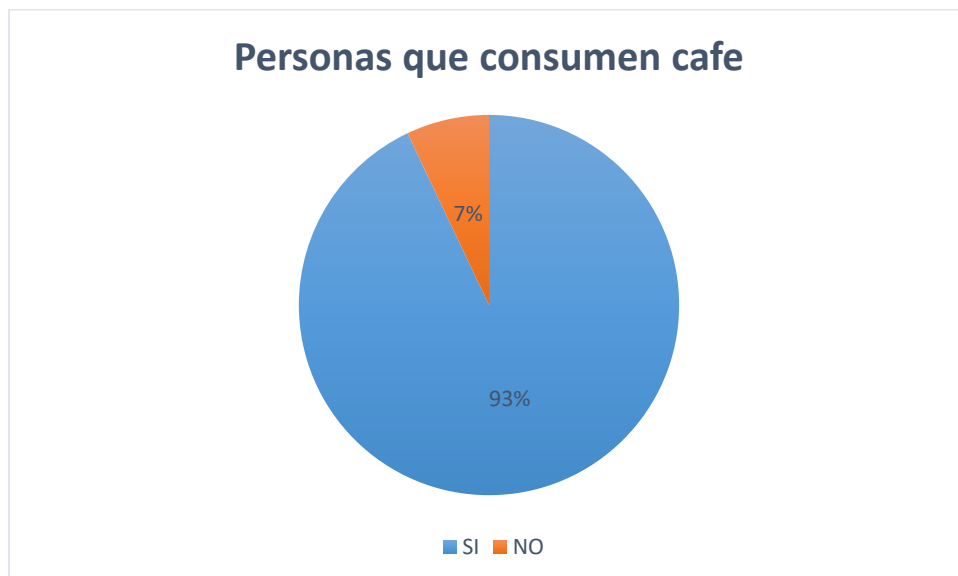
EDADES



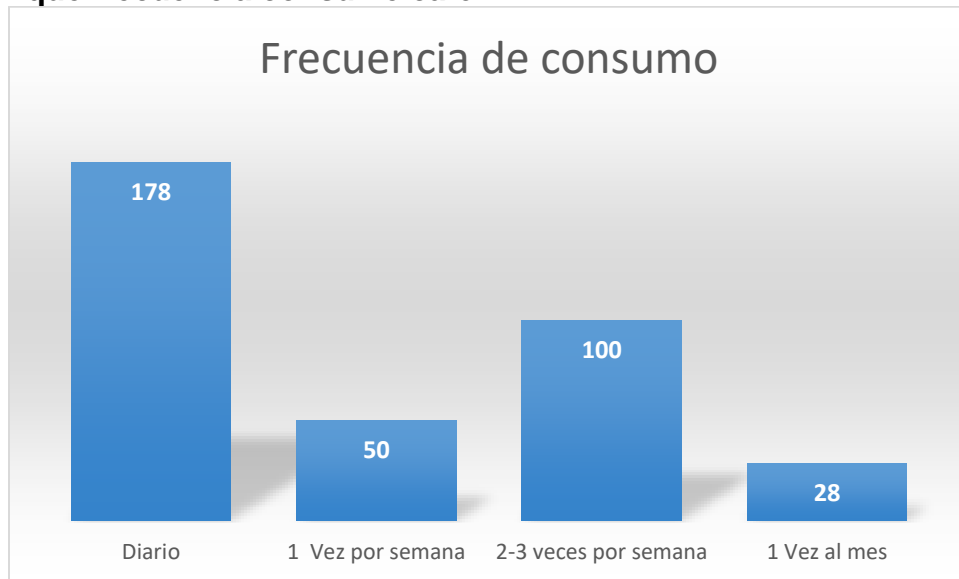
SEXO



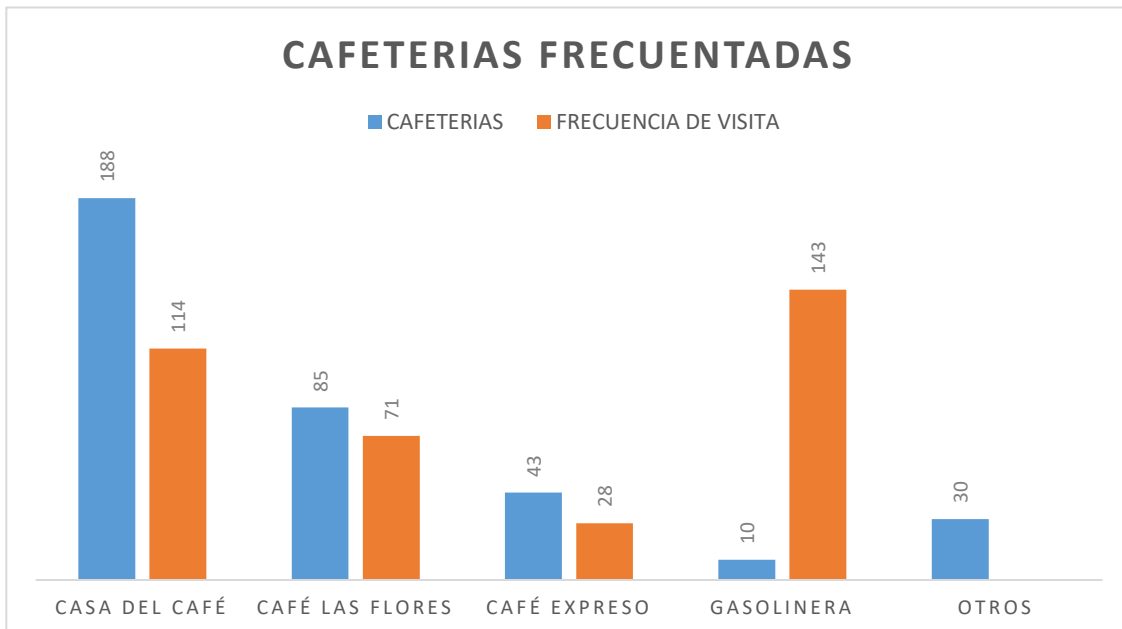
1. ¿Consume algún tipo de café?



2. ¿Con que frecuencia consume café?



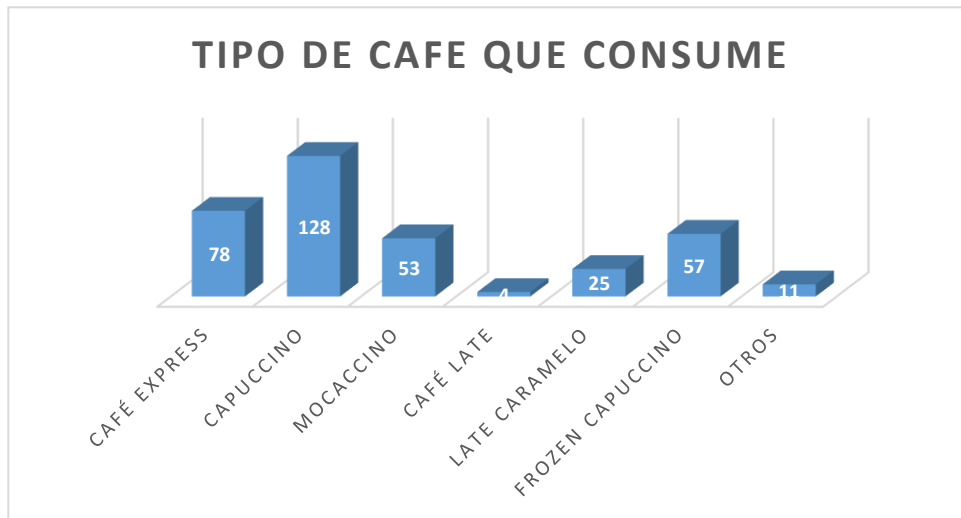
3. ¿Qué cafetería frecuenta y que tan seguido va?



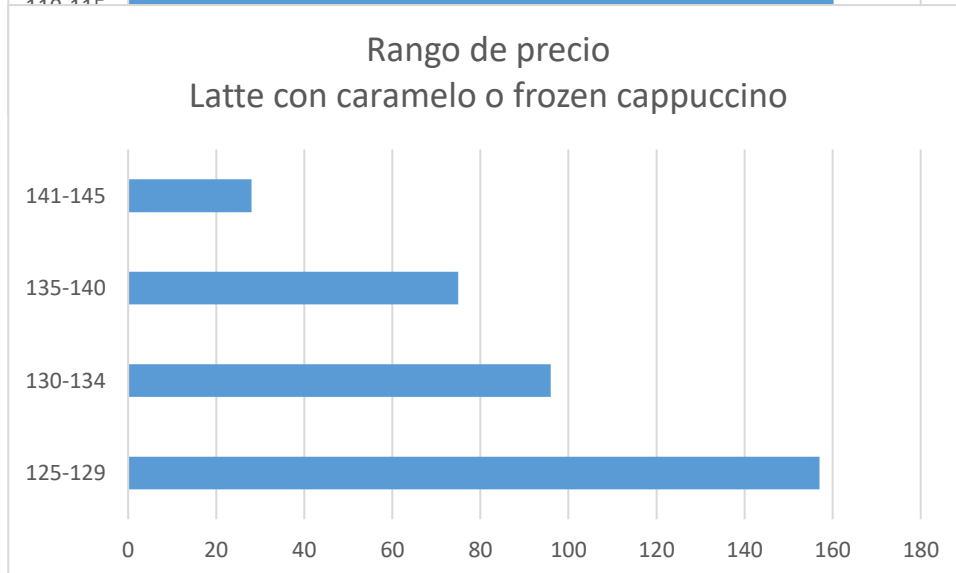
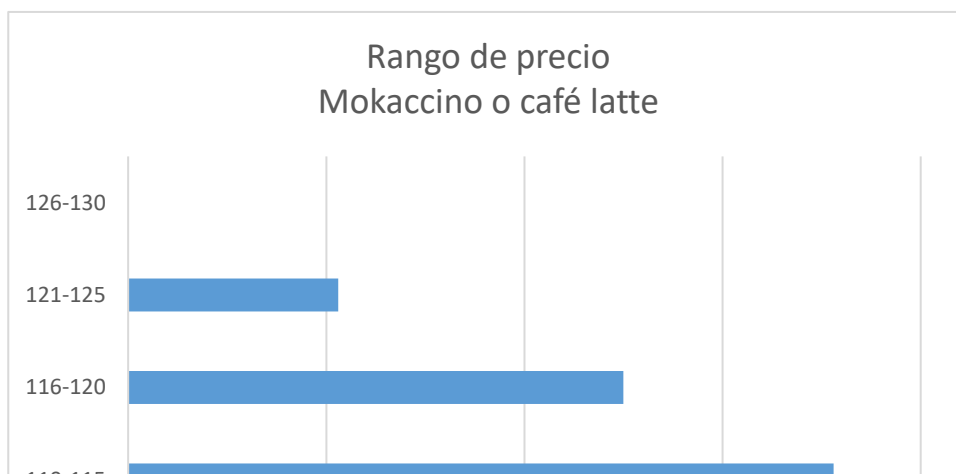
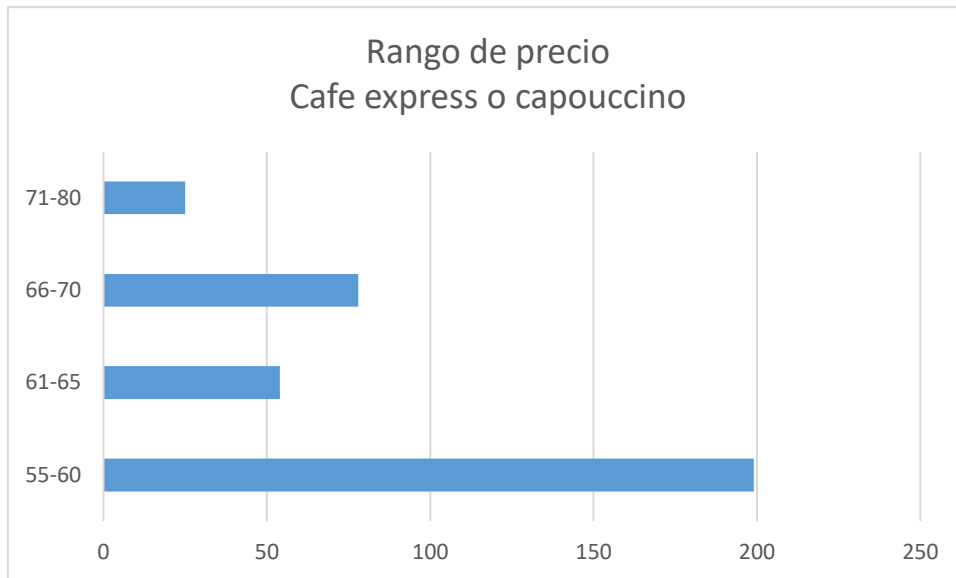
4. ¿Cuál es el motivo por el cual suele visitar esta cafetería?



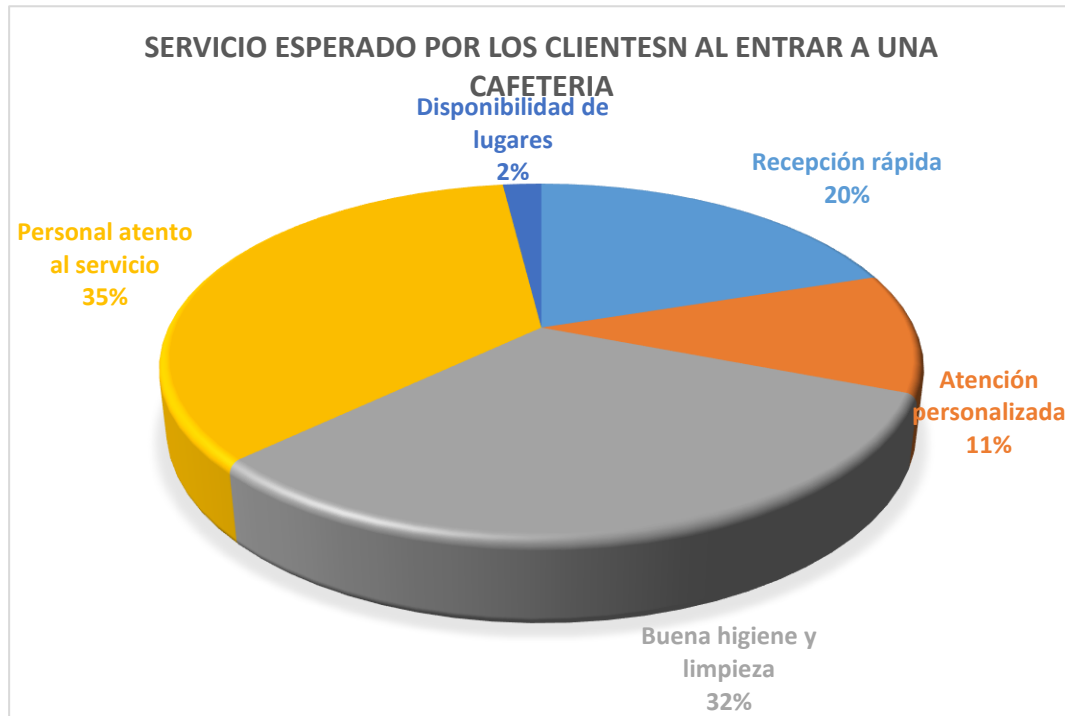
5. ¿Qué tipo de bebidas a base café consume?



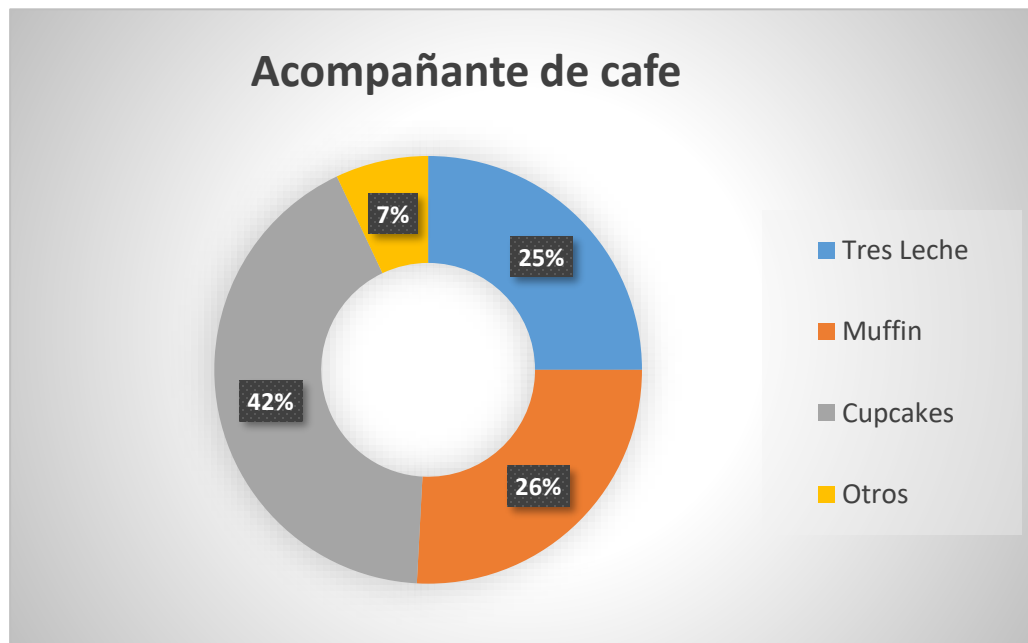
6. ¿Qué precio es lo más está dispuesto a pagar por las siguientes bebidas en presentaciones de 12onz?



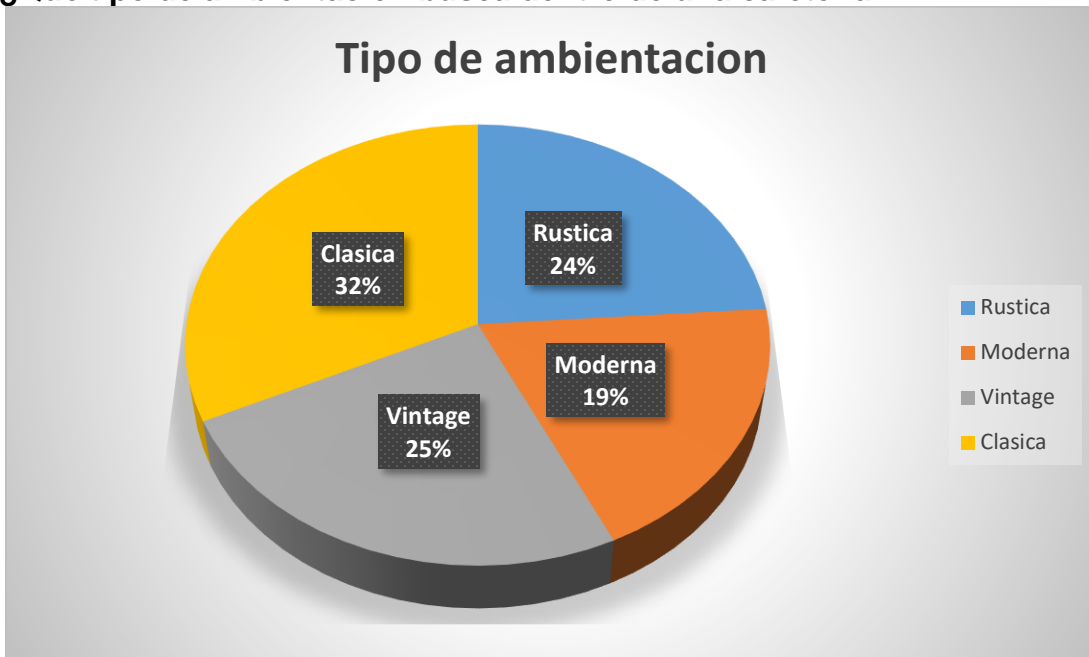
7. De las siguientes opciones cuál cree que es la más importante y que espera recibir en el servicio de atención al cliente de una cafetería



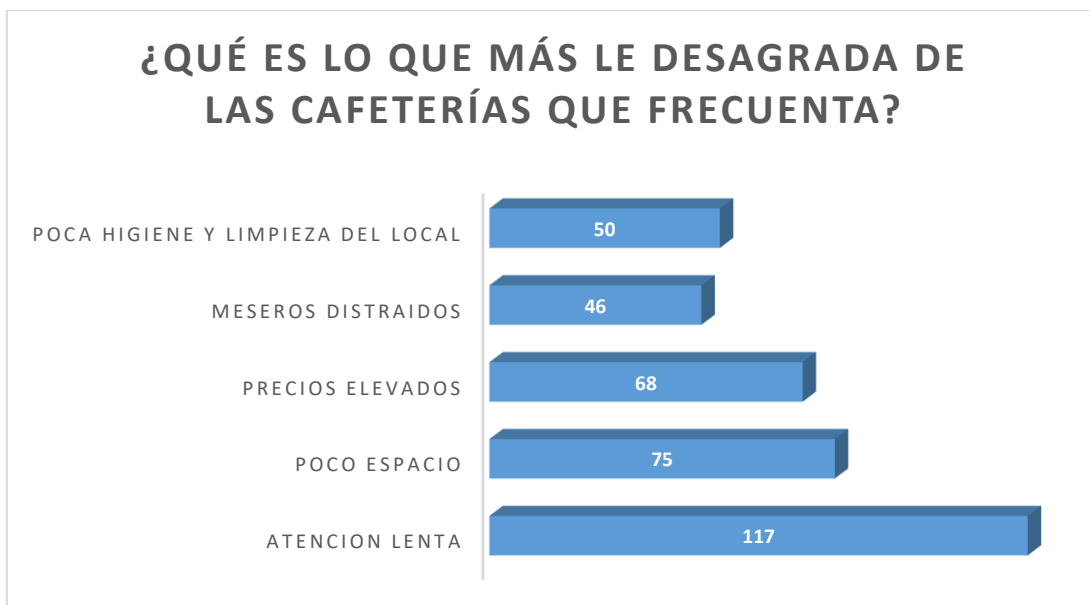
8. De las siguientes opciones, ¿Con cuál acompañaría su café?



9. ¿Qué tipo de ambientación busca dentro de una cafetería?



10 ¿Qué es lo que más le desagrada de las cafeterías que frecuenta?



12. ¿En qué medios ve publicidad con más frecuencia?

