

DOI: <https://doi.org/10.56712/latam.v5i6.3222>

## **Análisis financiero para establecer una cafetería e incrementar las ventas del café de Coatepec, Ver., en Teziutlán Puebla**

Financial analysis to establish a coffee shop to increase sales of coffee from Coatepec, Ver. in Teziutlán, Puebla

**Magdaleno Martínez Demetrio**

magdaleno.md@teziutlan.tecnm.mx

<https://orcid.org/0000-0001-9431-7356>

TecNM/Instituto Tecnológico Superior de Teziutlán/Academia de la ingeniería en Gestión Empresarial  
Teziutlán, Puebla – México

**Guadalupe Robles Calderón**

guadalupe.rc@teziutlan.tecnm.mx

<https://orcid.org/0000-0002-1468-2351>

TecNM/Instituto Tecnológico Superior de Teziutlán/Academia de Ingeniería en Sistemas Computacionales  
Teziutlán, Puebla – México

**Jacobo Robles Calderón**

jacobo.rc@teziutlan.tecnm.mx

<https://orcid.org/0000-0002-7500-2233>

TecNM/Instituto Tecnológico Superior de Teziutlán/Academia de Ingeniería en Sistemas Computacionales  
Teziutlán, Puebla – México

Artículo recibido: 13 de diciembre de 2024. Aceptado para publicación: 30 de diciembre de 2024.  
Conflictos de Interés: Ninguno que declarar.

### **Resumen**

El proceso de globalización ha impactado a todas las empresas, tanto a nacionales como extranjeras, gracias a la integración económica las empresas pueden competir y mejorar sus operaciones siempre y cuando se adapten a los cambios, en este sentido, se hace necesario la toma de decisiones como herramienta fundamental para expandirse en las diferentes áreas de operación o en su caso expandirse en otras ciudades, regiones o países. QNico Cafés Especiales, es una empresa que ofrece cafés de especialidad en la región de Coatepec, Veracruz y desde su creación ha buscado la integración de pequeños productores al mercado de especialidad ofreciendo mayor estabilidad del mercado, seguridad financiera y por lo tanto mejorar la calidad de vida de las regiones cafetaleras. El objetivo de este trabajo es presentar un análisis financiero para la apertura de una sucursal de la empresa en la ciudad de Teziutlán, Puebla. El análisis se hizo a través de la estimación del Valor Presente Neto (VPN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR) y como conclusión se recomienda a la empresa ejecutar el proyecto en la ciudad de Teziutlán, la cual ofrece un mercado poco explorado en el mercados de cafés de especialidad.


*Palabras clave:* toma de decisiones, inversión, café de especialidad, mercado

### **Abstract**

The process of globalization has impacted all companies, both national and foreign, thanks to economic integration companies can compete and improve their operations as long as they adapt to the changes, in this sense, it is necessary to make decisions as a fundamental tool to expand in

different areas of operation or expand into other cities, regions or countries. QNico Cafés Especiales is a company that offers specialty coffees in the region of Coatepec, Veracruz and since its creation has sought to integrate small producers into the specialty market, offering greater market stability, financial security and therefore improving the quality of life in the coffee-growing regions. The objective of this paper is to present a financial analysis for the opening of a branch of the company in the city of Teziutlán, Puebla. The analysis was done through the estimation of the Net Present Value (NPV) and the Internal Rate of Return (IRR) and as a conclusion it is recommended to the company to execute the project in the city of Teziutlán, which offers a market little explored in the specialty coffee market.

*Keywords:* decision making, investment, specialty coffee, market

Todo el contenido de LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades, publicado en este sitio está disponibles bajo Licencia Creative Commons. 

Cómo citar: Magdaleno Martínez , D., Robles Calderón, G., & Robles Calderón, J. (2024). Análisis financiero para establecer una cafetería e incrementar las ventas del café de Coatepec, Ver., en Teziutlán Puebla. *LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades* 5 (6), 3015 – 3026. <https://doi.org/10.56712/latam.v5i6.3222>

## INTRODUCCIÓN

Actualmente se reconoce que la competitividad empresarial es una cuestión fundamental en los sectores económicos tanto de los países desarrollados como de los países que están en proceso de industrialización y desarrollo. La situación internacional, y en particular el proceso de integración impulsado por la globalización, exige que las organizaciones gestionen de manera eficiente y eficaz sus recursos financieros, humanos, naturales y tecnológicos, entre otras cosas. Lamentablemente, llegar allí requiere de mucha actividad, pero sobre todo de decisiones que se miden con base a indicadores financieros o están condicionadas por el mercado.

Con el paso del tiempo, las empresas mexicanas y de otros países han tenido la necesidad de crecer y comercializar en otras ciudades además de la de origen. Gracias a los procesos de globalización, algunas de las empresas se han visto en procesos de expansión que, en algunos casos se muestran como ventaja y en algunos otros como desventaja al desaparecer de los mercados.

Como señala Manríquez (2012), la expansión implica la acción directa de empresas en otros países y ciudades, y puede tomar muchas formas, pero lo más común es primero exportación, representación comercial o de ventas en el extranjero, construcción de instalaciones de producción en otras ciudades o países, establecimiento de asociaciones. con empresas externas, adquisición de empresas extranjeras, etc. Estos procesos no son necesariamente secuenciales, sino que representan el proceso evolutivo natural del proceso de expansión de una empresa.

Según el enfoque estratégico basado en Araya (2009), la expansión empresarial es el resultado de aplicar varias estrategias que tienen en cuenta tanto los recursos actuales y capacidades próximas del negocio como las oportunidades y amenazas, es decir, se tiene en cuenta el entorno. Por anterior, la expansión es el proceso por el cual una empresa ya sea grande o pequeña, participa en la competencia del procesos de la globalización, la forma en que una empresa lleva todas o parte de sus actividades al entorno nacional e internacional y crea muchos tipos de flujos ya sea en el comercio, finanzas y conocimiento.

Al ser dinámica, la expansión empresarial puede estimular la economía local o regional creando empleos, impulsando la productividad y aumentando los niveles de ingresos. Por lo tanto, deberían poder prosperar y beneficiarse trabajando a mayores tasas de mercado, sin restricciones a su producción o expansión, lo que en última instancia fomentará un ecosistema empresarial que impacte positivamente en la innovación y la productividad agregada, independientemente de si tiene un impacto significativo en la economía y en la oferta global del país. Por ejemplo, en el caso de las pequeñas y medianas empresas, constituyen aproximadamente el 90% de las empresas en un país típico de América Latina y el Caribe y emplean a la mayoría de la fuerza laboral (cerca del 70%), por lo que el acceso a los mercados nacionales e internacionales puede traer enormes beneficios económicos para el crecimiento y la calidad de vida.

La respuesta al por qué es necesario que las empresas locales crezcan o se instalen en otras ciudades, está en la fuerte correlación directa que se observa entre el tamaño de las empresas y los niveles de ingreso de las ciudades, correlación que ha sido ampliamente documentada en estudios. La hipótesis es que cuando las empresas no crecen, la razón suele ser una falta de inversión productiva, falta de visión y habilidades técnicas, empresariales y financieras no solo de la misma empresa, sino del ecosistema en el que se desarrolla. Además, las empresas que no incrementan de tamaño y que permanecen siempre estáticas difícilmente pueden aprovechar las oportunidades y sobre todo las diversas ventajas que les ofrece las economías de escala en sus operaciones, acciones, estrategias, etc., por lo que se hace urgente la necesidad de crecimiento y expansión de las empresas locales a otras ciudades que favorezca la competitividad de la ciudad de origen y en la ciudad que se establezca (Misch y Saborowski, 2019).

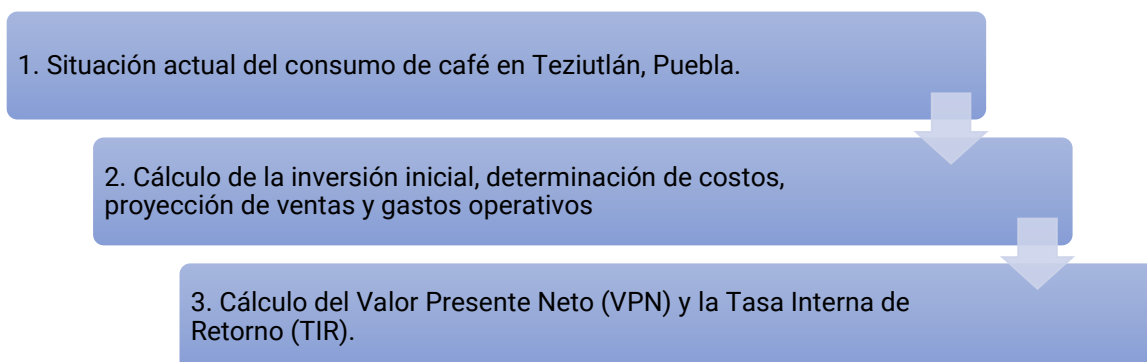
Por el contrario, Valencia Cárdenas, et al. (2002) sugieren que las variables financieras son importantes en la toma de decisiones a nivel empresarial: las empresas con buenos equilibrios financieros pueden soportar costos de entrada adecuados a mercados regionales o nacionales, independientemente del tamaño de su negocio, mientras que aquellos susceptibles a restricciones financieras reducen sus oportunidades de expansión. El objetivo de este trabajo es presentar un análisis financiero para establecer una sucursal de QNico Cafés Especiales, en la ciudad de Teziutlán, Puebla, la empresa es originaria de Xico, Ver., uno de los municipios pertenecientes a la región cafetalera de Coatepec, Ver., la relevancia de este trabajo, radica en el hecho de que, es necesaria la promoción y expansión de cafeterías de especialidad que permitan no sólo favorecer a los particulares, sino más bien, que favorezca el consumo y producción del grano a nivel regional y nacional.

## METODOLOGÍA

La metodología de esta investigación está dividida en diversos apartados, la primera es que se retomará una investigación de mercado realizada previamente dentro de la ciudad de Teziutlán, Puebla y que se considerará como base para determinar la proyección de consumo de café dentro de la ciudad. Como segundo punto se determinó la inversión inicial, costos, proyección de ventas y razones financieras. Por último, se calculan el Valor Presente Neto (VPN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR) como principales indicadores de este trabajo (Figura 1).

**Figura 1**

*Proceso de investigación*



**Fuente:** elaboración propia.

Como bien se observa en la figura 1, con respecto al primer apartado, es necesario considerar que, se utilizará como base el estudio de mercado aplicado y realizado por Martínez, et al, (2023) en el cual, se describe de manera clara la situación actual del consumo de café en el municipio de Teziutlán, las preferencias del consumidor, frecuencia de consumo, gustos, ticket promedio, etc.

Para el apartado de la inversión, costos y proyección de ventas, se dividió en primero momento la inversión inicial, pero sobre todo se describe la composición del capital y los socios, cabe resaltar que, se parte de un supuesto de 4 inversionistas. En el caso de la determinación de costos, se ejemplifica a través del costeo de una bebida tradicional conocida como café americano y ese mismo principio se aplica para todos los productos que se encontrarán disponibles en el menú, para las ventas y gastos fijos son proyecciones que pueden estar sujetos a modificación, sin embargo en la mayoría de los gastos fijos ya han sido verificados, para la última parte y con respecto a la proyección de ventas, estuvo en función de la frecuencia de consumo y el ticket promedio de los consumidores obtenido en el estudio de mercado. Por último, y considerando estas bases se realizó el cálculo del VPN y la TIR.

## **RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

El café es una de las principales actividades económicas de México y dentro de los alimentos es una de las bebidas más consumidas a nivel mundial sólo después del agua (SADER, 2020). Un mexicano consume alrededor de 1.6 Kg de café al año lo que en ocasiones muestra una gran divergencia con respecto a la producción, esto debido a que pese a ser un país productor de café no se muestra esa relación con respecto al consumo. En el caso del municipio de Teziutlan Puebla, presenta situaciones climáticas que favorecen el consumo de café y que podría ser un potencial para el establecimiento de una cafetería al tener los siguientes resultados del consumo de café, con base en Martínez, et al., (2023);

Los gastos promedios en una cafetería, los encuestados registraron que el promedio es de \$101 a \$150 por cada una de sus visitas.

Los consumidores, prefieren realizar su pago en efectivo (77%).

El 96% de los consumidores les gusta el café aunque sólo el 44% lo consume a diario.

Los consumidores establecen como un factor importante la limpieza con un 59%.

Los consumidores consideran que las instalaciones con un 50% es una de las características más importantes para asistir a ellas.

Los consumidores prefieren las cafeterías locales ya que con un 46% de los entrevistados afirman que prefieren las cafeterías de la ciudad que las cadenas comerciales.

La relación precio-calidad dentro de los gustos y preferencias de las cafeterías para los consumidores de la ciudad es el elemento más relevante que debería tener la cafetería con un 78.4%.

En el caso de la asistencia a cafeterías el 20% de los entrevistados asisten cada mes, el 17% cada semana y cada 15 días respectivamente y por último, con un 16% cada 2 meses.

La disposición de compra hacia un café americano de 350 ml fue de \$40.00, sin embargo, se debe de considerar que este resultado sólo es un promedio ya que algunos de los precios propuestos van de \$20, \$25 hasta \$80 y \$90.

### **Análisis financiero**

Para la realización del estudio financiero se determinaron varios conceptos desde la inversión inicial hasta determinación de costos unitarios, precios de mercado y el cálculo de indicadores.

#### **Inversión inicial**

Para la inversión inicial se consideraron diferentes factores y asciende a un valor de \$1,046,958.00 en el que se tiene considerada tanto inversión fija como inversión operativa; maquinaria, equipos, accesorios, muebles, equipo de oficina e inventarios. En este estudio se considera la aportación de los socios con un 38% del total inicial y el 62% financiado por una institución financiera.

Para la aportación de los socios, está integrado por 4 integrantes, los cuales reparten su aportación de la siguiente manera:

#### **Tabla 1**

*Contribución de inversión inicial*

Contribución de socios		
Socio 1	20%	\$ 80,000.00
Socio 2	20%	\$ 80,000.00
Socio 3	30%	\$ 120,000.00
Socio 4	30%	\$ 120,000.00
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>\$ 400,000.00</b>

**Fuente:** elaboración propia.

Como se muestra en la tabla 1, las aportaciones quedan divididas en 20% los primeros 2 socios y 30% el resto de los socios, sumando un total del 38% del total de la inversión para el negocio y el resto financiado, es decir, \$ 400,000.00 como aportación de los socios y \$646,958.00 financiado.

Para el caso del financiamiento con base a los cálculos y revisando las diferentes instituciones se tiene que el monto del crédito será por \$646,958.00 considerando una tasa de 34% anual, plazo de 60 meses el pago que se requiere es de \$22,548.00 por mes. Cabe mencionar que, lamentablemente y por la situación actual que se vive en el país, el instrumento para controlar la inflación ha sido el incremento de la tasa de interés y como consecuencia el incremento de los financiamientos.

**Determinación de costos de producción, ventas y presupuestos**

Gracias a la frecuencia de consumo, así como la proyección de ventas, se identificaron los principales productos que se ofrecerán y los cuales se utilizarán para la evaluación financiera. Cabe resaltar que no solo serán estos productos los que se venderán, al contrario, se ha hecho una evaluación y el nivel de productos a ofrecer tiende a incrementarse.

**Tabla 2**

*Concepto de ventas y precio por unidad*

Concepto de ventas y precio por unidad				
Concepto de venta	Unidad de medida	Precio de venta por unidad promedio	Promedio de ventas unidades mensual	Promedio de ventas en unidades año 1
Café americano	Vaso	\$ 40.00	1400	16800
Café espresso	Vaso	\$ 35.00	465	5580
Capuccino	Vaso	\$ 55.00	465	5580
Frappe	Vaso	\$ 60.00	465	5580
Club sándwich	Pieza	\$ 65.00	120	1440
Baguette	Pieza	\$ 50.00	60	720
Croissant	Pieza	\$ 45.00	80	960
<b>Total</b>			3055	36,660

**Fuente:** elaboración propia.

En la tabla 2, se encuentran los principales 7 productos a ofrecer dentro de la cafetería, en el caso de las bebidas se tiene el café americano, espresso, capuccino y finalmente el frappe, por otro lado, y los alimentos se tienen al Club sándwich, Baguette y Croissant.

Cabe resaltar que para establecer los precios se consideraron los costos de producción, pero estuvieron más enfocados a los precios establecidos por el mercado. En el caso del café americano, por ejemplo, se consideraron, costos, precio promedio del estudio de mercado y finalmente precios de la competencia, por lo que \$40.00 fue el precio incluyendo materia prima, empaque, gastos indirectos y mano de obra directa como se aprecia en la siguiente tabla.

**Tabla 3**

*Determinación del precio y costos de producción café americano*

<b>Costos de producción café americano</b>	
Materia prima	\$5.79
Mano de obra directa	\$0.43
Gastos indirectos de fabricación	\$8.9
Costo total	\$15.12
Ganancia bruta	62%
Precio al consumidor	\$40.00

**Fuente:** elaboración propia.

Como se mencionó previamente, la determinación de los costos de cada uno de los productos se consideraron todos los factores básicos. En la tabla 3, se desglosa los costos de producción de un café americano y se dividen los elementos para reconocer los costos de su elaboración. Esta tabla, solo es un ejemplo de cómo se terminaron los precios de los otros productos, además, la proyección de ventas mensuales y anuales son promedios del estudio de mercado.

En el caso de presupuesto de compras se tiene un total de \$641,887.20, considerando los 7 productos que se ofrecerán en la cafetería, por otro lado, la proyección de nómina para el primer año se tiene un total de \$303,196.32, que incluye la contratación de 4 empleados más, independientes a la persona que se considera que elaborará los cafés y el cual fue incluido en mano de obra directa. Por lo que, en total, son 5 trabajadores contratados y de los cuales se tiene 2 ayudantes de barra, 1 auxiliar de limpieza y un encargado de cafetería, cabe resaltar que dentro del presupuesto de nómina se incluyen los pagos de seguro social y aportación a Infonavit y se contempla un inventario mensual de \$40,000.00.

En el aparto de costos fijos, como se observa en la siguiente tabla (4), se encuentran distribuidos los gastos que al menos el próximo año no se verán modificados, al menos de que existan incrementos avisados previamente como se establecieron en los diferentes contratos como lo fue el de la renta.

**Tabla 4**

*Costos fijos anuales*

<b>Concepto</b>	<b>Mensual</b>	<b>Total</b>
	<b>Promedio</b>	
Salarios	\$ 25,266.36	\$ 303,196.32
Mantenimiento	\$ 2,000.00	\$ 24,000.00
Luz	\$ 5,400.00	\$ 64,800.00
Propaganda y publicidad	\$ 2,000.00	\$ 24,000.00
Teléfono/internet	\$ 350.00	\$ 4,200.00
Renta	\$ 13,500.00	\$ 162,000.00
Otros	\$ 2,000.00	\$ 24,000.00
Suma de los gastos		\$ 606,196.32

**Fuente:** elaboración propia.

El total anual de los costos fijos es de \$606,196.32, incluyendo costos promedios mensuales de \$50,516.36. en este se integran apartados como teléfono/internet, renta, luz, así como los salarios promedio de los trabajadores.

**Tabla 5**

*Tabla de Estados de Resultados proyectados a 5 años*

Estado de resultados proyectados. Qnico cafés especiales						
Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Ingresos	1,681,800.00	2,034,978.00	2,574,247.17	3,398,006.26	4,672,258.61	
Costo de venta	677,848.80	820,197.05	1,037,549.27	1,369,565.03	1,883,151.92	
Utilidad Bruta	1,003,951.20	1,214,780.95	1,536,697.90	2,028,441.23	2,789,106.70	
Gastos Fijos.	606,196.32	733,497.55	927,874.40	1,224,794.20	1,684,092.03	
Depreciación	52,446.10	52,446.10	52,446.10	52,446.10	52,446.10	
Gastos y productos financ.	211,283.99	187,665.83	154,640.05	108,459.39	43,884.00	
Utilidad antes de impuestos	134,024.79	241,171.48	401,737.36	642,741.54	1,008,684.56	
						<b>Tasa</b>
ISR	40,207.44	72,351.44	120,521.21	192,822.46	302,605.37	30%
PTU		24,117.15	40,173.74	64,274.15	100,868.46	10%
Utilidad Neta	\$ 93,817.35	\$ 144,702.89	\$ 241,042.42	\$ 385,644.92	\$ 605,210.74	

En el caso de los estados de resultado, descritos en la tabla 5, muestran ingresos positivos durante los 5 años en que se evalúa el proyecto, considerando incrementos en los gastos fijos a niveles de inflación, así como un incremento anual de ventas superiores al 10% anual, cabe resaltar que se descuentan los niveles de depreciación anual, en el que se tienen 10% de maquinaria y equipo de cafetería y 33% de equipo de cómputo.

**Valor Presente Neto**

El valor presente neto como lo menciona Baca (2010), es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial, es decir, implica traer al día de hoy, ingresos futuros que se han proyectado y que eso puede significar ingreso o pérdida dependiendo de la tasa que se ha utilizado para su evaluación. Es importante mencionar que, los flujos futuros se calculan al presente y se resta la inversión inicial. Si el VPN o los flujos futuros descontados al presente son mayores que cero, implicaría una utilidad y por tanto beneficio para los inversionistas.

**Figura 2**

*Fórmula del Valor Presente Neto*

**Fuente:** Baca, 2010

$$VPN = -P + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5 + VS}{(1+i)^5}$$

La decisión final es la siguiente;

Si  $VPN > 0$ : Se acepta la propuesta de proyecto

Sí  $VPN = 0$ : Es indiferente la decisión al no ganar ni tener pérdidas

Sí  $VPN < 0$ : Se rechaza la propuesta de proyecto

Para el cálculo del VPN del proyecto analizado se obtuvo una inversión inicial de \$1,046,958.00 y proyecciones positivas con respecto al consumo de los clientes en la cafetería.

**Tabla 6**

*Cálculo del valor presente neto*

Flujos descontados			
Años	Flujo neto de efectivo	Factor	Fne descontado
0	-1,046,958.00		-1,046,958.00
1	\$ 146,263.45	1.2000	\$ 121,886.21
2	\$ 197,148.99	1.4400	\$ 136,909.02
3	\$ 293,488.52	1.7280	\$ 169,842.89
4	\$ 438,091.02	2.0736	\$ 211,270.75
5	\$ 1,402,384.34	2.4883	\$ 563,586.81
	\$ 1,430,418.31		
<b>Valor Presente Neto</b>			\$ 156,537.68

**Tabla 7**

*Cálculo de TMAR*

CÁLCULO TMAR	
Inflación	6.00%
Riesgo	14%
Costo Capital	20.00%

**Fuente:** elaboración propia.

En el caso de la tabla 6 se describe el Valor Presente Neto evaluado con una TMAR del 20% (Tabla 7) la cual está integrada por un premio al riesgo (14%) y una inflación (6%) teniendo un total de 20%. Es importante comentar que la TMAR es considerada una Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento, lo que en su caso sería una tasa que el inversionista está dispuesto a ganar como mínimo para realizar el proyecto, es decir, una tasa mínima de ganancia.

**Tabla 8**

*Cálculo de Indicadores a largo plazo*

<b>Resultados evaluación económica a largo plazo</b>		
Valor actual neto	\$156,537.68	Se acepta
Índice de confiabilidad	2.37	Se acepta
TIR	25%	Se acepta

**Fuente:** elaboración propia.

Para la explicación de la Tasa Interna de Retorno (TIR), es considerada la tasa de interés por la cual el VPN es igual a cero, es decir, si se sustituye en el cálculo del VPN, el resultado será de cero, ya que es la tasa que iguala la suma de los ingresos futuros a la inversión inicial y por tanto se considera un indicador financiero relevante para el proceso de toma de decisiones. Para este caso es necesario recordar lo siguiente;

Si  $TIR > a$  tasa de descuento (TMAR) = El proyecto es factible

Si  $TIR < a$  tasa de descuento (TMAR) = El proyecto no es factible

Considerando que el valor presente neto es de \$156,537.68 y positivo, así como el índice de confiabilidad de 2.37 y una TIR del 25%, SE ACEPTA la implementación de la cafetería (Tabla 8).

Por último, con respecto al análisis de sensibilidad se muestra que, con un TMAR=0, Se tiene un VPN de \$1,430,418, considerado la una TMAR mayor a la TIR se tendrá un VPN neto negativo, por lo que en el largo plazo también se acepta la ejecución de la cafetería.

### **Café de la región de Coatepec, Veracruz en Teziutlán**

Al igual que otras regiones de México y en el mundo, la producción y comercialización del café siempre ha mostrado una gran desigualdad de distribución de la riqueza que se genera, por lo que, en el caso los municipios de la región cafetalera de Coatepec, Veracruz no es la excepción, y se han buscado alternativas que promuevan el consumo de café de la zona así como un comercio justo dentro del mercado.

Sobre lo anterior, lamentablemente algunos productores observan otras alternativas de comercio y de producción, como lo mencionan Ruiz-López y Garrido, (2021) se ha identificado que la producción de café en Coatepec muestra una disminución en los últimos años en lo que respecta a la superficie asignada al cultivo, por lo que se buscan incrementar el consumo no sólo en el estado de Veracruz, sino fuera de él.

QNico Cafés Especiales, es una de las marcas de café que tienen como misión desde el 2015 la comercialización de cafés de especialidad con un enfoque justo para los productores, con innovación en su proceso e inclusión de grupos vulnerables que han quedado excluido por las grandes empresas por no proveer grandes cantidades de café y ser limitados para poder continuar con su cadena de producción.

Con el establecimiento de una sucursal de QNico Cafés Especiales en Teziutlán, se busca además del comercio del grano en esta ciudad, la promoción de las cualidades del café de Coatepec que lo hacen único y con ello el beneficio de pequeños productores que se van integrando con el paso del tiempo a la marca QNico Cafés Especiales. El café de Coatepec es considerado un café de altura ya que contiene tres características como lo es la forma, el tamaño y el sabor.

### **CONCLUSIÓN**

La importancia de la toma de decisiones en una empresa radica en el efecto que tendrán los cambios o estrategias en diversos aspectos. Para garantizar la conveniencia en la toma de decisiones, el proceso de toma de decisiones debe incluir procedimientos márgenes de error reducidos, productividad del personal y satisfacción del cliente. En este sentido, el proceso de toma de decisiones debería apuntar siempre a hacer que las gestiones de cualquier tipo se puedan realizar de forma excepcional para reducir la incertidumbre, etc., por lo que se hace necesario siempre generar evaluaciones financieras correctas, en tiempo y forma que sean significativas para los negocios.

QNico Cafés Especiales con su expansión en otras ciudades y estados de México tiene como misión siempre ofrecer a los consumidores café de alta calidad, avalados por estándares internacionales que respaldan al servicio de cafetería, pero sobre todo que permite favorecer y respaldar a los pequeños productores de café de la región de Coatepec, Ver.

En conjunto con los estudios previos actualmente con la proyección de ventas, la determinación de costos, la determinación de gastos se ha generado una visión positiva con la implementación de una nueva sucursal en la ciudad de Teziutlán, beneficiando a la empresa y a pequeños consumidores de la región.

## REFERENCIAS

Baca, G. (2010). Evaluación de proyectos. Sexta Edición. McGRAW-HILL/Interamericana Editores, S.A. DE C.V.. ISBN 13: 978-607-15-0260-5

Misch, F. y Saborowski, C.(2019). A gran escala: Los beneficios del crecimiento empresarial en México. <https://www.imf.org/es/Blogs/Articles/2019/06/12/blog-big-business-how-more-mexican-firms-can-benefit-from-scaling-up>

Araya, A. (2009). El proceso de internacionalización de empresas. TEC Empresarial Vol.3, Ed.3, 2009. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3202468.pdf>

Manriquez, J. (2012). Internacionalización de empresas mexicanas. Análisis de beneficios para la economía nacional. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey. EGAP Gobierno y Política Pública Ciudad de México <https://repositorio.tec.mx/bitstream/handle/11285/629469/33068001103946.pdf?sequence=1>

Valencia-Cárdenas,, Marisol, Londoño Montoya, Luisa Fernanda, Vanegas López, Juan Gabriel, Ramírez Córdoba, Gloria Lucía, & López-Cadavid, Diego Alejandro. (2021). Eficiencia financiera y desempeño exportador: una aproximación empírica. Semestre Económico, 24(56), 77-103. Epub August 12, 2022. <https://doi.org/10.22395/seec.v24n56a3>

Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural (SADER) 2020. Café, la bebida que despierta a México. <https://www.gob.mx/agricultura/articulos/cafe-la-bebida-que-despierta-a-mexico>

Ruiz-López, K y Garrido A. (2021) Transiciones productivas en el municipio de Coatepec, Veracruz (2003-2018). QUIVERA. Año 23, 2021-2 Julio-Diciembre E-ISSN 2594-102x págs. 27-47. Universidad Autónoma del estado de México. file:///Users/magdalenomartinez/Downloads/15231-97-68447-1-10-20210914-1.pdf

Todo el contenido de LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades, publicados en este sitio está disponibles bajo Licencia [Creative Commons](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) 