

## **PLAN DE NEGOCIOS**

### **“ANDAR DE VILLA”**

#### **RESTAURANT BUFFET DE COMIDA MEXICANA**

##### **RESUMEN EJECUTIVO**

En el presente documento se desarrolla el plan de negocios de la empresa “Andar de Villa”, la cual pretende iniciar operaciones en el concepto de restaurant de tamaño medio que cuente con buffet y comida a la carta a precios accesibles, y además con el servicio de entrega al auto y a domicilio, dando un plus de tiempo y comodidad al cliente.

##### **1. Nombre del proyecto y objetivos**

###### **a. Naturaleza de la empresa**

El proyecto entra en el sector industrial y de servicios debido a que se ofrece la preparación y venta de alimentos en un establecimiento tipo buffet de comida mexicana.

###### **b. Antecedentes de la empresa o proyecto**

El proyecto es idea de la srta. Tania Vanessa Núñez Granados, quien ha vivido la necesidad que tiene la población parralense de tener un lugar para comer que brinde productos variados, de buen sabor, de manera rápida y a un precio accesible para todo público.

###### **c. Experiencia del emprendedor**

Ella tiene experiencia en el servicio y preparación de alimentos a causa de que su madre ha estado a cargo de una cocina económica y una cafetería escolar. Es aquí donde aprendió las técnicas de venta, preparación de alimentos y le interesó el abarcar la parte de mercado insatisfecha que no cuenta con los ingresos suficientes para comer en un restaurante.

La emprendedora estudia educación superior en la Universidad Autónoma de Chihuahua, actualmente segundo semestre con la edad de 19 años.

d. La idea

La idea consiste en la creación de un restaurante de tipo buffet que además brinde el servicio de cocina económica de manera rápida y eficiente, ofreciendo servicio a domicilio y al automóvil, todo esto a los precios más bajos del mercado.

e. ¿Por qué?

El proyecto es viable de acuerdo con un estudio de mercado aplicado en la ciudad de Hidalgo del Parral, Chihuahua, en el que se refleja la aprobación de la población a un lugar con tales características como las antes mencionadas. Además se conoce que el mercado es amplio y por ser un producto de primera necesidad la frecuencia de consumo es constante. En este caso el restaurante será rentable debido a la constancia en el consumo de los clientes y el volumen de venta, no por precio del producto, ya que éste es la estrategia de atracción a los consumidores.

f. Visión

La visión de la empresa a corto plazo es tener una buena parte del mercado local, siendo reconocida por los pobladores y con miras de crecimiento; a mediano plazo el restaurant será la primera opción de los habitantes de Parral, además de ser un establecimiento reconocido por los turistas que llegan a la ciudad; a largo plazo la visión es ser una empresa bien posicionada en la región sur del Estado de Chihuahua y con un alto prestigio por el buen servicio que brinda al cliente en el ramo de los alimentos tipo buffet y a la carta, además tener otra sucursal en la región con las mismas características.

#### g. Misión

La misión de la empresa es ofrecer alimentos que satisfagan todas las expectativas del cliente en todos los ámbitos, desde sabor, precio, variedad, servicio y comodidad, tanto para nuestros clientes locales como regionales, dejando un buen sabor de boca a todos los consumidores de nuestros platillos.

#### h. Objetivos

Los objetivos específicos son los siguientes:

- Corto plazo: Arrancar el negocio de la mejor manera, dando a conocer a la empresa e iniciando con la máxima capacidad instalada en la etapa de arranque, lograr abarcar una parte significativa del mercado.
- Mediano plazo: Lograr el completo posicionamiento en la localidad, siendo un establecimiento reconocido, aumentar las ventas un 30% a los primeros meses y cubrir cada vez más pedidos diarios.
- Largo plazo: Ser la primera opción para comer tanto para los pobladores de Parral como para turistas, aumentar la variedad de platillos y crear un nuevo local para satisfacer la demanda.

#### i. Planes de la empresa (Pronósticos)

Se pronostica que en un plazo de 5 años la empresa aumente su capacidad instalada y disminuya costos al aprovechar mejor el equipo preparando más alimentos a la vez, por lo cual se prevé que se tenga una utilidad marginal mayor al 50% promedio por producto de acuerdo a todos los alimentos que ofrezca el restaurante.

### 2. Descripción del entorno

#### a. Principales variables y tendencias macroeconómicas y financieras que repercuten en el negocio

Las variables que influyen tanto de manera positiva como negativa, dependiendo el cambio en las mismas, son: el PIB, ya que por ser la tasa de crecimiento económico de un país se ha convertido en

una variable clave, ya que si la economía crece afecta, por un lado, a las expectativas de inversión empresarial, a la mejora de la renta per cápita, y en definitiva a la capacidad de consumo en servicios de restauración; El nivel general de precios (IPC), debido a que si los precios del restaurant no están basados en este índice y en el precio de los competidores, se estará perdiendo competitividad, puesto que los clientes nos percibirán como más caros. En el 2009 la inflación fue de 3.55%, en el 2010 de 4.19% y hasta Enero del 2011 de 0.77% lo que indica que el índice de precios de la canasta básica tiene una tendencia a crecer lo que puede afectar de manera negativa al negocio; El nivel de desempleo puesto que afecta directamente al consumo evolucionando ambos de forma inversa; El Tipo de interés porque sus variaciones tienen efectos inmediatos sobre la inflación y sobre la renta disponible. Si el tipo de interés baja, aumenta la demanda de las empresas y de los consumidores privados; El tipo de cambio afectará directamente al restaurante cuando los clientes provengan de países o zonas con distinta moneda en el caso de que exista fluctuación entre ellas.

b. Variables sociales, políticas, ambientales, fitosanitarias y culturales que influyen en el proyecto.

Las más significativas son las siguientes:

Los cambios demográficos, ya que afectan en gran medida al mercado de los restaurantes, por ejemplo, la población en Parral es de 107,042 personas de acuerdo al conteo de población y vivienda 2010 de INEGI, cantidad que se prevé irá en aumento en los próximos años, esto aumentará inevitablemente el consumo en la localidad.

La conciencia social, ya que la sociedad cada vez exige más productos orgánicos y amigables con el medio ambiente es importante que los materiales que se utilicen en el restaurant tanto para la elaboración de alimentos como para la presentación al consumidor cuenten con tales características.

Los factores psicosociales, que en el caso de los restaurantes está influyendo en la última década, donde se ha disparado la tendencia social enfocada a tener una estética cuidada y a vigilar la salud de forma más intensa. Ello ha conllevado unos importantes cambios en los hábitos alimentarios y en las composiciones de las dietas, lo cual ha obligado a los restaurantes no sólo a cambiar su oferta, sino a

incluir información nutricional y de origen en las cartas. Incluso han aparecido conceptos de restauración basados fuertemente en estas tendencias.

La entrada de la mujer en el mundo laboral ha provocado un cambio en el mercado de consumo en restaurantes ya que es un segmento nuevo que requiere de servicio rápido ya sea para comer en el establecimiento o para llevar, además se juega un rol distinto en donde este nuevo mercado tiene la oportunidad de tomar a este establecimiento como un lugar de ocio. Esto está provocando el florecimiento de conceptos de restauración basada en comida a bajo precio (comida rápida y buffet).

Es importante considerar también los factores político legales ya que éstos originan cambios en los reglamentos municipales sobre seguridad en locales públicos o sobre instalaciones adecuadas para personas con discapacidades físicas que dan como resultado la limitación del número de locales disponibles en el mercado y el encarecimiento de las inversiones para la puesta en marcha de un restaurante, también originan otros cambios como la prohibición de fumar en establecimientos públicos.

#### c. Atractividad de la industria en números

En cuanto a números, la industria restaurantera vivió una fuerte crisis a partir del 2008, según datos de la Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados (CANIRAC), la cual expuso que tal situación se vio agravada debido al incremento en los precios de la canasta básica mostrando un incremento de 3% en el precio de los platillos.

Sin embargo, actualmente la industria de los restaurantes se recupera en gran medida, y en el caso de los restaurantes que ofrecen comida mexicana esto se debe en parte al anuncio que hizo la UNESCO en Noviembre del 2010, el cual fue el siguiente: “La cocina tradicional mexicana; cultura comunitaria, ancestral, popular y vigente”, dando la declaración dentro de una campaña promotora de la comida mexicana, lo que le da auge a los establecimientos que la ofrezcan.

En el caso de Parral, esta declaración es una ventaja en época turística como lo es Julio a causa de las Jornadas Villistas, ya que los visitantes buscan comida típica de la región, concepto que es manejado por el presente proyecto.

En el caso particular de los establecimientos gastronómicos de Parral, existen 98 restaurantes que brindan un servicio completo al cliente en un lugar establecido, 1,348 lugares que ofrecen autoservicio, comida para llevar entre otros servicios, además de 11 lugares que brindan el servicio de preparación de alimentos por encargo siendo 5 de ellos comedores para empresas y los 6 restantes para ocasiones especiales, la competencia para el proyecto se enfoca principalmente en los restaurantes informales de la localidad, los cuales utilizan procesos similares en la fabricación de alimentos por lo cual la tecnología no representa una ventaja competitiva; sin embargo, el hecho de brindar un servicio extra es una oportunidad de atraer al mercado.

### 3. Análisis del producto y su mercado

#### a. Producto: Visión General:

Los principales productos que se ofrecerán en el restaurante son: Los guisados del buffet, comida rápida como burritos y tacos, y comida a la carta.

Todos ellos contarán con la facilidad de servicio para llevar, al auto y a domicilio además de un cómodo establecimiento para quienes deseen comer en el lugar, y lo principal, el precio será más bajo que el de los competidores.

Tales productos estarán dirigidos a tres principales segmentos que son: Estudiantes ya que asisten varias veces a comer en lugares públicos y requieren de precios bajos; las personas que trabajan, principalmente mujeres, ya que no tienen tiempo de preparar la comida y para ellos el restaurant fungirá como cocina económica, y por último; las personas de ingresos bajos y medios puesto que los precios serán accesibles.

#### b. Fortalezas y Ventajas

El proyecto tiene varias ventajas frente a la competencia, las cuáles son:

- i. El precio más bajo del mercado: este punto se logra gracias a que se ofrecen productos en los cuales se puede economizar debido a que los insumos son muy baratos; sin embargo la competencia aumenta el precio por el alto margen de ganancia que solicita.
- ii. El servicio exprés: esta es una ventaja muy fuerte ya que atraerá a los clientes por la eficiencia y rapidez en el servicio, ya que cada vez más clientes demandan servicios de comida rápida por el poco tiempo que disponen para comer, este servicio se logra mediante el buffet, en donde los guisos estarán listos para servirse. Dicho servicio buffet no está disponible en ningún restaurante de la localidad que ofrezca comida mexicana.
- iii. Servicio al automóvil y a domicilio: este servicio es un plus para el restaurante, ya que las personas que no tengan tiempo para bajar de su automóvil para comer en el local serán atendidas desde su auto. Además el cliente puede llamar desde su casa para pedir el servicio a domicilio de la cocina económica del establecimiento, mediante ello se evita el salir de domicilio en horarios inseguros de acuerdo al cliente.
- iv. Horario: El restaurante abrirá desde las 12 p.m. hasta las 11.p.m. de lunes a jueves y de 12 p.m. a 3 p.m. los fines de semana, este horario es una ventaja ante los competidores ya que se trabaja toda la semana y se cubre el horario nocturno que es dejado fuera por otros establecimientos.
- v. La variedad en la comida: el restaurante ofrecerá comida mexicana, y contará con una gran variedad de guisados para que los clientes puedan degustar diversos platillos, entre sus platillos diarios estarán los burritos, tacos, comida a la carta como enchiladas, sopes, cortes de carne, sopas y caldos, etc. Y el principal atractivo es que estos platillos mexicanos también estarán disponibles en el buffet en diferentes días de la semana, los cuales pueden ser pedidos por el cliente bajo el concepto de cocina económica.

c. El Cliente

El mercado meta del restaurante son todas las personas que quieran degustar platillos de buen sabor a un precio muy accesible y con la rapidez y eficiencia en el servicio que ellos deseen; el público objetivo se encuentra principalmente entre estudiantes, personas que trabajan y disponen de poco tiempo para cocinar y/o comer, y personas de recursos medios o bajos. Los principales clientes para el negocio son los que se enuncian en la siguiente tabla:

NOMBRE	ATRACTIVIDAD	BASADO EN:	LOCAL, REGIONAL O NACIONAL	EXPECTATIVAS	ESTRATEGIAS
Estudiantes	M	Los precios son bajos sin embargo los estudiantes tienen otras opciones	Local	Precios bajos, rapidez en el servicio y comida variada	Ofertas para estudiantes
Personas de ingresos medios	A	En la comida económica y variedad de alimentos	Local	Precios bajos y comida variada	Buffet a precios bajos y ofertas
Personas que trabajan	A	En que buscan rapidez en el servicio y variedad de comida	Local	Servicio rápido y variado	Auto servicio, servicio a domicilio, buffet

Cada segmento de clientes se describe a continuación por orden de importancia para el negocio:

- Población de recursos medios o bajos: Este segmento es importante porque son pocos los restaurantes en Parral que posibilitan a las personas de bajos recursos a consumir en ellos, para este tipo de clientes que aún no están satisfechos por el mercado se crea este proyecto, ya que el restaurant no se enfoca ganar por el precio de venta si no por el volumen de la misma.
- Personas que trabajan: Este será el segmento más importante ya que según el estudio de mercado las personas que trabajan no disponen de mucho tiempo para cocinar y/o comer, por lo tanto demandan de un servicio nutritivo, de buen sabor, rápido y económico.

- Estudiantes: son una oportunidad de mercado ya que ellos demandan el servicio exprés y a bajo costo, principalmente los estudiantes universitarios y/o foráneos que no tienen tiempo de comer en casa.

d. Mercado Potencial

El mercado potencial del restaurante es básicamente la población de Hidalgo del Parral Chihuahua, ya que en su mayoría cumple con alguna de las características de los clientes definidos, tales como: ingreso, edad, etc. A continuación se muestra una tabla representativa de la población de Hidalgo del Parral que se adecua a las características de los consumidores planteados.

POBLACIÓN TOTAL	P.E.A.	POBLACIÓN OCUPADA	TOTAL DE HOGARES	POBLACIÓN DE 6 A 11 AÑOS QUE ASISTE A LA ESCUELA	POBLACIÓN DE 12 A 14 AÑOS QUE ASISTE A LA ESCUELA	POBLACIÓN DE 8 A 12 AÑOS QUE ASISTE A LA ESCUELA	POBLACIÓN DE 18 A 24 AÑOS QUE ASISTE A LA ESCUELA
107061	42751	40704	28799	11777	8120	5831	8711

Fuente: Censo de Población y Vivienda 2010, INEGI

Los resultados de las encuestas aplicadas reflejan la siguiente información en cuanto a la asistencia de los posibles consumidores:

PROBABILIDAD DE ASISTENCIA				
DEFINITIVAMENTE SÍ	PROBABLEMENTE SÍ	PROBABLEMENTE NO	DEFINITIVAMENTE NO	TOTAL
63.77%	36.23%	0%	0%	100%

Al contrastar la posible asistencia con la población de Parral podemos decir que el total de la población estaría dispuesto a consumir alguno de los productos del restaurante por lo menos una vez en su vida, tal información se muestra a continuación:

PROBABILIDAD DE ASISTENCIA		
DEFINITIVAMENTE SÍ	PROBABLEMENTE SÍ	TOTAL
68,273	38,788	107,061

Continuando con la probabilidad ahora por segmento, se muestra en la tabla siguiente que de acuerdo a las respuestas de los estudiantes, es probable que 5,429 estudiantes asistan al restaurante, 14,698 personas que trabajan y 13,999 hogares. Lo cual prevé una buena aceptación por parte de la población al proyecto.

PROBABILIDAD DE ASISTENCIA			
ESTUDIANTES DE NIVEL SUPERIOR	POBLACIÓN OCUPADA	HOGARES	TOTAL
5,429	14,698	13,999	34,126

Toda la información anterior se prevé para el largo plazo debido a que se habla de el total de la población parralense.

Las circunstancias que harán que el mercado preserve la actitud favorable serán las siguientes:

- Las ofertas y descuentos que manejará el emprendedor
- La publicidad que se ofrecerá antes y en el transcurso de vida del proyecto
- La variedad que se mantendrá en los platillos
- El buen servicio que se ofrecerá a los clientes

e. Competitividad

Los principales competidores del restaurante son:

NOMBRE DEL COMPETIDOR	COMPETITIVIDAD	DEBILIDADES PROPIAS RESPECTO AL COMPETIDOR	FORTALEZAS PROPIAS RESPECTO AL COMPETIDOR	ACCIONES ESTRATÉGICAS
Moreira	Media	Ubicación, prestigio	Precios bajos, comida rápida y a la carta	Ofertas para turistas y buffet
Chagos	Media	Restaurant tradicional, antigüedad y prestigio	El precio de los tacos y hay más variedad de comida	Buffet, comida a la carta, ofertas y precios
Morelos	Alta	Ubicación, variedad de comida a la carta	Variedad de alimentos, cortes económicos y precios	Servicio a domicilio, ofertas, buffet y precios bajos.
Tacos Chihua	Alta	Novedoso, Estacionamiento, Entretenimiento	Comida a la carta, variedad	Servicio al auto, buffet, precios bajos

Son competidores debido a que satisfacen el mismo mercado que pretende el proyecto, sin embargo ninguno ofrece los mismos productos y servicios que el otro entre ellos se reparten el mercado de ingresos medios.

#### 4. Estrategia de Mercadotecnia

##### a. Mercadotecnia

Para la promoción de la empresa se realizarán diferentes actividades como: volantaje en las principales vías de la ciudad; plaza principal, centro histórico, avenida Independencia, Boulevard Ortiz Mena, en las paradas de autobuses más demandadas, en escuelas de nivel superior, estacionamientos de las oficinas gubernamentales y privadas. El porcentaje que le corresponde a cada segmento se describe a continuación:

PUNTOS DE VOLANTAJE	PORCENTAJE
Plaza principal y Centro histórico	40%
Calles y Avenidas principales	20%
Paradas de autobús	20%
Escuelas de nivel superior	10%
Estacionamientos de oficinas	10%

De cada 100 volantes entregados el porcentaje de entrega en cada lugar será de acuerdo a la tabla anterior. El número de volantes a entregar será variable dependiendo del mes.

También para dar difusión al establecimiento se requerirá de spots de radio que señalen las principales características del restaurante. Las estaciones en las que se pasarán dichos spots son: “Radio Parral”, “La Tremenda” y “JS Digital”, tales spots serán anunciados en la misma proporción y horario.

Las estrategias por periodo son:

- Corto plazo:

En esta etapa inicial del negocio se utilizará la estrategia de dar promociones por inauguración tales como: buffet 2x1 para los estudiantes, dos litros de guisado por el precio de uno y medio,

Desde 15 días antes de la inauguración del proyecto hasta 3 meses después, se considerará publicidad de arranque y se basará en dar a conocer a los clientes las características del restaurante y las ventajas que tiene ante los competidores, tales ventajas fundamentales son la rapidez del servicio y los precios bajos de los alimentos, principalmente. Esta difusión se realizará por medio de radio, volantes y anuncios en el periódico como se muestra a continuación:

MEDIO DE DIFUSIÓN	CANTIDAD DIFUNDIDA			
	15 DÍAS ANTES DE LA INAUGURACIÓN	PRIMER MES	SEGUNDO MES	TERCER MES
Spots de radio	3 diarios por estación	4 diarios por estación	3 diarios por estación	3 diarios por estación
Periódico	1 diario	1 diario	1 diario	1 diario
Volantes	70 por semana	200 por semana	100 por semana	100 por semana

Desde el cuarto mes hasta el primer año cumplido se tomará como promoción de arranque secundaria y aquí la difusión será mediante:

MEDIO DE DIFUSIÓN	CANTIDAD DIFUNDIDA
Spots de radio	2 diarios por estación
Periódico	1 diario
Volantes	50 al mes

- Mediano Plazo:

En esta etapa del negocio se tiene que mantener y reforzar la proporción de mercado que se abarca, los planes se enfocan en seguir atrayendo clientes y a la vez mantener satisfechos a los ya existentes. Algunos de los planes para esta etapa son: promociones a estudiantes como 2x1, descuento al consumidor en su cumpleaños, acumulación de puntos a los clientes frecuentes de cocina económica, etc.

- Largo Plazo

En el largo plazo el principal objetivo es mantener a los clientes ya existentes, por ello las estrategias están dirigidas a los consumidores constantes, además en esta etapa se pretende que el restaurant sea reconocido por los visitantes foráneos, por ello también habrá promociones para ellos. Algunos ejemplos de las estrategias tanto a mediano como a largo plazo son:

ESTRATEGIAS DE MERCADOTECNIA	CARACTERÍSTICAS
Spots de radio	Principalmente en época fuerte como Jornadas Villistas, día de las madres, día del estudiante, etc.
Periódico	En forma de cupones de descuento y promociones
Volantes	En época fuerte y que contengan promociones y descuentos
Acumulación de puntos por consumo	En la compra de guisados para llevar
1 Consumo buffet gratis	En la acumulación de 10 visitas al buffet
2x1 en buffet a estudiantes	Sólo los lunes
Descuento por cumpleaños	5% de descuento en el ticket final de consumo
Bebida gratis	1 bebida gratis a los foráneos

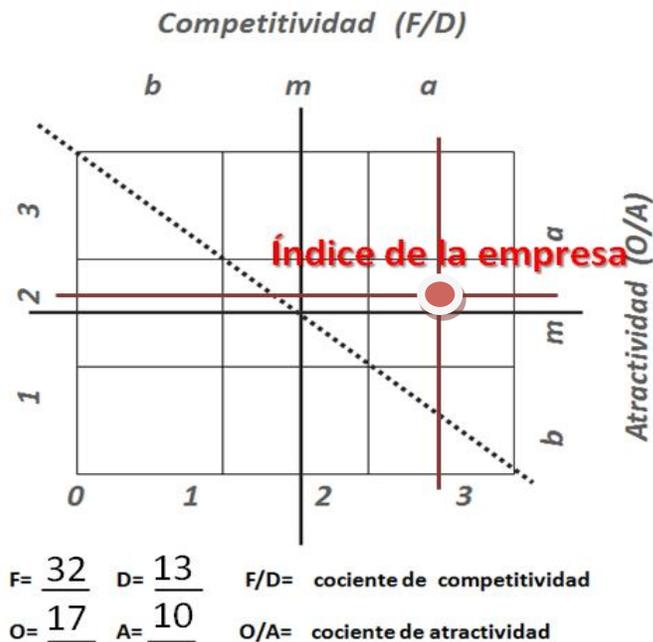
- Análisis FODA:

En el cuadro siguiente se enuncian las fortalezas y debilidades con que cuenta la empresa, las cuales es posible controlar dentro de la misma, también, las oportunidades y amenazas que son provocadas por el exterior y que a la vez repercuten en el negocio.

<b>FORTALEZAS</b>	<b>PUNTOS</b>	<b>DEBILIDADES</b>	<b>PUNTOS</b>
La accesibilidad en el precio	5	No tener amplio estacionamiento	4
La rapidez en el servicio	5	No vender todo tipo de comida	3
El servicio a domicilio y al auto	4	Falta de conocimiento de la competencia	3
Buffet	5	La ubicación del local	3
Cocina Económica	4		
Horario de servicio	4		
Descuentos y promociones	5		0
<b>TOTALES</b>	<b>32</b>	<b>TOTALES</b>	<b>13</b>
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>PUNTOS</b>	<b>AMENAZAS</b>	<b>PUNTOS</b>
Amplios horarios de trabajo que dejan poco tiempo para comer y cocinar	5	La experiencia de los competidores	3
Cada vez más mujeres en el campo laboral	4	El posicionamiento de otros restaurantes	4
La afluencia turística en las jornadas villistas	4	La inseguridad que le impide a algunas personas comer en lugares públicos	3
Que a causa de la inseguridad más personas pidan comida a domicilio	4		0
<b>TOTALES</b>	<b>17</b>	<b>TOTALES</b>	<b>10</b>

A las características anteriores se les asigna una calificación, la cual se refleja en el siguiente gráfico en el que se analiza el grado de competitividad y atractividad del negocio.

RESULTADOS	CALIF.	PUNTUACIÓN
Fortalezas	32	2.5
Debilidades	13	
Oportunidades	17	1.7
Amenazas	10	



De acuerdo con el gráfico anterior se conoce el punto en el que se encuentra la empresa con base en el análisis FODA. El restaurante resulta altamente competitivo de acuerdo a las características en los productos y servicios que ofrece, y además esta por encima de la media de atractividad, lo que lo posiciona como una buena opción en la industria restaurantera.

b. Política de producto y/o servicio y Atención al cliente

El restaurant tendrá tema mexicano y todo lo referente con la decoración externa e interna será de acuerdo a México y Pancho Villa por la familiaridad con la región.

El producto no lleva envase directo es únicamente la presentación del platillo en los siguientes accesorios todos de melamina:

Plato trinche 23 cm, platón oval 30 cm., plato pan/ensalada 21 cm., plato pan/mantequilla 17cm., tazón sopero 473 ml., plato cereal/frijolero 296 ml., tazón fruta 133 ml., plato para taza y taza de 219 ml., cremera de 250 ml. Proveedor provisional: Anforama del Estado de México (adquisición virtual).

Para los servicios a domicilio y al auto el material del envase será desechable de proveedor jaguar o reyma y será principalmente envases con capacidad de ½ y 1 litro.

Además para asegurar la satisfacción del cliente se ofrecerá la garantía de que si hay algún defecto en el platillo deseado o no le satisface completamente, se le repondrá por uno de su agrado y no se cobrará el producto.

c. Política de precios, promociones y descuentos

El precio de los productos para todos los segmentos es el mismo, el único cambio es que el precio del buffet se divide en adultos y niños, debido a que los niños generalmente consumen menos cantidades de alimento que los adultos. La edad límite para pagar el precio de niño son 10 años.

Todos los precios de cada producto se muestran a continuación:

PLATILLO	PORCIÓN	COSTO	PRECIO DE VENTA	UTILIDAD EN PESOS	UTILIDAD MARGINAL
Buffet niños	1 Buffet	\$ 12.00	\$ 30.00	\$ 18.00	60%
Buffet adultos	1 Buffet	\$ 20.00	\$ 50.00	\$ 30.00	60%
Guisados	1 litro	\$ 18.00	\$ 36.00	\$ 20.00	50%
Tacos	1 orden	\$ 12.00	\$ 20.00	\$ 8.00	40%
Burritos	1 burrito	\$ 6.00	\$ 10.00	\$ 4.00	40%
Carne, ensalada y pasta	1 platillo	\$ 28.00	\$ 40.00	\$ 12.00	30%

En el caso de las promociones, que sería el precio más bajo al que se vendería, por ejemplo, 2x1 a estudiantes o en ocasiones especiales, la utilidad se convierte en la siguiente:

PLATILLO	PROMOCIÓN	COSTO	PRECIO DE VENTA	UTILIDAD EN PESOS	UTILIDAD MARGINAL
Buffet adultos	2x1	\$ 40.00	\$ 50.00	\$ 10.00	20%
Guisados	2x1,1/2	\$ 36.00	\$ 54.00	\$ 18.00	25%

El precio más alto al que se venderá es el que se muestra en las tablas anteriores ya que esta variable es la base de las ventas, por lo tanto no puede exceder de los precios de la competencia.

Los alimentos no tendrán red de distribución, únicamente se venderán en el local o con servicio a domicilio y al automóvil. Por lo tanto la distribución será como se muestra a continuación:



#### d. Política de Post-venta y seguimiento de clientes

Al ser un producto que no requiere de mucha investigación por parte del cliente, ni de largos periodos de decisión, sino que es una decisión espontánea y fácil de tomar, no existen políticas de seguimiento como tal, el seguimiento y atención post-venta que se le brinda al cliente es justamente al final del consumo, preguntando si estuvo satisfecho con el servicio y el platillo, además otro control que se llevará será un registro de los consumidores frecuentes que cuenten con tarjeta de descuentos, en este registro se tendrán algunos datos básicos como teléfono y fecha de cumpleaños, en esta fecha se llamará al cliente para ofrecerle un descuento en su consumo como agradecimiento a su preferencia. Tal descuento solo aplicará en esta fecha y aplica tanto para su consumo como el de sus acompañantes, será un descuento del 5% en la cuenta final.

### 5. Plan de Ventas

#### a. Estrategia de ventas

Para vender cada producto se aplicarán distintas estrategias, como la base del negocio es la venta de buffet, este será el que más se ofrezca, por lo tanto las estrategias son las siguientes:

- Los lunes, que se prevé sea el día de menos afluencia al restaurante, se aplicará de manera permanente la promoción de 2x1 para estudiantes.
- En días festivos como día de la madre, día del padre, día del estudiante, del maestro, etc. Se aplicarán promociones de descuento para ellos, por ejemplo, la bebida gratis en la compra del buffet, el buffet gratis para el festejado en el pago del acompañante, etc.
- Para atraer turistas las promociones que ofrecerán será principalmente una bebida gratis en la compra del buffet o platillo a la carta.
- Para la venta de guisados para llevar se aplica la promoción de 2x1 de manera ocasional.
- También en la compra de guisados para llevar se aplica la promoción de acumulación de puntos, esta promoción será que cada compra acumula el 5% del pago que funcionará como dinero para compras posteriores.
- En la acumulación de 10 tickets de compra de buffet se ofrece un buffet gratis.

Estas son las promociones básicas que sirven de estrategia para promover cada uno de los productos del restaurante.

Cada promoción estará escrita en un lugar visible del establecimiento, en los volantes repartidos y promoción por diferentes medios, además los meseros y la recepcionista avisarán de las promociones al momento de atender al cliente.

b. Políticas de crédito y cobranza de la empresa

Por ser un bien que se consume al momento, y que no se aplica el crédito en él, todas las ventas de cualquier alimento se venderán estrictamente y sin ninguna excepción al contado.

6. Plan de operaciones del Proyecto

a. Proceso de producción

- a. Levantar el pedido de los insumos: 10 minutos
- b. Tener el inventario en el local: un día
- c. Recibir al cliente y tomar la orden: 10 minutos
  1. Platillos a la carta de 15 a 20 minutos
  2. Buffet inmediatamente
  3. Comida rápida (tacos y burritos) en menos de 10 minutos
- d. Consumo del cliente alrededor de 40 minutos
- e. Llevar la cuenta 3 minutos

b. Distribución y capacidad instalada del negocio



Desechables y demás insumos	Amaya Comercial	Boulevard Ortiz Mena sin número	El mismo día	No tener inventario por más de una semana en alimentos y más de un mes en otros
-----------------------------	-----------------	---------------------------------	--------------	---

d. Calidad de los insumos

La inspección de calidad se realizará desde el momento del primer pedido de insumos, ya que se degustarán los alimentos y se corroborará que los proveedores cumplan con las normas de calidad y salubridad. Además ya que cada pedido llegue al local se hará una inspección personal de que sean los artículos requeridos y estén en las condiciones óptimas. Además se hará una revisión diaria de los productos que no se consuman en el lapso previsto y se sacarán del área de inventario dos días antes de la fecha de caducidad.

e. Compra y almacenamiento de los insumos

Los proveedores quedan establecidos en el punto c, los insumos serán entregados en el día del pedido por el proveedor y se almacenarán en los refrigeradores, congeladores y anaqueles establecidos en el diagrama del punto d.

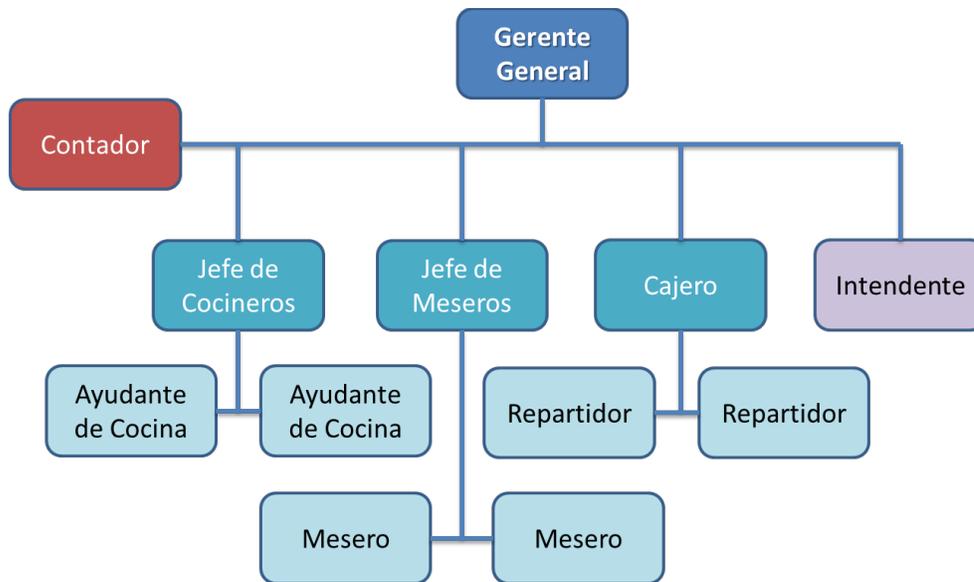
f. Crédito de los proveedores

Los proveedores darán un plazo máximo de una semana para pagar los insumos, sin embargo, el propósito del proyecto es pagar de riguroso contado al total de los proveedores, principalmente en la etapa inicial que serán pedidos aún bajos.

7. Recursos Humanos

a. Organización funcional

A continuación se muestra el organigrama de la empresa, en el cual se jerarquizan los puestos:



#### b. Políticas de Recursos Humanos

Las políticas se basarán en las leyes mexicanas, básicamente en la ley federal del trabajo, además se tendrá un reglamento interno de trabajo en el que se especificarán funciones, acciones, comportamiento y bases para cumplir con el trabajo de la mejor manera.

Los requisitos para laborar en cada área son los siguientes:

- Gerente General: por lo menos en los primeros años se pretende que la gerente general sea la emprendedora, ya que se requiere amplio conocimiento del negocio y de los objetivos del mismo.
- Cajero: se requiere preparatoria terminada, mayoría de edad, conocimiento de funciones de oficina y buen trato al cliente.
- Jefe de Cocineros: mayor de edad, experiencia mínima de 2 años como cocinero, nivel preparatorio mínimo.
- Jefe de Meseros: mayor de edad, escolaridad preparatoria, experiencia como mesero mínima de 1 año, proactivo y amable.
- Ayudante de cocinero: mayor de edad, experiencia como cocinero, secundaria mínima, responsable, activo.
- Meseros: activos, de buen carácter, secundaria mínima, honestos y responsables.
- Repartidor: buen conductor, licencia para conducir, mayor de edad, agilidad, conocimiento de Parral, responsabilidad y honestidad.

- Intendente: mayor de edad, responsable y honesto.

c. Condiciones remunerativas:

Los empleos que requerirá la empresa se muestran en la siguiente tabla que contiene los salarios diarios y mensuales, además de una recopilación de los gastos por personal:

CANT.	PUESTO	SALARIO	REMUNERACIÓN SEMANAL	TOTAL MENSUAL POR EMPLEADO	TOTAL POR PUESTOS
1	Gerente General	\$ 250.00	\$ 1,750.00	\$ 7,000.00	\$ 7,000.00
1	Cajero y secretario	\$ 159.03	\$ 1,113.21	\$ 4,452.84	\$ 4,452.84
1	Jefe de Cocina	\$ 170.10	\$ 1,190.70	\$ 4,762.80	\$ 4,762.80
1	Jefe de Meseros	\$ 120.00	\$ 840.00	\$ 3,360.00	\$ 3,360.00
2	Ayudantes de Cocinero	\$ 83.74	\$ 586.18	\$ 2,344.72	\$ 4,689.44
2	Meseros	\$ 83.74	\$ 586.18	\$ 2,344.72	\$ 4,689.44
2	Repartidores	\$ 83.74	\$ 586.18	\$ 2,344.72	\$ 4,689.44
1	Intendente	\$ 83.74	\$ 586.18	\$ 2,344.72	\$ 2,344.72
1	Contador	-	-	\$ 500.00	\$ 500.00
<b>TOTAL</b>					<b>\$ 36,488.68</b>

d. Plan de Recursos Humanos

Para la selección de personal se iniciará con la publicación de una vacante y la definición del perfil del puesto, luego se procederá a buscar candidatos de forma externa y a solicitar y revisar currículos, luego se hará una entrevista y examen físico de acuerdo a la tarea del puesto, después se procede a contratar y capacitar al nuevo empleado.

8. Aspectos legales

a. La sociedad

No aplica ya que se trata de una persona física

b. Licencias y Derechos

El restaurante necesitará un registro en salubridad para garantizar la calidad de los alimentos a los consumidores, además un permiso de PROFECO donde valide que las basculas donde se pesa

el alimento vendido por kilo, estén bien calibradas. Además se requiere de un permiso de funcionamiento por parte de la presidencia municipal y un permiso de venta de cerveza en el establecimiento, también una licencia sanitaria de establecimiento de insumos para la salud modalidad (A).

#### c. Obligaciones Legales

Las obligaciones serán básicamente fiscales, ya que debe cubrir el porcentaje marcado por ley del pago de los diversos impuestos como ISR, IETU, etc. Además deberá cubrir las demás obligaciones que aparezcan en el transcurso del negocio y actualizar los datos en las licencias cada vez que se requiera. También se requiere el cumplimiento oportuno del pago del Seguro Social para los trabajadores y la aportación en INFONAVIT.

#### d. Permisos y Limitaciones

Los permisos y licencias se especifican en el apartado b. No se encuentran limitaciones en el momento ya que en la localidad se pueden tramitar la mayoría de los permisos, en caso contrario hay oficinas en Chihuahua capital, lo que facilita los trámites.

### 9. Planes de Lanzamiento

#### a. Plan de Lanzamiento

En la etapa de arranque se prevé destinar \$6,000 para la publicidad y \$4,000 para promociones, es por ello que en esta etapa se requiere planear las estrategias que darán a conocer el negocio, algunas de ellas son las siguientes:

- Spots de Radio en horas favorables
- Anuncios en el periódico que valgan como cupones de descuento
- Volantes en las avenidas más transitadas y en los sectores a los que pertenezcan los principales segmentos del negocio
- Descuentos por inauguración que sean atractivos para el cliente
- Bebidas gratis en la compra de los alimentos

Entre otras ofertas y promociones, todas ellas destinadas a dar a conocer el negocio y considerar estos gastos como inversiones a futuro.

### 10. Plan Financiero y Evaluación del Proyecto

#### a. Presupuesto: inversión, capital de trabajo, costos y gastos

- Inversión Inicial

CONCEPTO	PARCIAL	TOTAL
Acondicionamiento de Local		3,700
Mejoras al Local	3,000	
Salarios por Decoración y Remodelación	700	
Maquinaria		298,494
Máquinas	298,494	
Equipo de Cómputo		7,500
Computadoras	6,500	
Impresoras	1,000	
Equipo de Transporte		80,000
Autos	63,402	
Motocicletas	16,598	
Mobiliario y Equipo de Oficina		3,000
Mobiliario y Equipo de Oficina	3,000	
Inventario Inicial		30,000
Inventario	30,000	
Efectivo de Reserva		30,000
Efectivo	30,000	
Total		\$452,694
<b>GASTOS OPERACIONALES</b>		
Contratos de Servicios		9,000
depósito de Renta (1 meses)	9,000	
Gastos de Constitución		2,000
Honorarios Profesionales	500	
Licencias, Permisos y Patentes	1,500	
Promoción Inicial		10,000
Publicidad	6,000	
Promoción	4,000	
Total		21,000
<b>TOTAL INVERSIÓN INICIAL</b>		<b>\$473,694</b>

- Cálculo de Ventas





Tacos	23	23	23	23	23	23	23	23	23	23	23	23
Burritos	11.5	11.5	11.5	11.5	11.5	11.5	11.5	11.5	11.5	11.5	11.5	11.5
Platillo a la carta	44.5	44.5	44.5	44.5	44.5	44.5	44.5	44.5	44.5	44.5	44.5	44.5

PRECIO UNITARIO	1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2016											
	ENE	FEB	MAR	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
Buffet	58	58	58	58	58	58	58	58	58	58	58	58
Guisados	41.5	41.5	41.5	41.5	41.5	41.5	41.5	41.5	41.5	41.5	41.5	41.5
Tacos	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24
Burritos	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12
Platillo a la carta	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46

- Cálculo de gastos: aquí año 2012, para los siguientes solo se añade la inflación

CÁLCULO DE GASTOS	1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2012					
	MES	ENE-MAR	ABR-JUN	JUL-SEP	OCT-DIC	PROMEDIO ANUAL
Sueldos/ dueños		6,000.00	6,000.00	6,000.00	6,000.00	6,000.00
Sueldos/ empleados		28,988.68	28,988.68	28,988.68	28,988.68	28,988.68
Honorarios		500.00	500.00	500.00	500.00	500.00
Renta del local		9,000.00	9,000.00	9,000.00	9,000.00	9,000.00
Papelería		200.00	200.00	200.00	200.00	200.00
Electricidad		5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00
Gas		2,500.00	2,500.00	2,500.00	2,500.00	2,500.00
Teléfono		400.00	400.00	400.00	400.00	400.00
Agua		300.00	300.00	300.00	300.00	300.00
Pago de Préstamo		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Intereses		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Reparaciones		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Gasolina y combustibles		1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00
Gastos de viaje		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Seguros		200.00	200.00	200.00	200.00	200.00
Gastos varios		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Depreciación		3,836.10	3,836.10	3,836.10	3,836.10	3,836.10
Publicidad		800.00	800.00	800.00	800.00	800.00

- Costos Unitarios: estos serán los mismos para cada mes de un mismo año, el siguiente cuadro muestra los costos del 2012 y para los siguientes solo se aumenta la inflación.

COSTO VARIABLE UNITARIO POR PRODUCTO	
Buffet	20.000
Carne	8.000
Vegetales	4.000
Pastas	3.000
Condimentos	2.000
Ensaladas	3.000
Guisados	18.000
Carne	8.000
Vegetales	5.000
Condimentos	5.000
Tacos	12.000
Tortillas	3.000
Carne	7.000
Salsa	0.500
Vegetales	1.000
Aceite	0.500
Burritos	6.000
Tortillas	1.000
Guisado	3.000
Frijoles	1.000
Aderezo	1.000
Platillo a la carta	28.00
Carne	15.00
Ensalada	3.50
Pasta	4.00
Frijoles	2.50
Tortillas	3.00

- Costo de Ventas: al igual que en lo anterior se muestra el costo de venta del año 2012 como representativo.

COSTO DE VENTAS	01 ENERO AL 31 DICIEMBRE DE 2012				
MES	ENE-MAR	ABR-JUN	JUL-SEP	OCT-DIC	PROMEDIO

	ANUAL				
Buffet	19,200.00	19,200.00	19,200.00	19,200.00	19,200.00
Guisados	10,080.00	10,080.00	10,080.00	10,080.00	10,080.00
Tacos	10,080.00	10,080.00	10,080.00	10,080.00	10,080.00
Burritos	6,720.00	6,720.00	6,720.00	6,720.00	6,720.00
Platillo a la carta	23,520.00	23,520.00	23,520.00	23,520.00	23,520.00
<b>COSTO DE VENTAS TOTAL</b>	<b>69,600.00</b>	<b>69,600.00</b>	<b>69,600.00</b>	<b>69,600.00</b>	<b>69,600.00</b>

- Flujos de efectivo
- Del 1 de Enero al 31 de diciembre del 2012

FLUJO DE EFECTIVO	DEL 1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2012				
	Arranque	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL
Flujo de Efectivo Generado Real	-	2,740	2,740	2,740	2,740
Flujo de Efectivo Generado Real + Intereses		5,741	5,741	5,741	5,741

MAYO	JUNIO	JULIO	AGO	SEPT	OCT	NOV	DIC
2,740	2,740	(2,260)	(2,233)	(2,207)	(2,181)	(2,155)	(2,128)
5,741	5,741	741	730	718	707	696	

Los demás flujos de efectivo se encuentran en el apartado anexos.

b. Estados Financieros Básicos

- Estados de Resultados

<b>Estado de Resultados</b>	<b>01 ENERO AL 31 DICIEMBRE DE 2012</b>				
<b>MES</b>	<b>ENERO</b>	<b>FEBRERO</b>	<b>MARZO</b>	<b>ABRIL</b>	<b>MAYO</b>
<b>Ventas Contado</b>	129,760	129,760	129,760	129,760	129,760
<b>Ventas Crédito</b>	-	-	-	-	-
<b>Total Ventas</b>	129,760	129,760	129,760	129,760	129,760
<b>Costo de Ventas</b>	69,600	69,600	69,600	69,600	69,600
<b>Utilidad Bruta</b>	60,160	60,160	60,160	60,160	60,160
<b>Gastos de Operación</b>					
Sueldos/ dueños	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000
Sueldos/ empleados	28,989	28,989	28,989	28,989	28,989
Honorarios	500	500	500	500	500
Renta del local	9,000	9,000	9,000	9,000	9,000
Papelería	200	200	200	200	200
Electricidad	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000
Gas	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500
Teléfono	400	400	400	400	400
Agua	300	300	300	300	300
Reparaciones	-	-	-	-	-
Gasolina y combustibles	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
Gastos de viaje	-	-	-	-	-
Seguros	200	200	200	200	200
Gastos varios	-	-	-	-	-
Depreciación	3,836	3,836	3,836	3,836	3,836
Publicidad	800	800	800	800	800
<b>Total Gastos</b>	<b>58,725</b>	<b>58,725</b>	<b>58,725</b>	<b>58,725</b>	<b>58,725</b>



800	800	800	800	800	800	800	9,600
58,725	58,725	58,725	58,725	58,725	58,725	58,725	704,697
1,435	1,435	1,435	1,435	1,435	1,435	1,435	17,223
3,001	3,001	2,963	2,926	2,888	2,851	2,813	35,446
(1,565)	(1,565)	(1,528)	(1,490)	(1,453)	(1,415)	(1,378)	(18,223)
(470)	(470)	(458)	(447)	(436)	(425)	(413)	(5,467)
<b>(1,096)</b>	<b>(1,096)</b>	<b>(1,070)</b>	<b>(1,043)</b>	<b>(1,017)</b>	<b>(991)</b>	<b>(965)</b>	<b>(12,756)</b>

Los demás estados de resultados se encuentran en el apartado de anexos.

c. Proyecciones financieras y evaluación del proyecto

ANÁLISIS FINANCIERO	
Periodo de Recuperación	3.83 años
Costo promedio ponderado de capital	9.75%
Valor Presente Neto	\$183,576.01
Tasa Interna de Retorno	20.74%

Para analizar el periodo de recuperación se requiere comparar con otros proyectos, sin embargo la TIR es mayor que el costo del capital, el VPN es positivo y considerable, por lo tanto se acepta la viabilidad del proyecto.

RAZONES FINANCIERAS						
RAZONES DE LIQUIDÉZ						
Razón Circulante	Veces	0.08	0.48	1.25	2.72	5.90
Razón Rápida	Veces	0.00	0.39	1.13	2.56	5.67
RAZONES DE ACTIVIDAD						
Rotación de Inventario	Veces	51.90	56.95	61.99	67.44	73.45
Rotación de Activos Fijos	Veces	4.58	5.81	7.50	10.01	12.79
Rotación de Activo Total	Veces	3.95	3.65	3.18	2.72	2.29

RAZONES DE RENTABILIDAD						
Margen de Utilidad Neta	%	-0.82%	7.84%	9.53%	10.80%	12.71%
Rendimiento sobre Activos	%	-3.23%	28.58%	30.25%	29.36%	29.04%
Rendimiento sobre Capital	%	-22.05%	69.83%	48.02%	37.19%	32.28%

- **Liquidez:** al inicio del proyecto no se observa buena liquidez y no debido al inventario, sino que es más bien por ser un proyecto nuevo con muchas obligaciones, al paso del tiempo el negocio se hace cada vez más líquido.
- **Actividad:** La rotación de inventario es muy elevada, lo que implica que hay liquidez en el inventario de la empresa y que los activos están siendo aprovechados de la manera correcta.
- **Rentabilidad:** en el primer año la rentabilidad es negativa, es decir, que se perdió por cada peso invertido, sin embargo, en los años siguientes la empresa se recupera de manera considerable, en cuanto al rendimiento del capital pasa lo mismo, sin embargo, la propietaria del negocio verá los resultados de la inversión en los años siguientes.

## 11. Plan de Inversión y Financiamiento

### a. Plan de Inversiones

COSTOS DE MAQUINARIA Y EQUIPO "ANDAR DE VILLA"					
Cant	Máquina	Precauciones de seguridad	Precio (c/u)	Proveedor	Precio Total
1	Buffetera de acero inoxidable	equipo de salubridad	\$18,500	comercializadoradf	\$18,500
1	Baño maria 8 insertos con plancha	equipo de salubridad	\$4,099	comercializadoradf	\$4,099
1	Pastorera	equipo de salubridad	\$1,399	arosnegocios	\$1,399

3	Licadora	equipo de salubridad	\$250	walmart	\$750
1	Mesa de trabajo para servir	equipo de salubridad	\$4,209	comercializadoradf	\$4,209
1	Cortadora de papas a la francesa	equipo de salubridad	\$599	comercializadoradf	\$599
1	Rack de trabajo para emplatado y estantería 4 espacios	equipo de salubridad	\$9,000	gastrox	\$9,000
1	Tarja de 2 tinas	equipo de salubridad	\$5,999	comercializadoradf	\$5,999
2	Tanque de gas	equipo de salubridad	\$450		\$900
1	Campana	equipo de salubridad	\$2,899	comercializadoradf	\$2,899
1	Caja registradora	equipo de salubridad	\$3,000	-	\$3,000
16	Mantelería	equipo de salubridad	\$25	El Ranchero	\$400
8 juegos	Mesas y sillas	equipo de salubridad	negociables con refresquera	refresquera	-
1	Tostadora de pan para 4 piezas	equipo de salubridad	\$300	-	\$300
1	Lavadora	equipo de salubridad	\$2,500	-	\$2,500
2	Charola rectangular 12 x 16 plgs	equipo de salubridad	\$41	arosnegocios	\$82
3	Ollas	equipo de salubridad	\$500	-	\$1,500

8	Sartenes	equipo de salubridad	\$600	-	\$4,800
2	Charola levantamuertos 5pg	equipo de salubridad	\$148	arosnegocios	\$296
2	Charola levantamuertos 7pg	equipo de salubridad	\$173	arosnegocios	\$346
2	Caja para cubiertos 4 com	equipo de salubridad	\$183	arosnegocios	\$366
2	Carro de servicio chico	-	\$1,602	arosnegocios	\$3,204
50	Vaso policarbonato 10 oz	equipo de salubridad	\$14	arosnegocios	\$699
50	Vaso policarbonato 12 oz	equipo de salubridad	\$15.95	arosnegocios	\$798
50	Vaso policarbonato 17 oz	equipo de salubridad	\$19.40	arosnegocios	\$970
50	Vaso policarbonato 22 oz	equipo de salubridad	\$22.40	arosnegocios	\$1,120
50	Plato melamina 9.5"	equipo de salubridad	\$13.00	arosnegocios	\$650
50	Plato oval melamina 11.5"	equipo de salubridad	\$13.50	arosnegocios	\$675
50	Plato postre melanina 4.5"	equipo de salubridad	\$3.65	arosnegocios	\$183
2	Periquera para niño	-	\$748	arosnegocios	\$1,496
1	Estufa pesada con horno	equipo de salubridad	\$22,259	arosnegocios	\$22,259
1	Refrigerador vertical	equipo de salubridad	\$29,945	arosnegocios	\$29,945

1	Congelador vertical	equipo de salubridad	\$29,930.00	arosnegocios	\$29,930
3	Tabla para cortar 38x51	equipo de salubridad	\$303	arosnegocios	\$909
1	Dispensador de 12 condimentos	equipo de salubridad	\$439	arosnegocios	\$439
2	Batidora Kitchen Pro	equipo de salubridad	\$6,490	arosnegocios	\$12,980
3	Cuchillo chef 6pg	equipo de salubridad	\$78	arosnegocios	\$234
3	Cuchillo chef 8pg	equipo de salubridad	\$99	arosnegocios	\$297
3	Cuchillo chef 10 pg	equipo de salubridad	\$137	arosnegocios	\$411
3	Cuchillo chef 12 pg	equipo de salubridad	\$250	arosnegocios	\$750
3	Cuchillo hacha 8 pg	equipo de salubridad	\$196	arosnegocios	\$588
50	Cuchara de té	equipo de salubridad	\$9.70	arosnegocios	\$485
50	Cuchara sopera	equipo de salubridad	\$12.20	arosnegocios	\$610
50	Tenedor de mesa	equipo de salubridad	\$12.20	arosnegocios	\$610
50	Cuchillo de mesa	equipo de salubridad	\$24.70	arosnegocios	\$1,235
2	Motocicleta de trabajo	casco	\$8,299	Elektra	\$16,598
1	Kangoo	cinturón de seguridad	\$63,402	Renault	\$63,402
1	Asador	equipo de salubridad	\$8,480	arosnegocios	\$8,480
1	Estufa 6 quemadores	equipo de salubridad	\$22,999	arosnegocios	\$22,999
1	Freidora 28 litros	equipo de salubridad	\$21,465.28	arosnegocios	\$21,465

1	Horno doble	equipo de salubridad	\$23,285	arosnegocios	\$23,285
1	Plancha	equipo de salubridad	\$20,599	arosnegocios	\$20,599
<b>TOTAL</b>					<b>\$298,494</b>

## 12. Conclusiones

### a. Puntos Débiles

- La población desconoce el negocio
- Falta de conocimiento de la competencia

### b. Puntos Fuertes

- Precios más bajos que el mercado
- Variedad de platillos
- Servicio a domicilio y al auto
- Servicio Buffet
- Horario de servicio
- Concepto novedoso

### c. Amenazas

- Inseguridad para ir a comer a lugares públicos
- Experiencia de los competidores
- Posicionamiento de los competidores

### d. Oportunidades

- La inseguridad que hace que las personas prefieran comer en casa y pedir comida a domicilio
- Los amplios horarios de trabajo que no permiten cocinar
- El poco tiempo para comer debido a los horarios de trabajo y estudio
- Las jornadas villistas
- La necesidad de las personas por tener un lugar económico donde comer

### e. Riesgo

- Existe la posibilidad de que llegue un negocio con el mismo concepto y tenga mejor ubicación o estacionamientos, si esto sucede se atacaría por el precio, dejando un menor margen de ganancia pero garantizando la preferencia del consumidor.
- Hay riesgo de que las personas no prefieran la comida mexicana tradicional de manera rápida, si el concepto no funciona se adecuaría a las nuevas necesidades mediante un nuevo estudio de mercado.
- Puede suceder que la afluencia prevista no sea la correcta y sea menor, en este caso se destinará más presupuesto a la publicidad y promoción aunque se sacrifiquen utilidades, pero de esta manera se logra la permanencia en el mercado.

#### f. Puntos Fuertes

Se establecen los 5 puntos más fuertes del negocio en una palabra cada uno:

- Precio
- Buffet
- Servicio
- Variedad
- Horario

#### g. Seguridad

Se prevé el éxito del negocio debido a un estudio previo de mercado, en el que el total de la población encuestada aseguró que definitivamente o por lo menos probablemente sí acudiría al negocio, le gusta la idea de que se cree tal proyecto y le interesa el consumo de tales platillos.

A pesar de que el primer año no se reflejan utilidades para el negocio, se garantiza que con el paso del tiempo se posicionará el negocio y se irán incrementando los beneficios económicos ya que el Valor Presente Neto y la Tasa Interna de Retorno son positivos y congruentes con el propósito del proyecto.

#### h. Impactos

El proyecto requiere de 12 empleados, 10 dentro del establecimiento de manera directa en funciones tales como meseros, cocineros, intendencia, cajeros, etc. Un empleo más de manera indirecta ya que es por honorarios fuera del establecimiento: el contador, y por último el empleo del gerente general del negocio que por el momento será la propietaria del mismo.

La proporción de hombres-mujeres es variable ya que depende de las aptitudes y capacidades que muestren los candidatos en la entrevista, al momento se tienen contratadas 4 personas y el gerente general, 3 mujeres y 2 hombres. Todos ellos habitantes del municipio de Parral, mismo en que se ubica el negocio.

Además se apoyarán empleos indirectos como los de los establecimientos de los proveedores de insumos, cargadores, etc. Todos ellos locales también.

## ANEXOS

### ESTADO DE RESULTADOS DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2012

Estado de Resultados	01 ENERO AL 31 DICIEMBRE DE 2012												TOTAL
MES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
<b>Ventas Contado</b>	129,760	129,760	129,760	129,760	129,760	129,760	129,760	129,760	129,760	129,760	129,760	129,760	1,557,120
<b>Ventas Crédito</b>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
<b>Total Ventas</b>	129,760	129,760	129,760	129,760	129,760	129,760	129,760	129,760	129,760	129,760	129,760	129,760	1,557,120
<b>Costo de Ventas</b>	69,600	69,600	69,600	69,600	69,600	69,600	69,600	69,600	69,600	69,600	69,600	69,600	835,200
<b>Utilidad Bruta</b>	60,160	60,160	60,160	60,160	60,160	60,160	60,160	60,160	60,160	60,160	60,160	60,160	721,920
<b>Gastos de Operación</b>													
Sueldos/ dueños	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	72,000
Sueldos/ empleados	28,989	28,989	28,989	28,989	28,989	28,989	28,989	28,989	28,989	28,989	28,989	28,989	347,864
Honorarios	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	6,000
Renta del local	9,000	9,000	9,000	9,000	9,000	9,000	9,000	9,000	9,000	9,000	9,000	9,000	108,000
Papelería	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	2,400
Electricidad	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	60,000
Gas	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	30,000
Teléfono	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	4,800
Agua	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	3,600
Reparaciones	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
Gasolina y combustibles	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	12,000
Gastos de viaje	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
Seguros	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	2,400
Gastos varios	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
Depreciación	3,836	3,836	3,836	3,836	3,836	3,836	3,836	3,836	3,836	3,836	3,836	3,836	46,033
Publicidad	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800	9,600
<b>Total Gastos</b>	58,725	58,725	58,725	58,725	58,725	58,725	58,725	58,725	58,725	58,725	58,725	58,725	704,697
<b>UAI</b>	1,435	1,435	1,435	1,435	1,435	1,435	1,435	1,435	1,435	1,435	1,435	1,435	17,223
Intereses	3,001	3,001	3,001	3,001	3,001	3,001	3,001	2,963	2,926	2,888	2,851	2,813	35,446
<b>UAI</b>	(1,565)	(1,565)	(1,565)	(1,565)	(1,565)	(1,565)	(1,565)	(1,528)	(1,490)	(1,453)	(1,415)	(1,378)	(18,223)
Impuestos	(470)	(470)	(470)	(470)	(470)	(470)	(470)	(458)	(447)	(436)	(425)	(413)	(5,467)
<b>UTILIDAD NETA (PERDIDA)</b>	<b>(1,096)</b>	<b>(1,096)</b>	<b>(1,096)</b>	<b>(1,096)</b>	<b>(1,096)</b>	<b>(1,096)</b>	<b>(1,096)</b>	<b>(1,070)</b>	<b>(1,043)</b>	<b>(1,017)</b>	<b>(991)</b>	<b>(965)</b>	<b>(12,756)</b>

### ESTADO DE RESULTADOS DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2013

Estado de Resultados MES	01 ENERO AL 31 DICIEMBRE DE 2013												TOTAL	
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE		
<b>Ventas Contado</b>	142,380	142,380	142,380	142,380	142,380	142,380	142,380	142,380	142,380	142,380	142,380	142,380	142,380	1,708,560
<b>Ventas Crédito</b>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
<b>Total Ventas</b>	142,380	142,380	142,380	142,380	142,380	142,380	142,380	142,380	142,380	142,380	142,380	142,380	142,380	1,708,560
<b>Costo de Ventas</b>	75,638	75,638	75,638	75,638	75,638	75,638	75,638	75,638	75,638	75,638	75,638	75,638	75,638	907,654
<b>Utilidad Bruta</b>	66,742	66,742	66,742	66,742	66,742	66,742	66,742	66,742	66,742	66,742	66,742	66,742	66,742	800,906
<b>Gastos de Operación</b>														
Sueldos/ dueños	6,300	6,300	6,300	6,300	6,300	6,300	6,300	6,300	6,300	6,300	6,300	6,300	6,300	75,600
Sueldos/ empleados	30,438	30,438	30,438	30,438	30,438	30,438	30,438	30,438	30,438	30,438	30,438	30,438	30,438	365,257
Honorarios	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	6,000
Renta del local	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
Papelera	207	207	207	207	207	207	207	207	207	207	207	207	207	2,478
Electricidad	5,163	-	151	-	151	-	151	-	151	-	151	-	151	5,917
Gas	2,581	2,581	2,581	2,581	2,581	2,581	2,581	2,581	2,581	2,581	2,581	2,581	2,581	30,975
Teléfono	413	413	413	413	413	413	413	413	413	413	413	413	413	4,956
Agua	310	310	310	310	310	310	310	310	310	310	310	310	310	3,717
Reparaciones	-	-	-	-	-	2,000	-	-	-	-	-	-	-	4,000
Gasolina y combustibles	1,063	1,063	1,063	1,063	1,063	1,063	1,063	1,063	1,063	1,063	1,063	1,063	1,063	12,780
Gastos de viaje	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
Seguros	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	4,800
Gastos varios	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
Depreciación	3,836	3,836	3,836	3,836	3,836	3,836	3,836	3,836	3,836	3,836	3,836	3,836	3,836	46,033
<b>Publicidad</b>	758	826	1,400	1,679	1,679	1,679	2,437	1,679	1,679	826	826	826	826	16,296
<b>Total Gastos</b>	51,969	46,874	47,598	47,727	47,878	49,727	48,636	47,727	47,878	46,874	47,025	48,874	48,874	578,789
<b>UAI</b>	14,774	19,868	19,144	19,015	18,864	17,015	18,106	19,015	18,864	19,868	19,717	17,868	17,868	222,117
Intereses	2,776	2,738	2,701	2,663	2,626	2,588	2,551	2,513	2,476	2,438	2,401	2,363	2,363	30,833
<b>UAI</b>	11,998	17,130	16,443	16,352	16,238	14,427	15,555	16,502	16,388	17,430	17,317	15,505	15,505	191,284
Impuestos	3,599	5,139	4,933	4,905	4,871	4,328	4,667	4,950	4,916	5,229	5,195	4,652	4,652	57,385
<b>UTILIDAD NETA (PERDIDA)</b>	<b>8,399</b>	<b>11,991</b>	<b>11,510</b>	<b>11,446</b>	<b>11,367</b>	<b>10,099</b>	<b>10,889</b>	<b>11,551</b>	<b>11,472</b>	<b>12,201</b>	<b>12,122</b>	<b>10,854</b>	<b>10,854</b>	<b>133,899</b>

## ESTADO DE RESULTADOS DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2014

Estado de Resultados MES	01 ENERO AL 31 DICIEMBRE DE 2014												TOTAL	
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE		
<b>Ventas Contado</b>	154,970	154,970	154,970	154,970	154,970	154,970	154,970	154,970	154,970	154,970	154,970	154,970	154,970	1,859,640
<b>Ventas Crédito</b>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
<b>Total Ventas</b>	154,970	154,970	154,970	154,970	154,970	154,970	154,970	154,970	154,970	154,970	154,970	154,970	154,970	1,859,640
<b>Costo de Ventas</b>	82,180	82,180	82,180	82,180	82,180	82,180	82,180	82,180	82,180	82,180	82,180	82,180	82,180	986,161
<b>Utilidad Bruta</b>	72,790	72,790	72,790	72,790	72,790	72,790	72,790	72,790	72,790	72,790	72,790	72,790	72,790	873,479
<b>Gastos de Operación</b>														
Sueldos/ dueños	6,615	6,615	6,615	6,615	6,615	6,615	6,615	6,615	6,615	6,615	6,615	6,615	6,615	79,380
Sueldos/ empleados	31,960	31,960	31,960	31,960	31,960	31,960	31,960	31,960	31,960	31,960	31,960	31,960	31,960	383,520
Honorarios	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	6,000
Renta del local	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
Papelera	213	213	213	213	213	213	213	213	213	213	213	213	213	2,559
Electricidad	156	-	152	-	152	-	152	-	152	-	152	-	152	914
Gas	2,665	2,665	2,665	2,665	2,665	2,665	2,665	2,665	2,665	2,665	2,665	2,665	2,665	31,982
Teléfono	426	426	426	426	426	426	426	426	426	426	426	426	426	5,117
Agua	320	320	320	320	320	320	320	320	320	320	320	320	320	3,838
Reparaciones	-	-	-	-	-	2,000	-	-	-	-	-	-	-	4,000
Gasolina y combustibles	1,131	1,131	1,131	1,131	1,131	1,131	1,131	1,131	1,131	1,131	1,131	1,131	1,131	13,567
Gastos de viaje	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
Seguros	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	4,800
Gastos varios	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
Depreciación	3,836	3,836	3,836	3,836	3,836	3,836	3,836	3,836	3,836	3,836	3,836	3,836	3,836	46,033
<b>Publicidad</b>	783	853	1,445	1,734	1,734	1,734	2,517	1,734	1,734	853	853	853	853	16,826
<b>Total Gastos</b>	49,005	48,919	49,663	49,800	49,952	51,800	50,735	49,800	49,952	48,919	49,071	50,919	50,919	598,535
<b>UAI</b>	23,785	23,871	23,127	22,990	22,838	20,990	22,055	22,990	22,838	23,871	23,719	21,871	21,871	274,943
Intereses	2,326	2,288	2,251	2,213	2,176	2,138	2,101	2,063	2,026	1,988	1,951	1,913	1,913	25,433
<b>UAI</b>	21,459	21,583	20,876	20,776	20,662	18,851	19,955	20,926	20,812	21,883	21,768	19,958	19,958	249,510
Impuestos	6,223	6,259	6,054	6,025	5,992	5,467	5,787	6,069	6,036	6,346	6,313	5,788	5,788	72,358
<b>UTILIDAD NETA (PERDIDA)</b>	<b>15,236</b>	<b>15,324</b>	<b>14,822</b>	<b>14,751</b>	<b>14,670</b>	<b>13,384</b>	<b>14,168</b>	<b>14,858</b>	<b>14,777</b>	<b>15,537</b>	<b>15,456</b>	<b>14,170</b>	<b>14,170</b>	<b>177,182</b>

## ESTADO DE RESULTADOS DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2015

Estado de Resultados MES	01 ENERO AL 31 DICIEMBRE DE 2015												TOTAL	
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE		
<b>Ventas Contado</b>	168,606	168,606	168,606	168,606	168,606	168,606	168,606	168,606	168,606	168,606	168,606	168,606	168,606	2,023,266
<b>Ventas Crédito</b>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
<b>Total Ventas</b>	168,606	168,606	168,606	168,606	168,606	168,606	168,606	168,606	168,606	168,606	168,606	168,606	168,606	2,023,266
<b>Costo de Ventas</b>	89,281	89,281	89,281	89,281	89,281	89,281	89,281	89,281	89,281	89,281	89,281	89,281	89,281	1,071,367
<b>Utilidad Bruta</b>	79,325	79,325	79,325	79,325	79,325	79,325	79,325	79,325	79,325	79,325	79,325	79,325	79,325	951,899
<b>Gastos de Operación</b>														
Sueldos/ dueños	6,946	6,946	6,946	6,946	6,946	6,946	6,946	6,946	6,946	6,946	6,946	6,946	6,946	83,349
Sueldos/ empleados	33,558	33,558	33,558	33,558	33,558	33,558	33,558	33,558	33,558	33,558	33,558	33,558	33,558	402,696
Honorarios	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	6,000
Renta del local	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
Paperería	220	220	220	220	220	220	220	220	220	220	220	220	220	2,642
Electricidad	157	157	157	157	157	157	157	157	157	157	157	157	157	919
Gas	2,752	2,752	2,752	2,752	2,752	2,752	2,752	2,752	2,752	2,752	2,752	2,752	2,752	33,021
Teléfono	440	440	440	440	440	440	440	440	440	440	440	440	440	5,283
Agua	330	330	330	330	330	330	330	330	330	330	330	330	330	3,963
Reparaciones	-	-	-	-	-	2,000	-	-	-	-	-	-	-	2,000
Gasolina y combustibles	1,202	1,202	1,202	1,202	1,202	1,202	1,202	1,202	1,202	1,202	1,202	1,202	1,202	14,426
Gastos de viaje	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
Seguros	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	4,800
Gastos varios	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
Depreciación	3,808	3,808	3,808	3,808	3,808	3,808	3,808	3,808	3,808	3,808	3,808	3,808	3,808	45,700
Publicidad	808	808	808	808	808	808	808	808	808	808	808	808	808	9,733
<b>Total Gastos</b>	51,121	51,037	51,801	51,947	52,099	53,947	52,908	51,947	52,099	51,037	51,190	53,037	53,037	624,171
<b>UAI</b>	28,204	28,288	27,524	27,378	27,225	25,378	26,417	27,378	27,225	28,288	28,135	26,288	26,288	327,727
Intereses	1,876	1,838	1,801	1,763	1,726	1,688	1,651	1,613	1,576	1,538	1,501	1,463	1,463	20,033
<b>UAI</b>	26,328	26,449	25,723	25,615	25,500	23,690	24,767	25,765	25,650	26,749	26,635	24,824	24,824	307,694
Impuestos	7,635	7,670	7,460	7,428	7,395	6,870	7,182	7,472	7,438	7,757	7,724	7,199	7,199	89,231
<b>UTILIDAD NETA (PERDIDA)</b>	18,693	18,779	18,263	18,186	18,105	16,820	17,584	18,293	18,211	18,992	18,911	17,625	17,625	218,463

## ESTADO DE RESULTADOS DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2016

01 ENERO AL 31 DICIEMBRE DE 2016													TOTAL
ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE		
183,634	183,634	183,634	183,634	183,634	183,634	183,634	183,634	183,634	183,634	183,634	183,634	183,634	2,203,602
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
183,634	183,634	183,634	183,634	183,634	183,634	183,634	183,634	183,634	183,634	183,634	183,634	183,634	2,203,602
97,039	97,039	97,039	97,039	97,039	97,039	97,039	97,039	97,039	97,039	97,039	97,039	97,039	1,164,470
86,594	86,594	86,594	86,594	86,594	86,594	86,594	86,594	86,594	86,594	86,594	86,594	86,594	1,039,132
7,293	7,293	7,293	7,293	7,293	7,293	7,293	7,293	7,293	7,293	7,293	7,293	7,293	87,516
35,236	35,236	35,236	35,236	35,236	35,236	35,236	35,236	35,236	35,236	35,236	35,236	35,236	422,831
500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	6,000
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
227	227	227	227	227	227	227	227	227	227	227	227	227	2,728
157	157	157	157	157	157	157	157	157	157	157	157	157	924
2,841	2,841	2,841	2,841	2,841	2,841	2,841	2,841	2,841	2,841	2,841	2,841	2,841	34,094
455	455	455	455	455	455	455	455	455	455	455	455	455	5,455
341	341	341	341	341	341	341	341	341	341	341	341	341	4,091
-	-	-	-	-	2,000	-	-	-	-	-	-	-	2,000
1,278	1,278	1,278	1,278	1,278	1,278	1,278	1,278	1,278	1,278	1,278	1,278	1,278	15,339
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	4,800
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
2,487	2,487	2,487	2,487	2,487	2,487	2,487	2,487	2,487	2,487	2,487	2,487	2,487	29,849
834	909	1,540	1,849	1,849	1,849	2,683	1,849	1,849	909	909	909	909	17,937
52,051	51,968	52,752	52,907	53,061	54,907	53,895	52,907	53,061	51,968	52,121	53,968	53,968	635,565
34,544	34,626	33,842	33,687	33,534	31,687	32,699	33,687	33,534	34,626	34,473	32,626	32,626	403,567
1,426	1,388	1,351	1,313	1,276	1,238	1,201	1,163	1,126	1,088	1,051	1,013	1,013	14,633
33,118	33,238	32,491	32,374	32,258	30,449	31,499	32,524	32,408	33,538	33,423	31,613	31,613	388,934
9,273	9,307	9,098	9,065	9,032	8,526	8,820	9,107	9,074	9,391	9,358	8,852	8,852	108,901
23,845	23,932	23,394	23,309	23,226	21,923	22,679	23,417	23,334	24,148	24,064	22,762	22,762	280,032

## FLUJO DE EFECTIVO DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2012

Flujo de Efectivo MES	01 ENERO AL 31 DICIEMBRE DE 2012												
	Arranque	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Efectivo en el banco (inicio del mes)		\$30,000	\$32,740	\$35,481	\$38,221	\$40,961	\$43,701	\$46,442	\$44,182	\$41,949	\$39,741	\$37,560	\$35,406
<b>Entrada de Efectivo</b>													
Ventas de Contado		129,760	129,760	129,760	129,760	129,760	129,760	129,760	129,760	129,760	129,760	129,760	129,760
Cobro de ventas a crédito		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Aportaciones de Socios	70,604	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Préstamos u otras inyecciones de efectivo	400,090	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Total Entradas</b>	<b>470,694</b>	<b>159,760</b>	<b>162,500</b>	<b>165,241</b>	<b>167,981</b>	<b>170,721</b>	<b>173,461</b>	<b>176,202</b>	<b>173,942</b>	<b>171,709</b>	<b>169,501</b>	<b>167,320</b>	<b>165,166</b>
<b>Salidas de Efectivo</b>													
Gastos Preoperativos	440,694	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Compras (Costo de las Ventas) cuando son de contado</b>		69,600	69,600	69,600	69,600	69,600	69,600	69,600	69,600	69,600	69,600	69,600	69,600
Sueldos/dueños		6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000	6,000
Sueldos/empleados		28,989	28,989	28,989	28,989	28,989	28,989	28,989	28,989	28,989	28,989	28,989	28,989
Honorarios		500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500
Renta del local		9,000	9,000	9,000	9,000	9,000	9,000	9,000	9,000	9,000	9,000	9,000	9,000
Papelaría		200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
Electricidad		5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000
Gas		2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500
Teléfono		400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Agua		300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300
Pago de Préstamo		-	-	-	-	-	-	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000
Intereses		3,001	3,001	3,001	3,001	3,001	3,001	3,001	2,963	2,926	2,888	2,851	2,813
Reparaciones		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Gasolina y Combustibles		1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
Gastos de Viaje		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Seguros		200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
Gastos Varios		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Otros		800	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800
Impuestos		(470)	(470)	(470)	(470)	(470)	(470)	(470)	(458)	(447)	(436)	(425)	(413)
<b>Total Salidas de Efectivo</b>	<b>440,694</b>	<b>127,020</b>	<b>127,020</b>	<b>127,020</b>	<b>127,020</b>	<b>127,020</b>	<b>127,020</b>	<b>132,020</b>	<b>131,993</b>	<b>131,967</b>	<b>131,941</b>	<b>131,915</b>	<b>131,888</b>
<b>Saldo al final del mes en el Banco</b>	<b>\$30,000</b>	<b>\$32,740</b>	<b>\$35,481</b>	<b>\$38,221</b>	<b>\$40,961</b>	<b>\$43,701</b>	<b>\$46,442</b>	<b>\$44,182</b>	<b>\$41,949</b>	<b>\$39,741</b>	<b>\$37,560</b>	<b>\$35,406</b>	<b>\$33,277</b>
<b>Flujo de Efectivo Generado Real</b>	<b>-</b>	<b>2,740</b>	<b>2,740</b>	<b>2,740</b>	<b>2,740</b>	<b>2,740</b>	<b>2,740</b>	<b>(2,260)</b>	<b>(2,233)</b>	<b>(2,207)</b>	<b>(2,181)</b>	<b>(2,155)</b>	<b>(2,128)</b>
Flujo de Efectivo Generado Real + Intereses		5,741	5,741	5,741	5,741	5,741	5,741	741	730	718	707	696	685

## FLUJO DE EFECTIVO DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2013

Flujo de Efectivo MES	01 ENERO AL 31 DICIEMBRE DE 2013											
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Efectivo en el banco (inicio del mes)	\$33,277	\$40,512	\$51,339	\$61,685	\$71,967	\$82,170	\$91,105	\$100,830	\$111,217	\$121,525	\$132,562	\$143,520
<b>Entrada de Efectivo</b>												
Ventas de Contado	142,380	142,380	142,380	142,380	142,380	142,380	142,380	142,380	142,380	142,380	142,380	142,380
Cobro de ventas a crédito	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Aportaciones de Socios	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Préstamos u otras inyecciones de efectivo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Total Entradas</b>	<b>175,657</b>	<b>182,892</b>	<b>193,719</b>	<b>204,065</b>	<b>214,347</b>	<b>224,550</b>	<b>233,485</b>	<b>243,210</b>	<b>253,597</b>	<b>263,905</b>	<b>274,942</b>	<b>285,900</b>
<b>Salidas de Efectivo</b>												
Gastos Preoperativos	75,638	75,638	75,638	75,638	75,638	75,638	75,638	75,638	75,638	75,638	75,638	75,638
<b>Compras (Costo de las Ventas) cuando son de contado</b>		6,300	6,300	6,300	6,300	6,300	6,300	6,300	6,300	6,300	6,300	6,300
Sueldos/empleados		30,438	30,438	30,438	30,438	30,438	30,438	30,438	30,438	30,438	30,438	30,438
Honorarios		500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500
Renta del local		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Papelaría		207	207	207	207	207	207	207	207	207	207	207
Electricidad		5,163	-	151	-	151	-	151	-	151	-	151
Gas		2,581	2,581	2,581	2,581	2,581	2,581	2,581	2,581	2,581	2,581	2,581
Teléfono		413	413	413	413	413	413	413	413	413	413	413
Agua		310	310	310	310	310	310	310	310	310	310	310
Pago de Préstamo		5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000
Intereses		2,776	2,738	2,701	2,663	2,626	2,588	2,551	2,513	2,476	2,438	2,401
Reparaciones		-	-	-	-	-	2,000	-	-	-	-	-
Gasolina y Combustibles		1,063	1,063	1,063	1,063	1,063	1,063	1,063	1,063	1,063	1,063	1,063
Gastos de Viaje		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Seguros		400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Gastos Varios		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Otros		758	826	1,400	1,679	1,679	1,679	2,437	1,679	1,679	826	826
Impuestos		3,599	5,139	4,933	4,905	4,871	4,328	4,667	4,950	4,916	5,229	5,195
<b>Total Salidas de Efectivo</b>	<b>135,145</b>	<b>131,553</b>	<b>132,034</b>	<b>132,098</b>	<b>132,177</b>	<b>133,445</b>	<b>132,655</b>	<b>131,993</b>	<b>132,072</b>	<b>131,343</b>	<b>131,422</b>	<b>132,690</b>
<b>Saldo al final del mes en el Banco</b>	<b>\$40,512</b>	<b>\$51,339</b>	<b>\$61,685</b>	<b>\$71,967</b>	<b>\$82,170</b>	<b>\$91,105</b>	<b>\$100,830</b>	<b>\$111,217</b>	<b>\$121,525</b>	<b>\$132,562</b>	<b>\$143,520</b>	<b>\$153,209</b>
<b>Flujo de Efectivo Generado Real</b>	<b>7,235</b>	<b>10,827</b>	<b>10,346</b>	<b>10,282</b>	<b>10,203</b>	<b>8,935</b>	<b>9,725</b>	<b>10,387</b>	<b>10,308</b>	<b>11,037</b>	<b>10,958</b>	<b>9,690</b>
Flujo de Efectivo Generado Real + Intereses	10,010	13,565	13,047	12,945	12,829	11,523	12,275	12,900	12,784	13,475	13,358	12,053

## FLUJO DE EFECTIVO DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2014

Flujo de Efectivo MES	01 ENERO AL 31 DICIEMBRE DE 2014											
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Efectivo en el banco (inicio del mes)	\$153,209	\$167,282	\$181,442	\$195,100	\$208,687	\$222,193	\$234,414	\$247,418	\$261,112	\$274,725	\$289,097	\$303,389
<b>Entrada de Efectivo</b>												
Ventas de Contado	154,970	154,970	154,970	154,970	154,970	154,970	154,970	154,970	154,970	154,970	154,970	154,970
Cobro de ventas a crédito	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Aportaciones de Socios	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Préstamos u otras inyecciones de efectivo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Total Entradas</b>	308,179	322,252	336,412	350,070	363,657	377,163	389,384	402,388	416,082	429,695	444,067	458,359
<b>Salidas de Efectivo</b>												
Gastos Preparatorios	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Compras (Costo de las Ventas) cuando son de contado</b>	82,180	82,180	82,180	82,180	82,180	82,180	82,180	82,180	82,180	82,180	82,180	82,180
Sueldos/dueros	6,615	6,615	6,615	6,615	6,615	6,615	6,615	6,615	6,615	6,615	6,615	6,615
Sueldos/empleados	31,960	31,960	31,960	31,960	31,960	31,960	31,960	31,960	31,960	31,960	31,960	31,960
Honorarios	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500
Renta del local	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Papelaría	213	213	213	213	213	213	213	213	213	213	213	213
Electricidad	156	156	152	152	152	152	152	152	152	152	152	152
Gas	2,665	2,665	2,665	2,665	2,665	2,665	2,665	2,665	2,665	2,665	2,665	2,665
Teléfono	426	426	426	426	426	426	426	426	426	426	426	426
Agua	320	320	320	320	320	320	320	320	320	320	320	320
Pago de Préstamo	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000
Intereses	2,326	2,288	2,251	2,213	2,176	2,138	2,101	2,063	2,026	1,988	1,951	1,913
Reparaciones	-	-	-	-	-	2,000	-	-	-	-	-	2,000
Gasolina y Combustibles	1,131	1,131	1,131	1,131	1,131	1,131	1,131	1,131	1,131	1,131	1,131	1,131
Gastos de Viaje	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Seguros	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Gastos Varios	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Otros	783	853	1,445	1,734	1,734	1,734	2,517	1,734	1,734	853	853	853
Impuestos	6,223	6,259	6,054	6,025	5,992	5,467	5,787	6,069	6,036	6,346	6,313	5,788
<b>Total Salidas de Efectivo</b>	140,898	140,810	141,312	141,383	141,464	142,749	141,966	141,276	141,357	140,597	140,678	141,964
<b>Saldo al final del mes en el Banco</b>	<b>\$167,282</b>	<b>\$181,442</b>	<b>\$195,100</b>	<b>\$208,687</b>	<b>\$222,193</b>	<b>\$234,414</b>	<b>\$247,418</b>	<b>\$261,112</b>	<b>\$274,725</b>	<b>\$289,097</b>	<b>\$303,389</b>	<b>\$316,395</b>
<b>Flujo de Efectivo Generado Real</b>	<b>14,072</b>	<b>14,160</b>	<b>13,658</b>	<b>13,587</b>	<b>13,506</b>	<b>12,221</b>	<b>13,004</b>	<b>13,694</b>	<b>13,613</b>	<b>14,373</b>	<b>14,292</b>	<b>13,006</b>
Flujo de Efectivo Generado Real + Intereses	16,398	16,448	15,909	15,801	15,682	14,359	15,105	15,757	15,638	16,361	16,242	14,919

## FLUJO DE EFECTIVO DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2015

Flujo de Efectivo MES	01 ENERO AL 31 DICIEMBRE DE 2015											
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Efectivo en el banco (inicio del mes)	\$316,395	\$333,896	\$351,484	\$368,555	\$385,550	\$402,463	\$418,091	\$434,484	\$451,585	\$468,605	\$486,405	\$504,124
<b>Entrada de Efectivo</b>												
Ventas de Contado	168,606	168,606	168,606	168,606	168,606	168,606	168,606	168,606	168,606	168,606	168,606	168,606
Cobro de ventas a crédito	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Aportaciones de Socios	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Préstamos u otras inyecciones de efectivo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Total Entradas</b>	485,000	502,502	520,089	537,161	554,156	571,069	586,697	603,089	620,191	637,210	655,011	672,730
<b>Salidas de Efectivo</b>												
Gastos Preparatorios	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Compras (Costo de las Ventas) cuando son de contado</b>	89,281	89,281	89,281	89,281	89,281	89,281	89,281	89,281	89,281	89,281	89,281	89,281
Sueldos/dueros	6,946	6,946	6,946	6,946	6,946	6,946	6,946	6,946	6,946	6,946	6,946	6,946
Sueldos/empleados	33,558	33,558	33,558	33,558	33,558	33,558	33,558	33,558	33,558	33,558	33,558	33,558
Honorarios	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500
Renta del local	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Papelaría	220	220	220	220	220	220	220	220	220	220	220	220
Electricidad	157	152	152	152	152	152	152	152	152	152	152	152
Gas	2,752	2,752	2,752	2,752	2,752	2,752	2,752	2,752	2,752	2,752	2,752	2,752
Teléfono	440	440	440	440	440	440	440	440	440	440	440	440
Agua	330	330	330	330	330	330	330	330	330	330	330	330
Pago de Préstamo	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000
Intereses	1,876	1,838	1,801	1,763	1,726	1,688	1,651	1,613	1,576	1,538	1,501	1,463
Reparaciones	-	-	-	-	-	2,000	-	-	-	-	-	2,000
Gasolina y Combustibles	1,202	1,202	1,202	1,202	1,202	1,202	1,202	1,202	1,202	1,202	1,202	1,202
Gastos de Viaje	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Seguros	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Gastos Varios	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Otros	808	881	1,492	1,790	1,790	1,790	2,599	1,790	1,790	881	881	881
Impuestos	7,635	7,670	7,480	7,428	7,395	6,870	7,182	7,472	7,438	7,757	7,724	7,199
<b>Total Salidas de Efectivo</b>	151,104	151,018	151,534	151,611	151,692	152,977	152,213	151,504	151,586	150,805	150,887	152,172
<b>Saldo al final del mes en el Banco</b>	<b>\$333,896</b>	<b>\$351,484</b>	<b>\$368,555</b>	<b>\$385,550</b>	<b>\$402,463</b>	<b>\$418,091</b>	<b>\$434,484</b>	<b>\$451,585</b>	<b>\$468,605</b>	<b>\$486,405</b>	<b>\$504,124</b>	<b>\$520,558</b>
<b>Flujo de Efectivo Generado Real</b>	<b>17,501</b>	<b>17,587</b>	<b>17,072</b>	<b>16,995</b>	<b>16,913</b>	<b>16,628</b>	<b>16,393</b>	<b>17,101</b>	<b>17,020</b>	<b>17,800</b>	<b>17,719</b>	<b>16,434</b>
Flujo de Efectivo Generado Real + Intereses	19,377	19,428	18,872	18,758	18,639	17,316	18,043	18,714	18,595	19,339	19,220	17,897

## FLUJO DE EFECTIVO DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2016



01 ENERO AL 31 DICIEMBRE DE 2016												
Flujo de Efectivo	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Electivo en el banco (inicio del mes)	\$520,558	\$541,890	\$563,309	\$584,190	\$604,987	\$625,701	\$645,111	\$665,278	\$686,182	\$707,004	\$728,639	\$750,191
<b>Entrada de Efectivo</b>												
Ventas de Contado	183,634	183,634	183,634	183,634	183,634	183,634	183,634	183,634	183,634	183,634	183,634	183,634
Cobro de ventas a crédito	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Aportaciones de Socios												
Préstamos u otras inyecciones de efectivo												
<b>Total Entradas</b>	<b>704,191</b>	<b>725,524</b>	<b>746,943</b>	<b>767,824</b>	<b>788,621</b>	<b>809,334</b>	<b>828,745</b>	<b>848,911</b>	<b>869,816</b>	<b>890,637</b>	<b>912,272</b>	<b>933,824</b>
<b>Salidas de Efectivo</b>												
Gastos Preoperativos												
<b>Compras (Costo de las Ventas) cuando son de contado</b>	97,039	97,039	97,039	97,039	97,039	97,039	97,039	97,039	97,039	97,039	97,039	97,039
Sueldos/diarios	7,293	7,293	7,293	7,293	7,293	7,293	7,293	7,293	7,293	7,293	7,293	7,293
Sueldos/empleados	35,236	35,236	35,236	35,236	35,236	35,236	35,236	35,236	35,236	35,236	35,236	35,236
Honorarios	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500
Renta del local	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Papelería	227	227	227	227	227	227	227	227	227	227	227	227
Electricidad	157	-	153	-	153	-	153	-	153	-	153	-
Gas	2,841	2,841	2,841	2,841	2,841	2,841	2,841	2,841	2,841	2,841	2,841	2,841
Teléfono	455	455	455	455	455	455	455	455	455	455	455	455
Agua	341	341	341	341	341	341	341	341	341	341	341	341
Pago de Préstamo	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000
Intereses	1,426	1,388	1,351	1,313	1,276	1,238	1,201	1,163	1,126	1,088	1,051	1,013
Reparaciones	-	-	-	-	-	2,000	-	-	-	-	-	2,000
Gasolina y Combustibles	1,278	1,278	1,278	1,278	1,278	1,278	1,278	1,278	1,278	1,278	1,278	1,278
Gastos de Viaje	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Seguros	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Gastos Varios	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Otros	834	909	1,540	1,849	1,849	1,849	2,683	1,849	1,849	909	909	909
Impuestos	9,273	9,307	9,098	9,065	9,032	8,526	8,820	9,107	9,074	9,391	9,358	8,852
<b>Total Salidas de Efectivo</b>	<b>162,301</b>	<b>162,214</b>	<b>162,752</b>	<b>162,837</b>	<b>162,920</b>	<b>164,223</b>	<b>163,467</b>	<b>162,729</b>	<b>162,812</b>	<b>161,998</b>	<b>162,082</b>	<b>163,384</b>
<b>Saldo al final del mes en el Banco</b>	<b>\$541,890</b>	<b>\$563,309</b>	<b>\$584,190</b>	<b>\$604,987</b>	<b>\$625,701</b>	<b>\$645,111</b>	<b>\$665,278</b>	<b>\$686,182</b>	<b>\$707,004</b>	<b>\$728,639</b>	<b>\$750,191</b>	<b>\$770,440</b>
<b>Flujo de Efectivo Generado Real</b>	<b>21,333</b>	<b>21,419</b>	<b>20,881</b>	<b>20,797</b>	<b>20,713</b>	<b>19,411</b>	<b>20,167</b>	<b>20,905</b>	<b>20,821</b>	<b>21,635</b>	<b>21,552</b>	<b>20,249</b>
Flujo de Efectivo Generado Real + Intereses	22,768	22,807	22,232	22,110	21,989	20,649	21,367	22,068	21,947	22,723	22,602	21,262