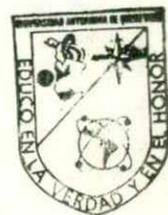




UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE QUERÉTARO  
FACULTAD DE CONTADURIA Y ADMINISTRACION

PROYECTO PARA LA INSTALACION  
DE UN RESTAURANTE

“EL RETORNO”



FACULTAD DE  
CONTADURIA Y ADMINISTRACION

TESINA

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE  
LICENCIADO EN ADMINISTRACION

PRESENTA

MAYTE GONZALEZ FERNANDEZ

CP.VICTOR VEGA VILLA

DIRECTOR DE LA FACULTAD DE CONTADURIA Y ADMINISTRACION

CP.SALVADOR SANCHEZ CARDENAS

SECRETARIO ACADEMICO DE LA FACULTAD DE CONTADURIA Y ADMINISTRACION

LA.MEDARDO VALDOVINO MENDEZ

ASESOR

AGRADECIMIENTOS

A MIS PADRES POR SU APOYO, AYUDA, ESFUERZO Y CARIÑO.

A MIS HERMANOS FARO, MARISOL, MARIBEL Y MARICARMEN.

A LUIS POR SU APOYO Y CARIÑO.

No. ADQ. L50051

No. TITULO \_\_\_\_\_

CLASIFICACION TS  
658.1513

G 642 p

I. INTRODUCCION.....	1
- CUAL ES EL PROYECTO DEL NEGOCIO	
- POR QUE SE ESCOGIO EN PRINCIPIO	
- POR QUE SE OPTO POR APLICAR LA MERCADOTECNIA	
II. CONCEPTO DE MERCADOTECNIA.....	2
- QUE NECESIDADES DE TIPO OBJETIVO Y SUBJETIVO SATISFACE NUESTRO PRODUCTO O SERVICIO	
III. FUERZAS Y DEBILIDADES DE NUESTRO PRODUCTO.....	3
- VARIABLES CONTROLABLES	
- VARIABLES NO CONTROLABLES	
IV. PLAZA.....	4
- DESCRIPCION DEL MERCADO	
- DEFINICION DEL MERCADO	
* METODO QUE SE UTILIZARA	
* FUNCION DEL MERCADO, SE IDENTIFICA	
* ES SIGNIFICATIVO, ACCESIBLE, ETC.	
- BASE DE SEGMENTACION UTILIZADA	
- TIPO DE INVESTIGACION QUE REQUERIMOS	
* DISEÑO DE MUESTRA	
* CUESTIONARIO	
* APLICACION	
* INTERPRETACION	
* CONCLUSIONES	

## V. PRODUCTO.....17

- DEFINICION DEL BIEN O SERVICIO
- CARACTERISTICAS DE NUESTRO SERVICIO
- BENEFICIOS QUE OFRECEMOS
- PRESENTACION
- NOMBRE O MARCA
- UBICACION DEL PUNTO DE VENTA
- SERVICIOS ADICIONALES

## VI. PRECIO.....32

- FINANCIAMIENTO
- AMORTIZACION
- DETERMINACION DE LA INVERSION
- AMORTIZACION
- DETERMINACION DE LOS COSTOS GENERALES
- COMERCIALIZACION
- DISPONIBILIDAD DE MATERIA PRIMA
- DETERMINACION DE LOS COSTOS DIRECTOS E INDIRECTOS
- ORGANIZACION
- DESCRIPCION DE PUESTOS
- MANO DE OBRA DIRECTA E INDIRECTA
- DETERMINACION DE GASTOS FIJOS Y VARIABLES
- ANALISIS DE LA DEMANDA
- LISTA DE PRECIOS PRESUPUESTADO ( MENU )
- BALANCE GENERAL
- ESTADO DE PERDIDAS Y GANACIAS
- PRONOSTICO DE VENTAS
- PUNTO DE EQUILIBRIO
- PERMISOS Y CONTRATOS

	PAGINA
VII. PROMOCION.....	58
- ESTRATEGIA PROMOCIONAL	
- MODELO PUBLICITARIO	
VIII. VIABILIDAD FINANCIERA.....	62
- VALOR PRESENTE NETO	
IX. CONCLUSIONES.....	64
- COMO APOYO EL ESTUDIO DE MERCADOTECNIA	
- RESULTADOS DE SU APLICACION	
- ES REDITUABLE EL NEGOCIO	
- PROPUESTAS PARA EL FUTURO	
X. BIBLIOGRAFIA	

## I. INTRODUCCION.

---

NUESTRO PROYECTO DE NEGOCIO A DESARROLLAR ES UN RESTAURANTE CON ESPECIALIDAD EN COMIDA TIPICA MEXICANA, COMIDA CORRIDA Y A LA CARTA.

ESTE NEGOCIO SE HA ELEGIDO POR LAS SIGIENTES RAZONES:

- 1.- EL GIRO ES MUY TRADICIONALISTA
- 2.- LA DEMANDA SIEMPRE SE ENCUENTRA PRESENTE
- 3.- LOS NEGOCIOS YA ESTABLECIDOS EN ESTE RAMO GENERALMENTE OFRECEN EL PRODUCTO EN CONDICIONES ANTIHIGIENICAS E INCOMODAS.

EL SIGUIENTE PROYECTO SERA DESARROLLADO PARTIENDO DE LOS CONCEPTOS BASICOS DE LA MERCADOTECNIA, EN VIRTUD DE QUE LAS CONDICIONES DEL MERCADO ENCUANTO A LA COMPETENCIA Y PREFERENCIAS DE EL CONSUMIDOR SE ENCUENTRAN EN UN ENTORNO ALTAMENTE DINAMICO Y NO ES POSIBLE RESOLVER EN FORMA TRADICIONAL O MOVIDOS POR INTUICION PARA PODER SATISFACER LAS NECESIDADES Y LOS DESEOS DEL CONSUMIDOR, COMPRENDEMOS TAMBIEN QUE AL HACER USO DE ESTAS TECNICAS TENDREMOS UNA METODOLOGIA QUE NOS ORIENTA CLARA Y PLENAMENTE SOBRE LAS POLITICAS Y ESTRATEGIAS QUE DEBEMOS LLEVAR A CABO PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS BASICOS DE UN NEGOCIO.

ENTRE ESTOS SE ENCUENTRAN LOS SIGUIENTES:

- LA COSTEABILIDAD
- LA PERMANENCIA EN EL MERCADO
- CRECIMIENTO DEL PROPIO NEGOCIO

## II. CONCEPTO DE MERCADOTECNIA.

---

SE PRETENDE SATISFACER EN PRIMER LUGAR LA NECESIDAD EN LO QUE CONCIERNE A LA ALIMENTACION DE LOS TRANSEUNTES DEL LIBRAMIENTO " NOR-ORIENTE ".

( NECESIDAD OBJETIVA ).-

EN LO QUE SE REFIERE A LAS NECESIDADES SUBJETIVAS ES:

- CONTAR EN EL MOMENTO OPORTUNO Y LUGAR ADECUADO DE ALIMENTOS QUE LE PERMITAN NO TENER DEMORAS EN EL VIAJE.
- NECESIDADES EN CUANTO A LOS ALIMENTOS EN CONDICIONES HIGIENICAS.
- NECESIDAD DE CONTAR CON UN SERVICIO RAPIDO Y EFICAZ.
- NECESIDAD DE TOMAR LOS ALIMENTOS EN UNA POSICION ADECUADA, ES DECIR CON COMODIDAD ( BUEN AMBIENTE ).
- NECESIDAD DE QUE SEA UN LUGAR DE DESCANSO Y RELAJAMIENTO, CON EL FIN DE BAJAR TENSIONES Y PRESIONES QUE TIENEN EN LOS VIAJES.

EN LO QUE SE REFIERE A LAS NECESIDADES OBJETIVAS:

- QUE EL TRANSEUNTE PUEDA ENCONTRAR EN EL TRAYECTO DE SU VIAJE O DESEMPEÑO DE SU LABOR CON UN LUGAR ADECUADO PARA TOMAR SUS ALIMENTOS.

### III. FUERZAS Y DEBILIDADES DE NUESTRO PRODUCTO.

---

UNA PARTE IMPORTANTE PARA EL DESARROLLO DE UN PROGRAMA DE MERCADOTECNIA CONSISTE EN DETERMINAR DENTRO DEL ENTORNO DE NUESTRO SERVICIO CUALES PODRIAN SER ALGUNAS LIMITANTES QUE NOS AFECTEN PARA EL DESARROLLO DE NUESTRA MEZCLA DE MERCADOTECNIA.

SE SUGIERE PARA TAL EFECTO, DE ALGUNA MANERA, PODER MEDIR LAS FUERZAS Y DEBILIDADES DE NUESTRO PROYECTO Y LLEVAR A CABO UN ANALISIS DE AQUELLAS VARIABLES NO CONTROLABLES PARA DARNOS CUENTA EN PRINCIPIO Y PREVINIENDO LOS PRINCIPALES OBSTACULOS QUE SE HARAN PRESENTES Y QUE DE ALGUN MODO NO PODEMOS CAMBIARLOS PERO SI DEBEMOS TOMAR EN CUENTA PARA NUESTRA ESTRATEGIA.

( Forma en que se contrarestan unas de otras ).-

#### NO CONTROLABLES

---

- COMPETENCIA

- GUSTOS DEL CONSUMIDOR.

#### CONTROLABLES

---

- OFRECER PRODUCTOS HIGIENICOS Y CON CALIDAD  
( PARA DISTINGUIRNOS DE LOS PRODUCTOS QUE OFRECE LA COMPETENCIA ).

- ACEPTAR SUGERENCIAS.

#### IV. PLAZA.

---

UNO DE LOS PRINCIPALES ELEMENTOS PARA LA DEFINICION DEL MERCADO ES SIN DUDA LA PROPIA DESCRIPCION DEL MISMO CON LA INTENCION DE PODER COMPRENDER Y PREDECIR LAS REACCIONES DE NUESTROS CONSUMIDORES.

ESTA DESCRIPCION DEBEMOS ENCONTRARLA TRATANDO DE ESPECIFICAR EN PRIMERA INSTANCIA NUESTRO MERCADO PARA TAL EFECTO DEBEMOS CONSIDERAR EL PUNTO DE VISTA DEMOGRAFICO, MISMO QUE NOS DARA UN ESQUEMA DE LAS CARACTERISTICAS DE ESTOS. SOBRE ESTA BASE DEBEMOS TRATAR DE COMPRENDER O POR LO MENOS TENER LINEAS DE ACCION PARA DEFINIR ESA IMAGEN COMPLETA DEL COMPORTAMIENTO.

CON ESTOS ANTECEDENTES NUESTRO OBJETIVO SERA EN PRIMERA INSTANCIA LOGRAR UNA DESCRIPCION PRECISA Y UNA COMPRESION BIEN FUNDADA QUE NOS PERMITA LLEGAR A UNA PREDICCION DE SUS REACCIONES EN EL MERCADO CONSIENTES QUE SOLO ATRAVES DE ESTAS ACCIONES NOS PODEMOS UBICAR EN UNA MERCADOTECNIA EFICIENTE Y EFICAZ.

ESTADISTICAS DEMOGRAFICAS

---

CARETERAS ESTATALES

---

CARETERA	TDPA	A	B	C
1. TANQUE BLANCO - S.M.A.	2065	85.7%	3.3%	11.0%
2. LA NORIA - ACAMBARO	2895	66.4%	6.1%	27.5%
3. JALPAN - RI VERDE	2055	64.0%	4.5%	31.5%
4. PARAISO - CHICHIMEQ	720	66.4%	11.5%	22.1%
5. COLORADO - HIGUERILLAS	310	89.7%	4.0%	6.3%
6. AJUCHITLAN - EZEQ. MTES.	2475	71.1%	4.4%	24.5%
7. AJUCHITLAN - COLON	1179	86.8%	2.3%	10.9%
8. LIBRAM. DE QRO.	16208	80.0%	2.0%	18.0%
9. PEÑA COLORADO - EL RODEO	712	68.1%	2.6%	29.3%
10. QRO. - HUIMILPAN	879	37.0%	32.7%	30.3%
11. PORTEZUELO - PALMILLAS	3169	51.1%	11.7%	37.2%
12. TOLUCA - PALMILLAS	2053	68.0%	8.0%	24.0%

DONDE:

TPDA: TRAFICO PROMEDIO DIARIO ANUAL

A: AUTOMOVILES

B: AUTOBUSES

C: CAMIONES DE CARGA

( EXISTIENDO UN PROMEDIO DE CUATRO PERSONAS POR AUTO )

FUENTE: SECRETARIA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES.

\* DESCRIPCION DEL MERCADO \*

SEGUN ESTADISTICAS PROPORCIONADAS POR LA SECRETARIA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES SE CALCULA QUE TRANSITEN POR LA CARRETERA DE 7,500 A 8,000 VEHICULOS DIARIAMENTE ( TRANSITO PROMEDIO ), DE LOS CUALES EL 70 % SERAN VEHICULOS DE CARGA (TRANSPORTE PESADO ) Y EL 30 % VEHICULOS PARTICULARES.

&(S.C.T.)&

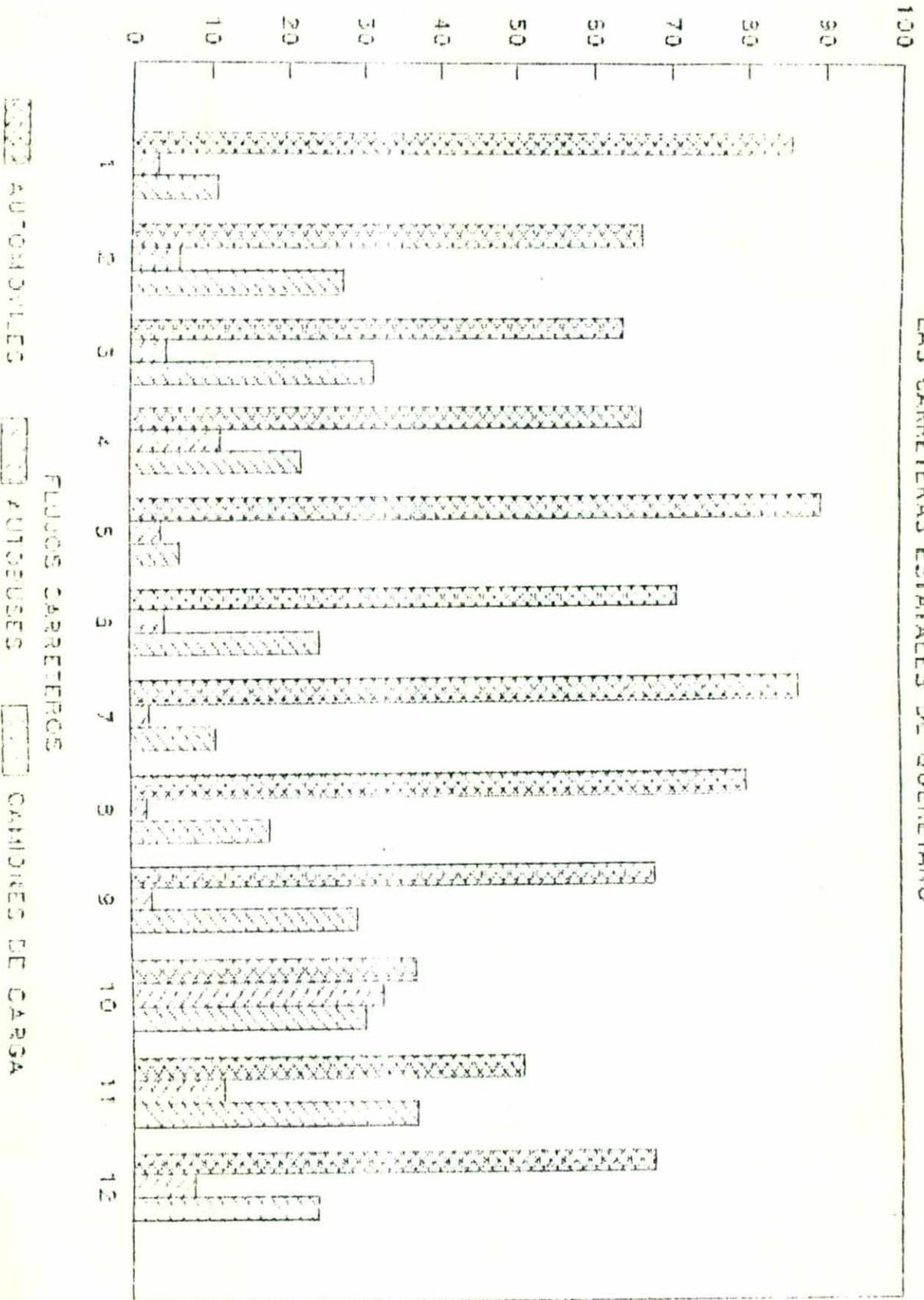
EN CANIRAC ( CAMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA DE RESTAURANTES Y ALIMENTOS CONDIMENTADOS ), NOS INFORMARON QUE DE CADA 100 VEHICULOS QUE TRANSITEN POR LA CARRETERA, SE CALCULA QUE 1 VEHICULO SOLICITA EL SERVICIO DE UN RESTAURANTE DE CONSUMO.

NUESTRO MERCADO GENERICO SON TODOS LOS AUTOMOVILES QUE FLUYEN POR LA CARRETERA; Y EL MERCADO ESPECIFICO SON TODAS LAS PERSONAS QUE TRANSITAN POR LA MISMA.

PORCENTAJES

TRAFICO PROMEDIO DIARIO ANUAL EN

LAS CARRETERAS ESTATALES DE QUERETARO



CARRETERAS FEDERALES

---

<u>CARRETERAS</u>	<u>TDPA</u>	A	B	C
1. MEXICO - QRO.	30,000	76.0%	9.0%	15.0%
2. QRO. - S.L.P.	14,759	70.0%	17.0%	13.0%
3. QRO. - CELAYA (CUOTA)	13,430	85.5%	7.5%	7.0%
4. QRO. - CELAYA (LIBRE)	6,165	25.0%	40.0%	35.0%
5. S.J.R. - XILITLA	6,126	62.0%	2.0%	36.0%

DONDE:

TDPA: TRAFICO PROMEDIO DIARIO ANUAL

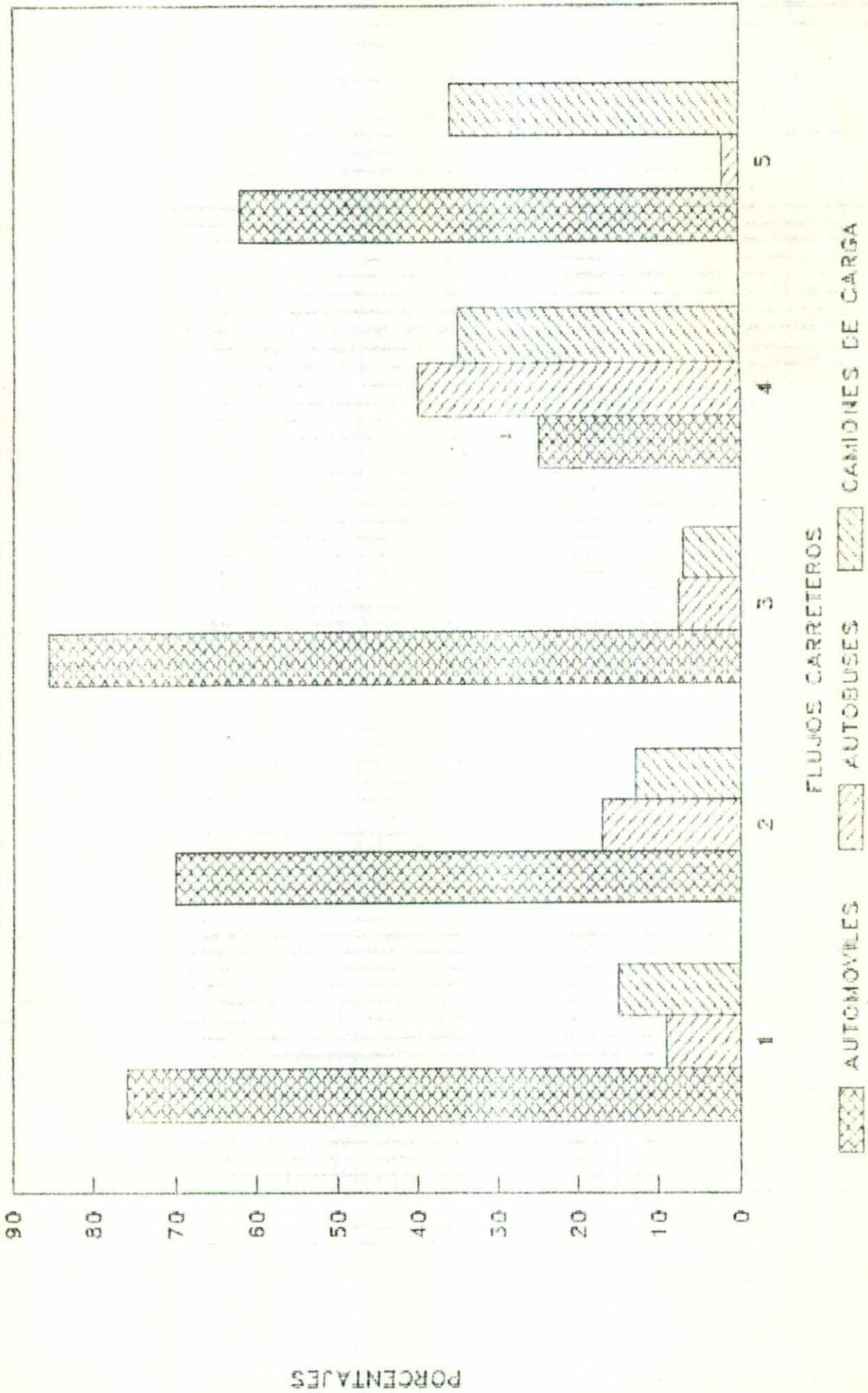
A: AUTOMOVILES

B: AUTOBUSES

C: CAMIONES DE CARGA

FUENTE: SECRETARIA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES.

# TRAFICO PROMEDIO DIARIO ANUAL EN LAS CARRETERAS FEDERALES DE ORO.



PORCENTAJES

## SIMBOLOGIA EN LOS MAPAS

AUTOPISTAS		HIGH WAYS
FEDERAL DE CUOTA		TOLL ROAD
FEDERAL LIBRE		MAIN
ESTATAL		SECONDARY
PAVIMENTADO		PAVED
REVESTIDO		GRAVE
TERRACERIA		DIRT
BRECHA		UNIMPROVED
No. DE CARRETERA		ROAD NUMBER
DISTANCIA TOTAL		TOTAL DISTANCE IN KM
CAPITAL DE ESTADO		STATE CAPITAL
POBLACION		TOWN
LIMITE ESTATAL		STATE BOUNDARY
CIUDAD IMPORTANTE		IMPORTANT CITY
RIOS		RIVER COURSE
PRESA		STORAGE WATER



\* DEFINICION DEL MERCADO \*

DADAS LAS CARACTERISTICAS DE NUESTRO MERCADO POTENCIAL DONDE ES DIFICIL PODER ADOPTAR UNA MERCADOTECNIA DE TIPO GENERALIZADA NO OBSTANTE TRATARSE DE UN SERVICIO PRACTICAMENTE ESTANDARIZADO Y DE APLICACION GENERAL, NOS RESULTA ALTAMENTE COMPLICADO MANEJAR NUESTRA MEZCLA DE MERCADOTECNIA BAJO ESAS CONDICIONES POR LO TANTO PENSAMOS QUE UN METODO DE MERCADOTECNIA CONCENTRADA PODRIA RESULTARNOS UTIL.

PARA TAL EFECTO SE HA DECIDIDO SEGMENTAR ESTE MACROMERCADO TOMANDO COMO BASE LA UBICACION GEOGRAFICA DE C/U DE LOS RAMALES QUE CONFORMAN LOS FLUJOS CARRETEROS QUE DE ALGUNA FORMA TIENEN ACCESO A LA CIUDAD DE QUERETARO, TALES SEGMENTOS ESTAN COMPREDIDOS POR LAS CARRETERAS FEDERALES Y ESTATALES. ( CUDROS Y GRAFICOS No. 1 Y 2 ).

UTILIZAREMOS UNA ESTRATEGIA DE MERCADOTECNIA GENERALIZADA YA QUE NUESTRO MERCADO SERAN TODAS AQUELLAS PERSONAS QUE TRANSITEN POR LOS DIFERENTES FLUJOS CARRETEROS.

LA BASE DE SEGMENTACION SERAN LOS FLUJOS CARRETEROS FEDERALES Y ESTATALES, CONCERNIENTES AL ESTADO DE QUERETARO, LOS CUALES SE PODRAN APRECIAR MAS AMPLIAMENTE EN EL MAPA GRAFICO. ( MAPA No. 1 ).

BASANDONOS EN LA INFORMACION ESTADISTICA MOSTRADA EN LA DESCRIPCION DEL MERCADO, SE TOMO LA DECISION DE ESCOJER COMO MERCADO EL TRAMO " NOR-ORIENTE ".

SE ESCOGIO EL TRAMO " NOR-ORIENTE " DADO QUE VA HA SER UNA CARRETERA MUY TRANSITADA YA QUE FUE CREADA CON EL FIN DE DESCONGESTIONAR ALGUNAS DE LAS CARRETERAS ESTATALES Y FEDERALES PARA NO MEZCLAR EL TRANSITO DE LARGO INTINERARIO CON EL TRAFICO ESTATAL.

## TIPO DE INVESTIGACION QUE REQUERIMOS

CON EL OBJETO DE PODER TENER LAS BASES QUE NOS PERMITAN ENCONTRAR LAS CARACTERISTICAS ADECUADAS DE NUESTRO SERVICIO ES DE SUMA IMPORTANCIA CAPTAR DE UNA MANERA METODOLOGICA CUALES SERIAN ALGUNAS PREFERENCIAS Y DESEOS DEL CONSUMIDOR, POR TAL MOTIVO SE TOMA LA DECISION DE LLEVAR A CABO UNA INVESTIGACION DE MERCADO ENCAMINADA FUNDAMENTALMENTE A ENCONTRAR LOS MOTIVOS DE COMPRA.

CONCRETAMENTE EL OBJETIVO DE ESTA INVESTIGACION SERA CONOCER:

- SI VIAJA SOLO, CON FAMILIA O CON PERSONAS DE NEGOCIOS
- CON QUE PERIODICIDAD VIAJAN
- SI ACOSTUMBRAN COMER EN EL TRAYECTO DEL VIAJE
- OPINION SOBRE LA CALIDAD Y EL SERVICIO
- QUE TIPO DE COMIDA ES LA QUE PREFIEREN

POR LO TANTO SE DISEÑO EL SIGUIENTE CUESTIONARIO, QUE CUBRE LAS ESPECTATIVAS DE LAS NECESIDADES DE INFORMACION.

## CUESTIONARIO

1. ¿ ACOSTUBRA VIAJAR POR CARRETERA ?  
 SI                       NO
2. VIAJA USTED:  
 SOLO  
 CON FAMILIA  
 CON PERSONAS DE NEGOCIOS
3. ¿ CON QUE PERIODICIDAD VIAJA ?  
 FRECUENTEMENTE  
 CADA 6 MESES  
 CADA AÑO
4. ¿ ACOSTUMBRA COMER EN EL TRAYECTO DEL VIAJE ?  
 SI                       NO
5. ¿ SE LE PROPORCIONA BUEN SERVICIO ?  
 SI                       NO                       REGULAR
6. LA CALIDAD DE LA COMIDA QUE SE LE OFRECE LA CONSIDERA:  
 BUENA                       MALA                       REGULAR
7. ¿ QUE TIPO DE COMIDA LE GUSTA ?  
 ANTOJITOS MEXICANOS  
 A LA CARTA  
 COMIDA CORRIDA

FUENTE: DIRECTA.

SE DETERMINARA UTILIZAR UN MUESTREO POR CONVENIENCIA Y DECIDIMOS LLEVARLO A CABO EN LA CASETA DE COBRO DE PALMILLAS ( MEXICO - QUERETARO ); CASETA DE CUOTA ( CELAYA - QUERETARO ); Y POR ULTIMO EN LA CENTRAL CAMIONERA, DONDE SE APLICARON LA CANTIDAD DE 40 CUESTIONARIOS POR CADA PUNTO DADO DE LA MUESTRA FUE DE 120 CUESTIONARIOS.

APLICANDO EN:

- CASETA DE PALMILLAS ( MEXICO - QUERETARO ).

A. 20                      B. 10                      C. 10

- CASETA DE CUOTA ( CELAYA - QUERETARO ).

A. 15                      B. 13                      C. 12

- CENTRAL CAMIONERA.

APLICADA AL PUBLICO EN GENERAL.

& DONDE:

A: AUTOMOVILES

B: AUTOBUSES

C: CAMIONES DE CARGA &

COMO RESULTADO DE LA ENCUESTA SE OBTUVIERON LOS SIGUIENTES RESULTADOS:

ENCONTRAMOS QUE DE 120 PERSONAS, 95 PERSONAS ( 79% ) ACOSTUMBRAN VIAJAR POR CARRETERA, Y 25 PERSONAS ( 21% ) NO VIAJAN POR CARRETERA; DE IGUAL MANERA OBSERVAMOS QUE 44 PESONAS ( 27% ) ACOSTUMBRAN VIAJAR SOLOS, 52 PERSONAS ( 43% ) VIAJAN CON PERSONAS DE NEGOCIOS, Y 24 PERSONAS ( 20% ) VIAJAN CON FAMILIA.

LA PERIODICIDAD CON LA QUE VIAJAN ES QUE 69 PERSONAS ( 58% ) ACOSTUMBRAN VIAJAR FRECUENTEMENTE, 35 PERSONAS ( 29% ) VIAJAN CADA 6 MESES Y 16 PERSONAS ( 13% ) VIAJAN CADA AÑO.

UN TOTAL DE 84 PERSONAS ( 70% ) ACOSTUMBRAN COMER EN EL TRAYECTO DEL VIAJE Y 36 PERSONAS ( 30% ) NO CONSUMEN ALIMENTOS EN EL CAMINO.

DE LAS PERSONAS ENTREVISTADAS 39 PERSONAS ( 33% ) CONSIDERAN QUE SE LES PROPORCIONA UN BUEN SERVICIO, 53 PERSONAS ( 44% ) CONSIDERAN QUE SE LES DA UN SERVICIO REGULAR Y 28 PERSONAS ( 23% ) CONSIDERAN QUE EL SERVICIO QUE SE LES DA NO ES EL ADECUADO, ASI MISMO 48 PERSONAS ( 40% ) CONSIDERAN QUE LA CALIDAD DE LA COMIDA QUE SE LES OFRECE ES BUENA, 48 PERSONAS ( 40% ) LA CONSIDERAN MALA Y 24 PERSONAS ( 20% ) QUE ES REGULAR.

TAMBIEN OBTUVIMOS QUE 67 PERSONAS ( 56% ) TIENEN PREFERENCIA POR LOS ANTOJITOS MEXICANOS 25 PERSONAS ( 21% ) PREFIEREN LA COMIDA A LA CARTA Y 28 PERSONAS ( 23% ) PREFIEREN LA COMIDA CORRIDA.

LA MUESTRA QUE SE OBTUVO ES PROBABILISTICA.

CON ESTO PODEMOS VER Y APRECIAR UN PERFIL MAS AMPLIO DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR.

DE LOS CUALES SE OBTUVIERON LAS SIGUIENTES CONCLUSIONES:

DE ACUERDO AL ESTUDIO DE MERCADO EFECTUADO PARA CONOCER LA FACTIBILIDAD DE PONER EN PRACTICA EL PROYECTO PRESENTADO, NOS DIMOS CUENTA QUE LA INFORMACION OBTENIDA ES DEL TODO SATISFACTORIA Y ESTO SE PUEDE COMPROBAR EN LOS RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS Y A LA ESCAZA PARTICIPACION DE LA COMPETENCIA POR LO QUE COMPROBAMOS QUE EN NUESTRO MERCADO HAY UNA NECESIDAD INSATISFECHA.

EL RESTAURANTE QUE DESEAMOS INSTALAR TENDRA POR NOMBRE:

" EL RETORNO " EN EL QUE SU ESPECIALIDAD SERA LA COMIDA TIPICA MEXICANA, PERO TAMBIEN CONTARA CON COMIDA CORRIDA Y A LA CARTA.

SE PUEDE DEDUCIR QUE EN EFECTO TENDREMOS DEMANDA Y ADEMAS UNA OFERTA ABIERTA Y DE LIBRE COMPETENCIA, ADEMAS LA OFERTA SERA COMPETITIVA.

V. PRODUCTO.

---

DEFINICION DE NUESTRO PRODUCTO:

SERA UN RESTAURANTE DIRIGIDO A TODAS AQUELLAS PERSONAS QUE  
TRANSITEN POR LA CARRETERA NOR-ORIENTE.

EL CONTENIDO DE NUESTRO PRODUCTO IMPLICA:

- EL PUNTO DE VENTA
- LA INSTALACION FISICA
- LOS ALIMENTOS QUE SE VAN A COMERCIALIZAR
- LOS SERVICIOS ADICIONALES QUE NOS AYUDARAN A SATISFACER  
LOS DESEOS, HASTA AHORA CIERTO PUNTO SUBJETIVO DE NUES-  
TROS CLIENTES.

LA EMPRESA PROPORCIONARA AL CLIENTE PUNTUALIDAD, SEGURIDAD, ATENCION PERSONAL, CALIDAD Y COMODIDAD PARA SUS CLIENTES.

CONTARA CON UNA PERSONA CAPACITADA ( ADMINISTRADOR ) PARA EL MEJOR FUNCIONAMIENTO DE ESTE.

EL RESTAURANTE OFRECERA EL SERVICIO LAS 24 HRS. DEL DIA CONTANDO CON TRES TURNOS DE PERSONAL:

1 er. TURNO	DE	7:00 A.M.	A	3:00 P.M.
2 do. TURNO	DE	3:00 P.M.	A	11:00 P.M.
3 er. TURNO	DE	11:00 P.M.	A	7:00 A.M.

EL RESTAURANTE TENDRA LA ESPECIALIDAD DE COMIDA TIPICA MEXICANA CONTANDO TAMBIEN CON EL SERVICIO DE COMIDA CORRIDA Y A LA CARTA.

LA UBICACION DEL RESTAURANTE SERA A LA ALTURA DEL KILOMETRO 18.75 DEL NUEVO FLUJO CARRETERO " NOR-ORIENTE ".

EL PRODUCTO QUE OFRECEREMOS ESTA CONSIDERADO DENTRO DEL RENGLON DE " PRODUCTOS PEREDECEDEROS " YA QUE POR SER ALIMENTOS DEBEN DE SER CONSUMIDOS EN EL MOMENTO QUE SON PREPARADOS.

ASI MISMO EL PRODUCTO ( ALIMENTOS ) TENDRA UNA PRESENTACION AGRADABLE EN EL MOMENTO QUE LO SOLICITEN.

CARACTERISTICAS DEL PRODUCTO:

- ALIMENTO FRESCO
- PREPARADO EN EL MOMENTO QUE SE SOLICITE
- PREPARADO CON LAS RECETAS Y ESPECIES TRADICIONALES DE LA COMIDA MEXICANA.

- LA COMIDA TENDRA UNA PRESENTACION AGRADABLE Y APETITOSA
- EL RESTAURANTE LLEVARA EL NOMBRE DE "EL RETORNO"
- EL PERSONAL PORTARA SIEMPRE UNA FALDA O PANTALON AZUL MARINO O NEGRO, CON ZAPATOS NEGROS Y EN LA CABEZA UNA PAÑOLETA BLANCA.

**BENEFICIOS QUE SE OFRECEN:**

EL RESTAURANTE EN TODO MOMENTO PROPORCIONARA:

- ATENCION CONTINUA Y ESPECIALIZADA DE PERSONAS DEBIDAMENTE CAPACITADAS EN EL RAMO RESTAURANTERO.
- AGRADABLE AMBIENTE
- LA PREPARACION DE LOS ALIMENTOS SE REALIZARA DE ACUERDO AL MAS ESTRICTO REGIMEN DE HIGIENE Y LIMPIEZA ( LEGALIZADA POR LA DIRECCION DE SALUD DEL ESTADO DE QUERETARO ).

## CALIDAD DEL PRODUCTO

SE PREPARARA LA MATERIA PRIMA QUE VA A SER UTILIZADA DURANTE EL DIA. LA CUAL SERA LAVADA Y TRANSFORMADA PARA ESTAR LISTA EN EL MOMENTO QUE SE SOLICITE ( QUE EL CLIENTE LO PIDA ).

LOS ALIMENTOS SE PREPARARAN EN EL MOMENTO EN EL QUE EL CLIENTE LO SOLICITE ( PIDA LA ORDEN ).

## SERVICIO ADICIONAL

### EN CUANTO AL SERVICIO AL CLIENTE

EL MESERO RECIBIRA AL CLIENTE Y LE ASIGNARA LA MESA QUE EL CLIENTE SOLICITE, OFRECIENDOLE LA CARTA PARA POSTERIORMENTE TOMARLE LA ORDEN.

BRINDANDOLE UNA INMEJORABLE ATENCION ENCUANTO A LO QUE SE LE OFRECE AL CLIENTE.

RETIRAR EL SERVICIO UNA VEZ QUE EL CLIENTE HAYA TERMINADO O LO SOLICITE Y PASAR SU NOTA A LA CAJERA PARA QUE DETERMINE EL IMPORTE.

PRESENTAR LA CUENTA AL CLIENTE CUANDO ESTE LO SOLICITE PARA QUE LO LIQUIDE EN LA FORMA CORRESPONDIENTE.

DESPEDIR AL CLIENTE E INVITARLE A QUE VUELVA.

## M E N U

### ANTOJITOS MEXICANOS

TACOS DORADOS ( ORDEN DE TRES )  
TOSTADAS ( ORDEN DE DOS )  
FLAUTAS ( ORDEN DE TRES )  
ENCHILADAS DE QUESO O POLLO ( ORDEN DE TRES )  
PAMBASOS  
GORDITAS QUEBRADAS  
POZOLE  
POLLO ENCHILADO Y DORADO

### DESAYUNOS Y ALMUERZOS

VASO DE LECHE Y PAN  
VASO DE CAFE Y PAN  
HUEVOS TIBIOS CON LIMON  
VASO DE LECHE CON NESCAFE Y AZUCAR  
HUEVOS SENCILLOS CON FRIJOLES, TORTILLAS Y SALSA  
HUEVOS AL GUSTO CON FRIJOLES, TORTILLA Y SALSA  
HIGADO ENCEBOLLADO CON FRIJOLES, TORTILLA Y SALSA  
CHILAQUILES CON CREMA O QUESO  
CHILAQUILES CON CREMA O QUESO Y HUEVOS  
CHICHARRON EN SALSA, FRIJOLES Y TORTILLAS  
CALABAZAS CON CREMA O QUESO, FRIJOLES Y TORTILLAS  
BISTEC, COSTILLA, CHULETA O TORTAS DE CARNE CON FRIJOLES

COMIDAS

-----  
SOPA AGUADA DEL DIA, GUISADO CARNE, TORTILLAS Y SALSA AL GUSTO  
SOPA AGUADA DEL DIA, BISTEC EN SALSA VERDE, FRIJOLES, TORTILLAS  
Y SALSA.  
SOPA DE ARROZ, HIGADO ENCEBOLLADO, FRIJOLES, TORTILLAS Y SALSA

REFRESCOS

-----  
JARRA DE AGUA DE FRUTAS DE LA ESTACION  
CERVEZA: TECATE  
          MODELO  
          CORONA  
          CARTA BLANCA  
          INDIO

\* UBICACION DEL PUNTO DE VENTA \*

EL RESTAURANT ESTARA UBICADO EN LA CARRETERA " NOR-ORIENTE " A LA ALTURA DEL RETORNO LA CARRETERA TIENE UNA LONGITUD DE 37.5 KMS. Y TIENE 2 CUERPOS DE 10 MTS. CADA UNO.

EL TRANSITO PROMEDIO ES ENTRE 7,500 Y 8,000 VEHICULOS. LA CARRETERA SE TERMINARA DE CONSTRUIR EN MARZO DE 1992, LA REALIZACION DE ESTA CARRETERA ES CON LA INVERSION DE PARTICULARES, Y DEL GOBIERNO DEL ESTADO ASI COMO DEL GOBIERNO FEDERAL CONTANDO CON LA ACESORIA DE LA SECRETARIA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES.

LA CARRETERA CONTARA CON UNA CASETA DE COBRO PARA RECUPERAR LA INVERSION DE LOS PARTICULARES Y SUSTENTAR SU CONTINUO MANTENIMIENTO.

NOS INSTALAREMOS AQUI POR QUE ESTA UBICACION CUBRE LOS FACTORES DETERMINANTES DE LA LOCALIZACION DE LA PLANTA.

1. CERCANIA CON LOS CLIENTES

---

SE UBICA EN ESTE LUGAR POR QUE LA CERCANIA VA A SER DIRECTA DADO QUE VAN A SER PERSONAS QUE TRANSITAN EN FORMA CONTINUA POR LA CARRETERA, SE DECIDIO INSTALAR EL RESTAURANTE A LA ORILLA DE LA CARRETERA " NOR-ORIENTE " YA QUE ESTA NOS OFRECE UNA COMPETENCIA INEXISTENTE.

2. DISPONIBILIDAD DE MANO DE OBRA

---

LA MANO DE OBRA PARA LOS PUESTOS DE OPERACION SERAN LOS SIGUIENTES:

COCINERAS, MESEROS, AYUDANTE DE COCINA, CAJERO, VELADOR, MOZO DE LIMPIEZA, ESTOS SERIAN LA COLUMNA VERTEBRAL DE EL GIRO DE

NUESTRO NEGOCIO, ADEMAS DE QUE CON NUESTRO NEGOCIO DAREMOS PERSPECTIVAS DE TRABAJO ( EMPLEO ).

EN NUESTRO PROYECTO SE PRETENDE DAR TRABAJO A 22 PERSONAS LAS CUALES DEBEN CONTAR CON MINIMO UN AÑO DE EXPERIENCIA EN EL RAMO GASTRONOMICO.

### 3. CERCANIA DE LA COMPETENCIA

---

LA COMPETENCIA PARA NOSOTROS NO REPRESENTA GRAN PROBLEMA DADO QUE SE LE CONSIDERA UN MERCADO DE EXPLOTACION A FUTURO, ES DECIR, NO SE CUENTA CON UNA COMPETENCIA QUE DENTRO DE MEDIANO PLAZO NOS AFECTE.

### 4. CLIMA LABORAL

---

DEBE EXISTIR UN CLIMA LABORAL FAVORABLE PARA ASI MISMO PROYECTAR UAN BUENA IMAGEN AL CLIENTE POTENCIAL, ESTE FACTOR ES DE SUMA IMPORTANCIA DADO QUE SE VA A PROCURAR MANTENER CON LOS EMPLEADOS UN CONTACTO DIRECTO Y ABIERTO CON ELLOS, BRINDANDOLES TODA CLASE DE AYUDA QUE SEA REQUIERA. ADEMAS DE CUMPLIR ADECUADA Y SATISFACTORIAMENTE CON TODAS LAS DISPOCISIONES MARCADAS POR LA LEY DEL TRABAJO.

### 5. COMUNICACIONES Y TRANSPORTE

---

ESTA VIA DE ACCESO COBRARA GARN AUGE A TIEMPO PRESENTE Y FUTURO.

EL TRANSPORTE REPRESENTA PARA NOSOTROS ALGO DE SUMA IMPORTANCIA YA QUE LOS CLIENTES SERAN PERSONAS QUE TRANSITEN POR LA CARRETERA, LAS 24 HORAS DEL DIA.

EN LOS ULTIMOS AÑOS EL GOBIERNO DEL ESTADO DE QUERETARO HA DADO GRAN IMPORTANCIA Y RELEVANCIA A LOS SERVICIOS PUBLICOS, YA QUE ACTUALMENTE SE CUENTA CON UNA PODEROSA INFRAESTRUCTURA EN CUANTO A SERVICIOS SE REFIERE COMO SON LA CONSTRUCCION DE CARRETERAS Y PUENTES FEDERALES; ( EN ESTE CASO LA NUEVA CARRETERA

" NOR-ORIENTE " DARA A QUERETARO UNA MEJOR IMAGEN EN LO QUE SE REFIERE A VIAS DE COMUNICACION ), AMPLIACION DE LINEAS TELEFONICAS, ALCANTARILLADO, ETC.

#### 6. DISPONIBILIDAD DE TERRENO

NO EXISTE SATURACION EN CUANTO A LA VENTA DE TERRENOS EN ESTA CARRETERA, YA QUE LA MAYORIA SON TERRENOS EJIDATARIOS POR ESTO NO NOS REPRESENTA PROBLEMAS POSTERIORES DADO QUE SE TIENE CONTEMPLADO EL TERRENO PARA ESTABLECER EL LOCAL, TODOOS LOS FACTORES ANTES DETALLADOS SON DE SUMA IMPORTANCIA LOS CUALES NO SE DEBEN DESCUIDAR POR QUE CADA UNO TIENE UN RANGO DE IMPORTANCIA PERFECTAMENTE DEFINIDO PARA UN MEJOR DESEMPEÑO DE LAS FUNCIONES DEL RESTAURANTE.

### TABLA DE PONDERACION DE FACTORES

(SMA 280) PARA LA UBICACION DE LA PLANTA. SECCION " A "

FACTOR RELEVANTE	PESO ASIGNADO	CALIF.	PONDERACION
COSTO DE TERRENO	.21	3	.63
ABASTECIMIENTO DE AGUA	.18	7	1.26
LUZ ELECTRICA	.17	8	1.36
FACILIDAD DEL DESAGUE	.15	7	1.05
ELEVACION PARA EVITAR INUNDACIONES	.12	5	.6
FACIL ACCESO A UNA VIA IMPORTANTE	.09	4	.36
AREA REQUERIDA	.08	4	.32
SUMAS	1		5.58

FUENTE: DIRECTA

(CUADRO No. 3)

TABLA DE PONDERACION DE FACTORES PARA LA UBICACION DE LA PLANTA  
SITIO B. CUADRO No. 4.

( KM 18.75 )

FACTOR RELEVANTE	PESO ASIGNADO	CALIF.	PONDERACION
COSTO DEL TERRENO	.21	8	1.68
ABASTECIMIENTO DE AGUA	.18	6	1.08
LUZ ELECTRICA	.17	9	1.53
FACILIDAD DE DESAGUE	.12	8	1.53
ELEVACION PARA EVITAR INUNDACIONES	.12	5	.6
FACIL ACCESO PARA UNA VIA IMPORTANTE	.09	7	.063
AREA REQUERIDA	.08	5.5	.44
SUMAS	1		6.053

FUENTE: DIRECTA.

EN RESUMEN EN ESTAS TABLAS SE HA DETERMINADO QUE EL LUGAR MAS APROPIADO PARA ESTABLECER EL RESTAURANTE ES EL SITIO " B " COMPRENDIENDO EL KILOMETRO 18.75 QUE ES DONDE SE VA A ADQUIRIR EL TERRENO EN BASE A LOS RESULTADOS ANTERIORES.

## FACTORES IMPORTANTES PARA LA MICROUBICACION DE LA PLANTA

### A. COSTO DEL TERRENO

---

ES DE VITAL IMPORTANCIA YA QUE SE ENCUENTRA DENTRO DE NUESTRAS POSIBILIDADES DE ADQUISICION.

### B. ABASTECIMIENTO SUFICIENTE DE AGUA PARA LAS NECESIDADES DEL RESTAURANTE

---

ES DE GRAN IMPORTANCIA PARA TENER UNA EXELENTE HIGIENE PARA EL MANTENIMIENTO Y ACONDICIONAMIENTO DEL LOCAL, COMO PARA LA PREPARACION DE LOS ALIMENTOS.

### C. LUZ ELECTRICA

---

ES IMPORTANTE PARA EL BUEN FUNCIONAMIENTO DEL RESTAURANTE EN EL CASO DE USAR REFRIGERADORES ( PARA LA CONSERVACION DE LOS ALIMENTOS ), MUSICA ( PARA CREAR UN AMBIENTE AGRADABLE ), ILUMINACION ADECUADA Y SUFICIENTE PARA PROYECTAR SEGURIDAD.

### D. FACILIDAD DE DESAGUE

---

QUE TENGA UNA APROPIADA CONEXION DE DRENAJES LOS CUALES DEBEN ESTAR EN BUENAS CONDICIONES Y DARLES UN SISTEMA DE MANTENIMIENTO ( LIMPIEZA ) PARA EVITAR LA PRECENCIA DE FAUNA NOCIVA.

### E. ELEVACION PARA EVITAR INUNDACIONES

---

ESTABLECERNOS EN UN LUGAR EL CUAL NO DEBE TENER UN NIVEL BAJO, SINO POR EL CONTRARIO, NOS VEREMOS EN PELIGRO DE INUNDACIONES, ES POR ESO QUE SE DEBE VER EN UN PRINCIPIO QUE EL TERRENO TENGA UN NIVEL ALTO PARA EVITAR LAS POSIBLES INUNDACIONES.

F. FACILIDAD DE ACCESO A UNA VIA IMPORTANTE

---

ES IMPORTANTE YA QUE NUESTRO MERCADO ESTA COMPUESTO DE PERSONAS QUE TRANSITAN POR LA CARRETERA Y DEBEN DE TENER FACILIDAD FACILIDAD AL ACCESO AL RESTAURANTE.

G. AREA REQUERIDA

---

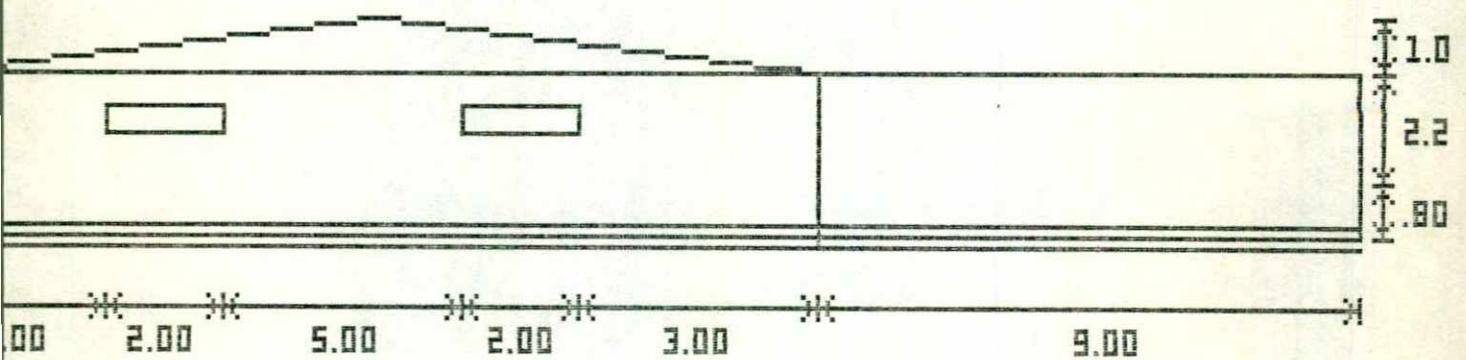
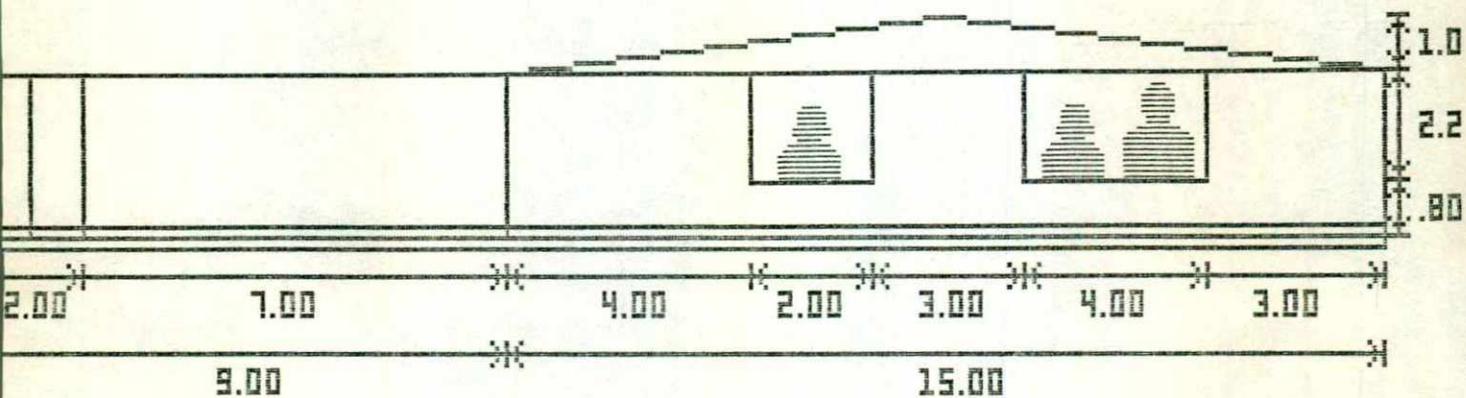
ES IMPORTANTE PARA UNA FUTURA AMPLIACION DEL LOCAL.

## INSTALACION FISICA

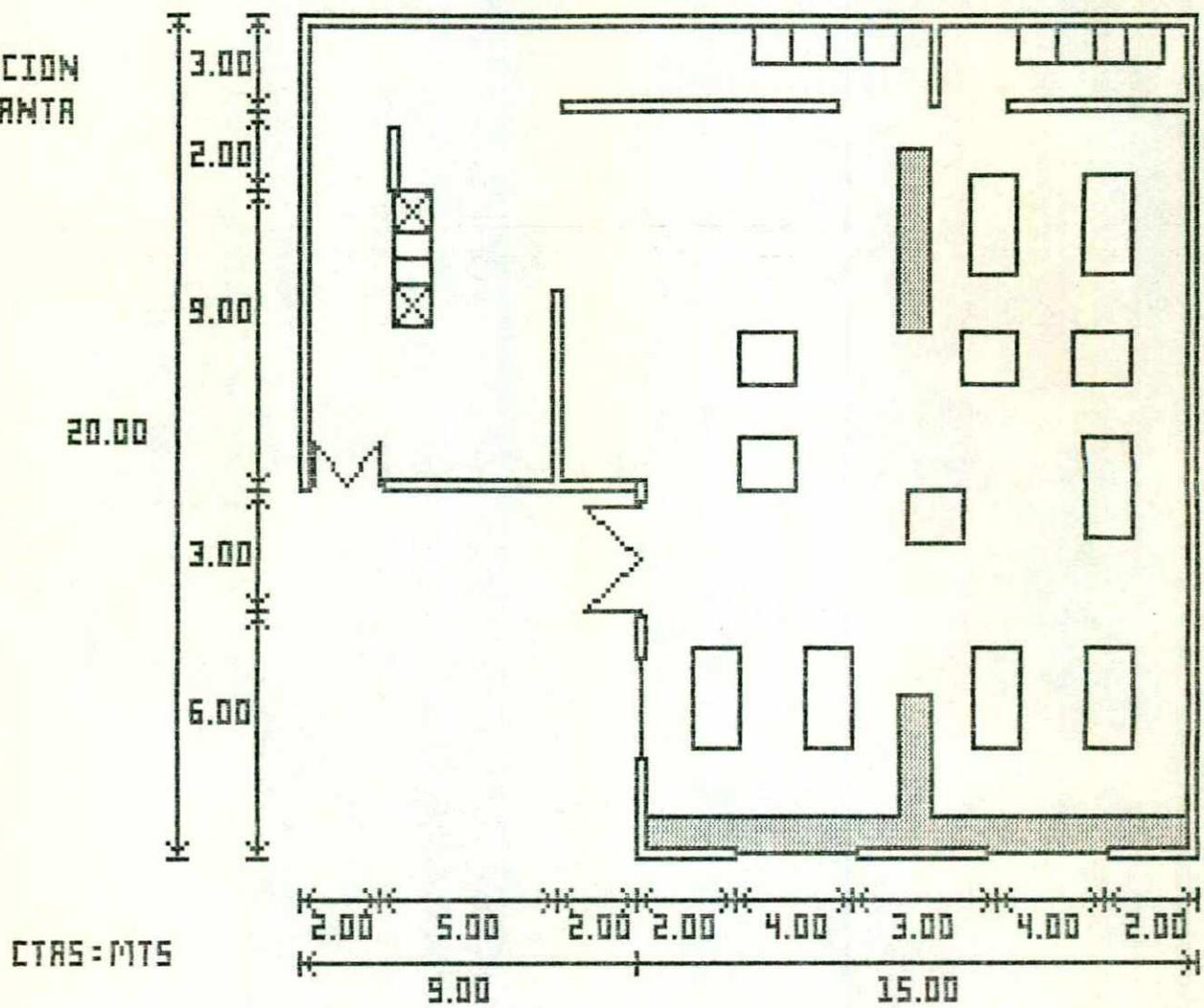
UNA VEZ QUE SE HA ELEGIDO EL LUGAR EN DONDE SE VA A ESTABLECER EL RESTAURANTE, EL SIGUIENTE PASO ES ACONDICIONAR EL LOCAL, PARA LO CUAL DEBEMOS DE TENER MUCHO CUIDADO YA QUE UNA ADECUADA PLANIFICACION DEL ASPECTO FISICO DEL NEGOCIO ES ESENCIAL PARA QUE PUEDA FUNCIONAR Y OPERAR EFICIENTEMENTE.

LA CAPACIDAD INSTALADA VA A SER PARA DAR ALOJAMIENTO A UNAS 70 PERSONAS SENTADAS COMODAMENTE, NOS DAMOS CUENTA QUE EL LUGAR DESDE UN PRINCIPIO VA HA SER GRANDE, LO CUAL ES PARA ABARCAR LA MAYOR PARTE DEL MERCADO QUE SOLICITE NUESTRO SERVICIO DADO QUE NO SE CUENTA CON COMPETENCIA ALGUNA.

# PLANOS:



DISTRIBUCION  
DE LA PLANTA



## VI. PRECIO

---

### FINANCIAMIENTO

ESTE ES UN ASPECTO DE VITAL IMPORTANCIA, YA QUE LOS RECURSOS PROPIOS NO SON SUFICIENTES, POR LO QUE ES NECESARIO RECURIR AL FINANCIAMIENTO QUE SERA ATRAVES DE NAFINSA EN EL QUE SE SOLICITARA EL CREDITO REFACCIONARIO PARA EL LOCAL COMERCIAL O DE SERVICIO ( EN ESTE CASO LA ADQUISICION, CONSTRUCCION O AMPLIACION DE INSTALACIONES PROPIAS PARA QUE PUEDA FINANCIAR EL RESTAURANTE ).

LA ORGANIZACION DEL RESTAURANTE VA A SER UNA SOCIEDAD FORMADA POR TRES SOCIOS, DE LOS CUALES SU CAPITAL APORTADO INICIALMENTE SERA EL SIGUIENTE:

PRIMER SOCIO:                   \$ 66'666,000.00

SEGUNDO SOCIO:                 \$ 66'667,000.00

TERCER SOCIO:                 \$ 66'667,000.00

TENDREMOS UN FINANCIAMIENTO PROPORCIONADO POR NAFINSA, EL CUAL NOS OTORGARA UN PRESTAMO DE \$ 120'000,000.00 PAGADEROS A DIEZ AÑOS CON UN INTERES DEL 3% ANUAL.

#### TABLA DE MORTIZACIONES

---

<u>PERIODO</u>	<u>SALDO</u>	<u>CAPITAL</u>	<u>INTERES</u>	<u>TOTAL</u>
1	\$ 120,000	\$ 12,000	\$ 3,600	\$ 15,600
2	\$ 108,000	\$ 12,000	\$ 3,240	\$ 15,240
3	\$ 96,000	\$ 12,000	\$ 2,880	\$ 14,880
4	\$ 84,000	\$ 12,000	\$ 2,520	\$ 14,520
5	\$ 72,000	\$ 12,000	\$ 2,160	\$ 14,160

TABLA DE AMORTIZACIONES

---

PERIODO	SALDO	CAPITAL	INTERES	TOTAL
6	\$ 60,000	\$ 12,000	\$ 1,800	\$ 13,800
7	\$ 48,000	\$ 12,000	\$ 1,440	\$ 13,440
8	\$ 36,000	\$ 12,000	\$ 1,080	\$ 13,080
9	\$ 24,000	\$ 12,000	\$ 720	\$ 12,720
10	\$ 0.0	\$ 12,000	\$ 360	\$ 12,360

DETERMINACION DE LA INVERSION  
INICIAL TOTAL, FIJA Y DIFERIDA

COSTO DEL TERRENO:	\$ 20'000,000.00
COSTO DEL MOBILIARIO:	\$ 14'312,346.00
COSTO DE INSTALACION:	\$ 6'000,000.00
COSTO DE CONSTRUCCION:	\$ 250'000,000.00
COSTOS VARIOS:	\$ 5'000,000.00
GASTOS Y PERMISOS:	\$ 10'000,000.00
	-----
<u>INVERSION INICIAL TOTAL:</u>	<u>\$ 305'312,346.00</u>

TABLA DE AMORTIZACION

<u>CONCEPTO</u>	<u>COSTO ESTIMADO</u>	<u>AÑOS DE VIDA</u>	<u>AMORTIZACION ANUAL</u>
TERRENO	\$ 20'000,000	20	\$ 1'000,000
EDIFICIO	\$ 250'000,000	10	\$ 25'000,000
MAQ. DE PRODUCCION	\$ 11'332,346	10	\$ 1'133,234
EQ. AUXILIAR	\$ 13'580,000	5	\$ 2'716,000
MOBILIARIO	\$ 4'400,000	10	\$ 440,000
 TOTAL DE AMORTIZACION			 \$ 30'289,234

## DETERMINACION DE LOS COSTOS GENERALES QUE SE EMPLEARAN

### ADQUISICION Y DESCRIPCION DEL MOBILIARIO:

#### MOBILIARIO DEL AREA DE LA COCINA:

- estufa industrial.  
caracteristicas:

de acero inoxidable, sin cromar, de flama alta, utilización de gas propano, conexiones de tuberia de cobre.

PRECIO 1992	BASE	COSTO TOTAL	
\$ 1'499,000	+ 297,231	= 1'796,231	PLANCHA (67*67) + base
\$ 2'175,000	+ 176,421	= 2'351,421	HORNO COMODIN (BASE)
\$ 1'430,000	+ 219,000	= 1'649,000	FREIDORA + BASE
\$ 899,840	+ 375,854	= 1'275,694	ESTUFA CON SEIS QUEMADORES
		-----	(base)
<b>COSTO TOTAL</b>		<b>7'072,346</b>	

#### CAMPANA PARA ESTUFA: CARACTERISTICAS

Lamina de acero inoxidable.

COSTO TOTAL \$ 1'200,000

#### CONGELADOR HORIZONTAL MEDIANO: CARACTERISTICAS

Lamina de acero, pintado y horneado, puertas de cristal, medidas 140 largo 8 62 cm. ancho, 92 cm. alto.

precio de contado \$ 3'060,000

#### MESA DE TRABAJO CARACTERISTICAS

Madera con cubierta metálica especial medidas 2.10 cm. largo y 1.40 cm de ancho

PRECIO DE CONTADO: \$ 2'300,000

#### DOS FREGADEROS CARACTERISTICAS

DE DOS TINAS UNA PARA LAVAR Y OTRA PARA ENJUAGAR, empotrado y salida de tres pulgadas.

Los fregaderos se van a realizar durante la construcción del local y su precio ya esta contemplado.

#### TARIMAS PARA EL PISO DE LA COCINA CARACTERISTICAS

MADERA, se usa este material para evitar posibles accidentes ( caidas, resbalones, etc ) y para mayor higiene.

precio \$ 280,000

MESA DE ESCAMOCHÉ PARA LIMPIAR PISOS

CARACTERÍSTICAS

De azulejo empotrado con cemento.  
medidas 1.10 largo \* 1.05 de ancho.  
PRECIO contemplado dentro de la construcción.

ALACENAS DOS

CARACTERÍSTICAS:

UNA PARA ALMACENAR LATAS Y OTRA PARA PONER VAJILLAS Y CUBI-  
ERTOS, EMPOTRADAS EN LA PARED DE AZULEJO.  
PRECIO VA DENTRO DE LA CONSTRUCCION.

PURIFICADOR DE AGUA

CARACTERÍSTICAS

DE PIEDRA CON ARENA: MARCA TURMIX.

PRECIO \$ 400,000

UTENCILIOS DE SERVICIO

SEIS OLLAS GRANDES

OCHO SARTENES

TRES JUEGOS DE CUBIERTOS PARA 50 personas

3 juegos de manteles para 70 personas

cuchillos y cubiertos para cocinar tres juegos

dos licuadoras

3 vajillas para 50 personas

4 juegos de vasos para 35 personas

15 saleros

15 servilleteros

20 ceniceros

80 tasas

15 azucareras

15 charolas

17 cestos para tortillas

artículos de limpieza.

MOBILIARIO DEL AREA DE SERVICIO

8 mesas para 6 personas

costo por comedor \$ 350,000

costo total \$ 2'800,000

5 mesas para 4 personas

costo por comedor \$ 320,000

costo total \$ 1'600,000

caja registradora

costo \$ 1'600,000

MAQUINARIA, MOBILIARIO Y EQUIPO

---

MAQUINARIA DE PRODUCCION:

---

ESTUFA Y ACCESORIOS	\$ 7'072,346
CAMPANA PARA LA ESTUFA	\$ 1,200,000
CANGELADOR HORIZONTAL M.	\$ 3'060,000
	<hr/>
	\$ 11'332,346

EQUIPO AUXILIAR:

---

MESA DE TRABAJO	\$ 2'300,000
TARIMAS PARA EL PISO	\$ 280,000
PURIFICADOR DE AGUA	\$ 400,000
UTENCILIOS DE SERVICIO	\$ 9'000,000
CAJA REGISTRADORA	\$ 1'600,000
	<hr/>
	\$ 13'580,000

MOBILIARIO:

---

8 MESAS PARA 6 PERSONAS	\$ 2'800,000
5 MESAS PARA 4 PERSONAS	\$ 1'600,000
	<hr/>
	\$ 4'400,000

\* COMERCIALIZACION.

EL CANAL DE DISTRIBUCION QUE SE VA A MANEJAR EN EL RESTAURANTE ES EL QUE A CONTINUACION SE PRESENTA:

MINORISTA  
DETALLISTA

CONSUMIDOR  
FINAL

RESTAURANTE

SE ESCOGIO ESTE CANAL, YA QUE SE CONSIDERA EL MAS APROPIADO Y CONVENIENTE A NUESTRAS NECESIDADES.

NUESTROS PROVEEDORES SE ENCUENTRAN DIRECTAMENTE LOCALIZADOS EN LA CENTRAL DE ABASTOS.

## DISPONIBILIDAD DE MATERIA PRIMA

LAS MATERIAS PRIMAS QUE SE UTILIZARAN PARA LA ELABORACION DE LOS ALIMENTOS SE PRETENDEN ADQUIRIR EN LA CENTRAL DE ABASTOS EN CUALQUIER EPOCA DEL AÑO LOS PROVEDORES SE DETALLAN A CONTINUACION:

- LA CARNE DE RES Y CERDO, MANTECA DE CERDO, ETC. SE ADQUIRIRAN EN LA CARNICERIA " BICHA " UBICADA EN EL MERCADO ESCOBEDO.
- EL HUEVO SE ADQUIRIRA EN LA CENTRAL DE ABASTOS
- LOS PRODUCTOS LACTEOS SERAN ADQUIRIDOS EN LA CENTRAL DE ABASTOS EN LA CREMERIA " SAN FRANCISCO ".
- LAS FRUTAS, VERDURAS Y LEGUMBRES ASI COMO OTROS PRODUCTOS BASICOS SERAN ADQUIRIDOS EN LA CENTRAL DE ABASTOS.
- LAS TORTILLAS Y LAS GORDITAS DE MAIZ SERAN MANDADAS A HACER CON PARTICULARES EN LA CALLE ROQUE RUBIO CON 6 DE ENERO EN LA COLONIA CASBLANCA.
- EL PAN BLANCO SERA ADQUIRIDO DIRECTAMENTE, LO MISMO QUE EL PAN DULCE EN LA PANADERIA " LA ESPIGA " HUBICADA EN LA CALLE DE HIDALGO, DE ESTA CIUDAD.
- LOS ABAROTES COMO EL ACEITE, SERVILLETAS, JABON, PAPEL HIGIENICO, ARTICULOS DE LIMPIEZA, LATERIA, SE ADQUIRIRAN EN EL MERCADO DE ABASTOS.

## DESCRIPCION DE ACTIVIDADES EN CUANTO A LA COMPRA DE MATERIA PRIMA

- LA ADQUISICION DE DESPENSA SE REALIZARA CADA TERCER DIA ( VERDURA, LATERIA, QUESO, CREMA, POLLO, RES Y PUERCO, MANTECA, JAMON, HUEVOS, CHORIZO, TOSTADAS, AZUCAR, LECHE, CANELA, ARROZ, ETC ).
- DIARIAMENTE SE COMPRARAN: TORTILLAS, PAN Y GORDITAS DE MAIZ.

COSTOS DIRECTOS E INDIRECTOS  
-----

COSTO MATERIA PRIMA  
-----

( VERDURAS Y ,LO NECESARIO PARA PREPARAR LOS ALIMENTOS )	\$ 1'000,000
REFRESCOS	\$ 43,000
CERVEZA	\$ 134,600
CTO. ABARROTES	\$ 250,000
CTOS. VARIOS	\$ 100,000
	-----
COSTO MATERIA PRIMA POR INICIO DE OPERACIONES	\$ 1'527,600

GAS ESTACIONARIO	\$ 1'500,000	ANUAL
AGUA	\$ 2'400,000	ANUAL

INGRESOS  
-----

INGRESO POR CONSUMO	\$ 8'000,000
EVENTOS ESPECIALES	
ALQUILER DEL LOCAL	\$ 5'000,000
OTROS INGRESOS	\$ 1'000,000
	-----
	\$ 14'000,000

## ORGANIZACION

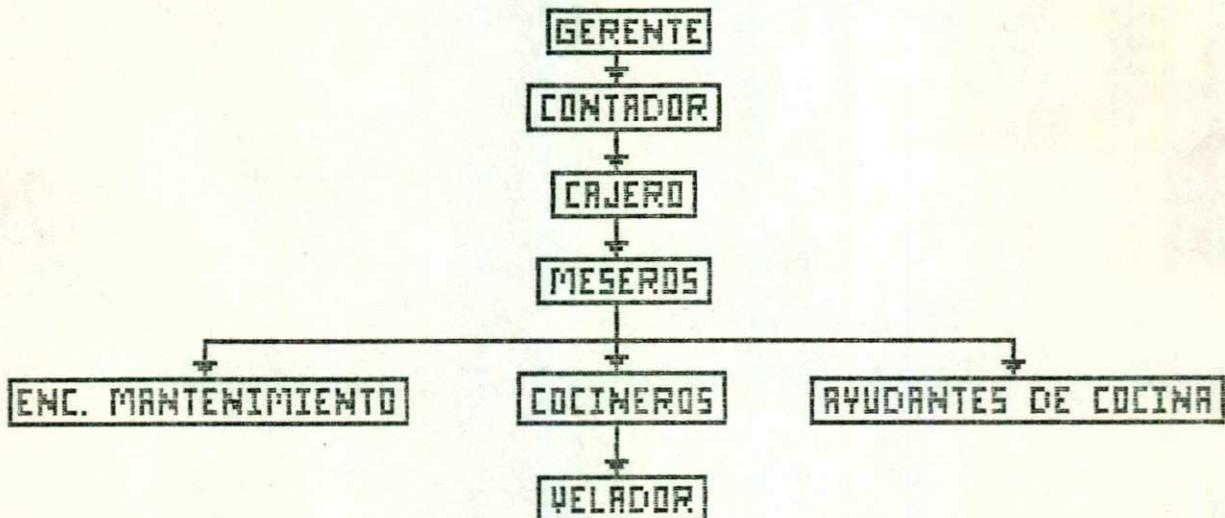
---

ATRAVES DE UN ORGANIGRAMA NOS VAMOS A DAR CUENTA DE LA MANERA EN QUE SE ENCUENTRA ESTRUCTURADA NUESTRA EMPRESA Y EL NIVEL GERARQUICO QUE OCUPA CADA UNA DE LAS PERSONAS DENTRO DE LA EMPRESA.

LA ORGANIZACION DE NUESTRA EMPRESA SE ENCONTRARA DE LA SIGUIENTE MANERA:

### ORGANIGRAMA:

---



### DESCRIPCION DE LOS PUESTOS Y LINEA DE ACTIVIDADES

---

#### GERENTE GENERAL ( PROPIETARIO )

---

SU OBJETIVO ES ESTABLECER LOS LINEAMIENTOS Y POLITICAS GENERALES DE LA EMPRESA.

#### CONTADOR

---

PROPORCIONA LA INFORMACION CONTABLE Y FINANCIERA QUE SE REQUIERE PARA LA TOMA DE DECISIONES ASI COMO LOS ASUNTOS FISCALES CORRESPONDIENTES.

#### CAJERO

---

ES EL ENCARGADO DEL RESGUARDO Y DEL CONTROL DE EFECTIVO QUE

INGRESA AL NEGOCIO, TENIENDO QUE HACER UN REPORTE DIARIO DE LAS OPERACIONES REALIZADAS.

MESEROS  
-----

PROPORCIONARAN AYUDA A LOS CLIENTES, DESDE LA RECEPCION DE LOS MISMOS, TOMAN LA ORDEN Y ENTREGAN EL SERVICIO, Y POSTERIORMENTE LA CUENTA.

COCINEROS  
-----

PERSONAS ENCARGADAS DE REALIZAR BAJO UN ESTRICTO CONTROL DE LIMPIEZA E HIGIENE LOS ALIMENTOS.

AYUDANTES DE COCINA  
-----

PERSONA QUE HACE LA FUNCION DE AUXILIAR AL COCINERO EN LAS ACTIVIDADES DE LA COCINA.

ENC. DE MANTENIMIENTO Y ASEO  
-----

ENCARGADO DE MANTENER EN CONDICIONES OPTIMAS E HIGIENICAS EL LUGAR DE TRABAJO.

VELADOR  
-----

PERSONA ENCARGADA DE RESGUARDAR LA SEGURIDAD DEL RESTAURANTE.

MANO DE OBRA DIRECTA E INDIRECTA

MANO DE OBRA DIRECTA

<u>CONCEPTO</u>	<u>PERSONA.NEC.</u>	<u>CTO.EST.PERS.</u>	<u>CTO.EST.MENS.</u>	<u>CTO.EST.ANUAL</u>
COCINERO	3 (1 POR T)	\$ 453,600	\$ 1'360,800	\$ 16'329,600
AY. COCINA	3 (1 POR T)	\$ 306,432	\$ 919,296	\$ 11'031,552
M. ASED	3 (1 POR T)	\$ 306,432	\$ 919,296	\$ 11'031,552
MESEROS	6 (2 POR T)	\$ 306,310	\$ 1'837,860	\$ 22'054,320
<u>TOTAL M.O.D.</u>			<u>\$ 2'417,628</u>	<u>\$ 60'447,024</u>

MANO DE OBRA INDIRECTA

<u>CONCEPTO</u>	<u>PERSONA.NEC.</u>	<u>CTO.EST.PERS.</u>	<u>CTO.EST.MENS.</u>	<u>CTO.EST.ANUAL</u>
CAJERO	3 (1 POR T)	\$ 397,300	\$ 1'191,900	\$ 14'302,800
VELADOR	3 (1 POR T)	\$ 306,432	\$ 919,296	\$ 11'031,552
CONTADOR	1	\$ 306,432	\$ 306,432	\$ 3'677,184
<u>TOTAL M.O.I.</u>			<u>\$ 2'417,628</u>	<u>\$ 29'011,536</u>

TABLA PARA DETERMINAR LOS GASTOS FIJOS

<u>CONCEPTO</u>	<u>COSTO ESTIMADO</u>
MANO DE OBRA INDIRECTA	\$ 29'011,536
AMORTIZACION DEL FINANCIAMIENTO	\$ 15'600,000
AMORTIZACION ACTIVO FIJO	\$ 30'289,234
GASTOS DE ADMINISTRACION	\$ 32'208,942
GASTOS FINANCIEROS	\$ 15'600,000
I.M.S.S.	\$ 3'259,812
<u>TOTAL GASTOS FIJOS</u>	<u>\$ 125'969,524</u>

TABLA PARA DETERMINAR LOS GASTOS VARIABLES

<u>CONCEPTO</u>	<u>COSTO ESTIMADO</u>
MANO DE OBRA DIRECTA	\$ 60'447,024
MATERIA PRIMA	\$ 18'331,200
AGUA	\$ 2'400,000
GAS ESTACIONARIO	\$ 1'500,000
GASTOS DE VENTA	\$ 32'208,942
PUBLICIDAD	\$ 2'000,000
<u>TOTAL GASTOS VARIABLES</u>	<u>\$ 116'887,166</u>

## ANALISIS DE LA DEMANDA

SEGUN LOS ESTUDIOS REALIZADOS ATRAVES DE LAS DIFERENTES FUENTES PRIMARIAS Y SECUNDARIAS, COMO FUE LA APLICACION DE LOS CUESTIONARIOS DIRECTAMENTE AL PUBLICO CONSUMIDOR Y ENTREVISTAS PERSONALES EN RESTAURANTES ESTABLECIDOS EN LA PERIFERIA DE LA CIUDAD. ENCONTRAMOS QUE LA DEMANDA INICIAL EN EL PROYECTO ES DE UN MERCADO POTENCIAL DADO QUE LA MAYORIA DE LAS PERSONAS QUE TRANSITAN POR LA CARRETERA CONSUMEN ALIMENTOS EN EL TRAYECTO DE SU VIAJE LO CUAL SE PUEDE COMPROBAR POR MEDIO DE LOS RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS APLICADAS DONDE SE OBTUVO QUE DE UNA MUESTRA DE 120 PERSONAS 95 PERSONAS ACOSTUMBRAN VIAJAR POR CARRETERA LO QUE REPRESENTA UN 79% DE LAS CUALES 84 PERSONAS 88.4% ACOSTUMBRAN COMER EN EL TRAYECTO DEL VIAJE, LO CUAL VA CON LA DEMANDA PROYECTADA YA QUE ES DE SUMA IMPORTANCIA, POR QUE CONFORME TRANSCURRA EL TIEMPO SE TENDRA UNA MAYOR AFLUENCIA DE CLIENTES TOMANDO MUY EN CUENTA LAS TEMPORADAS ALTAS ( VACACIONES, PUENTES, FINES DE SEMANA, ETC. )

ASIMISMO LA SECRETARIA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES NOS INFORMO QUE POR ESTUDIOS REALIZADOS RECIENTEMENTE SE ESPERA QUE TRANSITEN POR LA CARRETERA DE 7,500 A 8,000 VEHICULOS DIARIAMENTE ( TRANSITO PROMEDIO ) DE LOS CUALES EL 70% SERAN VEHICULOS DE CARGA Y EL 30% VEHICULOS PARTICULARES.

ASIMISMO EN LA CAMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA DE RESTAURANTES Y ALIMENTOS CONDIMENTADOS NOS INFORMARON QUE DE CADA 100 VEHICULOS QUE TRANSITAN POR LA CARRETERA SE CALCULA QUE 1 VEHICULO COMO MINIMO SOLICITARA EL SERVICIO DE RESTAURANTE (CONSUMO) POR LO CUAL ESPERAMOS CONTAR CON UN PROMEDIO DE 75 PERSONAS DIARIAMENTE.

## CONSUMO DIARIO ESPERADO.

PARA DETERMINAR EL NUMERO DE UNIDADES DE CADA PRODUCTO QUE ESTAMOS EN PROBABILIDAD DE VENDER, SE CONTO CON EL SOPORTE DE LA INVESTIGACION, ES DECIR ASISTIMOS PERSONALMENTE A NEGOCIOS QUE OFRECIAN QUE OFRECIAN ESTE TIPO DE SERVICIOS ( COMIDA TIPICA MEXICANA ) Y PUDIMOS COMPROBAR QUE LAS UNIDADES QUE PRETENDEMOS VENDER SON EL PROMEDIO DE LO QUE VENDEN RESTAURANTES DEL MISMO RAMO.

ADEMAS DE QUE TAMBIEN SE CONFIRMA CON PERSONAS YA SEAN FAMILIARES O CONOCIDOS.

AHORA BIEN, CONOCIDAS O ESTIMADAS LAS UNIDADES AVENDER POR NUESTRO RESTAURANTE LAS DEBEMOS ADAPTAR AL TAMAÑO DE NUESTRO MERCADO EL CUAL EN NUESTRA EVALUACION QUEDA JUSTIFICADO, QUE TENEMOS UN MERCADO AMPLIO Y SIN EXPLOTAR, EXISTIENDO UNA NECESIDAD QUE TENEMOS QUE SATISFACER POR LO QUE NUESTRAS UNIDADES QUE PRETENDEMOS VENDER SON MAS QUE CONSERVADORAS LAS CUALES SE VAN A IR INCREMENTANDO SEGUN LA DEMANDA SURJA.

UNIDADES QUE SE PRETENDEN VENDER DE NUESTRO PRODUCTO EN UN PRINCIPIO. ( DIARIOS ).

TACOS DORADOS:	80 UNIDADES
FLAUTAS:	50 UNIDADES
ENCHILADAS:	15 ORDENES ( C/U TRES UNIDADES )
TOSTADAS:	50 UNIDADES
GUAJOLOTES:	50 UNIDADES
GORDITAS DE MIGAJAS Y QUESO:	40 UNIDADES
POZOLE:	35 PORCIONES
POLLO ENCHILADO:	16 ORDENES (POLLO DIVIDIDO EN 4)

POSTRES:

TIPICOS DE LA REGION: 15

\* ESTO ES EN CUANTO A LA ESPECIALIDAD QUE SERIAN LOS ANTOJITOS.

LAS MATERIAS PRIMAS QUE SE UTILIZARAN EN LA PREPARACION DE LOS ANTOJITOS:

TORTILLA, gorditas de maiz quebrado, bolillo, queso de leche de vaca, crema, carne de pollo, res, puerco, carnero, manteca, chorizo, tostadas, etc.

POSTRES:

LECHE, AZUCAR, CANELA, GRENETINA, SABORES ARTIFICIALES O FRUTAS.

CONDIMENTOS: Ajo, hierbas de olor, oregano, sal, comino, etc.

VERDURAS: Cebolla, maiz pozolero, chiles secos, frijoles, arroz, rabano, limón, cilantro, perejil, papas, zanahoria, etc.

M E N U

---

A N T O J I T O S                      M E X I C A N O S

---

TACOS DORADOS ( ORDEN DE 3 ).....	\$ 3,000
TOSTADAS ( ORDEN DE 2 ).....	\$ 2,500
FLAUTAS ( ORDEN DE 3 ).....	\$ 3,000
ENCHILADAS ( ORDEN DE 3 )	
QUESO.....	\$ 3,000
POLLO.....	\$ 3,500
PAMBASOS.....	C/U. \$ 2,500
GORDITAS QUEBRADAS.....	C/U. \$ 1,500
POZOLE ( PLATO MEDIANO ).....	\$ 6,000
POLLO ENCHILADO Y DORADO ( PLATO MEDIANO ).....	\$ 8,000

DESAYUNOS Y ALMUERZOS

VASO DE LECHE Y PAN.....	\$ 1,000
VASO DE CAFE Y PAN.....	\$ 700
VASO DE JUGO DE NARANJA.....	\$ 1,500
HUEVOS TIBIOS CON LIMON.....	\$ 850
VASO DE LECHE CON NESCAFE Y AZUCAR.....	\$ 900
HUEVOS SENCILLOS CON FRIJOLES, TORTILLA Y SALSA.....	\$ 2,500
HUEVOS AL GUSTO CON FRIJOLES, TORTILLA Y SALSA.....	\$ 3,000
HIGADO ENCEBOLLADO CON FRIJOLES, TORTILLA Y SALSA.....	\$ 3,500
CHILAQUILES CON CREMA Y QUESO.....	\$ 3,000
CHILAQUILES CON CREMA Y/O QUESO Y HUEVOS.....	\$ 3,200
CHICHARRON EN SALSA, FRIJOLES Y TORTILLAS.....	\$ 3,500

CALABAZAS CON QUESO O CREMA, FRIJOLES Y TORTILLAS.....	\$ 2,500
BISTEC, COSTILLA, CHULETA O TORTILLAS DE CARNE CON FRIJOLES Y TORTILLA.....	\$ 5,000

COMIDAS

SOPA AGUADA, GUISADO DE CARNE, TORTILLAS Y SALSA.....	\$ 7,000
SOPA AGUADA, BISTEC EN SALSA VERDE, FRIJOLES, TORTILLA Y SALSA.....	\$ 7,100
SOPA DE ARROZ, HIGADO ENCEBOLLADO, FRIJOLES, TORTILLA Y SALSA.....	\$ 6,200

REFRESCOS

JARRA DE AGUA LIMON, PIÑA, SANDIA, ETC. 1 ( VASO NORMAL ).....	\$ 1,200
REFRESCOS.....	\$ 800
CERVEZAS.....	\$ 2,000

RESTAURANTE " EL RETORNO "

BALANCE GENERAL INICIAL AL 1o. DE JULIO DE 1992

ACTIVO

CIRCULANTE

CAJA Y BANCOS	\$ 13'160,054	
INVENTARIOS (M.P.)	\$ 1'527,600	
	-----	
TOTAL ACTIVO CIRCULANTE		\$ 14'687,654

FIJO

MOBILIARIO	\$ 14'312,346	
TERRENO	\$ 20'000,000	
EDIFICIO	\$ 250'000,000	
EQUIPO	\$ 15'000,000	
	-----	
TOTAL ACTIVO FIJO		\$ 299'312,346

DIFERIDO

GASTOS DE INSTALACION	\$ 6'000,000	
	-----	
TOTAL ACTIVO DIFERIDO		\$ 6'000,000

TOTAL ACTIVO		\$ 320'000,000
	-----	

PASIVO A LARGO PLAZO

ACREEDORES	\$ 120'000,000	
CAPITAL SOCIAL	\$ 200'000,000	
TOTAL PASIVO		\$ 320'000,000

RETSURANTE " EL RETORNO "  
ESTADO DE RESULTADOS DEL 1o. DE JULIO DE 1992  
AL 1o. DE JULIO DE 1993 ( PRESUPUESTADO )

VENTAS	\$ 300'000,000
COSTO DE VENTAS	\$ 80'000,000
UTILIDAD BRUTA	\$ 220'000,000

GASTOS DE OPERACION:

GASTOS DE VENTA	\$ 32'208,942
GASTOS DE ADMON.	\$ 32'208,942
GTOS. FINANCIEROS	\$ 15'600,000
	-----
	\$ 80'017,844

UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	\$ 139'982,116
-----------------------------	----------------

GASTOS FINANCIEROS ( PAGO DEL PRESTAMO MAS INTERESES )

## ESTADO DE RESULTADOS PROFORMA

( PROYECTO A CINCO AÑOS )

CONCEPTO	1	2	3	4	5
VENTAS	330,000	363,000	399,300	439,280	483,208
CTO. DE VANTAS	88,000	96,800	106,480	117,128	128,840
UTILIDAD BRUTA	242,000	266,200	292,820	322,152	354,368

GASTOS DE OPERACION:  
-----

GTOS. DE VENTA (5%)	33,819	35,510	37,285	39,150	41,107
GTOS DE ADMON. (5%)	33,819	35,510	37,285	39,150	41,107
GTOS. FIN. (PAGO PRESTAMO MAS INTERES	15,240	14,880	14,520	14,160	13,800

UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO  
-----

159,122	180,300	203,730	229,692	285,384
---------	---------	---------	---------	---------

PRONOSTICO DE VENTAS

X	Y	XY	X <sup>2</sup>	Y1	d(Y-Y1)
1	33	33	1	32.64	.36
2	36.3	72.6	4	36.46	.16
3	39.9	119.7	9	40.28	.38
4	43.9	175.6	16	44.10	.2
5	48.3	241.5	25	47.92	.38
E 15	201.4	642.4	55		1.48

$$1 * a = \frac{n(EXY) - EX(EY)}{n(EX^2) - EX(EX)}$$

$$a = \frac{5(642.4) - 15(201.4)}{5(55) - 15(15)}$$

$$a = \frac{3212 - 3021}{275 - 225}$$

$$a = \frac{191}{50} \gg \gg a = 3.82$$

$$2 * b = \frac{EY - a(EX)}{n}$$

$$b = \frac{201.4 - 57.3}{5}$$

$$\gg \gg \gg b = 28.82$$

3 \* PRONOSTICO DE Y6

$$Y6 = a(n) + b$$

$$Y6 = 3.82(6) + 28.82$$

$$\gg \gg Y6 = 51.74 \text{ MILLONES}$$

4 \* Y12 = a(n\*2) + b

$$Y12 = 3.82(5*2) + 28.82$$

$$Y12 = 67.02$$

% INCREMENTO =  $\frac{67.02 - 51.74}{51.74} \times 100$

$$\gg \gg \gg \% = 129.53 \text{ INCREMENTO EN 5 AÑOS.}$$

5 \* NIVELES DE VARIACION.

$$\Rightarrow LCS = 51.74 + 13.8 = 65.54$$

$$\Rightarrow LCI = 51.74 - 13.8 = 37.94$$

6 \*  $Y1 = a(n) + b$

$$\Rightarrow Y11 = 3.82(1) + 28.82 = 32.64$$

$$\Rightarrow Y12 = 3.82(2) + 28.82 = 36.46$$

$$\Rightarrow Y13 = 3.82(3) + 28.82 = 40.28$$

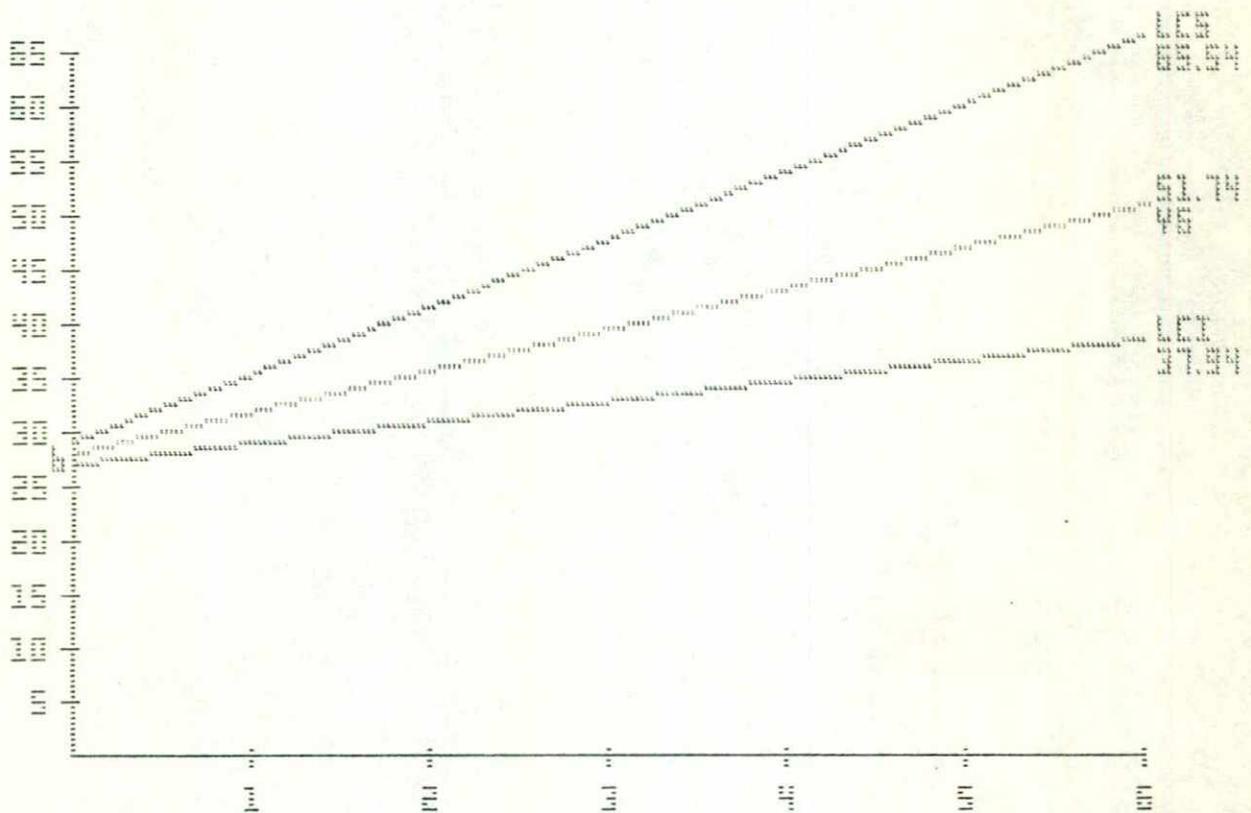
$$\Rightarrow Y14 = 3.82(4) + 28.82 = 44.10$$

$$\Rightarrow Y15 = 3.82(5) + 28.82 = 47.92$$

7 \*  $r = \frac{\sum |d|}{n}$

$$r = \frac{1.481}{5} = 0.29$$

8 \*  
MILLONES



GRAFICA DE PRONOSTICO DE VENTAS

PUNTO DE EQUILIBRIO

---

$$PE = \frac{GF}{MP}$$

$$MP = \frac{V-GV}{V}$$

$$PE = \frac{GF}{1-GV/V}$$

DONDE:

GF: GASTOS FIJOS

MP: MARGEN POTENCIAL

V: VENTAS

GV: GASTOS VARIABLES

GF: 125'969,524.6

GV: 116'887,166

V: 300'000,000

$$PE = \frac{GF}{1-GV/V}$$

$$PE = \frac{125'969,524.6}{1-\frac{116'887,166}{300'000,000}}$$

$$PE = \frac{125'969,524.6}{1-.38962388}$$

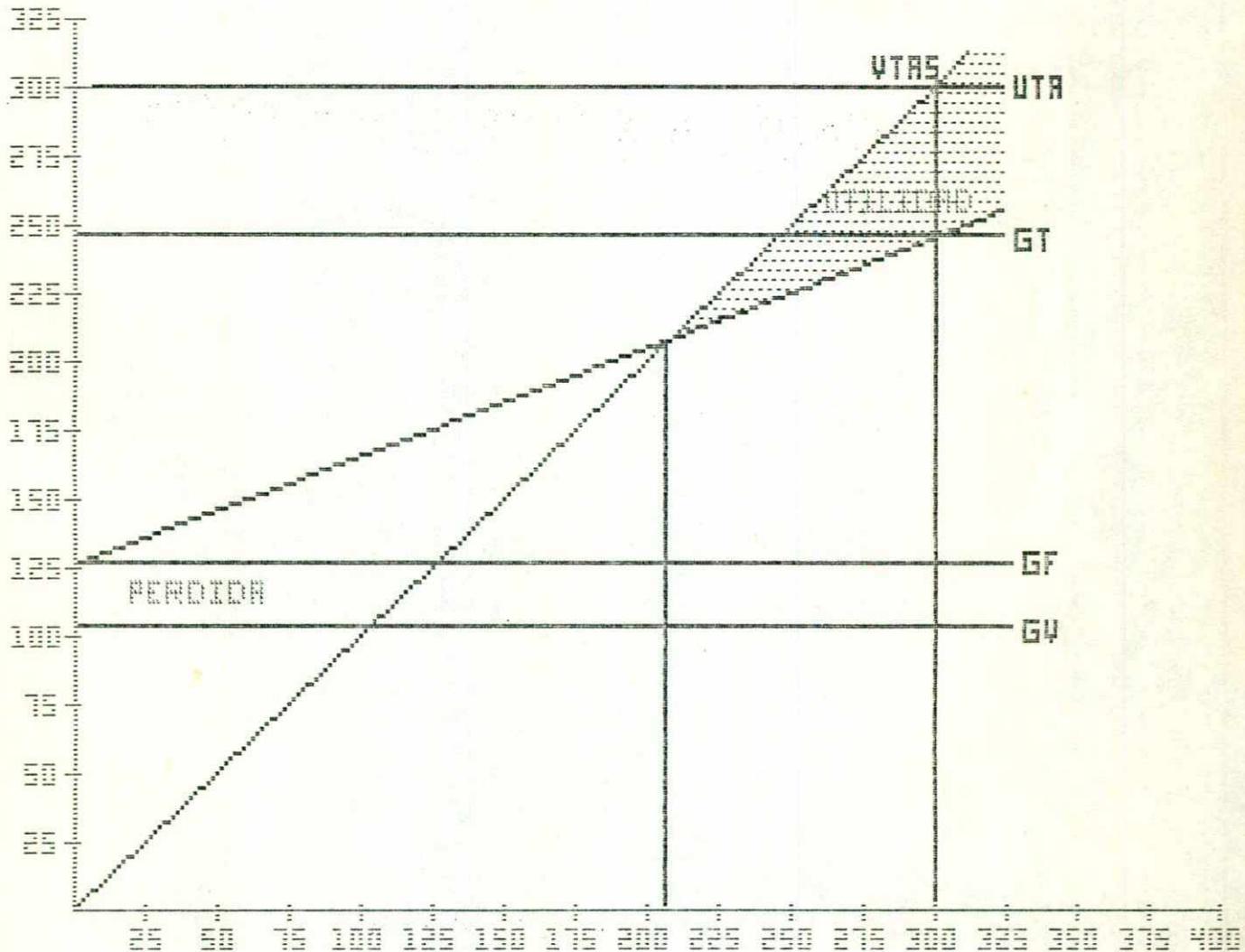
$$PE = \frac{125'969,524.6}{.610376113}$$

$$PE = 206'380,167.7$$


---

**- PUNTO DE EQUILIBRIO -**

GASTOS FIJOS : \$ 123'969,524.6  
 GASTOS VARIABLES : \$ 116'887,116  
 GASTOS TOTALES : \$ 242'856,640.6  
 VENTAS : \$ 300'000,000



PERMISOS Y CONTRATOS QUE SE REQUIEREN PARA APERTURA

-----  
DE UN RESTAURANTE  
-----

A) REQUISITOS PARA LA INSTALACION DE ANUNCIOS Y ROULOS Y CARTELERAS PARA RESTAURANTES, CAFETERIAS, TAQUERIAS, ETC.

- 1.- SOLICITAR CARTA DE APOYO A CANIRAC.
  - 2.- FOTOGRAFIA DE LA FACHADA DEL LOCAL.
  - 3.- PLANO CON LA UBICACION, DIMENSIONES Y MOBILIARIO DE LO QUE SE QUIERE INSTALAR.
  - 4.- COSTO DE ACUERDO AL TAMAÑO DE LO QUE SE INSTALE.
  - 5.- LLENAR SOLICITUD CORRESPONDIENTE.
- EL TRAMITE SE HACE EN LA OFICINA DE PLANEACION MUNICIPAL UNA VEZ AUTORIZADO EL TRAMITE EL PAGO CORRESPONDIENTE SE HACE EN LA TESORERIA MUNICIPAL.

B) REQUISITOS PARA LA INSTALACION DE AGUA Y LUZ.

- 1.- SOLICITUD  
DESCRIBIENDO LAS NECESIDADES DEL RESTAURANTE, No. DE EMPLEADOS, CLASE DE COMIDA QUE SE VENDERÁ, ETC.
- 2.- COPIA DE LA ESCRITURA O DEL PREDIAL.
- 3.- PLANO DEL RESTAURANTE.

C) PERMISOS.

LA SECRETARIA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES PROPORCIONARA LOS PERMISOS CORRESPONDIENTES EN CUANTO A LA PUBLICIDAD, UTILIZANDO ANUNCIOS LUMINOSOS.

- PERMISO DE ACCESO
- PERMISOS PARA LA COLOCACION DE ANUNCIOS PUBLICITARIOS ( PARA INDICAR A QUE DISTANCIA SE ENCUENTRA EL RESTAURANTE ).
- EN LA SECRETARIA DE FOMENTO Y COMERCIO INDUSTRIAL SE REALIZARAN LOS TRAMITES PARA EL REGISTRO DEL NEGOCIO.
- A LA DIRECCION DE OBRAS PUBLICAS ( UBICADA EN EL MUNICIPIO DE EL MARQUEZ ) SE OBTENDRA EL PERMISO DE CONSTRUCCION, CON EL

INGENIERO CIRILO IBARRA; EN DONDE SE DEBERA PRESENTAR IGUALMENTE EL PROYECTO DE ACCESO ANTE LA RESIDENCIA GENERAL DE CONSTRUCCION Y OBSERVACION DE OBRAS PUBLICAS, EN LA OFICINA TECNICA CON EL INGENIERO SALVADOR FERNANDEZ AYALA.

## VII PROMOCION

---

CONSIDERANDO QUE LA PUBLICIDAD ES EL PRINCIPAL INSTRUMENTO PARA LOGRAR EL RECONOCIMIENTO DEL PRODUCTO O SERVICIO ENTRE LOS CONSUMIDORES SE REALIZAN DIFERENTES ACTIVIDADES PROMOCIONALES PARA LOGRAR UN IMPACTO SOBRESALIENTE ENTRE LOS CONSUMIDORES Y HACER QUE ESTOS PASEN DE ATENCION AL INTERES Y AL DESEO DE ADQUIRIR Y SOLICITAR NUESTRO SERVICIO.

SE UTILIZAN DIFERENTES METODOS PARA PROMOVER LAS VENTAS Y DARR A CONOCER EL RESTAURANTE, COMO SON:

- OBSEQUIOS DE PLUMAS, CALENDARIOS CON PUBLICIDAD DEL RESTAURANTE; DADO QUE LOS OBSEQUIOS SON RECOMPENSAS QUE SE OFRECEN POR HABER SOLICITADO NUESTROS SERVICIOS.
- SE REPARTIRAN CUPONES OFRECIENDO UN % DETERMINADO DE DESCUENTO AL SOLICITAR EL SERVICIO Y MOSTRAR EL CUPON; DADO QUE LOS CUPONES SIRVEN PARA ALENTAR A LA PRUEBA DEL PRODUCTO Y LLEGAR A UN GRAN NUMERO DE CLIENTES.

LA PUBLICIDAD ES UNA COMUNICACION IMPERSONAL QUE USA UNA COMPAÑIA U ORGANIZACION PARA DAR A CONOCER EL PRODUCTO ATRAVES DE LOS DIFERENTES MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACION, AL TRANSMITIR UN MENSAJE. POR LO CUAL ES DE SUMA IMPORTANCIA ELEGIR CORRECTAMENTE EL MENSAJE QUE SE QUIERE TRANSMITIR, YA QUE EXISTEN DIFERENTES TIPOS, CLASES DE MENSAJES, CONSIDERANDO QUE EL MANSAJE DE LA PUBLICIDAD DE DEMANDA PRIMARIA ES EL ADECUADO DADO QUE ESTE TRATA DE DESARROLLAR LA DEMANDA PARA UNA CLASE GENERAL DE PRODUCTOS Y ESTIMULAR LA ACEPTACION DE UNA IDEA PARA PROMOVER ARTICULOS NUEVOS EN UNA ETAPA INTRODUCTORIA DEL CICLO DE VIDA.

LA PUBLICIDAD SE REALIZARA UTILIZANDO LOS DIFERENTES MEDIOS DE COMUNICACION COMO SON: EL RADIO

LOS PERIODICOS

ASI MISMO SE UTILIZARA LA PUBLICIDAD EXTERIOR UTILIZANDO, COLOCANDO CARTELES Y ANUNCIANDO A DETERMINADA DISTANCIA A LA

ORILLA DE LA CARRETERA ANUNCIANDO EL RESTAURANTE, Y LOS SERVICIOS QUE ESTE OFRECE COMO SON:

AGRADABLE AMBIENTE  
COMODIDAD  
ATENCION PERSONAL  
HIGIENE  
CALIDAD  
ESTACIONAMIENTO  
ETC.

A decorative border with floral and leaf motifs surrounds the central text.

El Retorno

-RESTAURANTE TIPICO-

¡ LA MEJOR COCINA MEXICANA !

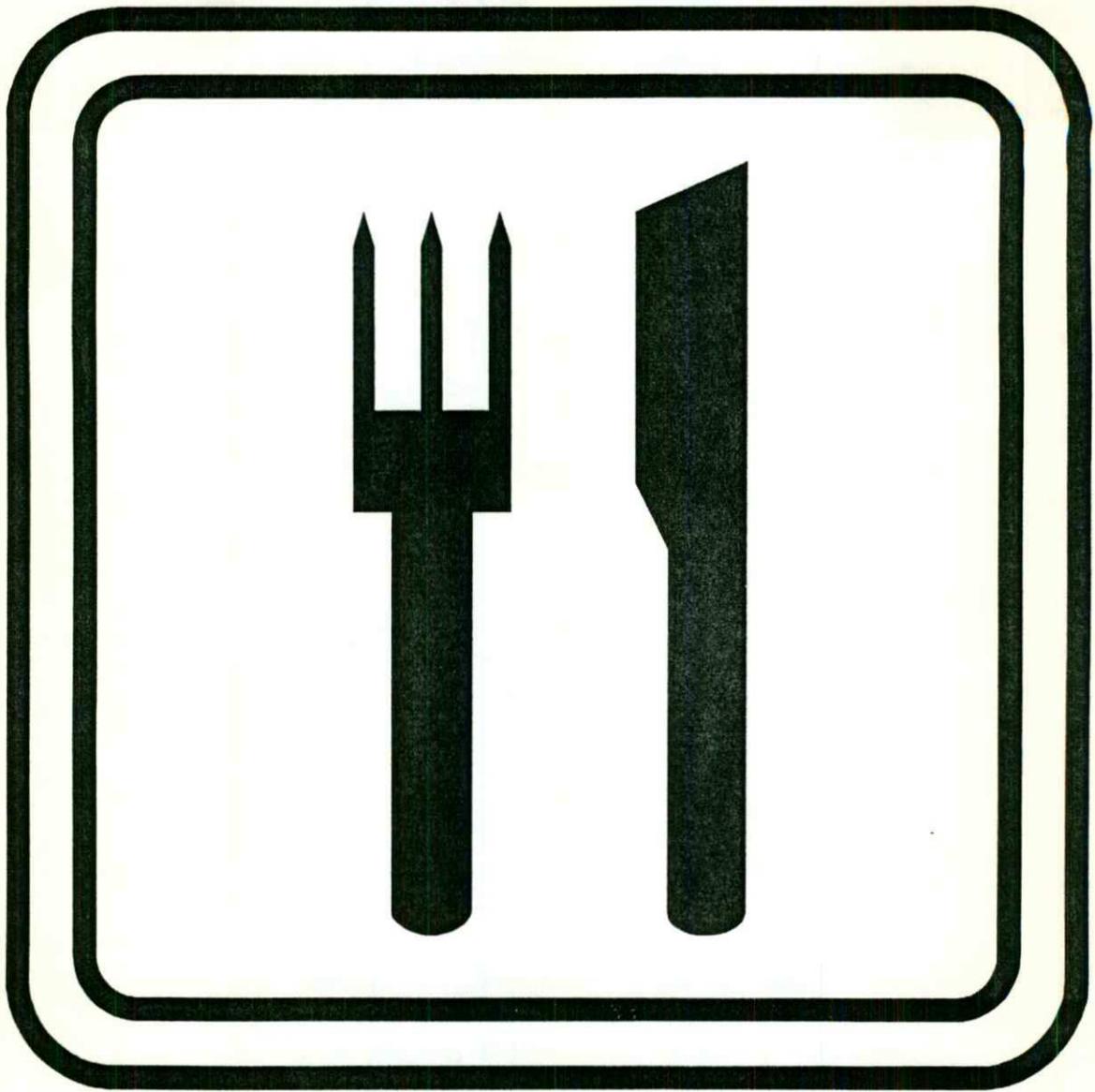
DESAYUNE - COMA - Y CENE  
A SU GUSTO

ABIERTO TODOS LOS DIAS DE 0 A 24 HRS.

- AMBIENTE FAMILIAR
- ESTACIONAMIENTO
- MUSICA AMBIENTAL

¡VISITENOS...!

Libramiento Nor-Oriente Km. 18.75



METODO DE EVALUACION ECONOMICA DE PROYECTOS

---

VALOR PRESENTE

---

EL PROYECTO DEL RESTAURANTE REQUIERE UNA INVERSION INICIAL DE 320'000,000. SUS GASTOS DE OPERACION SON DE 80'000,000 DE PESOS PARA EL PRIMER AÑO Y SE ESPERA QUE ESTOS GASTOS CRESCAN EN EL FUTURO A UNA RAZON DEL 5% PARA EL PRIMER AÑO Y SE ESPERA QUE EN LO SUCESIVO AUMENTE A UNA RAZON CONSTANTE DE 20'000,000 POR AÑO.

LA VIDA ESTIMADA DEL PROYECTO ES DE 15 AÑOS AL FINAL DE LOS CUALES SE TIENE PARA LA INVERSION INICIAL EN ACTIVO FIJO UN VALOR DE RESCATE DE 50'000,000 SIENDO LA TASA DE RECUPERACION MINIMA DEL 25%.

$$VPN = S_0 + \sum_{t=1}^n \frac{E_t}{(1+i)^t}$$

DONDE:

VNP: VALOR NETO ESPERADO

S<sub>0</sub>: INVERSION INICIAL

i: TASA DE RECUPERACION MINIMA

n: No. AÑOS DE VIDA DEL PROYECTO

$$-320'000,000 + 140'000,000 / (1+.25)^1 + 156'000,000 / (1+.25)^2 + 172'800,000 / (1+.25)^3 + 187'390,000 / (1+.25)^4 + 202'759,500 / (1+.25)^5 + 217'897,400 / (1+.25)^6 + 232'792,000 / (1+.25)^7 + 247'431,000 / (1+.25)^8 + 261'803,000 / (1+.25)^9 + 275'893,000 / (1+.25)^10 + 289'688,000 / (1+.25)^11 + 303'172,000 / (1+.25)^12 + 316'331,000 / (1+.25)^13 + 329'148,000 / (1+.25)^14 + 341'605,000 / (1+.25)^15 = \$ 24'815,821$$


---

LO QUE NOS QUIERE DECIR QUE SI ES REDITUABLE LA INVERSION,  
QUE SE ESPERA OBTENER UNPROYECTO DE INVERSION QUE SEA MAYOR EL  
RENDIMIENTO QUE ESTE. TAMBIEN SIGNIFICA QUE SE VA A INCREMENTAR  
EL VALOR DEL CAPITAL DE LOS SOCIOS.

## IX CONCLUSIONES

---

DE ACUERDO AL ESTUDIO DE MERCADO EFECTUADO PARA CONOCER LA FACTIBILIDAD DE PONER EN PRACTICA EL PROYECTO PRESENTADO SE CONCLUYE QUE LA INFORMACION OBTENIDA ES DEL TODO SATISFACTORIA, LO CUAL SE PUEDE COMPROBAR EN LOS RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS Y A LA ESCAZA PARTICIPACION DE LA COMPETENCIA POR LO QUE COMPROBAMOS QUE NUESTRO MERCADO CUENTA CON UNA NECESIDAD INSATISFECHA.

EL RESTAURANTE QUE DESEAMOS INSTALAR TENDRA COMO NOMBRE "EL RETORNO" SU ESPECIALIDAD SERA LA COMIDA TIPICA MEXICANA, PERO TAMBIEN CONTARA CON COMIDA CORRIDA Y A LA CARTA.

NOS DAMOS CUENTA DE QUE SE TRATA DE UN PROYECTO QUE RESPONDERA SATISFACTORIAMENTE A LAS PERSPECTIVAS PLANEADAS DESDE LA EVALUACION DEL MERCADO, LO CUAL SERA COMPROBADO CON LOS RESULTADOS DE LOS ESTADOS PROFORMA, LOS CUALES MUESTRAN CLARAMENTE QUE EL PROYECTO ES RENTABLE, EN CUANTO AL MARGEN DE UTILIDAD QUE GENERA.

NUESTRO NEGOCIO COMO ORGANISMO PROPORCIONARA DOS TIPOS DE BENEFICIOS, UN BENEFICIO ECONOMICO Y UNO SOCIAL, EL BENEFICIO ECONOMICO ES EL QUE OBTIENE EL DUEÑO O INVERSIONISTA PRINCIPALMENTE CUANDO SE CREA UNNA EMPRESA O NEGOCIO, EL PRIMORDIAL ES LA OBTENCION DE GANANCIAS O UTILIDADES QUE REDITUAN, SEGUN EL MONTO DEL CAPITAL INVERTIDO.

EL BENEFICIO SOCIAL SE OBSERVA, CUANDO DE UNA MANERA DIRECTA O INDIRECTA LA SOCIEDAD PARTICIPA DE ESA EMPRESA YA COMO TRABAJADORES, CONSUMIDORES, PROVEEDORES, ACREEDORES, ETC. ASI NOS DAREMOS CUENTA CUANDO LLEGARAN A PRESENTARSE PROBLEMAS LOS AFECTADOS NO SOLO SON LOS QUE APORTAN EL CAPITAL, SINO TAMBIEN LA SOCIEDAD QUE LOS RODEA.

ES CONVENIENTE CUIDAR LA IMAGEN DEL NEGOCIO, PROCURANDO ADMINISTRAR TODOS LOS RECURSOS LO MEJOR POSIBLE PARA LOGRAR UN DESARROLLO FAVORABLE Y LUCRATIVO.

EL ESTUDIO DE LA MERCADOTECNIA NOS SIRVIO DE PAUTA PARA EL MEJOR DESARROLLO DE NUESTRO PROYECTO, DADO QUE NOS OFRECE UN AMPLIO CAMPO DE COMPRESION EN LOS DIFERENTES CAMPOS CONCERNIENTES A LA EMPRESA TANTO PUBLICA COMO PRIVADA.

LOS RESULTADOS DE LA APLICACION DE LA MERCADOTECNIA FUERON MUY AMPLIOS Y FAVORABLES DADO QUE NOOS PROPORCIONO EL TENER UNA MEJOR VISION DEL ESTUDIO REALIZADO.

EN BASE A LOS ESTUDIOS E INVESTIGACIONES REALIZADOS NOS DIMOS CUENTA DE QUE NUESTRO NEGOCIO ES REDITUABLE Y QUE SERA UN NEGOCIO CON MUCHAS PERSPECTIVAS Y DE GRAN EXITO.

TAMBIEN ES UN NEGOCIO QUE SE VA A ADAPTAR A INNOVACIONES O POSIBLES AMPLIACIONES FUTURAS Y QUE PODRA OFRECER MEJORES Y CON MAS VARIEDAD LOS PRODUCTOS EXISTENTES, MEJORARAN SUS DEPARTAMENTOS Y ADEMAS LLEGAR A OFRECER HASTA SERVICIO DE LAVADO DE AUTOMOVILES, POR LO TANTO ESTAMOS SEGURAS QUE A LA LARGA NUESTRO RESTAURANTE PODRA CUBRIR LA DEMANDA EXISTENTE ACTUAL.

BIBLIOGRAFIA:

-MERCADOTECNIA  
CONCEPTOS Y APLICACIONES  
AUTOR: CHARLES D. SCHEWE & REUBEN M. SMITH  
EDITORIAL: MC-GRAW HILL

-SECRETARIA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES

-CAMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA DE RESTAURANTES Y  
ALIMENTOS CONDIMENTADOS (CANIRAC).