

**PLAN DE NEGOCIOS PARA IDENTIFICAR LA FACTIBILIDAD DE INICIAR UN PROYECTO EN EL RAMO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN CIUDAD OBREGÓN, SONORA**

**BUSINESS PLAN TO IDENTIFY THE FEASIBILITY OF STARTING A PROJECT IN THE FIELD FOOD AND BEVERAGES IN CIUDAD OBREGON, SONORA**

**Lic. Blanca Lydia Félix Félix<sup>1</sup>**  
**Mtra. María Elvira López Parra**  
**Mtra. Irma Guadalupe Esparza García**  
**Mtra. Yessenia Clark Mendivil**

**Resumen**

En el siguiente trabajo, se muestra un plan de negocios, el cual tiene por objetivo identificar la factibilidad de abrir un nuevo establecimiento del giro Restaurante-Bar dentro de Ciudad Obregón Sonora. Un plan de negocios es una herramienta que permite al emprendedor realizar un proceso de planeación que coadyuve a seleccionar el camino adecuado para el logro de sus metas y objetivos (Alcaraz, 2006).

Considerando los elementos del plan de negocios se llevó a cabo la investigación de mercado a través de encuestas a los posibles clientes, se interpretaron estos resultados y se elaboró un informe para los inversionistas siendo en términos generales un proyecto factible ya que la demanda requiere de lugares de esparcimiento y la oferta queda por debajo de esta necesidad. Por otra parte se realizó el estudio técnico en donde se muestra la ubicación óptima del proyecto y el estudio administrativo que permite identificar la estructura organizacional del mismo. De la misma manera se realizó un análisis financiero sobre la rentabilidad del establecimiento, utilizando diversos formatos en donde se plasman las cantidades necesarias para poder llevarlo a cabo, dando como resultado, que el proyecto es factible y rentable, por lo que cualquier persona interesada en invertir en este tipo de negocio, debe realizar o seguir el plan de negocios como el que se presenta y tendrá mayores posibilidades de éxito en su empresa.

Palabras clave: Plan de negocio, estudio de mercado, estudio técnico, estudio administrativo, estudio financiero

**Abstract**

In this paper, shows a business plan, which aims to see the feasibility of opening a new establishment of spin-Bar Restaurant in Ciudad Obregon Sonora. A business plan is a tool that allows the entrepreneur to make a planning process that contributes to select the right path to achieving its goals and objectives (Alcaraz, 2006).

Considering the elements of the business plan was carried out market research via surveys to potential customers, these results were interpreted and developed a report to investors generally be a feasible project as demand requires places of entertainment and the supply falls short of this need. Moreover technical study was conducted which shows the optimal location

---

<sup>1</sup> Egresada de la carrera de Lic. en Administración de Empresas Turísticas del Instituto Tecnológico de Sonora

of the project and management study that identifies the organizational structure of the same. In the same way financial analysis was performed on the profitability of property using various formats in which reflected the amounts necessary to carry out, resulting in that the project is feasible and profitable, so anyone interested in invest in this business, you must perform or continue the business plan as presented and have a greater chance of success in your business.

Keywords: Business planning, market research, technical studies, management study, financial study

## **Introducción**

### Antecedentes

En la actualidad se cree que un número considerable de empresarios tanto de micro como pequeñas empresas no cuentan con una profesión que permita hacer un plan de negocios para conocer la factibilidad del mismo, esto debido principalmente al gran número de negocios que cierran al poco tiempo de ser establecidos, o bien por la falta de conocimientos sobre la importancia de realizar dicho plan de empresarios no profesionistas, en cambio empresas más grandes y franquicias, coinciden en que es de vital importancia realizar un plan de negocios antes de invertir en grandes cantidades en un nuevo establecimiento, por lo que contratan especialistas en el tema para llevar a cabo el estudio y verificar su rentabilidad. La expansión comercial así como la competencia es una gran amenaza para todos aquellos que deciden crear una nueva inversión de proyecto, cada vez esto genera más exigencia por lo tanto se debe asegurar que la distribución de recursos financieros cubra totalmente con las necesidades que estos negocios requerirán. Es por ello que es de gran importancia que los futuros empresarios lleven a cabo una evaluación de la inversión para disminuir la incertidumbre sobre si es factible o no el establecimiento de su próximo negocio, además de identificar el mercado al que va dirigido y si el punto o localidad deseada cuenta con dicha población.

El plan de negocios es la concretización de las ideas de un emprendedor, ya que marca las etapas de desarrollo de un proyecto de empresa. Existen diferentes planes de negocios, para

cada uno de los giros comerciales, en este trabajo se habla del giro restaurantero. El presente trabajo nace de la necesidad y el gusto de los jóvenes de Ciudad Obregón Sonora por lugares tipo Restaurant-Bar, donde se les ofrece platillos ligeros y bebidas alcohólicas y no alcohólicas de diferentes tipos. Considerando que el grupo de jóvenes en esta ciudad ha ido incrementando y los lugares de esparcimiento son pocos, se ha decidido realizar un plan de negocios para proponer un establecimiento que satisfaga las necesidades de la población, el cual consiste en un Restaurant-Bar.

#### Planteamiento del problema

Debido a que en el municipio de Cajeme existe un número grande de población joven entre 18 y 49 años de edad, según el Instituto Nacional de Estadística y Geografía INEGI (2010), existen 162, 178 personas en esa edad. Se puede decir que surge una necesidad de contar con más alternativas en lugares de esparcimiento dentro de la localidad, que sean atractivos para el mercado al que van dirigidos y satisfaga sus necesidades. Para así cumplir con la demanda que tiene específicamente este tipo de establecimientos. El giro restaurantero en esta región es muy variado, sin embargo no todos cuentan con un área de bar, los permisos son pocos y su costo es elevado, de ahí que este tipo de servicio (restaurant-bar) limita el mercado, ya que al segmentarlo este será representado por personas de mayor edad para el consumo de bebidas alcohólicas. En la región solo se cuenta con 10 locales aproximadamente que ofrecen este servicio dejando a los consumidores con pocas opciones para su esparcimiento y alimentación al mismo tiempo.

De igual manera se puede obtener un beneficio en el establecimiento, a partir del tipo de turismo predominante en la ciudad, es decir el de negocios, ya que es muy común realizar comidas o reuniones al momento de finalizar un contrato o simplemente para distracción del empresario. Identificando la oportunidad que existe de iniciar un nuevo negocio con ambos giros y del número considerable de personas potenciales para este proyecto se desprende la siguiente pregunta: ¿Cómo asegurar el éxito de un nuevo establecimiento del giro de alimentos y bebidas en Ciudad Obregón Sonora?

#### Justificación

El plan de negocios resulta ser una herramienta de máxima utilidad pues conlleva a que el restaurantero tenga un mayor conocimiento de su negocio, conserve el control de las operaciones, mantenga una estructura adecuada a su carga financiera, además de lograr incrementos en la rentabilidad de su empresa. Todo esto traerá como resultado el poder identificar y describir la historia del negocio, sus metas a corto y largo plazos, así como las estrategias para alcanzarlas, conocer los platillos como producto que se va a vender, conocer el mercado, los aspectos financieros, la organización o experiencia en el ramo restaurantero. Por lo tanto, un plan de negocios permitirá evaluar la viabilidad del proyecto a realizar, medir sus fuerzas y debilidades, así como atraer nuevos inversionistas y facilitar la obtención de préstamos u otra clase de financiamiento. Además de beneficiar principalmente a la sociedad, tanto empresario como empleados del mismo, ya que podrá crear nuevos empleos que mejorarán su economía y bienestar social, ofreciendo también otra opción para los turistas que visitan la ciudad, los cuales dejan una derrama económica.

De ahí que se recomienda llevar a cabo un plan de negocios antes de realizar una inversión de este tipo, de no hacerlo, crece el riesgo económico y financiera para los inversores.

Objetivo.

Realizar un plan de negocios para determinar la factibilidad de iniciar un proyecto en el ramo de Restaurante-Bar en Ciudad Obregón, Sonora.

### **Fundamentación teórica**

Un plan de negocios es una herramienta que permite al emprendedor realizar un proceso de planeación que coadyuve a seleccionar el camino adecuado para el logro de sus metas y objetivos. Asimismo, el plan de negocios es un medio para concretar ideas; es una forma de poner las ideas por escrito, en blanco y negro, de manera formal y estructurada, por lo que se convierte en una guía de la actividad diaria del emprendedor (Alcaraz, 2006).

Por otra parte ITESCA (s.f.), define el plan de negocios como un “documento en el cual se describe y analizan los diferentes factores que intervienen en la puesta en marcha de una empresa o proyecto. El plan de negocios es también una excelente herramienta para empresas ya existentes que desean incursionar en nuevos proyectos que les permitan crecer.”

Características.

Algunas de las características de un plan de negocios según Alcaraz, (2006), son: Claro, conciso e informativo

Estructura del plan de negocios.

\* Estudio de Mercado.

La mercadotecnia se encarga del proceso de planear las actividades de la empresa en relación con el precio, la promoción, distribución, y venta de bienes y servicios que ofrece, así como de la definición del producto o servicio con base en las preferencias del consumidor, de forma tal que permitan crear un intercambio (entre empresa y consumidor) que satisfaga los objetivos de los clientes y de la propia organización. (Alcaraz, 2006).

Las decisiones que se tomen en el área de mercadotecnia y en otras áreas de la empresa deben buscar la satisfacción del cliente; para esto es necesario conocer las necesidades del mismo y cómo pueden satisfacerse. La investigación de mercado se utiliza como una herramienta valiosa en la obtención de esta información. El estudio de mercado consiste en determinar la cantidad de bienes y/o servicios provenientes de una nueva unidad promotora que, en una cierta área geográfica y bajo determinadas condiciones, la comunidad estaría dispuesta a satisfacer sus necesidades. (Herrera, 2003).

De igual forma el estudio de mercado pretende ratificar la existencia de una necesidad insatisfecha, así como conocer los medios que se emplearían para hacer llegar los bienes y servicios a los usuarios con el propósito de conocer si es o no aceptado en el mercado y su facilidad de penetración. El objetivo general de este estudio es verificar la posibilidad real de penetración del producto o servicio en un mercado determinado.

Investigación de mercado.

Según Fischer y Navarro, (1994), la investigación de mercados es un proceso sistemático para obtener información que va a servir al administrador a tomar decisiones para señalar planes y objetivos.

Análisis de la demanda.

Se entiende por demanda a la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad a un precio determinado (Baca, 2006).

Para el análisis de la demanda la información emana de dos fuentes, la primera se da cuando se tiene conocimientos históricos de comportamiento, es decir estadísticas de hechos pasados, la segunda es carente de antecedentes por lo que las investigaciones de campo que se realicen en el proyecto representan el único recurso para la cuantificación de la demanda.

Análisis de la oferta.

Oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) están dispuestos a poner a disposición del mercado a un precio determinado. Baca (2006) clasifica la oferta de la siguiente manera: oferta real, oferta potencial y oferta proyectada.

Análisis del precio.

El precio es la cantidad de dinero o de otros objetos con utilidad necesaria para satisfacer una necesidad que se requiere para adquirir un producto. (Stanton y Walker, 1997).

Conocer el precio es importante porque es la base para calcular los ingresos futuros, y hay que distinguir exactamente de qué tipo de precio se trata y como se encuentran, principalmente el sitio de venta. En la economía moderna el precio de un bien o servicio es un factor importante, ya que influye en los sueldos, ingresos, intereses, y utilidades; específicamente en las empresas, esta variable busca lograr la tasa de retorno sobre la inversión, mantener y/o mejorar la participación en el mercado, enfrentar la competencia y maximizar las utilidades.

\* Estudio Técnico.

El objetivo central del análisis técnico es determinar si es posible lograr elaborar y vender el producto o servicio con la calidad, cantidad y costo requerido. Para ello es necesario identificar tecnologías, maquinarias, equipos, insumos, materias primas, suministros,

consumos unitarios, procesos, ordenamiento de procesos, recursos humanos en cantidad y calidad, proveedores etcétera. (ITESCA, s.f.)

Determinación del tamaño óptimo de la planta.

El tamaño óptimo de un proyecto es su capacidad instalada, y se expresa en unidades de producción por año. Se considera óptimo cuando opera con los menores costos totales o la máxima rentabilidad económica (Baca, 2006).

Descripción detallada del producto.

La descripción del bien o servicio, desde el punto de vista técnico, tiene por objeto establecer las características físicas y especificaciones que lo tipifican con exactitud y que norman la producción. A partir de éstas, es posible los requerimientos técnicos de las materias primas que se utilizarán en la producción del bien, así como los procesos tecnológicos que se utilizarán en la fabricación.

Localización óptima de la planta.

Consiste en definir desde los enfoques macro y micro el establecimiento del espacio y la dimensión de la planta; es necesario definir en términos precisos dónde producir (Baca, 2006).

Descripción del proceso de producción.

El diagrama de flujo del proceso de producción es una secuencia de operaciones expresada en forma gráfica (Baca, 2006).

\* Estudio Administrativo.

El objetivo central de este análisis es definir las características de la empresa, en cuanto a estructura, funciones, perfiles de puestos, organización jurídica, estilos de dirección, políticas de administración de personal entre los más importantes. (ITESCA, s.f.)

Planeación estratégica.



La planeación estratégica consiste en analizar la situación presente y la que se espera a futuro, determinar la dirección de la empresa y desarrollar medios para el cumplimiento de la misión; pero en realidad se trata de un proceso sumamente complejo que demanda un método sistemático para la identificación y análisis de los factores externos a la organización y su adecuación a las capacidades de la empresa. (Koontz y Weihrich, 2008).

En el proceso de la planeación estratégica se definirán los elementos básicos que lo integran, estos son:

- Misión. Documento formal que establece el objeto y la razón de ser de la empresa, describe su filosofía básica. (Gitman y McDaniel, 2001).
- Visión. Responde a la pregunta ¿Qué queremos llegar a ser?, determina la dirección de la empresa. (Koontz y Weihrich, 2008).
- Los objetivos son metas, se refieren a los resultados deseados para individuos, grupos u organizaciones enteras. Ellos marcan el rumbo para todas las decisiones de la administración y forman los criterios frente a los cuales es posible medir los logros reales. Por eso decimos que son los cimientos de la planificación. (Robbins y Coutler, 2000).
- Las políticas proveen guías para alcanzar el pensamiento del gerente en una dirección específica. A diferencia de las reglas, las políticas establecen parámetros para quienes toman las decisiones, en lugar de señalar específicamente lo que se debe o no hacer. (Robbins y Coutler, 2000).
- Estrategia es la determinación de los objetivos básicos a largo plazo de una empresa y la adopción de los cursos de acción y la asignación de recursos necesarios para su cumplimiento. (Koontz y Weihrich, 2008).

- Los valores pueden definirse como una convicción sólida de lo que es apropiado y lo que no lo es, guían las acciones y conducta de los empleados en el cumplimiento de los propósitos de la organización. Los valores pueden concebirse como los elementos que componen la ideología que conduce las decisiones de todos los días. (Koontz y Weihrich, 2008).

Marco legal de la empresa.

Cuando se pretende constituir legalmente una empresa es importante tomar en cuenta, entre otros, los siguientes aspectos:

- Número de socios.
- Capital social (aportación por socios).
- Las responsabilidades que se quieren adquirir ante terceros.
- Los gastos de constitución de la empresa.
- Los tramites a realizar para implantarla legalmente.
- Obligaciones fiscales que se deberán de afrontar.
- Obligaciones laborales que se adquieren.

En México de acuerdo a la *Legislación mercantil* vigente, existen las siguientes formas de organización empresarial: sociedad en nombre colectivo, sociedad en comandita simple, sociedad de responsabilidad limitada, sociedad anónima, sociedad en comandita por acciones, sociedad Cooperativa.

Trámites de constitución de la empresa.

Sin importar el giro de la empresa, se deben realizar una serie de trámites ante diferentes instancias gubernamentales. Los principales para poner en marcha un negocio son: solicitud de autorización del nombre de la sociedad ante la Secretaria de Relaciones Exteriores.

(Formato SA 1), registro Público de la Propiedad y el Comercio. Trámite en el que se registra el acta constitutiva , inscripción ante la Secretaria de Hacienda y Crédito Público para el cumplimiento de las obligaciones fiscales.

Registro empresarial ante el IMSS y el INFONAVIT. Como patrón, se deben registrar las empresas en el régimen obligatorio para cumplir con lo establecido en la ley del seguro social.

Al hacerlo los empleados automáticamente quedan registrados ante el INFONAVIT y el SAR.

Aspecto ecológico.

“En México la Ley General del Equilibrio Ecológico y la Protección al Ambiente dicta en su acuerdo que tiene como objeto liberar actividades y establecimientos industriales, mercantiles y de servicios del trámite de autorización del impacto ambiental y precisa los que quedarán sujetos a este trámite: Giros industriales: Química, agroindustria, alimenticia, excepto restaurantes de todo tipo y venta de alimentos, así como la elaboración de pan y pasteles y panaderías y/o pastelerías de hasta 50 m<sup>2</sup> en el área de procesamiento.” (Leyes y Códigos de México, 1998).

\* Estudio Financiero.

Los objetivos de este estudio son ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionaron las etapas anteriores, elaborar los cuadros analíticos y datos adicionales para la evaluación del proyecto y evaluar los antecedentes para determinar su rentabilidad.

(ITESCA, s.f.)

Fuentes de financiamiento.

Toda empresa, pública o privada, necesita recursos financieros (dinero) ya sea para realizar sus funciones actuales, para ampliarlas, así como para el inicio de nuevos proyectos que requieran inversión. Cualquiera que sea el caso, los medios por los cuales las personas físicas

o morales se hacen llegar recursos financieros en su proceso de operación, creación o expansión, en lo interno o externo, a corto, mediano y largo plazos, se le conocer como fuentes de financiamiento (De la Torre y Zamarrón, 2002).

Inversiones.

En este rubro deberán cuantificarse los recursos monetarios necesarios para la implementación y puesta en marcha del proyecto, y que constituyen el activo fijo o inversión fija, el activo diferido o inversión diferida, y los recursos necesarios para que se realicen las funciones de producción y ventas, a los que generalmente se llama capital de trabajo. (ITESCA, s.f.)

Una inversión son todas las erogaciones necesarias para crear o incrementar la capacidad de dotación de bienes y servicios. Dos o más inversiones pueden ser dependientes o independientes. Desde el punto de vista económico, una propuesta de inversión es independiente de una segunda si los flujos de efectivo de la primera inversión son los mismos independientemente de que se acepte o rechace la segunda. Por el contrario si al analizarse dos inversiones, los beneficios y costos de la primera se ven influidos por la realización de la segunda, dichas inversiones son dependientes. La inversión total esta integrada por la fija, diferida y el capital de trabajo (De la Torre y Zamarrón, 2002).

Flujo de efectivo durante la operación.

En el cálculo del flujo de efectivo durante la etapa de operación es necesario determinar y proyectar los volúmenes de producción y ventas, los ingresos y costos, los gastos de administración y mantenimiento, impuestos e incremento en el capital de trabajo. Es importante recordar que si bien se debe tomar en cuenta la depreciación y amortización de gastos para efectos del cálculo de impuestos, no forman parte del flujo de efectivo. (De la Torre y Zamarrón, 2002).

Tasa de interés real y nominal.

La ganancia que se obtiene por una inversión en términos monetarios está dada por la tasa de interés nominal; cuando dicha ganancia se da con relación al poder de compra, el rendimiento es la tasa de interés real (De la Torre y Zamarrón, 2002).

Plazo de recuperación.

El plazo de recuperación (*PRI*) de una inversión es el tiempo requerido para obtener el monto invertido. Este método consiste en establecer un periodo máximo para recuperar las inversiones. El criterio de decisión es aceptar aquellos proyectos cuya recuperación se realiza en un periodo menor al máximo establecido. El método no toma en cuenta el tiempo en que se dan los flujos de efectivo y el plazo de recuperación no tiene en cuenta el flujo de efectivo después que se recupera la inversión (De la Torre y Zamarrón, 2002).

Índice de rendimiento.

Es la razón costo - beneficio y significa la rentabilidad a valor presente en relación a la inversión. Su criterio de aceptación es que el índice de rentabilidad sea mayor a uno (De la Torre y Zamarrón, 2002).

Valor presente neto.

Es la cantidad que un inversionista podría pagar por una inversión en exceso de su costo. El criterio de decisión para aceptar una inversión utilizando el VPN es aceptar todas las inversiones independientes cuyo VPN es igual o mayor que cero y descartar aquellas cuyo VPN sea menor que cero (De la Torre y Zamarrón, 2002).

Punto de equilibrio.

El punto de equilibrio (*PE*) es aquel nivel en el cual los ingresos son iguales a los costos y gastos, y por tanto desaparecen las pérdidas y comienzan las utilidades o viceversa. Este punto

es una referencia importante ya que es un límite que influye para diseñar actividades que conduzcan a estar siempre arriba de él o lo más alejado posible, en el lugar donde se obtiene mayor proporción de utilidades (De la Torre y Zamarrón, 2002).

## **Metodología**

### **Sujeto**

Los sujetos que intervinieron en el estudio de mercado, corresponde a la muestra de 96 personas encuestadas, tanto hombres como mujeres, las cuales tienen una edad entre los 18 y 49 años de edad. Esto debido a que al tratarse de un restaurante-bar las personas que pueden asistir a él tienen que ser mayores de edad, y por el tipo de bebidas y alimentos que se ofrecen, va dirigido a un público joven.

### **Material**

Para poder conocer la factibilidad de la apertura de un nuevo establecimiento del ramo restaurante-bar, se elaboró una encuesta, que consta de 12 preguntas al posible cliente, siendo 10 de opción múltiple y 2 abiertas para que la persona encuestada conteste lo que sea de su preferencia (*ver apéndice 1*)

Esta encuesta tiene una duración para su llenado de cinco minutos con la finalidad de que el encuestado no se aburra y conteste cualquier cosa. Por otra parte se utilizó una corrida financiera en donde se muestran los estados financieros proyectados

### **Procedimiento**

Se llevaron a cabo los cuatro pasos para la elaboración del plan de negocios que son: (1) Estudio de mercado, (2) Estudio Técnico, (3) Estudio Administrativo y (4) Estudio Financiero

## **Resultados y discusiones**

### Estudio de Mercado.

El objetivo de esta investigación es identificar la posibilidad de entrar en el mercado de Restaurantes – Bar en Ciudad Obregón, Sonora. Mediante la investigación de mercado del mismo.

Descripción general del servicio.

El Restaurante-Bar que se propone, pretende satisfacer las necesidades y gustos de las personas a quien va dirigido, personas mayores de edad que gustan de consumir botanas ligeras y bebidas diversas en este tipo de establecimientos. Manejando como una ventaja competitiva el tener música en vivo dentro del establecimiento lo cual lo haga único y sea más llamativo y diferente del resto de este tipo de lugares en la ciudad.

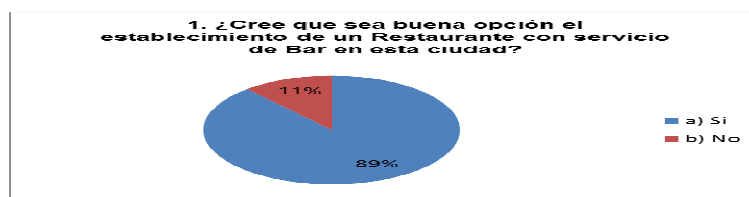
Investigación de mercado.

Para llegar a conocer las opiniones y gustos de los posibles clientes de este establecimiento se realizó una encuesta (*ver apéndice 1*), a 96 personas con diversas preguntas que ayuden a conocer la información más importante para el empresario al momento de ofrecer sus servicios.

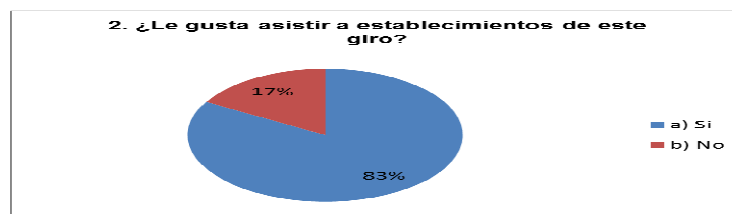
Los resultados muestran que un 89% de las personas creen que es una buena opción el establecimiento de un nuevo Restaurante-Bar en esta ciudad, y que casi de igual manera a un 83% les gusta asistir a este tipo de lugares por lo regular los fines de semana, y además piensan que en la ciudad no se cuenta con los suficientes lugares de este tipo por lo que les gustaría que se estableciera otro, manejando botanas ligeras en su mayoría y bebidas de todo tipo, especificando que lo que los atrae de estos lugares son los alimentos y bebidas que ofrecen, además de su ambiente y servicio. De igual manera manifestaron que la localización

idónea para este Restaurante-Bar sería la Ave. Miguel Alemán, por ser la principal calle Hotelera y Restaurantera de la ciudad. A continuación se muestran los resultados de la investigación de una forma más visual y exacta.

### Gráficas



En la primera pregunta se pretende saber la opinión de los posibles clientes sobre la apertura de un nuevo establecimiento de este tipo. Obteniendo como resultado un 89% de las respuestas como SI y un 11% como NO.

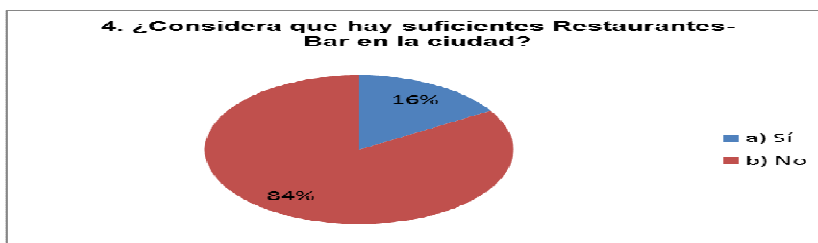


En la pregunta anterior se identifica si el giro del establecimiento es del gusto de las personas encuestadas. En donde un 83% contestó que SI es de su agrado y el 17% que NO. En esta segunda pregunta disminuyo la muestra de 96 personas a 80, ya que 16 personas contestaron que NO, y ahí terminó su participación dentro de la encuesta.

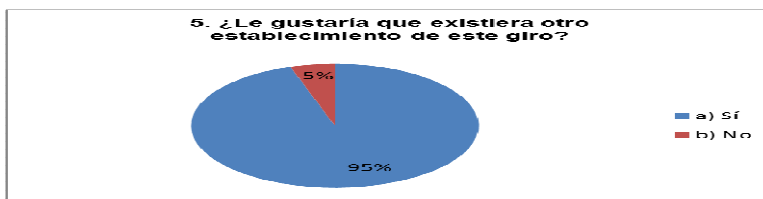




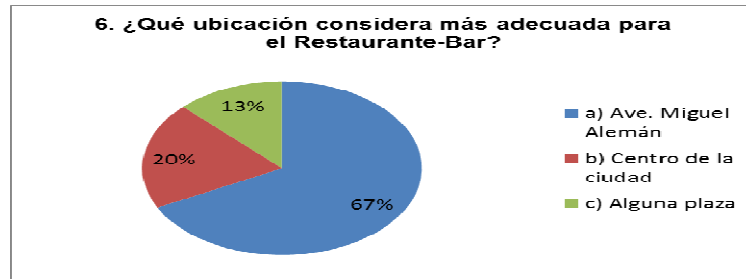
En esta pregunta ayuda a conocer qué días son en los cuales las personas gustan de ir a estos lugares. De Lunes a Jueves se obtiene un 9% al igual que el día Domingo, mientras que en Viernes y Sábado se obtuvo un 82%, lo que los hace los días más visitados.



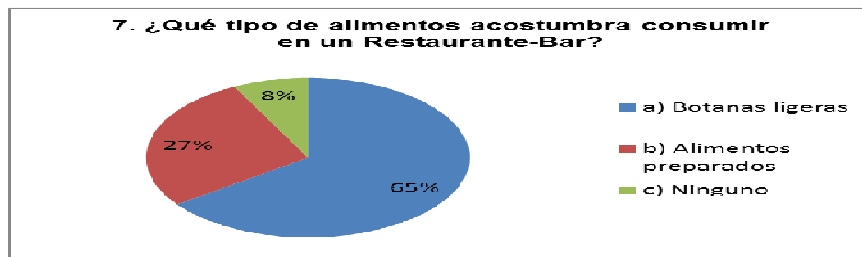
En la pregunta anterior, se realizó con el fin de saber si las personas consideran suficientes los lugares de este tipo, y así conocer que existe mayor demanda de este tipo de establecimientos, ya que solo un 16% contestó que SI y un 84% contestó que NO hay suficientes Restaurantes-Bar en la ciudad.



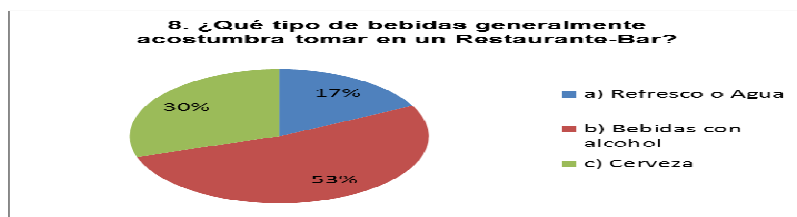
En esta pregunta se reafirma la anterior ya que se pregunta directamente si les gustaría que existiera otro establecimiento de este giro, en la cual un 95% contestó que SI y un 5% que NO.



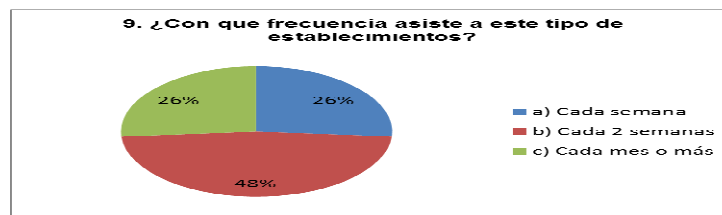
En dicha pregunta se pretende conocer la opinión de los encuestados sobre la ubicación más adecuada para el nuevo Restaurante-Bar. En donde un 67% de los encuestados dijeron que la ubicación de su agrado es la Ave. Miguel Alemán, el 13% alguna plaza siendo en este caso la más mencionada “Plaza Goya”, y un 20% consideran que es mejor el centro de la ciudad.



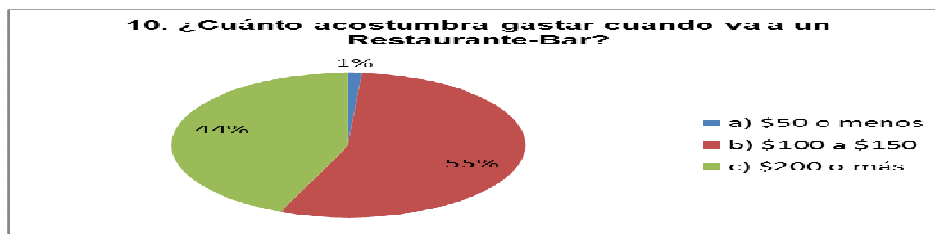
Esta pregunta fue hecha para conocer las preferencias y gustos de las personas, de acuerdo a esto, las personas prefieren consumir Botanas ligeras en un 65%, Alimentos preparados en 27% y Ninguno en un 8%.



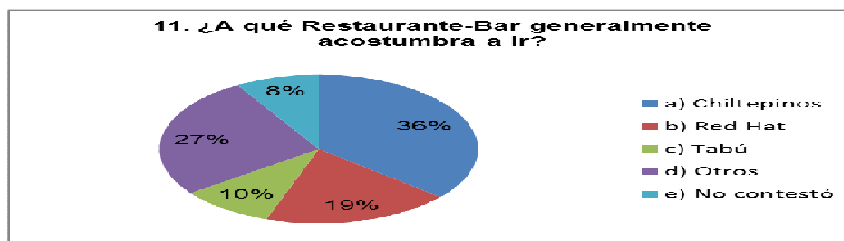
La pregunta muestra el tipo de bebidas que prefieren los posibles clientes, y poder así ofrecerles las bebidas de su preferencia una vez establecido el lugar. En dicha pregunta un 17% acostumbra beber Agua o Refresco, un 30% Cerveza y un 53% Bebidas preparadas con alcohol.



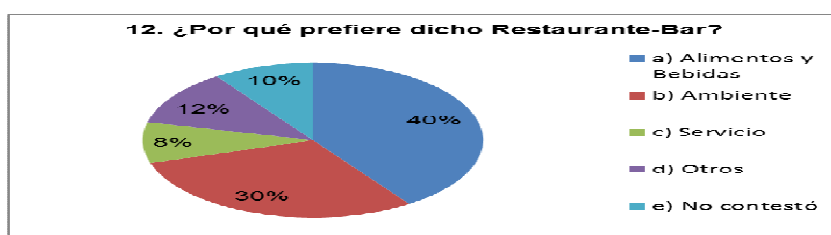
La pregunta anterior sirve al interesado para saber que tan frecuentes son los clientes. Se obtuvieron resultados de un 26% que asisten cada semana al igual que los que dicen asistir cada mes o mas, superando estos porcentajes se encuentra el 48% que dice asistir cada 2 semanas.



Esta pregunta muestra en promedio lo que gasta una persona al asistir a un establecimiento de este giro declarando, que un 55% dice gastar alrededor de \$100 y \$150, y un 44% dice gastar \$200 o más cada vez que asisten.



En la pregunta anterior se dejó libre la opción al encuestado de poner el Restaurante-Bar de su preferencia, por lo que algunos mencionaron mas de uno, además de haber personas que no especificaron ninguno, para esto se tomaron los 3 más mencionados para clasificarlos en la tabulación y gráfica de resultados, dejando a los otros no tan mencionados dentro de la categoría de “otros”. Esto sirve para ver cuál es la mayor competencia al momento de establecer el nuevo Restaurante-Bar. Los más mencionados fueron primeramente el Restaurante-Bar “Chiltepinos” con un 36%, Red Hat con un 19%, y Tabú en un 10%, siguiendo de ahí otros no tan mencionados en un 27% y finalmente un 8% que no contestó alguno de su preferencia.



En esta pregunta se pretende obtener información de mucha importancia al momento de establecer el nuevo Restaurante-Bar ya que son los puntos clave o características de los Restaurantes-Bar ya establecidos que los hacen los predilectos de los consumidores. De igual manera se dejó libre la respuesta de los encuestados para que ellos mismos especificarán lo que hace que prefieren el Restaurante-Bar que mencionaron, siendo 3 los más repetidos de

ellos fue que se clasificaron de la siguiente manera: Alimentos y Bebidas en un 40%, el Ambiente del lugar en un 30%, el servicio que se les ofrece en un 8%, otras características en un 12% y un 10% que no especificó o contestó porque prefiere el Restaurante-Bar mencionado.

#### Análisis de la Demanda.

Las personas que se pretenden atender en este proyecto son personas mayores de edad de entre los 18 a 49 años de edad, que residen en esta ciudad, que según INEGI (2010), con un total de 162,178 personas aproximadamente. Estas personas abarcan desde estudiantes a profesionistas, que tienen algún tipo de ingreso que los hace capaces de asistir a este tipo de lugares en busca de pasar un momento agradable además de consumir alimentos y bebidas de calidad en un ambiente adecuado y un servicio personal que cumpla con sus requisitos.

Actualmente en esta ciudad se cuenta con diversos Restaurantes-Bar, es por eso que se puede decir que existe una demanda satisfecha pero a la vez no saturada, es decir que se puede incrementar mediante el uso óptimo de herramientas mercadotécnicas, como la publicidad y los descuentos que se ofrecen. A la vez se clasifica como una demanda continua ya que al tratarse de alimentos y bebidas, se convierte en algo que las personas siempre necesitarán.

#### Análisis de la Oferta.

Actualmente la oferta de establecimientos que se dedican a este giro en la ciudad, es variada, y la mayor parte de la competencia principal que de acuerdo a los resultados obtenidos se encuentran en la Ave. Miguel Alemán, dichos Restaurantes-Bar mas mencionados fueron: Chiltepinos, Red Hat, y Tabú. Dejando claro así el gusto de las personas por las bebidas preparadas con alcohol además de la cerveza de barril que predomina en estos lugares, y en cuanto a alimentos se cuenta con botanas y algunos alimentos preparados. Entre sus

principales estrategias de venta en caso del primero son la cerveza de barril a un precio accesibles, además de sus famosos “boneless” y alitas en diferentes tipos de salsas picosas, en el segundo mencionado se cuenta con la estrategia de tener varias mesas con el servicio de cerveza que se paga por hora, es decir toda la cerveza que puedas consumir por un solo precio, y en el tercero se cuenta con el famoso karaoke y accesorios para amenizar más el ambiente de fiesta. En los tres lugares se manejan precios accesibles por lo que una persona con ingreso promedio puede asistir a estos lugares y pasar un rato agradable.

Es por esto que se puede decir que la oferta que existe actualmente en la ciudad en cuanto a este tipo de establecimientos se trata de una oferta competitiva o de mercado libre, ya que existen diversos establecimientos con ciertas similitudes en cuanto los productos que ofrecen por lo que su participación en el mercado se determina por la calidad, el precio y el servicio que ofrecen a sus consumidores.

#### Análisis del Precio.

En este punto se debe de analizar los costos en que se incurrirán al momento de comprar la materia prima y los insumos necesarios para convertirla en el producto final que será el entregado directamente al consumidor, además de incluir dentro del precio del producto el costo de los servicios, como es el pago a cocinero, mesero, intendencia entre otros. Para esto se lleva el control de la cantidad exacta que se utiliza en cada platillo o bebida y dependiendo del margen porcentual que se quiera ganar considerando los precios de la competencia y nivel adquisitivo de la ciudad se deberá establecer el precio final que será el que conocerá el cliente mediante el menú que se le entrega a su llegada. En este caso se cree suficiente manejar un margen del 60% de ganancia, se debe aclarar que el tipo de precios en estos lugares son locales, es decir que varían en cada ciudad y en cada establecimiento. Además de ser

cambiantes debido al incremento en el costo de la materia prima e insumos que se utilizan para la elaboración de los alimentos ofrecidos. Sin embargo considerando a la competencia, el producto y servicio que ofrecerá este proyecto estará apegado a los precios competitivos procurando buscar las mejores opciones entre los proveedores como son bajos precios, calidad y buen servicio.

Análisis de la Comercialización.

La comercialización se enfoca en identificar la mejor manera de hacer llegar el producto o servicio al último consumidor por lo que en este caso el servicio a ofrecer se da de manera directa, ya que va del productor al consumidor, sin la necesidad de un intermediario.

#### Estudio Administrativo

El presente estudio tiene como objetivo determinar los factores propios de la actividad ejecutiva de la administración que deberá considerar una nueva empresa para su establecimiento. Este proyecto nace de la necesidad y oportunidad en Ciudad Obregón de establecer un nuevo Restaurante-Bar en donde se ofrezcan alimentos y bebidas de calidad que están dentro de los gustos de gran parte de la población. El Restaurante-Bar que se pretende desarrollar llevará por nombre “Las Botanas Bar”, al cual se aplicó la planeación estratégica.

Planeación Estratégica.

A continuación se presentan los elementos que componen la planeación estratégica del lugar.

*Misión.*

Proporcionamos un servicio de botanas, bebidas y entretenimiento con los más altos estándares de calidad e higiene, a nuestros clientes locales, nacionales y extranjeros, en un ambiente alegre y cordial, superando sus expectativas y satisfaciendo sus necesidades, así como preservando su preferencia, Reconocemos la importancia de nuestra fuerza laboral

fomentando su crecimiento, llevando a cabo nuestras actividades con respeto, honradez y tolerancia, utilizando estrategias de operación que permitan obtener márgenes de utilidades superiores y posicionamiento en el mercado en beneficio de nuestra empresa y de nuestra sociedad.

*Visión.*

Ser la empresa líder por excelencia ante la sociedad por el buen servicio y la calidad de los productos ofrecidos, tales como, botanas y bebidas, para todas aquellas personas que deseen pasar un momento agradable dentro de un ambiente alegre y cordial, elevando nuestros niveles de rentabilidad y promoviendo el desarrollo de nuevas sucursales.

*Objetivos.*

- Crear fuentes de trabajo en la localidad, para así ayudar a la economía de esta y la sociedad al menos 8 empleos directos.
- Obtención de amplios márgenes de utilidades a través de los recursos disponibles, siendo este entre el 60 y 70% considerando a la competencia y buscando los mejores precios y calidad en el producto.
- Ofrecer productos y servicios de calidad, superando las expectativas de los consumidores, evaluando constantemente su satisfacción.
- Posicionarse y mantenerse dentro del mercado por tiempo indeterminado, al menos en los primeros 5 años.

*Marco Normativo.*

A continuación se muestran los aspectos normativos a considerarse al momento de establecer la empresa.



*Aspecto Legal.*

La constitución legal del Restaurante-Bar será bajo el régimen de sociedad mercantil, siendo la Sociedad de Responsabilidad Limitada la más adecuada para este proyecto ya que estará conformada por un grupo de socios que aportarán cantidades similares para su puesta en marcha.

*Aspecto Fiscal.*

La empresa estará obligada a pagar impuestos federales, estatales y municipales, siendo estos:

Impuestos Federales: IVA, ISR, IETU.

Impuestos Estatales: 2% sobre nómina.

Impuestos Municipales: pago de prediales y tenencias.

*Aspecto Laboral.*

En este apartado se deberá considerar el aspecto laboral de la empresa, es decir, todo aquello que se les debe proporcionar a los trabajadores, como es:

Seguro Social, Pago de prestaciones de Ley a los empleados, Prima vacacional, Prima de Antigüedad, Aguinaldo, INFONAVIT, SAR, entre otros.

*Otros:*

Aquí se incluyen los permisos necesarios para el funcionamiento del Restaurante-Bar, que deben ser considerados para así poder evitar multas y sanciones.

- En Vinos y Licores: Certificado de uso de suelo, Licencia de construcción (en caso de no existir local), Visto bueno de seguridad y operación, tratándose de restaurantes que

vendan vinos y licores o sin venta pero mayores a 400 metros cuadrados, Declaración de apertura (sin venta de vinos y licores).

- Música: Pago de cuota a la Sociedad de Autores y Compositores de la Música, en caso de tener música o videos en cualquier modalidad.
- Alineamiento y número oficial y Constancia de Seguridad Estructural.
- Estudio de Impacto Ambiental.
- Hacienda: Permiso de enseres en vía pública, seguro de responsabilidad civil, aviso de alta en la SHCP, aviso de apertura a la Secretaría de Salud, permiso de anuncio.
- Para registrar la empresa: Inscripción al SIEM, registro de descarga de aguas residuales, registro de fuente fija, licencia de funcionamiento en materia de ecología.
- Anuncios: Licencia de funcionamiento (con venta de vinos y licores), licencia anuncios, responsiva de gas y planos isométricos (cuando se tiene el servicio de gas estacionario).

#### Aspecto Ecológico.

En este punto se debe de atender las necesidades de cuidar el medio ambiente y contribuir con la sociedad, para que los desperdicios que se generen en el establecimiento sean reciclados y procesados de la mejor manera. Es por esto que se debe de clasificar la basura dependiendo de su tipo, es decir, separar desperdicios de plásticos, vidrios, aluminio, papel y comida.

### Estudio Técnico

El propósito de este plan de negocios es identificar la posibilidad técnica de poner un establecimiento nuevo de alimentos y bebidas en esta región, así como determinar el lugar idóneo para ello y la inversión requerida.

Descripción detallada del servicio.

Los productos que se pretenden ofrecer en este establecimiento, son principalmente botanas servidas en platillos individuales, tales como: alitas de pollo, tiras de pollo, aros de cebolla, dedos de queso, nachos, papas fritas, salchichas preparadas y cacahuates, todos estos utilizando materia prima de primera calidad, cuidando su higiene y preparación para satisfacer los gustos de los comensales. Al igual que bebidas para todos los gustos como son: limonada natural y mineral en vaso y/o en jarra, agua natural, cerveza de diferentes tipos, bebidas preparadas con vodka, ron, tequila y whisky, a un precio accesible para la mayoría de los presupuestos. Ofreciendo un servicio de calidad por parte de los meseros ya que conforman el personal que trata directamente con el cliente, en un ambiente agradable y amenizado con música en vivo para el gusto de la mayoría de las personas.

Localización de la planta.

Consiste en definir desde los enfoques macro y micro el establecimiento del espacio y la dimensión de la planta.

*Macrolocalización.* En este caso el establecimiento sería en Ciudad Obregón, Sonora, debido a que las encuestas realizadas demuestran que lo convierten en un establecimiento del gusto de las personas, además de que se cuenta con la infraestructura necesaria para este tipo de negocios. Y que la mayoría de las personas que perciben un sueldo o un ingreso pueden asistir y adquirir los servicios que se ofrecen en dichos lugares.

*Microlocalización.* El establecimiento será en la Ave. Miguel Alemán ya que al ser la principal avenida hotelera y restaurantera de la ciudad, es más atractiva y más transitada por los ciudadanos, dándole una ventaja así sobre otros establecimientos de este giro que están ubicados en otras partes de la ciudad. Se encontraron locales disponibles sobre la Ave. Miguel Alemán entre la calle Guerrero y No Reelección.

**Mobiliario y Equipo:** En el estudio financiero se muestra el mobiliario y equipo requerido para el proyecto con las cantidades para determinar la inversión fija.

#### Estudio Financiero

El objetivo del estudio financiero es demostrar la rentabilidad económica y la viabilidad financiera del proyecto y apoyar las bases para su evaluación económica.

**Inversión inicial.**

A continuación se muestra el total de la inversión requerida para iniciar el negocio

<b>Maquinaria y Equipo</b>	
<b>En general:</b>	
Aire acondicionado (Mini Split 1 ton. LG)	6700
6 Abanicos de techo 1000 c/u	6000
<b>Caja:</b>	
Mostrador	13500
Caja registradora ( NCR 2000)	4100
Teléfono ( 2 micrófonos inalámbricos )	889
<b>Área de comedor:</b>	
14 Mesas \$750.00 c/u ( mesa Periquera Lounge)	10500
100 Sillas \$ 250.00 c/u ( Silla periquera Lounge)	25000
4 Pantallas de plasma \$ 7000.00 c/u ( Samsung 32 ``)	28000
1 Equipo de sonido (Bocinas para todo el lugar, reproductor, etc.) (LG)	4600
Proyector ( LUMENS)	4699
<b>Sala de espera:</b>	
2 Sillones ( Sillón esquinero Valery)	8299
Mesita de centro y 2 Mesitas laterales	2000
Adornos \$ 550.00 ( Juego de Cubos c/3 ) \$ 799.00 (cuadros de pared)	1349
<b>Bar servicio:</b>	
Barra	3500

Estante para botellas	4500
20 Periqueras \$139 c/u	2780
120 Revolvedores \$5 c/u	600
15 Recipiente para hielo \$50 c/u	750
15 Pinzas para hielo \$13.90	208,5
60 Vasos \$9,90 c/u	594
5 Cocteleras \$25.90 c/u	129,5
120 Copas \$12.90 c/u	1548
3 Licuadora \$999 c/u	2997
5 Recipientes de medidas (onza) \$13.90 c/u	69,5
<b>Baños:</b>	
4 Sanitariosy 4Lavamanos \$2110 paquete	8440
4 Porta rollo \$150 c/u	600
2 Porta servilletas \$350 c/u	700
2 Espejos \$560c/u	1120
<b>Cocina:</b>	
2 Estufas	7398
Refrigerador	7899
120 Platos. Grandes 22,90 x120= 2748. Chicos=18.90x120= 2268	5016
60 Vasos \$6.90 c/u	414
120 Cucharas=2,90x120= 348	348
120 tenedores=2.90x120= 348	348
120 cuchillos de mesa=6.90x120=828	828
2 juegos de Cuchillos de cocina \$219 c/u	438
2 baterías de cocina Acero Inox, marca Kenmore, 6 pzas \$1,400	2800
2 Cafeteras marca Hamilton beach, \$1,100 x 2	2200
60 Tasas \$20 c/u	1200
Mesa para preparar botanas Acero inoxidable	3250
30 Charolas botaneras 129 c/u	3870
Horno Marca mabe, acero inoxidable, 30 pulgadas	13822
Microondas Marca LG	1350
Máquina lavatrastos marca frigidaire	5850
Tarjas de lavado acero inoxidable	5600
2 Campanas de extracción Acero inox. c/u \$6,450 Marca Sanaire	12900
2 Extractores Breville acero inoxidable c/u \$2,999	6000
1 Freidora grande dos tinas acero inoxidable	1379
Plancha	4250
1 Congelador grande Marca LG	3800
5 Exprimidores Acero inoxidable, c/u \$45	225
5 Abrelatas Marca betterware, 148 c/u	740
Cilindro	500

Total Maquinaria y equipo=	236,598
----------------------------	---------

<b>Equipo de oficina</b>	
Escritorio completo de madera.	1949
Silla sencilla, con llantas	399
Archivero	3899
Teléfono Inalámbrico	569
Total=	6,816

<b>Equipo de transporte</b>	
2 Motocicleta ITALIKA Modelo: FT 110	19,198

<b>Equipo computo</b>	
Computadora ( Compac)	7399
Computadora acer, pantalla plasma 4gbs de memoria ram.	7499
Impresora multiusos, incluye escáner, copiadora y fax.	1399
Total=	16,297

<b>Capital de trabajo</b>	
Existencia en caja	2000
Existencia en bancos	10000
Inventario Inicial	10000
Nomina <sup>1</sup>	28000
Total=	50000

<sup>1</sup> Sueldo de gerente general, cocineros, meseros, cajero, bar tender e intendencia

### **Inversión diferida**

<b>Gastos de instalación</b>	
Acondicionamiento de la cocina	5000
Acondicionamiento del lugar en general con tabla roca, colocación de algunas entradas de energía y focos.	20000
Constitución legal <sup>2</sup>	67955
Total=	92955

2 Notario, registro de hacienda, elaboración de facturas, notas de ventas, permisos y licencias, pago de cuotas.

TOTAL INVERSIÓN INICIAL= \$435,364.00

Evaluación por sistema de pagos tradicionales.

Se desea conocer la rentabilidad del establecimiento de “Las Botanas” Restaurante-Bar en Ciudad Obregón, Sonora. Considerando un financiamiento de 70% fuentes externas con una tasa de interés 12% anual, el resto con fuentes internas de la aportación de los socios a una tasa CETES del 5%.

La inversión requerida: \$435,364.00

El ISR y el PTU son del 30% y 10% respectivamente. Considerando los Sigüientes pronósticos.

Concepto	2010	2011	2012	2013	2014
Gastos Operativos (60% Ventas, 40% Admón.)	60,000	63,000	66,150	69,457.50	72,930.40
Ventas	650,000	715,000	786,500	865,150	951,665
Productos financieros	13,000	14,300	15,730	17,303	19,033

El costo de ventas es de 20% sobre las ventas a utilizar el sistema de pago tradicional. Y se espera que las ventas incrementen un 10% cada año respecto a las ventas del año anterior.

Las ventas se determinaron de acuerdo al mínimo establecido por el banco de financiamiento que son \$50,000.00 mensuales y por medio del punto de equilibrio que se presenta a continuación: Punto de contribución=  $520,000/650,000= 0.80$

Gastos fijos= 94,000 (renta, luz, agua, teléfono, Internet, etc. A un año) = 94,000/0.80= \$117,500 anuales. Para cubrir sus costos la empresa necesita ventas anuales de \$117,500.

Entendiendo que para poder obtener utilidades esta necesita vender una cantidad mayor.

*Obtención del Costo Ponderado de Capital* = 6.54 % CPC. El costo de financiamiento con la fuente externa, en este caso Bancomer es del 6.54%.

*Obtención de la tabla de amortización de crédito.*

De acuerdo al financiamiento de fuentes externas, en la inversión inicial, se obtiene la tabla de amortización de crédito.

<b>Sistema de pago tradicional</b>				
Periodos	Intereses	Capital	Pago total	Saldo insoluto
0	0.00	0.00	0.00	304754.80
1	36570.58	60950.96	97521.54	243803.84
2	29256.46	60950.96	90207.42	182852.88
3	21942.35	60950.96	82893.31	121901.92
4	14628.23	60950.96	75579.19	60950.96
5	7314.12	60950.96	68265.08	0.00
Total	109711.73	304754.80	414466.53	

*Obtención del estado de resultados*

<b>Estado de Resultados</b>					
Concepto	2010	2011	2012	2013	2014
Ventas	650000.00	715000.00	786500.00	865150.00	951665.00
Costo de ventas	130000.00	143000.00	157300.00	173030.00	190333.00
<b>Utilidad bruta</b>	<b>520000.00</b>	<b>572000.00</b>	<b>629200.00</b>	<b>692120.00</b>	<b>761332.00</b>
Gastos de administración	24000.00	22200.00	20310.00	18325.50	16241.76
Gastos de venta	36000.00	37800.00	39690.00	41674.50	43758.54
Depreciación	60189.80	60189.80	60189.80	56930.40	50501.20
<b>Utilidad operativa</b>	<b>399810.20</b>	<b>451810.20</b>	<b>509010.20</b>	<b>575189.60</b>	<b>650830.50</b>
Productos financieros	13000.00	14300.00	15730.00	17303.00	19033.00
Gastos financieros	36570.58	29256.46	21942.35	14628.23	7314.12
<b>Utilidad antes de impuestos</b>	<b>376239.62</b>	<b>436853.74</b>	<b>502797.85</b>	<b>577864.37</b>	<b>662549.38</b>
ISR 30%	112871.89	131056.12	150839.36	173359.31	198764.82
PTU 10%	37623.96	43685.37	50279.79	57786.44	66254.94
<b>Utilidad neta</b>	<b>225743.77</b>	<b>262112.24</b>	<b>301678.71</b>	<b>346718.62</b>	<b>397529.63</b>



*Obtención del Flujo de Efectivo presupuestado.*

<b>Presupuesto flujo de efectivo</b>					
<b>Entradas</b>	2010	2011	2012	2013	2014
Ventas	650000.00	715000.00	786500.00	865150.00	951665.00
Productos financieros	13000.00	14300.00	15730.00	17303.00	19033.00
<b>Total entradas de efectivo</b>	<b>663000.00</b>	<b>729300.00</b>	<b>802230.00</b>	<b>882453.00</b>	<b>970698.00</b>
<b>Salidas</b>					
Costo de ventas	130000.00	143000.00	157300.00	173030.00	190333.00
Gastos de administración	24000.00	22200.00	20310.00	18325.50	16241.76
Gastos de venta	36000.00	37800.00	39690.00	41674.50	43758.54
Gastos financieros	36570.58	29256.46	21942.35	14628.23	7314.12
Pago capital	60950.96	60950.96	60950.96	60950.96	60950.96
Pago impuesto	0.00	150495.85	174741.50	201119.14	231145.75
<b>Total salidas efectivo</b>	<b>287521.54</b>	<b>443703.27</b>	<b>474934.80</b>	<b>509728.33</b>	<b>549744.12</b>
<b>Flujo de operación</b>	<b>375478.46</b>	<b>285596.73</b>	<b>327295.20</b>	<b>372724.67</b>	<b>420953.88</b>
Saldo inicial	0.00	375478.46	661075.19	988370.39	1361095.06
<b>Saldo para balance</b>	<b>375478.46</b>	<b>661075.19</b>	<b>988370.39</b>	<b>1361095.06</b>	<b>1782048.94</b>
Capital trabajo	0.00	0.00	0.00	40000.00	50000.00
Valor rescate	0.00	0.00	0.00	662000.00	15908.00
<b>Flujo para evaluación</b>	<b>375478.46</b>	<b>285596.73</b>	<b>327295.20</b>	<b>372724.67</b>	<b>486861.88</b>

*Valuación Económica*

<b>Valor presente neto</b>		
Periodos	Flujos	Calculo VP
Suma de flujos	1847956.94	1518662.71
Inversión inicial	435364.00	
VPN	1083298.71	

El proyecto es aceptable ya que alcanza a recuperar el monto de la inversión inicial a valores actuales y genera un beneficio extra de \$1, 083,298.71.

<b>TIR</b>	65%
------------	-----

El proyecto cumple con el criterio de aceptación, ya que el costo de llevarlo a cabo es de 6.54% y el rendimiento que se espera que tenga el proyecto de estos flujos es del 65%, es decir, su rendimiento esperado es superior al costo de llevarlo a cabo.

Por otro lado el índice de rentabilidad resultó mayor a uno lo que quiere decir que por cada peso invertido se tiene una ganancia de 2.48

<b>IR</b>	3.488259737
-----------	-------------

<b>Periodo de Recuperación</b>		
Periodo	Flujo efectivo	Acumulación
0		
1	375478.46	375478.46
2	285596.73	661075.19
3	327295.20	988370.39
4	372724.67	1361095.06
5	486861.88	1847956.94

$$PR = 1 + (435364 - 375478.46) / 661075.19 = 1.09 \text{ años}$$

La inversión se recuperará en un periodo aproximado de 1 año 1 mes y 2 días.

Informe del Estado Financiero.

El realizar este estudio es una premisa muy importante para los empresarios y profesionistas que desean iniciar un negocio propio, debido que ofrecer un panorama de cómo verificar si el proyecto de inversión a realizar es factible y redituable. Disminuyendo así el riesgo de fracaso de la organización.

De igual manera es un escenario vital que sirve como motivación para la apertura de negocios propios, lo cual trae diversos beneficios, entre los principales el desarrollo económico de la región y la creación de nuevos empleos. Por otra parte permite plantear una visión a futuro y conocer que elementos son necesarios para la apertura de una nueva empresa.

Por lo antes mencionado el presente trabajo es un ejemplo para desarrollar otros proyectos de diversa índole en la industria turística, pues los resultados obtenidos fueron favorables y redituables.

## **Conclusiones**

Con base en los resultados obtenidos se llegaron a las siguientes conclusiones, el plan de negocios es una herramienta importante para cualquier persona o empresario interesado en abrir un negocio o empresa de cualquier tipo. En el caso de un Restaurante-Bar, es necesario realizar todos y cada uno de los estudios que contiene un plan de negocios para conocer no solo la organización de la empresa, sino también los gustos y preferencias de los clientes, para poder cumplir con sus expectativas, y que la empresa tenga éxito en su ámbito. Con respecto al estudio de mercado se concluye que el producto es viable ya que cuenta con la demanda suficiente para mantener un nivel de ventas que le permita a la empresa solventar los gastos directos, esta población, en la investigación de mercado, comentó que es de su interés tener otro lugar o bien alternativa para el esparcimiento de los jóvenes y adultos. También comentaron que su mayor participación la tendrían los viernes y sábados y que el ingreso sería a través del consumo de botanas y bebidas. En cuanto a la competencia, esta se encuentra identificada por los encuestados, ya que son pocas y bien establecidas, al respecto la ventaja competitiva de este proyecto es el dar un ambiente musical con grupos en vivo para deleite del público. En el estudio técnico se consideró la opción de ubicación del proyecto atendiendo los comentarios de los encuestados y viendo la afluencia de mayores personas en esta ciudad, siendo la calle Miguel Alemán la de mejor ubicación para este establecimiento. En este mismo estudio se muestra la distribución de la planta identificando los espacios necesarios para un buen tránsito de personas y cuidando sobre todo la seguridad de los mismos. Por otra parte en el estudio Administrativo se describió la planeación estratégica para que este proyecto tenga una visión y los recursos

necesarios para lograrla como son: misión, visión, objetivos, reglas y políticas, organigramas, descripción de puestos y el marco normativo, que le permitirá orientar sus actividades bajo las leyes y reglamentos a la que está obligada en esta región. Finalmente en el estudio Financiero se puede ver la rentabilidad de este proyecto ya que considerando los estudios anteriores y los presupuestos de ingresos y egresos el Índice de Rentabilidad muestra que por cada peso que sea invertido se obtendrá una ganancia de 2.48 pesos, al igual como lo indica la TIR (tasa interna de rendimiento) especificando que el costo de llevarlo a cabo es del 6.54% y el rendimiento que se espera es del 65%, es decir, su rendimiento esperado es superior al costo de realizarlo. El plan de negocios para el proyecto de Restaurant bar en ciudad obregón, Sonora muestra la viabilidad económica, financiera y administrativa de llevarse a cabo en los tiempos establecidos atendiendo de manera estricta a cada una de las proyecciones por lo que se recomienda el diseño de controles que permita cumplir con los planes establecidos en cada estudio.

## **Referencias**

- Alcaraz, R. (2006). El emprendedor de éxito. 3ra edición. McGraw Hill. México.
- Baca, G. (2006). Evaluación de Proyectos. 5ta edición. McGraw Hill. México.
- De la Torre, J. y Zamarrón, B. (2002). Evaluación de Proyectos de Inversión. Prentice Hall.
- Fischer, L. y Navarro, A. (1994). Investigación de Mercados. McGraw Hill. México.
- Garza, J. (2001). Administración contemporánea. 2da edición McGraw Hill. México.
- Gitman, J. y Carl, M. (2001). El Futuro de los Negocios. Edición del milenio. Thomson International.
- Herrera, C. (2003). El proyecto de inversión y su estudio de mercado. Administrate Hoy. México.

H. W. Boyd, Jr., y Westfall R. (1990). Investigación de Mercados. UTEHA.

INEGI (2010) , Buscador de preguntas, consultado el 23 de febrero de 2011 en:  
[http://inegi.org.mx/lib/Olap/consulta/general\\_ver4/MDXQueryDatos.asp?#Regreso&c=](http://inegi.org.mx/lib/Olap/consulta/general_ver4/MDXQueryDatos.asp?#Regreso&c=)

Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Cajeme (s.f.). consultado en:  
[www.itesca.edu.mx/temp\\_pubs/.../estructura\\_plan\\_negocios.doc](http://www.itesca.edu.mx/temp_pubs/.../estructura_plan_negocios.doc)

Koontz, H. y Weihrich, H. (2008). Administración, una perspectiva global. 12da edición. McGraw Hill.

Leyes y Códigos de México (1998). "Ley General del Equilibrio Ecológico". 15a edición. Porrúa México.

Robbins, P. y Coutler, M. (2000). Administración. 6ta edición. México

Stanton, E. y Walker (1997). Fundamentos de Marketing. 10ma edición. McGraw Hill. México



**APÉNDICE 1.**  
**INSTITUTO TECNOLÓGICO DE SONORA**  
**Investigación de mercado.**

FOLIO: \_\_\_\_\_

**OBJETIVO.** Conocer la aceptación del mercado potencial, para ver la factibilidad de iniciar un proyecto del ramo Restaurante-Bar en Cd. Obregón, Sonora.

**INSTRUCCIONES:** Conteste las siguientes preguntas marcando con una “X” la respuesta que considere adecuada, según su criterio.

**1. ¿Cree que sea buena opción el establecimiento de un Restaurante con servicio de bar en esta ciudad?**

a) Si \_\_\_\_\_ b) No \_\_\_\_\_

**2. ¿Le gusta asistir a establecimientos de este giro?**

a) Si \_\_\_\_\_ b) No \_\_\_\_\_

*En caso de que su respuesta sea NO, gracias por su tiempo.*

**3. ¿Qué días prefiere asistir a este tipo de establecimientos?**

a) Lunes a Jueves \_\_\_\_\_ b) Viernes y Sábado \_\_\_\_\_ c) Domingo \_\_\_\_\_

**4. ¿Considera que hay suficientes Restaurantes-Bar en la ciudad?**

a) Si \_\_\_\_\_ b) No \_\_\_\_\_

**5. ¿Le gustaría que existiera otro establecimiento de este giro?**

a) Si \_\_\_\_\_ b) No \_\_\_\_\_

**6. ¿Qué ubicación considera más adecuada para el Restaurante-Bar?**

a) Avenida Miguel Alemán \_\_\_\_\_ b) Centro de la ciudad \_\_\_\_\_

c) Alguna plaza (especifique) \_\_\_\_\_

**NO TOCAR**

1

2

3

4

5

6

7. ¿Qué tipo de alimentos acostumbra consumir en un Restaurante-Bar?

a) Botanas ligeras \_\_\_\_\_ b) Alimentos preparados \_\_\_\_\_ c) Ninguno \_\_\_\_\_

8. ¿Qué tipo de bebidas generalmente acostumbra tomar en un Restaurante-Bar?

a) Refresco o Agua \_\_\_\_\_ b) Bebidas con alcohol \_\_\_\_\_ c) Cerveza \_\_\_\_\_

9. ¿Con que frecuencia asiste a este tipo de establecimientos?

a) Cada semana \_\_\_\_\_ b) Cada 2 semanas \_\_\_\_\_ c) Cada mes o más \_\_\_\_\_

10. ¿Cuánto acostumbra gastar cuando va a un Restaurante-Bar?

a) \$50 o menos \_\_\_\_\_ b) \$100 a \$150 \_\_\_\_\_ c) \$200 o más \_\_\_\_\_

11. ¿A qué Restaurante-Bar generalmente acostumbra a ir?

\_\_\_\_\_

12. ¿Por qué prefiere dicho Restaurante-Bar?

\_\_\_\_\_

7

8

9

10

11

12

**Referencia del Entrevistado.**

Sexo: F \_\_\_\_\_ M \_\_\_\_\_.

Edad: \_\_\_\_\_.

**¡GRACIAS POR SU APOYO!**

