

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS



TRABAJO TERMINAL

PLAN DE NEGOCIOS: RESTAURANTE MENUDERÍA JOSEFINA

PRESENTA:

SAÚL VICENTE SEGURA MARTÍNEZ

PARA OBTENER EL DIPLOMA DE:

ESPECIALIDAD EN DIRECCIÓN FINANCIERA

DIRECTORA DE TRABAJO TERMINAL:

DRA. SÓSIMA CARRILLO

Mexicali, Baja California; a

Noviembre de 2024

RESUMEN

El presente plan de negocio abordará las técnicas para el desarrollo del proyecto que podrá ayudar a conocer su viabilidad. El proyecto tiene como finalidad promover en Mexicali, Baja California el sabor de un platillo de menudo único y original de la cd. De Guanajuato. Por tal motivo, el restaurante se posicionará en un lugar acogedor en una zona céntrica de la ciudad ofreciendo el rico platillo de menudo que demuestra la originalidad del estilo de la ciudad de León, Guanajuato logrando posicionarse en la mente del cliente. Con este proyecto se busca la innovación y expansión de este negocio, además de crear un ambiente agradable y familiar. Para esto se lleve a cabo se utilizarán técnicas de encuestas con el fin de conocer detalladamente los gustos y la frecuencia. De los datos obtenidos, se realizará la proyección de la demanda de dicho producto que ofrecerá este proyecto de inversión. Se espera conocer nuestros potenciales clientes para conocer sus gustos y exigencias para crear un establecimiento y así ofrecer una experiencia gastronómica auténtica y de calidad.

La apertura de la Menudería Josefina en Mexicali, Baja California, presenta una oportunidad prometedora y desafiante en el sector alimenticio. La ubicación estratégica en una zona céntrica, de alto tráfico y cerca del cruce fronterizo en Mexicali, Baja California esto promete atraer a muchos clientes.

A pesar de la competencia en el mercado de alimentos, existe una demanda insatisfecha de menudo que Menudería Josefina pretende aprovechar. Su estrategia de precios competitiva y sostenible se basa en un análisis detallado de costos y competencia.

El análisis de la competencia y la ubicación estratégica indica que hay oportunidades para destacarse y captar una porción significativa del mercado. Las estrategias de marketing incluyen el uso de redes sociales, marketing de contenidos y boca a boca, apoyadas por la proximidad a zonas comerciales y turísticas.

El éxito de la Menudería Josefina dependerá de su capacidad para ofrecer una experiencia gastronómica única, con un sabor distintivo, calidad en los ingredientes, ambiente acogedor y una gestión financiera adecuada. Con una ejecución cuidadosa y estrategias de marketing efectivas, puede convertirse en un destacado destino culinario en Mexicali.

ÍNDICE

ESTUDIO DE MERCADO.....	6
1.1 INTRODUCCIÓN	6
1.2 OBJETIVO DEL ESTUDIO.....	6
1.3 EL PRODUCTO EN EL MERCADO.....	7
1.3.1 Definición del negocio, producto o servicio.....	7
1.3.2 Negocios, productos o servicios sustitutos o similares.....	7
1.4 ÁREA DE MERCADO	8
1.4.1 Consumidores y características.	8
1.4.2 Área geográfica.	8
1.4.3 Población.	10
1.5 COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA.....	10
1.5.1 Situación actual	10
1.5.1.1 Series estadísticas básicas.....	10
1.5.1.2 Comportamiento histórico	10
1.5.1.3 Estimación de la demanda actual	11
1.5.1.4 Distribución geográfica de los consumidores.	11
Nota. Elaboración propia	12
1.5.1.5 Tipología de los consumidores	12
1.5.2 Situación futura	12
1.5.2.1 Proyección de la demanda.	12
1.6 COMPORTAMIENTO DE LA OFERTA	12
1.6.1 Situación actual.	12
1.6.1.1 Estimación de la oferta actual.....	13
Nota. DENEUE (2020)	14
1.6.1.2 Productos o servicios de nuestros principales competidores	14
1.6.1.3 Características de los principales competidores.	14
1.6.2 Situación futura.	14
1.7 DETERMINACIÓN DE LOS PRECIOS DEL PRODUCTO.	15
1.7.1 Mecanismos de formación de los precios del producto.	15
1.7.2 Márgenes de precios probables y su efecto sobre la demanda.....	15
1.8 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DEL PRODUCTO.....	17
1.8.1 Descripción de los canales de distribución.....	17
1.8.2 Descripción operativa de los canales de distribución.....	17
1.9 CONCLUSIONES DEL APARTADO DE MERCADO:	18
ESTUDIO TÉCNICO.....	20
2.1 LOCALIZACIÓN.	20
2.1.1.1 Macro localización.	20
2.1.1.2 Condiciones naturales, geográficas y físicas.....	20
2.1.1.3. Micro localización	20

2.1.3.1. Con relación a las características del terreno	21
2.1.3.2 Del proceso productivo:	22
2.2. DESCRIPCIÓN DE LAS INSTALACIONES, EQUIPOS Y PERSONAL	22
Tabla 5. Descripción del equipo de trabajo para la producción.....	22
2.3.1. DESCRIPCION DE LAS UNIDADES DE TRANSFORMACION.....	23
2.3.1.1. Descripción del proceso de transformación.....	23
A continuación, se presenta la descripción del proceso de producción de los productos finales.	23
2.3.1.2. Justificación técnica del proceso de transformación	23
El proceso de transformación de un producto es esencial para agregar valor, mejorar las características, aumentar la vida útil, facilitar la distribución, garantizar la calidad y la seguridad, y promover la diferenciación y competitividad en el mercado.....	23
2.3.1.3. Insumos principales y secundarios, su procedencia y disponibilidad:	23
2.3.1.5. Residuos	25
2.3.1.6. Flujograma del proceso total de venta	25
En la Figura 8 se muestra el proceso operativo desde que llega el cliente hasta que se va incluyendo el servicio postventa.	25
2.4. ORGANIZACIÓN.	25
2.4.1. Información general de la empresa.	25
2.4.2. Forma jurídica.	26
2.4.3. Estructura accionaria.	26
2.4.4. Consejo de administración.....	26
2.4.5. Organigrama general.	26
2.4.6. Responsables del proyecto.....	27
2.4.7. Requerimientos del personal.	27
2.4.8. Tabuladores de sueldos.	28
3.7.9. Prestaciones al personal.	28
2.5.3.2 Costo unitario del producto o servicio.	29
2.6. OPERACIÓN DEL PROYECTO.....	29
2.7.1. Plazo para operación experimental y puesta en marcha.	29
ESTUDIO ECONÓMICO.....	29
3.1. Objetivos generales y estructuración: el estudio económico	29
3.2. Determinación de los costos	29
3.3. Costos de producción.....	30
3.4. Costos de administración	30
3.6. Costos financieros	30
3.7. Inversión total inicial: fija y diferida	30
3.8. Cronograma de inversiones	31
3.9. Depreciaciones y amortizaciones.....	31
3.10. Capital de trabajo	32
3.11. Punto de equilibrio	32
3.12. Estado de resultados pro-forma	32

3.13. Costo de capital o tasa mínima aceptable de rendimiento.....	33
3.14. Financiamiento.....	33
Tabla 15. Pago de la deuda	33
Nota. Elaboración propia.....	33
3.15. Balance general.....	35
EVALUACIÓN ECONÓMICA.....	36
4.1. Métodos de evaluación que toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo	36
4.2. Valor presente neto (VPN). Ventajas y desventajas Tasa interna de rendimiento (TIR).	36
Nota. Elaboración propia.....	37
Nota. elaboración propia.	37
4.3. Ventajas y desventajas	37
4.4. Razones financieras. Usos, ventajas y desventajas	37
BIBLIOGRAFÍA	40
GLOSARIO	41
Proyecto, estudio de mercado, finanzas, inversión, SAT, LFT, RESICO, LISR.....	41

ESTUDIO DE MERCADO

1.1 INTRODUCCIÓN

La apertura de un negocio en el sector alimenticio puede ser una gran oportunidad para aquellos que disfrutan de la comida y la gastronomía. Si bien puede ser un camino desafiante pero también puede ser muy gratificante. La industria de la restaurantera es uno de los sectores más grandes y en constante crecimiento a nivel mundial, lo que significa que hay una gran cantidad de oportunidades para aquellos que quieran aventurarse en este campo.

El proyecto tiene como finalidad promover en Mexicali, Baja California el sabor de un platillo de menudo único y original de la ciudad de León, Guanajuato. Por tal motivo, el restaurante se posicionará en un lugar acogedor en una zona céntrica de la ciudad ofreciendo el rico platillo de menudo que demuestra la originalidad del estilo de la ciudad de León, Guanajuato logrando posicionarse en la mente del cliente. Con este proyecto se busca la innovación y expansión de este negocio, además de crear un ambiente agradable y familiar.

También es importante tener en cuenta que los restaurantes son una parte integral de la cultura y la sociedad. Ofrecen un espacio para la socialización, celebraciones y eventos, lo que significa que pueden desempeñar un papel importante en la comunidad local.

Por lo tanto, abrir un restaurante puede ser una excelente opción para aquellos que desean emprender, disfrutar de la comida y la gastronomía. Sin embargo, es importante hacer una planificación adecuada y una gestión financiera sólida para asegurarse de que el negocio sea rentable y sostenible a largo plazo. La clave del éxito radica en la planificación, la estrategia y la gestión financiera adecuada.

En el estado de Baja California según los datos obtenidos en el INEGI con censo 2020 se encuentran 121 establecimientos en el cual el platillo de menudo no es el principal de su negocio como lo manejan las cenadurías, restaurantes entre otros. De los establecimientos mencionados con anterioridad 34 corresponden al municipio de Mexicali (INEGI, 2020).

1.2 OBJETIVO DEL ESTUDIO

Crear un establecimiento para ofrecer a los comensales una experiencia gastronómica auténtica y de alta calidad que refleje la riqueza cultural de la cocina mexicana al estilo Guanajuato, a través de la selección cuidadosa de ingredientes frescos, la preparación tradicional de los

platillos y el ambiente del restaurante, con el fin de convertirse en una referencia en la ciudad como un destino culinario imperdible para los amantes de la comida mexicana.

1.3 EL PRODUCTO EN EL MERCADO

1.3.1 Definición del negocio, producto o servicio

El menudo es un platillo muy conocido y común, se prepara para casi todo tipo de ocasiones, se puede consumir a todas horas del día, lo cual lo hace un platillo muy rentable.

Misión

En Menudería Josefina nuestra misión es ser el restaurante de referencia para los amantes del menudo de res. Nos esforzamos por brindar una experiencia gastronómica única, ofreciendo este platillo auténtico y de calidad superior. Valoramos el sabor, la frescura de los ingredientes y la atención al detalle en cada plato que servimos.

1.3.2 Negocios, productos o servicios sustitutos o similares.

La competencia es abundante, existen diversos restaurantes, fondas, comedores, cenadurías, etc., que venden este platillo, un ejemplo es Museo valle de Mexicali, Pancita house, Cenaduría Selecta, solo por nombrar algunos, sin embargo, la demanda aun es insatisfecha, por lo que se ha investigado, hasta el momento, nadie se ha acercado a ese sabor hogareño, casi todos los menudos se hacen en cantidades grandes por lo cual hacen que pierdan ese sabor peculiar. Por tanto, con este proyecto se busca satisfacer esa necesidad con nuestro sabor distintivo y nuestra calidez.

1.4 ÁREA DE MERCADO

1.4.1 Consumidores y características.

El platillo está elaborado para que pueda ser consumido por niños, jóvenes y adultos. La mayoría de nuestra clientela son personas entre los 35 y 50 años que buscan un desayuno para su familia, también son jóvenes de 20 años en adelante que buscan bajar los síntomas de resaca con un plato de menudo, se anexan dos perfiles de futuros compradores.



Sobre Elena

Apasionada de las actividades comerciales, me defino por ser una persona con ganas de aprender y una gran líder de grandes equipos.

Elena Fuentes

50 AÑOS, MEXICALI

Datos demográficos

- Responsable del área de ventas
- Salario mensual: 35,000.00
- Nivel educativo: Licenciatura terminada

Entorno/ Información personal

Estado civil: Casada
Madre de dos jóvenes
Vive en casa propia

Los fines de semana siempre desayuna fuera con su familia, siempre en busca de actividades que unan su núcleo familiar.

Objetivos profesionales/ personales

Profesionales

- Romper el récord de ventas
- Crear métodos que incrementen las ventas en las diferentes sucursales

Personales

- Siempre cuidar de su familia
- Aconsejar a sus hijos
- Terminar de pagar su carro a finales del año
- Remodelar su casa para la cena de navidad



ALEJANDRO ÁLVAREZ

21 AÑOS, MEXICALI

DATOS DEMOGRÁFICOS

- Estado Civil: Soltero
- Sueldo mensual: \$6,000.00
- Mesada mensual: \$4,000.00
- Ingresos extras aprox. al mes por trabajos personalizados: \$2,500.00

OBJETIVOS

Terminar su carrera en diseño gráfico

Conseguir puesto de tiempo completo en el centro de impresiones donde trabaja actualmente

Seguir con su negocio emprendedor en diseños personalizados

Conseguir crédito para un carro

ADICIONAL

Al día siguiente de una salida, le gusta comer menudo, le ayuda a bajar los síntomas de la resaca.

SOBRE ALEJANDRO

Estudiante en la carrera de diseño grafico

Trabaja medio tiempo en un centro de impresiones

En sus tiempos libres atiende su pequeño negocio de diseños personalizados

Vive con sus papás

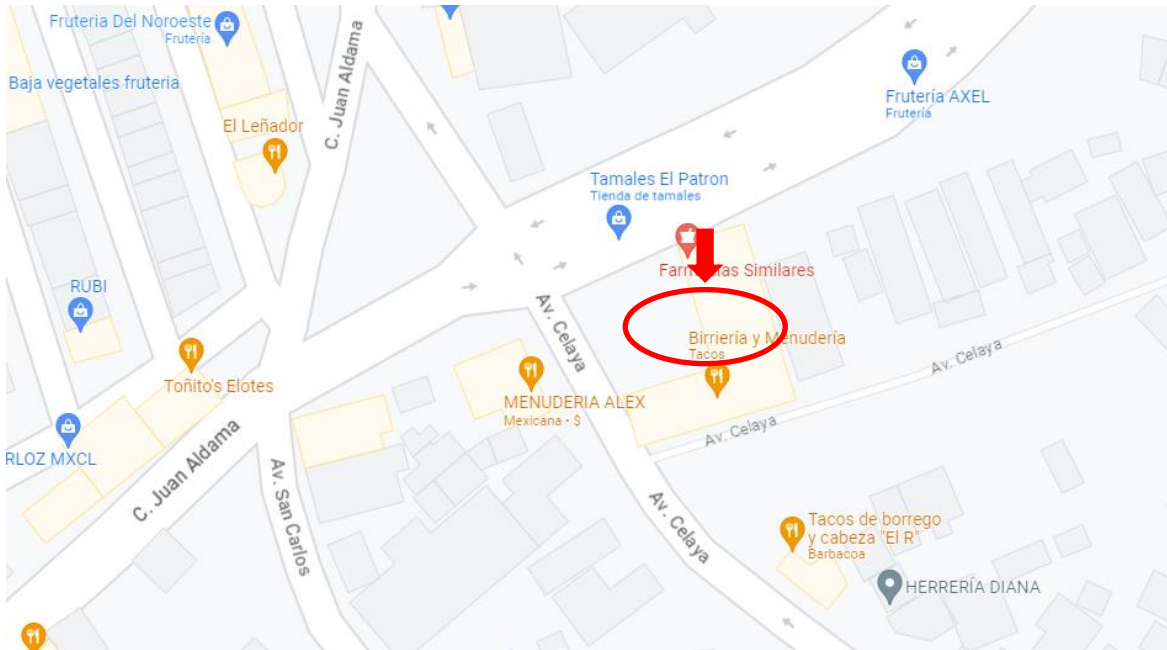
Le gusta mucho salir de fiesta con sus amigos y crear nuevos anécdotas.

1.4.2 Área geográfica.

El proyecto tiene ubicación en Mexicali, Baja California, donde el clima es desértico con altas temperaturas, llegando hasta los 50° centígrados en verano y en invierno con bajas de 5° centígrados.

A continuación en la Figura 1 se muestra la ubicación donde se realizará el proyecto Av. Celaya #1 Col. Sando Isidro Mexicali, Baja California.

Figura 1. Ubicación del negocio



Nota. Google maps (2024)

La Menudería se ubicará en plaza Nueva con dirección en Av. Celaya #1 Colonia San Isidro Local 3, entre Calzada James W. Stone y Av. De los Reyes.

Se eligió esta ubicación fundamentalmente por la accesibilidad que hay, además es una zona de alto tráfico, existe una buena afluencia de personas como son los residentes y turistas extranjeros.

También se consideró la infraestructura de la zona, hay acceso a todos los servicios fundamentales como agua, luz, internet, drenaje. Cabe destacar que nuestro restaurante destacaría y ofrecería algo único en comparación de la competencia puesto que es preparado al estilo Guanajuato.

1.4.3 Población.

En la localidad se encuentran muchos comercios como fruterías, carnicerías, abarroteras, entre otros; también hay colonias, es una zona familiar, hogareña y activa. La ubicación es perfecta porque se cumple la visión del proyecto, se atrae el comercio que se desea, dando ese sentido de calidez que se busca.

La población es variada, pero la que predomina es la adulta entre 30 a 50 años, según el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI, 2020).

1.5 COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA

1.5.1 Situación actual

La menudearía Josefina pertenece a la familia Segura Martínez quienes ofrecen como principal producto el menudo, quiere entrar al mercado a cubrir una demanda que ya existe, pero es insatisfecha.

En el estado de Baja California se encuentran 121 establecimientos, en el cual el platillo de menudo no es el principal producto de su negocio como lo manejan las cenadurías, restaurantes, bufetes, entre otros. De los establecimientos mencionados con anterioridad 34 corresponden al municipio de Mexicali (INEGI, 2020).

1.5.1.1 Series estadísticas básicas.

Según datos del INEGI (2020), se obtuvo que en Baja California hay una población de 3,769,020 personas. En el municipio de Mexicali B.C. existe una población de 1,049,792 de las cuales nuestros clientes potenciales se encuentran en un rango de edad de 20 años a 50 años, lo que nos deja una población de posibles clientes de 506,193 personas.

1.5.1.2 Comportamiento histórico

El comportamiento de la demanda siempre ha ido en aumento, este platillo es típico de México lo cual lo hace popular en todas las generaciones, su diversidad hace que nunca pierda popularidad entre la sociedad, y se vea con buen posicionamiento. Es por eso que la oferta siempre será grande, porque es un platillo que es muy demandado, sin embargo, aún hace falta ese toque que lo haga especial entre toda esa oferta que existe.

1.5.1.3 Estimación de la demanda actual

La demanda se encuentra en un radio de 1000 metros, se tiene una muy buena ubicación porque se encuentran empresas con muchos empleados que pueden adquirir el menudo, así como colonias aledañas. También se encuentra cerca de la garita zona centro lo que puede atraer turistas al local.

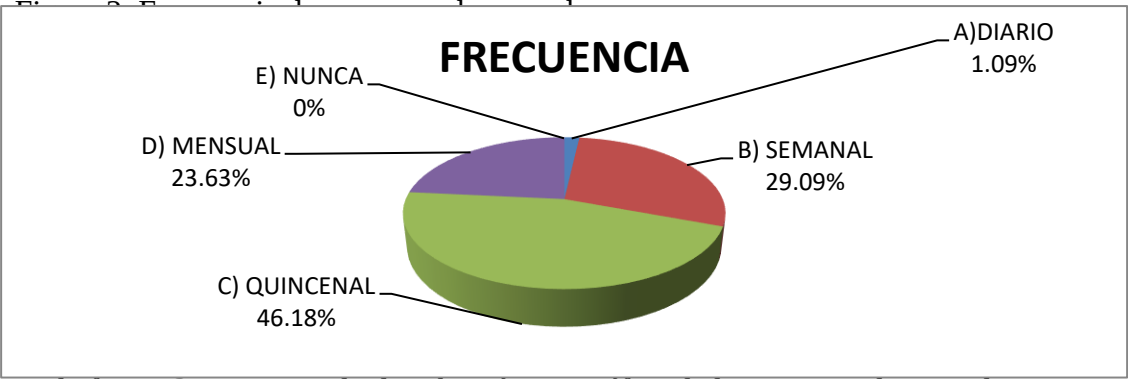
Se realizó una encuesta en los alrededores de la localidad donde será ubicado el establecimiento para investigar el consumo de menudo en la zona, encontrándose de acuerdo con los resultados que se muestran en la Tabla 1 y la Figura 2, que el consumo habitualmente se realiza de forma quincenal en la mayoría de los casos en un 46.18%, seguido del consumo semanal y mensual en un 29.09% y 23.63% respectivamente, mientras que es mínimo el porcentaje que asiste diariamente.

Tabla 1. Consumo de menudo

• DIARIO	3
• B) SEMANAL	80
• C) QUINCENAL	127
• D) MENSUAL	65
• E) NUNCA	0

Nota. Elaboración propia

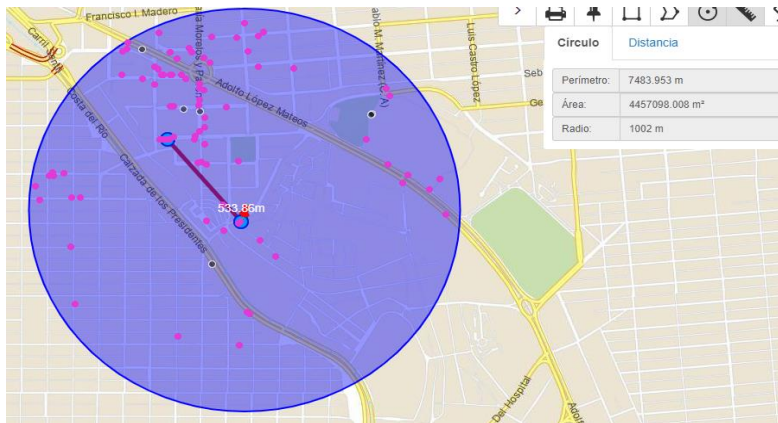
Se cuenta con una capacidad instalada para atender a 35 personas, se estima que se pueden vender 48 platos por hora lo que nos deja un total de 432 platos al día en un horario de apertura de 9 horas.



En la figura 3 se muestra la distribución geográfica de los consumidores en la zona.

Figura 3. Distribución geográfica de los consumidores en la zona de interés en Mexicali, Baja

California.



Nota. Elaboración propia

1.5.1.5 Tipología de los consumidores

Consumidor habitual: Persona que adquiere de manera constante los mismos bienes y servicios. Quieren vivir una experiencia gastronómica auténtica y de alta calidad, con ingredientes frescos, la preparación tradicional de los platillos y el ambiente familiar del restaurante.

1.5.2 Situación futura

La demanda se incrementará, seguirá creciendo demanda y existiendo, porque es un platillo típico mexicano que se consume en prácticamente todas las épocas del año. Es bien recibido por la sociedad Mexicalense.

1.5.2.1 Proyección de la demanda.

Se estima que la demanda incrementará en 1% cada año solo en la zona geográfica en la que nos encontramos, también se estima que habrá un aumento por el desarrollo urbano y remodelación del centro histórico de la ciudad de Mexicali. Así mismo personas del país vecino (Calexico y Valle Imperial de California, Estados Unidos y de Yuma, Arizona) principalmente, vendrán a visitar la Menudería, como también de todo el municipio de Mexicali y no solo de la zona en la que nos encontramos, pero es incierto saber de cuánto será el aumento.

1.6 COMPORTAMIENTO DE LA OFERTA

1.6.1 Situación actual.

En el estado de Baja California según los datos obtenidos en el INEGI (2020), se encuentran 13,833 establecimientos económicos en área de preparación de alimentos y bebidas. En

Mexicali existen 3,930 comercios de los cuales solo 121 establecimientos ofrecen el platillo de menudo, pero no es el principal producto de su negocio como lo manejan las cenadurías, restaurantes, bufetes, entre otros. De los establecimientos mencionados con anterioridad 34 corresponden al municipio de Mexicali.

1.6.1.1 Estimación de la oferta actual.

De acuerdo al Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE) al censo del 2020 existen 13,833 establecimientos económicos en Baja California que ofrecen los servicios de preparación de alimentos y bebidas (véase Figura 4). Lo cual, para el municipio de Mexicali, donde se establece este proyecto hay un censo de 4089 entes económicos con el mismo giro restaurantero (INEGI, 2020).

Figura 4. Censo de conteo de cuantos establecimientos económicos de competencia que se dedican al servicio de preparación de alimentos y bebidas indirectamente existen en Mexicali.

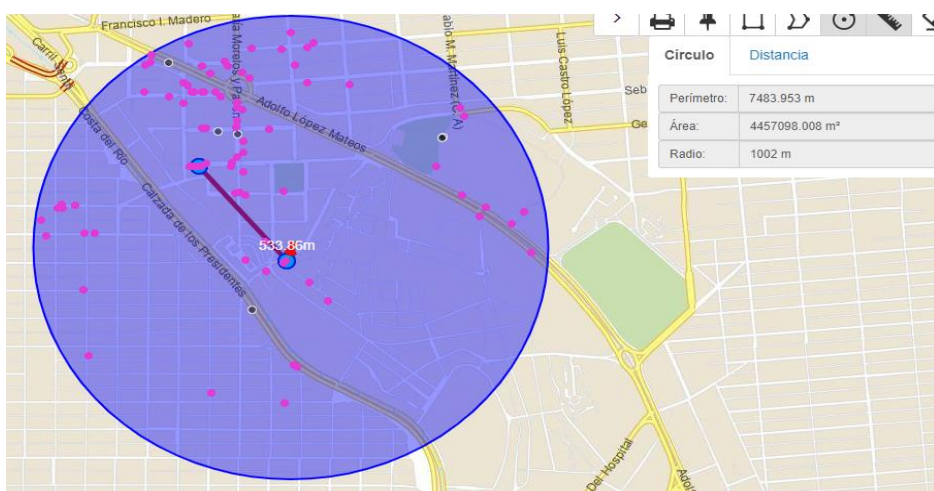


Nota. INEGI (2020)

En la ubicación en la que se encuentra “Menudería Josefina” se tiene una competencia 121 establecimiento de alimentos en una circunferencia de 1km, de estos mismo 7 cuenta con el platillo de menudo en su menú como lo son Antojitos Pueblo Nuevo, Cenaduría Jalisco, Lonchería Ahualulco, Menudería Sandra, Menudería Santa Ana, Menudo y Birria El Vaivén, y Museo Valle de Mexicali.

Respecto a la Competencia directa e indirecta que tiene la Menudería Josefina en un rango de 1 kilómetro a la redonda la Figura 5 muestra que son varios los competidores en la zona, sin embargo, el sabor y modo de preparación del menudo que se ofrece en este lugar es muy particular.

Figura 5. Competencia directa e indirecta que Menudería Josefina tiene a 1 kilómetro a la redonda.



Nota. DENUE (2020)

1.6.1.2 Productos o servicios de nuestros principales competidores

Nuestros competidores al tener mayor tiempo en el mercado han creado nuevas sucursales, remodelando y expandiendo sus establecimientos para dar una mejor comodidad sus clientes e igual atraer a posibles nuevos clientes.

1.6.1.3 Características de los principales competidores.

La mayoría de los establecimientos en la zona tienen rango de 1 a 5 trabajadores, solo en el caso de Blanca Nieves, Nuevo Mandarín, Cenaduría Jalisco y Museo del Valle de Mexicali tienen un promedio de 11 a 30 trabajadores. Pero a pesar de que son negocios con más tiempo o mayor infraestructura no todas se han están actualizados con las nuevas tecnologías, como redes sociales, plataformas digitales entre otras.

1.6.2 Situación futura.

Es poco probable que la oferta de negocios de alimentos se agote por completa en un sentido global. La producción de alimentos es una parte fundamental de la economía y de la satisfacción de las necesidades humanas básicas. Sin embargo, la disponibilidad y la oferta de negocios de alimentos pueden verse afectadas por una serie de factores, incluyendo: Cambios en la demanda, Factores económicos, Competencia, Ciclos de negocio, Regulaciones

gubernamentales, Innovación y tendencias.

Si bien algunos negocios de alimentos pueden cerrar debido a estos factores, otros nuevos pueden surgir en respuesta a las cambiantes demandas y preferencias del mercado. Por lo tanto, si bien la oferta de negocios de alimentos puede fluctuar y algunos negocios pueden tener dificultades, es poco probable que la oferta de alimentos en su conjunto se agote por completo. La industria alimentaria es altamente adaptable y siempre busca satisfacer las necesidades cambiantes de los consumidores.

1.7 DETERMINACIÓN DE LOS PRECIOS DEL PRODUCTO.

1.7.1 Mecanismos de formación de los precios del producto.

La determinación de los precios del producto es combinar múltiples factores, incluyendo los costos de producción, costos fijos y variables, así como el análisis de la competencia y las preferencias del mercado. La estrategia de precios puede basarse en un análisis comparativo con los precios de la competencia para asegurarse de que el producto sea competitivo en el mercado. Además, los costos pueden servir como una base fundamental, agregando un margen de ganancia deseado para garantizar la sustentabilidad financiera. En última instancia, la determinación precisa de los precios requiere encontrar el equilibrio entre generar ingresos adecuados para la empresa y proporcionar un valor atractivo para los clientes, optimizando así el potencial de mercado y el crecimiento sostenible.

1.7.2 Márgenes de precios probables y su efecto sobre la demanda.

En la Tabla 1, se puede observar que todos los productos tienen márgenes de utilidad sustanciales, lo que puede indicar que los productos son populares y bien valorados por los clientes. Sin embargo, es importante recordar que el análisis financiero completo también debe considerar otros factores, como los costos indirectos, el volumen de ventas y las tendencias del mercado para obtener una imagen completa de la salud financiera y la rentabilidad de estos

productos.

Tabla 2. Márgenes de precios probables y su efecto sobre la demanda.

Costo por bebida	\$	11.54
Precio de venta	\$	35.00
Costo Especial	\$	90.00
Precio de venta	\$	235.00
Costo Grande	\$	70.00
Precio de venta	\$	165.00
Costo Chico	\$	60.00
Precio de venta	\$	145.00
Costo Extra Chico	\$	50.00
Precio de venta	\$	85.00
Costo Orden de Chiles California	\$	6.00
Precio de venta	\$	35.00
Costo Orden de chiles güeritos	\$	5.00
Precio de venta	\$	35.00
Costo de orden de Aguacate	\$	5.00
Precio de venta	\$	35.00

Nota. Elaboración propia.

Como puede verse en la Tabla 3, los precios de los productos en la Menudería Josefina son más bajos en comparación con los precios en el Museo de Mexicali, Pancita House y Menudo San Miguel.

El Menudo Especial es el producto más caro de la Menudería Josefina el cual está dirigido para los clientes de buen comer son 1.5 litros de comida servidos para deleitar el buen sabor que va a distinguir de la competencia.

El Menudo Grande y el Menudo Chico son los productos que manejan la competencia por lo tanto Menudería Josefina tiene los precios más bajos en comparación con los precios en el Museo y Pancita House entre otros. Por lo cual está en un precio estándar para entrar al mercado y competir, pero definitivamente lo que puede resaltar a comparación de los demás negocios

es la calidad del producto, el servicio y el sabor que se va a brindar hacia los comensales.

Tabla 3. Precios de los productos y su comparativo con la competencia

Producto	Menudería Josefina	Museo	Pancita House	San Miguel
Menudo especial	\$235.00			
Menudo grande	\$165.00	\$ 175.00	\$ 180.00	\$ 190.00
Menudo chico	\$145.00	\$ 155.00	\$ 160.00	\$ 170.00

Nota. Elaboración propia

1.8 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DEL PRODUCTO.

1.8.1 Descripción de los canales de distribución.

El objetivo principal de la comercialización del proyecto de inversión de Menudería Josefina es atraer a clientes nuevos y existentes.

Existen numerosos canales que puedes utilizar para dar a conocer tu producto o servicio, y la elección dependerá de tu audiencia objetivo, presupuesto y objetivos de marketing.

Marketing en redes sociales: Plataformas como Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn y TikTok permiten llegar a una amplia audiencia a través de contenido visual y mensajes segmentados.

Marketing de contenidos: Crear contenido valioso, como videos, infografías, guías y eBooks, puede atraer a tu público objetivo y establecer tu experiencia en el campo.

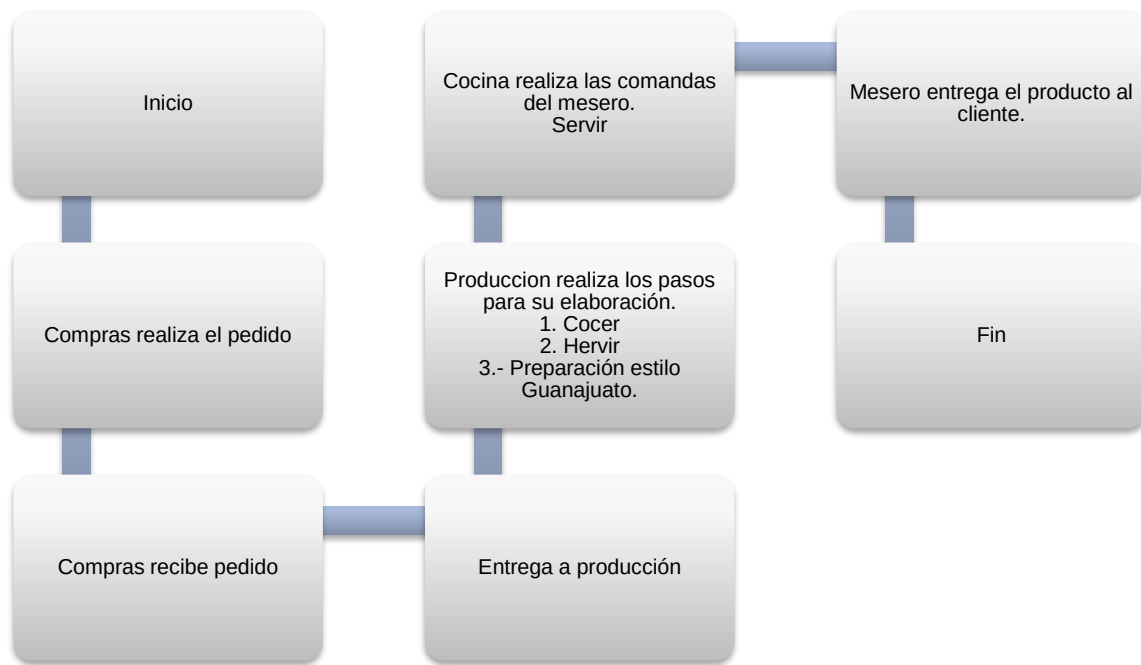
Marketing boca a boca: Fomenta las referencias de clientes satisfechos, ya que de boca en boca sigue siendo una forma poderosa de marketing.

Marketing de guerrilla: Estrategias creativas y no convencionales que llaman la atención, como flashmobs, eventos sorpresa o instalaciones artísticas.

1.8.2 Descripción operativa de los canales de distribución.

La Menudería Josefina utiliza el canal directo para su producto, tal como se muestra en la Figura 6.

Figura 6. Canal de distribución.



Nota. Elaboración propia

1.9 CONCLUSIONES DEL APARTADO DE MERCADO:

En conclusión, la apertura de un negocio en el sector alimenticio, como el caso de la Menudería Josefina en Mexicali, Baja California, representa una oportunidad emocionante y desafiante. La gastronomía y la comida son elementos intrínsecos a la cultura y la sociedad, brindando no solo satisfacción gastronómica, sino también un espacio para la socialización y la celebración.

La propuesta de la Menudería Josefina se enfoca en ofrecer un platillo tradicional, el menudo, con un toque único y auténtico de la región de Guanajuato. La ubicación estratégica del restaurante en una zona céntrica y de alto tráfico, junto con su enfoque en ingredientes frescos y preparación tradicional, prometen una experiencia culinaria distintiva para sus clientes.

Si bien el mercado de alimentos y restaurantes es competitivo, la demanda por el menudo y la insatisfacción presente en la oferta actual indican una oportunidad real de crecimiento. La estrategia de precios de la Menudería Josefina se basa en un análisis cuidadoso de costos y competencia, buscando mantener un equilibrio entre atractivo para los clientes y sostenibilidad financiera.

El análisis de la competencia y la ubicación estratégica demuestran que, aunque existen otros establecimientos que ofrecen menudo, hay oportunidades para destacar y captar una parte significativa del mercado insatisfecho. La estrategia de precios está diseñada para ser competitiva y atractiva para los consumidores, al tiempo que asegura la viabilidad financiera del negocio.

En consecuencia, la Menudería Josefina se presenta como un proyecto que tiene en cuenta tanto la demanda existente como la oferta disponible en el mercado. La combinación de estos factores, junto con una cuidadosa planificación y ejecución, puede posicionar al restaurante no solo como una opción atractiva para los clientes, sino como un actor destacado en la escena culinaria de Mexicali.

El negocio también se apoya en estrategias de marketing, incluyendo redes sociales, marketing de contenidos y marketing boca a boca, para atraer a una audiencia amplia y cautivar a los amantes de la comida mexicana. Además, la ubicación cercana a zonas comerciales y turísticas fortalece su posición para atraer tanto a locales como a visitantes.

En última instancia, el éxito de la Menudería Josefina dependerá de su capacidad para brindar una experiencia gastronómica única y auténtica, satisfaciendo las necesidades y deseos de sus clientes. La combinación de sabor distintivo, calidad en los ingredientes y ambiente acogedor, junto con una gestión financiera adecuada y estrategias de marketing efectivas, puede permitir que este negocio se posicione como un destino culinario imperdible en Mexicali.

ESTUDIO TÉCNICO

2.1 LOCALIZACIÓN.

2.1.1.1 Macro localización.

La ciudad en donde se ubica la empresa es en Mexicali, Baja California, México.

2.1.1.2 Condiciones naturales, geográficas y físicas.

Mexicali es una ciudad ubicada en el estado de Baja California, en el noroeste de México. Su entorno geográfico y sus condiciones naturales se caracterizan por un clima desértico extremo y una topografía plana, que contribuyen a su singularidad en la región.

El clima en Mexicali es típicamente desértico, con condiciones extremadamente secas y calurosas durante la mayor parte del año. Se encuentra en el desierto de Sonora, por lo que las temperaturas son muy elevadas durante el verano y pueden superar los 40°C con facilidad. Los inviernos son más frescos, pero, aun así, las temperaturas diurnas suelen rondar los 20-25°C, mientras que las noches pueden ser frías, con temperaturas que descienden por debajo de los 5°C. La humedad relativa es generalmente baja, lo que contribuye a la sensación de aridez en la ciudad.

Mexicali experimenta una precipitación muy baja a lo largo del año. La mayoría de las lluvias se concentran en los meses de invierno, de noviembre a marzo, pero, aun así, la cantidad de precipitación es escasa. La ciudad recibe menos de 100 mm de lluvia al año en promedio. Los eventos de lluvia son infrecuentes y a menudo irregulares, lo que lleva a condiciones de sequía crónica en la región. La falta de agua es una preocupación importante en Mexicali, y la ciudad depende en gran medida de fuentes de agua externas para abastecer a su población.

La capital de Baja California, se encuentra en una región desértica con un clima extremadamente caluroso y seco durante la mayor parte del año. La escasa precipitación y la baja humedad relativa son características distintivas de su entorno natural, lo que presenta desafíos significativos en términos de recursos hídricos y adaptación a las condiciones climáticas extremas.

2.1.1.3. Micro localización

A continuación, se presenta en la Tabla 4 los indicadores que se consideraron para la localización del local para establecer el negocio. Se toma en cuenta 2 posibles ubicaciones con 8 factores que conforme a su disponibilidad y viabilidad se les otorgara un peso asignado y una calificación ponderada para su elección de la ubicación del restaurante Menudería Josefina.

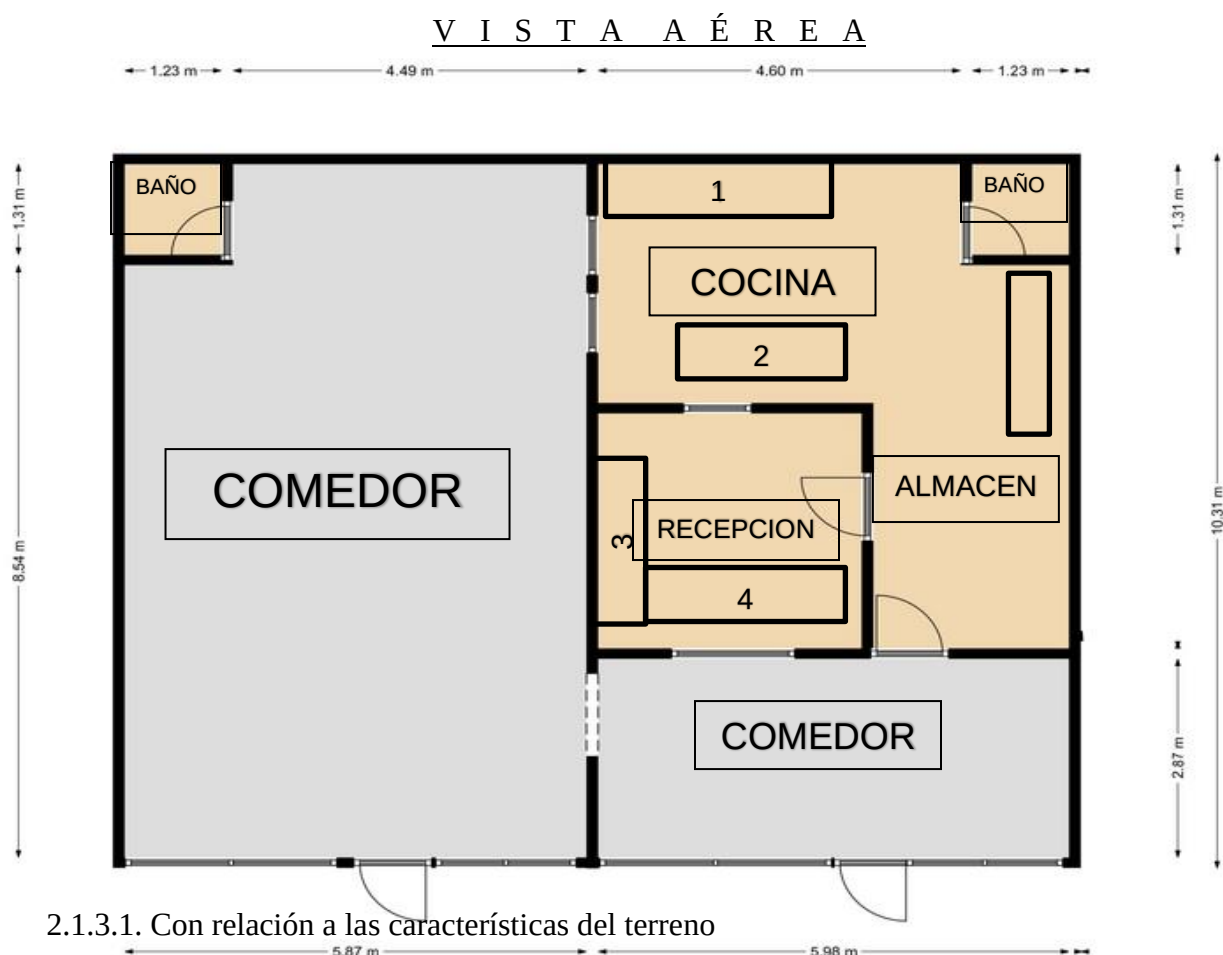
Tabla 4. Indicadores para la localización

LOCALIZACIÓN

Factor Relevante	Peso asignado	Alternativa 1 Calificación	VILLAS LOMAS Calificación ponderada	Alternativa 2 Calificación	SAN ISIDRO Calificación ponderada
Estacionamiento	0.2	8	1.6	7	1.4
Transporte Urbano	0.01	9	0.09	3	0.03
Facilidad de insumos	0.29	9	2.61	10	2.9
Servicios Basicos	0.15	10	1.5	10	1.5
Servicios de telecomunicaciones	0.05	10	0.5	10	0.5
Permisos y protocolos de seguridad	0.1	10	1	10	1
Maquinaria y equipo	0.1	8	0.8	10	1
Dimensiones	0.1	9	0.9	8	0.8
TOTAL	10	73	8.55	68	8.68

Nota. Elaboración propia.

En la Figura 7 se muestra la forma en como está distribuida la Menudería Josefina.



2.1.3.1. Con relación a las características del terreno

El tipo de inmueble es una plaza comercial la cual cuenta con 7 locales con un espacio de 60 metros cuadrados por local. Para el proyecto se planea arrendar 2 espacios, es decir 120 metros cuadrados con un costo por local de \$ 10,000 más IVA. Se llegó a un acuerdo durante la negociación para el arrendamiento de dos locales al final el precio pactado fue de \$ 9,000.00

más IVA obteniendo un costo de renta al mes por \$ 19,440.00

2.1.3.2 Del proceso productivo:

En esta localización se pueden producir adecuadamente los productos ya que se cuenta con la materia prima al alcance. Los ingredientes e insumos requeridos se encuentran en zona de central de abastos de Mexicali, por lo cual nuestro proyecto estará ubicado en dicha zona lo que facilita la adquisición de los mismos con los proveedores.

Esta ubicación permite conseguir los insumos de manera inmediata, por lo que no tiene ningún costo debido a que se solicita vía servicio a domicilio con nuestros proveedores.

2.2. DESCRIPCIÓN DE LAS INSTALACIONES, EQUIPOS Y PERSONAL

En la Tabla 5 de muestra la relación de los equipos que se requieren para la operación del negocio.

Tabla 5. Descripción del equipo de trabajo para la producción

Equipo principal
1 Estufa Industrial
1 Campana de empotre
1 Refrigerador LG
1 Microondas
2 Licuadora ninja industrial
1 Congelador Horizontal polar 25 pies cúbicos
3 Mesa de trabajo 60 cm x 122 cm
1 Mesa de trabajo 60 cm x 153 cm
2 Cafetera electric kettle AIGOSTAR
6 Olla vasconia
1 Mesa de trabajo 60 cm x 183 cm
Total equipo principal
Equipo Auxiliar
2 Juego de cuchillo 4 pzs
5 Cucharones 8 oz
1 Juegos de cucharas 96 pzs
14 Plato botanero
120 Plato negro liso auxiliar
28 Plato hondo 250 ml
16 Servilletero madera tejido
16 Canasta plástico imitación madera
20 Saleros

10 Plato Menudero Especial 1.LT
56 Plato Menudero Grande 750 ml
56 Plato Menudero chico 500 ml
56 Plato menudero extra chico 250 ml
Total equipo auxiliar
Mobiliario y equipo
4 Aire acondicionado B air 2 toneladas
14 Mesas rusticas c/4 sillas
1 Punto de venta (sistema, equipo de cómputo)
1 Fregadero 100% Acero Inoxidable 100x45x95 Marca Ferrinox

Nota. Elaboración propia.

2.3.1. DESCRIPCION DE LAS UNIDADES DE TRANSFORMACION

2.3.1.1. Descripción del proceso de transformación

A continuación, se presenta la descripción del proceso de producción de los productos finales.

Adquisición de materia prima: El proceso comienza con la adquisición de las materias primas necesarias para la fabricación del producto. Estas materias primas pueden ser de origen natural o sintético y deben cumplir con los estándares de calidad requeridos por Menudería Josefina.

Almacenamiento y preparación: Una vez adquiridas las materias primas, estas se almacenan adecuadamente y se preparan para su procesamiento. Esto puede incluir operaciones como limpieza, clasificación o corte, dependiendo del tipo de materia prima y del producto final deseado.

Procesamiento: Durante esta etapa, las materias primas se someten a una serie de procesos de transformación que pueden incluir mezclado, cocción, fermentación, extracción, entre otros. El objetivo es modificar las propiedades físicas, químicas o biológicas de las materias primas para obtener el producto deseado.

2.3.1.2. Justificación técnica del proceso de transformación

El proceso de transformación de un producto es esencial para agregar valor, mejorar las características, aumentar la vida útil, facilitar la distribución, garantizar la calidad y la seguridad, y promover la diferenciación y competitividad en el mercado.

2.3.1.3. Insumos principales y secundarios, su procedencia y disponibilidad:

En la Tabla 6 se enlistan todos los insumos que se necesitan para el proyecto, en donde se consiguen y la disponibilidad de ellos.

Tabla 6. Insumos principales y secundarios, su procedencia y disponibilidad

PRODUCTO	PROVEEDORES	
Menudo / 27.22 kg	CCNN SA DE CV	CARNICERIA LA GRANDE
Patas de res	CCNN SA DE CV	CARNICERIA LA GRANDE
Chile Japonés / 10 kg	CHILES AYALA	SEMILLAS EL GIRASOL
Chile Hindú / 10 kg	CHILES AYALA	SEMILLAS EL GIRASOL
Chile california / 10 kg	CHILES AYALA	SEMILLAS EL GIRASOL
Ajo entero / 1 kg	CHILES AYALA	SEMILLAS EL GIRASOL
Comino entero / 1 kg	CHILES AYALA	SEMILLAS EL GIRASOL
Jamaica / 1 kg	CHILES AYALA	SEMILLAS EL GIRASOL
Orégano / 1 kg	CHILES AYALA	SEMILLAS EL GIRASOL
Cebolla / 20 kg	FRUTERIA EL PALILLO	FRUTERIA LA REYNA
Limón Colima / 20 kg	FRUTERIA EL PALILLO	FRUTERIA LA REYNA
Limón amarillo / 20 kg	FRUTERIA EL PALILLO	FRUTERIA LA REYNA
Cilantro / 48 mzs	FRUTERIA EL PALILLO	FRUTERIA LA REYNA
Aguacate / 9.5 kg	FRUTERIA EL PALILLO	FRUTERIA LA REYNA
Chile california verde / 1 kg	FRUTERIA EL PALILLO	FRUTERIA LA REYNA
Chile güerito / 1 kg	FRUTERIA EL PALILLO	FRUTERIA LA REYNA
Chile serrano / 1 kg	FRUTERIA EL PALILLO	FRUTERIA LA REYNA
Tomatillo / 20 kg	FRUTERIA EL PALILLO	FRUTERIA LA REYNA
Tomate / 1 kg	FRUTERIA EL PALILLO	FRUTERIA LA REYNA
Maíz americano / 6 latas	CCNN SA DE CV	REMBAO SA DE CV
Sal grano / 12 kg	CCNN SA DE CV	REMBAO SA DE CV
Escoba	SAMS CLUB	CARNICERIA LA GRANDE
Recogedor	SAMS CLUB	CARNICERIA LA GRANDE
Jabón líquido / GL	SAMS CLUB	COSTCO
Cloro / GL	SAMS CLUB	COSTCO
Fabuloso / GL	SAMS CLUB	COSTCO
Pato purific / 6 pz	SAMS CLUB	COSTCO
Vaso 32 oz / 500 pz	DULCERIA GUADALAJARA	CCNN SA DE CV
Vaso 20 oz / 500 pz	DULCERIA GUADALAJARA	CCNN SA DE CV
Vaso 10 oz / 1000 pz	DULCERIA GUADALAJARA	CCNN SA DE CV
Vaso 2 oz / 2500 pz	DULCERIA GUADALAJARA	CCNN SA DE CV
Tapas sellada 32 oz / 100 pz	DULCERIA GUADALAJARA	CCNN SA DE CV
Tapas 32 oz / 100 pz	DULCERIA GUADALAJARA	CCNN SA DE CV
Tapas 20 oz / 1000 pz	DULCERIA GUADALAJARA	CCNN SA DE CV
Tapas 10 oz / 1000 pz	DULCERIA GUADALAJARA	CCNN SA DE CV
Tapas 2 oz / 2500 pz	DULCERIA GUADALAJARA	CCNN SA DE CV
Aluminio 200 mts / 12 pz	DULCERIA GUADALAJARA	CCNN SA DE CV
Bolsas Medianas / 1 kg	DULCERIA GUADALAJARA	LAS MIL Y UNA BOLSA
Bolsas Chicas / 1 kg	DULCERIA GUADALAJARA	LAS MIL Y UNA BOLSA
Bolsas Extra chicas / 1 kg	DULCERIA GUADALAJARA	LAS MIL Y UNA BOLSA
Servilleta restaurantera / 12 pqt	DULCERIA GUADALAJARA	CCNN SA DE CV
Agua	QUALITY WATER	
Gas	RIVERA GAS	

Nota. Elaboración propia.

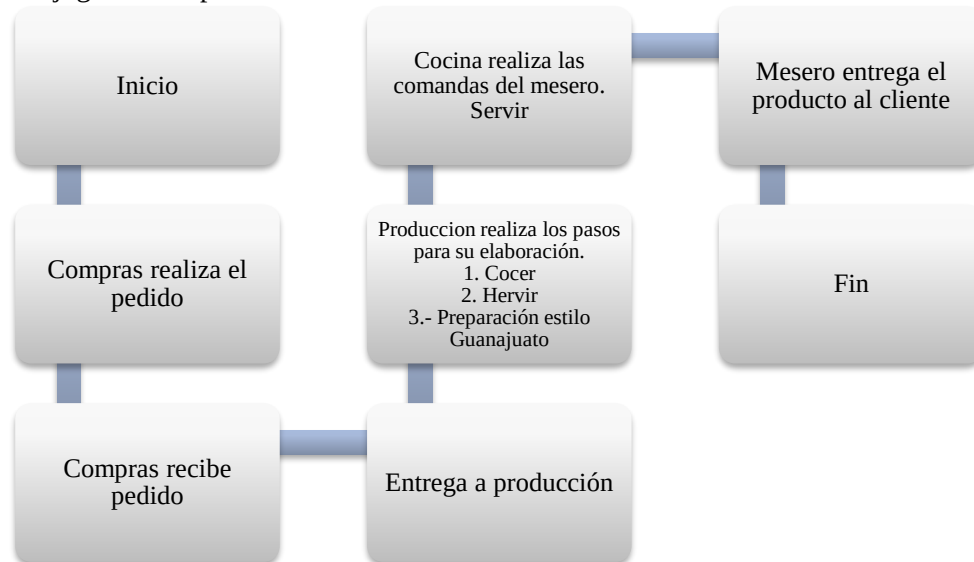
2.3.1.5. Residuos

En el restaurante Menudería Josefina se realiza la venta de productos secundarios, es decir, algunos productos secundarios pueden ser vendidos o utilizados para hacer otros productos. Por ejemplo, los huesos de pollo pueden ser usados para hacer caldo, que luego puede ser vendido o utilizado en otros platos. Pero aquí será vendida la grasa del menudo a la empresa Phazer.

2.3.1.6. Flujograma del proceso total de venta

En la Figura 8 se muestra el proceso operativo desde que llega el cliente hasta que se va incluyendo el servicio postventa.

Figura 8. Flujograma del proceso total de venta



Nota. Elaboración propia

2.4. ORGANIZACIÓN.

2.4.1. Información general de la empresa.

Es una empresa familiar que durante más de 40 años ha estado en el negocio de la preparación de menudo al estilo Guanajuato. La cual se ha decidido realizar este proyecto para ofrecer a los comensales una estancia más satisfactoria y cómoda.

2.42. Forma jurídica.

El **Régimen Simplificado de Confianza** (RESICO) es una simplificación administrativa para que el pago del impuesto sobre la renta (ISR) se realice de forma sencilla, rápida y eficaz. El objetivo de este nuevo esquema es la **reducción de las tasas de este impuesto para que las personas que tengan menores ingresos, paguen menos**. Esta propuesta del Servicio de Administración Tributaria (SAT) se basa en las mejores prácticas internacionales. [Régimen Simplificado de Confianza \(sat.gob.mx\)](https://sat.gob.mx)

La propuesta está orientada a contribuyentes personas físicas que perciben ingresos anuales menores a 3.5 millones de pesos facturados conforme a su actividad económica, pertenecientes a alguno de los cuatro regímenes fiscales que conforman el Régimen Simplificado de Confianza:

1. Actividades empresariales y profesionales
2. Régimen de Incorporación Fiscal
3. Uso o goce de bienes inmuebles (arrendamiento)
4. Actividades Agrícolas, Ganaderas, Pesqueras o Silvícolas

Con este Régimen se beneficia al 82 por ciento de los contribuyentes personas físicas. [Régimen Simplificado de Confianza \(sat.gob.mx\)](https://sat.gob.mx)

Es importante acotar que los trabajadores asalariados no participarán de este régimen, sino que se mantendrán bajo el Régimen de Sueldos y Salarios.

[Régimen Simplificado de Confianza \(sat.gob.mx\)](https://sat.gob.mx)

A partir de 2022, las personas que se encuentren en este nuevo esquema estarán obligados a pagar entre el 1 y el 2.5 % de sus ingresos. Debido a estas pequeñas tasas de pago de ISR, los contribuyentes no podrán deducir ningún tipo de gasto. Esto en razón de que, aun existiendo las posibilidades de deducción, la tasa efectiva del impuesto sobre la renta (ISR) a personas físicas fue de 25.4% durante 2020, lo cual representa diez veces más que la tasa máxima del Régimen Simplificado de Confianza.

[Régimen Simplificado de Confianza \(sat.gob.mx\)](https://sat.gob.mx)

El nuevo Régimen Simplificado de Confianza utilizará como base los **ingresos facturados y cobrados**, lo que permitirá disminuir la labor contable del contribuyente sin que requiera el apoyo de terceras personas. El SAT como anualmente lo realiza, hará los cálculos y ofrecerá la declaración anual precargada que estará prácticamente lista, solamente para ser cotejada y pagar.

[Régimen Simplificado de Confianza \(sat.gob.mx\)](https://sat.gob.mx)

La empresa se registrará y tributará bajo el régimen simplificado de confianza. Cabe destacar que es una obligación de todo mexicano contribuir al gasto público como lo marca nuestra carta magna (CPEUM.)

2.4.3. Estructura accionaria.

2.4.4. Consejo de administración.

2.4.5. Organigrama general.

FIGURA 9
Organigrama de la empresa.

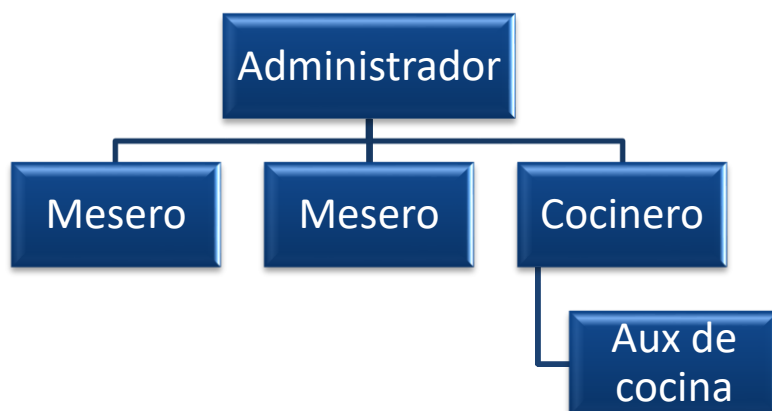


Figura hecha por elaboración propia.

2.4.6. Responsables del proyecto.

Lic. Segura Martínez Saúl Vicente

2.4.7. Requerimientos del personal.

Tabla 7. Requerimientos del personal

APARIENCIA FÍSICA Y UNIFORME			
CONCEPTO	CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES
Anfitriones			
Recién bañados			
Sin aliento alcohólico			
Traen las uñas cortas sin esmalte			
Traen las uñas limpias			
Con maquillaje discreto			
Con aretes discretos			
Con perfume discreto			
No portan joyas (cadenas, esclavas, anillos)			
Portan uniforme limpio y completo			
Portan pañuelo personal			
Usan cinturón negro			
Traen zapatos de color negro			
Traen calcetines del color de los zapatos.			
EQUIPO DE TRABAJO			
CONCEPTO	CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES
Descorchador			
Comandero'			
Dos bolígrafos color negro o azul			
Un trapo limpio en buen estado			

Nota. Elaboración propia bajo la NOM – 51

2.4.8. Tabuladores de sueldos.

Tabla 8. Tabulador de sueldos

Puesto	Plazas	Salario Diario	Total	Salario Diario Integrado
Administrador	1.00	600.00	600.00	629.59
Cocinero	1.00	325.00	325.00	341.03
Auxiliar. de cocina	1.00	325.00	325.00	341.03
Mesero	1.00	312.00	312.00	327.39
Mesero	1.00	312.00	312.00	327.39

Nota. Elaboración propia.

3.7.9. Prestaciones al personal.

De acuerdo a la LFT (Ley federal de trabajo) define como prestación de ley los beneficios que todo patrón debe de otorgar a sus colaboradores sin distinción. Es decir, son los derechos que tiene acceso a cada trabajador que forma parte de una relación de trabajo subordinada. Este derecho no se puede suspender o modificar, a menos que exista un acuerdo común entre la organización y el subordinado.

Aguinaldo

Es un pago obligatorio que los patrones deben dar a sus colaboradores durante el mes de diciembre. De acuerdo a la LFT los patrones deben de pagar el aguinaldo antes del 20 de diciembre con una remuneración de 15 días de trabajo.

Vacaciones

Artículo 76 (LFT). - Las personas trabajadoras que tengan más de un año de servicios disfrutarán de un periodo anual de vacaciones pagadas, que en ningún caso podrá ser inferior a doce días laborables, y que aumentará en dos días laborables, hasta llegar a veinte, por cada año subsecuente de servicios. A partir del sexto año, el periodo de vacaciones aumentará en dos días por cada cinco de servicios.

Prima vacacional

De acuerdo al Artículo 80 (LFT). - Los trabajadores tendrán derecho a una prima no menor a veinticinco por ciento sobre los salarios.

Día de descanso semanal

Artículo 69 (LFT). Por cada seis días laborados, el personal disfrutará de al menos una jornada de descanso con goce de salario íntegro.

Por lo general muchas de las empresas en México el día que les ofrecen a sus trabajadores es el domingo, claro esto dependerá de la actividad y su operación que desarrolla la organización y existe otras empresas que pueden dar la jornada de descanso entre semana.

Por otra parte, existen días de descanso obligatorio como lo menciona el artículo 74 (LFT),

I. El 1o. de enero;

II. El primer lunes de febrero en conmemoración del 5 de febrero;

III. El tercer lunes de marzo en conmemoración del 21 de marzo;

IV. El 1o. de mayo;

V. El 16 de septiembre;

VI. El tercer lunes de noviembre en conmemoración del 20 de noviembre;

VII. El 1o. de diciembre de cada seis años, cuando corresponda a la transmisión del Poder Ejecutivo Federal;

VIII. El 25 de diciembre, y

IX. El que determinen las leyes federales y locales electorales, en el caso de elecciones ordinarias, para efectuar la jornada electoral.

Participación de los trabajadores en las utilidades de las empresas

Artículo 122.- El reparto de utilidades entre los trabajadores deberá efectuarse dentro de los sesenta días siguientes a la fecha en que deba pagarse el impuesto anual, aun cuando esté en trámite objeción de los trabajadores.

2.5.3.2 Costo unitario del producto o servicio.

2.6. OPERACIÓN DEL PROYECTO.

2.7.1. Plazo para operación experimental y puesta en marcha.

ESTUDIO ECONÓMICO

3.1. Objetivos generales y estructuración: el estudio económico

3.2. Determinación de los costos

3.3. Costo unitario del producto o servicio

Para calcular el costo unitario se tienen 4 escenarios: venta en general ya sea para comer en el restaurante o servicio para llevar, donde el contenido del producto del primer platillo es 1.5 litros, el contenido del segundo producto es de 1 litros, el contenido del 3 producto es de 500 mililitros, y por último el contenido del 4 producto es de 250 mililitros.

3.3. Costos de producción

3.4. Costos de administración

Tabla 9. Salario anual del administrador

Puesto	Salario Diario	Salario mensual	Salario anual
Administrador	600.00	18 250	219 000
Total			219 000

Nota. Elaboración propia

A esta cantidad hay que agregar 35% de prestaciones sociales, que incluye pago de IMSS, Infonavit, SAR, vacaciones, aguinaldo, etc. Por lo tanto, el costo anual de sueldos y salarios es:

$$219\,000 (1.35) = \$ 295\,650$$

3.5. Costos de venta

Tabla 10. Salario anual de personal de ventas

Puesto	Salario diario	Salario mensual	Salario Anual
Cocinero	325	9 886	118 625
Aux. Cocinero	325	9 886	118 625
Mesero	325	9 886	118 625
Mesero	325	9 886	118 625
Total			474 500

Nota. Elaboración propia

A esta cantidad hay que agregar 35% de prestaciones sociales, que incluye pago de IMSS, Infonavit, SAR, vacaciones, aguinaldo, etc. Por lo tanto, el costo anual de sueldos y salarios es:

$$474\,500 (1.35) = \$ 640\,575$$

3.6. Costos financieros

3.7. Inversión total inicial: fija y diferida

Tabla 11. Inversión total

Cantidad	Concepto	Precio unitario	% del total	% subtotal	Importe
Inversión Fija					
Equipo principal					
1	Estufa Industrial	\$ 24,892.00	4%	18%	\$ 24,892.00
1	Campana de empotre	\$ 9,999.00	2%	7%	\$ 9,999.00
1	Refrigerador LG	\$ 25,840.00	4%	19%	\$ 25,840.00
1	Microondas	\$ 3,084.98	1%	2%	\$ 3,084.98
2	Licuadaora ninja industrial	\$ 2,351.87	1%	3%	\$ 4,703.74
1	Congelador Horizontal polar 25 pies cúbicos	\$ 20,153.00	3%	15%	\$ 20,153.00
3	Mesa de trabajo 60 cm x 122 cm	\$ 4,640.00	2%	10%	\$ 13,920.00
1	Mesa de trabajo 60 cm x 153 cm	\$ 5,940.00	1%	4%	\$ 5,940.00
2	Cafetera electric kettle AIGOSTAR	\$ 1,595.40	1%	2%	\$ 3,190.80
6	Olla vasconia	\$ 3,040.00	3%	13%	\$ 18,240.00
1	Mesa de trabajo 60 cm x 183 cm	\$ 7,270.00	1%	5%	\$ 7,270.00
Total equipo principal				100%	\$137,233.52
Equipo Auxiliar					
2	Juego de cuchillo 4 pzs	\$ 450.00	0%	6%	\$ 900.00
5	Cucharones 8 oZ	\$ 110.00	0%	4%	\$ 550.00
1	Juegos de cucharas 96 pzs	\$ 253.65	0%	2%	\$ 253.65
14	Plato botanero	\$ 41.00	0%	4%	\$ 574.00
120	Plato negro liso aux	\$ 9.50	0%	8%	\$ 1,140.00
28	Plato ondo 250 ml	\$ 9.50	0%	2%	\$ 266.00
16	Servilletero madera tejido	\$ 65.00	0%	8%	\$ 1,040.00
16	Canasta plastico imitacion madera	\$ 45.00	0%	5%	\$ 720.00
20	Saleros	\$ 10.00	0%	1%	\$ 200.00
10	Plato Menudero Especial 1.LT	\$ 70.00	0%	5%	\$ 700.00
56	Plato Menudero Grande 750 ml	\$ 54.00	1%	22%	\$ 3,024.00
56	Plato Menudero chico 500 ml	\$ 46.00	0%	19%	\$ 2,576.00
56	Plato menudero extra chico 250 ml	\$ 34.00	0%	14%	\$ 1,904.00
Total equipo auxiliar				100%	\$ 13,847.65
Mobiliario y equipo					
4	Aire acondicionado B air 2 toneladas	\$ 7,970.60	5%	44%	\$ 31,882.40
14	Mesas rusticas c/4 sillas	\$ 2,000.00	5%	38%	\$ 28,000.00
1	Punto de venta (sistema, equipo de computo)	\$ 7,000.00	1%	10%	\$ 7,000.00
1	Fregadero 100% Acero Inoxidable 100x45x95	\$ 6,000.00	0%	8%	\$ 6,000.00
		\$ -		100%	\$ 72,882.40
					\$223,963.57
Inversión diferida					
Gastos preoperativos					
Gastos de Instalación		\$ -	6%	92%	\$ 36,000.00
Gastos de organización		\$ -	0%	8%	\$ 3,000.00
Total Inversión diferida			6%	100%	\$ 39,000.00
Capital de trabajo		\$ 346,059.38	57%	100%	\$346,059.38
TOTAL DE LA INVERSIÓN INICIAL					\$760,104.12

Nota. Elaboración propia.

3.8. Cronograma de inversiones

3.9. Depreciaciones y amortizaciones

Tabla 12. Depreciaciones y amortizaciones

	ANUAL				
CONCEPTO	1	2	3	4	5
Equipo Principal	13,723	13,723	13,723	13,723	13,723
Mobiliario y Equipo	22,396	22,396	22,396	22,396	22,396

Nota. elaboración propia

Notas: Todos los porcentajes aplicados son los publicados en la Ley del Impuesto Sobre la Renta vigente en el país. De acuerdo con esta ley, el terreno no se deprecia ni amortiza. Toda la maquinaria y equipo que no aparecen específicamente en la ley, se le aplica 10% de cargo de depreciación (art. 41, fracc. XV).

3.10. Capital de trabajo

3.11. Punto de equilibrio

Tabla 13. Cálculo del punto de equilibrio

Punto de Equilibrio:	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Costos Fijos Totales	=				
	1,254,568	1,265,273	1,303,231	1,342,328	1,382,598
% Margen Cont.	63.05%	63.05%	63.05%	63.05%	63.05%
	Punto de Equilibrio				
	1,989,700	2,006,679	2,066,879	2,128,885	2,192,752

Nota. Elaboración propia.

3.12. Estado de resultados pro-forma

Tabla 14. Estado de resultados pro-forma

CONCEPTO	1	2	3	4	5
VENTAS	2,817,725	2,958,611	3,106,542	3,261,869	3,424,962
OTROS INGRESOS	0	0	0	0	0
VENTAS NETAS	2,817,725	2,958,611	3,106,542	3,261,869	3,424,962
COSTO DE VENTAS	1,041,062	1,093,115	1,147,771	1,205,159	1,265,417
MARGEN DE CONTRIBUCION	1,776,663	1,865,496	1,958,771	2,056,710	2,159,545
GASTOS DE OPERACIÓN	1,254,568	1,265,273	1,303,231	1,342,328	1,382,598
DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN	36,120	36,120	36,120	36,120	36,120
TOTAL DE GASTOS DE OPERACIÓN	1,290,687	1,301,393	1,339,351	1,378,448	1,418,718
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	485,976	564,103	619,420	678,262	740,827
ISR	145,793	169,231	185,826	203,478	222,248

PTU	48,598	56,410	61,942	67,826	74,083
UTILIDAD NETA	291,585	338,462	371,652	406,957	444,496

Nota. Elaboración propia.

3.13. Costo de capital o tasa mínima aceptable de rendimiento

3.14. Financiamiento.

Tabla 15. Pago de la deuda

Financiamiento	\$ 361,197.09	
Tasa interés anual	10%	0.83%
Comisión	6,284.83	
Pagos mensuales	12	
Mensualidad	\$31,754.96	

NO	Saldo inicial	intereses	Abono a cap	Comision	Pago Mensual	Saldo Final
1	\$ 361,197.09	3,009.98	28,744.99	6,284.83	\$38,039.79	332,452.10
2	332,452.10	2,770.43	28,984.53	-	\$31,754.96	303,467.57
3	303,467.57	2,528.90	29,226.07	-	\$31,754.96	274,241.51
4	274,241.51	2,285.35	29,469.62	-	\$31,754.96	244,771.89
5	244,771.89	2,039.77	29,715.20	-	\$31,754.96	215,056.69
6	215,056.69	1,792.14	29,962.82	-	\$31,754.96	185,093.87
7	185,093.87	1,542.45	30,212.51	-	\$31,754.96	154,881.36
8	154,881.36	1,290.68	30,464.28	-	\$31,754.96	124,417.07
9	124,417.07	1,036.81	30,718.15	-	\$31,754.96	93,698.92
10	93,698.92	780.82	30,974.14	-	\$31,754.96	62,724.78
11	62,724.78	522.71	31,232.26	-	\$31,754.96	31,492.52
12	31,492.52	262.44	31,492.52	-	\$31,754.96	0.00

Nota. Elaboración propia.

El financiamiento se solicitará ante la secretaria de economía e innovación de baja california mediante un apoyo para impulsar el negocio de los emprendedores mediante el programa reactivaBC como apoyo a las micro, pequeñas y medianas empresas, con una antigüedad de no menor a 24 meses ante el SAT. Estos son los requisitos que solicitan para el trámite del apoyo.

1.- Solicitud de crédito con croquis (sin tachaduras, alteraciones, etc).

2.- Identificación oficial del acreditado vigente, copia por ambos lados.

(pasaportes mexicanos, credencial de elector, licencia de conducir del estado de Baja California, cédula profesional, cartilla militar siempre y cuando se encuentre en el rango de 18 y 13 años).

3.- Comprobante de domicilio particular (no mayor a 2 meses, preferente recibo agua).

- 4.- Constancia Registro Federal de Contribuyentes (RFC) del acreditado con fecha reciente de impresión (que incluya actividades, direcciones y obligaciones).
- 5.- Cotizaciones por los conceptos a solicitar tales como mercancía, insumos, maquinaria y/o equipo e infraestructura. (no mayor a dos meses de antigüedad, con datos del proveedor, dirigida al solicitante, fecha y firma de quien expide).
- 6.- Fotografía interior del negocio (a color, fotos claras).
- 7.- Fotografía exterior del negocio (a color, fotos claras).
- 8.- Fotografía Equipamiento del negocio (materia prima, a color, fotos claras).
- 9.- Declaración de impuestos último ejercicio y parciales a la fecha (con desglose en donde vengan utilidades, ingresos).
- 10.- Estados de cuenta bancarios (mínimo 6 meses continuos, los más recientes)
- 11.- Buró de Crédito especial, con una antigüedad no mayor a 90 días a la entrega de la solicitud.
- 12.- Comprobante de domicilio fiscal (no mayor a 2 meses, preferente recibo agua).
- 13.- Predial vigente del titular, y/o Contrato de Arrendamiento, y/o Contrato Comodato (copia de identificación oficiales de emisor y firma de dicho contrato), del domicilio fiscal.
- 14.- Acta de matrimonio del solicitante (en caso de estar casado bajo la figura de sociedad conyugal por bienes mancomunados, presentar identificación del cónyuge) o en su defecto carta bajo protesta de decir la verdad que consta ser soltero (a).
- 15.- Identificación oficial vigente del cónyuge, en caso de estar casados bajo la figura de sociedad conyugal por bienes mancomunados.
- 16.- Formato de transferencia bancaria (incluir caratula del estado de cuenta más reciente).
- 17.- Aviso de privacidad.
- 18.- Capacitación impartida por la Secretaría de Economía e Innovación.
- 19.- Carta Poder expedida por notario para solicitudes presentadas por terceros.
- 20.- Identificación oficial del Aval, copia por ambos lados (pasaportes mexicano, credencial de elector, licencia de conducir del estado de Baja California, cédula profesional, cartilla militar siempre y cuando se encuentre en el rango de 18 y 13 años).
- 21.- Comprobante de domicilio del Aval (no mayor a 3 meses de antigüedad).
- 22.- Buró de Crédito especial del Aval, con una antigüedad no mayor a 90 días a la entrega de la solicitud.
- 23.- Acta de matrimonio del aval (en caso de estar casado bajo la figura de sociedad conyugal por bienes mancomunados, presentar identificación del cónyuge) o en su defecto carta bajo protesta de decir la verdad que consta ser soltero (a).

24.- Comprobantes de ingresos del Aval, de los dos últimos meses.

(recibos de nómina, declaraciones de impuestos y constancia de situación fiscal con fecha reciente y estados de cuenta bancarios).

25.- Visita ocular (se realiza ya que se tiene completo el expediente sello y firma de recibido).

* La aprobación de la solicitud quedará sujeta a la integración completa de la documentación, análisis técnico y financiero, así como a la disponibilidad de recursos.

* Presentar listado de requisitos en caso de segundas revisiones, de no ser presentado no se recibirá el proyecto.

* Este listado de requisitos está sujeto a revisión

NOTA

NOMBRE:

MUNICIPIO:

TELÉFONO:

FOLIO:

DOCUMENTACIÓN LEGAL PERSONA FÍSICA

AVAL

Cabe destacar que existen otros tipos de apoyo y financiamientos de acuerdo a las necesidades de cada empresa según al monto de inversión que ocupan.

3.15. Balance general

Tabla 16. Estado de situación financiera anual a 5 años

ESTADO DE SITUACION FINANCIERA DE MENUADERIA JOSEFINA	BALANCE GENERAL				
	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Periodo					
ACTIVO					
<i>Circulante:</i>					
Efectivo	\$ 541,805.22	\$ 947,638.10	\$ 1,377,536.47	\$ 1,844,149.80	\$ 2,349,792.12
Deposito en garantia	\$ 18,000.00	\$ 18,000.00	\$ 18,000.00	\$ 18,000.00	\$ 18,000.00
Total activo circulante	\$ 559,805.22	\$ 965,638.10	\$ 1,395,536.47	\$ 1,862,149.80	\$ 2,367,792.12
<i>No circulante:</i>					
Propiedad, Planta y Equipo	\$ 361,197.09	\$ 361,197.09	\$ 361,197.09	\$ 361,197.09	\$ 361,197.09
Depreciacion Acumulada	\$ 36,119.71	\$ 72,239.42	\$ 108,359.13	\$ 144,478.84	\$ 180,598.55
Total activo no circulante	\$ 325,077.38	\$ 288,957.67	\$ 252,837.96	\$ 216,718.25	\$ 180,598.55
TOTAL ACTIVO	\$ 884,882.60	\$ 1,254,595.78	\$ 1,648,374.43	\$ 2,078,868.06	\$ 2,548,390.66
PASIVO					
<i>A corto plazo:</i>					
Impuestos por Pagar	\$ 194,390.23	\$ 225,641.36	\$ 247,768.01	\$ 271,304.65	\$ 296,330.90
Total pasivo a corto plazo	\$ 194,390.23	\$ 225,641.36	\$ 247,768.01	\$ 271,304.65	\$ 296,330.90
Documentos x Pagar largo plazo	\$ 0.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total pasivo a largo plazo	\$ 0.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL PASIVO	\$ 194,390.23	\$ 225,641.36	\$ 247,768.01	\$ 271,304.65	\$ 296,330.90
CAPITAL					
<i>Capital contribuido:</i>					
Capital Social	\$ 398,907.03	\$ 398,907.03	\$ 398,907.03	\$ 398,907.03	\$ 398,907.03
<i>Capital ganado:</i>					
Ut/Perd del Ejercicio	\$ 291,585.34	\$ 338,462.04	\$ 371,652.01	\$ 406,956.98	\$ 444,496.36
Ut/Perd Ejercicios Anteriores	\$ -	\$ 291,585.34	\$ 630,047.39	\$ 1,001,699.40	\$ 1,408,656.38
TOTAL CAPITAL	\$ 690,492.37	\$ 1,028,954.41	\$ 1,400,606.43	\$ 1,807,563.40	\$ 2,252,059.76
Total Pasivo Mas Capital	\$ 884,882.60	\$ 1,254,595.78	\$ 1,648,374.43	\$ 2,078,868.06	\$ 2,548,390.66

Nota. Elaboración propia

EVALUACIÓN ECONÓMICA

4.1. Métodos de evaluación que toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo

4.2. Valor presente neto (VPN). Ventajas y desventajas Tasa interna de rendimiento (TIR).

Tabla. 17 Evaluación económica del proyecto.

VP	FLUJOS DE EFECTIVO				
	AÑOS				
Periodo	1	2	3	4	5
Flujo neto	541,805.22	947,638.10	1,377,536.47	1,844,149.80	2,349,792.12
VA	426,618.28	587,536.80	672,499.46	708,894.02	711,231.26
VP	1,301,909.34	947,638.10	1,377,536.47	1,844,149.80	2,349,792.12

Nota. Elaboración propia.

En la tabla 16 se puede observar el cálculo para determinar la tasa interna de retorno considerando los flujos de los años siguientes y la inversión inicial para el proyecto.

Tabla 18. Determinación de la TIR

TIR:	112 %	
INVERSIÓN INICIAL	(760,104)	
FLUJO 1	541,805	
FLUJO 2	947,638	
FLUJO 3	1,377,536	
FLUJO 4	1,844,150	
FLUJO 5	2,349,792	

Nota. elaboración propia.

4.3. Ventajas y desventajas

La Tasa Interna de Retorno (TIR) y el Valor Presente Neto (VPN) son herramientas comunes utilizadas en el análisis de proyectos de inversión.

Tasa Interna de Retorno (TIR).

Ventajas:

Fácil de entender: La TIR es una medida intuitiva para evaluar la rentabilidad de un proyecto. Es la tasa de descuento que hace que el VPN sea igual a cero. Toma en cuenta el valor temporal del dinero, útil para comparar proyectos de inversión directa, ya que muestra la tasa de rendimiento relativa de cada uno.

Desventajas:

Problemas de reinversión, puede conducir a decisiones incorrectas en ciertos escenarios, no considera el tamaño del proyecto, la TIR no tiene en cuenta el tamaño absoluto de los flujos de efectivo, lo que podría llevar a decisiones erróneas al comparar proyectos de diferentes tamaños.

4.4. Razones financieras. Usos, ventajas y desventajas

Tabla 19. Indicadores financieros

Menudería Josefina			
INDICADORES FINANCIEROS EVALUADOS POR AÑO SON:			
PRUEBA DE LIQUIDEZ			
ACTIVO CIRCULANTE	\$	559,805.22	2.88
1 PASIVO CIRCULANTE	\$	194,390.23	
PRUEBA DEL ÁCIDO			

ACT CIRC - INVENTARIO	\$ 559,805.22		
2 PASIVO CIRCULANTE	\$ 194,390.23		2.88
CAPITAL DE TRABAJO			
3 ACT TOTAL - PASIVOS	\$ 884,882.60	-\$ 194,390.23	\$ 1,079,272.83
RAZONES DE ENDEUDAMIENTO			
4 PASIVOS / ACTIVOS	\$ 194,390.23	\$ 884,882.60	0.262
CAPITAL TOTAL/ACTIVOS	\$ 690,492.37	\$ 884,882.60	0.841
RAZONES DE EFICIENCIA Y OPERACIÓN			
ROTACION DEL ACTIVO			
5 TOTAL		\$ 2,817,725.00	3.18
VENTAS NETAS/ ACTIVO TOTAL		\$ 884,882.60	
RENTABILIDAD SOBRE VENTAS			
UTILIDAD NETA/VENTAS NETAS	\$ 291,585.34	\$ 2,817,725.00	10.35%
6 OPERACION/VENTAS	\$ 485,975.57	\$ 2,817,725.00	17.25%
RENTABILIDAD SOBRE ACTIVO TOTAL			
UTILIDAD NETA/ACTIVO 7 * 100	\$ 291,585.34	\$ 884,882.60	33%
RENTABILIDAD SOBRE CAPITAL			
UTILIDAD NETA/ 8 CAPITAL	\$ 291,585.34	\$ 690,492.37	42%

Nota. Elaboración propia.

Para realizar un análisis financiero con la información proporcionada, se evaluó cada uno de los indicadores financieros presentados:

Prueba de Liquidez:

Activo Circulante / Pasivo Circulante = $\$559,805.22 / \$194,390.23 \approx 2.88$

Este indicador muestra que la empresa tiene suficientes activos circulantes para cubrir sus pasivos circulantes casi tres veces, lo que sugiere una buena posición de liquidez.

Prueba del Ácido:

$$(\text{Activo Circulante} - \text{Inventario}) / \text{Pasivo Circulante} = (\$559,805.22 - \$0) / \$194,390.23 \approx 2.88$$

Similar a la prueba de liquidez, esta medida también sugiere que la empresa tiene suficientes activos líquidos para cubrir sus pasivos circulantes.

Capital de Trabajo:

$$\text{Activo Total} - \text{Pasivos} = \$884,882.60 - \$194,390.23 = \$690,492.37$$

Este indicador muestra que la empresa tiene un capital de trabajo positivo, lo que implica una buena capacidad para financiar sus operaciones diarias.

Razones de Endeudamiento:

$$\text{Pasivos} / \text{Activos} = \$194,390.23 / \$884,882.60 \approx 0.262$$

$$\text{Capital Total} / \text{Activos} = \$690,492.37 / \$884,882.60 \approx 0.841$$

Estas medidas muestran que una pequeña proporción de los activos y el capital total de la empresa están financiados por deuda, lo que sugiere una posición financiera sólida y un bajo nivel de apalancamiento.

Razones de Eficiencia y Operación:

$$\text{Rotación del Activo Total} = \text{Ventas Netas} / \text{Activo Total} = \$2,817,725.00 / \$884,882.60 \approx 3.18$$

Este indicador muestra cuántas veces los activos totales generan ventas. Una rotación alta indica una eficiencia operativa sólida.

Rentabilidad sobre Ventas:

$$\text{Utilidad Neta} / \text{Ventas Netas} = \$291,585.34 / \$2,817,725.00 \approx 10.35\%$$

$$\text{Utilidad de Operación} / \text{Ventas Netas} = \$485,975.57 / \$2,817,725.00 \approx 17.25\%$$

Estos indicadores muestran la rentabilidad de la empresa en términos de sus ventas netas y operativas. La rentabilidad sobre ventas es del 10.35%, y la rentabilidad de operación es del 17.25%, lo que indica una rentabilidad sólida.

Rentabilidad sobre Activo Total:

$$\text{Utilidad Neta} / \text{Activo Total} * 100 = \$291,585.34 / \$884,882.60 \approx 33\%$$

Este indicador muestra cuánto beneficio se genera por cada unidad de activo total. Una rentabilidad del 33% es bastante alta y sugiere una eficiencia en la utilización de los activos.

Rentabilidad sobre Capital:

Utilidad Neta / Capital = $\$291,585.34 / \$690,492.37 \approx 42\%$

Esta medida muestra la rentabilidad de la inversión de capital. Una rentabilidad del 42% indica una buena rentabilidad para los accionistas o propietarios.

En general, los indicadores financieros presentados sugieren que la empresa tiene una sólida posición financiera, eficiencia operativa y rentabilidad. Sin embargo, es importante tener en cuenta el contexto específico de la empresa y su industria al interpretar estos resultados.

BIBLIOGRAFÍA

[Régimen Simplificado de Confianza \(sat.gob.mx\)](https://sat.gob.mx)

Ministerio de Baja California. (2024). Emprende Empresarial PF. Recuperado de [Secretaría de Economía e Innovación de Baja California](#)

Ley Federal del Trabajo. (2022). Artículo 69. Diario Oficial de la Federación, México.

Ley Federal del Trabajo. (1970). Artículo 74. Diario Oficial de la Federación, México.

Ley Federal del Trabajo. (1970). Artículo 76. Diario Oficial de la Federación, México.

Ley Federal del Trabajo. (1970). Artículo 80. Diario Oficial de la Federación, México.

Ley Federal del Trabajo. (1970). Artículo 122. Diario Oficial de la Federación, México.

Ley Impuesto Sobre la Renta. (2022). Artículo 40. Diario Oficial de la Federación, México.

GLOSARIO

Proyecto, estudio de mercado, finanzas, inversión, SAT, LFT, RESICO, LISR.