

## **DESARROLLO DE UN PLAN DE NEGOCIO CON METODOLOGÍA FONAES PARA UNA MICROEMPRESA DE GIRO ALIMENTOS.**

**Por: Mtra. Imelda Lorena Vázquez Jiménez, Dr. Roberto Celaya Figueroa;<sup>1</sup>  
Mtra. Beatriz Ochoa Silva, Dra. Dina Ivone Váldez Pineda;<sup>2</sup>  
LEF Virginia Corral Morales y Lucía Alcántar Ruiz<sup>3</sup>**

En el desarrollo del plan de negocio con metodología de Fonaes se puede encontrar información que apoye al microempresario a tomar decisiones de manera oportuna ya que cuenta con una descripción del negocio que ayudara a conocer más de cerca el negocio de lo que es actualmente y lo que se quiere lograr en un futuro, además se le hace entrega de un estudio de necesidades de mercado como esta posicionado actualmente en el sector donde se encuentra y las estrategias que el negocio utiliza para incrementar sus clientes y poder ser mas competitivo, al igual de cómo la empresa maneja su plan de producción, dirección y organización de la empresa y poder ver si los métodos que esta siguiendo son los convenientes para seguir creciendo como empresa , al final del análisis y sin ser menos importante se encuentra la sección financiera que nos arroja como se encuentra la empresa en estos momentos de una manera mas objetiva y real, ya que encontramos datos actuales, así como una corrida financiera a diciembre del presente año que nos arroje como se encontrara la empresa para esas fechas y poder decidir.

La anterior información que se maneja en este trabajo es para definir las necesidades y oportunidades con las que la empresa cuenta y definir si la empresa requiere de un micro crédito que le pueda ayudar a resolver sus problemas así poder darle una nueva oportunidad de seguir creciendo y poder ser el mejor en el ramo.

---

<sup>1</sup> Profesores investigadores del Depto. de Contaduría y Finanzas, ITSON.

<sup>2</sup> Profesores investigadores del Depto. de Ciencias Administrativas, ITSON.

<sup>3</sup> Egresados del programa de Licenciado en Economía y Finanzas. ITSON. Materia de Práctica Profesional II

## **Planteamiento del problema**

El microempresario actualmente con los activos de capital que tiene no son suficientes para cubrir la demanda de su producto y de la misma manera no puede crecer. La empresa requiere de una maquinaria más innovadora y grande que le permita abastecer su demanda y poder ofrecer mayores y mejores servicios al cliente con mejor calidad y rapidez.

La maquinaria que requiere el negocio es:

Carro de Hot-Dog y Hamburguesas, construido principalmente de acero inoxidable con estructura galvanizada con las siguientes medidas.

Largo 1.70 mts

Ancho .70 cms

Alto 1.05 mts

Equipado con freidor, plancha vaporera y hielera, vitrina protectora y repisa al frente, con radio de llanta, Rin 13. Con un costo de \$25,000.00.

Sin embargo la empresa no cuenta con los recursos necesarios para poder obtener esta maquinaria y es por eso que requiere de un microfinanciamiento.

## **Justificación**

El empresario al no contar con este activo no puede cubrir la demanda de su producto y por lo mismo siente que no puede crecer y ofrecer otro tipo de productos, , siendo ese el propósito del empresario de que su negocio sea más competitivo, es por ello que el negocio requiere de un microfinanciamiento que le permita acceder al tipo de activo fijo requerido por el empresario y que pueda tener impacto en el aumento de su producción, calidad y servicio.

## **Objetivo**

Desarrollar un plan de negocio con metodología de fonaes para que el empresario pueda presentarlo a una institución financiera que le facilite un micro crédito con tasa y plazo accesible a sus posibilidades financieras.

## **DESCRIPCION DEL NEGOCIO.**

### **Historia**

La empresa se dedica especialmente a la venta de alimentos preparados, como son hot dog, hamburguesas, bebidas refrescantes y una amplia variedad de tostitos preparados, donde se utilizan complementos como: tocino, camarón, queso, papas, jamón, repollo entre otros. La empresa inicio sus operaciones hace solamente 4 años con la venta de hot dog y debido a la demanda de sus clientes se fue incrementando la variedad de productos antes mencionados. Es una empresa familiar donde existe un único dueño y una empleada.

### **Misión**

Elaborar y vender productos alimenticios con la más alta calidad posible y con precios competitivos que favorezcan a nuestros clientes.

### **Visión**

Convertirnos en una empresa distinguida de las demás debido a la calidad y eficiencia en el producto y servicio.

### **Productos que ofrece**

- Hot dog.

- Hamburguesas.
- Bebidas refrescantes.
- Tostitos preparados.

### **Habilidades y experiencia**

El negocio cuenta con 4 años de experiencia en la venta de comida rápida como son: hot dog, hamburguesas y actualmente cuentan con una gran variedad de tostitos preparados.

### **Características del personal**

La empresa es familiar solamente laboran el dueño y una empleada que no necesitó inducción debido que es en preparado de alimentos. Su presentación es favorable cuidando en todo momento limpieza y ofrecen excelente trato a los clientes.

### **Sector**

De acuerdo a los resultados del Censo General de Población y Vivienda 2000, el municipio cuenta con una población total de 356,290 habitantes, de los cuales el 91 por ciento se ubica en el área urbana y 9 por ciento en el área rural. Del total de los pobladores 175,177 son hombres y 181,113 son mujeres. Presenta una densidad de 88.25 hab/km<sup>2</sup> y una tasa de crecimiento de 1.3 por ciento, respecto al censo de 1990, considerablemente menor a la década de los ochentas.

<b>Población</b>			<b>Tasa de Crecimiento (%)</b>	
<b>1980</b>	<b>1990</b>	<b>2000</b>	<b>1980-1990</b>	<b>1990-2000</b>
255,845	311,443	356,290	2.0	1.36

Fuente: Censo General de Población y Vivienda 2000, en: <http://www.sonora.gob.mx/>

### **Industria de Alimentos.**

En Ciudad Obregón se producen bienes que gracias a sus inmejorables procesos de elaboración, calidad de las materias primas y cumplimiento con las especificaciones de las normas nacionales e internacionales, sus marcas tienen gran reconocimiento y un alto grado de preferencia.

En el municipio de Cajeme y el Valle del Yaqui se obtienen los más variados productos: agrícolas, pecuarios y pesqueros, de los cuales sólo una parte se procesa y el resto se comercializa en su estado natural. El común denominador de todos ellos es la alta calidad, que les ha valido el reconocimiento y aceptación en los diferentes mercados.

Los productos agrícolas, que han dado fama internacional al Valle del Yaqui, son la materia prima principal para la industria procesadora. Las cosechas que cada ciclo se registran permiten enviar una parte hacia el mercado y el resto destinarlo al proceso, con lo cual se logra una derrama de divisas en beneficio de los distintos sectores de la población.

Dada la actividad de los productores locales y la promoción que se hace en el ámbito nacional e internacional para atraer inversiones frescas, el procesamiento de alimentos es una actividad con gran futuro en esta región, donde se cuenta con materia prima de calidad, información de mercados, promoción y excelente mano de obra.

"La oportunidad para el inversionista nacional y extranjero está abierta, con la ventaja que representa el conocimiento que los productores locales tienen de sus actividades, los apoyos que ofrecen los organismos empresariales, así como la vocación hacia el trabajo y la estabilidad laboral del trabajador de la región. Es por ello que en muy poco tiempo la industria de alimentos se ha convertido en la principal rama productiva de la región, adecuándose a los nuevos lineamientos que marcan la economía y el comercio global", (2001).

Entidad	Nombre de Entidad	Clave de Municipio	Nombre de Municipio	Población Total	Población Masculina	Población Femenina	Total de viviendas habitadas	
26	Sonora	018	Cajeme	Ciudad Obregón	375800	185074	190726	98513

Fuente: Censo General de Población y Vivienda 2000, en: <http://www.sonora.gob.mx/>

### Tipo de Clientes.

Los productos que se comercializan en el negocio van dirigidos a un público en general ya que sus productos son del gusto y pueden ser consumidos por cualquier persona ya que es un producto de comida y no requiere de edad, sexo o clase social.

Según las encuestas realizadas a los clientes del negocio el producto que mas se demanda y comercializa es el Hot Dog con el 50% siendo el producto clave del negocio, las hamburguesas con el 30% y los Tostitos con un 20%. La visita de los clientes al negocio se da con una frecuencia del 50% 2 veces por semana, el 40% 1 vez por semana y el 10% solo 1 vez por semana.

La visita de los clientes al negocio esta basada en base a la calidad, atención, rapidez y precios atractivos del negocio, siendo estos los puntos más destacados en las encuestas realizadas a los clientes.

### Competencia

La competencia de la empresa esta conformada por todos los puestos de Hot Dogs, que se encuentran ubicados dentro de la misma localidad. Actualmente existen 5 negocios de venta de hot dog ubicados de manera cercana al negocio :

1. **“Don Juan”** Boulevard Villa Bonita esquina con Coahuila.
2. **“victor”** Bulevar Villa Bonita esquina con Vista Hermosa.

3. “el chapo” Bulevar Villa Bonita esquina Paseo de la Paz.
4. “Don pepe” Paseo de Pergolas # 523.

### **Ventaja Competitiva**

La característica de los productos que la hace ser superior a la competencia, en el caso específico de hot dogs, las encuestas aplicadas a sus clientes arrojaron las siguientes ventajas competitivas:

- La calidad de sus productos.
- Amplia variedad de productos
- Calidad en el servicio
- Precios competitivos
- Cuenta con local propio
- Buenas instalaciones

La empresa con las anteriores ventajas que tiene sobre otros negocios puede ser y proporcionar los mejores productos con la mejor calidad del mercado existente en Villa Bonita.

### **Espacio de mercado**

El espacio de mercado que tiene la empresa se encuentra actualmente en Villa Bonita abarcando el siguiente cuadro, hacia el norte limita con el boulevard Villa Bonita, hacia el sur con Paseo de la Paz, hacia poniente con la calle Coahuila.

El negocio desea llegar a un mercado más amplio como abarcar la colonia en su totalidad, así como abarcar las localidades vecinas como lo son Alameda, Esperanza y Cocorit abarcando varias localidades cercanas a la colonia Villa Bonita, cabe mencionar que el empresario tiene

una visión a mediano plazo de expandirse hacia otros puntos de venta, donde pueda generar mayores ganancias a las actuales, abarcando otros mercados.

### **Creación de Demanda**

La empresa si puede crear demanda debido a que cuenta con una gran oferta, además de contar con productos claves, calidad, distinción e innovación. Además de promociones y publicidad.

### **Proveedores**

Los proveedores deseables de la empresa que pueden garantizar buen precio y calidad al comerciante y que este pueda a su vez satisfacer las necesidades del cliente son:

1. Central de abastos (verdura).
2. Sam's Club (Plásticos, Big cola).
3. Rosarito (Carnes frías y Pan).
- 4- Sabritas (Tostitos).
- 5- Coca Cola (Refrescos).

### **Actores del sistema financiero.**

El empresario ha tenido contacto con el sistema financiero, por medio de bancos y financieras (PROVAY), ya que ha realizado ahorros y solicitado micro créditos, en donde su reputación crediticia es excelente.

### **Estructura Legal**

Actualmente el negocio se encuentra registrado bajo el régimen intermedio, dicho régimen esta enfocado a personas físicas que realicen actividades empresariales, cuyos ingresos obtenidos en el ejercicio inmediato anterior no hubiesen excedido de \$4,000,000 además



deberán llevar una contabilidad simplificada consistente en un solo libro de ingresos, egresos y de registro de inversiones, en lugar de contabilidad formal.

El negocio no genera ingresos formales como para estar registrado en el régimen Intermedio, de acuerdo a la ley tributaria se le recomienda darse de alta como pequeño contribuyente, bajo este régimen están las personas físicas que realicen actividades empresariales que únicamente enajenen bienes o presten servicios, al público en general, además que sus ingresos obtenidos en el año de calendario anterior, no hubiesen excedido de la cantidad de \$2, 000,000.

En base a la recomendación de darse de alta como pequeño contribuyente, tiene que cumplir con las siguientes obligaciones fiscales:

- Solicitar su inscripción en los registros federales de contribuyentes.
- Presentar aviso ante las autoridades fiscales a más el 31 de marzo del ejercicio en el que se comiencen a pagar el impuesto conforme a este régimen.
- Conservar comprobantes que reúnan requisitos fiscales por las compras de bienes nuevos de activo fijo que se usen en un negocio cuando el precio sea superior.
- Llevar un registro de sus ingresos diarios.
- Entregar a sus clientes copias de las notas de venta y conservar las originales de las mismas.
- Las notas de venta deberán de reunir los requisitos de las fracciones I , II Y III del art. 29-A del CFF.
- Presentar declaraciones bimestrales de IRS a más tardar el día 17 de mes inmediato posterior a aquel al que corresponda el pago.
- Retener y enterar el ISR por pago de salarios.
- Presentar declaración anual de ingresos obtenidos a más el día 15 de febrero de cada año.

### **Clientes potenciales**

Para poder determinar el comportamiento de los clientes potenciales, se realizó una encuesta donde se investigó los gustos y preferencias de los mismos. La encuesta arrojó los siguientes resultados: Del total de la muestra de los clientes potenciales el 50% asiste una vez por semana al negocio de la competencia, el 40% dos veces por semana y el 10% tres veces por semana, en cuanto a gustos y preferencias el 100% coincidió en calidad, el 80% con atención al cliente, el 60% rapidez e higiene, y el 10% con la limpieza.

Del total de la muestra de los clientes potenciales el 80% contestó que los precios de la competencia son atractivos pero el mismo porcentaje contestó que le gustaría conocer esta empresa y el 20% dijo que no le parecían atractivos los precios de la competencia y el mismo porcentaje contestó que no le gustaría visitar la empresa.

### **Remuneración a socios**

El negocio es particular y no cuenta con socios, debido a que es un negocio con un solo inversionista.

### **Recursos de la empresa**

Actualmente el negocio tiene los siguientes recursos:

- Activos (carro de hot dog, freidora de papas, inmuebles).
- Materia prima (insumos).
- Capital humano.

Considerando los recursos con los que ya cuenta, el negocio requiere de un activo más, y para ello se ve en la necesidad de solicitar un micro crédito.

## **Financiamiento**

Debido a las necesidades del negocio , el microempresario desea financiarse con recursos ajenos, por medio de un financiamiento otorgado por una financiera, aproximadamente de \$25,000, mas sin embargo el monto del cual se beneficiara a través del crédito de la financiera será de \$15,000 con una tasa de interés del 1.14% mensual y el resto que será de \$10,000 serán financiados con un préstamo familiar sin interés alguno, el financiamiento del cual requiere el empresario es para adquirir un nuevo carro de hot dog y poder expandir el negocio, y como anteriormente se menciona los pagos serán mensuales, debido a que sus flujos de efectivo no le permiten hacer pagos en intervalos de tiempo muy cortos, el empresario dispone como garantía de su automóvil la cotización del carro de hot dog se describe de la siguiente manera, Carro de Hot-Dogs y Hamburguesas, construido principalmente de acero inoxidable con estructura galvanizada con las siguientes medidas.

Largo 1.70 mts

Ancho .70 cms

Alto 1.05 mts

Equipado con freidor, plancha, vaporera y hielera, vitrina protectora y repisa al frente, con radio de llanta, Rin 13. Con un costo de \$25,000.00, este activo es ofrecido por la empresa “Taller Alfaro” ubicada en California #1316 sur, col. Sochiloa.

## **ESTUDIO DE MERCADO**

### **Valores Formales**

La empresa cuenta con una licencia sanitaria avalada por la Secretaria de Salud Publica con su respectivo número de certificación.

## Valores Agregados

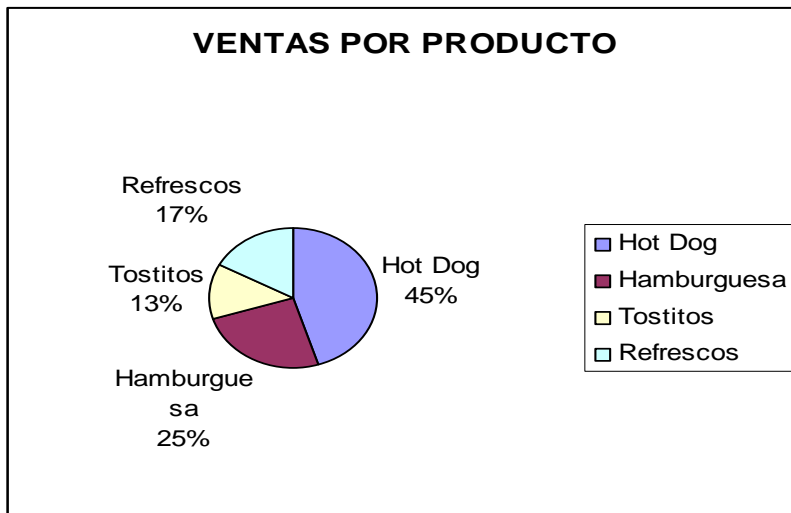
La empresa cuenta con una certificación por parte de la secretaria de salud, donde demuestra que sus productos tienen un alto control de calidad e higiene, con esto le da una mayor seguridad al cliente y lo incentiva a consumir sus productos.

Debido a la amplia competencia de hot dogs, se ve en la necesidad de darle un valor agregado a sus productos, innovando la forma de preparación de los mismos.

- Variedad de aderezos.
- Variedad en salsas.
- Combinación de ingredientes.
- Acondicionamiento del negocio.

## Contribución De Venta Del Producto

- |                |       |       |     |
|----------------|-------|-------|-----|
| • Hot dog      | \$560 | ----- | 45% |
| • Hamburguesas | \$315 | ----- | 25% |
| • Tostitos     | \$150 | ----- | 13% |
| • Refrescos    | \$210 | ----- | 17% |



### **Tamaño Del Mercado**

El espacio de mercado que ocupa la empresa se encuentra actualmente en Villa Bonita en la zona oriente de la colonia, y va enfocado a un público en general ya que es un producto consumible por toda clase social, sexo y gustos.

### **Tendencias de Mercado**

La tendencia que lleva el negocio es la expansión de un nuevo puesto en las avenidas Cajeme o California, abarcando otros sectores de la ciudad como pueden ser Villa California, Villa Bonita, Alameda, esperanza y Cocorit.

### **Posicionamiento del Mercado**

El negocio ha conseguido que los consumidores de comida rápida prefieran sus productos a través de:

- Calidad en el producto.
- Calidad en el servicio.
- Buena campaña publicitaria.
- Precios competitivos.

### Estimación de ventas anuales

<b>Productos</b>	<b>Precio unit.</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Vta. Diaria</b>	<b>Vta. Mensual</b>	<b>Vta. Anual</b>
Hot dog	\$14	40	\$560	\$14,560	\$174,720
Hamburguesa	\$21	15	\$315	\$8,190	\$98,280
Tostitos	\$15	10	\$150	\$3,900	\$46,800
Refrescos	\$7	30	\$210	\$5,460	\$65,520

### Competidores Directos

Aproximadamente el negocio cuenta con cinco competidores cerca y el mas directo es “Don Juan” venta de hot dog y hamburguesas se encuentra ubicado en Boulevard Villa Bonita esquina con Coahuila, cuenta con muchos años establecido además de contar con variedad de ingredientes en la elaboración de su producto y además con una muy buena atención al cliente.

“Víctor” es otro establecimiento con venta de hot dog se encuentra ubicado en Bulevar Villa Bonita esquina con Vista Hermosa, la elaboración del producto es bueno y además el horario nocturno que hace que tenga más clientes en ese horario.

### Competidores Indirectos

El empresario considera competencia indirecta a todos los negocios de comida que existen cerca de su establecimiento, por ejemplo taquerias, comida mexicana, pizzerías.

La competencia indirecta se conforma básicamente por 3 negocios establecidos que son los siguientes:

- Taqueria “ERIC” venta de tacos de carne asada, ubicación Paseo Vista Hermosa esquina Carlos Connant.

- Hamburguesas “Doña María” venta de hamburguesas, ubicación paseo de los Arcos # 726.
- Taqueria “QUESADA” venta de tacos de carne asada, ubicación Paseo Villa Bonita esquina con Vista Hermosa.

### Características principales del competidor

Descripción del Producto	Empresa	“Don Juan”
<i>Marca</i>		
<i>Reconocimiento del Mercado</i>	Cuenta con 4 años de experiencia en el mercado, así como el reconocimiento a través de la calidad, servicio de sus clientes.	Cuenta con 8 años de experiencia en el mercado y gran variedad de productos siendo esta un atractivo para sus clientes.
<i>Segmentación</i>	Nivel Medio-Bajo	Nivel Medio-Bajo
<i>Servicios Agregados</i>	Cuenta con una certificación por parte de la secretaria de salud, donde demuestra que sus productos tienen un alto control de calidad e higiene, innovación, así como una gran variedad en sus productos como lo son la variedad de preparación en los tostitos.	“Don Juan” cuenta con variedad en sus productos como los son “Chiledogos” y otros productos. Además este negocio da un servicio mas amplio ya que se esta a horas mas tarde de la madrugada.
<i>Precios</i>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Hot Dog (papas)</i></li> <li>• <i>Hamburguesa</i></li> <li>• <i>Refresco</i></li> <li>• <i>Tostitos</i></li> </ul>	\$14.00 \$16.00 \$21.00 \$ 7.00 \$15.00	\$16.00 \$18.00 \$24.00 \$ 8.00

<i>Promoción</i>	El negocio cuenta con una promoción que es el paquete “paquetellenes” a un precio de \$32.00	No cuenta con promociones.
<i>Proveedores</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Central de abastos (verdura).</li> <li>• Sam’s Club (Plásticos, Big cola).</li> <li>• Rosarito (Carnes frías y Pan).</li> <li>• Sabritas (Tostitos).</li> <li>• Coca-Cola (Refrescos).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Central de abastos (verdura).</li> <li>• Sam’s Club (Plásticos, Big cola).</li> <li>• Rosarito (Carnes frías y Pan).</li> <li>• Sabritas (Tostitos).</li> <li>• Coca-Cola (Refrescos).</li> </ul> Productos Guzmán

## **ESTRATEGIA Y PLAN DE MERCADO**

### **Estrategias**

Actualmente en la empresa se aplican estrategias como: la innovación de productos, así como también mantener vigente una licencia sanitaria avalada por la Secretaria de Salud Publica con número de certificación, esto para dar mayor confianza al consumidor con respecto al producto, también aplica la estrategia de minimizar costos para poder brindar precios competitivos al consumidor.

Próximamente el negocio pretende expandirse a otros puntos de venta con el objetivo de abrir nuevos nichos de mercado y maximizar sus ingresos, esto a base de una amplia gama de productos y de una buena publicidad del negocio.

### **Factores críticos de éxito**

#### *Ventas*

En la empresa se laboran 6 días a la semana, y se tiene como día de descanso los días martes, tiene un promedio de ingresos que oscila en alrededor de \$1,235 diarios, en el mes sería 29,640 y en el año sin considerar los días festivos alrededor de \$355,680, es importante destacar que los fines de semana es cuando se disparan las ventas y entre semana disminuye el



consumo, las ventas antes mencionadas es en general por los productos que ofrece, si se obtiene en porcentaje con cuanto contribuye cada producto quedaría de la siguiente manera:

- Hot dog            \$560    -----    45%
- Hamburguesas    \$315    -----    25%
- Tostitos            \$150    -----    13%
- Refrescos         \$210    -----    17%

*Logística.* En la empresa en todo momento se trata de satisfacer el gusto del cliente ofreciéndoles productos de calidad y a un precio muy accesible, además de estar dispuesto a mejorar su proceso productivo que le pueda brindar una mayor rapidez y a la vez innovación en sus productos, para de esta manera cada día poder ser mas competente ante sus clientes como con sus competidores y así poder seguir creciendo como es la idea del empresario desde sus inicios crecer-crecer.

*Imagen.* El negocio tiene una excelente imagen ante sus clientes, ya que cuenta con un puesto muy novedoso en cuestión de publicidad, además de contar con la limpieza necesaria y la atención al cliente que este tipo de negocios necesitan, mas sin embargo le hace falta un poco de publicidad en lugares un poco más lejanos de la misma colonia, ya que el negocio se encuentra un poco escondido es por eso que el negocio debería de hacer un poco mas publicidad en esos sectores de la misma colonia para poder atraer mas clientes.

### **Control de calidad**

El empresario está al pendiente de la calidad de sus productos mediante la compra de insumos de calidad, además de utilizar cubre bocas al momento de la elaboración de producto,

tiene limpieza continua del local, se lava las manos cada vez que se ensucia de los mismos ingredientes del producto, además de que el empresario elabora el producto y su esposa es la que cobra el dinero a los clientes.

Cabe mencionar que el negocio cuenta con una licencia sanitaria avalada por la Secretaria de Salud Publica con su respectivo número de certificación lo que hace sentir confianzas al cliente que los visita.

### **Finanzas**

Se desarrolla una memoria de cálculo con el objetivo de detallar las posibles entradas y salidas de efectivo que tendrá la empresa en los meses futuros inmediatos, considerando como base el último mes real.

Después se elaboran los estados financieros correspondientes a ese mes, primero el estado de resultados; donde se detallan las ventas y sus diferentes costos, con la finalidad de obtener la utilidad neta, después el balance general de igual forma correspondiente a cada mes, ahí se detalla el activo y pasivo de la empresa, como activo se considera el conjunto de bienes y derechos reales y personales sobre los que se tiene propiedad, así como cualquier costo o gasto incurrido con anterioridad a la fecha del balance, que debe ser aplicado a ingresos futuros, y el pasivo es el grupo de obligaciones jurídicas por las cuales el empresario se obliga con las personas a las que les debe pagar con bienes, dinero o servicios. Comprende obligaciones presentes que provengan de operaciones pasadas.

Después se analiza única y exclusivamente el impacto que tendrá la inversión que el empresario realizara con la compra del carrito de hot dog, cotizado en \$25,000, en sus entradas y salidas de dinero, para poder analizar el impacto ya mencionado, se utilizan herramientas de calculo financiero, como son: PRI (periodo de recuperación de la inversión, aquí se determina cuanto tiempo tarda el empresario en recuperar su inversión en base a sus

entradas y salidas pronosticadas, (VAN) valor actual neto, aquí se toma en cuenta sus entradas y salidas de efectivo pronosticada, para calcularlas, pero a valor presente con la finalidad de determinar el beneficio que proporcione la nueva inversión, TIR (tasa interna de retorno) en este cálculo se compara el costo del financiamiento, con la tasa que posiblemente se incrementaran las entradas de efectivo si sale mayor esta tasa se dice que es viable la opción de invertir, ya que, será mayor el beneficio que el costo que implique dicha inversión, y punto de equilibrio de la empresa, en este punto se encuentra la cantidad de dinero que tiene que vender el empresario para no ganar ni perder, es decir recupera lo que invirtió pero no gana, el empresario siempre busca superar por mucho el punto de equilibrio para poder obtener las mayores ganancias posibles

**MEMORIA DE CALCULO SEMANAL**

<b>Ingresos</b>									
<b>semanales</b>	lunes	martes	miércoles	jueves	viernes	sábado	domingo	total	
Hot dog	40		40	35	60	70	60		
hamburguesas	12		15	10	15	18	15		
sodas	15		20	15	24	24	20		
cantidad de									
productos	67		75	60	99	112	95		
<b>Total Ing</b>	<b>925</b>		<b>920</b>	<b>600</b>	<b>1100</b>	<b>1220</b>	<b>1100</b>	<b>5865</b>	

<b>Egresos</b>									
<b>semanales</b>	lunes	martes	miércoles	jueves	viernes	sábado	domingo		
luz	21		21	21	21	21	21		
agua	2		2	2	2	2	2		
gas	30		30	30	30	30	30		
gasolina	25		25	25	25	25	25		
materia prima	465		515	397	669	772	655		
otros gastos	38		38	38	38	38	38		
<b>microcredito</b>	42	42	42	42	42	42	42		
<b>intereses</b>	6	6	6	6	6	6	6		
<b>total egresos</b>	<b>628</b>	<b>47</b>	<b>678</b>	<b>560</b>	<b>832</b>	<b>935</b>	<b>818</b>	<b>4500</b>	

<b>Microcrédito por \$15,000 con la tasa de interés de 1,14% a un año</b>			
	hot dog	7	14
CAPITAL	hamburguesa	11	21
INTERES	soda	3.5	8
TOTAL A PAGAR		1421	17052
			47

**EMPRESA**  
**Presupuesto de Efectivo Mayo-Diciembre 2008**

**MAYO.**

	<b>Ingresos</b>	<b>sem. 1</b>	<b>sem. 2</b>	<b>sem. 3</b>	<b>sem. 4</b>	<b>total</b>	<b>junio</b>	<b>julio</b>	<b>total</b>	<b>agosto</b>	<b>sept.</b>	<b>octubre</b>	<b>nov.</b>	<b>dic.</b>
	hotdog	305	305	305	305	1220	1220	1342		1476	1624	1786	1965	2161
	hamburguesas	85	85	85	85	340	340	374		411	453	498	548	602
	sodas	118	118	118	118	472	472	519		571	628	691	760	836
	cantidad de													
	productos	508	508	508	508	2032	2032	2235		2459	2705	2975	3273	3600
	<b>total ingresos</b>	<b>5865</b>	<b>5865</b>	<b>5865</b>	<b>5865</b>	<b>23460</b>	<b>23460</b>	<b>25806</b>	<b>25806</b>	<b>28387</b>	<b>31225</b>	<b>34348</b>	<b>37783</b>	<b>41561</b>

	<b>Egresos</b>													
	luz	126	126	126	126	504	504	504	504	504	504	504	504	504
	agua	12	12	12	12	48	48	48	48	48	48	48	48	48
	gas	180	180	180	180	720	720	792	792	871	958	1054	1160	1276
	gasolina	150	150	150	150	600	600	800	800	800	800	800	800	800
	materia prima	3473	3473	3473	3473	13890	13890	15279	15279	16807	18488	20336	22370	24607
	otros gastos	228	228	228	228	912	912	1003	1003	1104	1214	1335	1469	1616
	microcredito	292	292	292	292	1250	1250	1250	1250	1250	1250	1250	1250	1250
	intereses	43	43	43	43	171	171	171	171	171	171	171	171	171
	<b>total egresos</b>	<b>4503</b>	<b>4503</b>	<b>4503</b>	<b>4503</b>	<b>18095</b>	<b>18095</b>	<b>19847</b>	<b>19847</b>	<b>21555</b>	<b>23433</b>	<b>25499</b>	<b>25499</b>	<b>25499</b>
	<b>flujo de efec.</b>					<b>5365</b>	<b>5365</b>	<b>5959</b>		<b>6832</b>	<b>7792</b>	<b>8849</b>	<b>12284</b>	<b>16062</b>

**Estado De Resultados Proyectados  
Del 1 de abril del 2008 al 30 de diciembre del 2008.**

<b>concepto</b>	<b>mes base</b>	<b>mayo</b>	<b>junio</b>	<b>julio</b>	<b>agosto</b>	<b>sept.</b>	<b>oct</b>	<b>nov.</b>	<b>dic.</b>
ventas	23460.0	23460.0	23460.0	25806.0	28386.0	31225.0	34347.0	37782.0	41560.0
			0		6	3	8	6	8
(-) Cto. de ven.	13890.0	13890.0	13890.0	15279.0	16806.0	18487.0	20336.0	22370.0	24607.0
			0		9	6	3	0	0
(=) U. B.	9570.0	9570.0	9570.0	10527.0	11579.0	12737.0	14011.0	15412.0	16953.0
					7	7	4	6	8
Gto. Operat									
(-)Gto Vta.	2784.0	2784.0	2784.0	3147.2	3326.7	3524.2	3741.4	3980.4	4243.2
Dep.	273.1	478.3	474.3	470.4	466.5	462.6	458.8	455.0	451.2
Acum.									
(=)U. Ope.	6512.9	6307.7	6311.7	6909.4	7786.5	8750.9	9811.2	10977.3	12259.5
Gto. Finan.									
(-) Int.	171.0	171.0	171.0	171.0	171.0	171.0	171.0	171.0	171.0
Paga.									
U. NETA	6341.9	6136.7	6140.7	6738.4	7615.5	8579.9	9640.2	10806.0	12088.0

<b>materia</b>		
<b>prima</b>	<b>costo</b>	<b>precio</b>
hot dog	7	14
hamburguesa	11	21
soda	3.5	8

### **Periodo de Recuperación de la Inversión**

Flujos de		
efe	<b>25000</b>	Inv. Inicial
5365	19635	
5959	13676	
6832	6844	
7792		
8849		
12284		
16062		

Según la resta de las entradas menos las salidas de efectivo mensuales pronosticadas y después restándole la inversión de la compra del carrito de hotdog nos indica que la inversión se recupera en 3 meses con 26 días

### Valor Actual Neto

Inv Inicial	25000
CPC	1.14%
F. E. Pronosticados	
junio	5365
julio	5959
agosto	6832
sept.	7792
oct.	8849
nov.	12284
dic.	16062

$$\text{VPN} = \frac{5365}{1.0114} + \frac{5959}{(1.0114)^2} + \frac{6832}{(1.0114)^3} + \frac{7792}{(1.0114)^4} + \frac{8849}{(1.0114)^4} + \frac{12284}{(1.0114)^5} + \frac{16062}{(1.0114)^6}$$

$$\text{VPN} = \frac{5,365}{1.0114} + \frac{5,959}{1.0229} + \frac{6,832}{1.0346} + \frac{7,792}{1.0464} + \frac{8,849}{1.0464} + \frac{12,284}{1.0583} + \frac{16,062}{1.0704}$$

$$\text{VPN} = 5305 + 5825 + 6604 + 7447 + 8457 + 11607 + 15006$$

$$\text{VPN} = 60250 \text{ MENOS } 25000$$

$$\text{VPN} = \mathbf{35250}$$



### Tasa Interna de Retorno

y1	0.25
y2	0.30
x1	26655
x2	23226

$$\text{TIR} = y1 + \frac{y2-y1}{x2-x1} * (I^{\circ}-x1) \quad (=) \quad 25\% \quad \frac{5\%}{-3429} \quad -1,655$$

$$\text{TIR} = 27.41$$

$$\text{CPC} \quad 0.0114$$

$$\text{TIR} \quad 27.41$$

### Punto de Equilibrio

$$\text{PE\$} = \frac{\text{costos fijos}}{1 - \frac{\text{costos variables}}{\text{ventas totales}}}$$

Costos fijos	552
costos Var.	16122

ventas

23460

PE\$=

\$1764,77

El negocio obtiene su punto de equilibrio cuando vende \$1765 en productos, esto quiere decir que no gana ni pierde, solo recupera los costos y gastos sin generar ganancia.

### Tasa CETE

La Secretaría de Hacienda y Crédito Público a través del Banco de México, en su carácter de agente financiero del gobierno federal, informa los resultados de la subasta de valores gubernamentales.

Título	Plazo (Días)	Mínima	Máxima	Actual	Anterior	Variación
Cetes	28	7.43	7.68	7.44	7.44	0
Cetes	91	7.53	7.67	7.55	7.54	0.01
Cetes	128	7.59	7.8	7.63	7.59	0.04

Fuente: <http://www.banxico.org.mx/indicadores/cetes28.html>

## **RECOMENDACIONES**

De acuerdo a lo analizado en el negocio dedicado a la venta de comida rápida se concluye que es un negocio bien establecido con estrategias de venta buenas, con unas instalaciones excelentes, y con una apropiada atención al cliente, así como la excelente calidad en su producto.

En base a los resultados de la evaluación financiera que se realizó anteriormente se le recomienda al empresario invertir en la compra del nuevo carrito de hot dog, con el financiamiento solicitado, ya que, con esto se dará el cambio de punto de venta, y por consiguiente el incremento a sus utilidades en corto plazo, es importante que al adquirir el financiamiento se tenga bien claro para que fue solicitado y no cambiar su destino.

En conclusión el empresario hasta la fecha es una persona solvente que con sus entradas y salidas de efectivo, puede responder al financiamiento solicitado, y por lo mismo se le recomienda comprar el carrito y con el presente plan de negocio se le plantea un panorama positivo en consecuencia de la ya mencionada inversión.

## CONCLUSIÓN

De acuerdo al plan de negocio realizado anteriormente al negocio podemos concluir que es un negocio estructurado con estrategias de ventas bien establecidas, donde tiene muy en claro el objetivo de continuo crecimiento, innovando lo ya establecido en su mercado, esto gracias al excelente desempeño como líder por parte del empresario que desde el inicio del negocio se planteo metas que hoy en día se ven reflejadas en su microempresa.

Cabe mencionar que para el empresario no es suficiente con lo que ha logrado hasta la fecha, es por ello que quiere expandir su negocio a otro punto de la ciudad, por lo anterior se ve en la necesidad de solicitar un micro crédito para la adquisición de un nuevo carrito de hot dog, que le permita satisfacer la demanda de otro punto de venta al igual que incrementar sus ganancias.

Como resultados de la evaluación financiera del presente plan de negocio se determino viable que el empresario invierta en su negocio el dinero para la adquisición del nuevo activo (carrito de hot dog), ya que, con sus flujos de efectivo pronosticados genera utilidades suficientes para hacer frente a al microfinanciamiento.

## **BIBLIOGRAFÍA.**

Censo General de Población y Vivienda 2000, en:

<http://www.sonora.gob.mx/>

Escenario Macroeconómico. Tasas de interés-Mediano y Largo Plazo, en:

<http://www.banxico.org.mx/indicadores/cetes28.html>

Plan de Negocio con Metodología de Fondo Nacional de Apoyo a las Empresas de Solidaridad, Nuevos Emprendedores, en:

<http://www.fonaes.gob.mx/cap013.html>

Ley Tributaria 2008