



DEFINICIÓN DE LA FACTIBILIDAD DE UN PROYECTO EMPRENDEDOR DE GASTRONOMICA DE LA CIUDAD DE RIO BRAVO, TAMAULIPAS

M.D.E. Jesús Marmolejo Rodríguez

jmarmolejo@docentes.uat.edu.mx

Unidad Académica Multidisciplinaria Río Bravo.

Universidad Autónoma de Tamaulipas.

Saidy Nallery Quiroga Cortina.

Karla Benavides Medina.

(Estudiantes de la Universidad Autónoma de Tamaulipas de la Unidad Académica Multidisciplinaria Río Bravo Generación 2016)

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Jesús Marmolejo Rodríguez, Saidy Nallery Quiroga Cortina y Karla Benavides Medina (2016): "Definición de la factibilidad de un proyecto emprendedor de gastronomica de la ciudad de Río Bravo, Tamaulipas", Revista Caribeña de Ciencias Sociales (noviembre 2016). En línea: <http://www.eumed.net/rev/caribe/2016/11/gastronomia.html>

Resumen:

La realización de proyectos de inversión debe ser considerada prioridad en los planes de acción de los países en desarrollo, ya que las nuevas empresas son las que más necesitan ser apoyadas en los primeros años de operación, el presente estudio muestra cada uno de los pasos requeridos para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de comida rápida por medio de un carro móvil que facilita su acceso para a las personas con horarios reducidos de descanso.

Dentro de los apartados que lo conforman se encuentran los aspectos legales y de operación general de la organización, asimismo se incluye una serie de instrucciones sobre los cuales se debe actuar para obtener utilidades en el establecimiento de dicho negocio, además se muestra una proyección de operación del primer año de vida del mismo.

Palabras clave: inversión, negocios y comida rápida.

Abstract:

The realization of investment projects should be considered a priority in the action plans of developing countries, as new companies are those that most need to be supported in the first years of operation, the present study shows each of the steps required for the creation of a company dedicated to the production and marketing of fast food with a cart for easy access for people with reduced rest schedules.

Within paragraphs that comprise it are legal and general operation of the organization aspects, also it includes a series of instructions which must act to make a profit in the establishment of such business, and a projection operation shown the first year of service life.

Key words: investment, business and fast food.

Capítulo I. Introducción

1.1 Proceso creativo para determinar la idea del proyecto de inversión

El presente estudio se enfoca en la ciudad de Rio Bravo Tamaulipas. La localidad cuenta con un variado número de empresas y negocios, así como universidades y escuelas (de todo tipo de sectores), donde no todas cuentan con una cafetería o un establecimiento apropiado en cuanto a su hora de comida, por ello, se investigó la necesidad de no un negocio más de comida, sino de alimentos que lleguen hasta sus áreas de trabajo/estudio, ahorrándoles así tiempo, esfuerzo y dinero.

La idea se estableció con ayuda tanto de Licenciados en Negocios Internacionales e Ingenieros en Mantenimiento Industrial, ambos cursando 7° semestre y 3° semestre respectivamente en la Universidad Autónoma de Tamaulipas ubicado en Rio Bravo, Tamaulipas.

Los integrantes del equipo de 7° son: Karla Benavides Medina, Astrid De Leon Ornelas, Gabriela Estebane Mireles, Saidy Nayeri Quiroga Cortina e Irving José Vidales Canchola, compañeros de aula en la carrera de Licenciados en Negocios Internacionales. Con la colaboración con los compañeros de 3° de Ingeniería en Mantenimiento Industrial.

1.2 Elección de nombre y slogan

Se investigó con el fin de saber si alguna otra organización contaba ya con dicho distintivo. Al no encontrarse algo igual en empresas de comida, se optó por establecerlo como propio. Se justifica el nombre por el hecho de enfatizar la comida rápida, en sentidos de preparación y llegada. A pesar de ser un nombre en inglés es algo sencillo en cuanto a su pronunciación y su significado al español (la traducción en literal sería comida corriendo, pero no se utiliza en dicho aspecto).

Después de haberse puesto a votación por ambos grupos ya antes mencionados, con un puntaje más alto quedó "Running Food".

Para crear la frase representativa que ayuda a identificar a toda empresa, se necesita de algo original y pegajoso, que quede grabado y no sea difícil de pronunciar. Llegando así a la decisión de "La ruta del sabor" como eslogan, dando un enfoque a lo que se dedica, la comida y el transporte (camión por el cual se trasladan los alimentos).

1.3 Desarrollo del logo de la empresa

Apegándose a la imagen de la organización, se decidió plasmar un camión con el nombre por la parte frontal "Running Food" (*ver dibujo 1*). Donde se encuentra la puerta hay un logo de un chef con un plato en mano y la frase debajo de él "Run Run Food" (traducción literal: corre corre comida [refiriéndonos a la comida rápida con un juego de palabras en inglés]).

Los colores elegidos que predominan son el verde, café y azul, combinándolos y haciendo que la imagen destaque y llame la atención del consumidor al momento de verlo.

Debajo de eso se encuentra el eslogan: "La ruta del sabor", aprovechando para implantarlo en el distintivo.



Tabla 1. Logo de la empresa

(Fuente: elaboración propia)

1.4 Misión, visión y justificación de la empresa

Visión: Llegar a ser una empresa reconocida en el ámbito gastronómico en Río Bravo Tamaulipas, por su especialidad en comida rápida y económica de una forma original, tomando en cuenta a cada uno de los empleados y las ideas que ellos aporten para tratar de tener un espléndido ambiente laboral.

Obteniendo así la armonía para los clientes, esperando que se conviertan en fieles y frecuentes para otorgarles un mejor servicio ofreciendo siempre lo mejor de nosotros como equipo con calidad.

Misión: Nuestro objetivo es el crear una empresa con un distinguido ambiente laboral, dedicado a la comida y buscar la satisfacción total del cliente.

Forjar una relación cliente-empleado para así ofrecer un mejor servicio.

Justificación: Como todo buen proyecto, la empresa Running Food inició como una vaga idea. La idea consta de ofrecer a empleados, alumnos y personas de la comunidad de Río Bravo Tamaulipas (como meta inicial), variados tipos de comidas que no solamente sean saludables, rápidas y económicas, sino que se buscó la manera de facilitar su llegada hasta su trabajo, escuela, oficina, etc. Fortaleciendo la justificación, se emplean los 5 Por Qué (ver tabla 1.2).

Tabla 1.2 ¿POR QUÉ EMPRENDER UN FOOD TRUCK?

1er. ¿Por qué?
Porque se ofrecerán rutas, horarios y comidas atractivas.
2do. ¿Por qué?
Porque no cuentan con horarios flexibles y se cansan de la misma rutina.
3er. ¿Por qué?
Porque algunas empresas/escuelas no satisfacen a los usuarios/clientes en esas cuestiones.
4to. ¿Por qué?
Porque en la ciudad de Río Bravo no se cuenta con una unidad que ofrezca un servicio similar.

5to. ¿Por qué?

Porque hasta ahora no se ha creado un Proyecto innovador y original.

(Elaboración propia)

1.5 Objetivo de la empresa

La comodidad para trabajadores, empleados y alumnos durante su hora de comida, brindándoles de una manera adecuada alimentos apropiados, de fácil llegada y accesible preparación. Ofreciendo el servicio con un costo razonable para los bolsillos de la comunidad de Rio Bravo Tamaulipas, para poder impactar tanto en empresas como a escuelas (sector prepa y universidad).

1.6 Posible ubicación geográfica

- Calle Morelos. (Frente a la clínica Las américas, detrás del Colegio Santa Clara) Local amplio, céntrico y de fácil reconocimiento al momento de dar instrucciones.
- Aún lado del ICN, cuenta con la calle Francisco I. Madero como avenida principal, siendo así una buena ubicación, lugar amplio y se ahorraría la construcción del local.
- Terreno antes ocupado por Sucampo. Tiene una ubicación perfecta, al no ser muy céntrica pero estar cerca de empresas, (valeo, nissan, y a unos cuantos km Trancasa, maseca y La Duro).

Debido a la naturaleza de la empresa, se prestarían interpretaciones de que no se cuenta con una ubicación fija, pero a causa de nuestra visión (el querer expandirnos en un tiempo indeterminado aún) se busca tener un establecimiento preestablecido (para usarlo como almacén y en un futuro, como posible puesto de comida).

1.7 Ventajas competitivas

El producto: Una de las ventajas que se tienen con respecto a la comida que ofrecemos, es la gran variedad que se maneja, para cualquier gusto y antojo.

Proceso productivo eficaz: al preparar los alimentos al instante y no desperdiciarla, aparte del buen servicio a ofrecer con respecto a comida caliente.

Contar con personal destacado y especializado cada uno en su área.

Sistema de rutas eficientes: tomando ventaja en el hecho de llevar nosotros mismos las respectivas comidas, en lugar de esperar a que los clientes se acerquen.

Moderna infraestructura: Sillas de fácil uso al momento de montar y desmontar, para poder brindar una mayor comodidad y un mejor ambiente para la sociedad.

Ubicación: almacén céntrico para destacar.

Visibilidad: camión ilustrado atractivamente para poder llamar la atención.

1.8 Valores corporativos

Honestidad: Trabajamos bajo el principio de la buena fe, ofreciendo el mejor servicio a los clientes y un mejor ambiente laboral día con día para nuestros compañeros.

Respeto: Fomentar el respeto entre compañeros, hacia nuestros consumidores, para los competidores y hasta a nuestros proveedores.

Idoneidad: Siendo competentes en lo que hacemos, investigadores y siempre buscando nuevas formas para impactar el sector gastronómico de una mejor manera.

Sensibilidad: dando un enfoque de calidad humana para brindar lo mejor a la sociedad.

Trabajo en equipo: herramienta esencial para poder llegar a nuestros objetivos.

Desarrollo Profesional: Logrando beneficios comunes entre los empleados, ayudando a la progresión y un mejor profesionalismo de cada uno de los que forman parte de la empresa “Running Food”.

1.9 Análisis y evaluación del sector

En esta sección se analizarán las variables políticas, legales y socio-económicas que podrían ser causantes de posibles alteraciones que afecten el entorno comercial de nuestra empresa. Debido a la prestación de servicios comerciales a la que se dedica, para tener varias alternativas, acertamos con una diversidad de páginas donde podemos encontrar camiones asequibles:

- autos.trovis.com.mx (autos usados).
- Vivaanuncios.com.mx
- Vehículos.mercadolibre.com.mx
- Foodtrucksdemexico.com

Emprender el negocio no es del todo elemental, no será un puesto ambulante, se pagará impuestos y se tendrán marcas registradas. Guiándonos con la Asociación Mexicana de Foodtrucks (quienes buscan legalizar el movimiento en la ciudad).

Para formar parte de la Asociación Mexicana de Foodtrucks se necesita:

- Registro ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI).
- Firma electrónica.
- Camión que tenga los lineamientos establecidos: drenaje, sistema, electricidad, gas y tanque.
- La inversión estimada varía entre 40 mil y 3 millones de pesos. La cantidad promedio es de 100 mil (CNN Expansión).
- Se calcula que diariamente un foodtruck puede generar entre 1500 y 20 mil pesos, dependiendo de los públicos a los que se dirija (El financiero).

Basándonos en los datos del INEGI (2012), Tamaulipas tiene 3 268 554 habitantes, de los cuales 118 259 forman parte de Rio Bravo, ocupando así el octavo lugar de los municipios con mayor población y 95 647 de los habitantes viven en la zona urbana.

De acuerdo al INEGI (2013) se muestra una actividad económica de producto interno bruto (PIB) de precios constantes en el sector 72. De servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas que este es el encargado de la actividad empresarial de acuerdo al proyecto que estamos llevando en marcha. Se muestra un precio de 7, 544,000 millones de pesos y en precios corrientes se muestra 9, 399,000 millones de pesos producidos en este año por el estado Tamaulipas, esta conclusión nos arroja que este negocio puede ser factible en cualquiera de los municipios del estado si se lleva acabo correctamente. Ya que aporta una buena cantidad económica para el estado y un crecimiento amplio para la economía en este sector.

La ocupación de empleo de acuerdo a los datos encontrados en INEGI con respecto Tamaulipas, es del 73.3% hombres, 34.6% mujeres, dando así un total de 53.5% en el año 2012 en toda la entidad. (INEGI)

El INEGI en su censo del 2010 localizó con los datos necesarios en cuestión municipal (*Ver tabla 1.3*), la población (femenino, masculino y total) tanto municipal como en total de ciudad Rio Bravo, aparte de ello se facilitó la información de acuerdo a la

población económicamente activa, que vendría siendo la dedicada a trabajar y obtener ganancias, usuarios de los cuales si se podrían obtener consumo de nuestros servicios.

Tabla 1.3 Población Total Rio Bravo Tamaulipas

Nombre	Población Total	Población Femenina	Población Masculina	Población económicamente activa	Población no económicamente activa
Total Municipio	118259	59 085	59 174	47 430	39 683
Ciudad Rio Bravo	95 647	48 016	47 631	39 113	31 473

Fuente: elaboración a partir de INEGI (2010).

El sistema de clasificación industrial de américa del norte (SCIAN) su objetivo es proporcionar un marco único y actualizado de la recopilación de análisis y de datos económicos que dé a conocer la estructura económica del país. Este sistema es elaborado por el INEGI (2013), la empresa que se está elaborando se encuentra clasificado en la clase de Servicios de alimentos de unidades móviles estas se dedican a la elaboración de alimentos o snack's de comida rápida para el consumo de la sociedad con la diferencia de un local común y corriente que está situado en un lugar fijo esta clase está en diferentes rutas o paradas continuas para brindarles un servicio diferente a los clientes. La empresa que se está llevando a cabo está clasificado por la siguiente clase (ver tabla 1.4).

Tabla 1.4 Posicionamiento en el SCIAN

TOR	SEC	SUBSECTOR	RAMA	SUBRAMA	CLASE
	72	722	7223	72233	722330

(Fuente: realización propia basándonos en fuente de datos SCIAN).

Este sector está enfocado en la fabricación de alimentos o comida rápida y se está discutiendo en brindar un servicio eficiente donde a los clientes con poco tiempo de comida o de buscar algún establecimiento en su hora de descanso tenga la disponibilidad para satisfacer su necesidad a un bajo costo y con rapidez.

De acuerdo a los datos obtenidos en internet (SCIAN, DENU y censo del año 2010), se considera el camión de comida algo apto para la sociedad, puesto a que uno de nuestras metas no es el sólo permanecer de manera local en Río Bravo, sino poder expandir la empresa en zona centro, después zona sur y así sucesivamente hasta llegar a ser reconocidos. Un ejemplo bastante sencillo y claro de lo que esperamos lograr son las "Gorditas Doña Tota", quienes iniciaron de forma local y ya están expandidos de manera internacional.

Los establecimientos de comida son uno de los más emprendedores y los que pueden llegar a durar un poco más de tiempo que cualquier otro nuevo proyecto, siempre y cuando se establezca de acuerdo a las leyes y se ofrezca la calidad en el producto,

pero no por emplear calidad significa que se tenga que rebasar los precios para el consumo del usuario.

Se accedió al Directorio Estadístico Nacional de Uniones Económicas (DENUE), para observar los establecimientos que cuentan con el servicio de comida rápida (*imagen 1.5*), se identifica con puntos rosas los que serían posibles competencias.

Tabla 1.5 Mapa de ubicación de posibles competidores



(Fuente: DENUE)

Cabe mencionar que no todos los establecimientos que se observan en la imagen no son rivales fuertes para Food Truck ya que dichas empresas están situadas con un establecimiento fijo, y esto nos da ventaja ya que el proyecto estará ofreciendo sus servicios en diferentes rutas.

En la tabla 1.6 nos muestra la cantidad de establecimientos que proporcionan u ofrecen servicio similares a los nuestros en la ciudad de Rio Bravo, Se hizo la selección de algunos lugares que venden comida rápida entre ellos se encuentran: ABEJAS CLUB (2), ALEMAN SNAK, CRAZY TACO, GABYS SNAK, HOT DOG Y HAMBURGUESAS ELCHINO, JUNNIOR PIZZA, LA ROCKOLA, SNAK MAGO DE OZ, SNACK LA ABEJITA, SANTAFE, SNACK CANGREBURGER ya que estos serían competencia por que cuentan con el mismo tipo de comida, que dicho proyecto ofrecerá.

Tabla 1.6 Total de negocios de venta de comida.

Concepto	RIO BRAVO (28033)	TOTAL
(722) SERVICIOS DE PREPARACION DE ALIMENTOS Y BEBIDAS	363	363
TOTAL	363	363

(Fuente: DENUE)

1.9.1 Conclusiones del análisis y evaluación del sector

Después de haber concluido con las investigaciones según los procedimientos previos, la industria de comida en camión con motor, aparte de ser algo nuevo e innovador, ofrece gran ventaja competitiva contra la mayor parte de los sectores de alimentos.

Hablando respecto al SCIAN se encuentra en el sector 72 llamado servicio de alimentos en unidades móviles ya que este negocio se desplaza a lugares convenientes para la mejora de este negocio y su mayor factibilidad. Esta subdividido en la clase de bebidas y alimentos elaborados y esto abarca más que nada las comidas rápidas de hacer y con un potencial alto de venta en la sociedad, ya que son snacks o botanas. Gracias al SCIAN hemos encontrado las clases subclases y sector desde donde viene esta nueva empresa que se quiere lanzar al mercado.

1.10 Conclusiones Generales de Naturaleza del proyecto

Hasta la fecha hay cerca de 3 millones de foodtrucks en Estados Unidos y se estima que éste negocio representará el 50% del consumo global en el 2017.

Para el año 2013 los camiones de comida, conocidos en la zona centro de México como “Food trucks”, se empezaron a establecer en el Distrito Federal, por el hecho de los gastos que implica tener un negocio (y más en Santa Fe [lugar centralmente conocido donde venden de todo tipo de comidas, mercados, tiendas, etc.]

Año 2014, existen por lo menos 100 negocios de camiones en busca de permisos; existiendo 20 ya registrados ante la Secretaria de Hacienda y Crédito Público.

En la actualidad, para el 2015 ya existe una iniciativa que habla sobre como regularizar de alguna manera una normativa que les dé certeza jurídica a los operadores y a los usuarios, la existencia de una autoridad responsable que sea quien otorgue el permiso, en este caso serían las delegaciones políticas. Toda aquella persona que quiera ser operador de comida, tendrá que pagar un derecho al gobierno de la ciudad, \$2,250 pesos de manera trimestral (esto con el fin de tener derecho a utilizar la vía pública, obteniendo de ganancia el permiso de comerciante ambulante).

La regulación va para quienes tienen combustible (por ejemplo: moto con su puesto de comida por la parte de atrás)

Analizando los datos, se puede concluir que es el momento adecuado para el establecimiento de la empresa como tal.

CAPITULO II Análisis de mercado

El análisis de mercado es la principal fuente de información para una empresa, ya que, sirve para conocer el entorno en donde se piensa desarrollar este nuevo proyecto, también para demostrar la viabilidad comercial del estudio, porque cuando se tiene una idea nueva u original no siempre significa que al final será exitosa. Por esto se debe conocer, analizar e investigar la estructura, tamaño del mercado así como los factores que influyen en él.

Según Sapag (2007) para una correcta formulación y preparación del proyecto, más de uno, deben considerarse cuatro estudios de mercado: el del proveedor, el del competidor, el del distribuidor y el del consumidor. Debido a que estos mercados son base para guiarse en expectativas y puntos clave a la hora de realizar planes administrativos o competitivos.

Dicho con lo anterior, en el mercado proveedor se estudiarán tres aspectos insumos, precios y calidad para así identificar que proveedor es más útil y con un mejor record en el mercado al que se estará dedicando. Con él se puede tomar confianza y obtener provecho de datos o de información relacionada con la competencia que nos ayudará a conocer si va por buen camino o se necesitan nuevas estrategias para subir ventas o estar a la par.

Al investigar el mercado competidor se revelará la cantidad de competencia existente en la localidad o cerca de ella que se dediquen al mismo giro que esta empresa pretende llevar a cabo. Hay que resaltar que la ventaja de esta idea es que se acercan al cliente y no se estará ubicado en un mismo sitio como todos los demás. La competencia,

genera amenazas que se deben identificar y respaldarse de ellas, por esto el motivo de estudiar al mercado competidor y a la misma población en donde se planea realizar el servicio de esta nueva empresa.

2.1 Estudio de mercado consumidor

En el presente apartado se planea analizar todo lo referente al cliente/consumidor, ya que es la entrada de activos a cualquier empresa. Por lo tanto se debe investigar con exactitud, sus preferencias en cuanto a comida, sus gustos y sus niveles económicos, incluso poner atención en la modalidad que haya cerca de nuestra localidad o dentro de ella, como se sabe siempre toda empresa debe de estar en constante crecimiento y mejora en cualquiera que sea su servicio.

Conociendo a que se enfrentaría la empresa en el entorno competitivo, las amenazas futuras que tendría y el gusto que los clientes prefieren a la hora de elegir, según Balanko y Dickson (2008) se deben responder a cuestiones tales como; ¿Qué quieren comprar los clientes?, ¿Cómo quieren comprarlo?, ¿Cuándo quieren comprarlo?

Como ya se había mencionado, el gusto y preferencia de los consumidores son de total importancia para cualquier proyecto, ya que se trata de satisfacer sus necesidades, se busca encontrar y conocer lo que prefieren lo que les gusta y en que temporadas ofrecerlo. El objetivo es encontrar una forma de bríndales un mejor servicio, ya sea en el modo de atención, la manera de servir los productos (puede ser llamativa), que los precios sean accesibles y siempre ofrecer un plus que los demás competidores no les puedan dar. Sin hacer a un lado la importancia que tiene la calidad en todo esto, ya sea en productos que se ofrecerán y que los materiales sean los mejores para llevar acabo.

2.1.1 Elaboración del instrumento

Según, Brace (2008) citado por Hernández, Fernández y Baptista (2010) un cuestionario es en el instrumento más utilizado para recolectar los datos. Consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir. Debe ser congruente con el planteamiento del problema e hipótesis.

En tal sentido el contenido está centrado en la aplicación de un estudio con un cuestionario formulado como preguntas que van dirigidas a personas que pueden ser posibles consumidores, se realizaran preguntas de acuerdo al tema de alimentos, cuánto dinero inventarían en comidas fuera de casa, las preferencias que tienen a la hora de comprar y las ventajas que les daría este negocio al proporcionarles los productos con más accesibilidad.

Los negocios de comida rápida son muy variados, pueden ser tacos, tortas, hamburguesas, ensaladas, pastas, pizzas, entre otros. Cualquier alimento que sea fácil y rápido de preparar es parte de esta idea.

Por lo cual esto se hace con la intención de obtener resultados concretos para demostrar si es factible la idea que se pretende llevar acabo, analizarlos y conocer las preferencias de nuestros futuros consumidores. Esta investigación se realiza con la finalidad de obtener aportaciones que ayuden al proceso de administrativo de la empresa de comida rápida, teniendo un mejor apoyo con los resultados de dichas encuestas, basándonos en ellos y decidiendo un mejor plan que ayude en la mejora de la organización.

2.1.2. Aplicación del Instrumento

Se aplicará un instrumento de investigación, se llevara a cabo en la localidad de Rio Bravo Tamaulipas. Se les aplicara el cuestionario a cien personas todas ellas de

diferentes lugares de la ciudad, para así llevar un muestreo con distintas perspectivas ya sea por edades, profesión y diversos gustos.

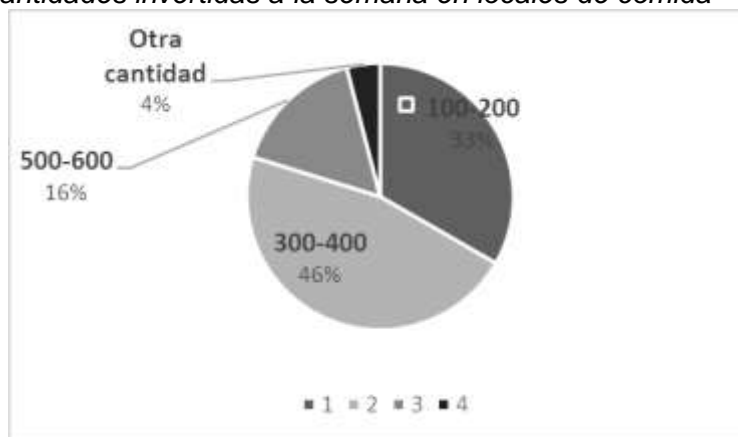
La siguiente etapa del proceso consiste en recolectar los datos e información pertinente, para ello implica la utilización de las fuentes, en este caso un cuestionario de diez preguntas con respuestas a elegir y otras donde puedan expresar libremente su opinión (anexo 1). Los resultados de esta investigación serán útiles para la organización, en la administración que se llevara a cabo. Serán puestos en gráficas y en información redactada, ambos detallando así lo que se consiguió del instrumento.

2.1.2.1 Resultados de la aplicación del cuestionario

Se redactaran de forma explícita en gráfica y redacción los resultados obtenidos del instrumento aplicado, se analizaron y se obtuvo lo siguiente.

Por medio de la gráfica1 correspondiente a la pregunta 2 que dice, ¿Cuánto dinero invierte en la semana en comida rápida? Se puede observar que el 46% de los encuestados pagan entre \$300 y \$400 entonces por día serian aproximadamente \$80 pesos por comida.

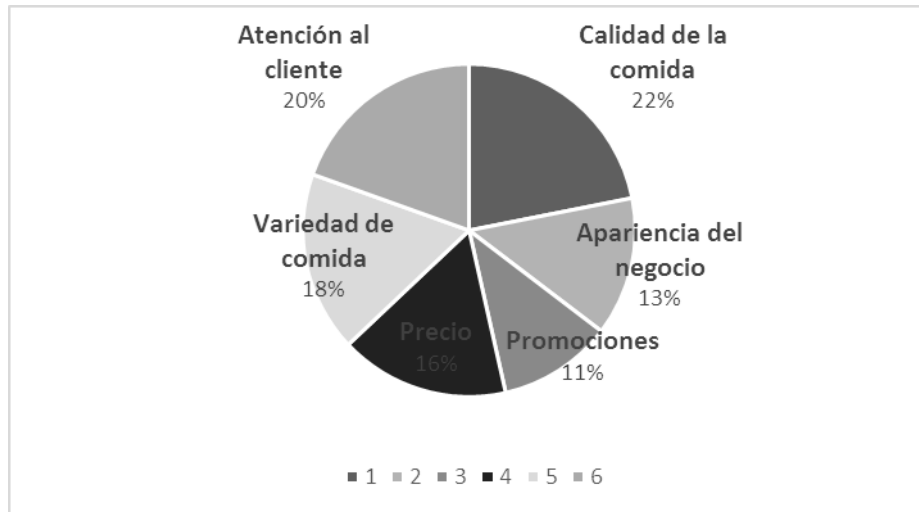
Gráfica 1. Cantidades invertidas a la semana en locales de comida



Fuente: Elaboración propia a partir de resultados de la encuesta.

En la gráfica 2. Que hace referencia a la pregunta 5 habla sobre ¿qué características son más importantes a escoger al momento de seleccionar un producto de comida rápida? en esta se podían seleccionar tres opciones la respuesta con más aciertos fue de 22% la calidad de la comida, seguida de un 18% la atención que se le brinda al cliente.

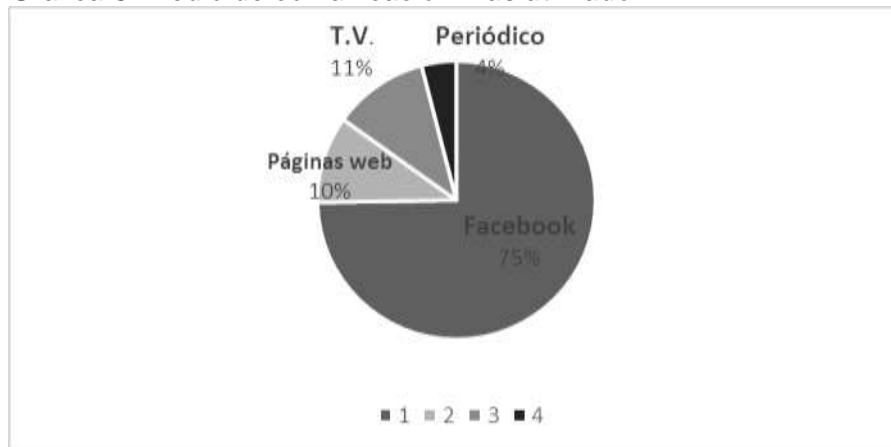
Grafica 2. Características



Fuente: Elaboración propia a partir de resultados de la encuesta

La grafica 3 hace referencia a la pregunta 7 que habla sobre ¿por qué medio de comunicación es donde se conocen más los negocios nuevos o que se están dando a conocer? y el 75% contesto que a través de la red social “Facebook” aquí es donde se tendrá la iniciativa de dar publicidad con las distintas aplicaciones que tiene esta.

Grafica 3. Medio de comunicación más utilizado



Fuente: Elaboración propia a partir de resultados de la encuesta

La pregunta 1 trata sobre ¿qué tan frecuente consume comida fuera de casa? El 73% de los encuestados respondieron si a esto. La 3 ¿cuánto tiempo tiene para comer? El 59% de las personas respondieron que menos de una hora. La pregunta 4 habla sobre en ¿a qué hora del día es más probable que vaya a negocios de comida rápida? A lo que el 50% de los encuestados respondieron que en la hora de comida. La pregunta 5 dice ¿Cuánto dinero estaría dispuesto a pagar por su comida? El 40% contesto que sería entre \$80 y \$100 diarios, de aquí se sacaría una estimación de los precios que se pondrían a la venta los productos. Cabe mencionar que las personas que aportaron información para este proyecto dieron respuestas muy positivas y de gran ayuda.

2.1.3 Conclusiones de estudio de mercado cliente

Los datos de los cuestionarios fueron capturados para determinar información que es importante en relación con algunos puntos a tratar en la organización. Se llega a diferentes y positivas conclusiones para la empresa que se está por crear. Se puede notar que los consumidores están abiertos a nuevas ideas y formas de servicio, la idea de este proyecto es mostrar una nueva imagen de venta de alimentos. La investigación reveló respuestas satisfactorias y de ayuda para la continuación de este proyecto.

Hay muchos establecimientos de comida rápida iguales o similares en la ciudad pero en cada uno tiene algo diferente que llama la atención del cliente ya sea su calidad, su mobiliario, instalaciones, servicios o atención al cliente, se busca ganar ventaja en algunas de estas características, "Running Food" es distinto por la forma de servicio que brindara y es llevar al cliente sus productos a lugares donde sea factible su venta, se planea darlo a conocer por toda la ciudad mostrando su llamativa imagen y la presentación de ello, es una idea nueva y tanto novedosa para la población joven.

Es importante tomar rutas cerca de oficinas, o parques industriales, así como de repartir volantes en las oficinas de los alrededores, en la publicidad mencione el servicio a domicilio, muchas veces las cargas de trabajo no permiten que la gente salga a comer, pero siempre pueden tomarse un tiempo para hacerlo en la oficina, el publicitar su negocio es la mejor manera de darlo a conocer. Los precios serán accesibles para cualquier consumidor, ya que casi estarán a la par de los demás competidores para no mostrar una diferencia grande. Sin embargo se tiene que estudiar a más profundidad el mercado competidor para así arrojar resultados que se muestren concretos y saber sus puntos débiles tanto sus fortalezas para así ser una competencia ante ellos.

2.2 Estudio de Mercado de Proveedor

Según Gutiérrez y Prida (1998) definen al mercado proveedor como una organización o persona que proporciona un producto o servicio en cierta cantidad a un cliente. Teniendo el conocimiento del mercado que se estudiará, hay que elegir los que proporcionaran los insumos a "Running Food".

Para la elección de estos hay que identificar que cuenten con confiabilidad, ofrezcan buenos precios, conocer los plazos de entrega. En el anexo 2 se pueden observar los productos a adquirir con el precio real de la sucursal Sam's Club, estos reúnen las características necesarias para llevar a cabo cierta parte del menú a ofrecer.

Generalmente este mercado es compartido con la competencia por lo que tener una buena relación con los proveedores es de suma importancia, debido a que ganando su confianza, estos pueden convertirse en aliados valiosos en contra de la competencia, ¿Quién mejor para hablarnos de la competencia, que los mismos que se relacionan con ella?

En el caso de "Running Food" que es un negocio que ofrecerá variedad de comida, se tendría que contratar un proveedor para cada cosa debido a que es difícil encontrar uno que proporcione todos los insumos o la mayoría de estos. Por esta razón se seleccionó a Sam's Club, una tienda que vende al mayoreo y menudeo.

2.2.1 Conclusiones de Estudio Mercado Proveedor

Para ofrecer alimentos de calidad que satisfagan las necesidades de nuestros clientes, se eligió el proveedor anterior porque abastece la mayor parte de los productos a vender, con facilidad de accesibilidad, a un precio favorable y con la fiabilidad de un buen producto para el consumidor.

Por el motivo de clasificarnos como una pequeña empresa (debido a que es una organización en pleno inicio), se tomó como decisión final el proveer lo necesario de tiendas que vendan por mayoreo y en su defecto, por menudeo, debido a que no se tiene

aún una “fama” o estabilidad económica, para lograr tener un contrato fijo con negocios altamente reconocidos o dedicados especialmente a ser proveedores.

2.3 Estudio De Mercado Distribuidor

Se conoce como las etapas que toma la mercancía para poder llegar al consumidor. Más sin embargo, la empresa Running Food, no contará con un mercado distribuidor fijo, al ofrecer más que nada un servicio, en lugar de un producto en específico.

Muñiz (2014) afirma que es de gran utilidad contar con canales de distribución, ya que ayudan a centralizar decisiones básicas de la comercialización; participan en la financiación de los productos y contribuyen a reducir costes en los productos, debido a que facilitan almacenaje y así intervienen en la fijación de precios, aconsejando uno más adecuado.

Conforme a lo anterior, Sapag (2007, pg.61) menciona que el tamaño del canal de la distribución viene a definir el precio final de un producto, puesto que los intermediarios cobran parte de sus ganancias en el proceso de distribuir la mercancía. Después, las empresas inician a subir los precios de sus productos, más no de sus utilidades

Como empresa conocida por su favorable ventaja de no esperar a que los consumidores se acerquen, si no, es la misma quien va a donde los usuarios se encuentren (escuelas y/o empresas), la organización Running Food no cuenta con distribuidores a quienes se les tenga que pagar, pues es la misma quien funge dicho papel, contando con un camión que lleva los productos para ofrecer el servicio.

Las rutas que tentativamente el camión tomará, se presentan la tabla 2. 1

Tabla 2.1 Horarios de comida para empresas y escuelas.

TURNOS		
CAMION 1	VALEO	8:00 - 9:00
CAMION 2	UAT	9:50 -10:10
CAMION 1	TAMAULIPECA	10:30-11:00
CAMION 2	RESORTES	1:00 - 1:30
CAMION 1	TRANCASA	2:00 - 3:00
CAMION 2	UAT	2:50 - 3:10
CAMION 1	U. NORESTE	7:50 - 8:10

Fuente: elaboración propia

2.3.1 Conclusiones de estudio de mercado distribuidor

El motivo del porqué se implementó dos vehículos en horarios meramente similares, fue para no sobrecargar de horas y/o trabajo a los empleados, al no exigirles que se encuentren en una empresa y que al poco tiempo necesiten estar en la próxima parada. Como partida de inicio, se enfoca en dos camiones, de los cuales uno tendrá hora de salida más temprana, pero ese horario se irá cambiando cada semana, para ser justos con cada uno de los empleados. Otro motivo que se consigue con lo anterior, es el conocer las habilidades de los trabajadores y que tan fieles, organizados y preocupados por el cliente se encuentran. Al irse cambiando cada semana, el consumidor fiel, tendrá la oportunidad de ser tratado por ambas partes, al que se conoce como camión 1 y camión 2, se sabrá que no siempre serán tratados del mismo modo, uno ofrecerá un mejor

servicio que el otro, ahí es donde entra la “competencia amistosa” por parte de la organización para evaluar a los empleados.

Recordando, que la empresa Running Food, no tendrá contrato con distribuidores, más sin embargo formará parte de una distribución “a corto plazo”, donde formen parte tres partes, la empresa proveedora (por su defecto, Sam’s Club junto con tiendas de venta al menudeo y mayoreo), Running Food quien destacará como intermediaria y por último, el cliente.

El hecho de no tener contrato con distribuidores, hace que la empresa no tenga que incrementar sus precios y pueda ofrecer un buen servicio a un precio económico.

2.4 Estudio de mercado competidor

La mayoría de las organizaciones tienen uno o más competidores, lo cual no puede ser ignorado ya que esto representa un papel importante ya que esto representa amenazas para la organización y se debe estar preparado para enfrentarlo. Así como También este estudio permite conocer el funcionamiento de empresas similares a los del proyecto.

Este mercado está formado por las empresas que en la actualidad satisfacen las necesidades de los posibles consumidores, en la Ciudad existen establecimientos donde se puede adquirir comida rápida, lo cual es considerado una competencia para este proyecto. Entre ellas se encuentra: “La Rockola” y “Abejas Club” entre otros. Se consideran más estos establecimientos ya que son muy populares en la localidad y están fijos en ella, cuentan con un servicio de comida de comida rápida similar. Sin embargo con la nueva idea que la empresa pretende plantear se abrirán nuevas opciones para los consumidores debido a que se pretende llevar la comida al lugar donde estén lo que marcará la diferencia.

2.4.1 Conclusiones de estudio de mercado competidor

El estudio de mercado competidor es de gran importancia para llevar a cabo un nuevo negocio, ya que al momento de lanzarte a la competencia es necesario tener identificada tanto las debilidades como las fortalezas; además la competencia se denomina como un factor determinante en la fijación de precios de los productos a comercializar.

2.5 Conclusiones generales de análisis de mercado

Al ser una nueva empresa, realizar el estudio de los mercados cliente, proveedor, distribuidor y competidor es necesario hacerlos antes de establecerse, ya que el resultado de estos datos nos permite conocer en que se debe enfocar cada uno de los mercados y las diferentes características que los componen. El analizar de manera correcta los datos obtenidos de estos estudios y la adecuada aplicación de ellos pueden llevar a la empresa a tener éxito.

Respecto a lo que se refiere al estudio de mercado cliente se mostraron resultados un tanto positivos ya que este mercado estudia los gustos y preferencias que tienen los consumidores. El instrumento que fue utilizado es el cuestionario, con él se arrojaron respuestas y fueron expuestas en graficas con los porcentajes determinados a cada pregunta. También se recolectaron diferentes opiniones que aportan información valiosa para la administración de la empresa.

Lo que se refiere a proveedor se eligió el establecimiento Sam’s Club, por motivo que este ofrece la mayoría de los insumos que se ocuparían, considerados de buena calidad y a precios accesibles. Dentro del mercado distribuidor no se contara con contrato haciendo que se ofrezcan los mismos precios. Se llegó a la conclusión de poner en funcionamiento dos vehículos que tendrán rutas y horarios diferentes para no sobrecargar el trabajo y hacer que los empleados se relacionen con los clientes.

Por otra parte hablando de la competencia se sabe que el sector de comida rápida es destacado en la ciudad, cabe mencionar que las debilidades de nuestros competidores las haremos fortaleza para “Running food” ya que resaltaremos las innovaciones de la misma, como lo es facilitar la llegada del servicio a nuestros clientes, a través del camión el cual será único, novedoso y atractivo para la sociedad de Rio Bravo.

CAPITULO III. Estudio técnico y aspectos legales

Dentro de este capítulo se analizara específicamente cada punto que llevara a conocer la inversión inicial con la que se emprenderá este proyecto y los requisitos en el marco legal para registrarse ante la Secretaria de Administración Tributaria (SAT) y el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS).

3.1 Estudio técnico

En este apartado se realizara el estudio técnico de la empresa “Running Food”, el cual tiene como objetivo demostrar la viabilidad técnica del proyecto que justifique la alternativa que mejor se adapte.

Conforme a lo dicho en el párrafo anterior se describirán los procesos que se utilizaran, de donde se obtendrá la materia prima con la que se va a realizar cada producto a vender, las maquinas a emplear, así como el personal necesario para llevar a cabo este proyecto. Con los resultados de lo antes mencionado se podrán obtener los presupuestos de inversión y los gastos de la empresa.

3.1.1 Ubicación geográfica específica

Como ya se sabe la empresa “Running Food” es un restaurante de comida rápida móvil por lo cual no se tiene un lugar establecido para su venta pero si rutas específicas en donde estará ofreciendo sus servicios.

Según Baca (2001, pág. 99) dice que la “localización óptima de un proyecto es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital”. Con esto nos da a entender que este estudio es de total relevancia para conocer si las ubicaciones o posibles rutas establecidas son factibles o no para la organización.

3.1.2 Proceso de prestación del servicio o elaboración del producto

Para poner en marcha la elaboración de algún producto se tiene que desarrollar una serie de pasos, primero que nada es tener un listado de la materia prima y de la cantidad que se requiere para lograr realizar los alimentos, después las formas correctas de elaborarlo, tener los costos para ellos y determinar un precio de venta fijo.

Cabe mencionar que la empresa “Running Food” es un restaurant móvil que ofrece alimentos de varias categorías, por lo tanto algunos tendrán una elaboración muy detallada y otra más sencilla, pero cada alimento llevará una secuencia para llegar a un producto final.

El servicio que se ofrecerá es de comida rápida que será elaborada en el mismo móvil, se contara con la maquinaria e insumos necesarios para esto. El personal de la empresa se mostrara impecable y pulcro a la hora de atender por la ventanilla a los clientes se les hablara con simpatía y atención al momento de proporcionarles el menú y esperar a que escojan lo que van a consumir. Después de eso el empleado retirara la carta y comenzara a cocinar o preparar lo que hayan ordenado.

Tabla 3. Categorías de los alimentos que se ofrecerán.

5	ALMUERZOS3	COMIDAS35	SNACKS15	15	BEBIDAS
	Hot-cakes	Tacos a la plancha	Helados y paletas hielo	Refrescos div. sabores	
	Tortas de huevo	Pizza	Nachos con queso	Agua natural	
	Gorditas de picadillo	Hamburguesas	Fresas con chamoy	Licuarios	
	Tacos de guisos	Burritos	Galletas	Té	
	Sándwich	Hot-dogs	Fritos con queso	Aguas frescas	

Fuente: Elaboración propia.

Con respecto a la tabla anterior se elegirán algunos productos para tomar como ejemplos de la elaboración que tendrán, los ingredientes y que tantas porciones son alcanzables con algunos insumos que serán comprados semanalmente.

La receta para las “gorditas de picadillo” sería la siguiente: mezclar la masa, la harina blanca, y pizca de sal. Añada el agua. Amáselo hasta que todos los ingredientes estén bien mezclados y puedas formar una bola. Divide la masa en bolas. Mantenga la masa cubierta. Usando una tortillera, un rodillo o las manos, presione cada bola entre 2 bolsas de plástico hasta formar un círculo. Para formar y cocinar las gorditas, Coloque cada gordita en la plancha o comal pre-calentado. Cueza cada lado por 2 a 3 minutos o hasta que estén ligeramente doradas. Mientras están calientes, forme un borde de 1 pulgada. Por último se le añade dentro de la gordita el guiso en este caso “picadillo” y su elaboración es la siguiente: freír la carne hasta que cambie de color y suelte su grasa escurre la grasa excedente. Añadir papa picada finamente y dejar que este suave en ese momento sabrán que esta lista la carne. Se presentara una tabla 3.1 con las porciones y precios de lo que conlleva este platillo.

Tabla 3.1: Ingredientes de gorditas y precios por kl.

Ingredientes	Precios
Maseca 1kl.	\$12.50
Carne molida 1kl.	\$69.00
3 papas	\$18.25
Sal 1kl.	\$17.00
Total:	\$116.75
Costo total unitario por orden 3gorditas:	\$30.00

Fuente: elaboración propia.

Los ingredientes de la tabla 3.1 pueden varias en precios siempre, dependiendo de la temporada o costos del mercado. Tomando en cuenta el dato en un kilo de harina de maíz maseca y un kilo de carne estarían siendo producidas 35 gorditas de un tamaño adecuado para su venta.

El siguiente producto es una bebida “licuado de plátano” y su elaboración con lleva picar un plátano colocar en la licuadora junto con hielo y medio cucharada de azúcar

y por ultimo un vaso de leche de aproximadamente 450mil. Batir hasta que sea una mezcla espumosa y servir en un vaso con tapa y popote.

Tabla 3.2: ingredientes y precios de licuado de plátano.

Ingredientes	Precio
Plátano 1kl. (6 plátanos)	\$7.00
4lt leche “vaquita”	\$58.00
Azúcar morena 1kl.	\$17.00
Bolsa de hielo	\$18.99
TOTAL:	\$100.99
Costo total unitario:	\$28.00

Fuente: elaboración propia

Las cantidades varían al momento de utilizarse en la elaboración del producto ya que el azúcar sirve para muchas porciones y la bolsa de hielo igual, con el kilo de plátano se estaría produciendo seis batidos.

El ultimo platillo que será especificando su elaboración en este apartado son los “tacos a la plancha” sus ingrediente se pueden observar en la tabla 3.3.

Tabla 3.3: ingredientes y precios para “tacos a la plancha”.

Ingredientes	precios
Tortillas pre cosidas (20pzs.)	\$24.90
Carne de res milanese 1kl.	\$78.99
Queso asadero 1kl. Camelia	\$69.50
Mantequilla margarina 4barritas	\$35.70
TOTAL:	\$209.09
Costo Unitario por orden 4tacos:	\$45.00

Fuente: elaboración propia

Primero calentaremos la sartén, esto nos permitirá cocinar la carne de res. Pondremos el filete en la sartén, esperaremos a que el calor haga los bistecs. Añadiremos un poco de sal y pimienta a la carne. Al mismo tiempo pondremos otra sartén donde calentaremos las tortillas que nos permitirán hacer los tacos. Pondremos un trozo de queso encima de la carne en trozos para que se funda el queso encima de la carne. Cuando ya esté derretido el queso pondremos las tortillas en un plato con la carne y queso dentro de ellas. Hablando de la tabla 3.3 las cantidades y precios siempre pueden varias jamás serán exactos. Se cree que con esos insumos se estarán produciendo alrededor de 5 órdenes de tacos a la plancha.

Cada platillo será colocado en su plato con cubiertos y tendrá algunos extras para agregar ya sean salsas, aderezos, sal o limón al gusto de cada cliente.

3.1.3 Balance de equipos

La primera inversión que se debe calcular incluye todos los activos físicos necesarios para asegurar el correcto funcionamiento operativo, administrativo y comercial del proyecto (Sapag, 2007). En esta etapa se necesita especificar si convendrá obtenerlos mediante una compra del equipo por separado, o algún camión que ya incluya el equipamiento e instalaciones necesarias.

Será próximo a analizar los diferentes equipos, maquinaria e insumos para la elaboración de los distintos alimentos a ofrecer.

Se entiende que la compra de estos elementos puede variar siempre, todo depende de la demanda que tenga la empresa en cuanto a las necesidades de los clientes, por ejemplo, alguna comida o snack que no sea el favorito de los consumidores, por lo tanto que su venta sea baja y se tenga que eliminar del menú por no ser factible para la organización.

La presente tabla 3.4 muestra el precio de los productos que serán necesarios adquirir para ofrecer nuestros servicios los cuales son:

Tabla 3.4 Costos de equipos

Balance De Equipos					
Item	Cantidad	Costo	Costo Total	Vida Útil	Proveedor
Camión de comida	1	\$450,000	\$450,000	10 años	Mercado Libre
Camión de comida	1	\$219,000	\$219,000	10 años	Mercado Libre
Licuada Oster Multifuncional	4	\$4,298.99	\$17,196	8 años	Sam's Club
		TOTAL	\$686,196		

Fuente: Elaboración propia

Tomándose en cuenta los camiones, sus distintos precios se deben a que no fueron comprados con un mismo proveedor, respectó a las licuadoras se compraron dos para instalar en cada uno de los camiones.

3.1.3.1 Depreciaciones de equipos y fondos de reemplazo

Se calculó la depreciación y el plan de reemplazo del equipo técnico para esta organización los resultados fueron desarrollados con el punto anterior de este proyecto y son los siguientes:

En el camión 1 el valor en libros llego exactamente a 0 en 10 años, así que es conveniente tener un fondo de reemplazo para cambiar el equipo antes de esos 10 años. Otra alternativa es hacer un análisis de reposición para analizar si es factible vender el producto antes de que lleguen esos 10 años y para tener un valor de salvamento más remunerado.

En el camión 2 el valor en libros se depreciará en un plazo no mayor a 10 años, ya que quedó un valor de \$9,000 La cuál se puede usar para el enganche o arriendo de un nuevo equipo para tener alternativas antes de que el camión se deprecie a 0.

En el caso de la licuadora el valor en libros después de 8 años fue \$24, el cuál sería más factible seguir usando el producto, y sumar gastos de mantenimiento para sacarle provecho y después comprar un nuevo equipo (ver anexo 2).

3.1.4 Balance de insumos directos e indirectos

En este apartado se llevara a cabo el análisis que corresponde a los insumos directos e indirectos que se utilizaran dentro de la empresa para elaborar los diferentes alimentos y de esta manera obtener los costos de estos que servirán para agregarlo al costo total que se generara con todo lo que se tiene que adquirir para emprender “Running Food”.

En el anexo 3 se muestra una tabla con las diferentes materias primas e insumos necesarios para la elaboración de las comidas y bebidas además de la cantidad que tiene el producto y su precio. La suma de todo esto da un costo total de \$3,427.38 M.N.

3.1.5 Costos de promoción y venta del producto

Este punto hará referencia a la publicidad y formas de dar a conocer este nuevo proyecto, además tiene por objeto comunicar la idea que se tiene y sobre todo promocionar los productos y servicios que “Running Food” pretende ofrecer a sus futuros consumidores.

Se tiene contemplado que algunas semanas antes de la inauguración de la empresa ya se esté haciendo publicidad en la localidad para que así los habitantes vayan conociendo su existencia y de lo que se trata el futuro proyecto. Para ello se hará la repartición de volantes por la ciudad con nuestro logo, alguna promoción e imágenes de los alimentos que se ofrecerán, este será de colores y letras llamativas que cautiven la atención de las personas. La compañía “Print House” será la encargada de proporcionarlos, se eligió esta, por el motivo de que tiene tiempo en el mercado su trabajo ha marcado una buena imagen, buena calidad y precios bajos.

También se estará promocionando en menciones por la radio en la estación 97.3 “La Comadrita” que está ubicada en la Cd. de Rio Bravo y la mayoría de los habitantes la escuchan. Por último se creara una página en la red social “Facebook” donde se agregaran a personas de la localidad que sean posibles clientes, ahí mismo se estarán subiendo fotos, promociones, rutas, ofertas, productos, en donde se encontrara el móvil y hasta ubicaciones exactas para que así sea más fácil darse a conocer y tenga una forma más divertida en este ámbito.

Con respecto al párrafo anterior, se tiene la idea de ubicar carteles publicitarios por la ciudad, estos se colocarán en puntos clave donde haya tránsito de vehículos o de personas circulando para que sea fácil su identificación. También se contratará el servicio publicitario de “Multicinas Azteca 5” que consiste en la reproducción de Spots antes del comienzo de cualquier película. Todos los costos que se tendrán por estos medios de publicidad se tienen considerados en la tabla 3.5.

Tabla 3.5 Costos de publicidad

TIPOS DE PROMOCION	CANTIDADES	PRECIOS
Carteles publicitarios 1.20x60cm.	\$250 c/u. total 8	\$2,000.00
Facebook	1 pagina	\$0.00
Radio “La Comadrita” menciones	4 menciones diarias x 1mes	\$3000.00
Volantes “Printh house”	\$950.00 x 1,000 volantes.	\$950.00
Spot Cine Azteca 5	2minutos x \$5,500 al mes	\$11,000
	COSTO TOTAL EN PROMOCIONES	\$16,950.00

Fuente: Elaboración propia.

3.1.6 Conclusión de promoción y venta del producto

Con los resultados del estudio técnico, de equipos, de insumos, de promoción y publicidad se puede llegar a la conclusión que “Running Food” tiene la oportunidad de participar en el mercado añadiéndose así a la competencia de otros establecimientos de comida rápida. La tabla 3.3 nos arroja los resultados de inversión de cada uno de los rubros que se analizaron en este apartado.

Tabla 3.6 Costos estimados para la inversión inicial

Conceptos	Costos
Balance de equipos	\$686,196
Insumos directos e indirectos	\$3,427.00
Promoción y publicidad	\$16, 950.00
Costo total	\$706,573

Fuente: Elaboración propia.

Tomando en cuenta que los insumos indirectos e indirectos serán abastecidos semanalmente conforme a la demanda que se tenga en la empresa y las cantidades varían depende a la venta de productos que se tenga. Conforme a esta inversión es un arranque para el comienzo de “Running Food”.

3.2 Aspectos legales

Para que “Running Food” pueda iniciar su funcionamiento de manera correcta, se requiere cumplir con una serie de trámites y disposiciones legales que son obligatorias tales como lo son: El alta ante el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS), y el alta en la Secretaria de Administración Tributaria (SAT) y el trámite de licencia sanitaria y salubridad.

3.2.1 Requisitos para darse de alta ante el SAT

Para poder empezar este proyecto en el aspecto legal, se registró la empresa en la página electrónica <http://www.sat.gob.mx> del Servicio de Administración Tributaria (SAT), es un órgano desconcentrado de la Secretaria de Hacienda y Crédito Público (SHCP), que tiene la responsabilidad de aplicar la legislación fiscal y aduanera, con el fin de que las personas físicas y morales contribuyan proporcional y equitativamente al gasto público. (Ver anexo 4).

A continuación se muestran los requisitos necesarios para su registro:

- Acta de nacimiento o constancia de la CURP. Tratándose de personas morales en lugar de acta de nacimiento se deberá presentar una copia certificada del documento constitutivo debidamente protocolizado.
- Comprobante de domicilio.
- Identificación personal.
- Número de folio asignado que se proporcionó al realizar el envío de su preinscripción.

3.2.2 Requisitos para permiso de operación sanitaria

Todo establecimiento relacionado con la fabricación, preparación, almacenamiento y venta, tanto de productos como de materia prima deben contar con una licencia sanitaria para su operación. Y esta se adquiere en la Secretaria de Salubridad Y asistencia.

Comisión estatal para la protección contra riesgos sanitarios (COEPRIS): Requisitos administrativos.

- Acta de funcionamiento.
- Constancia de fumigación por empresa autorizada.
- Certificados médicos de las personas que manejan los alimentos con un costo de \$371.00 pesos por persona.
- Alta de hacienda.
- Verificación sanitaria a petición con el costo de \$751.00 pesos.
- Donde se encargan de verificar:
 - Limpieza.
 - Temperatura del refrigerado.
 - Temperatura de alimentos que se consumen al instante (72°C).
 - Limpieza general.

3.2.3 Requisitos para darse de alta ante el IMSS

Toda empresa tiene la obligación de ofrecer un seguro médico a su personal al momento que estos inicien sus actividades trabajando. Para iniciar este trámite se ingresó a la página <http://idse.imss.gob.mx> que es la del Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS), los pasos a seguir se encuentran detallados en el anexo 5. Y sus requisitos son los siguientes:

- Registro federal del contribuyente.
- Comprobante de domicilio del centro de trabajo.
- Identificación oficial del patrón.
- Clave única del registro de población del patrón. En caso de contar con representante legal, además de lo anterior deberá presentar:
 - Poder notarial para actos de administración del representante legal.
 - Identificación oficial del representante legal.
 - Registro federal de contribuyente del representante legal.
 - Clave única de registro de población del representante legal.

3.2.4 Conclusiones de aspectos legales

Ya que se llevaron a cabo los anteriores procesos listos para la empresa y sus empleados, se pudiera empezar a realizar el servicio que esta empresa desea emprender. Cabe destacar que para la obtención de estos términos se toman en cuenta ayuda y observaciones de un abogado y contador para que así tengan una continuidad acertada y en un futuro no existan complicaciones.

Mencionado lo anterior, el propósito de realizar estos procesos jurídicos es porque son obligatorios y dan forma legal a la empresa "Running Food".

3.3 Organización de la empresa

Para que la empresa "Running Food" pueda comenzar a ofrecer sus servicios, se tiene que tomar en cuenta los costos o gastos que conllevan operarla, además es necesario que la organización cuente con un personal para ponerla en marcha y así los dos camiones tendrán una función más eficiente. Es importante que cuenten con dos

empleados en cada uno, de esta manera se podrá compensar el servicio para que no sea tardío, ya que las dos personas pueden cocinar o un empleado darle atención al cliente y el otro empezar la elaboración de los alimentos.

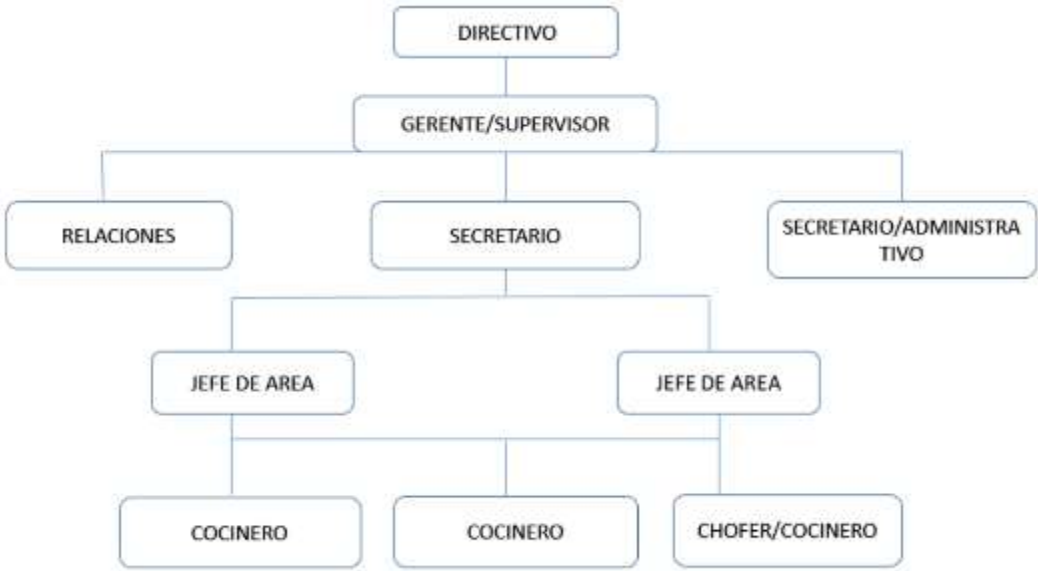
Según Farol, citado por Hall (1981, pág.19), define la organización como “organizar un negocio es dotado con todo lo necesario para su funcionamiento, materias primas, herramientas, capital y personal”. De acuerdo a lo mencionado anteriormente, se debe tomar importancia a lo que se demanda para crear el producto y ver el personal que se solicita para lograr el propósito de toda organización.

Todo esto se debe llevar acabo por medio de una estructura de jerarquización del personal y las actividades que cada uno desempeñaría, dividiendo las tareas y responsabilidades de cada integrante de la organización. Según Baca (2001, pág. 115) “Todas las actividades y su administración deben ser previstas adecuadamente desde las primeras etapas, ya que esa es la mejor manera de garantizar la consecución de los objetivos de la empresa”. En base a esto se estarán desempeñando los siguientes apartados y organigramas para su presentación.

3.3.1 Puestos y organigrama

Para que pueda haber una buena organización dentro de la empresa, es necesario fijar los puestos para cada uno de los empleados y establecer así un organigrama describiendo cada puesto como se ve en la figura 1.

Figura 1. Organigrama de la empresa



Fue
nte:
ela
bor
ació
n
pro
pia.

E

I
Dire
ctiv
o
est
ará
a
car
go

de la empresa en general, aportará parte del capital junto con sus asociados para que la idea pueda llevarse a cabo. Serán quienes tendrán puestos con sus respectivas oficinas dentro del local y quienes podrán dar ideas directamente a la directiva.

El Gerente / Supervisor, prácticamente segundo al mando, supervisará las áreas dentro de la organización y que hagan su máximo funcionamiento, a falta o ausencia del jefe, será el más cercano a ese puesto. Se percatará que a los camiones no les haga

falta nada en cuanto a gasolina, gas, comida, etc., para que sí puedan dar un mejor rendimiento.

Secretario Administrativo, persona encargada de la administración en el local y quien atienda posibles llamadas, propuestas, quejas o sugerencias por parte de los clientes y trabajadores. Estará a servicio y disposición del gerente/supervisor para cualquier necesidad.

En cuanto a las cuentas y el manejo del dinero, la contadora será la que funja ese papel y la única quien podrá hacer uso de ello, estableciendo salarios, pagando sueldos y responsable en cuanto al seguro ya sea de IMSS o infonavit.

Para contar con una buena publicidad, la persona con el cargo de relaciones públicas podrá establecer las pancartas, lonas, folletos o cualquier otro medio de comunicación que pueda usarse como publicidad y pueda llegar a usarse para que la empresa se dé a conocer.

Por otra parte, se encuentran los jefes de cada área, o en su caso, jefes de cada camión, que serán quienes supervisen un buen servicio por parte de los trabajadores pero a su vez los auxilien en casos extremos o que sean altamente necesarios.

Y por último, pero no con menos importancia, se encuentran los que tendrá un acceso directo con los clientes, que vendría siendo el chofer y el cocinero, quien a su vez fungirán el papel de cobrador y mesero.

3.3.2 Sueldos y salarios

Como se hablaba en los apartados anteriores el personal es parte primordial de una organización. En este punto se estarán asignando sueldos para cada uno de ellos, cabe mencionar que cada puesto es diferente y con distintas responsabilidades, por lo tanto los salarios pueden variar. De acuerdo con Vito (1961) el salario es un rédito o ingreso que corresponde al trabajador subordinado por la prestación de su trabajo. Para que los trabajadores estén motivados y cómodos en sus puestos de trabajo es importante que se les retribuya con un pago de acuerdo con sus actividades realizadas dentro de la empresa, para los cálculos de estos se toma en cuenta el salario mínimo, el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS) y el Instituto del Fondo de la Vivienda para los Trabajadores (INFONAVIT) se muestran a continuación en la tabla 3.7.

Figura 2. Sueldos y salarios para empleados de “Running Food”

SEGURO DE RETIRO CESANTIA Y VEJEZ											
EMPLEADO	SD SALARIO DIARIO	DÍAS LABORADOS	R	CVV CUOTA PATRONAL		INFONAVIT APORTACI ÓN PATRONAL	total rcv+infon avit bimestral	total rcv+infon avit mensul	IMSS %	IMSS	Total rcv+infona vit+imss
2	204.00	40	240.72	379.14	619.86	601.79	1221.65	610.83	0.35	427.58	1038.40
2	207.30	40	244.81	385.28	629.89	611.53	1241.41	620.71	0.35	434.50	1055.20
2	157.78	40	186.18	293.24	479.42	465.44	944.86	472.43	0.35	330.70	803.13
1	190.25	40	224.49	353.59	578.08	561.23	1139.31	569.66	0.35	398.76	968.41
1	239.99	40	283.18	446.03	729.22	707.96	1437.18	718.59	0.35	503.01	1221.60
1	248.00	40	292.64	460.92	753.56	731.59	1485.15	742.57	0.35	519.80	1262.37
1	266.10	40	313.99	494.56	808.55	784.98	1593.54	796.77	0.35	557.74	1354.51
1	298.35	40	352.05	554.50	906.55	880.12	1786.67	893.33	0.35	625.33	1518.67
											1152.79

El monto total de la figura anterior es de \$1152.79 de acuerdo con el seguro de retiro cesantía y vejez.

3.4 Conclusiones generales de estudio técnico, legales y de organización

Cabe mencionar la importancia que tiene los aspectos técnicos y legales dentro de una empresa para que esta empiece a ofrecer sus servicios sin violar la ley. El modelo de análisis comparativo de Riggs, J. (2008) se utilizó para identificar los elementos clave y

encontrar las variables más efectivas para determinar la ubicación más conveniente del establecimiento. En cuantos a los aspectos legales, es de suma importancia que a toda empresa al iniciar debe tomar en cuenta todos los aspectos mencionados anteriormente, ya que de esta manera se obtiene una función de mejor manera tanto internamente como ante las autoridades correspondientes, de lo contrario al no cumplir con dichas normas la empresa podría verse afectada en un futuro.

La empresa se encuentra apenas en la etapa inicial, por lo tanto, no es conveniente el contratar a un gran número de empleados por ahora. Para un buen inicio de esta, es necesario que los mismos inversionistas o quienes se encuentren a cargo del proyecto, sean los mismos quienes se ubiquen al frente de la organización (en su defecto serían, la directiva, contaduría, secretaria, etcétera.).

Quien se encuentre a cargo de relaciones públicas será la misma persona que, por ahora, estará posicionada en el departamento de recursos humanos, para encontrar un buen personal, dedicado, eficaz y a proactivo. En total se tendrá una inversión inicial de \$1296550.79 aportando cada uno de los socios \$324137.698.

CAPITULO IV. Aspectos financieros

En este nuevo apartado se analizaran temas financieros y económicos que toda organización debe de conocer para ver la viabilidad del negocio. Los estados financieros que se tomaran en cuenta en este capítulo serán como balance general, flujo de efectivo entre otros.

4.1 Aspectos financieros

Se considera de verídica importancia el estudio financiero de toda empresa u organización porque con la información recaudada ayudara a conocer el éxito o fracaso de la misma.

Según Baca (2001 pag.160) “El análisis económico pretende determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cuál será el costo total de la operación de la planta (que abarque las funciones de producción, administración y ventas), así como otra serie de indicadores que servirán como base para la parte final y definitiva del proyecto, que es la evaluación económica”.

Según el autor anterior, la importancia de estos temas son de mucha utilidad para la empresa ya que con la información recolectada se pueden determinar con exactitud los costos o gastos que con llevan la producción del producto o servicio que la empresa esté desarrollando.

Esto nos da referencia que todo lo monetario que entre y salga de la empresa se debe de tener controlado y organizado, ya que todos los costos y gastos que se efectúen deben de estar recolectados para así llegar a los estados financieros correctos.

En este apartado, se analizaran todos los reportes financieros como son el balance general, flujo de efectivo, punto de equilibrio y estado de resultados, estos reflejaran en términos monetarios las pérdidas y ganancias de la empresa y si está o estará siendo viable.

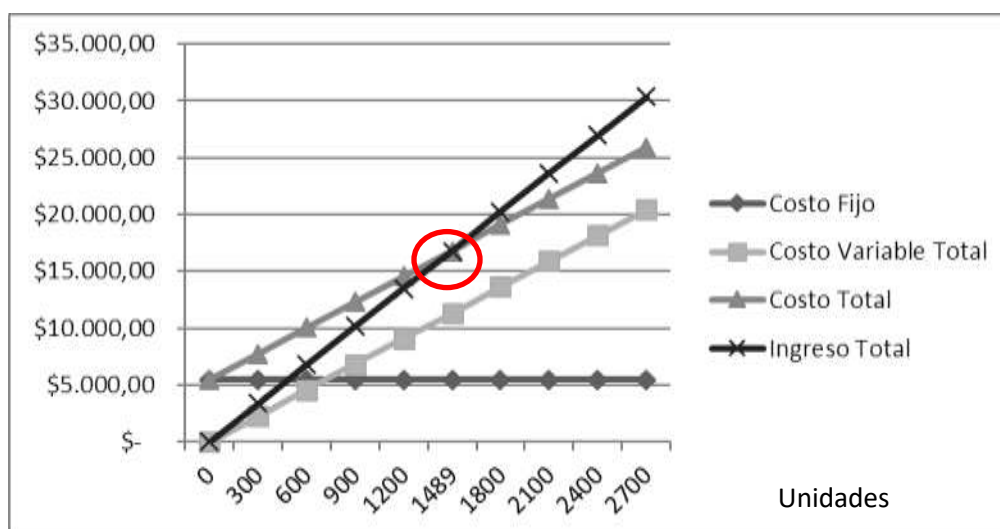
4.2 Punto de Equilibrio.

En este punto se darán a conocer al estado de equilibrio entre ingresos y egresos de la empresa, se sabe que el punto de equilibrio es el nivel de un negocio en el cual los ingresos igualan a los egresos y que por lo tanto no despide ni ganancia ni pérdida.

El Punto de Equilibrio es aquel punto de actividad en el cual los ingresos totales son exactamente equivalentes a los costos totales asociados con la venta o creación de un producto. Es decir, es aquel punto de actividad en el cual no existe utilidad, ni pérdida.

La gráfica 4 nos muestra el punto de equilibrio del artículo 3 que corresponde a “tacos a la plancha” el costo fijo por este son de \$5,474.84, su costo variable unitario corresponde a \$7.57 y su precio de venta al mercado es de \$45.00 la orden de 4 tacos. El punto de equilibrio se cruza en ingresos totales y costo total que corresponden a 1489 unidades vendidas y generaría una ganancia de \$16,751.00 pesos mensuales en el anexo 5 se muestra una tabla con resultados totales.

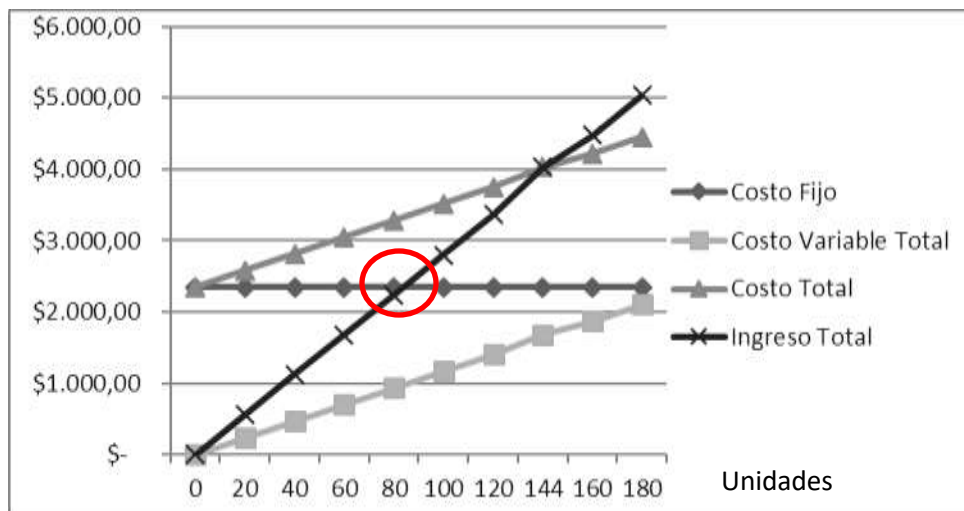
Grafica 4. Punto de equilibrio “tacos a la plancha”



Fuente: elaboración propia.+

La grafica 5 muestra los resultados del punto de equilibrio del artículo 2 que corresponde a “licuado (plátano)” el costo fijo para este \$2,346.36, su costo variable unitario es de \$11.21 y el precio de venta al mercado es de \$28.00. El punto de equilibrio se cruza en ingresos y costo totales con 144 unidades vendidas mensuales generando una ganancia \$4,032.00 pesos. En el anexo 6 se muestra tabla con resultados totales.

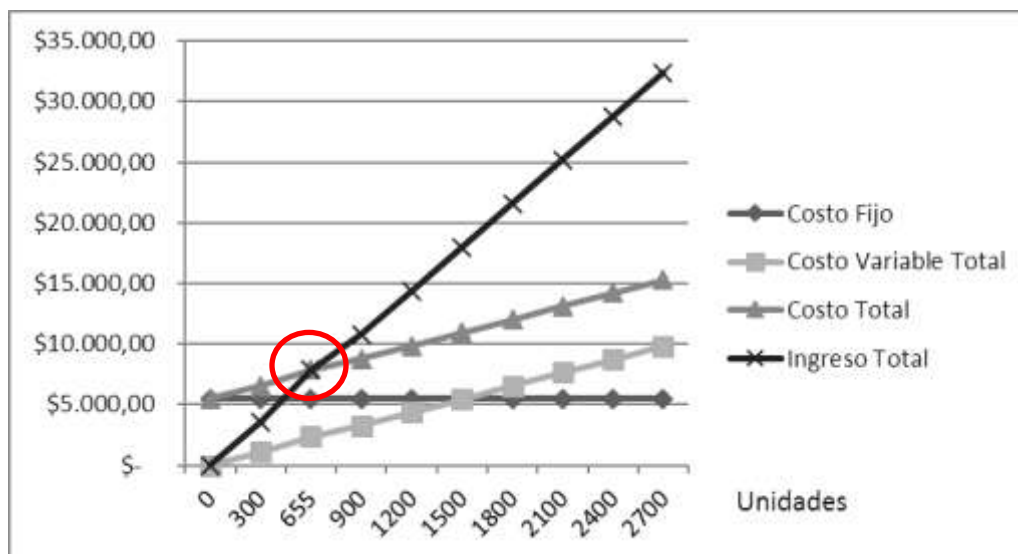
Grafica 5. Punto de equilibrio del artículo 2 “licuados”



Fuente: Elaboración propia.

Para el artículo 1 que son "gorditas" la gráfica 69 se muestra el punto de equilibrio con un costo fijo de \$5,474.86, costo variables unitarios que es de \$3.64 y su precio de venta en el mercado \$36.00 peso por orden de 4. El resultado de este se identifica en ingresos y costos totales con 655 unidades vendidas y da una ganancia mensual es de \$7,860.00pesos. En el anexo 7 se muestra la tabla con resultados totales de este artículo.

Gráfica 6. Punto de equilibrio de artículo 3 "gorditas"



Fuente: Elaboración propia.

4.1.1.1 Conclusiones de punto de equilibrio

En el apartado anterior se conocen los resultados obtenidos de tres artículos tomados como guía para lograr un punto de equilibrio de cada uno de ellos. El resultado para los tres fue viable ya que mostraban una ganancia del doble de sus costos fijos totales mensuales con una cantidad razonable de unidades vendidas por cada uno.

El punto de equilibrio muestra las ganancias y la totalidad de unidades que podrían ser ventas mensuales para tener ingresos factibles para la empresa.

Para el artículo 1 que son las “gorditas” el costo fijo total es de \$5,474.86 y las ganancias mensuales de \$7,860.00 con 655 unidades vendidas, el artículo 2 “licuados (plátano)” sus costos fijos totales son de \$2,346.36 y los ingresos totales mensuales serían de \$4,032.00 con 144 unidades vendidas y para el artículo 3 “tacos a la plancha” sus costos fijos totales son de \$5,474.86 y generarían ingresos totales de \$16,751.00 con la cantidad de 1489 unidades vendidas mensuales.

El punto de equilibrio nos marca exactamente donde no existen pérdidas ni ganancias.

4.1.2 Flujo de efectivo

El flujo de efectivo indica la cantidad de los movimientos de efectivo que se tienen dentro de la organización, incluyendo los saldos iniciales, el final del efectivo y sus equivalentes. La importancia de este reporte se basa en el correcto análisis de las operaciones para realizar buenas inversiones. En el anexo 8 se puede observar la variación del capital con resultados positivos y negativos.

4.1.2.1 Conclusiones de flujo de efectivo

En este estado financiero se ilustraron unidades de venta y el monto de lo utilizado en operación durante un año influyendo varios factores en estos.

En el anexo 8 se reflejan las entradas y salidas del capital que se tiene disponible. Muestra que el efectivo generado al inicio fue de \$ 110,800.00 MN teniendo bajas y altas alrededor de un año, lo mismo ocurre con los otros montos de efectivo que van variando mes tras mes.

Lo utilizado en operación el primer mes fue \$ 67,183.04 MN terminando el año con \$ 88,737.84 MN. Donde sí se muestra una gran diferencia es en el saldo de efectivo al final del periodo iniciando en el mes de noviembre con \$ 43,616.96, siendo en octubre del próximo año de \$ 531,283.02 MN, dándonos como conclusión que al final Running Food obtuvo resultados positivos con un incremento de ventas y éxito.

En la etapa del balance general, se encuentra el estado financiero de la organización y es ahí donde se refleja la situación tanto de los activos, pasivos y la diferencia entre ellos.

Cuando se realiza el análisis económico de un proyecto y se debe presentar el balance general, se recomienda, sólo referirse al balance general inicial; debido a que cuando una empresa empieza a generar ganancias, no se sabe con toda certeza el destino de las mismas (Baca, 2001).

En el estudio, el balance tiene como objetivo principal determinar anualmente cuál se considera que es el valor real de la empresa en este momento. El documento es vital y de suma importancia para los inversionistas, puesto que se percatan de las inversiones iniciales, las deudas y cualquier gasto financiero que pueda llegar a presentarse.

4.1.3 Estado de resultados y variaciones al capital

Según Baca (2001, pág. 172) “La finalidad del análisis del estado de resultados o de pérdidas y ganancias es calcular la utilidad neta y los flujos netos de efectivo del proyecto, que son, en forma general, el beneficio real de la operación de la planta, y que se obtienen restando a los ingresos todos los costos en que incurra la planta y los impuestos que debe de pagar”.

Como lo menciona el autor anterior el estado de resultados son las operaciones de todos los costos, diversos gastos y pagos que la empresa realiza en el transcurso de un periodo y así poder distinguir los descensos y ascensos económicos de una empresa.

4.1.3.1 Conclusiones de estado de resultados y variaciones del capital

Como se mencionó en el apartado anterior el estado de resultados son todos aquellos ingresos y gastos que salen o entran en toda organización en el transcurso de un periodo determinado.

El estado de resultados para la apertura de “Running Food” se analizó los gastos que llevaría la inversión de materia prima y equipos de producción con un monto total de \$67,183.04 y una utilidad neta mensual de \$43,616.96 como se puede observar en la figura 4 sus resultados.

Figura 3. Estado de resultados

Estado de Resultado:			
Concepto:	Monto:		
Ingresos	110,800.00		
(-) Gastos	67,183.04		
Utilidad Neta	43,616.96	32,712.72	
		10904.24	
Estado de Variaciones en el capital contable			
Saldo Inicial	1,296,550.79	324137.6975	Inversión por socio
(+/-) Utilidad/Férdida del ejercicio	43,616.96		
(-) Dividendo	0.00		
Saldo final	1,340,167.75		
	84894		
	669.59	16.59	11108.4981
			96002.4981

4.1.4 Balance general

En la etapa del balance general, se encuentra el estado financiero de la organización y es ahí donde se refleja la situación tanto de los activos, pasivos y la diferencia entre ellos.

Cuando se realiza el análisis económico de un proyecto y se debe presentar el balance general, se recomienda, sólo referirse al balance general inicial; debido a que cuando una empresa empieza a generar ganancias, no se sabe con toda certeza el destino de las mismas (Baca, 2001).

En el estudio, el balance tiene como objetivo principal determinar anualmente cuál se considera que es el valor real de la empresa en este momento. El documento es vital y de suma importancia para los inversionistas, puesto que se percatan de las inversiones iniciales, las deudas y cualquier gasto financiero que pueda llegar a presentarse.

4.1.5 Conclusiones balance general

Con la información de la tabla (anexo 9), se puede analizar la factibilidad del proyecto en cuanto a lo financiero. En activos se encuentran las inversiones temporales y cuentas por cobrar, los cuales están en ceros, al igual que el préstamo bancario y los intereses por pagar de financiamiento en pasivos, por la razón que el dinero recaudado para el inicio del proyecto fue por parte de los inversionistas involucrados en el mismo, esperando después la recuperación de ello. Siendo todo esto prometedor para la solvencia de la empresa y pensando en un futuro, abrir más sucursales con el paso del tiempo.

4.1.6 Razones financieras

El análisis de la situación financiera de la empresa, tomando en consideración todos los datos arrojados por los balances y los flujos de efectivo, ofrecen a la empresa una visión más clara de los puntos fuertes de la misma, así como los débiles y con esto tener una mejor idea que es lo que se tiene que hacer para mejorar la situación de la empresa.

En este apartado se analizarán la tasa interna de rendimiento (TIR) y la tasa de retorno mínima aceptable (TMAR) estas ayudan a conocer la situación actual que opera la empresa en tanto a porcentajes con diferentes enfoques cada uno.

La TIR son los rendimientos futuros que espera dicha inversión, es decir sirve como indicador de la rentabilidad de un proyecto. Por otro lado la TMAR nos da un estimado de cuánto tiempo pasaría para recuperar dicha inversión.

4.1.6.1 Conclusiones de razones financieras

Dentro de la siguiente figura 4, se puede ver los flujos proyectados para el primer año de actividades de la empresa.

Figura 4. Flujos proyectados

TIEMPO	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Flujo	-96,002.50	46616.96	49306.28	54999.56	26543.06	37925.66	60690.86	79952.96	9777.86	20651.76	54999.56	32294.36

Fuente: elaboración propia

En base a los estados financieros como se puede observar dentro del mes 0, que es el inicio de las operaciones la inversión fue de \$96002.50. La tasa interna de retorno es de 48% y como se puede observar en la tabla anterior en base a los flujos y la rentabilidad es necesario seguir trabajando en la empresa para ver las mejoras.

Con la siguiente fórmula se verá si es posible que los activos estén siendo utilizados correctamente para utilizar debidamente las ventas de la empresa y si esta generó utilidades.

$$RAT = \text{VENTAS TOTALES} / \text{ACTIVOS TOTALES} \quad RAT = 534283.02 / 1340167.75$$

$$RAT = 39\%$$

Se trata de un 39% el cual se considera una cifra aceptable ya que se considera esta se genera a raíz del activo fijo de la organización.

4.2 Conclusiones generales de aspectos financieros

Para todo propietario de una empresa es importante la evaluación de la situación financiera de su negocio, con el fin de tomar las decisiones mayormente acertadas y así mismo disminuir todo riesgo de fracaso y conocer sus rendimientos futuros.

4.3 Conclusiones generales del proyecto de inversión

En conclusión a este proyecto realizado durante el periodo de otoño/invierno del 2015 en la materia de seminario de Evaluación de proyectos de la Universidad Autónoma de Tamaulipas, Unidad académica multidisciplinaria. Como un objetivo de ventaja competitiva se tomaron en cuenta los gustos y preferencias de los posibles consumidores, se elaboró una encuesta y se aplicó a una parte de la población de la ciudad de Rio Bravo, Tamaulipas, en las que se les cuestionó si les agradaba la idea del nuevo proyecto y los tipos de comida que preferían de acuerdo la hora; obteniendo como resultado que a la mayoría de las personas les agrada el camión de comida que les lleva a donde estén lo que más les agrada a la hora de consumir, también se analizaron las mejores rutas de acuerdo con el horario de comida para todos los trabajadores y estudiantes.

Además cabe mencionar que dicho proyecto aparte de que es una idea creativa en la ciudad no hay un establecimiento igual, cuenta con un nombre, logotipo y slogan adecuados de acuerdo a su función. (Técnico, mercados).

Para iniciar las funciones, se cumplió con una serie de trámites y disposiciones legales como el alta ante el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS), el alta en la Secretaria de Administración Tributaria (SAT) y el trámite de licencia sanitaria. Y como todo establecimiento que se ve relacionado con la fabricación, preparación, almacenamiento y venta, tanto de productos como materia prima se tramita una licencia sanitaria para su operación.

Referencias Bibliográficas:

Baca, G. (2006). *“Evaluación De Proyectos”*, (5ta Ed.) México. Editorial McGraw-Hill.

Balanko, G. (2008). *“Como Preparar Un Plan De Negocios Exitoso”*.(2^{da} ed.).México. Editorial McGraw-Hill.

Gutiérrez, G. y Prida, B (1998). *Logística y Distribución Física*. McGraw Hill. Madrid España.

Hernandez R., Fernandez C., Baprista P., (2014) *Metodología de la Investigación*. Edicion 6. McGraw-Hill Education, 2014. [Consulta: https://books.google.com.mx/books?id=oLbjoQEACAAJ&dq=Hernandez,+Fernandez+y+Baptista+2014&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjE1cmM_vLNAhUIxGMKHemrBRsQ6AEIGjAA Fecha de Consulta: 27 Junio 2016].

Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2014). Sistema de Calcificación Industrial de América del Norte. SCIAN.

Instituto Mexicano del Seguro Social. (2015). *Información, trámites y servicios*. Recuperado de <http://www.imss.gob.mx/>. El día 28 de Octubre de 2015.

Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2014). *Censos y conteos*. Recuperado de: <http://www3.inegi.org.mx/sistemas/TabuladosBasicos/Default.aspx?c=27302&s=est>, el 9 de Septiembre de 2015.

Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2014). *Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas*. Recuperado de <http://www3.inegi.org.mx/sistemas/mapa/denue/default.aspx>. El día 02 de septiembre de 2015.

Muñiz, R. (2014). *“Marketing En El Siglo XXI”*, (5ª Ed.). México. Editorial Centro De Estudios Financieros.

Sapag, N. (2007). *“Proyectos De Inversión Formulación Y Evaluación”*. México. Editorial Pearson.

Servicio de Administración Tributaria. (2015). *Registro federal de contribuyentes*. Recuperado de <https://www.siat.sat.gob.mx/PTSC/>. El día 26 de octubre de 2015.

Anexo 1. Encuesta aplicada



El objetivo de esta encuesta es obtener información directamente proporcionada por los posibles clientes, para conocer las preferencias, los hábitos alimenticios en cuanto a comida rápida y la frecuencia en que la consumen, también se nos informara lo que estarían dispuestos a pagar por un servicio de comida como este, para así mismo brindarles la mejor comodidad y servicio.

Instrucción: Contesta lo que se te pide.

¿Consume frecuentemente comida en la calle?

Si b) No

¿Cuánto invierte a la semana?

- a) 100 – 200 b) 300 – 400 c) 500 – 600 d) Otra cantidad _____

¿Con cuánto tiempo dispone para su comida?

- Menos de 1 hora b) de 1 a 2 horas c) Mas de dos horas

¿A qué hora del día es más probable que vaya a los negocios de comida rápida?

- Almuerzo b) Comida c) Cena

De las siguientes características selecciona las tres más importantes a escoger algún producto de comida rápida.

- Calidad de la comida b) Apariencia del negocio c) Promociones d) Precio

- Variedad de comida f) Atención al cliente

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por su comida?

- 50 – 70 b) 80 – 100 c) 100 – 150

¿A través de qué medio de comunicación se entera usted de lanzamientos de nuevos proyectos, o publicidad?

- Facebook b) páginas web c) televisión d) periódicos

¿Considera atractiva la idea de un camión que ofrezca servicios de la siguiente encuesta?

- Si b) No

Instrucción: Circula tres de tu preferencia de cada sección.

ALMUERZO	COMIDA	SNACKS	BEBIDAS
Hot cakes	Hamburguesas	Helados	Agua
Waffles	Hot dogs	Nachos	Aguas frescas
Tortas de huevo	Burritos	Fritos / Queso	Te
Tacos de carne asada	Pizza	Palomitas	Café
Tacos (guisos)	Ensaladas	Paletas de hielo	Licuada
Gorditas (guisos)	Tacos a la plancha	Fresas con chamoy	Malteadas
Sándwich	Milanesas	Galletas	Refrescos

Anexo 2. Tabla de depreciación y plan de remplazo
Licuadora:

Fin de Año	Depreciación Anual	Depreciación Acumulada	Valor en Libros
0	-	-	\$4,298.99
1	\$534.37	\$534.37	\$3,764.62
2	\$534.37	\$1,068.75	\$3,230.24
3	\$534.37	\$1,603.12	\$2,695.87
4	\$534.37	\$2,137.50	\$2,161.50
5	\$534.37	\$2,671.87	\$1,627.12
6	\$534.37	\$3,206.24	\$1,092.75
7	\$534.37	\$3,740.62	\$558.37
8	\$534.37	\$4,274.99	\$24.00

Fin de Año	Depreciación Anual	Depreciación Acumulada	Valor en Libros
0	-	-	450,000.00 \$
1	45,000.00 \$	45,000.00 \$	405,000.00 \$
2	45,000.00 \$	90,000.00 \$	360,000.00 \$
3	45,000.00 \$	135,000.00 \$	315,000.00 \$
4	45,000.00 \$	180,000.00 \$	270,000.00 \$
5	45,000.00 \$	225,000.00 \$	225,000.00 \$
6	45,000.00 \$	270,000.00 \$	180,000.00 \$
7	45,000.00 \$	315,000.00 \$	135,000.00 \$
8	45,000.00 \$	360,000.00 \$	90,000.00 \$
9	45,000.00 \$	405,000.00 \$	45,000.00 \$
10	45,000.00 \$	450,000.00 \$	\$ 0

Camión 1

Fin de año	Depreciación anual	Depreciación acumulada	Valor en Libros
0	0	0	\$ 219,000.00

1	21,900.00 \$	21,900.00 \$	\$ 197,100.00
2	21,900.00 \$	43,800.00 \$	\$ 175,200.00
3	21,900.00 \$	65,700.00 \$	\$ 153,300.00
4	21,900.00 \$	87,600.00 \$	\$ 131,400.00
5	21,900.00 \$	109,500.00 \$	\$ 109,500.00
6	21,900.00 \$	131,400.00 \$	\$ 87,600.00
7	21,900.00 \$	153,300.00 \$	\$ 65,700.00
8	21,900.00 \$	175,200.00 \$	\$ 43,800.00
9	21,900.00 \$	197,100.00 \$	\$ 21,900.00
10	21,900.00 \$	219,000.00 \$	\$ -

Camión 2

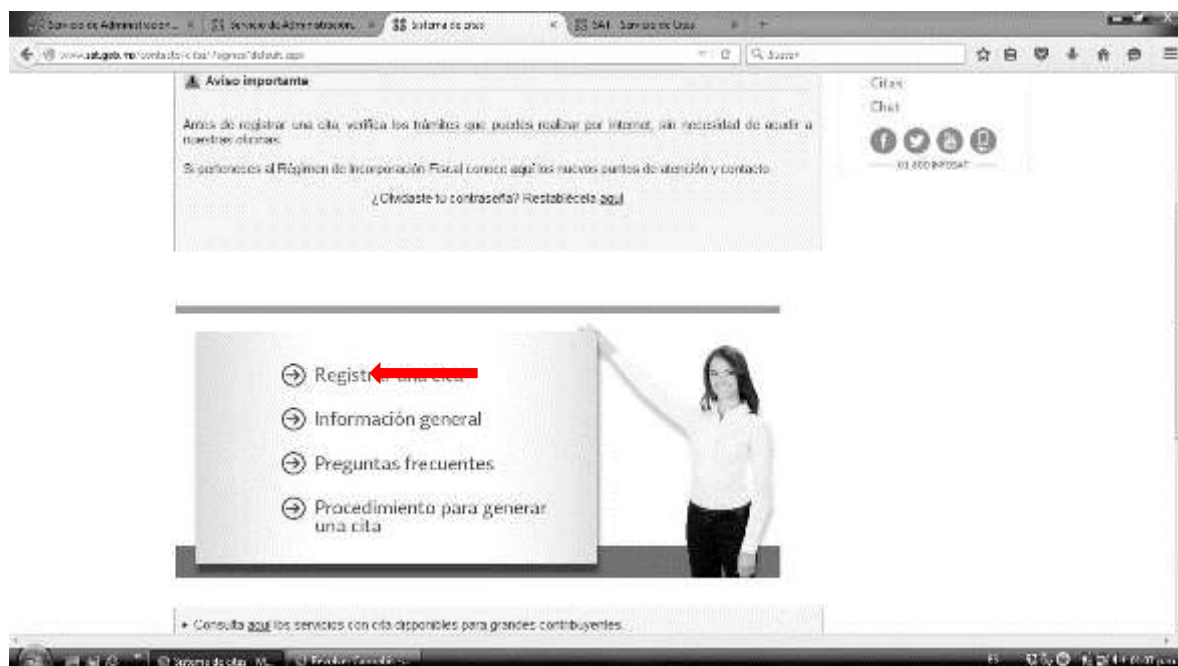
Anexo 3. Productos a adquirir

Producto	Cantidad	Precio
Aceite Vegetal Bakers & Chefs	20 lts.	\$382.00
Mayonesa Bakers & Chefs	3.7 lts.	\$129.00
Cátsup Del Monte	3.8 kg.	\$55.00
Agua Bonafont	24/600 ml.	\$86.52
Agua Bonafont	12/1 lt.	\$64.00
Te Arizona	12/680 ml	\$99.90
Azúcar Estándar Bakers & Chefs	4 kg	\$63.00
Café Bakers & Chefs	1.2 kg	\$139.00
Cremora	200/4 gr	\$84.90
Harina Hot Cakes Gamesa	1500 gr	\$39.90
Nutrileche	12/1 lt	\$135.00
Coca Cola	6/600lt	\$53.00
Servilletas Lys	2000 pzas.	\$121.90

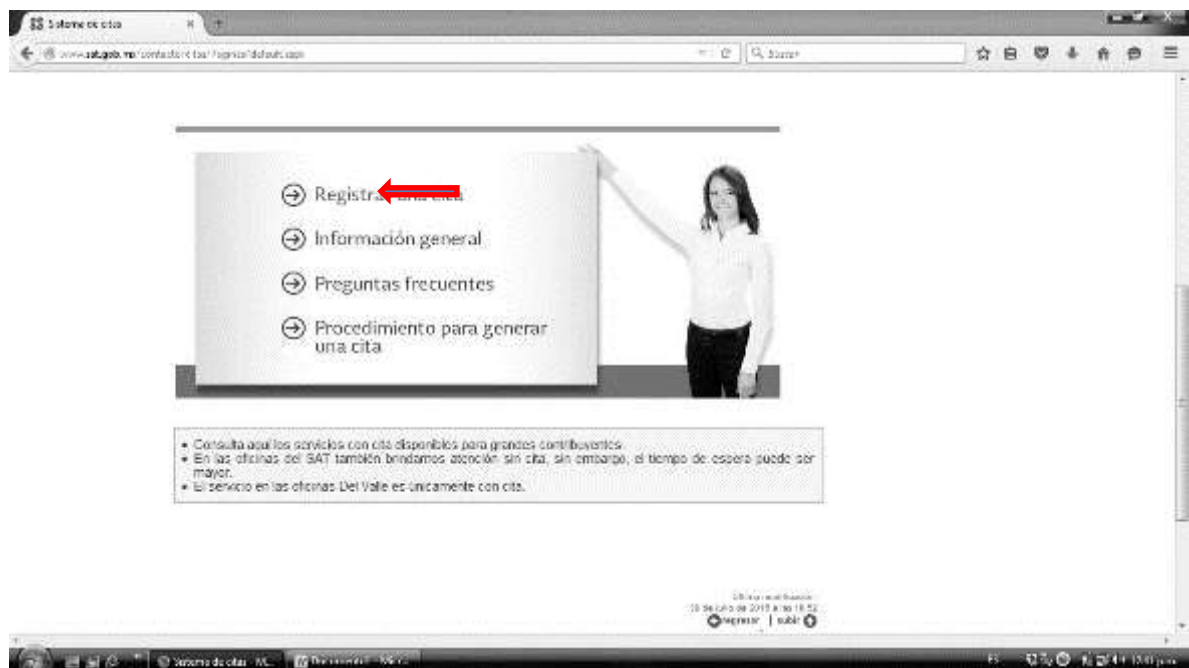
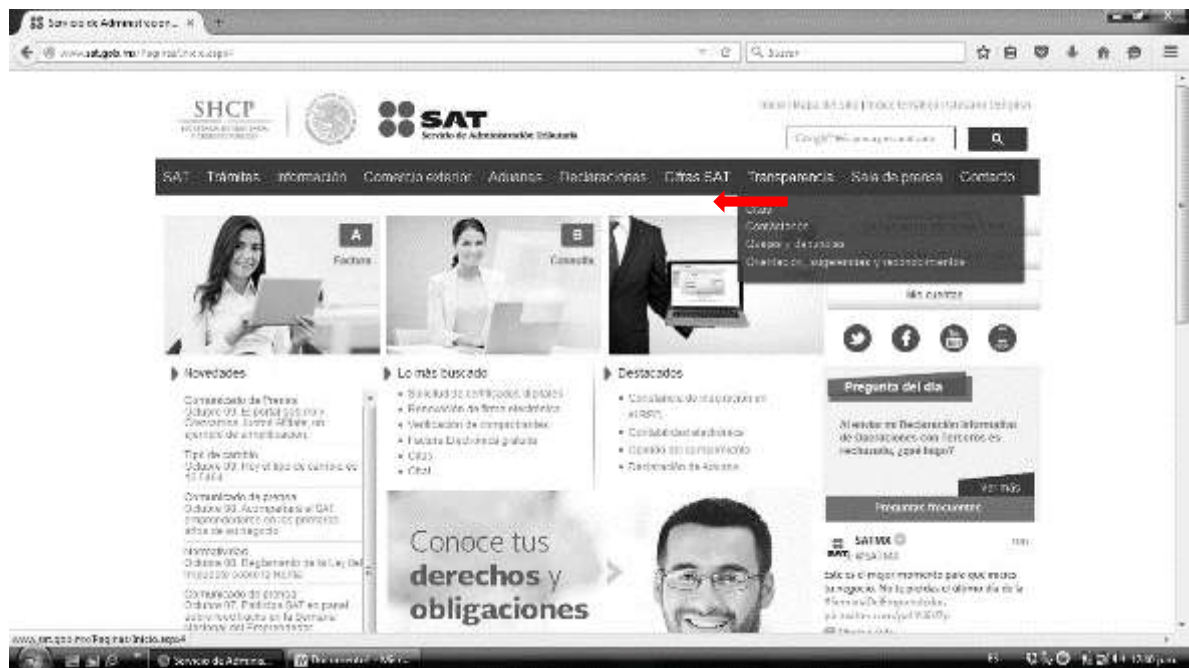
Platos Desechables Sturdy Ware	125 pzas	\$94.89
Vaso térmico Convermex	120 pzas	\$48.99
Cubiertos Surtidos Dixie	420 pzas	\$139.0 0
Huevo blanco Bachoco	180 pzas	\$236.9 0
Chiles en rajas Bakers & Chefs	3 kg	\$32.00
Chiles nachos Bakers & Chefs	3 kg	\$31.90
Galletas Surtidas Gamesa	10 pzas	\$84.59
Salchicha Chimex	2 kg	\$48.50
Jamón Americano D' Hector	2 kg	\$118.5 0
Mini pizzas Red Baron	8 pzas	\$129.0 0
Queso americano Bakers & Chefs	2.1 kg	\$116.5 0
Carne hamburguesa American Beef	60 pzas	\$197.0 0
Tender pollo	1.5 kg	\$169.0 0
Fresa congelada Members Mark	2 kg	\$89.00
Nieve de limón Members Mark	4.7 lt	\$99.00
Bolsa grande nachos		\$33.90
Lata de queso grande	3 kg	\$141
Mermelada McCormick fresa	980 gr	\$33.00
Miel de abeja Member mark	2 kg	\$170.0 0
Total		88 \$3,366.

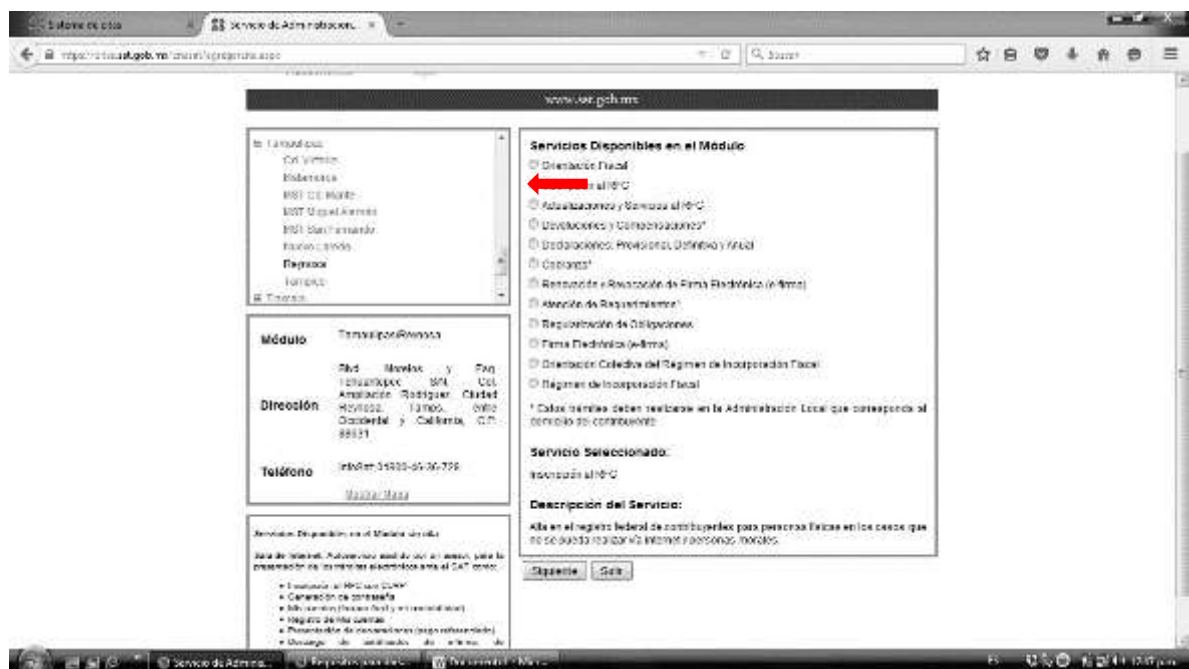
Fuente: elaboración propia.

Anexo 4. Pasos para darse de alta en el SAT











Salvador de Cuba | Servicio de Administración |

https://portal.sat.gob.cu/usuarios/programas.aspx

SHCP | SAT | Servicio de Administración Tributaria

portal.sat.gob.cu

Datos Personales

Nombre Completo del Contribuyente:

Apellido y Nombre completo:

Correo electrónico:

correo04_01@hotmail.com

Teléfono de Celular:

(889) 2694 7228

Teléfono Celular:

(889) 1940500

¿Es nuevo inscrito con un solo servicio?

Seleccione Fecha y Hora

Seleccione día 2017:

dom	lun	mar	mié	jue	vie	sáb
27	28	29	30	1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31
1	2	3	4	5	6	7

☐ Amplia disponibilidad ☐ Solo día no festivo
☐ Poco disponibilidad ☐ Sin Transmisión
☐ Sin disponibilidad

Fecha Seleccionada: 20/01/2017

Servicio Seleccionado: Inscripción al RFC

Módulo Seleccionado: Tamauipás/Reynosa

Seleccione alguno de los horarios disponibles: 10:00 a.m. ▼

Cancelar Anterior Continuar

Salvador de Cuba | Servicio de Administración |

https://portal.sat.gob.cu/usuarios/programas.aspx

SHCP | SAT | Servicio de Administración Tributaria

portal.sat.gob.cu

Datos Personales

Nombre Completo del Contribuyente:

Apellido y Nombre completo:

Correo electrónico:

correo04_01@hotmail.com

Teléfono de Celular:

(889) 2694 7228

Teléfono Celular:

(889) 1940500

¿Es nuevo inscrito con un solo servicio?

Reservaciones (Fecha y hora)

Seleccione día 2017:

dom	lun	mar	mié	jue	vie	sáb
27	28	29	30	1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31
1	2	3	4	5	6	7

☐ Amplia disponibilidad ☐ Solo día no festivo
☐ Poco disponibilidad ☐ Sin Transmisión
☐ Sin disponibilidad

Fecha Seleccionada: 20/01/2017


Servicio Seleccionado: Inscripción al RFC

Módulo Seleccionado: Tamauipás/Reynosa

Seleccione alguno de los horarios disponibles: 10:00 a.m. ▼

Cancelar Anterior Continuar

Captura el código de la imagen



Continuar

Salón de citas

www.sat.gob.mx

SHCP
SECRETARÍA DE HACIENDA Y CREDITO PÚBLICO

SAT
Servicio de Administración Tributaria

Estimado(a) **IRVING JOSE VILLALBA CARRERA**:
El Servicio de Administración Tributaria (SAT), le informa que ha sido registrado su día para el servicio de inscripción al RFC, solicitado en:

Oficina del SAT	Horarios	Fecha de Cita	Horario de Cita	Número de Cita	Número de Confirmación
Hogaza	Bvd. Morelos y Edo. Tehuacanero - S/N - Col. Amplexado - Modulos Ciudad Revolucionaria, entre Occidental y Calles de C.P. 86031	Jueves, 26 de octubre de 2017	08:30 a.m.	10370000	2003177100

VERBOS IMPORTANTES:

- Lo agradecemos acudir a su cita 5 minutos antes de la hora reservada.
- Para ser atendido es indispensable portar una identificación oficial vigente con fotografía y firma, expedida por el Gobierno Federal, Estado o Municipio y acreditar un turno impreso al entrar a la oficina del SAT.
- Es importante cumplir con todos los requisitos para recibir el trámite de acuerdo a la disponibilidad en el Catálogo de Servicios y Trámites que podrá encontrar en la siguiente [dirección electrónica](#).

TERMINOS Y CONDICIONES:

- Le informamos que en caso de no asistir a la cita agendada es importante cancelarla para evitar que ésta cuente como inasistencia.
- Los contribuyentes que no asistan a la cita en un periodo de 30 días, se generará la responsabilidad de cubrir el monto de adeudo por 30 días naturales a partir de la segunda inasistencia. Sin embargo, si antes, usted podrá acudir a las Oficinas del SAT sin cita en los horarios de atención, teniendo en cuenta que el tiempo de espera puede ser mayor.

Con el fin de mejorar la atención, le informamos que puede ser seleccionado para recibir, a través de su correo electrónico, nuestra encuesta de **calidad** en el servicio, agradeceremos su participación.

Imprimir Cerrar

QR Code

Salón de citas

www.sat.gob.mx/contacto/sat/?pagina=inicio

Registra tu cita

Información general

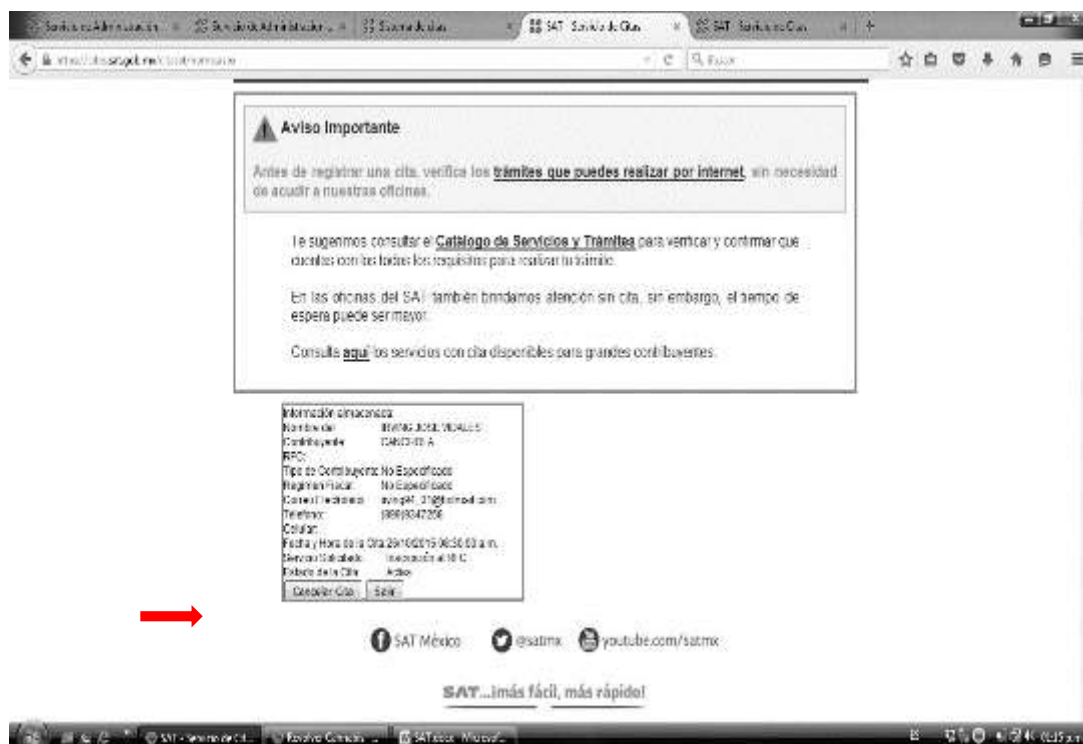
Preguntas frecuentes

Procedimiento para generar una cita

Consulta aquí los servicios con cita disponibles para grandes contribuyentes.
En las oficinas del SAT también brindamos atención sin cita, sin embargo, el tiempo de espera puede ser mayor.
El servicio en las oficinas Del Valle es únicamente con cita.

Última actualización: 10 de julio de 2017 a las 15:52

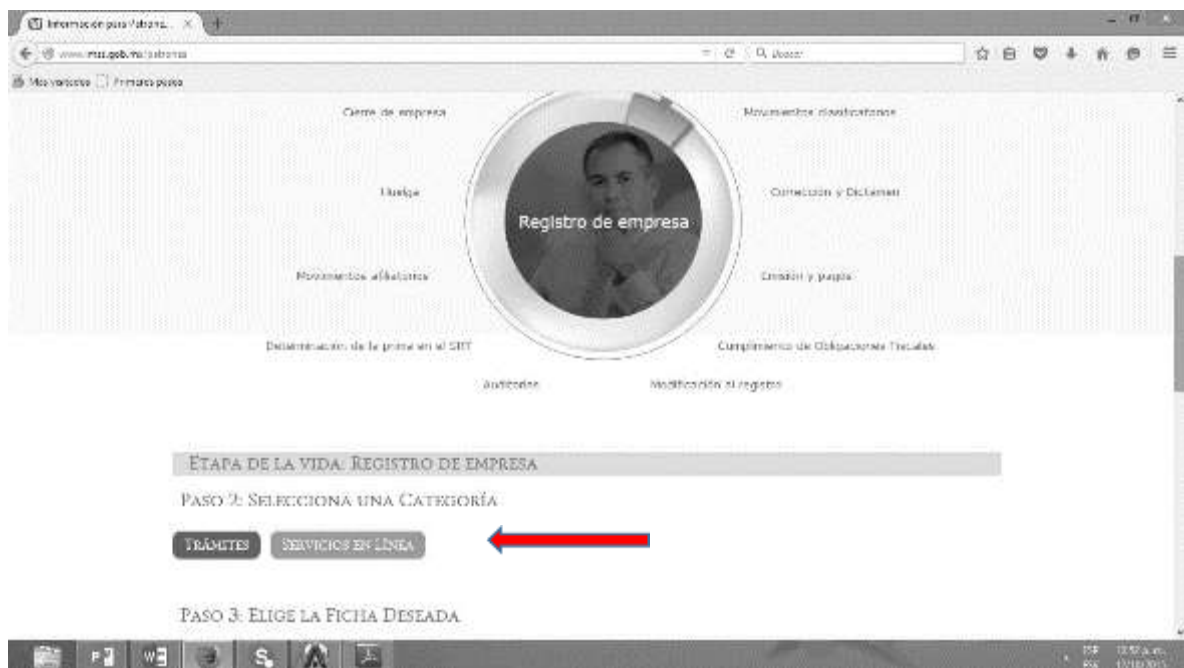
Imprimir Cerrar

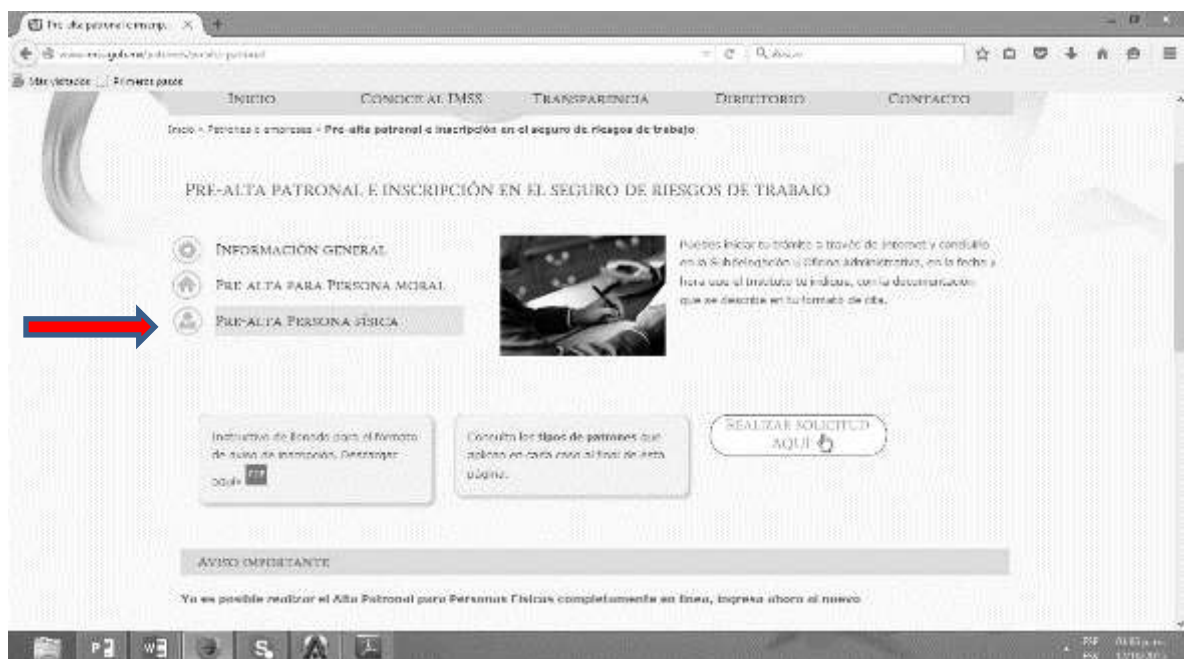




Anexo 5. Pasos para darse de alta ante el IMSS







Trabaja persona: cunarp. x Auto patronal: cunarp: cunarp. x

157.202.208.113/sap/index.do

Mis favoritos | Primer paso

Ventanilla Única ¿Dónde realizar el trámite? Denuncia

PRF AJTA PARA INSCRIPCIÓN PATRONAL

MOVIMIENTOS PATRONAL PR

FECHA EN QUE ESTÁ REALIZANDO EL TRÁMITE : 2012/10/12

ANTES DE CAPTURAR SUS DATOS, REVISE EL REGLAMENTO DE LA LEY DEL SEGURO SOCIAL

EN MATERIA DE AFILIACIÓN, CLASIFICACIÓN DE EMPRESAS, RECAUDACIÓN Y FISCALIZACIÓN.

EN LO REFERENTE AL CATÁLOGO DE ACTIVIDADES DEL ART. 136 PARA DETERMINAR SU CLASE Y FRACCIÓN.

→ Personas Morales
→ Personas Físicas

gob.mx

Gob.mx es el portal único del gobierno que puedes consultar a cualquier hora, desde cualquier lugar, en cualquier dispositivo.

Contacto

Insurgencia Sur 1/25, Col. Cuauhtémoc, Delegación Álvaro Obregón, México, D.F.

01 55 a.m.
12/16/2015

Trabaja persona: cunarp. x Auto patronal: cunarp: cunarp. x

157.202.208.113/sap/plantillaPersonas.do?method=initCapturaData

Mis favoritos | Primer paso

CAPTURA DE DATOS

Solicitud de Número de Registro Patronal

Personas Físicas en el Régimen Obligatorio

Datos Opcionales (*)

Fecha de presentación de este aviso: 12-10-2012 Fecha a partir de la cual surto efectos este movimiento:

Datos generales del patrón o sujeto obligado

Apellido paterno: JUANES Nombre (s): JUANES RFO: APELLIDO MATERNO: LÓPEZ

CURP: JUANES JUANES JUANES JUANES JUANES JUANES JUANES JUANES JUANES JUANES

Nombre Comercial: RUSCÓN FOMOS

Boletín Bural

Calle: MADRUGA Número y/o letra exterior: 1025 Número y/o letra interior: 1011

Entre la calle de: LAS TORRES Y la calle de: LAS TORRES

Entidad Federativa: JALISCO Municipio o Delegación: EL SALVADOR Código Postal: 46000

Colonia: Belisario Localidad: Belisario

Teléfono fijo con clave de larga distancia (*): 44444444 Extensión (*):

Teléfono fijo2 con clave de larga distancia (*): 44444444 Extensión (*):

Dirección de correo:

01 55 a.m.
12/16/2015

Trabaja persona: empresa. A los patrones se les debe dar un...
 157.202.212.115/registro-patronal/registro-patronal-2015
 Mis valores... Firmado por...

Representante legal

Proceder con: ☒ Actos de administración

Apellido paterno: [campo] Apellido materno: [campo]
 Nombre(s): [campo] D.C. (*): [campo]
 CURP: [campo]

Teléfono fijo con clave de larga distancia (*): [campo] Extensión (*): [campo]
 Teléfono móvil con clave de larga distancia (*): [campo] Dirección de correo electrónico (*): [campo]

Datos del centro de trabajo por el que solicita el registro patronal

Domicilio: [campo] ☒ Si es en el sector rural, el domicilio rural

Datos de las personas autorizadas para presentar solicitudes de afiliación (hasta 3)

Apellido paterno: [campo] Apellido materno: [campo]
 Nombre(s): [campo] D.C. (*): [campo]
 CURP: [campo]

Teléfono fijo con clave de larga distancia (*): [campo] Extensión (*): [campo]
 Teléfono móvil con clave de larga distancia (*): [campo] Dirección de correo electrónico (*): [campo]

[Botón: Buscar]

Ap. Paterno (p. Materno) (apellido) D.C. CURP Teléfono fijo Extensión Teléfono móvil Correo electrónico

Clasificación de actividad económica para el registro en el Seguro de Riesgos de Trabajo, manifestada por el patrón
 Especifica su clave:

Trabaja persona: empresa. A los patrones se les debe dar un...
 157.202.212.115/registro-patronal/registro-patronal-2015
 Mis valores... Firmado por...

Clasificación de actividad económica para el registro en el Seguro de Riesgos de Trabajo, manifestada por el patrón
 Especifica su clave:

[campo]

☐ Incluye servicios de personal (Indique el número de centros de trabajo) ☐ Solicita Registro Patronal por Clave

El Registro Patronal por Clave aplica únicamente para empresas "multisectoriales" o creadoras de empleo de personal, la empresa cumple con las disposiciones establecidas en los artículos 15.4 y 7.5, de la Ley del Seguro Social, y proporciona la información descrita en los numerales 7.4, 7.5, y 7.6, del Instrumento de Análisis del Instrumento ASP. Solo podrá manifestar este tipo de Registro Patronal por Clave al acudir a la cuadrilajista.

Clasificación conforme al Reglamento de la Ley del Seguro Social en Materia de Afiliación, clasificación de empresas, Recaudación y Localización

Clasificación	Clave	Descripción
Forma de Empresa	[campo]	
Región	[campo]	
Proceder	[campo]	
Clave		
Forma de Empresa:		

Datos de la actividad económica que declaró

Principales productos elaborados o servicios prestados (últimos diez)

Descripción	Cantidad
[campo]	[campo]

Principales materias primas y materiales utilizados (últimos diez)

Descripción	Cantidad
[campo]	[campo]

Repatriación y equipos utilizados (excepto equipo de transporte)

Nombre de unidades	Marca
[campo]	[campo]

Anexo 6. Resultados totales del artículo 1 “tacos a la plancha”.

Unidades	Costo Fijo	Costo Variab	Costo Total	Ingreso Total
0	\$ 5,474.84	\$ -	\$ 5,474.84	\$0
300	\$ 5,474.84	\$ 2,271.82	\$ 7,746.66	\$3,375
600	\$ 5,474.84	\$ 4,543.64	\$10,018.48	\$6,750
900	\$ 5,474.84	\$ 6,815.46	\$12,290.30	\$10,125
1200	\$ 5,474.84	\$ 9,087.29	\$14,562.13	\$13,500
1489	\$ 5,474.84	\$11,275.81	\$16,750.65	\$16,751
1800	\$ 5,474.84	\$13,630.93	\$19,105.77	\$20,250
2100	\$ 5,474.84	\$15,902.75	\$21,377.59	\$23,625
2400	\$ 5,474.84	\$18,174.57	\$23,649.41	\$27,000
2700	\$ 5,474.84	\$20,446.39	\$25,921.23	\$30,375

Anexo 7. Tabla de resultados totales del artículo 2 “licuados”

Unidades	Costo Fijo	Costo Variable Total	Costo Total	Ingreso Total
0	\$ 2,346.36	\$ -	\$ 2,346.36	\$0
20	\$ 2,346.36	\$ 234.12	\$ 2,580.48	\$560
40	\$ 2,346.36	\$ 468.25	\$ 2,814.61	\$1,120
60	\$ 2,346.36	\$ 702.37	\$ 3,048.73	\$1,680
80	\$ 2,346.36	\$ 936.50	\$ 3,282.86	\$2,240
100	\$ 2,346.36	\$ 1,170.62	\$ 3,516.98	\$2,800
120	\$ 2,346.36	\$ 1,404.75	\$ 3,751.11	\$3,360
144	\$ 2,346.36	\$ 1,685.70	\$ 4,032.06	\$4,032
160	\$ 2,346.36	\$ 1,873.00	\$ 4,219.36	\$4,480
180	\$ 2,346.36	\$ 2,107.12	\$ 4,453.48	\$5,040

Anexo 8. Tabla de resultados del artículo 1 “Gorditas”

Unidades	Costo Fijo	Costo Variable Total	Costo Total	Ingreso Total
0	\$ 5,474.84	\$ -	\$ 5,474.84	\$0
300	\$ 5,474.84	\$ 1,091.00	\$ 6,565.84	\$3,600
655	\$ 5,474.84	\$ 2,382.02	\$ 7,856.86	\$7,860
900	\$ 5,474.84	\$ 3,273.00	\$ 8,747.84	\$10,800
1200	\$ 5,474.84	\$ 4,364.00	\$ 9,838.84	\$14,400
1500	\$ 5,474.84	\$ 5,455.00	\$ 10,929.84	\$18,000
1800	\$ 5,474.84	\$ 6,546.00	\$ 12,020.84	\$21,600
2100	\$ 5,474.84	\$ 7,637.00	\$ 13,111.84	\$25,200
2400	\$ 5,474.84	\$ 8,728.00	\$ 14,202.84	\$28,800
2700	\$ 5,474.84	\$ 9,819.00	\$ 15,293.84	\$32,400

Anexo 9. Flujo de efectivo

[illegible]

Anexo 10. Balance general

Estado de Situación Financiera 30 Nov 2015:	
Concepto	Monto:
ACTIVO	
Efectivo	43,616.96
Bancos	1,200,548.29
Cuentas por cobrar	0.00
Inversiones Temporales	0.00
Inmuebles y equipo neto	96,002.50
Total Activo	1,340,167.75
PASIVO	
Intereses por pagar de financiamiento	0.00
Prestamo bancario	0.00
Total Pasivo	0.00
CAPITAL	
Capital Contable	1,340,167.75
Total Capital Contable	1,340,167.75
Total Pasivo y Capital	1,340,167.75
	0.00