TECH & PAYMENTS

Expertos locales en POS y servicios · Tucson, AZ

EL PLANO DEL RESTAURANTE

Planéelo. Póngale precio. Compruébelo.

Una guía para el dueño primerizo que quiere abrir un restaurante con números reales — la investigación, las cuentas, las listas de verificación, y la tecnología que lo sostiene todo.



technpayments.com

ANTES DE EMPEZAR

UNA CARTA DE SU SOCIO LOCAL EN TECNOLOGÍA

La mayoría de los restaurantes no fracasan en la cocina. Fracasan en el papel — antes de servir el primer plato.

Fracasan porque firmaron la renta al 14% de las ventas en lugar del 8%. Porque pusieron precio al menú copiando al de enfrente en vez de costear el plato. Porque el dinero del impuesto sobre ventas se volvió, sin avisar, dinero de la nómina. Porque las malas noticias llegaron a fin de mes, cuatro semanas tarde para arreglarlas.

Nada de eso es un problema de cocina. Todo es un problema de números — y los problemas de números se pueden prevenir.

Escribimos esta guía porque estamos del lado de la tecnología en cientos de conversaciones con restaurantes aquí en el sur de Arizona, y vemos el mismo patrón siempre: los dueños que lo logran tratan al restaurante como un negocio que además sirve buena comida. Los que batallan lo tratan como buena comida que además es un negocio.

Esta guía lo lleva por todo el camino: cómo validar su concepto antes de gastar un dólar, el puñado de fórmulas que deciden si sobrevive, cómo se ve un mes real en números, y las herramientas de tecnología que hacen lo aburrido en automático para que usted esté en el comedor y no en una hoja de cálculo.

Úsela por cuenta nuestra. Y cuando esté listo para correr *sus* números en lugar de nuestros ejemplos, la última página le dice cómo conseguir una sesión de Blueprint gratis — su concepto, su mercado, su punto de equilibrio, cortesía de la casa.

— El equipo de Tech & Payments

Tucson, Arizona

Would you rather read in English? Ask us for the English edition — it's included. Write us at technpayments.com.

01

EL CAMINO, DE LA A A LA Z

Abrir un restaurante son seis fases. El software puede cargar algunas. Otras siempre serán suyas.

FASE	QUÉ PASA	QUIÉN LO CARGA
A · Soñar y validar	El concepto, el estudio de mercado, el barrido de competencia, la corazonada	El software investiga; **usted** decide
B · Planear y financiar	Plan de negocio, modelo financiero, punto de equilibrio, levantar dinero	El software escribe y calcula; **usted** gana la confianza
C · Local y construcción	Lista de locales, caminar la cuadra, contrato de renta, permisos, remodelación	Los datos ayudan; **usted** negocia y construye
D · Producto y gente	Crear el menú, costear recetas, proveedores, contratar, cultura	El software costea y redacta; **usted** prueba y contrata
E · Lanzamiento	Ruido previo, personal, apertura suave, noche de estreno	Las herramientas organizan; **usted** atiende
F · Crecer y salir	Números semanales, lealtad, segunda sucursal, venta eventual	El software vigila; **usted** maneja

El patrón: el software se encarga del papeleo y los números. Las personas se encargan del sabor, las relaciones y el criterio. Cada hora que una herramienta le ahorra en papeleo es una hora para las partes que ninguna herramienta puede hacer.

Lo que ningún software hará por usted

El concepto y la corazonada. La investigación le puede decir que un mercado está desatendido. Solo usted puede decidir que la comida vale la pena servirla.

Caminar la cuadra. Un corredor puede verse perfecto en los datos y sentirse mal un martes a las 7pm. Párese en la banqueta. Cuente el paso de gente. Observe quién se estaciona dónde.

El contrato de renta. El documento más peligroso que va a firmar. Negocie mejoras al local, topes de porcentaje y cláusulas de salida — con un abogado, no con una plantilla.

Contratar y cultura. Las vacantes se pueden generar. El criterio sobre la gente no. La cultura la define lo que usted tolera un viernes lleno.

La hospitalidad. Los clientes de siempre vuelven por cómo los hizo sentir. Eso se construye mesa por mesa, noche tras noche.

Soltar. Algún día venderá, lo heredará o lo cerrará bien. Esa decisión es solo suya — los números solo la hacen honesta.

Dónde la tecnología se gana su lugar

Todo lo demás — el paquete de investigación, el plan escrito, las cuentas del estado de resultados, la contabilidad, el impuesto sobre ventas, la nómina, los horarios, los pedidos, la lealtad — lo puede cargar un software que cuesta menos al mes que un martes flojo. Los capítulos 2 a 5 le muestran exactamente cómo.

> **Regla práctica:** si una tarea es repetitiva, matemática o de oficina, una herramienta debería hacerla. Si una tarea involucra sabor, confianza o criterio, usted debería hacerla — con mejor información.

02

VALIDE ANTES DE COMPROMETERSE

Un fin de semana de investigación honesta vale más que un año de lecciones duras. Tres preguntas deciden si su concepto tiene camino.

1 – ¿Quién es su cliente ideal, exactamente?

"Todo el que le guste la buena comida" no es una respuesta. Describa a una persona específica: rango de edad, ingreso, la ocasión (¿la corrida del almuerzo? ¿una cena de pareja? ¿el domingo en familia?), qué tan seguido vendría de verdad, y cuánto gastaría. Luego hágase la pregunta difícil: **¿de verdad hay miles de esa persona en la zona alrededor de su local?**

Quién

edad · ingreso · ocasión

Qué tan seguido

¿semanal? ¿mensual? ¿ocasiones especiales?

Gasto

cuenta realista, no cuenta ilusionada

2 – Lea el terreno de la competencia como profesional

Abra Google Maps y busque su concepto cerca de su zona objetivo. Está leyendo cuatro cosas:

- **Densidad** – ¿cuántos competidores directos ya existen? Cero puede significar campo abierto o falta de demanda. Saturado significa que necesita una ventaja bien filosa.
- **El nivel de calidad** – lea las calificaciones y el número de reseñas. Un montón de operadores cansados de 3.8★ es una invitación. Una institución querida de 4.7★ con 5,000 reseñas es un muro.
- **Huecos geográficos** – marque las direcciones en el mapa. ¿Qué corredores ya están cubiertos? ¿Qué colonias manejan 15 minutos por esta comida?
- **El hueco que usted puede tomar** – la posición específica que nadie tiene: más rápido, horario más amplio, más auténtico, mejor patio, el único cerca del hospital.

3 – Motores de demanda: qué atrae tráfico a un corredor

Los restaurantes viven de anclas. Antes de enamorarse de un local, liste qué lo alimenta:

- Universidades y escuelas (día + madrugada)
- Hospitales y clínicas (población de día las 24 horas)
- Zonas de oficinas (almuerzo, happy hour)
- Zonas de vida nocturna (comensales tarde, cuentas más altas)
- Turismo y eventos (picos por temporada)
- Negocios complementarios (gimnasios, cines, cervecerías)

La lista para caminar la cuadra

- ☐ Párese en el local a su hora pico en dos días distintos. Cuente cuánta gente pasa caminando en 15 minutos.
- ☐ ¿Dónde se estacionan? ¿Qué tan lejos está, honestamente?
- ☐ ¿El local se ve desde la avenida principal, o hay que explicar cómo llegar?
- ☐ ¿Quiénes son los vecinos de noche? ¿Quién está abierto, quién apagado?
- ☐ Hable con dos dueños cercanos: ¿cómo estuvo el verano pasado, honestamente?
- ☐ Revise el corredor en su peor hora, no solo en la mejor.

El hábito del veredicto: después de investigar, obligúese a escribir un veredicto de un párrafo – *oportunidad fuerte, prometedora, saturada o débil* – con las dos razones que lo sostienen. Si no puede escribir el párrafo, no ha terminado la investigación. (Nuestra herramienta Restaurant Blueprint escribe este veredicto por usted con datos en vivo de Google Maps – vea la última página.)

03

LOS NÚMEROS QUE LO DECIDEN TODO

No necesita un título en contabilidad. Necesita como una docena de fórmulas — y la disciplina de revisar tres de ellas cada semana.

Las tres grandes (revíselas cada semana)

MÉTRICA	FÓRMULA	META SANA
Costo de comida %	`costo de comida vendida ÷ ventas de comida`	28–32%
Costo de mano de obra %	`mano de obra total ÷ ventas`	25–32%
Costo primo %	`(comida + mano de obra) ÷ ventas`	**menos de 60%**

El costo primo es el número de la salud. La comida y la mano de obra son los únicos dos costos que puede manejar semana con semana. Mantenga su suma en menos del 60% de las ventas y el negocio respira. Déjelo subir al 70% y ninguna cantidad de noches llenas lo va a salvar.

Por qué semanal le gana a mensual

Si el costo de comida sube de 30% a 34% hoy, un estado de resultados mensual se lo dice en cuatro semanas — después del daño. Una revisión semanal lo cacha el viernes, y el sábado ya está ajustando porciones, precios o un proveedor. **El hábito es la muralla:** los dueños que revisan cada semana son los que siguen abiertos en el quinto año.

Cuentas del plato: ponga precio desde el costo, no desde la competencia

Cada platillo lleva una ficha de costo. Aquí una real:

PLATO DE CARNE ASADA	CANT.	COSTO UNITARIO	TOTAL
Carne asada	5 oz	$0.55/oz	$2.75
Tortillas (hechas a mano)	3	$0.12	$0.36
Salsa, guarniciones, limones	—	—	$0.45
Arroz y frijoles	—	—	$0.60
Empaque / para llevar	—	—	$0.30
Costo del plato			**$4.46**

Ahora póngale precio según su costo de comida meta:

```
precio de menú = costo del plato ÷ % de costo de comida meta
```

$4.46 ÷ 0.30 = $14.87 → póngale $14.95 (costo real de comida: 29.8%)

> **Dos trampas.** Primera: los porcentajes no pagan la renta — *los dólares sí*. Un burrito de $9 al 25% de costo de comida aporta $6.75; un plato de $24 al 35% aporta $15.60. Vigile los dólares de aportación en sus estrellas. Segunda: el **rendimiento**. Un corte de $3.99/lb que pierde 30% en la limpia en realidad cuesta $5.70/lb. Costee la onza aprovechable, no la libra de la factura.

Real vs. teórico: la brecha de la honestidad

```
costo real de comida = (inventario inicial + compras − inventario final) ÷ ventas de comida
```

Sus recetas dicen que la comida *debería* costar 30%. Las cuentas del inventario dicen lo que *sí* costó. La brecha entre las dos es merma, porciones de más o robo — normalmente 2 a 4 puntos de pura ganancia escondida a plena vista.

Punto de equilibrio: el número que lo deja dormir

El punto de equilibrio responde una pregunta: **¿cuántos comensales al día mantienen la luz prendida?** Tres pasos:

1. **Sume sus costos fijos** – mano de obra + renta + todo lo que no cambia con el volumen.
   Ejemplo: $24,000 de mano de obra + $15,000 de operación = **$39,000/mes**
2. **Encuentre su aportación por comensal** – lo que deja cada cliente después del costo variable (de comida).
   $28 de cuenta promedio × (1 – 36.6% de comida y bebida) = **$17.75 por comensal**
3. **Divida.** `$39,000 ÷ $17.75 = 2,197 comensales/mes ÷ 26 días ≈ 85 comensales/día`

85

comensales/día = punto de equilibrio

90

comensales/día = el plan (apenas rentable)

117

comensales/día = un muy buen mes

Fíjese qué cerca está 90 de 85. Ese es un **colchón delgado** – a una semana floja de los números rojos. Cuando sus propios números se ven así, lo arregla *antes* de abrir: recorte la remodelación, renegocie la renta, suba la cuenta o apriete el menú. De eso se trata hacer estas cuentas en papel primero.

El resto de la caja de herramientas

MÉTRICA	FÓRMULA	REGLA PRÁCTICA
Cuenta promedio	`ventas ÷ comensales`	mídala por franja del día
Ventas por hora de mano de obra	`ventas ÷ horas de mano de obra`	programe hacia una meta, no a la adivinanza
Rotación de inventario	`costo de ventas ÷ inventario promedio`	4–8× al mes · 4–7 días de existencia
Ocupación %	`(renta + CAM + impuesto) ÷ ventas`	menos de 8–10% o la renta se lo come
Alcance de efectivo	`efectivo ÷ gasto mensual`	abra con 3–6 meses de costos fijos
Valor del negocio	`SDE × múltiplo`	normalmente 1.8–2.8× para independientes

04

UN MES EN PAPEL

Aquí un mes completo para un restaurante de barrio de 90 comensales y cuenta de $28 – el mismo modelo que nuestra herramienta Blueprint arma en vivo.

ESTADO DE RESULTADOS MENSUAL	$	% DE VENTAS
Ingresos (90 × $28 × 26 días)	**65,520**	100%
Comida y bebida (costo de ventas)	24,000	36.6%
Mano de obra (sueldos, impuestos, gerencia)	24,000	36.6%
Renta / ocupación	6,000	9.2%
Servicios, seguros, insumos	4,900	7.5%
Marketing	1,500	2.3%
Comisiones de tarjeta, reparaciones, otros	2,600	4.0%
Ganancia neta	**2,520**	**3.8%**

Léalo como operador:

- El costo primo es **73%** – muy por encima de la línea del 60%. Este modelo sobrevive solo por volumen.
- La renta al 9.2% está al borde de lo seguro.
- Un margen de 3.8% significa que un mal mes borra el trimestre.

Este es un plan que *se puede arreglar* – pero solo antes de firmar nada.

El mismo mes, de tres maneras

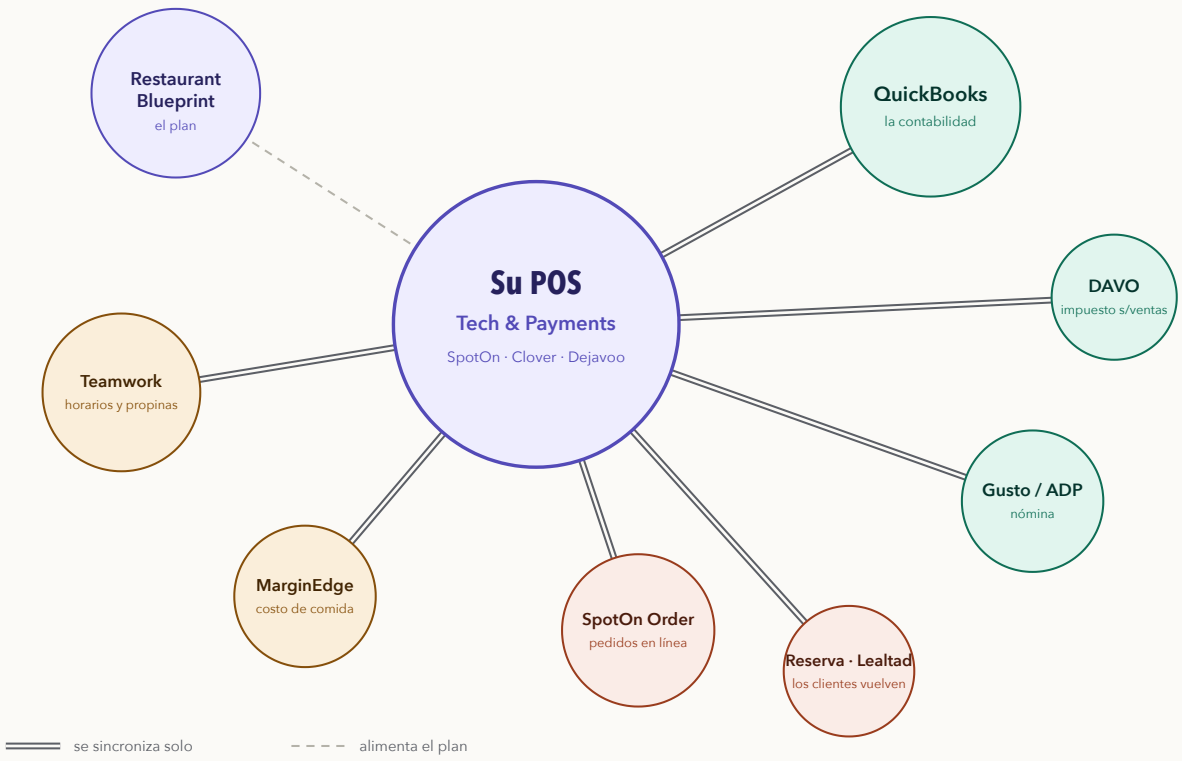
ESCENARIO	COMENSALES/DÍA	INGRESOS	NETO / MES
Peor caso (−25%)	68	$49,500	**−$7,600**
Punto de equilibrio	85	$61,880	$0
El plan	90	$65,520	+$2,520
Mejor caso (+30%)	117	$85,180	**+$15,000**

Ahora juegue al qué-pasaría-si. Baje la mano de obra cinco puntos (mejores horarios, gente capacitada en varios puestos): el neto salta de $2,520 a **$5,800/mes – como $39,000 al año** – con cero clientes nuevos. Los aumentos más grandes que va a recibir están escondidos dentro de sus propios porcentajes.

05

LAS HERRAMIENTAS QUE TRABAJAN SOLAS

Un restaurante moderno funciona con unas diez herramientas. Bien conectadas, comparten un solo sistema nervioso — el punto de venta — y los datos se mueven solos.



Cuánto cuesta cada pieza, y qué hace

HERRAMIENTA	FUNCIÓN	COSTO TÍPICO
POS (SpotOn / Clover / Dejavoo)	Cada pedido, pago y turno — el centro	desde ~$99/mes
QuickBooks Online	La contabilidad — las ventas se sincronizan cada noche	$35–90/mes
DAVO	Aparta y presenta el impuesto sobre ventas a diario, en automático	~$55/mes
Gusto o ADP	Nómina — horas y propinas fluyen desde el reloj checador	~$40 + $6/persona
SpotOn Teamwork	Horarios, reparto de propinas, % de mano de obra en vivo	incluido
MarginEdge	Fotografíe facturas → costo de comida en vivo (integración directa al POS)	~$330/mes
SpotOn Order	Su propio pedido en línea — sin comisiones del 30% de las apps	incluido
Reserva + Lealtad + SMS	Reservaciones, lista de espera, marketing para que vuelvan	incluido
Google Business Profile	Reseñas y descubrimiento — donde los clientes lo encuentran	gratis

Las tres conexiones que la mayoría de los dueños nunca hacen

POS → QuickBooks. Las ventas se sincronizan cada noche. El fin de mes deja de ser una caja de zapatos llena de tickets, y su contador deja de cobrarle por ordenarla.

POS → DAVO. El impuesto sobre ventas de cada día se aparta antes de que lo pueda gastar, y se presenta al estado a tiempo. El asesino número uno del primer año, neutralizado.

POS → nómina. Las horas y las propinas fluyen directo desde el reloj checador. El día de pago se vuelve una revisión de diez minutos en lugar de una hoja de cálculo de viernes por la noche.

Como la mayoría de las herramientas son una sola plataforma, las piezas se sincronizan sin conectores que andar cuidando. El resto, un buen socio local lo deja conectado el día de la instalación.

06

ABRA CON FUERZA

Dos listas: lo que debe estar listo antes del día de apertura, y el ritual de quince minutos que lo mantiene vivo después.

Antes de abrir

- ☐ Entidad creada (LLC), EIN, cuenta bancaria del negocio
- ☐ Contrato de renta revisado por un abogado — ocupación menor al 10% de las ventas proyectadas
- ☐ Permiso de salud, tarjetas de manejo de alimentos, licencia de licores en trámite
- ☐ Seguros: responsabilidad general, compensación de trabajadores, propiedad
- ☐ 3–6 meses de costos fijos en el banco
- ☐ Cada platillo del menú tiene ficha de costo y margen con precio
- ☐ Comensales/día de punto de equilibrio calculados — y honestamente alcanzables
- ☐ POS instalado, menú armado, personal capacitado en él
- ☐ Contabilidad, impuesto sobre ventas y nómina conectados al POS
- ☐ Perfil de Google Business reclamado, fotos subidas, horario correcto
- ☐ Plan de apertura suave: dos noches, amigos y familia, ciclo de retroalimentación

Cada semana, para siempre (15 minutos)

- ☐ Costo de comida % de esta semana vs. meta
- ☐ Mano de obra % de esta semana vs. meta
- ☐ ¿Costo primo menor al 60%?
- ☐ Comensales/día vs. punto de equilibrio
- ☐ ¿Alguna factura que subió? Llame al proveedor
- ☐ Horario de la próxima semana vs. pronóstico — recorte o agregue
- ☐ Lea cada reseña nueva de Google; contéstelas todas

El ritual es el negocio. Quince minutos, el mismo día cada semana, los números enfrente. Todo restaurante fracasado que hemos conocido se saltó esto. Todo restaurante próspero lo hace religiosamente.

SU SIGUIENTE PASO

CORRA SUS NÚMEROS, NO NUESTROS EJEMPLOS.

Todo lo que hay en esta guía — el estudio de mercado, el barrido de competencia, las cuentas del punto de equilibrio, los escenarios, el plan de negocio escrito — nuestra herramienta **Restaurant Blueprint** lo arma para *su* concepto en como una hora. Lo hacemos junto con usted, gratis.

1 · Sesión de Blueprint

Gratis. Su concepto, su mercado, su punto de equilibrio — suyos para quedárselos de todos modos.

2 · Plan de herramientas

Una página: las herramientas exactas, el costo mensual, y qué se sincroniza con qué.

3 · Instalar y arrancar

Instalamos, conectamos la capa del dinero, capacitamos a su equipo, y quedamos a la orden.

TECH & PAYMENTS

technpayments.com · Tucson, AZ
Soporte local y bilingüe — in English o en español.

Esta guía es educación, no asesoría legal, fiscal ni de inversión. Los puntos de referencia son rangos típicos — confirme los detalles con profesionales con licencia.