

## REPOSITORIO ACADÉMICO DIGITAL INSTITUCIONAL

### **Plan de negocios: “La franja”**

**Autor: Ilse Montserrat Hernández Adame**

**Tesina presentada para obtener el título de:  
Lic. en Nutrición**

**Nombre del asesor:  
Alfredo Emmanuel Hernández Duarte**

Este documento está disponible para su consulta en el Repositorio Académico Digital Institucional de la Universidad Vasco de Quiroga, cuyo objetivo es integrar, organizar, almacenar, preservar y difundir en formato digital la producción intelectual resultante de la actividad académica, científica e investigadora de los diferentes campus de la universidad, para beneficio de la comunidad universitaria.

Esta iniciativa está a cargo del Centro de Información y Documentación “Dr. Silvio Zavala” que lleva adelante las tareas de gestión y coordinación para la concreción de los objetivos planteados.

Esta Tesis se publica bajo licencia Creative Commons de tipo “Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada”, se permite su consulta siempre y cuando se mantenga el reconocimiento de sus autores, no se haga uso comercial de las obras derivadas.





## **ESCUELA DE GASTRONOMÍA**

### **Plan de negocios: “La Franja”**

#### **TESINA**

Que para obtener el título de:  
LICENCIADO EN GASTRONOMÍA

#### **PRESENTA**

Ilse Montserrat Hernández Adame

#### **ASESOR**

L.G. Alfredo Emmanuel Hernández Duarte

Acuerdo: LIC100416

Clave: 16PSU0108E

Fecha: Marzo de 2016

## INDICE GENERAL

Introducción.....	5
A. Antecedentes.....	6
B. Problema.....	17
C. Objetivos y propósitos.....	18
D. Justificación.....	18
Capítulo I. El concepto del establecimiento	
1.1. Concepto del establecimiento.....	20
1.1.1. Tipo de establecimiento.....	20
1.1.2. Zona.....	20
1.1.3 Clientes suficientes – Competencias.....	21
1.2. Imagen e Identidad corporativa.....	22
1.2.1. Logotipo.....	22
1.2.2. Ambientación.....	23
1.2.2.1. Decoración.....	25
1.2.2.2. Plaque, cristalería y loza.....	26
1.2.2.3Mobiliario.....	27
1.2.2.4 Iluminación.....	27
1.2.2.5. Música.....	28
1.2.3. Apariencia física del personal.....	29
1.2.3.1. Personal de cocina.....	29
1.2.3.2. Personal de servicio de comedor.....	30
1.3. Políticas básicas y directrices.....	32
1.3.1. Misión.....	32
1.3.2. Visión.....	32
1.3.3Valores.....	32
1.3.4Filosofía.....	33
1.4. Tipo de servicio.....	34
1.5. Áreas funcionales del establecimiento.....	35
1.5.1 Plano arquitectónico del establecimiento.....	35
1.5.2. Cocina.....	35
1.5.3. Comedor.....	36
1.5.4. Zona de almacén.....	37
1.5.5. Baños de empleados.....	37

1.5.6. Baños de clientes.....	37
1.5.7. Estacionamiento.....	38
1.5.8. Patio de limpieza.....	38
1.6. Marco jurídico legal.....	39
1.6.1. Permisos para apertura la apertura de un establecimiento.....	40
1.6.1.1. Inscripción de la sociedad al Registro Federas de Contribuyentes.....	40
1.6.1.2. Inscripción al Instituto Mexicano del Seguro Social.....	40
1.6.1.3. Aviso de alta a la secretaria de salud pública.....	40
1.6.1.4. Visto bueno de protección civil.....	40
1.6.1.5. Licencia de funcionamiento por el H. Ayuntamiento.....	40
Capítulo II. Desarrollo Humano	
2.1. Liderazgo empresarial.....	41
2.2. Desarrollo humano.....	42
2.3. Organigrama.....	42
2.4. Puestos y perfiles.....	43
2.5. Check list.....	56
2.6. Búsqueda, Reclutamiento, evaluaciones y contrataciones.....	62
2.7. Sueldos y prestaciones.....	63
2.8. Reglamento y políticas.....	64
2.8.1. Reglamento general.....	65
2.8.2. Reglamento de cocina.....	66
2.8.3. Reglamento de servicio.....	67
2.8.4. Políticas de cocina.....	68
2.8.5. Políticas de servicio .....	68
2.9. Horarios gráficos.....	69
Capítulo III. Satisfacción del cliente	
3.1. Clientes Potenciales.....	71
3.2. Análisis FODA.....	73
3.3. Análisis CAME.....	74
3.4. Investigación de mercados.....	76
3.5. Metodología de la investigación.....	76
3.5.1. Encuesta.....	77
3.5.2 Graficas de resultados.....	79
3.6. Mezcla de marketing.....	83

3.7. Conformación de menú y diseño de las cartas.....	85
Capítulo IV. Gerencia y Administración	
4.1. Balance inicial.....	88
4.2. Estado de resultados.....	89
4.3. Balance a un año.....	90
4.4. Contabilización de movimientos.....	91
4.5. Mezcla de ventas por día.....	92
4.6. Presupuesto de venta por día.....	94
4.7. Presupuesto de venta anual.....	96
4.8. Costo de venta anual.....	99
4.9. Gastos administrativos.....	101
4.10. Presupuesto de nomina.....	102
Capitulo V.	
Conclusión.....	103
Formatos anexos.	
Equipo mayor y menor de cocina y bar.....	104
Mobiliario de comedor.....	112
Equipo de servicio.....	114
Plaque, cristalería y loza.....	117
Equipo de limpieza y equipo de oficina.....	120
Equipo de reparto.....	124
Formato de inventarios.....	125
Formato de registro empresarial ante el IMSS o infonavit.....	130
Formato de permiso de uso de suelo denominación o razón social.....	135
Formato de inscripción al Egisto general de contribuyentes.....	136
Contrato individual de trabajo por tiempo determinado.....	139
Lista de insumos.....	145
Lista de vinos.....	148
Formato de recetas de platillos estandarizadas .....	158
Formato de solicitud de insumos.....	178
Bibliografía.....	179

## INTRODUCCIÓN

La idea de este proyecto surge debido a la necesidad de crear nuevos espacios con tendencias diferentes a las que han predominado en la ciudad de Uruapan con el paso de los años, ya que se han presentan nuevas ideas muy ambiciosas pero que por una mala ejecución terminan fracasando.

El presente trabajo describe un nuevo concepto que aun no se ha llevado a cabo en esta ciudad, ya que los nuevos proyectos que se han ofertado en la ciudad tratan de ofrecer conceptos similares para de esta forma asegurar el éxito del mismo. Sin embargo, la población de Uruapan necesita conceptos diferentes ya que la ciudad a logrado crecer significativa mente y con ello la variedad en gustos y preferencias.

Por lo antes mencionado el siguiente proyecto menciona cada uno de los puntos que se deben ejecutar de la mejor manera para de esta forma lograr el éxito de un concepto nuevo y prometedor.

El trabajo se encuentra estructurado de la forma adecuada, detallando los aspectos más importantes para el desarrollo de este; una identidad de la empresa, la ambientación del establecimiento, un excelente cuerpo de trabajo, la satisfacción del cliente y la gerencia y administración del mismo.

La franja es el establecimiento que se enfoca en la satisfacción de los clientes a través de un adecuado maridaje entre el vino mexicano, variedad en tapas y buena música como lo es el rock.

## **Antecedentes**

### **El origen de los bares**

Su principal atractivo es la presentación de una amplia variedad de bebidas alcohólicas, acompañadas siempre por una botana, bocadillos o especialidades de la casa. La diferencia entre estos es que la estrategia de venta de las tabernas es la variedad de bocadillos o botanas que se ofrecen y del bar son las bebidas. (morfin, 2006).

El origen de los bares, como hoy los conocemos, se pierde en el tiempo. No hay una sola voz al respecto, y no es claro quién abrió el primer establecimiento de esta clase. Hoy los historiadores y sociólogos lo categorizan bajo el sofisticado nombre de «espacio de sociabilidad informal» y su historia suele dividirse en occidente en una época antigua y otra moderna.

En la antigüedad los bares pueden encontrar su antepasado directo en las «*thermopolias*» y «*cauponae*» romanas. En las thermopolias se vendían bebidas calientes en invierno y frías en verano, vinos y comida rápida para consumir tanto in situ como para llevar. Fueron el antecedente remoto de los establecimientos de productos «*take away*» (para llevar).

Las cauponae (o «caupona», en español), en cambio, tenían un lugar colectivo para pernoctar, y eran una especie de establecimientos de comida y bebidas al paso que tenían a pie de calle mostradores que hacían las veces de barras, y se conocen como «tabernas romanas». Este tipo de establecimiento estaba dirigido especialmente a la alimentación de los gremios de comerciantes y artesanos.

También los bares se relacionan con las «*tabernae vinariae*» que vendían vinos y bebidas, y eran un banco de piedra, con cinco o seis contenedores atascados, puestos frente a la carretera, con una cocina y salas para el consumo en la parte posterior.

## **Antecedentes del vino**

**Vino:** Él vino es una bebida obtenida de una uva mediante la fermentación alcohólica del zumo o mosto (jugo). (S. Jackson, 2008)

La viña (*vitis vinífera*) es un cultivo eminentemente mediterráneo y que se da tanto en esta cuenca como en otras aéreas del planeta con un clima similar. Pero curiosamente, según la mayoría de los historiadores, su origen no es el Mediterráneo en sentido estricto, si no en las tierras del Cáucaso. Algunos sin embargo sitúan su primer cultivo en otras tierras asiáticas, y también los hay que hablan de un origen en Europa meridional, en el centro del mediterráneo o en el Norte de África. Igualmente se han hallado antiguas viñas – que se fueron descartando- y americanas (*Vitis riparia*, *berlandiere*, *muscadini* etc.). Sea como fuere, la gran paradoja es que las evidencias arqueológicas sitúan el nacimiento del vino en un área que comprende los actuales Irán, Turquía, Turkmenistán, Uzbekistán, Tayikistán, Armenia, etc.

La biblia hace numerosas alusiones a la vid, hasta unas doscientas, y el vino se convertiría en un elemento sagrado tanto del judaísmo como del cristianismo hecho que iba a garantizar su ineludible y fabulosa expansión por todo el orbe cristiano, de Oriente hasta la Occidente, y hasta el nuevo mundo. El Islam, en cambio considera *haram*(prohibida) la ingesta de alcohol, y con su avance la cultura del vino sufriría una gran pérdida.



## **EL VINO EN AMERICA IDA Y VUELTA**

Los españoles iniciaron la mayor expansión del vino. En su testamento, Cristóbal Colon cita que había transportado vino de Ribadavia. Este vino, por lo tanto, documentalmente sería el primero en llegar a América. Asimismo, en 1555 se elaboraron las *Ordenanzas de Ribadavia*, consideradas el documento más antiguo sobre denominaciones de origen en la península Ibérica.

Cortes llevo el cultivo de la vid a México en 1525, ordenando a cada colonizador plantar 10 viñas por cada nativo de su territorio. Se desarrollo así la cepa “criollo”, que arraigo con éxito en el centro y el Norte de México, y que pasaría a Perú y territorios adyacentes durante el siglo XVI: Durante la segunda mitad del siglo XVI se establecieron 3 regiones vitivinícolas en el Virreinato de Perú: la del actual Chile – destinada a tener un gran futuro, otra en las zonas desérticas y una tercera en la región de Cuyo.

Pero el auge de los vinos de ultramar llevo a amenazar la producción peninsular, de modo que un edicto real prohibió el vino procedente de América, declarándolo contrabando, comportando que la mayor parte de viñas fueran arrancadas. Durante siglo y medio que el edicto estuvo vigente, en las colonias americanas solo se podían plantar nuevas vides bajo licencias especiales otorgadas por el reino de Castilla, aunque los jesuitas estaban exentos de la concesión de tales licencias.

## **LA TEMIBLE FILOXERA**

Tras el paso de dos enfermedades devastadoras para la vid francesa como el mildiu y el oídium, llevo la filoxera, que iba a alterar toda la producción europea del vino. La filoxera procedente de America ataca las raíces, no las hojas.

Los primeros focos en Europa se detectaron en Gran Bretaña y en Francia entre 1863 y 1867, pero hasta julio de 1868 no se demostró que la causa de la muerte de las vides era la filoxera.

La rapidez en la investigación y la preocupación por esta plaga dan una idea de la circunstancia doble que afectó a España. Por un lado la filoxera supuso un aumento de las ventas de vino español debido al déficit francés y, en general, un florecimiento de la viticultura española; pero por otro lado, una vez entró la plaga en el país, dio paso a una crisis del sector y a concluir un acuerdo comercial con Francia.

España hizo grandes esfuerzos por frenar el contagio de esta plaga descepando una franja de 20 km en la frontera entre Francia y Cataluña, pero fue inútil, y al igual que se extendió por Suiza, Italia, Portugal o los imperios austro-húngaro, ruso y otomano en la década de 1870 la filoxera también penetró en España. (Pelaz, 2013)

## **ZONAS VINICOLAS DE MEXICO**

### **BAJA CALIFORNIA**

La historia, la variedad de terrenos y microclimas, así como la extensión de sus viñedos – unas 3000 hectáreas plantadas- son factores que hacen de Baja California la principal región vinícola de México. Los suelos son de origen granítico y volcánico, con un clima semidesértico, de escasas precipitaciones, concentradas principalmente en el invierno.

La proximidad con el mar es responsable en gran parte de las diferencias de temperatura entre el día y la noche, que van de 15 a 20 grado. La variación de temperatura esta también determinada por la altura de los valles, entre 100 y 800 metros. Durante la noche penetra la niebla marina que comienza a despejarse hacia las nueve de la mañana. Estas son condiciones especialmente aptas para la viticultura. La amplitud térmica durante la maduración de las uvas permitiendo el desarrollo, con a sincronía, de azúcares y fenoles. La temperatura diurna durante el verano puede llegar a los 35 grados, aunque lo más normal es que permanezca entre los 26 y 30. El clima, la irradiación solar y el frescor de las noches crean un hábitat privilegiado para las cepas bordelesas y las originadas en el mediterráneo europeo.

En tintos predominan Cabernet Sauvignon, Merlot, Cabernet Franc, Petit Verdot, Grenache, Carignan y Petit Syrah. En blancos, las utilizadas más frecuentemente son Chardonnay, Chenin Blanc y Sauvignon Blanc.

Las regiones más importantes de este estado son: Valle de Guadalupe que alberga a las dos bodegas más grandes de todo el país L.A. Cetto y Casa Pedro Domeq, entre las otras regiones que podemos encontrar en Baja California; Santo tomas, Valle de las Palmas, Valle de la gruya, San Vicente, Llano colorado y ojos negros.

## COAHUILA

El valle de parras se encuentra en el estado de Coahuila, situado en el noroeste del país, a una hora y media de Monterrey y a unas cuatro horas de la frontera oriental del país con Estados Unidos. Los primeros Españoles, que iban en busca de oro, llegaron al lugar – un amplio oasis en medio del desierto- en 1578, acompañados del padre jesuita Agustín de Espinadera, quien fundó en él la misión de Santa María de las Parras, pero abandonaron el lugar debido a los frecuentes ataques de los indios que lo poblaban, pertenecientes sobre todo a la etnia de los tlaxcaltecas. La segunda fundación tuvo lugar en 1598.

Uno de los aventureros, Lorenzo García, decidió quedarse, instalándose a unos siete kilómetros del poblado actual de Parras. Allí plantó los primeros viñedos. En 1597 el rey le concedió la “merced”, es decir, el derecho de propiedad sobre esas tierras, donde fundó la hacienda San Lorenzo, en el emplazamiento de lo que más tarde sería Casa Madero. Esta pasaría luego por las manos de tres propietarios consecutivos: Luis Hernández Escudero, Evaristo Madero –quien fuera presidente de la República- y sus propietarios actuales, Daniel y Brando Milmo, descendientes de la familia Madero.

Casa Madero es actualmente, la bodega más importante de la zona }, con una producción que llega a las 80,000 cajas y una superficie plantada de 420 hectáreas. Exporta alrededor del 90 por ciento de su producción. Una bodega más reciente y mucho más pequeña, Finca y Viñedos Buena Fe, más conocida como Rivero González, elabora vinos de buena calidad. La otra bodega pequeña, Ferriño, está enfocada a vinos dulces fortificados, sin mayores pretensiones y de venta sobre todo local.

Las características del clima favorecen en Parras una maduración lenta de la uva y, en consecuencia, el desarrollo armónico de alcoholes y polifenoles. Las cepas tintas más utilizadas son Cabernet Sauvignon, Merlot Syrah. Los Cultivos de esta última son más recientes y los resultados hasta ahora han sido excelentes. Los blancos de

Chardonnay de Casa Madero destacan entre los mexicanos por su frutalidad, buena acidez y potencia de aromas.

## **QUERÉTARO**

El estado de Querétaro se encuentra en el centro del país, al norte de la ciudad de México. Los viñedos comienzan cerca de la ciudad de San Juan del Río, a unas dos horas y media de la capital, y se extienden a lo largo de la carretera que va desde esa ciudad hasta Cadereyta. Las primeras vides de México, que luego se expandirían hacia el norte, fueron plantadas en esa zona, además de Puebla, San Luis Potosí y Guanajuato.

Sin embargo, a diferencia de lo sucedido en Baja California o Parras los cultivos no prosperaron hasta la década de 1970, cuando un empresario de origen catalán, Francisco Domenech, estableció una empresa vinícola en las cercanías de San Juan del Río, década a la elaboración del vino y licores. La experiencia duró hasta el año 2000 (aunque muy decaída desde inicios de la década del 90), cuando la empresa renunció a la producción de vinos.

Entre la década del 70 y hasta fines de los 80 se instalaron en la región un número considerable de empresas, entre ellas la francesa Martell. En algunos casos los vinos eran mezclas de vinos o de uvas de otras regiones (Zacatecas, Aguascalientes e incluso Baja California) con las cultivadas allí. La calidad no era una preocupación en aquel momento, sino más bien llenar un vacío en el mercado con botellas a precios accesibles.

Las importaciones acabaron con esa industria. En 1986 inauguró su planta la catalana Freixenet cerca de Ezequiel Montes, a una media hora de Querétaro, destinada en aquel momento solo a vinos espumosos. En tierras adquiridas por la empresa ocho años antes, fueron plantadas inicialmente las cepas del cava español Macabeu o Viura, Parrellada y Xarel-lo – además de Chardonnay y Sauvignon Blanc. Otras como la French

Colombard y la UgniBlanc o Saint –Emilion, que ya existían en la zona para la producción de brandys, fueron, fueron recicladas en espumoso más económicos.

## **AGUASCALIENTES Y ZACATECAS**

Estos dos estados colindantes pueden ser considerados desde el punto de vista enológico uno solo, pues los viñedos están a uno y otro lado de la línea que separa ambas entidades. Fueron establecidos primero por los conquistadores a fines del siglo XVI. Y los tomaron más ímpetu a fines del XIX gracias a una política gubernamental de exención de impuestos para aquellos que plantaran parrales.

en los últimos años se instaló en la zona la vinícola Santa Elena, una sociedad entre el Enólogo Hugo D´Acosta propietario de Casa de Piedra en Baja California, y el viticultor trinidad Jiménez así como la exitosa Tierra Adentro. Sus experiencias, y la de esta zona como proveedora de uvas para otras regiones del país, muestran un gran potencial.

La región presenta condiciones climáticas similares a las de Querétaro: altura de alrededor de 1,900 metros; precipitaciones y 600 milímetros al año, concentradas entre abril y noviembre, es decir en la época de maduración, rápida evaporación y un clima semiárido. Las temperaturas más altas en verano están alrededor de 26 grados en el día y un mínimo de 13 en la noche.

## **DOLORES HIDALGO Y SAN MIGUEL DE ALLENDE**

Esta localidad conocida como “La cuna de la Independencia”, fue también una de las primeras donde los españoles plantaron viñedos durante la colonia. Sin embargo, permaneció durante siglos al margen de la producción vinícola del país, a excepción de unas pocas hectáreas dedicadas al consumo casero, hasta que en el 2005 Ricardo Vega comenzó a elaborar los vinos de Cuna de Tierra con vides de su propiedad, situada en la parte norte del estado conocida como “la mesa del centro”, y plantada pocos años antes.

Vega Manchón ha mostrado desde el inicio vocación por la calidad, lograda en parte gracias a la curiosa situación del viñedo, en un micro clima más seco que el de las comarcas de alrededor.

El ejemplo de Vega Manchón ha cundido y otras bodegas han salido a la luz desde entonces en los municipios de Dolores Hidalgo y San Miguel de Allende: Vinícola Toyan, que comenzó en el 2006 plantando un viñedo orgánico, Dos Búhos, La Santísima Trinidad y Viñedo San Miguel estos dos últimos acompañados de desarrollos inmobiliarios, son alguno de ellos.

Es una región con gran potencial que habrá de consolidarse con la llegada de mas productores y la expansión del viñedo. (Gerschman, 2014)

## **DEFINICIÓN DE TAPA**

Una tapa en España es esencialmente un aperitivo que se sirve en la mayoría de los bares o restaurantes acompañados a la bebida (alcohólica o no) (Diccionario de la lengua española, 2001)

## **ORIGEN DE LAS TAPAS**

Aunque no existe una claridad total sobre su procedencia, se dice que la palabra “tapa” procede de la costumbre de antaño de tapar el vino con una rebanada de pan para protegerlo de las moscas. Las dudas sobre los orígenes inciertos de la tapa tiene que ver, como se ha dicho, con la cultura del vino, la cual se encuentra ampliamente difundida en todo el Mediterráneo desde que las civilizaciones milenarias de Mesopotamia y Egipto llevaran a sus costas esta bebida que genero entre fenicios, griegos, y romanos, una gran expresión de la cultura de esa región, lo cual hubiera propiciado la misma tradición en todas las comunidades donde el vino fijo sus raíces más profundas. Y aunque en Portugal, Francia, Italia, el Magreb y el Medio Oriente tienen expresiones semejantes, definitivamente la tapa es muy española.

Por otro lado, no se tendría que desdeñar del todo la versión vinícola, por que los vinos españoles tienen su propia peculiaridad. De hecho, Cesar Augusto, al ocupar el poder imperial firmo decretos proteccionistas para el vino de España, donde solo dejo plantar viña en los campos de la Bética y en Jerez, prohibiéndolo en la Tarraconense y en Luisitania, pues el clima y la presencia de viticultores fenicios permitían elaborar, entre Jerez y Córdoba, un vino de origen cartaginés llamado *passum*, que fuera el preferido de los romanos.

Desde entonces se sigue haciendo en las zonas Moriles y de Montilla con el nombre de Pedro Ximenez. Es un vino denso, generoso y dulce que procede de uvas pasas cuyo mosto espeso se fermenta con mucha dificultad. Este vino que se elaboro durante toda la Edad Media; incluso en el califato era permitido por los doctores musulmanes, quienes no estimaban que fuera realmente vino, si no jarabe, permitiéndose su consumo, aunque solo en la corte. Tal vez este vino se mosqueaba con facilidad y por eso se le tenía que colocar una tapa, que además ocultaba su contenido, prohibido por el Corán.

### **La gradual evolución de las tapas**

Fue con el glorioso Abderraman II en Córdoba cuando todo llego a un refinamiento espectacular que muy pocas culturas han logrado jamás alcanzar. La cocina se empezó a



llamar “arte”, sugirieron estilos nuevos para servir la mesa, y por ahí las tapas bien pudieron encontrar un lugar de origen.

En este sentido el pan, que evolucionara e incluso en algunos casos se extinguiera, recuerda también la tradición medieval del “pan-tajo”, Durante el servicio de la mesa y la falta de loza, los platillos se colocaban sobre la mesa para luego ser trinchados y colocados sobre una rebanada de pan, un pan que guardaba la tajada persona. Por eso todavía hoy en el servicio a la mesa se acostumbra a poner pan para acompañar a los alimentos; ya nadie rebana la hogaza y le monta la comida como se hacía en el Medievo, pues no solo es más frecuente la vajilla, si no que el pan mismo se ha encogido y perdió su función.

Hay quienes afirman también que la tapa se le debe a Alfonso X de Castilla, Señor de Sevilla, Córdoba y Jaén, un monarca del siglo XIII quien ante las restricciones medicas solo podía disponer de algunos bocados, los cuales les supieron servir tan bien sus cocineros que así se dio pie a la tapa. Por otra parte, existe la versión de que en realidad fue una forma del propio rey para evitar accidentes por que los conductores de carruajes, sedientos por las grandes travesías consumían grandes cantidades de vinos sin “nada en el estomago” lo que causaba estragos a su salud y malos ratos a la sociedad, por eso ordeno que los hospederos sirvieran sobre cada jarra algún bocado que tapara el recipiente para que indudablemente fuera consumido.

Tapas y embutidos. Sin embargo, no se puede negar que es muy cercano en su composición a la tapa que pudo haber sido en otros siglos. Hoy el pan ni siquiera es indispensable; incluso algunos insisten que la tapa no era de pan si no de salchichón que evita el mosqueo lo cual alude a otra tradición, la del embutido.

Los embutidos en España son milenarios, por eso no es extraño pensar que un salchichón pudo servir de tapa para el vino. Si fue así o no, no importa tanto, lo cierto es que los cortes de cerdo y los embutidos son tan populares en las tapas como el aceite de oliva, el toque del ajo y las frituras en la frecuente composición de las tapas. (Bonilla, 2015)

## **PROBLEMA**

### **Identificación del problema**

#### **a) Clientes**

Nuestro problema más crítico que puede presentarse es la falta de cultura en el consumo del vino, ya que el vino no es una bebida que los habitantes de Uruapan estén acostumbrados a consumir, se puede presentar de manera más común el consumo de la cerveza o de los diferentes destilados. Además el consumo del vino se suele delimitar a personas adultas, generalmente varones, cuyos gustos tendían a ser clásico

#### **b) Competencia**

En realidad no se presenta ninguna competencia directa ya que en la ciudad de Uruapan no se cuenta con ningún establecimiento que presente las mismas características con las que nuestra empresa se destacara, por lo tanto, solo se puede encontrar con competencias indirectas en restaurantes que ofertan el vino como maridaje a sus platillos y no como el elemento principal.

#### **c) Aceptación del concepto**

La aceptación de un concepto diferente al que se encuentran acostumbrados en la ciudad de Uruapan podría ser nuestro problema más grande. Debido al crecimiento que ha tenido la ciudad de Uruapan durante los últimos años la población se ha ido involucrando con nuevos temas que antes no estaban acostumbrados, entre ellos la cultura del vino, por esta razón se cree que el proyecto puede ser aceptado ya que ahora los Uruapenses están más abiertos a nuevas propuestas.

## **OBJETIVOS Y PROPOSITOS**

### **Objetivos generales del establecimiento**

Establecer a “La Franja” como un reconocido restaurant-bar en la venta de vinos mexicanos y tapas dentro de la sociedad Uruapense.

### **Objetivos particulares**

- a) Mantener en todo momento la mejor calidad de nuestros ingredientes
- b) Ser reconocidos por ofrecer el mejor servicio en la ciudad
- c) Aceptación de nuestro concepto

## **JUSTIFICACION**

El presente trabajo es el resultado de llevar a un mercado específico un concepto nuevo enfocado a todo ese tipo de clientes que la cotidianidad, la sociedad y los prejuicios han llevado a olvidarse de sus gustos únicos, pienso en todas esas personas que llevados por las tendencias sociales actuales a olvidado el placer de disfrutar un buen vino con una buena canción de rock

El concepto de wine- Bar en Uruapan es una nueva oferta a este mercado que se encuentra estancado en conceptos tradicionales, que han funcionado para la rentabilidad de los mismos pero se han cerrado a nuevas propuestas como la que se planea llevar a cabo con este proyecto. Donde se tiene como objetivo principal incentivar el consumo del vino que se produce en México el cual ha logrado durante años tener una evolución favorable y llegar a competir con vinos extranjeros de gran renombre. Adicionalmente se busca presentar una nueva oferta gastronómica a través de las tapas, las cuales se presentaran

desde las más sencillas y tradicionales hasta las más elaboradas que puedan ayudar a obtener un buen maridaje con los vinos que se ofrecerán.

Se pretende la combinación de dos temas social e históricamente opuestos; vino y rock debido a que es una idea que no se ha presentado aun en esta ciudad. Todo lo antes mencionado se planea llevar a cabo logrando una perfecta armonía entre estos.

De manera muy personal he tenido el deseo de llevar a cabo un proyecto en donde pueda llegar a impulsar algún producto nacional; y en esta ocasión quise llevar a cabo el fomentar el consumo del vino mexicano, tomando en consideración la ya apertura que tiene en el mercado internacional debido a su desarrollo que ha logrado en los últimos años en variedad de vinos y en el aumento de su calidad. Pero no nos cerramos a la posibilidad en algún momento incluir a nuestro establecimiento la venta de vinos extranjeros.

## CAPITULO I

### EL CONCEPTO DEL ESTABLECIMIENTO

**INTRODUCCION:** Este capítulo explicara de manera detallada el tipo, la categoría y el giro del establecimiento, así como la imagen de la empresa.

Se presenta de manera ilustrativa y descriptiva la ambientación, decoración, los muebles que se emplean para llevar a cabo la ingesta de alimentos, toda la loza y plaque que se disponen de parte de cocina para un buen servicio y los uniformes que utilizará el personal.

Sse muestra detalladamente la ubicación geográfica del establecimiento, así como los planos arquitectónicos con todas las áreas dispuestas en la construcción.

#### 1.1Concepto del establecimiento

##### “La Franja”

##### Wine-Bar

##### Bar de vinos y tapas

**1.1.1Tipo de establecimiento.** La franja es considerado un bar de vinos (wine- bar) también se ofrecerán a nuestros futuros clientes una variedad de tapas para lograr agradables maridajes<sup>1</sup> con nuestros vinos. La oferta de nuestros vinos serán únicamente vinos mexicanos.

El bar contara con una capacidad de servicio de 81 personas repartido de forma estratégica, siempre pensando en la comodidad de nuestros clientes.

<sup>1</sup> El **maridaje** entre el vino y la comida es el proceso de *casar* metafóricamente a un alimento con un vino con la intención de realzar el placer de comerlos

**1.1.2.- Zona.** El establecimiento se encontrara en la ciudad de Uruapan Michoacán en una zona estratégicamente concurrida ya que se ubicara a dos cuadras de una de las avenidas más importantes de la ciudad Av. Lázaro Cárdenas (Ubicada de color amarillo en la Fig. 1) en la calle galeana la cual se conecta con la avenida Latinoamericana, que atraviesa la antes mencionada Av. Lázaro Cárdenas. Se tendrá zonas residenciales a sus alrededores y estará a una distancia aproximada de 3 km. del centro de la ciudad.



Fig. 1 Mapa

**1.1.3. Clientes suficientes y competencias** Llevado a cabo un total de 50 encuestas a diferentes segmentos se puede afirmar el éxito de este establecimiento; la mejor apuesta de “La franja” será la innovación en el concepto, la excelencia de sus productos y las recomendaciones de cliente en cliente. Los clientes se tendrán cautivos gracias a una adecuada calidad en el servicio y productos gastronómicos.

## 1.2 Imagen e identidad corporativa

### 1.2.1 Logotipo



Fig. 2 Logotipo “La Franja”

“Rock tánico y con cuerpo”

Tratando de llegar a un mercado elegante y llamativo fueron utilizadas tres tipografías diferentes; la primera de la palabra “La” son utilizados trazos libres un tanto juveniles, seguido de una masculina y un tanto seria por el tema del vino generando un contraste el cual es balanceado por la ultima tipografía con letras delgadas y altas que no resaltan sobre las anteriores que son más importantes, ya que estas funcionan como elemento auxiliar donde viene la leyenda vinos & tapas que es lo que vende el establecimiento. Es importante que el logo tenga un símbolo que lo diferencie de los demás, es por eso que se uso una franja que subraya el titulo usando un patrón que asemeja a una cava de vino.

### 1.2.2 Ambientación

La ambientación aplicada en el establecimiento será siguiendo un concepto minimalista utilizando en algunas aéreas específicas del comedor, el material de revestimiento aparente en acabado en roca. La barra será el enfoque principal en el comedor ya que será ubicada al fondo del pasillo principal del establecimiento.



Fig. 3 Barra ubicada al fondo del pasillo de la entrada del establecimiento

Las paredes del comedor contarán con algunas pequeñas cavas que servirán también como elemento de decoración (Fig. 4) (Fig. 5) reflejando en todo momento el logotipo del mismo. De esta forma se presentarán a nuestros clientes la variedad de vinos que ofertamos.





Fig. 4 Paredes en acabado en roca con decoración de cavas



Fig. 5 Sala de Cava

El comensal podrá percibir muchas sensaciones agradables a su alrededor en: colores, olores sabores entre otras. Los colores base que se implementaran serán tonalidades en chocolate, negro, hueso y rojo entre otros en menor proporción.

Con el estilo minimalista que se pretende utilizar en el establecimiento, se requiere preservar los espacios lo cual se intentara lograr mediante el acento y el matiz en las formas

y estructuras y no tanto en los accesorios, para lo cual lo suelos, las superficies, las paredes y la luz son los que fungen como tal, logrando así enaltecer las características especiales y arquitectónicas en áreas libre y amplias que se conciben para ser sentidas y admiradas. Para los amantes de la sobriedad, serenidad y simplicidad el estilo minimalista que se ofrecerá en “La Franja” será el indicado.

### 1.2.2.1 Decoración

En la decoración de “La franja” se utilizarán cuadros con un toque minimalista en imágenes alusivas al rock y punk que fue popular en un periodo de los años sesentas a los noventas una de nuestra paredes tendrá cuadros de las bandas más representativa de estas épocas :The Beatles (Fig.6),Pink Floyd (Fig.7), Ramones(Fig.8)



Fig. 6 cuadro “the Beatles”



Fig. 7 Cuadro “Pink Floyd”



Fig. 8 Cuadro “Ramones”

Lo que se aplicara como elementos de decoración que reflejara la venta de vinos serán las distintas pequeñas cavas ya mencionadas anteriormente.

#### **1.2.2.2 Plaque, Cristalería y Loza**

El plaque que se utilizara en el establecimiento está elaborado con acero inoxidable para una higiene adecuada; el acero es capaz de ser lavado con soluciones que permiten una mayor penetración en las cavidades del material, facilita el pulido del instrumento lo cual mejora la inocuidad en los instrumentos de ingesta.

Para la degustación de nuestros vinos se contara con copas de cristal esto para que puedan apreciar mejor sus sabores. Ofreceremos también copas de vidrio de la mejor calidad para los vinos jóvenes.

La loza que se empleara en el servicio es de porcelana, ya que asegura su durabilidad y por su color blanco otorga un buen espacio para el punto focal del platillo ayudándonos a resaltar los ingredientes que se presentaran en el platillo. También se presentaran las tapas en tablas de madera acacia ya que son fáciles de limpiar y además presentan un toque muy elegante. Otro material que utilizaremos para presentar nuestras tapas serán bowls cuadrados de vidrio.

### **1.2.2.3 Muebles**

Para el mobiliario de nuestro comedor se necesitaran mesas y sillas minimalistas sean muy confortables, de esta manera nuestros clientes podrán estar disfrutando por un largo tiempo muy cómodamente con sus acompañantes.

Nuestras mesas serán de madera color chocolate para cuatro personas (anexo mobiliario) la cual tendrá el contraste con las mismas sillas color blanco.

Se contara con una salas lounge color negra con capacidad para 8 personas (anexo mobiliario) la cual contara con una mesa central iluminada esto para brindarle a nuestros clientes mayor comodidad en un espacio donde podrán disfrutar por un periodo más extenso del ambiente que se le está ofreciendo.

El mueble que tiene compartimentos (anexo mobiliario) tendrá la función de almacenar plaque, servilletas, velas, etc. En esencia equipo para el montaje de las mesas y servicio. Pero de igual manera podrá servirnos como parte de la decoración del comedor ya que será una pequeña cava.

### **1.2.2.4 Iluminación**

Una correcta iluminación va a ir a favor de una buena experiencia del comensal. Además, una iluminación adecuada también garantizará la seguridad de los clientes y el personal. Conseguir el nivel correcto de luz en cada zona y crear estancias agradables acordes al estilo del local deben ser la base a la hora de diseñar la iluminación de un restaurante.

Tomando en cuenta que la principal fuente de iluminación será la natural ya que la construcción y ubicación del establecimiento nos favorecen en este aspecto de la iluminación natural.

Pero hablando de la iluminación que se requiere para la tarde noche se instalara una iluminación general para el área de comedor, pero tomando en cuenta que dicha iluminación debe de ser muy tenue, esto para brindarle un mejor confort a nuestros clientes.

En el caso de la iluminación aplicada a nuestra decoración incluida la parte de las cavas se utilizara una iluminación semi-indirecta tratando de resaltar los detalles.

### **1.2.2.5Música**

La música es un factor muy importante que busca resaltar nuestro establecimiento ya que a diferencia de muchas empresas que ofrecen vino la música que se presenta por lo general es música clásica o baladas. Nuestra idea es utilizar en su totalidad el rock que fue popular en la década de los 70 a los 90 algo que comúnmente suele escucharse con otro tipo de bebida como es la cerveza; por esta razón se le quiere dar un giro por completo a esta idea ya que existen muchas personas amantes al vino y a su vez al rock clásico algo que es muy difícil encontrar en armonía.

Esta música se ofrecerá desde una consola que tiene bien distribuido el sonido con 8 bocinas repartidas estratégicamente para que se perciba en cualquier área del comedor pero sin que perturbe la actividad de nuestros comensales ; al contrario que la música acompañe y potencialice su experiencia.

### 1.2.3 Apariencia física del personal

La imagen del personal esta cuidada hasta el más mínimo detalle, ya que damos por hecho que la imagen es una parte fundamental del éxito de un establecimiento que ofrece alimentos.

#### 1.2.3.1 Personal de cocina

En cocina tendrán que utilizar uniforme, que se compone de:







<b>Filipina negra</b>	Filipina de manga larga una filipina de broche cruzado y una sola línea de botones; que tenga en la espalda una rejilla que ventile al cocinero	
<b>Pantalón</b>	Pantalón elaborado con tela de gabardina de color negro	
<b>Mandil</b>	Mandil hasta los tobillos y de color negro doble vista	
<b>Limpiones</b>	<b>Limpiones</b> 1 largo, 2 cortos) el largo servirá para tomar platos calientes y colocarlos en la zona de servicio de meseros, o para tomar equipo caliente; los limpiones cortos servirán	

	manera constante sus áreas de trabajo. Para colocar tablas y limpiar de	
<b>Cofia</b>	Los cocineros tendrán siempre que utilizar una red para contener el pelo, y de igual manera tendrán que usar una cofia negra	
<b>Zapatos</b>	Zapato estilo zueco, antiderrapantes de color negro	

### 1.2.3.2 Personal de servicio

La experiencia histórica de la industria restaurantera nos indica que el personal de servicio tiene que ser una persona amable, culta y tener una etiqueta distinguida y buen porte; estos aspectos se respetaran sin embargo nuestro personal de servicio reflejara en su apariencia física el concepto oculto que se pretende ofrecer al cliente en gran parte con este punto; a lo que esto se refiere es que queremos demostrar el rock elegante y con buen gusto.

Eso caracteriza al personal de servicio de “La franja” el porte de su uniforme.

<b>Pantalón</b>	pantalón de vestir de color negro	
<b>Camisa</b>	camisa de vestir que tendrá la característica de ser de mangucanas y tendrá bordados de manera elegante logotipos	
<b>Chaleco</b>	chaleco negro elegante	
<b>Tenis</b>	Tenis específicamente la marca y modelo original de bota “converse” Deberán siempre estar en muy buen estado	
<b>Moño</b>	Moño negro elegante	
<b>Mandil</b>	Mandil corto de mesero con incisiones en tela, de color negro	



### 1.3 POLÍTICAS BÁSICAS Y DIRECTRICES

El restaurante “la franja” será posicionado como el mejor bar de vinos de la ciudad. Tendrá el reconocimiento de su distinguida clientela y será un lugar obligado a visitar por los turistas; ya que el concepto que se trabajara como ya se menciona, no se ha puesto en práctica en ningún establecimiento de la ciudad.

Se pretende ser un establecimiento reconocido a nivel nacional.

Es importante mencionar la misión, visión y valores que se tienen que seguir en la empresa para lograr los objetivos planteados desde el inicio de la gestión empresarial.

MISIÓN	VISIÓN	VALORES
Proporcionar a nuestros comensales un excelente servicio y calidad en nuestros productos.	- Ser una empresa líder en el estado en la venta de vinos mexicanos y tapas. .	- honestidad - cortesía - respeto -responsabilidad

#### 1.3.1. Valores.

- **Honestidad:** Ofreceremos a nuestros clientes productos de la mejor calidad y con el mejor tratado de estos de tal manera que se sientan totalmente seguros que el consumo de ellos es su mejor opción
- **Cortesía:** Siendo el cliente lo más importante para nosotros serán tratados con la mayor amabilidad y el mejor trato posible.

- **Respeto:** En todo momento se le tratara a nuestra clientela con el mayor respeto que ellos se merecen de igual manera nuestro equipo de trabaja ofrecera y recibira ante todo respeto.
- **Responsabilidad:** En todo momento tener un sentido de responsabilidad en la toma de decisiones ya que esto sera lo que nos ayudara a dirigir el rumbo de la empresa.
- **1.3.2Filosofía**

Nuestra filosofia esta basada en integración, contribución y eficiencia de nuestro grupo de trabajo para de esta forma lograr los objetivos y propósitos que tenemos como misión, fundamentados en la premisa de hacer las cosas bien, con los mejores métodos posibles para generar el mejor resultado.

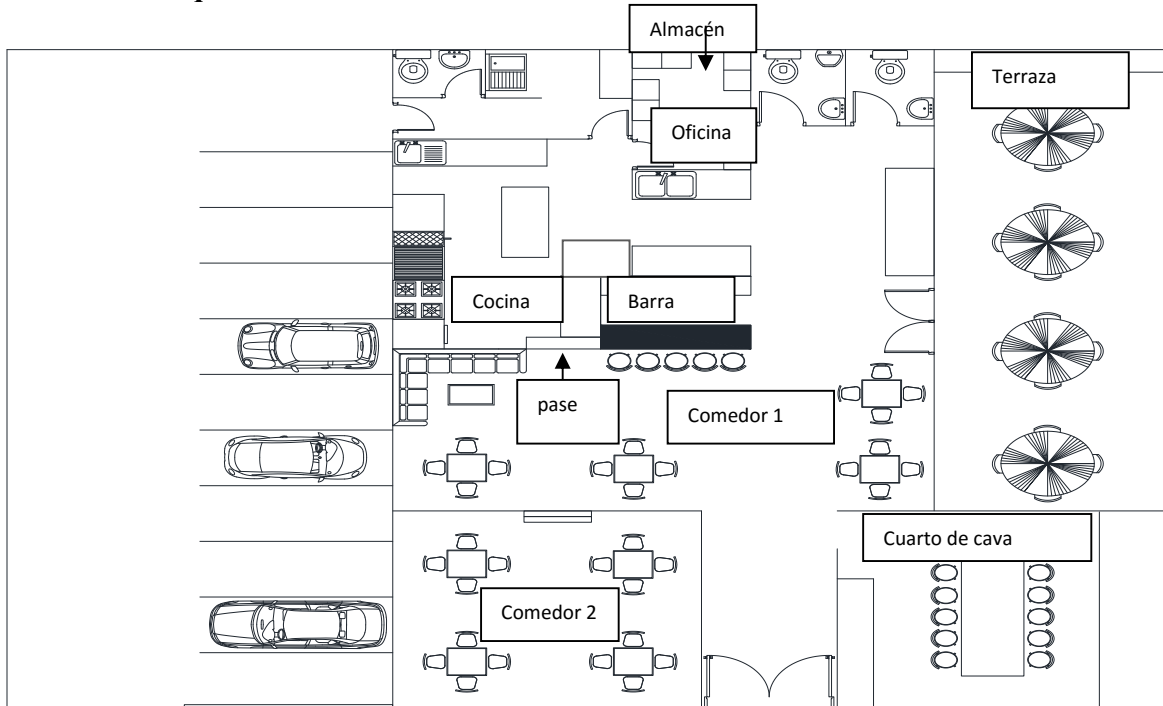
#### **1.4 TIPO DE SERVICIO**

**Servicio americano:** Se dice que es el servicio más utilizado en la mayoría de los restaurantes, por que los platillos se emplatan desde la cocina con la porción individual para cada comensal logrando uniformidad. Los platillos se presentan por el lado izquierda y los cubiertos sucios o “muertos” los retiran con la mano derecha por el lado derecho del cliente. Las bebidas se sirven con la mano derecha y por el lado derecho del comensal; por lo cómodo y practico de este servicio. Este servicio es el más aplicado en nuestro país, es rápido y permite llevar un completo control de raciones/ porciones, ya que se concentran empataados en la cocina. Para este servicio se requiere gran habilidad manual y rapidez.(morfin, 2006)

El servicio que será aplicado en nuestro establecimiento “La Franja” será el servicio americano ya que este es el que mejor se adapta a lo que se vende

## 1.5 ÁREAS FUNCIONALES DEL ESTABLECIMIENTO

### 1.5.1 Plano arquitectónico del establecimiento



### 1.5.2 Cocina

Ya que el espacio de cocina con el que contará “La franja” se encuentra un poco reducido el equipo de cocina será distribuido de manera estratégica optimizando cada espacio de cocina.

Se requerirán 3 mesas de trabajo en forma lineal una serán situadas una en el centro de la cocina otra cerca del estante de la loza y otra pegada a la zona de pase. Tendremos una estufa con cuatro quemadores y un asador simple junto a una freidora de una canastilla, el horno se encontrara a un lado de la estufa el cual contara con un espacio para 8 charolas.

### 1.5.3. Comedor

#### Capacidad

No de mesas	Personas
12 mesas	4(58) personas
1 barra central	10 personas
1 barra para bar	5 personas
1 sala longe	8 personas

El comedor se encuentra dividido en cuatro emplazamientos; de los cuales el primer emplazamiento está ubicado a mano izquierda de la entrada de comensales con un total de 4 mesas para cuatro personas cada una y a mano derecha podemos identificar el cuarto de cava considerado como el cuarto emplazamiento que contara con una barra central la cual dispone de 5 bancos de cada lado y a los extremos de la sala tendremos 1 cava por pared. El segundo emplazamiento lo encontramos en el centro de nuestro establecimiento en el estarán bien distribuidas 4 mesas para cuatro personas cada una y una sala longe que contara con espacios para ocho personas. En el emplazamiento antes mencionado ubicaremos el bar con una barra que contara con un espacio para 5 bancos individuales. Por último en nuestra esquina superior derecha tendremos la llamada terraza que tendrá 4 mesas para cuatro personas cada una con sus respectivas sombrillas. (Anexo mobiliario y equipo)

#### **1.5.4 Zona de almacenamiento**

La infraestructura de nuestro almacén está regida por diferentes elementos:

- Tipo de establecimiento
- Tamaño del establecimiento
- Rotación del producto del establecimiento
- Ubicación del establecimiento
- Giro del establecimiento

Nuestro almacén estará equipado con 2 gabinetes para insumos de los platillos y el tercero para insumos del bar, este será donde se posicionaran los insumos a temperatura ambiente, contara también con un refrigerador industrial de cuatro puertas, de igual manera contaremos con un congelador horizontal. (Anexo equipo mayor)

#### **1.5.5. Baños de empleados**

El baño de empleado se ubica a la entrada de los trabajadores, solamente se contara con un sanitario para ambos sexos. Contara con el retrete delimitado y el lavamanos.

#### **1.5.6. Baños de clientes**

En establecimiento cuenta con dos baños uno para mujeres y uno para hombres; el primero tendrá dos retretes divididos y un lavamanos al igual que un espejo. El baño para hombres dispone de dos mingitorios y un retrete, también contara con un lavamanos y un espejo.

### **1.5.7. Estacionamiento**

El local que será rentado para nuestro negocio contara con un espacio de estacionamiento de con la posibilidad de ofrecer a nuestros clientes 10 cajones para que sus vehículos se encuentren bien ubicados, puedan tener un fácil acceso a nuestro establecimiento y contar con la seguridad de su vehículo.

### **1.5.8. Patio de limpieza**

Lugar empleado para almacenar productos y equipo de limpieza, con el objetivo también de controlar algunos líquidos peligrosos que no deben estar desubicados y menos en contacto con los alimentos.

## **1.6 MARCO JURÍDICO – LEGAL**

Es el conjunto de normas que se establecen para un buen funcionamiento empresarial; el estado o el municipio regulan el funcionamiento de los establecimientos en este caso de alimentos y bebidas.

Dentro de la normatividad para el funcionamiento de una empresa existen los permisos por parte del municipio donde se establece, los registros para el pago de impuestos, el alta al trabajador de seguridad social, etc. Las cuales aseguran un adecuado uso de los recursos materiales y humanos.

### **1.6.1 Permisos para apertura de un establecimiento de alimentos y bebidas**

#### **1.6.1.1. Inscripción de la sociedad al Registro Federales de Contribuyentes (anexo 4).**

Este trámite es de índole federal, toda actividad empresarial debe de estar reglamentada por la nación, el estado o el municipio. En este caso es para dar paso al registro y comienzo de la actividad empresarial, representado por el R.F.C. (registro Federal de Contribuyentes) y controlado por declaraciones mensuales y anuales.

#### **1.6.1.2. Inscripción al Instituto Mexicano del Seguro Social (anexo5)**

La inscripción patronal y del trabajador al Instituto Mexicano del Seguro Social es un trámite federal, el cual contempla el alta del trabajador como empleado del negocio para hacer derechohabiente del mismo instituto. Los formatos son aviso de inscripción como establecimiento (patrón), aviso de alta al trabajador y aviso de baja al trabajador.



#### 1.6.1.3 Aviso de alta a la secretaria de salud pública ( anexo6)

Este es un trámite de solicitud y aviso de alta a la comisión federal para la protección contra riesgos sanitarios que otorga facultad y figura jurídica al municipio para poder ordenar y otorgar visto bueno a los establecimientos que cumplan con todos los requerimientos para operar.

#### 1.6.1.4 Visto bueno de protección civil.

Trámite de índole municipal para el buen diseño de ductos de agua y gas, para el correcto manejo de desperdicios, para el depósito de residuos especiales y para dar seguridad civil con rutas de evacuación, diagramas de emergencias y la utilización de extinguidores de fuego.

#### 1.6.1.5 Licencia de funcionamiento por el H. Ayuntamiento

Trámite municipal que tiene como objetivo dar licencia de venta de alimentos, bebidas no alcohólicas, bebidas alcohólicas y licores. El cual contara con una categoría "C"

## **CAPITULO**

### **II**

## **DESARROLLO HUMANO**

INTRODUCCION. En el siguiente capítulo se muestran y describen todos los recursos humanos que va a disponer el establecimiento para su operación. Se explicara de una forma detallada los perfiles de puesto en las áreas de cocina y servicio; así como los sueldos y prestaciones que goza cada trabajador por el servicio prestado.

Se presentara una planeación para la capacitación del personal y se establecerán los reglamentos y políticas que serán aplicados en esta empresa.

### **2.1 Liderazgo empresarial**

En nuestra empresa trabajaremos con un modelo de convencimiento; estamos seguros que los empleados trabajan más y mejor cuando estos tienen libertad para realizar sus labores claro está, mientras no salga de los lineamientos que previamente fueron establecidos.

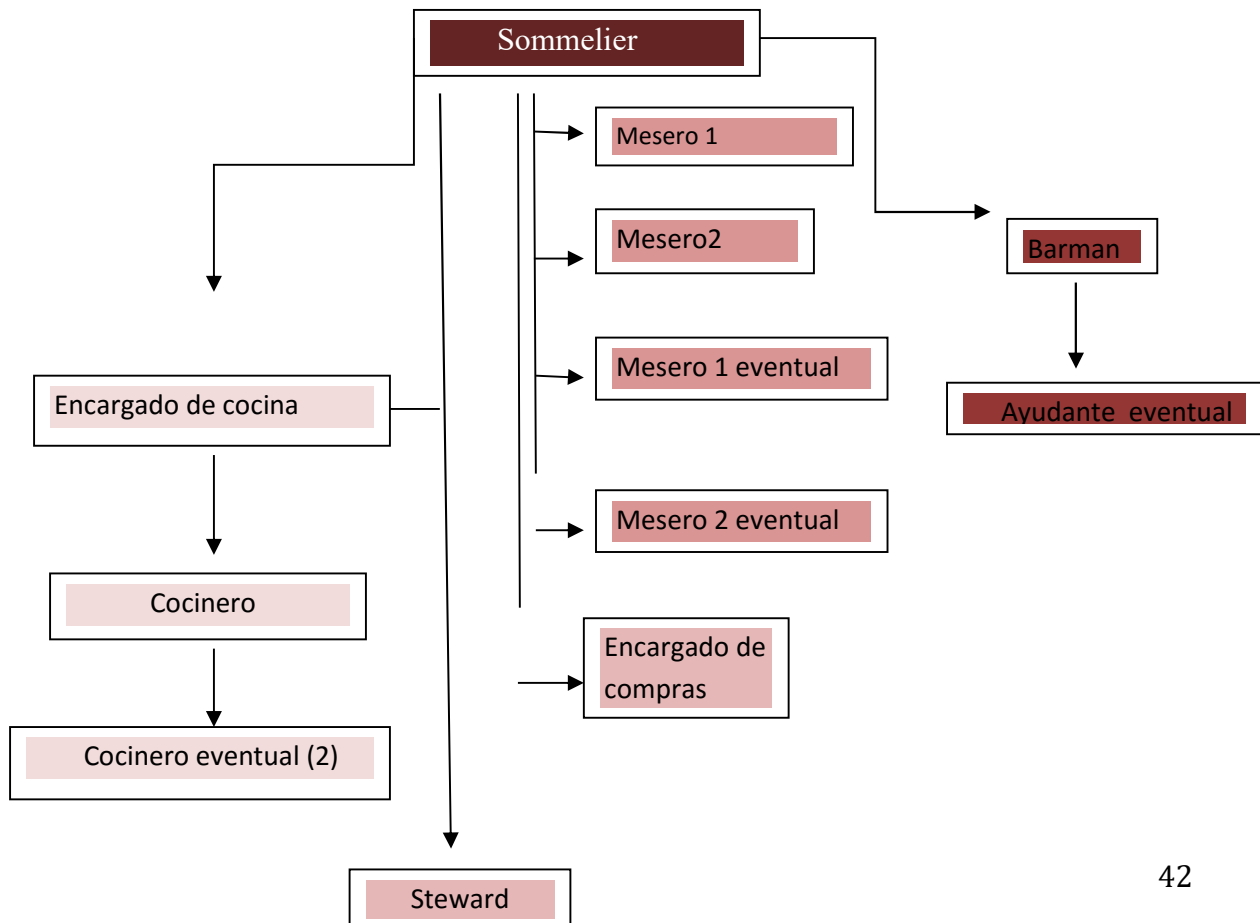
Es decir el trabajador de “La franja” hace su labor por que realmente le agrada lo que está haciendo y porque lo quiere hacer, no por imposición del patrón, siendo la mayor motivación del trabajador su estabilidad en el empleo y una re categorización de puestos superiores vacantes de acuerdo a desempeño laboral.

## Desarrollo humano

El desarrollo humano de “La franja” será una de las partes fundamentales del éxito en nuestro establecimiento, la comunicación y el crecimiento personal es un aspecto muy importante que esta empresa cuidara en todo momento esto para lograr ofrecer a nuestros clientes los elementos básicos de ética profesional y valores. En nuestra empresa el trabajador será escuchado, capacitado, guiado impulsando sus capacidades esto para lograr en todo momento obtener un crecimiento constante de ellos, lo que nos podrá asegurar un crecimiento profesional y empresarial.

El sistema de contratación implementado en “La franja” será esencialmente profesional y humano. Los cocineros deberán tener experiencia laboral y/o en caso de no tenerla deberán tener estudios mínimos de gastronomía.

### 2.3 Organigrama



## 2.4 Descripción de puestos y perfiles

PUESTO	SOMMELIER
<b>CARACTERISTICAS DE LA JORNADA LABORAL</b>	A tiempo completo: la jornada laboral será de 48 horas semanales, prestadas de martes a domingo siendo el lunes el día de descanso. Por la naturaleza del trabajo la contratación será por tiempo determinado en apego a la ley federal del trabajo; la disposición del horario será flexible a las necesidades empresariales.
<b>ACADEMIA</b>	Lic. en gastronomía con diplomados de sommelier o Licenciatura en vitivinicultura y enología. Lic. En Administración de empresas turísticas con especialidad y diplomado de sommelier.
<b>EXPERIENCIA</b>	Experiencia mínima en restaurantes de 5 años
<b>OTROS</b>	Sexo: masculino. Edad: 25 a 45 años
<b>DESCRIPCION DE ACTIVIDADES</b>	Atención al cliente Dar al cliente toda la información que se requiere sobre el vino que se ofrece Recomendaciones de maridajes Recomendaciones de maridaje para la creación del menú Asesorías al personal de comedor y cocina Administracion de comedor y cocina Garantizar las operaciones de la unidad de caja, Entrega y custodia de dinero en efectivo Verificar las comandas electrónicas, bar, cocina y

	<p>servicio</p> <p>Cobrar las ordenes</p>
<b>HABILIDADES</b>	<p>Conocimientos generales de vitivinicultura y enología</p> <p>Conocimientos generales de servicio americano</p> <p>Conocimiento de las artes culinarias</p> <p>Disciplinado</p> <p>Educado</p> <p>Buena actitud de servicio.</p>

	<b>Encargado de cocina</b>
<b>CARACTERISTICAS DE LA JORNADA LABORAL</b>	<p>A tiempo completo: la jornada laboral será de 45 horas semanales, prestadas de martes a domingo siendo el lunes el día de descanso. Por la naturaleza del trabajo la contratación será por tiempo determinado en apego a la ley federal del trabajo; la disposición del horario será flexible a las necesidades empresariales.</p>
<b>ACADEMIA</b>	<p>Preferentemente titulo de Licenciatura en Gastronomía o titulo de una carrera técnica</p>

<b>EXPERIENCIA</b>	Deberá tener mínimo 3 años de experiencia comprobables como encargado de una cocina.
<b>OTROS</b>	Sexo: masculino o femenino Edad: De 25 a 35 años
<b>DESCRIPCION DE ACTIVIDADES</b>	Administrar los recursos humanos de la cocina. Elaboración de inventarios Dirigir el área de producción y servicio de la cocina. Logística de eventos. Control de la calidad y rendimiento del Restaurante. Cierre diario de cocina
<b>HABILIDADES</b>	Creativo, talentoso e inventivo. Manejo higiénico de alimentos Liderazgo. Valores cívicos y humanos Don de mando. Presencia organizacional. Experiencia directiva.
<b>CONDICIONES Y RIESGOS</b>	El encargado de cocina laborara en condiciones de estrés, presión, atención al cliente y manejo de personal. El trabajo se realizará tanto en oficina como en la cocina bajo los sig. riesgos: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Riesgos de seguridad personal.</li> <li>• Riesgos sanitarios.</li> <li>• Afectación a la salud.</li> <li>• Riesgos legales. (por mal aplicación al marco jurídico)</li> </ul>

PUESTO	COCINERO
<b>CARACTERISTICAS DE LA JORNADA LABORAL</b>	A tiempo completo: la jornada laboral será de 48 horas semanales, prestadas de martes a domingo siendo el lunes el día de descanso. Por la naturaleza del trabajo la contratación será por tiempo determinado en apego a la ley federal del trabajo; la disposición del horario será flexible a las necesidades empresariales.
<b>ACADEMIA</b>	El cocinero preferentemente deberá tener título de una carrera técnica en alimentos y bebidas;
<b>EXPERIENCIA</b>	Deberá tener una experiencia comprobable mínima de 3 años como cocinero
<b>OTROS</b>	Sexo: masculino o femenino edad: 20 a 30 años
<b>DESCRIPCION DE ACTIVIDADES</b>	Producción de los alimentos Montaje de platillos Limpieza (área cocina y almacén) Traslado de insumos de almacén a cocina Operar el servicio de alimentos.
<b>HABILIDADES</b>	Conocimientos técnicos culinarios Actitud positiva y de servicio Buena higiene Proactivo. Disciplina.

<b>CONDICIONES Y RIESGOS</b>	<p>El cocinero realizará un trabajo subordinado que se desarrollara en el área de cocina. El trabajo se realiza en la cocina.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Riesgos de seguridad personal.</li> <li>• Riesgos de higiene</li> <li>• Riesgos psicológicos</li> <li>• Riesgos de salud</li> </ul>
------------------------------	--

PUESTO	COCINERO (eventual)
<b>CARACTERISTICAS DE LA JORNADA LABORAL</b>	Solamente trabajara 8 horas los días jueves, viernes y sábado como apoyo al barman, teniendo un total de 24 horas a la semana. Por la naturaleza del trabajo la contratación será por tiempo determinado en apego a la ley federal del trabajo; la disposición del horario será flexible a las necesidades empresariales..
<b>ACADEMIA</b>	Estudiante actual de la carrera técnica o Licenciatura en gastronomía
<b>EXPERIENCIA</b>	Deberá tener una experiencia comprobable mínima de 3 años como cocinero
<b>OTROS</b>	Sexo: masculino o femenino edad: 18 a 25 años
<b>DESCRIPCION DE ACTIVIDADES</b>	Producción de los alimentos Montaje de platillos Limpieza (área cocina y almacén) Traslado de insumos de almacén a cocina Operar el servicio de alimentos.



<b>HABILIDADES</b>	<p>Conocimientos técnicos culinarios</p> <p>Actitud positiva y de servicio</p> <p>Buena higiene</p> <p>Proactivo.</p> <p>Disciplina.</p>
<b>CONDICIONES Y RIESGOS</b>	<p>El cocinero realizará un trabajo subordinado que se desarrollara en el área de cocina, solamente trabajara los días jueves, viernes y sábados</p> <p>Riesgos de seguridad personal.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Riesgos de higiene</li> <li>• Riesgos psicológicos</li> <li>• Riesgos de salud</li> </ul>

<b>CONDICIONES Y RIESGOS</b>	<p>El sommelier desarrollara su trabajo en el área de cocina y en el área de servicio teniendo como riesgos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Riego de seguridad personal</li> <li>• Riesgo a la salud</li> </ul>
------------------------------	---

<b>PUESTO</b>	<b>MESERO</b>
	<p>A tiempo completo: la jornada laboral será de 48 horas semanales, prestadas de martes a domingo siendo el lunes el día de descanso. Por la naturaleza del trabajo la</p>

<b>CARACTERISTICAS DE LA JORNADA LABORAL</b>	contratación será por tiempo determinado en apego a la ley federal del trabajo; la disposición del horario será flexible a las necesidades empresariales.
<b>ACADEMIA</b>	Preferentemente estudios Técnicos en Turismo como otro requisito estudios medio superior( preparatoria)
<b>EXPERIENCIA</b>	El capitán de meseros deberá tener una experiencia mínima de 2 años como capitán de meseros o al menos 3 años como mesero en restaurantes similares en operación y cantidad de comensales.
<b>OTROS</b>	Sexo: masculino Edad: 25 a 35 años
<b>DESCRIPCION DE ACTIVIDADES</b>	Servirá como apoyo para al sommelier y Dirigirá las actividades de servicio en la ausencia del sommelier. Deberá asegurarse que el comensal sea atendido lo antes posible Controlar la calidad del servicio.
<b>HABILIDADES</b>	Liderazgo. Valores cívicos y humanos Don de mando. Experiencia directiva. Conocimientos especializados en cuanto a la calidad en el servicio. Conocimientos culinarios en general.

**CONDICIONES Y  
RIESGOS**

El capitán de meseros desarrollara su jornada de trabajo en el comedor del restaurante y en el área de servicio ubicada en cocina teniendo como riesgos:

- Riesgos de salud

<b>PUESTO</b>	<b>BARMAN</b>
<b>CARACTERISTICAS DE LA JORNADA LABORAL</b>	A tiempo completo: la jornada laboral será de 48 horas semanales, prestadas de martes a domingo siendo el lunes el día de descanso. Por la naturaleza del trabajo la contratación será por tiempo indeterminado en apego a la ley federal del trabajo; la disposición del horario será flexible a las necesidades empresariales.
<b>ACADEMIA</b>	Preferentemente titulo en técnico en gastronomía o licenciatura en gastronomía
<b>EXPERIENCIA</b>	El barman deberá tener un mínimo de 1 año siendo encargado de barra o “barman”.
<b>OTROS</b>	Sexo: masculino, edad: 20 a 35
<b>DESCRIPCION DE ACTIVIDADES</b>	<p>Servicio de bebidas</p> <p>Elaboración de garnituras</p> <p>Elaboración de inventarios</p> <p>Requisición de materia prima</p> <p>Limpieza del área del bar.</p> <p>Garantizar las operaciones de la unidad de caja,</p> <p>Entrega y custodia de dinero en efectivo</p> <p>Verificar las comandas electrónicas, bar, cocina y servicio</p> <p>Cobrar las ordenes</p>

<b>HABILIDADES</b>	<p>Conocimientos de cocteleria.</p> <p>Creativo</p> <p>Buena presentación</p> <p>Ordenado</p> <p>Facilidad de palabra</p> <p>Ser rápido</p>
<b>CONDICIONES Y RIESGOS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Riesgos de seguridad personal.</li> <li>• Riesgos de salud</li> </ul>

<b>PUESTO</b>	<b>AYUDANTE DE BARMAN (eventual)</b>
<b>CARACTERISTICAS DE LA JORNADA LABORAL</b>	Su jornada laboral será de 8 horas los días jueves, viernes y sábado como apoyo al barman, teniendo un total de 24 horas a la semana. Por la naturaleza del trabajo la contratación será por tiempo determinado en apego a la ley federal del trabajo; la disposición del horario será flexible a las necesidades empresariales.
<b>ACADEMIA</b>	NO APLICA
<b>EXPERIENCIA</b>	El barman deberá tener un mínimo de 1 año siendo encargado de barra o “barman”.
<b>OTROS</b>	Sexo: masculino, edad: 20 a 35

<b>DESCRIPCION DE ACTIVIDADES</b>	<p>Servicio de bebidas</p> <p>Elaboración de garnituras</p> <p>Elaboración de inventarios</p> <p>Requisición de materia prima</p> <p>Limpieza del área del bar.</p> <p>Lavar la cristalería requerida en el bar</p>
<b>HABILIDADES</b>	<p>Conocimientos de cocteleria.</p> <p>Creativo</p> <p>Buena presentación</p> <p>Ordenado</p> <p>Facilidad de palabra</p> <p>Ser rápido</p>
<b>CONDICIONES Y RIESGOS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Riesgos de seguridad personal.</li> <li>• Riesgos de salud</li> </ul>

<b>PUESTO</b>	<b>STEWARD</b>
<b>CARACTERISTICAS DE LA JORNADA LABORAL</b>	<p>A tiempo completo: la jornada laboral será de 48 horas semanales, prestadas de martes a domingo siendo el lunes el día de descanso. Por la naturaleza del trabajo la contratación será por tiempo determinado en apego a la ley federal del trabajo; la disposición del horario será flexible a las necesidades empresariales.</p>
<b>ACADEMIA</b>	<p>No aplica</p>

<b>EXPERIENCIA</b>	El steward de preferencia deberá tener mínimo 6 meses de experiencia comprobable en establecimientos similares.
<b>OTROS</b>	Sexo: masculino o femenino edad: no mayor a 30 años, radicar en la ciudad de Morelia y contar con carta de no antecedentes penales.
<b>DESCRIPCION DE ACTIVIDADES</b>	Lavar loza, cristalería, plaque y equipo de cocina que se requiera
<b>HABILIDADES</b>	Conocer las variedades de loza, cristalería y plaque. Actitud positiva y de servicio Buena higiene personal Saber utilizar instrumentos de limpieza
<b>CONDICIONES Y RIESGOS</b>	El trabajo se realizara en todo el Restaurante <ul style="list-style-type: none"> <li>• Riesgos de seguridad</li> <li>• Riesgos de higiene</li> <li>• Riesgos psicológicos</li> <li>• Riesgos asociados a la salud</li> </ul>

<b>PUESTO</b>	<b>Encargado de compras</b>
<b>CARACTERISTICAS DE LA JORNADA LABORAL</b>	La jornada laboral constara de 8 horas a la semana ya que solamente trabajara medio turno dos días a la semana. Y cuando este se requiera se le pagara por día.

<b>ACADEMIA</b>	NO APLICA
<b>EXPERIENCIA</b>	Un año mínimo de manejar un vehículo
<b>OTROS</b>	Sexo: masculino, edad: 18 a 30
<b>DESCRIPCION DE ACTIVIDADES</b>	Compras de los insumos en general
<b>HABILIDADES</b>	Rápido Responsable Administrado en sus tiempos
<b>CONDICIONES Y RIESGOS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Riesgos de seguridad personal.</li> <li>• Riesgos de salud</li> </ul>



## 2.5. Check list

CHECK LIST DEL AREA SERVICIO		
<b>A)</b>	EQUIPO DISPUESTO PARA EL SERVICIO	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El personal de servicio deberá contar con todos sus utensilios y uniforme.</li> <li>• El comedor deberá encontrarse en óptimas condiciones de limpieza.</li> <li>• Las mesas de plaque deberán encontrarse llenas con plaque limpio y trapeado.</li> <li>• El personal de servicio tendrá total dominio de la carta, la carta debe de mantenerse en las mejores condiciones y si no es así remplazarla.</li> <li>• Deberá de estar marcada la mesa (lista para servir los alimentos)</li> <li>•</li> <li>• Los saleros, pimenteros, vinagreras y aceiteras, son responsabilidad del equipo de servicio y tendrán que estar completamente llenas.</li> </ul>
<b>B)</b>	RECEPCIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• EL encargado de recibir al cliente deberá de ser el sommelier o si este se encuentra ocupado o no está en el establecimiento esta actividad deberá cumplirla el capitán de</li> <li>• Se debe mostrar la carta comenzando por las mujeres y culminando con el anfitrión; la carta deberá mostrarse abierta.</li> <li>• Unos minutos después (considerando que el cliente haya visto de forma adecuada la carta) se podrá hacer la recomendación de algún maridaje.</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• El sommelier o el capitán de meseros deberá de explicar cualquier duda sobre nuestros vinos.</li> <li>• La toma de orden no deberá rebasar los 5 minutos desde que se comienza hasta que se culmina, salvo en ocasiones de mesas muy grandes.</li> <li>• Inmediatamente servidos en cocina los alimentos, deberán llevarse a la mesa para su consumo.</li> <li>• Ya servidos alimentos y bebidas, asegurarse de la conformidad de los clientes antes de hacer la ingesta.</li> <li>• Finalizado el consumo de alimentos y bebidas, retirar los platos conforme al servicio americano.</li> <li>• Cuando los comensales terminan de comer y deciden permanecer por más tiempo, el mesero deberá mantener la mesa limpia, y estar atento al servicio.</li> <li>• Por último cuando el cliente ordene la cuenta, será en ese momento cuando se hace la solicitud de cobro a caja, se lleva a la mesa con la cuenta dirigida al anfitrión, y se retira.</li> <li>• Hasta no ver pagada la cuenta el mesero asiste a la mesa para retirarla y hacer la solicitud de cobro en caja; posteriormente la regresa a la mesa con su ticket de compra, factura o cambio. Despidiéndose y agradeciendo su visita, el capitán de meseros, acompañan al cliente hasta la puerta enunciando su pronta visita.</li> </ul>
C)	EL BAR	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Para las bebidas ordenadas se procurara no rebasar los 4 minutos después de llegada la comanda al bar.</li> </ul>



## CHECK LIST DEL ÁREA DE COCINA

<b>A)</b>	EQUIPO Y PERSONAL DISPUESTO PARA EL SERVICIO DE ALIMENTOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El equipo mayor y menor de cocina deberá estar en perfectas condiciones higiénicas.</li> <li>• El refrigerador, el congelador y el almacén deberán de estar organizados y limpios.</li> <li>• El manipulador de alimentos deberá de asistir aseado y su uniforme limpio.</li> <li>• El cocinero deberá tener un total dominio de procesos de elaboración de los platillos.</li> <li>• El cocinero aplicara adecuadamente una manipulación higiénica de los alimentos.</li> </ul>
<b>B)</b>	RECEPCIÓN DE INSUMOS, TRANSFORMACIÓN Y SERVICIO DE ALIMENTOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El cocinero evaluara las condiciones higiénicas en las que se encuentra el equipo mayor de la cocina, el refrigerador, el congelador y el almacén.</li> <li>• El cocinero deberá revisar las llegadas de insumos que se establecieron en la orden de compra.</li> <li>• Posterior a la revisión, deberá de hacer una recepción y en caso de que se requiera ingresar a los almacenes registrando las entradas.</li> <li>• Revisar las propiedades organolépticas en recepción de proteínas de origen animal (temperatura, color, olor, textura, apariencia)</li> <li>• Porcionar las proteínas animales y almacenar.</li> <li>• El chef operativo deberá de hacer una planeación de labores dependiendo del día de labores.</li> <li>• El encargado de cocina supervisara la planeación de labores.</li> <li>• Iniciara con sus labores de transformación de alimentos,</li> </ul>

		<p>lavándose las manos y desinfectando sus cuchillos.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Los cocineros deberán de elaborar el mise &amp; place (mesa lista o preproducción) de servicio de alimentos de las diferentes áreas en cocina.</li> <li>• El encargado de cocina o los cocineros y los cocineros llevaran a cabo el servicio de alimentos.</li> <li>• Se procurara que el servicio no rebase los 15 minutos después de haber recibido la comanda.</li> <li>• El servicio deberá de llevar un orden cronológico, la primera mesa que ordene será la primera mesa que se sirva.</li> <li>• Los platillos que contengan cocción, los platos deberán de tener una temperatura de 60 grados centígrados, los platillos que sean fríos los platos deberán de tener una temperatura de 4 grados centígrados.</li> <li>• El encargado de cocina deberá de dar el visto bueno a todos los elementos que componen los platillos, así como las temperaturas de servicio y el montaje de platillos.</li> <li>• El encargado de cocina y los cocineros deberán de hacer labores de limpieza y ordenamiento en equipo mayor de cocina, pisos, paredes, anaqueles y almacén; para un control de la higiene dentro de cocina.</li> <li>• El encargado de cocina revisara las actividades de limpieza de cocina en general.</li> <li>• El encargado de cocina elaborara las requisiciones de insumos, de acuerdo a los diferentes elementos que integran las ventas.</li> <li>• El encargado de compras confirmara las solicitudes de</li> </ul>
--	--	--

		insumos y elaborara las órdenes de compra de materias primas.
<b>C)</b>	<b>OPERACIÓN EN COCINA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Todas las preparaciones se realizaran al dia excepto la ensalada de pollo, la salsa pomodoro que se realizara cada dos días y por el tipo de preparación el aderezo de la casa se elaborara cada semana o si lo requiere antes</li> <li>• El horneado de las tapas se harán al momento</li> <li>• Las frituras serán al momento de la orden.</li> <li>• Se deben realizar los tipos de cocción correctos .</li> <li>• .</li> </ul>

### CHECK LIST DEL AREA ADMINISTRATIVA Y DE APOYO

<b>A)</b>	<b>CAJA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Solicitar a la administración efectivo para cambios</li> <li>• Limpieza del área.</li> <li>• Bitácora de reservaciones.</li> <li>• Limpieza de carpetas de cuenta</li> <li>• Cobro de cuentas</li> <li>• Finalmente, corte de caja por escrito firmado por el chef ejecutivo y chef operativo</li> </ul>
<b>B)</b>	<b>COMPRAS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Confirmación y recepción de compras con el proveedor y el jefe de cocina.</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"><li>• Pagos a lista de proveedores</li><li>• Elaboración de compras</li></ul>
--	--	---

## **2.6. Búsqueda, reclutamiento, evaluaciones y contratación**

El siguiente paso consiste en la búsqueda, reclutamiento o convocatoria de los postulantes que cumplan con las competencias o características que la empresa “La Franja” necesita.

### **Anuncios o avisos**

Principalmente los anuncios lo hacemos en periódicos, Internet, carteles, murales en centros de estudios etc.

De esta forma lograremos obtener a una gran cantidad de personas que les interese la propuesta y que puedan cumplir con los requisitos que nuestra empresa necesita, por esta razón necesitamos ser muy específicos con esta parte.

### **Evaluación**

Las evaluaciones de los postulantes que se han reclutado o convocado es con el fin de elegir entre todos ellos al más idóneo para el puesto que estamos ofreciendo.

Esta etapa puede empezar con una pre-selección por ejemplo, a través de revisión de currículum ya que este nos ayudara a descartar a los postulantes que no cumplan con los requisitos que se solicitan en esta empresa.

Y una vez que contamos con cierto número de postulantes, pasamos a citarlos y a evaluarlos a través del siguiente proceso:

#### **a) Entrevista**

Consiste en tomarle al postulante una primera entrevista en la cual le hagamos preguntas abiertas con el fin de comprobar si realmente cumple con los requisitos que hemos solicitado.

- Prueba de conocimiento: consiste en tomarle al postulante una prueba oral.
- . Prueba psicológica: consiste en tomarle una prueba psicológica con el fin de determinar su equilibrio emocional, para lo cual podríamos contratar los servicios de un psicólogo que nos ayude con ello.
- Prueba practica: Se realizara una prueba practica que nos ayudara identificar con certeza que el aspirante es el adecuado para el puesto que solicita

#### **b) Selección y contratación**

Ya una vez evaluados a todos los postulantes o candidatos, pasamos a una selección del que mejor se desempeño en las pruebas y entrevistas realizadas, es decir, pasamos a seleccionar al candidato idóneo para cubrir el puesto vacante.

Y una vez que hayamos elegido al candidato adecuado, procedemos a hacerle un examen médico para cerciorarnos que su salud sea la adecuada para poder llevar a cabo el trabajo que se requiere.

Antes de contratar al postulante hemos decidido ponerlo a prueba durante un breve periodo de tiempo, con el fin de evaluar directamente su desempeño en su nuevo puesto, además de su capacidad para relacionarse con el equipo de trabajo.

Posteriormente pasamos a contratarlo, es decir, a firmar junto con él un contrato en donde señalemos el cargo a desempeñar, las funciones que realizará, la remuneración que recibirá, el tiempo que trabajará con nosotros, y otros aspectos que podrían ser necesario acordar.



## 2.7. Sueldos y prestaciones

El trabajador tendrá derecho a todas de las prestaciones que establece la ley federal de trabajo, la ley del seguro social y del Infonavit. (Anexo Prestaciones)

Puesto	Cantidad	Sueldo semanal
Sommelier	1	\$2,500.00
Encargado de cocina	1	\$2,000.00
Cocinero	1	\$1,000.00
Cocinero eventual	1	\$500.00
meseros	2	\$600.00 (1,200.00)
Mesero eventual	2	\$300.00 (600.00)
Barman	1	\$1500.00
Ayudante de barman eventual	1	\$350.00
Encargado de compras	1	\$250.00
Steward	1	\$500.00

<b>Total de nomina semanal</b>	\$10,400.00
<b>Total de nomina mensual</b>	\$41,600.00

En el caso de la contabilidad se requerirá de un despacho contable que llevara el control de esto por esta razón no será necesario contratar a un contador fijo.

## **2.8. Reglamentos y políticas**

Se presentaran los distintos reglamentos a los que nuestros trabajadores deben apegarse estos divididos por sus diferentes aéreas

### **2.8.1 Reglamento general**

- Tendrán una tolerancia de 10 minutos después de su hora de entrada, posterior a esto y antes de los 15 minutos será tomado como retardo, pasados los 15 minutos se considerara como falta.
- No podrá checar antes ni posterior a 10 minutos de su hora de salida.
- Queda prohibido el uso del cigarro.
- Será sancionado el hurto de cualquier índole.
- Queda prohibido el consumo, distribución, transporte y venta sustancias psicoactivas.
- Queda prohibido el consumo de bebidas alcohólicas.
- En caso de cualquier conflicto solucionarlo con su jefe inmediato.
- Prohibida la contratación de personal con relación familiar.
- Prohibida la asistencia a labores en estado inconveniente.
- Será sancionado el personal que falte a la ética empresarial.

### **2.8.2 Reglamento de cocina**

- a) Tendrán una tolerancia de 10 minutos después de su hora de entrada
- b) El uniforme se compondrá de pantalón de cocina negro, filipina blanca, gorro de chef, red, mandil negro y zapatos negros antiderrapantes.
- c) El aseo personal deberá de ser estrictamente diario; uñas cortas, uniforme limpio y buena presentación.
- d) No se puede usar ni barba ni bigote, en el caso de las mujeres solo se puede usar moderadamente el maquillaje
- e) Correcta manipulación higiénica de alimentos
- f) Mantendrá el área de cocina en excelentes condiciones de limpieza e inocuidad.
- g) En el servicio de alimentos se procurara no rebasar 15 minutos después de haber tomado la orden.
- h) Respetar el orden de las comandas por tiempos.
- i) Controlar las temperaturas de los platillos fríos o calientes.
- j) Todos aquellos desperdicios que haya dejado el cliente en el plato se depositaran sin excepción en los contenedores de desperdicios.
- k) La limpieza y almacenaje del equipo y de los utensilios es responsabilidad de quien lo utiliza.
- l) La basura deberá ser separada orgánica e inorgánica

### **2.8.3 Reglamento de Servicio**

- a) El uniforme se compondrá de pantalón negro, camisa blanca, moño negro, tenis “converse” negros ( En buen estado y limpios), chaleco y mandil corto.
- b) El aseo personal deberá de ser estrictamente diario.
- c) Debe contar con un cepillo de dientes en el establecimiento con el cual deberá realizar su aseo vocal cada 3 horas
- d) Prohibido masticar gomas
- e) Es responsabilidad compartida del personal de servicio y del personal de mantenimiento la limpieza general del restaurante (excepto cocina)
- f) El personal de servicio no tiene la facultad de juzgar las opiniones o sugerencias del cliente.
- g) El personal de servicio será un acompañante del cliente en el servicio gastronómico.
- h) No imponer o sugerir el pago de propina por el servicio.
- i) Aplicar el protocolo del servicio americano.
- j) Respetar el orden de servicio en cuanto a la llegada de los clientes.

### **2.8.4. Políticas de la empresa**

- El establecimiento mejorara constantemente para asegurar la permanencia y éxito futuro del negocio.
- El bar contribuirá con el desarrollo cultural en el ámbito gastronómico y enológico.
- La empresa apoyara de manera directa y sin fines de lucro a toda campaña o programa que impulse el desarrollo social.

### **2.8.5. Políticas de cocina**

- Respeto, cordialidad, buen trato y compañerismo con todo el personal.
- Asegurar la calidad de los ingredientes y se encuentren en sus mejores condiciones.
- Utilización de productos locales.
- Mantener el área de trabajo en óptimas condiciones.
- El servicio de alimentos y bebidas deberá ser rápido y constante.
- Total control de almacenes.
- Ética profesional gastronómica.
- Buena muerte y manipulación a los productos animales


### **2.8.6. Políticas del servicio**

- Respeto, unidad, buen trato y compañerismo con todo el personal.
- Excelencia en el trato y atención al cliente
- Calidad en el servicio de alimentos y bebidas.
- Ética de oficio.
- Evaluación del desempeño cada seis meses
- Mantener el área de servicio en cocina y del comedor en óptimas condiciones.

## 2.9. Horarios gráficos

### Los horarios de servicio al cliente

Horario de servicio de los días jueves, viernes y sábado será de las 3:00pm a las 2:00pm.

El cual está marcado de la siguiente  manera

Personal/horas	14:00	15:00	16:00	17:00	18:00	19:00	20:00	21:00	22:00	23:00	00:00	01:00	02:00
	15:00 hrs	16:00 hrs	17:00 hrs	18:00 hrs	19:00 hrs	20:00 hrs	21:00 hrs	22:00 hrs	23:00 hrs	00:00 hrs	01:00 hrs	02:00 hrs	03: hrs
sommelier													
Encargado de cocina													
Cocinero													
Cocinero eventual													
Mesero 1													
Mesero 2													
Mesero eventual1													
Mesero eventual2													
Barman													
Ayudante de barman													
steward													

Horario de servicio de los días martes, miércoles y domingo será de 3:00pm a 12:00 am

Personal/horas	14:00	15:00	16:00	17:00	18:00	19:00	20:00	21:00	22:00	23:00	00:00
	15:00	16:00	17:00	18:00	19:00	20:00	21:00	22:00	23:00	00:00	01:00
	hrs	hrs	hrs	hrs	hrs	hrs	hrs	hrs	hrs	hrs	hrs
sommelier											
Encargado de cocina											
Cocinero											
Mesero 1											
Mesero 2											
Barman											
steward											

En la grafica de horarios no se encuentra incluido el encargado de compras ya que esta persona solo trabajara los días martes y sábados de 8:00 am a 12:00 pm

El establecimiento se cierra el día lunes, el cual será descanso obligatorio para los trabajadores.

## CAPITULO

### III

#### SATISFACCION DEL CLIENTE

INTRODUCCION: en capítulo III explica y determina la segmentación de mercados a la que estará dirigido el establecimiento; se muestra la investigación de mercados que arroja datos que ayudan a la toma de decisiones; y se determina a través de la mezcla de mercadotecnia las (4 P's) el precio, el producto, la plaza y la promoción.

#### 3.1. Clientes Potenciales

La población a la que la empresa “La franja” se dirige es a los habitantes de la ciudad de Uruapan, todas esas personas que tal vez ya no les sea agradable acudir a los bares que oferta la ciudad ya que el ambiente y los productos que se presentan en estos lugares no suelen ser tan agradables para esa parte de la sociedad que desee algo diferente, que esté dispuesto a conocer o que ya conozcan y aprecien la cultura del vino y las artes culinarias, y que por el momento no cuentan con un espacio donde puedan disfrutar de una buena compañía, charlar un poco, deleitarse con un poco de música que lo rememore a aquellos tiempos del rock de los 70, 80 y 90 los cuales siguen siendo clásicos. De igual manera disfrutar de un esquicito bocadillo y un buen vino mexicano. Y de esta forma poder escapar un poco de la rutina que llega aprisionar.

El establecimiento estando ubicado en una zona algunas residencias por lo tanto es un lugar seguro para estar a altas horas de la noche .

#### Competencia

Este establecimiento no cuenta con ninguna competencia directa ya que en realidad no existe ningún lugar con las mismas características que “La franja” Sin embargo se



presentan varias competencias indirectas restaurantes y bares por su venta de vinos y comida, en los cuales podemos mencionar:

- a) Cantina San Pedro (Bar)
- b) Bistró 21 ( Restaurante con especialidad en cocina Francesa)
- c) Alas Bravas ( Restaurantes- Bar)
- d) Urani (Cafeteria)
- e) Kivana wing's(Parrilla- Bar)
- f) Bacco (Club)

Sin embargo ninguno de estos conceptos ofrece el ambiente que “La franja” ofertara, al igual que sus productos y servicios, debido a que estos saldrán de los esquemas a los que se encuentra acostumbrada la población Uruapense.

### 3.2. Análisis FODA

<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>-Ser un concepto diferente en la ciudad.</li><li>- Oferta de nuevos productos.</li><li>- Calidad en nuestros productos.</li><li>- Suficiente conocimiento en el tema.</li><li>- Ubicación adecuada</li><li>-Conocimiento necesario para ofrecer un servicio de calidad.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Concepto nuevo que no cuenta con la experiencia.</li><li>- Oferta de productos costosos.</li><li>- Menú pequeño</li></ul>
<b>Oportunidades</b>	<b>Amenazas</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>-Agrado en la población de este nuevo concepto.</li><li>-Aumento en la población Uruapense.</li><li>-Crecimiento en el consumo y conocimiento del vino mexicano y nuevas propuestas</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Apertura de una empresa con un concepto similar.</li><li>- Poca aceptación del producto.</li><li>-La competencia ya establecida ofrece productos semejantes.</li></ul>

### 3.3. Análisis CAME

Un CAME consiste en Corregir, Afrontar, Mantener y Explotar aquello que hemos visto previamente en el FODA.

- Corregir las debilidades
- Afrontar las amenazas
- Mantener la fortalezas
- Explotar las oportunidades

<b>Mantener nuestras fortalezas</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Mantenernos en la oferta de nuevos productos ya que manejaremos y periodo para estar renovando nuestro menú.</li><li>• calidad en nuestros productos.</li><li>• Estaremos en constante estudio sobre el tema de los vinos.</li><li>• Se realizaran pequeñas encuestas para saber lo que piensa el cliente de nuestro servicio y de esta forma darnos cuenta si está conforme con la calidad de nuestro servicio.</li></ul>
-------------------------------------	--

<p><b>Explotar las oportunidades</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ofrecer a nuestro clientes nuevas experiencias para que se mantengan siempre atraídos por nuestra empresa.</li> <li>• Aportar a nuestros clientes la información necesaria para que se enriquezcan en el conocimiento de la cultura del vino.</li> </ul>
<p><b>Corregir las debilidades</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Establecidos ya en el mercado, de acuerdo a la demanda de nuestros productos y siendo clientes potenciales de nuestros proveedores tal vez podamos conseguir precios un más bajos o precios especiales.</li> <li>• Ampliar nuestro menú.</li> </ul>
<p><b>Afrontar nuestras amenazas</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aun teniendo competencias directas por la apertura de establecimientos con un concepto similar, seguiremos manteniéndonos en contante renovación para tener la preferencia de nuestros clientes.</li> <li>• Se ofertaran diferentes promociones que incentivaran a la población a asistir a nuestro establecimiento; entre ellos menús temáticos o catas<sup>1</sup>.</li> </ul>

### **3.4. Investigación de mercados**

1. Determinar el objetivo
2. Investigación preliminar
3. Determinar la hipótesis

**Objetivo:** El objetivo del siguiente estudio de mercado, es identificar los gustos y preferencias de un parte de la población de Uruapan para salir a disfrutar de un buen ambiente, ingerir alguna bebida alcohólica y deleitarse con algún bocadillo. Y de esta forma reconocer la demanda y la aceptación del Wine-Bar “La Franja” teniendo en consideración el análisis situacional basado en los resultados de la investigación de mercados.

### **3.5. Metodología de la investigación**

Se realizo una encuesta dirigida a posibles consumidores, para una captación de información vital, que será valiosa para la formulación de la producción y comercialización de nuestro producto.

Para realizar nuestra encuesta se estructuro una encuesta con un rango de edad entre los 25 a 45 años de edad

### 3.5.1. Encuesta

#### ENCUESTA PARA EL PLAN DE NEGOCIOS "LA FRANJA"

Marca con una X la respuesta

**1. ¿En qué rango de edad te encuentras?**

Menos de 25 años\_\_\_ 25 a 35 años\_\_\_ 35 a 45 años\_\_\_ más de 45 años\_\_\_

**2. ¿Ingieres bebidas que contengan alcohol?**

Sí\_\_\_ No\_\_\_

**3. ¿Con qué frecuencia recurras a algún bar o establecimiento para consumirlas?**

1 vez por semana\_\_\_ 2 veces por semana\_\_\_ Otra (Especifique) \_\_\_\_\_

**4. ¿Qué días prefieres para salir a convivir y tomar alguna bebida?**

Miércoles\_\_\_ Jueves\_\_\_ Viernes\_\_\_ Sábado\_\_\_  
Otro(Especifique)\_\_\_\_\_

**5. ¿Conoces el concepto wine-bar?**

Si\_\_\_ No\_\_\_

**“LA FRANJA”** es un concepto de wine-bar que pretende ofrecer variedad de vinos y tapas, con un toque de Rock en su ambientación.

**6. ¿Te es atractivo el concepto?**

Sí\_\_\_ No\_\_\_

**7. ¿Visitarías el establecimiento con el concepto que ofrece?**

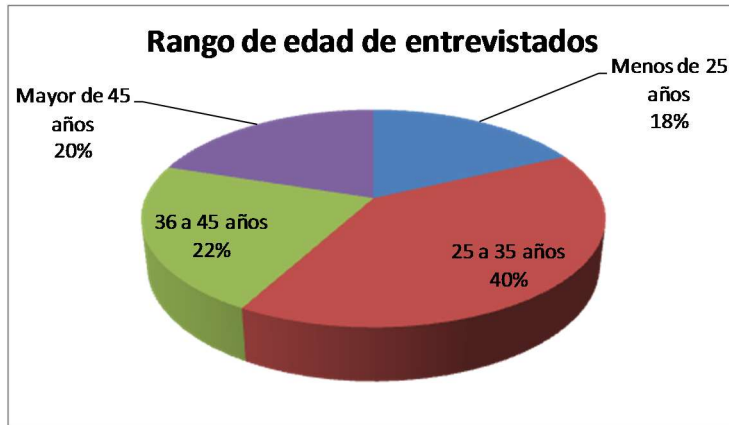
Sí\_\_\_ No\_\_\_

**8. ¿Qué vino prefieres?**

Mexicano\_\_\_ Italiano\_\_\_ Francés\_\_\_ Español\_\_\_ Chileno\_\_\_ Argentino\_\_\_

Te agradecemos el tiempo proporcionado para la elaboración de ésta encuesta, la información proporcionada es de suma importancia para el desarrollo de nuestro proyecto.

### 3.5.2. Grafica de resultados



Respuestas a pregunta #1 : Menos de 25 años: 9 personas, De 25 a 35 años: 20 personas de 35 a 45 años: 11 personas, mas de 45 años:10 personas.

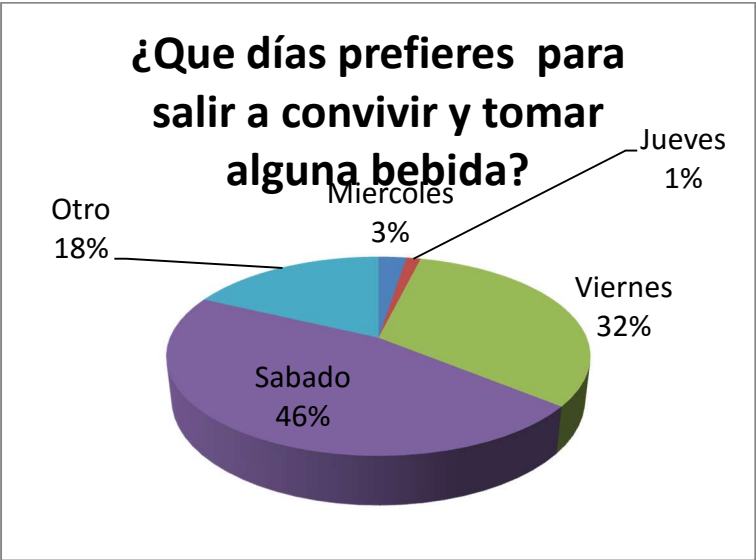


Respuestas a pregunta #2: Si: 42 personas, No: 8 personas



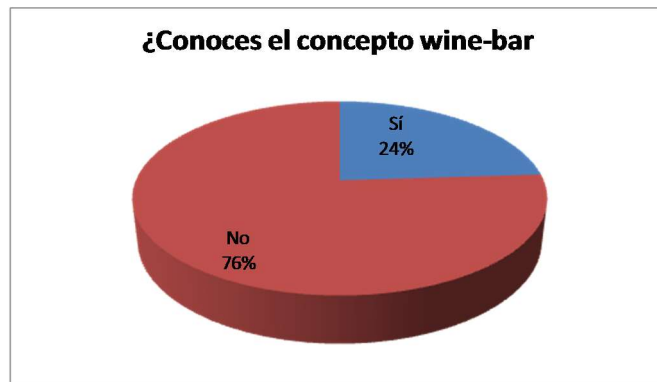


Respuestas a pregunta # 3: Una vez por semana: 22 personas, dos veces por semana: 13 personas y más días o menos días a la semana: 15 personas



Respuesta a preguntas # 4: Miércoles: 2 personas, jueves: 1, viernes: 10 personas, sábado: 36

A las personas que seleccionaron viernes y sábado los resultados se concentraron el día sábado, pero el día viernes fue registrado con un total de 25 personas.



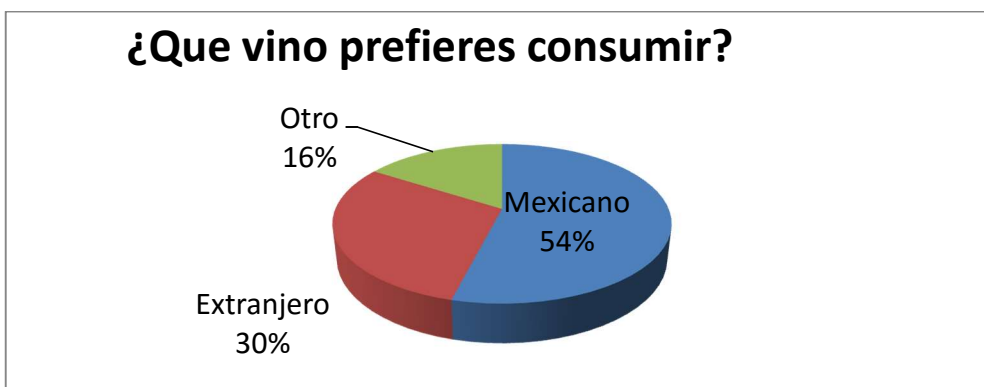
Respuestas de pregunta #5: Si: 12 personas No: 38 personas



Respuestas a pregunta #6: Si: 37 personas No: 13 personas



Respuestas a pregunta #7: Si:39 No:11



Respuesta a pregunta numero: Mexicano:27 Extranjero: 15 Otro:8

Englobamos las respuestas que teníamos de vino Francés, español, italiano, argentino y chileno donde los resultados son: Francés: 1, Italiano: 1, Español: 1, Chileno: 8, argentino:

4

Por último las personas que no contestaron fueron englobadas como; otro, debido a que tal vez las respuestas que se manejaron no eran de su agrado o en realidad el vino no es de su agrado.

### 3.6. Mezcla de marketing

“La mezcla de mercadotecnia o marketing mix son las herramientas o variables que se disponen para cumplir con los objetivos de una empresa, estas herramientas son esencialmente las 4 p” (Walker, 2007)

- a) Producto
- b) Precio
- c) Plaza
- d) Promoción

**Producto:** “Cualquier objeto tangible o intangible que puede ofrecerse en un mercado para atraer la atención del público y lograr su adquisición o consumo” (Maubert, 2006) pueden comprender objetos físicos, servicios, organizaciones, planeaciones e ideas.

El producto que se ofrecerá en el establecimiento “La franja” estará compuesto por dos partes; Nuestro producto tangible que será nuestros alimentos y bebidas y un producto tangible como lo es nuestro servicio, ambos se ofertaran con la mejor calidad.

**Plaza:** También conocido como canales de distribución o establecimiento, la plaza constituye un punto fundamental en la mezcla de mercadotecnia, ya que es en este punto donde se define el tipo de canal a utilizar, por ejemplo existe la venta al público en el lugar donde se produce o bien existe un espacio donde se realiza el producto y generamos la distribución para que llegue a nuestros clientes en el tiempo y lugar deseado.

Tipos de plaza

- a) Para productos de consumo

Que son plazas creadas para que los clientes compren el producto directamente con el que los produce, en lugares que establece el fabricante. Generalmente son productos que no se hacen en cantidades muy grandes.

- b) Para productos industriales.

Son plazas dirigidas a intermediarios, mayoristas, distribuidores, comisionistas, etc.; los productos son muy difíciles de adquirir de manera minorista. Son productos generados en cantidades muy grandes que necesitan de diferentes canales de distribución para poder llegar a los clientes. Como por ejemplo BIMBO.

La plaza de “La Franja” es una plaza para productos de consumo, los clientes son los que vienen a adquirir el producto, sin ningún tipo de canal para distribuirlo o algún intermediario.

El mesero no es considerado un intermediario ya que no compra el producto y lo revende a un costo mayor, ni obtiene ninguna ganancia directa por la venta del producto, el mesero es solo un medio de servicio dentro de la plaza.

La plaza se sitúa dentro del lugar de producción, la cocina es donde se crea el producto y el comedor es la plaza establecida para venderlo.

**Precio:** Los precios establecidos en el establecimiento “La Franja” fueron en base la competencia y además el nivel determinado de precio de los productos deberá permitir alcanzar una rentabilidad suficiente en relación al costo de los beneficios esperados.

**Promoción:** La promoción se basa en comunicar, dar a conocer o recordar la existencia de nuestro producto a los consumidores, así como convencer o inducir su compra o adquisición. Algunas estrategias que queremos aplicar, relacionadas a la promoción son:

- Poner anuncios en periódicos, revistas locales, radio o Internet (redes sociales).
- Promociones de catas con tapas a precios accesibles, esto será en los días martes, miércoles o domingos que son los días que tal vez menos clientes se pueda tener.
- Promociones de los vinos más caros con una variedad de tapas gratis.

### 3.7. Conformación del menú y diseño de la carta

“Tengamos en cuenta que para sobrevivir en un mercado altamente competitivo es necesario mantener un alto grado de satisfacción al cliente. El menú describe los productos que posee la empresa y es fundamental generarles un precio que pueda generar la ventas suficientes como para obtener beneficios” (Royon, 2006)

Nuestro menú (anexo menú) estará conformado por un total de 10 tapas diferentes que ofrecerán variedad en productos, técnicas, montajes y precios; entre las cuales encontraremos las siguientes:

- tapa de mousse con flor de salmón ahumado
  - pulpo al vino-
  - Pinxos de perlas de camarón tempura-
  - Tapas ensalada de pollo al gorgonzola-
- Tapas de plátano macho con cerdo y mole poblano
  - Ostiones ahumados en salsa pomodoro-
  - Brochetas de callo de hacha al grill-
  - Queso brie al romero con jamón serrano-
    - Papas galeana al cilantro
    - Tapas de carpaccio de res-

Cada una de nuestras tapas se venderá por pieza o por platillo de 10 piezas, y si el cliente arma su propio platillo con variedades de tapas se tomara en cuenta el costo por pieza y la suma de estas. En el caso de las papas galeanas al cilantro se venderán por cada 250 gramos.

También ofertaremos una tabla de quesos y carnes frías que se recomienda que esta sea para 4 personas. En la tabla de quesos podremos encontrar: Queso de cabra con ceniza, Queso Emmental, gorgonzola, Cotija, queso tipo manchego, jamón serrano, salami tipo milano, pierna selva negra, arándano deshidratado, ate de membrillo, aceituna verde. Combinación de ingredientes y sabores que se pueden prestar para un esquicito maridaje.

Nuestro menú se conformará también por tres diferentes postres que son: Chongos zamoranos, fondant de chocolate con nieve de vainilla y reducción de zarzamora y pay de queso de cabra con compota de arándano azul y vino tinto.

Por último ubicadas en la contra portada encontraremos las bebidas que estarán integrados por 5 cocteles elaborados en base a vino, tendremos algunos refrescos, refresco y limonada para las personas que no consumen alcohol.

El diseño de nuestra carta será en forma de díptico donde presentaremos nuestro logotipo en la portad, no utilizaremos ninguna imagen que lo opaque o que llame la atención más que este dentro de la carta encontraremos las tapas y los postres y nuestra contra portada tendrá las bebidas y los datos de la empresa Utilizaremos los colores del logotipo para el diseño de la carta esto con la finalidad que en todo momento resalte la imagen de la empresa “La Franja”.

Para la conformación de nuestra carta de vinos (Anexo carta de vinos) ofreceremos un total de 36 vino que se divide por regiones, de los cuales podemos identificar:

- Valle de Guadalupe(L.A. Cetto, Monte Xanic)
- Santo Tomas (Santo tomas)
- Valle de Parras(Casa Madero)
- Querétaro ( La redonda)

Por el momento solo contamos con un menú pequeño pero este cambiara y aumentara de acuerdo a la demanda que se tenga, y de igual manera será con la carta de vinos.

## **CAPITULO IV**

### **GERENCIA Y ADMINISTRACIÓN**

CONCLUSIONES: este capítulo se refiere a todos los estados financieros de la empresa; como las ventas totales, los costos de producción, los costos de administración, el desglose de impuestos y aportaciones por concepto de nomina, balance general y estado de resultados al cierre. Los anteriores estados financieros indican en desempeño de la empresa, lo cual fortalece las decisiones tomadas o da pie a la nueva planeación empresarial y estrategias de trabajo futuro.



#### 4.1 Balance inicial

La Franja			
Estado de Situacion Financiera al 31 de diciembre del 2015			
<b>Activo</b>			
Circulante			
caja	20,000.00		
bancos	50,000.00	70,000.00	
No Circulante			
Mobiliario y Equipo Ofna	117,012.00		
maquinaria y Equipo	113,465.00		
Equipo de Reparto	47,500.00	277,977.00	
<b>total Activo</b>			<b>347,977.00</b>
<b>Pasivo</b>			
Circulante			
Proveedores	80,000.00		
Acreeedores Diversos	70,000.00	150,000.00	
No Crculante			
Acreeedores Bancarios		600.00	
<b>Total Pasivo</b>			<b>150,600.00</b>
<b>Capital Contable</b>			
Patrimonio			197,377.00
<b>total Pasivo mas Capital</b>			<b>347,977.00</b>

## 4.2. Estado de resultados

La Franja						
estado de Resultados al 31 de Diciembre del 2016						
	Venta Totales			4,622,140.00		
(-)	Devoluciones y Descuentos S/venta			- 10,000.00		
(=)	Ventas Totales				4,612,140.00	
(-)	Costo de lo Vendido				- 2,374,462.00	
(=)	<b>Resultado Bruto</b>				<b>2,237,678.00</b>	
	<b>Gastos de Operación</b>					
	<b>Gastos de Venta</b>					
(+)	Sueldos y Salarios	559,732.35				
(+)	Papeleria y Utiles	47,140.00				
(+)	Energia Electrica	33,000.00				
(+)	Arrendamiento	15,000.00				
(+)	Agua	18,750.00				
	Telefono	12,000.00				
	Publicidad	2,400.00				
	Consumibles Limpieza	12,000.00				
	Imprevistos	12,500.00				
	publicidad	2,400.00				
	Depreciacion de Maquinaria y Equipo	11,346.50				
(+)				726,268.85		714,922.35
	<b>Gastos Administracion</b>					
	Depreciacion de Mobiliario y Equipo de ofna	11,701.20				
	ISR IMSS INFONAVIT	20,000.00				
		-		31,701.20		-
(=)	<b>Gastos de Operación</b>				<b>757,970.05</b>	
(=)	<b>RESULTADO DEL EJERCICIO (Antes de Imptos)</b>				<b>1,479,707.95</b>	

### 4.3. Balance a un año

La Franja				
Estado de Situacion Financiera del 01 de Enero al 31 de Diciembre 2016				
<b>Activo</b>				
<b>Circulante</b>				
caja		20,000.00		
bancos		1,477,155.65	1,497,155.65	
<b>No Circulante</b>				
Mobiliario y Equipo Ofna		117,012.00		
Depreciacion Acumulada de Mobiliario y Equipo de ofna	-	11,701.20		
maquinaria y Equipo		113,465.00		
Depreciacion Acumulada de Maquinaria y Equipo	-	11,346.50		
Equipo de Reparto		47,500.00		
Depreciacion Acumulada de Equipo de Reparto		-	254,929.30	
<b>total Activo</b>				<b>1,752,084.95</b>
<b>Pasivo</b>				
<b>Circulante</b>				
Proveedores		30,000.00		
Impuestos por pagar		20,000.00		
Acreeedores Diversos		25,000.00	75,000.00	
<b>No Crulante</b>				
Acreeedores Bancarios			-	
<b>Total Pasivo</b>				<b>75,000.00</b>
<b>Capital Contable</b>				
Patrimonio			197,377.00	
Resultado del Ejercicio			1,479,707.95	
<b>total capital contable</b>				<b>1,677,084.95</b>
<b>total Pasivo mas Capital</b>				<b>1,752,084.95</b>

### 4.3. Contabilización de movimientos

CONTABILIZACION DEMOVIMIENTOS																	
	CAJA	BANCOS	MOBILIARI	MAQUINARIA	EQPO REP	PROVEEDO	ACRED DIV	ACR BANCARIOS	PATRIMONIO	IMPTI			GTOS VENTA	GTOS ADMON			
SALDOS INICIALES	20,000.00	50,000.00	117,012.00	113,465.00	47,500.00	80,000.00	70,000.00	600.00	197,377.00								
PAGO A PROVEEDORES		-50,000.00				-50,000.00											
SE PAGA A LOS ACREEDORES		-45,000.00					-45,000.00										
SE PAGA A LOS ACREED BANCAR		-600.00						-600.00									
VENTAS TOTALES		4,612,140.00															4,612,140.00
COSTO DE LO VENDIDO		-2,374,462.00															-2,374,462.00
GASTOS DE VENTA		-714,922.35		-11,346.50						-11,346.50			-714,922.35				
GASTOS DE ADMINISTRACION			-11,701.20							-20,000.00			-11,701.20	0.00		-20,000.00	
	20,000.00	1,477,155.65	105,310.80	102,118.50	47,500.00	30,000.00	25,000.00	0.00	197,377.00	-20,000.00	-11,346.50	-11,701.20	-714,922.35	0.00	-20,000.00	2,237,678.00	
																	1,479,707.95

#### 4.4. Mezcla de ventas por dia

Producto		Mar	Mie	jue	Vier	Sab	Dom	Total
<b>Tapas</b>	total	16	19	33	49	62	23	202
mousse de pepino		2	1	3	2	4	2	14
Pulpo al vino		1	2	2	4	5	1	15
Pinxos de perlas de camaron		3	3	4	9	10	5	34
Ensalada de pollo al gorgonzola		0	0	1	3	4	2	10
tapas de platano macho		3	2	4	4	6	4	23
ostiones ahumados en salsa pomodoro		0	0	1	2	3	0	6
Brochetas de callo de hacha al grill		1	0	2	3	3	1	10
Queso brie al romero		0	2	3	4	5	2	16
papas galeana		4	5	8	10	12	5	44
tapas de carpaccio de res		2	3	3	5	6	1	10
tabla de quesos		0	1	2	3	4	0	10
<b>Postres</b>		3	12	8	13	18	15	69
Mini fondant de chocolate		1	4	5	8	10	8	36
chongos zamoranos		0	5	0	0	1	2	8
pay de queso de cabra		2	3	3	5	7	5	25
<b>Cocteles</b>		6	8	15	27	27	34	117
Queen Charlotte		1	2	3	5	9	2	22
Calimocho		2	3	2	6	5	1	5
Zapatero cabernet		1	1	4	4	3	0	13
Ginger Sauvignon		2	2	4	7	10	3	28
Obispo		0	0	2	5	0	1	8
<b>Bebidas sin alcohol</b>		7	11	13	42	44	26	143
Limonada		1	2	3	5	4	4	19
Naranjada		1	1	2	3	4	3	14
cocacola		1	3	1	6	8	7	26
sprite		2	0	1	5	3	1	12
Manzana lift		0	0	0	6	5	2	13
Ginger Ale		0	3	3	5	7	3	21
Agua mineral perrier		1	1	2	8	5	3	20
agua		1	1	1	4	8	3	18

Vinos por copa	9	19	39	82	82	23	254
L.A. Cetto Fume blanc 2009	0	1	4	5	6	2	18
L.A. Cetto blan de blanc 2009	0	0	4	7	8	4	23
L.A. Cetto, Don luis Cetto	1	0	0	0	1	0	1
L.A. Cetto Reserva privada vino blanco	0	0	0	2	3	2	7
L.A. Cetto Reserva privada vino tinto	0	1	0	1	4	1	7
L.A. cetto, Angelo Cetto							0
L.A. Cetto vino espumoso							0
Monte Xanic vino blanco	0	0	2	5	1	1	9
Monte Xanic vino blanco Calixa	1	1	1	2	2	2	9
Monte Xanic vino rosado Calixa	1	1	2	5	3	0	12
Monte Xanic vino tinto Calixa	0	0	3	1	5	1	10
Monte Xanic vino tinto Gran Ricardo							0
Santo tomas Vino blanco colombar	1	1	0	2	1	1	6
Santo tomas Vino blanco viogener	0	0	0	3	2	2	8
Santo tomas vino tinto cabernet-tempranillo	0	0	1	4	3	0	8
Santo tomas kuwual 2010							0
Casa madero vino blanco 2013	1	0	3	1	2	0	7
Casa madero vino blanco 2012	0	0	1	0	3	0	4
Casa madero vino rosado 2013	1	0	2	0	2	1	6
Casa madero montevia 2013	0	1	1	0	5	0	7
Casa madero vino tinto 2011	0	0	1	2	2	0	5
Casa madero casa grande 2009							0
La redonda vino blanco ruby	0	2	3	8	3	1	17
La redonda vino blanco semi seco	0	0	2	1	1	2	6
La redonda vino blanco Orlandi	1	0	0	6	5	0	12
La redonda vino blanco real de vilared	0	1	0	1	1	0	1
La redonda vino rosado semi seco	1	1	0	4	2	1	9
La redonda vino rosado Orlandi	0	2	1	7	1	0	11
La redonda vino tinto ruby	1	3	4	5	7	0	20
La redonda vino tinto nosotros los mexicanos	0	4	1	6	5	2	18
La redonda vino tinto malbec	0	0	2	2	1	0	5
La redonda vino tinto cabernet sauvignon	0	0	1	2	3	0	6
La redonda vino tinto sierra luna							0
LA redonda Sierra gorda gran reserva							0
La redonda vino epumoso dulce							0
La redonda vino rosado espumoso Orlandi							0
Vinos por botella	2	4	10	30	26	6	78
L.A. Cetto Fume blanc 2009	0	0	1	2	2	0	5
L.A. Cetto blan de blanc 2009	0	0	0	1	0	0	1
L.A. Cetto, Don luis Cetto	0	0	0	1	0	0	1
L.A. Cetto Reserva privada vino blanco	0	0	1	1	0	0	2
L.A. Cetto Reserva privada vino tinto	0	0	1	0	1	0	2
L.A. cetto, Angelo Cetto	0	1	0	1	0	0	2
L.A. Cetto vino espumoso	0	0	1	0	1	0	2
Monte Xanic vino blanco	0	0	0	1	1	0	2
Monte Xanic vino blanco Calixa	0	0	0	0	1	0	1
Monte Xanic vino rosado Calixa	0	0	0	0	1	0	1
Monte Xanic vino tinto Calixa	0	0	1	0	0	0	1
Monte Xanic vino tinto Gran Ricardo	0	0	0	0	1	0	1
Santo tomas Vino blanco colombar	0	0	0	1	1	0	2
Santo tomas Vino blanco viogener	0	0	0	1	0	1	2
Santo tomas vino tinto cabernet-tempranillo	0	0	1	1	0	0	2
Santo tomas kuwual 2010	0	0	0	1	1	0	2
Casa madero vino blanco 2013	0	0	1	1	0	1	3
Casa madero vino blanco 2012	0	1	1	1		0	3
Casa madero vino rosado 2013	0	0	0	1	1	0	2
Casa madero montevia 2013	1	0	1	1	1	0	4
Casa madero vino tinto 2011	0	0	0	0	1	0	1
Casa madero casa grande 2009	0	1	0	0	1	1	3
La redonda vino blanco ruby	0	0	0	1	1	0	2
La redonda vino blanco semi seco	0	0	0	1	0	0	1
La redonda vino blanco Orlandi	0	0	0	1	1	0	2
La redonda vino blanco real de vilared	0	0	0	1	1	0	2
La redonda vino rosado semi seco	0	0	0	1	0	0	1
La redonda vino rosado Orlandi	0	0	0	1	0	1	2
La redonda vino tinto ruby	1	0	0	2	2	1	6
La redonda vino tinto nosotros los mexicanos	0	1	0	1	3	0	5
La redonda vino tinto malbec	0	0	0	2	0	0	2
La redonda vino tinto cabernet sauvignon	0	0	0	0	1	1	2
La redonda vino tinto sierra luna	0	0	0	1	1	0	2
LA redonda Sierra gorda gran reserva	0	0	0	1	0	0	1
La redonda vino epumoso dulce	0	0	0	1	2	0	3
La redonda vino rosado espumoso Orlandi	0	0	1	1	0	0	2

#### 4.5. Presupuesto de venta por día

Producto	Mar	Mie	jue	Vier	Sab	Dom	Venta total semanal	
<b>Tapas</b>	<b>total</b>	<b>\$ 1,915.00</b>	<b>\$ 2,220.00</b>	<b>\$ 4,145.00</b>	<b>\$ 6,565.00</b>	<b>\$ 8,120.00</b>	<b>\$ 2,785.00</b>	<b>\$ 25,750.00</b>
mousse de pepino	\$ 260.00	\$ 130.00	\$ 390.00	\$ 390.00	\$ 520.00	\$ 260.00	\$ 260.00	\$ 1,950.00
Pulpo al vino	\$ 140.00	\$ 280.00	\$ 280.00	\$ 560.00	\$ 700.00	\$ 140.00	\$ 140.00	\$ 2,100.00
Pinxos de perlas de camaron	\$ 450.00	\$ 450.00	\$ 600.00	\$ 1,350.00	\$ 1,500.00	\$ 750.00	\$ 750.00	\$ 5,100.00
Ensalada de pollo al gorgonzola	\$ -	\$ -	\$ 140.00	\$ 420.00	\$ 560.00	\$ 280.00	\$ 280.00	\$ 1,400.00
tapas de platano macho	\$ 360.00	\$ 140.00	\$ 480.00	\$ 480.00	\$ 720.00	\$ 480.00	\$ 480.00	\$ 2,660.00
ostiones ahumados en salsa pomodoro	\$ -	\$ -	\$ 140.00	\$ 280.00	\$ 420.00	\$ -	\$ -	\$ 840.00
Brochetas de callo de hacha al grill	\$ 195.00	\$ -	\$ 390.00	\$ 585.00	\$ 585.00	\$ 195.00	\$ 195.00	\$ 1,950.00
Queso brie al romero	\$ -	\$ 270.00	\$ 405.00	\$ 540.00	\$ 675.00	\$ 270.00	\$ 270.00	\$ 2,160.00
papas galeana	\$ 350.00	\$ 250.00	\$ 400.00	\$ 500.00	\$ 600.00	\$ 250.00	\$ 250.00	\$ 2,350.00
tapas de carpaccio de res	\$ 160.00	\$ 480.00	\$ 480.00	\$ 800.00	\$ 960.00	\$ 160.00	\$ 160.00	\$ 2,200.00
tabla de quesos	\$ -	\$ 220.00	\$ 440.00	\$ 660.00	\$ 880.00	\$ -	\$ -	\$ 2,200.00
<b>Postres</b>	<b>\$ 105.00</b>	<b>\$ 320.00</b>	<b>\$ 245.00</b>	<b>\$ 800.00</b>	<b>\$ 550.00</b>	<b>\$ 440.00</b>	<b>\$ 2,460.00</b>	
Mini fondant de chocolate	\$ 25.00	\$ 100.00	\$ 125.00	\$ 200.00	\$ 250.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 900.00
chongos zamoranos	\$ -	\$ 100.00	\$ -	\$ -	\$ 20.00	\$ 40.00	\$ 40.00	\$ 160.00
pay de queso de cabra	\$ 80.00	\$ 120.00	\$ 120.00	\$ 600.00	\$ 280.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 1,400.00
<b>Cocteles</b>	<b>\$ 355.00</b>	<b>\$ 465.00</b>	<b>\$ 920.00</b>	<b>\$ 1,915.00</b>	<b>\$ 1,640.00</b>	<b>\$ 2,065.00</b>	<b>\$ 7,360.00</b>	
Queen Charlotte	\$ 60.00	\$ 120.00	\$ 180.00	\$ 300.00	\$ 540.00	\$ 120.00	\$ 120.00	\$ 1,320.00
Calimocho	\$ 100.00	\$ 150.00	\$ 100.00	\$ 300.00	\$ 250.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 250.00
Zapatero cabernet	\$ 65.00	\$ 65.00	\$ 260.00	\$ 260.00	\$ 195.00	\$ -	\$ -	\$ 845.00
Ginger Sauvignon	\$ 130.00	\$ 130.00	\$ 260.00	\$ 455.00	\$ 655.00	\$ 195.00	\$ 195.00	\$ 1,825.00
Obispo	\$ -	\$ -	\$ 120.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 60.00	\$ 60.00	\$ 780.00
<b>Bebidas sin alcohol</b>	<b>\$ 221.00</b>	<b>\$ 370.00</b>	<b>\$ 633.00</b>	<b>\$ 1,463.00</b>	<b>\$ 1,364.00</b>	<b>\$ 844.00</b>	<b>\$ 4,895.00</b>	
Limonada	\$ 40.00	\$ 80.00	\$ 120.00	\$ 200.00	\$ 160.00	\$ 160.00	\$ 160.00	\$ 760.00
Naranjada	\$ 40.00	\$ 40.00	\$ 80.00	\$ 120.00	\$ 160.00	\$ 120.00	\$ 120.00	\$ 580.00
cocacola	\$ 30.00	\$ 90.00	\$ 30.00	\$ 300.00	\$ 240.00	\$ 210.00	\$ 210.00	\$ 900.00
sprite	\$ 56.00	\$ -	\$ 28.00	\$ 140.00	\$ 84.00	\$ 28.00	\$ 28.00	\$ 336.00
Manzana lift	\$ -	\$ -	\$ 180.00	\$ 168.00	\$ 140.00	\$ 56.00	\$ 56.00	\$ 544.00
Ginger Ale	\$ -	\$ 105.00	\$ 105.00	\$ 175.00	\$ 245.00	\$ 105.00	\$ 105.00	\$ 735.00
Agua mineral perrier	\$ 35.00	\$ 35.00	\$ 70.00	\$ 280.00	\$ 175.00	\$ 105.00	\$ 105.00	\$ 700.00
agua	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 80.00	\$ 160.00	\$ 60.00	\$ 60.00	\$ 360.00
<b>Vinos por copa</b>	<b>\$ 855.00</b>	<b>\$ 1,250.00</b>	<b>\$ 2,640.00</b>	<b>\$ 5,825.00</b>	<b>\$ 5,652.00</b>	<b>\$ 1,525.00</b>	<b>\$ 17,747.00</b>	
L.A. Cetto Fume blanc 2009	\$ -	\$ 50.00	\$ 200.00	\$ 250.00	\$ 300.00	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 900.00
L.A. Cetto blan de blanc 2009	\$ -	\$ -	\$ 200.00	\$ 350.00	\$ 400.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 1,150.00
L.A. Cetto, Don luis Cetto	\$ 70.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 70.00	\$ -	\$ -	\$ 140.00
L.A. Cetto Reserva privada vino blanco	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 130.00	\$ 192.00	\$ 130.00	\$ 130.00	\$ 452.00
L.A. Cetto Reserva privada vino tinto	\$ -	\$ 90.00	\$ -	\$ 90.00	\$ 360.00	\$ 90.00	\$ 90.00	\$ 630.00
L.A. cetto, Angelo Cetto	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
L.A.Cetto vino espumoso	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Monte Xanic vino blanco	\$ -	\$ -	\$ 150.00	\$ 375.00	\$ 75.00	\$ 75.00	\$ 75.00	\$ 810.00
Monte Xanic vino blanco Calixa	\$ 90.00	\$ 90.00	\$ 90.00	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 675.00
Monte Xanic vino rosado Calixa	\$ 95.00	\$ 95.00	\$ 190.00	\$ 475.00	\$ 285.00	\$ -	\$ -	\$ 1,140.00
Monte Xanic vino tinto Calixa	\$ 190.00	\$ -	\$ 285.00	\$ 95.00	\$ 475.00	\$ 95.00	\$ 95.00	\$ 1,140.00
Monte Xanic vino tinto Gran Ricardo	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Santo tomas Vino blanco colombar	\$ 65.00	\$ 65.00	\$ -	\$ 130.00	\$ 65.00	\$ 65.00	\$ 65.00	\$ 390.00
Santo tomas Vino blanco viogener	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 225.00	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 525.00
Santo tomas vino tinto cabernet-tempranillo	\$ -	\$ -	\$ 75.00	\$ 300.00	\$ 225.00	\$ -	\$ -	\$ 600.00
Santo tomas kuwual 2010	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Casa madero vino blanco 2013	\$ 70.00	\$ -	\$ 210.00	\$ 70.00	\$ 140.00	\$ -	\$ -	\$ 490.00
Casa madero vino blanco 2012	\$ -	\$ -	\$ 75.00	\$ -	\$ 225.00	\$ -	\$ -	\$ 300.00
Casa madero vino rosado 2013	\$ 70.00	\$ -	\$ 140.00	\$ -	\$ 140.00	\$ 70.00	\$ 70.00	\$ 420.00
Casa madero montevia 2013	\$ -	\$ 55.00	\$ 55.00	\$ -	\$ 275.00	\$ -	\$ -	\$ 385.00
Casa madero vino tinto 2011	\$ -	\$ -	\$ 90.00	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ -	\$ -	\$ 450.00
Casa madero casa grande 2009	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
La redonda vino blanco ruby	\$ 60.00	\$ 120.00	\$ 180.00	\$ 480.00	\$ 180.00	\$ 60.00	\$ 60.00	\$ 1,080.00
La redonda vino blanco semi seco	\$ -	\$ -	\$ 130.00	\$ 65.00	\$ 65.00	\$ 130.00	\$ 130.00	\$ 390.00
La redonda vino blanco Orlandi	\$ 80.00	\$ -	\$ -	\$ 480.00	\$ 400.00	\$ -	\$ -	\$ 960.00
La redonda vino blanco real de vilared	\$ -	\$ 80.00	\$ -	\$ 80.00	\$ 80.00	\$ -	\$ -	\$ 240.00
La redonda vino rosado semi seco	\$ 65.00	\$ 65.00	\$ -	\$ 260.00	\$ 130.00	\$ 60.00	\$ 60.00	\$ 580.00
La redonda vino rosado Orlandi	\$ -	\$ 180.00	\$ 90.00	\$ 630.00	\$ 90.00	\$ -	\$ -	\$ 990.00
La redonda vino tinto ruby	\$ -	\$ 120.00	\$ 180.00	\$ 300.00	\$ 350.00	\$ -	\$ -	\$ 950.00
La redonda vino tinto nosotros los mexicanos	\$ -	\$ 240.00	\$ 60.00	\$ 360.00	\$ 300.00	\$ 120.00	\$ 120.00	\$ 1,080.00
La redonda vino tinto malbec	\$ -	\$ -	\$ 160.00	\$ 160.00	\$ 80.00	\$ -	\$ -	\$ 400.00
La redonda vino tinto cabernet sauvignon	\$ -	\$ -	\$ 80.00	\$ 160.00	\$ 240.00	\$ -	\$ -	\$ 480.00
La redonda vino tinto sierra luna	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
LA redonda Sierra gorda gran reserva	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
La redonda vino epumoso dulce	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
La redonda vino rosado espumoso Orlandi	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

Vinos por botella	\$ 590.00	\$ 2,530.00	\$ 3,830.00	\$ 12,895.00	\$ 10,525.00	\$ 2,870.00	\$ 33,240.00
L.A. Cetto Fume blanc 2009	\$ -	\$ -	\$ 260.00	\$ 520.00	\$ 520.00	\$ -	\$ 1,300.00
L.A. Cetto blan de blanc 2009	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 260.00	\$ -	\$ -	\$ 260.00
L.A. Cetto, Don Luis Cetto	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 360.00	\$ -	\$ -	\$ 360.00
L.A. Cetto Reserva privada vino blanco	\$ -	\$ -	\$ 320.00	\$ 320.00	\$ -	\$ -	\$ 640.00
L.A. Cetto Reserva privada vino tinto	\$ -	\$ -	\$ 460.00	\$ -	\$ 460.00	\$ -	\$ 920.00
L.A. cetto, Angelo Cetto	\$ -	\$ 1,000.00	\$ -	\$ 1,000.00	\$ -	\$ -	\$ 2,000.00
L.A.Cetto vino espumoso	\$ -	\$ -	\$ 300.00	\$ -	\$ 300.00	\$ -	\$ 600.00
Monte Xanic vino blanco	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 375.00	\$ 375.00	\$ -	\$ 750.00
Monte Xanic vino blanco Calixa	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 450.00	\$ -	\$ 450.00
Monte Xanic vino rosado Calixa	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 480.00	\$ -	\$ 480.00
Monte Xanic vino tinto Calixa	\$ -	\$ -	\$ 480.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 480.00
Monte Xanic vino tinto Gran Ricardo	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1,400.00	\$ -	\$ 1,400.00
Santo tomas Vino blanco colombar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 320.00	\$ 320.00	\$ -	\$ 640.00
Santo tomas Vino blanco viogener	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 380.00	\$ -	\$ 380.00	\$ 760.00
Santo tomas vino tinto cabernet-tempranillo	\$ -	\$ -	\$ 380.00	\$ 380.00	\$ -	\$ -	\$ 760.00
Santo tomas kuwual 2010	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 660.00	\$ 660.00	\$ -	\$ 1,320.00
Casa madero vino blanco 2013	\$ -	\$ -	\$ 360.00	\$ 360.00	\$ -	\$ 360.00	\$ 1,080.00
Casa madero vino blanco 2012	\$ -	\$ 390.00	\$ 390.00	\$ 390.00	\$ -	\$ -	\$ 1,170.00
Casa madero vino rosado 2013	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 350.00	\$ 350.00	\$ -	\$ 700.00
Casa madero montevia 2013	\$ 280.00	\$ -	\$ 280.00	\$ 280.00	\$ 280.00	\$ -	\$ 1,120.00
Casa madero vino tinto 2011	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 510.00	\$ -	\$ 510.00
Casa madero casa grande 2009	\$ -	\$ 830.00	\$ -	\$ -	\$ 830.00	\$ 830.00	\$ 2,490.00
La redonda vino blanco ruby	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 310.00	\$ 310.00	\$ -	\$ 620.00
La redonda vino blanco semi seco	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 320.00	\$ -	\$ -	\$ 320.00
La redonda vino blanco Orlandi	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 410.00	\$ 410.00	\$ -	\$ 820.00
La redonda vino blanco real de vilared	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 410.00	\$ 410.00	\$ -	\$ 820.00
La redonda vino rosado semi seco	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 320.00	\$ -	\$ -	\$ 320.00
La redonda vino rosado Orlandi	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 510.00	\$ -	\$ 510.00	\$ 1,020.00
La redonda vino tinto ruby	\$ 310.00	\$ -	\$ -	\$ 310.00	\$ 310.00	\$ 310.00	\$ 1,240.00
La redonda vino tinto nosotros los mexicanos	\$ -	\$ 310.00	\$ -	\$ 310.00	\$ 310.00	\$ -	\$ 930.00
La redonda vino tinto malbec	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 960.00	\$ -	\$ -	\$ 960.00
La redonda vino tinto cabernet sauvignon	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 480.00	\$ 480.00	\$ 960.00
La redonda vino tinto sierra luna	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 800.00	\$ 600.00	\$ -	\$ 1,400.00
LA redonda Sierra gorda gran reserva	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1,300.00	\$ -	\$ -	\$ 1,300.00
La redonda vino epumoso dulce	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 380.00	\$ 760.00	\$ -	\$ 1,140.00
La redonda vino rosado espumoso Orlandi	\$ -	\$ -	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ -	\$ -	\$ 1,200.00



#### 4.6. Presupuesto de venta anual

Producto	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	total
<b>Tapas</b>	<b>\$ 115,543.00</b>	<b>\$ 99,640.00</b>	\$ 107,920.00	\$ 114,325.00	\$ 104,734.00	\$ 106,415.00	\$ 114,325.00	\$ 103,775.00	\$ 109,910.00	\$ 107,760.00	\$ 103,775.00	\$ 118,470.00	<b>\$ 1,306,592.00</b>
mousse de pepino	\$ 8,640.00	\$ 7,800.00	\$ 8,580.00	\$ 8,710.00	\$ 8,324.00	\$ 8,450.00	\$ 8,710.00	\$ 8,190.00	\$ 8,580.00	\$ 8,320.00	\$ 8,190.00	\$ 9,100.00	\$ 101,594.00
Pulpo al vino	\$ 9,660.00	\$ 8,400.00	\$ 9,100.00	\$ 9,660.00	\$ 8,680.00	\$ 8,960.00	\$ 9,660.00	\$ 8,820.00	\$ 9,240.00	\$ 9,100.00	\$ 8,820.00	\$ 9,940.00	\$ 110,040.00
Pinxos de perlas de camaron	\$ 23,250.00	\$ 20,400.00	\$ 21,900.00	\$ 23,250.00	\$ 21,600.00	\$ 21,450.00	\$ 23,250.00	\$ 21,300.00	\$ 22,350.00	\$ 21,900.00	\$ 21,300.00	\$ 23,850.00	\$ 265,800.00
Ensalada de pollo al gorgonzola	\$ 6,580.00	\$ 5,600.00	\$ 5,740.00	\$ 6,580.00	\$ 5,880.00	\$ 6,020.00	\$ 6,580.00	\$ 5,600.00	\$ 6,160.00	\$ 6,160.00	\$ 5,600.00	\$ 6,720.00	\$ 73,220.00
tapas de platano macho	\$ 11,840.00	\$ 10,640.00	\$ 11,620.00	\$ 11,840.00	\$ 11,480.00	\$ 11,260.00	\$ 11,840.00	\$ 11,140.00	\$ 11,600.00	\$ 11,360.00	\$ 11,140.00	\$ 12,320.00	\$ 138,080.00
ostiones ahumados en salsa pomodoro	\$ 4,068.00	\$ 3,360.00	\$ 3,500.00	\$ 4,060.00	\$ 3,360.00	\$ 3,500.00	\$ 4,060.00	\$ 3,360.00	\$ 3,780.00	\$ 3,780.00	\$ 3,360.00	\$ 4,200.00	\$ 44,388.00
Brochetas de callo de hacha al grill	\$ 9,000.00	\$ 7,800.00	\$ 8,385.00	\$ 8,970.00	\$ 8,580.00	\$ 8,190.00	\$ 8,970.00	\$ 7,995.00	\$ 8,775.00	\$ 8,385.00	\$ 7,995.00	\$ 9,360.00	\$ 102,405.00
Queso brie al romero	\$ 9,855.00	\$ 8,640.00	\$ 9,315.00	\$ 9,855.00	\$ 8,910.00	\$ 9,315.00	\$ 9,855.00	\$ 8,910.00	\$ 9,585.00	\$ 9,315.00	\$ 8,910.00	\$ 10,260.00	\$ 112,725.00
papas galeana	\$ 11,750.00	\$ 9,400.00	\$ 10,400.00	\$ 10,500.00	\$ 10,000.00	\$ 10,050.00	\$ 10,500.00	\$ 10,000.00	\$ 10,300.00	\$ 10,000.00	\$ 10,000.00	\$ 10,900.00	\$ 123,800.00
tapas de carpaccio de res	\$ 10,560.00	\$ 8,800.00	\$ 9,920.00	\$ 10,560.00	\$ 9,120.00	\$ 9,760.00	\$ 10,560.00	\$ 9,440.00	\$ 10,080.00	\$ 9,760.00	\$ 9,440.00	\$ 11,040.00	\$ 119,040.00
tabla de quesos	\$ 10,340.00	\$ 8,800.00	\$ 9,460.00	\$ 10,340.00	\$ 8,800.00	\$ 9,460.00	\$ 10,340.00	\$ 9,020.00	\$ 9,460.00	\$ 9,680.00	\$ 9,020.00	\$ 10,780.00	\$ 115,500.00
<b>Postres</b>													<b>\$ 123,760.00</b>
Mini fondant de chocolate	\$ 4,050.00	\$ 3,600.00	\$ 3,975.00	\$ 4,050.00	\$ 3,825.00	\$ 3,825.00	\$ 4,050.00	\$ 3,725.00	\$ 3,925.00	\$ 3,850.00	\$ 3,725.00	\$ 4,200.00	\$ 46,800.00
chongos zarroranos	\$ 660.00	\$ 640.00	\$ 740.00	\$ 660.00	\$ 680.00	\$ 640.00	\$ 660.00	\$ 1,000.00	\$ 640.00	\$ 660.00	\$ 1,000.00	\$ 1,200.00	\$ 9,180.00
pay de queso de cabra	\$ 6,480.00	\$ 5,600.00	\$ 5,920.00	\$ 6,480.00	\$ 5,880.00	\$ 5,840.00	\$ 6,320.00	\$ 6,320.00	\$ 5,880.00	\$ 5,800.00	\$ 660.00	\$ 6,600.00	\$ 67,780.00
<b>Cocteles</b>													<b>\$ 271,035.00</b>
Queen Charlotte	\$ 6,120.00	\$ 5,280.00	\$ 5,640.00	\$ 6,120.00	\$ 5,460.00	\$ 5,580.00	\$ 6,120.00	\$ 5,460.00	\$ 5,760.00	\$ 5,820.00	\$ 5,460.00	\$ 6,300.00	\$ 69,120.00
Caimocho	\$ 1,550.00	\$ 1,000.00	\$ 1,350.00	\$ 1,550.00	\$ 1,150.00	\$ 1,250.00	\$ 1,550.00	\$ 1,250.00	\$ 1,400.00	\$ 1,250.00	\$ 1,250.00	\$ 1,650.00	\$ 16,200.00
Zapatero cabernet	\$ 3,835.00	\$ 3,380.00	\$ 3,875.00	\$ 4,490.00	\$ 3,705.00	\$ 3,705.00	\$ 3,835.00	\$ 3,510.00	\$ 3,900.00	\$ 3,575.00	\$ 3,510.00	\$ 4,095.00	\$ 45,415.00
Ginger Sauvignon	\$ 8,410.00	\$ 7,300.00	\$ 7,560.00	\$ 8,410.00	\$ 7,625.00	\$ 7,690.00	\$ 12,505.00	\$ 7,560.00	\$ 8,015.00	\$ 7,955.00	\$ 7,560.00	\$ 8,670.00	\$ 99,260.00
Obispo	\$ 3,720.00	\$ 3,120.00	\$ 3,240.00	\$ 3,720.00	\$ 3,180.00	\$ 3,240.00	\$ 3,720.00	\$ 3,120.00	\$ 3,840.00	\$ 3,120.00	\$ 3,120.00	\$ 3,900.00	\$ 41,040.00
<b>Bebidas sin alcohol</b>													<b>\$ 2,033,502.00</b>
Limonada	\$ 3,400.00	\$ 3,040.00	\$ 3,280.00	\$ 3,400.00	\$ 3,240.00	\$ 3,240.00	\$ 3,400.00	\$ 3,160.00	\$ 3,360.00	\$ 3,200.00	\$ 3,160.00	\$ 3,520.00	\$ 39,400.00
Naranja	\$ 2,420.00	\$ 2,240.00	\$ 2,400.00	\$ 2,520.00	\$ 2,400.00	\$ 2,360.00	\$ 2,520.00	\$ 2,320.00	\$ 2,440.00	\$ 2,400.00	\$ 2,320.00	\$ 2,600.00	\$ 28,940.00
cocacola	\$ 4,140.00	\$ 3,600.00	\$ 3,750.00	\$ 4,140.00	\$ 3,840.00	\$ 3,720.00	\$ 4,140.00	\$ 3,720.00	\$ 3,930.00	\$ 3,840.00	\$ 3,720.00	\$ 4,170.00	\$ 46,710.00
sprite	\$ 1,568.00	\$ 1,344.00	\$ 1,428.00	\$ 1,568.00	\$ 1,428.00	\$ 1,372.00	\$ 1,568.00	\$ 1,400.00	\$ 1,512.00	\$ 1,428.00	\$ 1,400.00	\$ 1,596.00	\$ 17,612.00
Manzana lit	\$ 2,484.00	\$ 2,176.00	\$ 2,356.00	\$ 2,484.00	\$ 2,372.00	\$ 2,356.00	\$ 2,484.00	\$ 2,176.00	\$ 2,524.00	\$ 2,316.00	\$ 2,176.00	\$ 2,664.00	\$ 28,568.00
Ginger Ale	\$ 2,952.00	\$ 2,532.00	\$ 2,742.00	\$ 2,952.00	\$ 2,637.00	\$ 2,742.00	\$ 2,952.00	\$ 2,637.00	\$ 2,952.00	\$ 2,777.00	\$ 2,637.00	\$ 3,057.00	\$ 33,569.00
Agua mineral perrier	\$ 3,255.00	\$ 2,800.00	\$ 2,940.00	\$ 3,255.00	\$ 2,940.00	\$ 2,905.00	\$ 3,255.00	\$ 2,870.00	\$ 3,150.00	\$ 2,175.00	\$ 2,870.00	\$ 560.00	\$ 32,975.00
agua	\$ 1,680.00	\$ 1,440.00	\$ 1,500.00	\$ 1,680.00	\$ 1,520.00	\$ 1,480.00	\$ 1,680.00	\$ 1,480.00	\$ 1,540.00	\$ 1,600.00	\$ 1,480.00	\$ 1,700.00	\$ 18,780.00
<b>Vinos por copa</b>													<b>\$ 893,474.00</b>

Vinos por copa														\$ 893,474.00
L.A. Cetto Fume blanc 2009	\$ 4,150.00	\$ 3,600.00	\$ 3,850.00	\$ 4,150.00	\$ 3,700.00	\$ 3,850.00	\$ 4,150.00	\$ 3,650.00	\$ 4,050.00	\$ 3,900.00	\$ 3,650.00	\$ 4,350.00	\$ 4,050.00	\$ 47,050.00
L.A. Cetto blan de blanc 2009	\$ 4,566.00	\$ 3,816.00	\$ 4,016.00	\$ 4,566.00	\$ 4,016.00	\$ 4,016.00	\$ 4,566.00	\$ 3,816.00	\$ 4,396.00	\$ 4,166.00	\$ 3,816.00	\$ 4,716.00	\$ 4,166.00	\$ 50,472.00
L.A. Cetto, Don luis Cetto	\$ 630.00	\$ 560.00	\$ 630.00	\$ 630.00	\$ 630.00	\$ 560.00	\$ 630.00	\$ 630.00	\$ 560.00	\$ 630.00	\$ 630.00	\$ 630.00	\$ 630.00	\$ 7,350.00
L.A. Cetto Reserva privada vino blanco	\$ 2,130.00	\$ 1,808.00	\$ 1,808.00	\$ 2,130.00	\$ 1,938.00	\$ 1,808.00	\$ 2,130.00	\$ 1,808.00	\$ 1,938.00	\$ 2,000.00	\$ 1,808.00	\$ 2,130.00	\$ 1,808.00	\$ 23,436.00
L.A. Cetto Reserva privada vino tinto	\$ 2,842.00	\$ 2,520.00	\$ 2,610.00	\$ 2,842.00	\$ 2,610.00	\$ 2,610.00	\$ 2,842.00	\$ 2,610.00	\$ 2,610.00	\$ 2,820.00	\$ 2,610.00	\$ 2,970.00	\$ 2,610.00	\$ 32,496.00
L.A. cetto, Angelo Cetto														
L.A.Cetto vino espumoso														
Monte Yanic vino blanco	\$ 3,690.00	\$ 3,240.00	\$ 3,390.00	\$ 3,690.00	\$ 3,315.00	\$ 3,390.00	\$ 3,690.00	\$ 3,240.00	\$ 3,765.00	\$ 3,315.00	\$ 3,240.00	\$ 3,840.00	\$ 3,240.00	\$ 41,805.00
Monte Yanic vino blanco Calixa	\$ 3,060.00	\$ 2,700.00	\$ 2,970.00	\$ 3,060.00	\$ 2,970.00	\$ 2,880.00	\$ 3,060.00	\$ 2,880.00	\$ 2,970.00	\$ 2,880.00	\$ 2,880.00	\$ 3,150.00	\$ 2,880.00	\$ 35,460.00
Monte Yanic vino rosado Calixa	\$ 5,320.00	\$ 4,560.00	\$ 4,940.00	\$ 5,320.00	\$ 4,655.00	\$ 4,845.00	\$ 5,320.00	\$ 4,750.00	\$ 5,225.00	\$ 4,845.00	\$ 4,750.00	\$ 5,510.00	\$ 4,750.00	\$ 60,040.00
Monte Yanic vino tinto Calixa	\$ 5,130.00	\$ 4,560.00	\$ 5,035.00	\$ 5,130.00	\$ 4,845.00	\$ 4,845.00	\$ 5,130.00	\$ 4,750.00	\$ 4,940.00	\$ 5,035.00	\$ 4,750.00	\$ 5,410.00	\$ 4,750.00	\$ 59,560.00
Monte Yanic vino tinto Gran Ricardo														
Santo tomas Vno blanco colombar	\$ 1,735.00	\$ 1,560.00	\$ 1,690.00	\$ 1,735.00	\$ 1,630.00	\$ 1,625.00	\$ 1,735.00	\$ 1,625.00	\$ 1,690.00	\$ 1,625.00	\$ 1,625.00	\$ 1,755.00	\$ 1,625.00	\$ 20,030.00
Santo tomas Vno blanco viogener	\$ 2,475.00	\$ 2,100.00	\$ 2,100.00	\$ 2,475.00	\$ 2,250.00	\$ 2,100.00	\$ 2,475.00	\$ 2,100.00	\$ 2,325.00	\$ 2,325.00	\$ 2,100.00	\$ 2,475.00	\$ 2,100.00	\$ 27,300.00
Santo tomas vino tinto cabernet-tempranillo	\$ 2,925.00	\$ 2,400.00	\$ 2,475.00	\$ 2,925.00	\$ 2,400.00	\$ 2,475.00	\$ 2,925.00	\$ 2,400.00	\$ 2,775.00	\$ 2,625.00	\$ 2,400.00	\$ 3,000.00	\$ 2,400.00	\$ 31,725.00
Santo tomas kuwual 2010														
Casa madero vino blanco 2013	\$ 2,170.00	\$ 1,960.00	\$ 2,240.00	\$ 2,170.00	\$ 2,170.00	\$ 2,170.00	\$ 2,170.00	\$ 2,030.00	\$ 2,240.00	\$ 2,100.00	\$ 2,030.00	\$ 2,380.00	\$ 2,100.00	\$ 25,830.00
Casa madero vino blanco 2012	\$ 1,425.00	\$ 1,200.00	\$ 1,275.00	\$ 1,425.00	\$ 1,200.00	\$ 1,275.00	\$ 1,425.00	\$ 1,200.00	\$ 1,275.00	\$ 1,425.00	\$ 1,200.00	\$ 1,425.00	\$ 1,200.00	\$ 15,750.00
Casa madero vino rosado 2013	\$ 1,740.00	\$ 1,600.00	\$ 1,810.00	\$ 1,740.00	\$ 1,740.00	\$ 1,740.00	\$ 1,740.00	\$ 1,670.00	\$ 1,740.00	\$ 1,875.00	\$ 1,670.00	\$ 1,800.00	\$ 1,670.00	\$ 20,865.00
Casa madero montevina 2013	\$ 1,745.00	\$ 1,540.00	\$ 1,650.00	\$ 1,745.00	\$ 1,540.00	\$ 1,650.00	\$ 1,745.00	\$ 1,595.00	\$ 1,595.00	\$ 1,605.00	\$ 1,595.00	\$ 1,870.00	\$ 1,595.00	\$ 19,875.00
Casa madero vino tinto 2011	\$ 2,120.00	\$ 1,800.00	\$ 1,890.00	\$ 2,120.00	\$ 1,800.00	\$ 1,890.00	\$ 2,120.00	\$ 1,800.00	\$ 2,070.00	\$ 1,980.00	\$ 1,800.00	\$ 2,210.00	\$ 1,800.00	\$ 23,600.00
Casa madero casa grande 2009														
La redonda vino blanco ruby	\$ 4,980.00	\$ 4,320.00	\$ 4,680.00	\$ 4,980.00	\$ 4,440.00	\$ 4,620.00	\$ 4,980.00	\$ 4,500.00	\$ 4,980.00	\$ 4,500.00	\$ 4,500.00	\$ 5,160.00	\$ 4,500.00	\$ 56,640.00
La redonda vino blanco semi seco	\$ 1,630.00	\$ 1,560.00	\$ 1,690.00	\$ 1,630.00	\$ 1,690.00	\$ 1,690.00	\$ 1,630.00	\$ 1,560.00	\$ 1,690.00	\$ 1,625.00	\$ 1,560.00	\$ 1,830.00	\$ 1,560.00	\$ 19,785.00
La redonda vino blanco Ortandi	\$ 4,720.00	\$ 3,840.00	\$ 3,920.00	\$ 4,720.00	\$ 3,920.00	\$ 3,840.00	\$ 4,720.00	\$ 3,920.00	\$ 4,320.00	\$ 4,240.00	\$ 3,920.00	\$ 4,720.00	\$ 3,920.00	\$ 50,800.00
La redonda vino blanco real de vilared	\$ 1,120.00	\$ 960.00	\$ 1,040.00	\$ 1,120.00	\$ 960.00	\$ 1,040.00	\$ 1,120.00	\$ 1,040.00	\$ 1,040.00	\$ 1,040.00	\$ 1,040.00	\$ 1,120.00	\$ 1,120.00	\$ 12,640.00
La redonda vino rosado semi seco	\$ 2,710.00	\$ 2,320.00	\$ 2,450.00	\$ 2,710.00	\$ 2,445.00	\$ 2,710.00	\$ 2,450.00	\$ 2,710.00	\$ 2,710.00	\$ 2,450.00	\$ 2,710.00	\$ 2,710.00	\$ 2,710.00	\$ 31,085.00
La redonda vino rosado Ortandi	\$ 4,680.00	\$ 3,960.00	\$ 4,230.00	\$ 4,680.00	\$ 3,960.00	\$ 4,230.00	\$ 4,680.00	\$ 4,140.00	\$ 4,680.00	\$ 4,050.00	\$ 4,140.00	\$ 4,770.00	\$ 4,140.00	\$ 50,050.00
La redonda vino tinto ruby	\$ 4,450.00	\$ 3,800.00	\$ 4,100.00	\$ 4,450.00	\$ 3,800.00	\$ 4,100.00	\$ 4,450.00	\$ 3,920.00	\$ 4,280.00	\$ 4,150.00	\$ 3,920.00	\$ 4,630.00	\$ 3,920.00	\$ 50,050.00
La redonda vino tinto nosotros los mexicanos	\$ 4,500.00	\$ 3,840.00	\$ 4,140.00	\$ 4,500.00	\$ 3,960.00	\$ 4,140.00	\$ 4,500.00	\$ 4,080.00	\$ 4,260.00	\$ 4,140.00	\$ 4,080.00	\$ 4,560.00	\$ 4,080.00	\$ 50,700.00
La redonda vino tinto malbec	\$ 1,840.00	\$ 1,600.00	\$ 1,760.00	\$ 1,840.00	\$ 1,600.00	\$ 1,820.00	\$ 1,840.00	\$ 1,600.00	\$ 1,820.00	\$ 1,680.00	\$ 1,600.00	\$ 2,000.00	\$ 1,600.00	\$ 21,000.00
La redonda vino tinto cabernet sauvignon	\$ 880.00	\$ 480.00	\$ 560.00	\$ 880.00	\$ 480.00	\$ 560.00	\$ 880.00	\$ 480.00	\$ 720.00	\$ 720.00	\$ 480.00	\$ 960.00	\$ 480.00	\$ 8,080.00
La redonda vino tinto sierra luna														
La redonda Sierra gorda gran resena														
La redonda vino epumoso dulce														
La redonda vino rosado espumoso Ortandi														



## 4.7. Costo de venta anual

Producto	Costo anual	Presupuesto de venta sin iva	Presupuesto de venta con iva	utilidad
<b>Tapas</b>				
mousse de pepino	\$ 40,768.00	\$ 87,581.00	\$ 101,594.00	\$ 60,826.00
Pulpo al vino	\$ 38,880.00	\$ 94,862.00	\$ 110,040.00	\$ 71,160.00
Pinxos de perlas de camaron	\$ 125,528.00	\$ 229,137.00	\$ 265,800.00	\$ 140,272.00
Ensalada de pollo al gorgonzola	\$ 33,800.00	\$ 63,120.00	\$ 73,220.00	\$ 39,420.00
tapas de platano macho	\$ 59,800.00	\$ 119,034.00	\$ 138,080.00	\$ 78,280.00
ostiones ahumados en salsa pomodoro	\$ 29,016.00	\$ 38,265.00	\$ 44,388.00	\$ 15,372.00
Brochetas de callo de hacha al grill	\$ 50,440.00	\$ 88,280.00	\$ 102,405.00	\$ 51,965.00
Queso brie al romero	\$ 58,240.00	\$ 97,176.00	\$ 112,725.00	\$ 54,485.00
papas galeana	\$ 16,016.00	\$ 106,724.00	\$ 123,800.00	\$ 107,784.00
tapas de carpaccio de res	\$ 46,800.00	\$ 102,620.00	\$ 119,040.00	\$ 72,240.00
tabla de quesos	\$ 92,040.00	\$ 99,568.00	\$ 115,500.00	\$ 23,460.00
<b>Postres</b>				
Mini fondant de chocolate	\$ 16,848.00	\$ 40,344.00	\$ 46,800.00	\$ 29,952.00
chongos zamoranos	\$ 6,656.00	\$ 7,913.00	\$ 9,180.00	\$ 2,524.00
pay de queso de cabra	\$ 6,500.00	\$ 58,431.00	\$ 67,780.00	\$ 61,280.00
<b>Cocteles</b>				
Queen Charlotte	\$ 32,032.00	\$ 59,586.00	\$ 69,120.00	\$ 37,088.00
Calimoch	\$ 2,600.00	\$ 13,965.00	\$ 16,200.00	\$ 13,600.00
Zapatero cabernet	\$ 13,520.00	\$ 39,150.00	\$ 45,415.00	\$ 31,895.00
Ginger Sauvignon	\$ 29,120.00	\$ 85,568.00	\$ 99,260.00	\$ 70,140.00
Obispo	\$ 10,400.00	\$ 35,379.00	\$ 41,040.00	\$ 30,640.00
<b>Bebidas sin alcohol</b>				
Limonada	\$ 9,880.00	\$ 33,965.00	\$ 39,400.00	\$ 29,520.00
Naranja	\$ 7,280.00	\$ 24,948.00	\$ 28,940.00	\$ 21,660.00
cocacola	\$ 13,520.00	\$ 40,267.00	\$ 46,710.00	\$ 33,190.00
sprite	\$ 4,992.00		\$ 17,612.00	\$ 12,620.00
Manzana lift	\$ 5,408.00		\$ 28,568.00	\$ 23,160.00
Ginger Ale	\$ 8,736.00		\$ 33,569.00	\$ 24,833.00
Agua mineral perrier	\$ 12,480.00		\$ 32,975.00	\$ 20,495.00
agua	\$ 2,340.00		\$ 18,780.00	\$ 16,440.00

Vinos por copa				
L.A. Cetto Fume blanc 2009	\$ 16,848.00		\$ 47,050.00	\$ 30,202.00
L.A. Cetto blan de blanc 2009	\$ 21,528.00		\$ 50,472.00	\$ 28,944.00
L.A. Cetto, Don luis Cetto	\$ 1,924.00		\$ 7,350.00	\$ 5,426.00
L.A. Cetto Reserva privada vino blanco	\$ 11,429.00		\$ 23,436.00	\$ 12,007.00
L.A. Cetto Reserva privada vino tinto	\$ 19,292.00		\$ 32,426.00	\$ 13,134.00
L.A. cetto, Angelo Cetto				\$ -
L.A. Cetto vino espumoso				\$ -
Monte Xanic vino blanco	\$ 16,380.00		\$ 41,805.00	\$ 25,425.00
Monte Xanic vino blanco Calixa	\$ 22,183.00		\$ 35,460.00	\$ 13,277.00
Monte Xanic vino rosado Calixa	\$ 27,072.00		\$ 60,040.00	\$ 32,968.00
Monte Xanic vino tinto Calixa	\$ 24,648.00		\$ 59,560.00	\$ 34,912.00
Monte Xanic vino tinto Gran Ricardo				\$ -
Santo tomas Vino blanco colombar	\$ 10,795.00		\$ 20,030.00	\$ 9,235.00
Santo tomas Vino blanco vlogener				\$ -
Santo tomas vino tinto cabernet-tempranillo	\$ 14,393.00		\$ 31,725.00	\$ 17,332.00
Santo tomas kuwual 2010				\$ -
Casa madero vino blanco 2013	\$ 11,648.00		\$ 25,830.00	\$ 14,182.00
Casa madero vino blanco 2012	\$ 6,656.00		\$ 15,750.00	\$ 9,094.00
Casa madero vino rosado 2013	\$ 5,990.00		\$ 20,865.00	\$ 14,875.00
Casa madero montevina 2013	\$ 7,207.00		\$ 19,875.00	\$ 12,668.00
Casa madero vino tinto 2011	\$ 12,740.00		\$ 23,600.00	\$ 10,860.00
Casa madero casa grande 2009				\$ -
La redonda vino blanco ruby	\$ 20,862.00		\$ 56,640.00	\$ 35,778.00
La redonda vino blanco semi seco	\$ 7,737.00		\$ 19,785.00	\$ 12,048.00
La redonda vino blanco Orlandi	\$ 24,336.00		\$ 50,800.00	\$ 26,464.00
La redonda vino blanco real de vilared	\$ 2,282.00		\$ 12,640.00	\$ 10,358.00
La redonda vino rosado semi seco	\$ 11,700.00		\$ 31,085.00	\$ 19,385.00
La redonda vino rosado Orlandi	\$ 28,028.00		\$ 50,050.00	\$ 22,022.00
La redonda vino tinto ruby	\$ 24,752.00		\$ 50,050.00	\$ 25,298.00
La redonda vino tinto nosotros los mexicanos	\$ 21,528.00		\$ 50,700.00	\$ 29,172.00
La redonda vino tinto malbec	\$ 10,348.00		\$ 21,000.00	\$ 10,652.00
La redonda vino tinto cabernet sauvignon	\$ 4,300.00		\$ 8,080.00	\$ 3,780.00
La redonda vino tinto sierra luna				\$ -
LA redonda Sierra gorda gran reserva				\$ -
La redonda vino epumoso dulce				\$ -
La redonda vino rosado espumoso Orlandi				\$ -

Vinos por botella				\$ -
L.A. Cetto Fume blanc 2009	\$ 23,040.00		\$ 67,860.00	\$ 44,820.00
L.A. Cetto blan de blanc 2009	\$ 4,680.00		\$ 13,780.00	\$ 9,100.00
L.A. Cetto, Don Luis Cetto	\$ 1,913.00		\$ 19,080.00	\$ 17,167.00
L.A. Cetto Reserva privada vino blanco	\$ 2,756.00		\$ 33,260.00	\$ 30,504.00
L.A. Cetto Reserva privada vino tinto	\$ 27,560.00		\$ 48,300.00	\$ 20,740.00
L.A. cetto, Angelo Cetto	\$ 73,736.00		\$ 105,000.00	\$ 31,264.00
L.A. Cetto vino espumoso	\$ 11,440.00		\$ 31,500.00	\$ 20,060.00
Monte Xanic vino blanco	\$ 18,616.00		\$ 39,375.00	\$ 20,759.00
Monte Xanic vino blanco Calixa	\$ 12,012.00		\$ 23,850.00	\$ 11,838.00
Monte Xanic vino rosado Calixa	\$ 12,324.00		\$ 25,440.00	\$ 13,116.00
Monte Xanic vino tinto Calixa	\$ 12,324.00		\$ 24,960.00	\$ 12,636.00
Monte Xanic vino tinto Gran Ricardo	\$ 48,724.00		\$ 74,200.00	\$ 25,476.00
Santo tomas Vino blanco colombard	\$ 24,630.00		\$ 33,600.00	\$ 8,970.00
Santo tomas Vino blanco vlogener	\$ 20,354.00		\$ 38,760.00	\$ 18,406.00
Santo tomas vino tinto cabemet-tempranillo	\$ 17,992.00		\$ 70,500.00	\$ 52,508.00
Santo tomas kuwual 2010	\$ 40,352.00		\$ 67,980.00	\$ 27,628.00
Casa madero vino blanco 2013	\$ 24,960.00		\$ 55,440.00	\$ 30,480.00
Casa madero vino blanco 2012	\$ 29,640.00		\$ 60,450.00	\$ 30,810.00
Casa madero vino rosado 2013	\$ 17,160.00		\$ 36,400.00	\$ 19,240.00
Casa madero montevia 2013	\$ 20,592.00		\$ 57,680.00	\$ 37,088.00
Casa madero vino tinto 2011	\$ 12,740.00		\$ 27,030.00	\$ 14,290.00
Casa madero casa grande 2009	\$ 75,660.00		\$ 118,820.00	\$ 43,160.00
La redonda vino blanco ruby	\$ 12,272.00		\$ 32,860.00	\$ 20,588.00
La redonda vino blanco semi seco	\$ 6,448.00		\$ 16,960.00	\$ 10,512.00
La redonda vino blanco Orlandi	\$ 20,280.00		\$ 43,460.00	\$ 23,180.00
La redonda vino blanco real de vilared	\$ 20,280.00		\$ 40,460.00	\$ 20,180.00
La redonda vino rosado semi seco	\$ 6,500.00		\$ 40,460.00	\$ 33,960.00
La redonda vino rosado Orlandi	\$ 25,480.00		\$ 16,960.00	-\$ 8,520.00
La redonda vino tinto ruby	\$ 37,128.00		\$ 52,020.00	\$ 14,892.00
La redonda vino tinto nosotros los mexicanos	\$ 29,900.00		\$ 48,980.00	\$ 19,080.00
La redonda vino tinto malbec	\$ 20,696.00		\$ 50,880.00	\$ 30,184.00
La redonda vino tinto cabernet sauvignon	\$ 20,696.00		\$ 48,960.00	\$ 28,264.00
La redonda vino tinto sierra luna	\$ 44,200.00		\$ 123,200.00	\$ 79,000.00
LA redonda Sierra gorda gran reserva	\$ 67,600.00		\$ 68,900.00	\$ 1,300.00
La redonda vino epumoso dulce	\$ 30,420.00		\$ 60,040.00	\$ 29,620.00
La redonda vino rosado espumoso Orlandi	\$ 32,240.00		\$ 67,600.00	\$ 35,360.00
			total de utilidad	\$ 2,531,459.00

#### 4.8. Gastos Administrativos

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	TOTAL
Renta	\$ 15,000.00	\$ 15,000.00	\$ 15,000.00	\$ 15,000.00	\$ 15,000.00	\$ 15,000.00	\$ 15,000.00	\$ 15,000.00	\$ 15,000.00	\$ 15,000.00	\$ 15,000.00	\$ 15,000.00	\$ 180,000.00
Luz	\$ 3,000.00	\$ 3,000.00	\$ 3,000.00	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00	\$ 3,000.00	\$ 3,000.00	\$ 3,000.00	\$ 33,000.00
Agua	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00	\$ 150.00	\$ 1,800.00	\$ 1,800.00	\$ 1,800.00	\$ 1,800.00	\$ 1,800.00	\$ 1,800.00	\$ 1,800.00	\$ 18,750.00
Teléfono	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 12,000.00
Publicidad	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 2,400.00
Luz	\$ 9,000.00	\$ 90.00	\$ 15,000.00	\$ 14,000.00	\$ 34,000.00	\$ 12,000.00	\$ 12,000.00	\$ 12,000.00	\$ 29,600.00	\$ 24,000.00	\$ 28,000.00	\$ 24,032.00	\$ 213,722.00
Consumibles de limpieza	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 12,000.00
Gasolina	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 2,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00	\$ 14,000.00
Imprevistos	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,500.00	\$ 12,500.00
impresión de manteles de papel con logotipo	\$ 1,680.00	\$ 1,650.00	\$ 1,600.00	\$ 1,650.00	\$ 2,500.00	\$ 1,400.00	\$ 1,360.00	\$ 1,600.00	\$ 1,800.00	\$ 1,650.00	\$ 2,800.00	\$ 3,450.00	\$ 23,140.00
Papelería	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	\$ 24,000.00
	\$ 36,380.00	\$ 27,440.00	\$ 43,300.00	\$ 40,850.00	\$ 60,350.00	\$ 38,900.00	\$ 38,860.00	\$ 39,100.00	\$ 56,900.00	\$ 51,650.00	\$ 57,300.00	\$ 54,482.00	\$ 592,652.00

#### 4.9. Presupuesto de nomina (Prestaciones)

PRESUPUESTO DE NOMINA											
Puesto	Cantidad	Salario mensual	Total	Salario Anual	SDI (1,0452)	Afore (2%)	Infonavit (5%)	2% sobre nomina	IMSS	prima vacacional	prima dominical
sommelier	1	\$ 10,000.00	\$ 10,000.00	\$ 120,000.00	\$ 377.99	\$ 226.79	\$ 566.99	\$ 200.00	\$ 141.75	\$ 625.00	\$ 94.50
encargado de cocina	1	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 96,000.00	\$ 223.36	\$ 134.01	\$ 335.04	\$ 160.00	\$ 83.76	\$ 500.00	\$ 55.84
cocinero	1	\$ 4,000.00	\$ 4,000.00	\$ 48,000.00	\$ 144.32	\$ 86.59	\$ 216.49	\$ 80.00	\$ 54.12	\$ 250.00	\$ 36.08
cocinero eventual	1	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	\$ 24,000.00	\$ 103.09	\$ 61.85	\$ 154.63	\$ 40.00	\$ 38.66	\$ 125.00	\$ 25.77
Meseros	2	\$ 2,400.00	\$ 4,800.00	\$ 57,600.00	\$ 68.73	\$ 41.24	\$ 103.09	\$ 96.00	\$ 25.77	\$ 150.00	\$ 17.18
meseros eventuales	2	\$ 1,200.00	\$ 2,400.00	\$ 28,800.00	\$ 120.27	\$ 72.16	\$ 180.40	\$ 48.00	\$ 45.10	\$ 75.00	\$ 30.07
barman	1	\$ 4,000.00	\$ 4,000.00	\$ 48,000.00	\$ 137.45	\$ 82.47	\$ 206.18	\$ 80.00	\$ 51.54	\$ 250.00	\$ 34.36
ayudante de barman	1	\$ 1,400.00	\$ 1,400.00	\$ 16,800.00	\$ 89.34	\$ 53.61	\$ 134.01	\$ 28.00	\$ 33.50	\$ 87.50	\$ 22.34
steward	1	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	\$ 24,000.00	\$ 120.27	\$ 72.16	\$ 180.40	\$ 40.00	\$ 45.10	\$ 125.00	\$ 30.07
compras	1	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 12,000.00	\$ 82.47	\$ 49.48	\$ 123.71	\$ 20.00	\$ 30.93	\$ 62.50	\$ 20.62
<b>TOTAL</b>	<b>12</b>	<b>\$ 36,000.00</b>	<b>\$ 39,600.00</b>	<b>\$ 475,200.00</b>	<b>\$ 1,467.29</b>	<b>\$ 880.37</b>	<b>\$ 2,200.93</b>	<b>\$ 792.00</b>	<b>\$ 550.23</b>	<b>\$ 2,250.00</b>	<b>\$ 370.82</b>
				Total mensual de prestaciones		\$ 7,044.36					
				Total salario		\$ 39,600.00					
				Total salario mas prestaciones		\$ 46,644.36					
				Total anual		<b>\$559,732.35</b>					

## CAPITULO V

### CONCLUSIÓN

Después de un arduo trabajo de investigación se concluye que la ciudad de Uruapan Michoacán es el lugar ideal para la ejecución del proyecto denominado “La Franja”, el cual es un proyecto que está destinado para que la sociedad Uruapense pueda conocer y disfrutar nuevas experiencias gastronómicas.

Como resultado del proyecto, “La Franja” se visualiza como un negocio prospero enfocado en todo momento en conseguir el éxito gracias a la oferta y calidad de sus productos, a un excelente servicio y a un ambiente confortable para los consumidores así como para el personal que labora en el.

Sin duda alguna el presente trabajo se puede considerar como un proyecto redituable, debido a la innovación de su concepto en esta ciudad que a la fecha ningún otro establecimiento a puesto en práctica.

La franja se encargara de armonizar dos grandiosos temas que históricamente y socialmente han sido opuestos, como lo es “el vino” y “el rock” , de igual manera presentara a sus comensales el maridaje perfecto para estos dos temas, por medio de las tapas; bocadillos que serán preparados con toda la creatividad, delicadeza, higiene y dedicación que se necesita para que la sociedad Uruapense este constante mente cautivada por este proyecto.

En primera instancia el presente trabajo puede parecer un tanto arriesgado, sin embargo; si se analiza detalladamente y se desarrolla bajo los lineamientos anteriormente especificados podemos tener la convicción de que será un negocio exitoso.

Por último “ La franja” deja sus puertas abiertas para agregar nuevas ideas y tener cambios que sean en beneficio de la misma, siempre tomando en cuenta que se debe mantener el la idea principal o la esencia de la empresa, como lo es su concepto; Vino, tapas y rock.



## ANEXOS

### Equipo mayor y menor

FOTOGRAFIA	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	P.U.	TOTAL
	Mesa de trabajo Frente: 1.20 y 1.50mts. Profundidad: 0.76mts. Altura: 0.90 mts	2	\$ 2,100.00	\$18,930.00
 <p>MESA ALTA CON RESPALDO Y TARJA</p>	Mesa de trabajo con tarja Frente: 1, 1.5, 2, 2.4, 2.9 m Fondo: 0.70 m Alto: 0.90 m	1	\$2,500.00	\$5,000
	Estufa:Parrillas superiores individuales de fundición desmontables con pintura resistente a la flama *Quemadores abiertos de fundición totalmente desmontables con pintura resistente a la flama con tapa desmontable . Sin horno	1	\$5,000.00	\$5,000
	FREIDORA INDUSTRIAL de 6 l. de Capacidad con canastilla.	1	\$1,500.00	1,500.00






	<p>HORNO: para pan y pizza, dos puertas y para 8 charolas</p>	<p>1</p>	<p>\$5,000.00</p>	<p>\$5,000.00</p>
	<p>GABINETE ARMARIO: metal con cuatro compartimentos. Altura 1.90m</p>	<p>2</p>	<p>\$1,400.00</p>	<p>\$2,800.00</p>
	<p>REFRIGERADOR 4 PUERTAS 36.7 PIES 1038.68 LT</p>	<p>1</p>	<p>\$24,469.00</p>	<p>\$24,469.00</p>
	<p>CONGELADOR HORIZONTAL: Capacidad bruta: 674 lt. Pies Cúbicos: 23.8 Dimensiones Externas Ancho: 1873 mm Profundidad: 650 mm Altura: 910 mm Dimensiones Internas Ancho: 1752 mm Profundidad: 529 mm Altura: 740 mm Características Puertas: 1</p>	<p>1</p>	<p>\$10,499.00</p>	<p>\$10,499.00</p>



	<p>REFRIGERADOR VERTICAL 1 PUERTA 20.3 PIES 571.1 LT</p>	1	13,869.00	\$13,869
	<p>BATIDORA SEMIPROFESIONAL HAMILTON BEACH:3 accesorios de mezcla : batidor plano , bata , y la masa de gancho</p>	1	\$4,299.00	\$4,299.00
	<p>LICUADORA PROCTO SILEX DE 10 VELOCIDADES Jarra resistente a lavavajillas Jarra de 1.4 Lts Cuchillas de Acero Ino</p>	2	\$ 399.00	\$700.00
	<p>REFRIGERADOR CAVA DE VINOS: espacio para 161 botella, dos temperaturas</p>	1	\$8,000.00	\$8,000.00

Total




\$99,765.00

FOTOGRAFIA	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	P.U.	TOTAL
	PAQUETE DE BOWLS DE DIFERENTES MEDIDAS:6 piezas de 22, 24 27, 30,35 y 40 cm. Acabador de lujo y terminado brillante	3	\$599.00	\$1,797.00
	<u>Tabla corte : Plastico color blanco. Medidas P34.5 X 23.5 CM</u>	4	\$140.00	\$560.00
	CASEROLA COLUDO: Marca tramontina de 2.75 lt. Mango con protección de plastico	3	\$385.00	\$1,155.00
	SARTEN: Sartén de aluminio con teflón , 26 cm de diámetro Marca: Alpro	3	\$232.00	\$696.00
	SARTEN: Sartén de aluminio con teflón , 30 cm de diámetro Marca: Alpro	2	\$287.00	\$574.00

	<p>OLLA EXPRESS:  Marca Presto  Capacidad 15 lt  Sistema de seguridad  Parrilla para cocinar al vapor. Regulador de presión automático</p>	1	\$2,479.00	\$2,479.00
	<p>CUCHARA PERFORAD:  Cuchara perforada de acero inoxidable. 13 pg</p>	2	\$30.00	\$60.00
	<p>CUCHARA LISA:  Cuchara lisa de acero inoxidable, 13 pg</p>	4	\$32.00	\$128.00
	<p>COLADOR REDONDO:  Colador redondo doble malla, 6 pg acero inoxidable</p>	2	\$79.00	\$158.00
	<p>COLADOR: 8 QT  Acero inoxidable 34 cm.</p>	1	\$246.00	\$256.00

	<p>BATIOR GLOBO: Batidor globo de acero inoxidable. 16 pg</p>	<p>1</p>	<p>\$ 399.00</p>	<p>\$399.00</p>
	<p>INSERTO: inserto de acero inoxidable 15cm</p>	<p>4</p>	<p>\$115.00</p>	<p>\$460.00</p>
	<p>INSERTO: Inserto de acero inoxidable 10cm</p>	<p>10</p>	<p>\$97.00</p>	<p>\$910.00</p>
	<p>INSERTO: Inserto de acero inoxidable 6 cm</p>	<p>20</p>	<p>\$65.00</p>	<p>\$1,300.00</p>
	<p>PINZAS: Pinzas dúo multiuso de 7 pg</p>	<p>2</p>	<p>\$18.00</p>	<p>\$32.00</p>
	<p>RALLADOR: Rallador de acero inoxidable cuatro cara. 29 cm</p>	<p>1</p>	<p>\$114.00</p>	<p>\$114.00</p>

	<p>CHAROLA PARA PAN: Aluminio galvanizado. 65 cm de largo y 45 cm de ancho</p>	5	\$230.00	\$1,150.00
	<p>MOLDE PARA PAY: Molde para pay de 23 cm.</p>	2	\$30.00	\$30.00
	<p>TAZA MEDIDORA: Taza medidora de plástico 500 ml.</p>	3	\$14.00	\$42.00
	<p>Abrelatas de acero inoxidable</p>	1	\$100.00	\$100.00
	<p>Tapete antiderrapantes color negro de 110lástico para vasos</p>	1	\$150.00	\$150.00






	<p>Kit para escarchar de plástico con tres pisos</p>	<p>1</p>	<p>\$300.00</p>	<p>\$300.00</p>
	<p>Sacacorchos color negro de 2 tiempos</p>	<p>6</p>	<p>\$120.00</p>	<p>\$720.00</p>
	<p>vasos mezcladores (shaker) estándar 500ml</p>	<p>2</p>	<p>\$200.00</p>	<p>\$400.00</p>


Total

\$13,700.00



## Mobiliario

FOTOGRAFIA	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	P.U.	TOTAL
	Comedor para cuatro persona color chocolate. Con sillas color hueso	8	\$4,000.00	\$32,000.00
	Mesa para exteriores de cristal con sombrilla y cuatro silla de madera	4	\$5,000.00	\$20,000.00
	Banco para barra con cojín color hueso. 90 cm de altura	5	\$375.00	\$1,875.00
	Mesa de servicio buffet cava color chocolate 90cm de altura, 1.10 m de largo dos puerta y un cajón. Cava con 4 botellas.	3	\$3,500.00	\$3,500.00
	Sala longe para ocho personas con mesa de centro iluminada	1	\$3,990.00	\$3,990.00

	Barril o barrica cava con 6 espacios para botellas	1	\$3,000.00	\$3,000.00
---	--	---	------------	------------



Total

\$64,365.00
-------------

## Equipo de servicio





FOTOGRAFIA	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	P.U.	TOTAL
	Charola reina de servicio 53 X 68 cm	10	\$90	\$900
	Caballote compas de madera	2	\$190	\$380
	Salero de vidrio con tapadera de acero inoxidable	30	\$23.00	\$690
	Pimentero de vidrio con tapadera de acero inoxidable	30	\$23.00	\$690
	Aceitera y vinagrera de vidrio	40	\$47	\$1880




	<p>Software para restaurante "softrestaurant" Comandas, control de inventarios, diseño de tickets, impresión de movimientos de almacen</p>	1	\$5000	\$5000
	<p>Comanderas Programa con varios módulos: punto de venta, facturación, caja inventarios, costo y reportes. Impresión de comandas en diversos puntos de cocina o barra.</p>	2	\$1300.00	\$2600.00
	<p>Monitor de 10 pulgadas touch con control. Entrada Rgb y USB.</p>	1	\$1700.00	\$1700.00
	<p>CPU hp d220 mt Pentium Ram 40 GB</p>	1	\$1000	\$1000

	Caja registradora marca casio	1	\$2,250	\$2,250.00
	Carpeta de cobro color cafe	15	\$54	\$810
Total				<b>\$18,900.00</b>

## Plaque, cristalería y loza





FOTOGRAFIA	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	P.U.	TOTAL
	Plato Rectangular de cerámica color blanco	50	\$100.00	\$5,000.00
	Plato individual de cerámica color blanco. 27cm	100	\$30	\$3,000
	Copa para vino blanco 15 oz.	100	\$27.00	\$2,700.00
	Copa para vino tinto de 19.5 oz. de capacidad	100	\$30	\$3000
	Copa flauta para vino espumoso. 6 oz de capacidad.	80	\$18	\$1440

	<p>Copa agua rioja de cristal 20 cms de altura 6 cm de diámetro de la boca de la copa 7 cm de diámetro de la base</p>	50	\$20	\$3,000.00
	<p>Cuchara de porcelana de degustación hecha de porcelana blanca Largo máximo de 10 cm. Ancho máximo de 6 cm</p>	50	\$24	\$1,200
	<p>Tenedor de acero inoxidable Calibre 1.5 ideal para banqueteros y restaurantes Acero 18-0 Este cubierto se vende solo por docenas</p>	9 paquetes	\$28	\$252
	<p>cuchillo de acero inoxidable Calibre 1.5 ideal para banqueteros y restaurantes Acero 18-0 Este cubierto se vende solo por docenas</p>	9 paquetes	\$28	\$252

	<p>cuchillo de acero inoxidable          Calibre 1.5 ideal para banqueteros y restaurantes          Acero 18-0          Este cubierto se vende solo por docenas</p>	<p>9paquetes</p>	<p>\$28</p>	<p>\$252</p>
	<p>Tarro manson</p>	<p>50</p>	<p>\$23</p>	<p>\$1150</p>
	<p>Vaso highball 10 oz</p>	<p>100</p>	<p>\$5</p>	<p>\$500</p>
<p>Total</p>				<p>\$21,742.00</p>



## Equipo de limpieza y equipo de oficina


FOTOGRAFIA	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	P.U.	TOTAL
	Cubeta con prensa para trapeadores	1	\$200	\$200
	Escoba estandar	5	\$27	\$135
	Plumero corto	1	\$15	\$15
	Trapeador estándar	4	\$25	\$100
	Toallas para la limpieza de microfibra 32 x 32 cm de diferentes colores.	20	\$7.00	\$140.00

	<p>Fibra con esponja para lavar acero inoxidable, Loza y cristalería</p>	<p>50</p>	<p>\$20</p>	<p>\$3,000.00</p>
	<p>Escritorio usado de metal con base de madera, dos cajones</p>	<p>1</p>	<p>\$300</p>	<p>\$300</p>
	<p>Silla usada para escritorio metálica con tapicería vinipiel</p>	<p>1</p>	<p>\$150</p>	<p>\$150</p>
	<p>Impresora Hp Officejet Pro 6230 Wifi Duplex Tinta Economica</p>	<p>1</p>	<p>\$699.00</p>	<p>\$699.00</p>

	<p>Computadora Memoria  Ram de 4 GB  Wi- Fi y bluetooth  teclado y mouse óptico.  Procesador Intel disco  duro 500 GB.</p>	<p>1</p>	<p>\$5,998.99</p>	<p>\$5,998.99</p>
	<p>Archivero melanina color  hueso</p>	<p>1</p>	<p>\$550</p>	<p>\$550</p>
	<p>Archivero lefort estandar</p>	<p>1</p>	<p>\$180</p>	<p>\$540</p>
	<p>Perforadora Estandar</p>	<p>1</p>	<p>\$178</p>	<p>\$178</p>

\$12005

## Equipo de reparto

	Camioneta Renault Kangoo. 2007. 74 000 Km Color azul	1	\$47500.00	\$47500.00
---	---	---	------------	------------

<b>Equipo de reparto</b>	<b>\$47,500.00</b>
<b>Equipo mayo de cocina</b>	<b>\$99,765.00</b>
<b>Equipo menor de cocina</b>	<b>\$13,700.00</b>
<b>Mobiliario</b>	<b>\$64,365.00</b>
<b>Equipo de servicio</b>	<b>\$18,900.00</b>
<b>Cristalería, loza y plaque</b>	<b>\$20,092.00</b>
<b>Equipo de limpieza y de oficina</b>	<b>\$59,505.00</b>

## Inventario de equipo mayor y menor

cantidad	equipo	Cantidad existente	Baja depreciación
1	Mesa de trabajo lineal		
1	Mesa de trabajo con taja		
1	Estufa		
1	Freidora		
1	Horno		
1	Gabinete		
1	Refrigerador 4 puertas		
1	Congelador		
1	Refrigerador de bar		
1	Batidora		
2	Licuadaora		
1	Refrigerador cava		
3	Juego de bowls (6piezas)		
4	Tablas		
3	Coludos		
3	Sartenes 26 cm.		
2	Sartenes 30 cm		
1	Olla Express		
2	Cuchara perforada		
4	Cuchara lisa		
2	Colador redondo		
1	Colador bowl		
1	Batidor globo		
4	Insertos 15 cm		
10	Inserto 10 cm		
20	Inserto 6 cm		
2	pinzas		

1	Rallador		
5	Charolas para pan		
2	Molde para pay		
4	Taza medidora		
1	Abrelatas		
1	Tapete de bar		
1	Kit para escarchar		
6	Saca corchos		
2	shaker		

### Inventario de mobiliario

Cantidad	Equipo	Cantidad Existente	Baja depreciación	Total
8	Comedor 4 personas			
4	Comedor exterior			
5	Bancos para barra			
3	Mesa de servicio cava			
1	Sala lounge			
1	Barrica cava			
10	Charola reina			
2	Caballete			
30	Salero			
30	Pimentero			
40	Vinagrera			

2	Comanderas			
1	monitor			
1	Cpu			
1	Caja registradora			
15	Carpeta de cobro			



### Inventario plaque cristalería y loza

Cantidad	Equipo	Cantidad en existencia	Baja depreciación	total
50	Plato rectangular cerámica			
100	Plato individual cerámica			
100	Copa para vino blanco			
80	Copa para vino tinto			
50	Copa flauta			
50	Copa agua			
100	Tarro manson			
50	Vaso high ball			
108	Cuchara de cerámica de degustación			
108	Tenedor trinche			
108	Cucharas soperas			
108	Cucharas para postre			
108	Cuchillo de servicio			




### Inventario de equipo de oficina

Cantidad	Equipo	Cantidad existente	Baja depreciación	total
1	Escritorio			
1	Silla			
1	Impresora			
1	Computadora			
1	Archivera			
1	Archivero lefort			
1	perforadora			

### Inventario equipo de limpieza

Cantidad	Equipo	Cantidad existente	Baja depreciación	total
1	Cubeta con prensa			
5	Escobas			
1	Plumero			
4	Trapeadores			
20	Toallas de limpieza			

## Formato de Registro Empresarial ante el IMSS o Infonavit.

 <b>Instituto Mexicano del Seguro Social</b>		 <b>INSTITUTO DE FONDOS NACIONAL DE LA VIVIENDA PARA LOS TRABAJADORES</b>	
<b>Aviso de Registro Patronal</b> <b>Personas Morales en el Régimen Obligatorio</b>			
Este formato consta de 6 secciones. Favor de llenarlo conforme al instructivo que se presenta en la sección VI			(*) Datos opcionales
1. Fecha de presentación de este aviso	DD	MM	AAAA
2. Fecha a partir de la cual surte efectos este movimiento	DD	MM	AAAA
<b>I. Datos generales del patrón o sujeto obligado</b>			
3. Denominación o razón social:			
4. Nombre comercial:			
5. Tipo de sociedad:		6. RFC	
<b>I.1. Domicilio fiscal</b> Si el patrón ya tiene uno o varios registros patronales vigentes, marque <input type="checkbox"/> y pase a la sección II 			
7. Calle:		8. Número y/o letra exterior:	9. Número y/o letra interior:
10. Entre la calle:		11. y la calle:	
12. Colonia:		13. Localidad:	
14. Municipio o delegación:		15. Entidad federativa:	16. Código postal
17. Teléfono fijo:		18. Teléfono fijo (*):	
19. Dirección de correo electrónico (*):			
<b>I.2. Escritura constitutiva</b>			
20. Número de escritura:	21. No. de notaría o correduría:	22. Lugar y fecha de expedición:	23. Folio mercantil:
		DD	MM
		AAAA	
<b>I.3. Registro de sindicato</b>			
24. Número de referencia del documento de registro:		25. Fecha del documento de registro:	26. Autoridad laboral que otorgó el registro
		DD	MM
		AAAA	
<b>I.4. Representante legal</b>			
27. Poder para: <input type="checkbox"/> Actos de administración <input type="checkbox"/>			
28. Apellido paterno:		29. Apellido materno:	30. Nombre (s):
31. RFC		32. CURP	
33. Teléfono fijo:		Ext. (*)	34. Teléfono móvil (*):
35. Dirección de correo electrónico (*):			
<b>I.5. Socios (hasta 4)</b>			
Socio 1			
36. Apellido paterno:		37. Apellido materno:	38. Nombre (s) y/o denominación o razón social:
39. RFC		40. CURP	
41. Teléfono fijo:		Ext. (*)	42. Teléfono móvil (*):
43. Dirección de correo electrónico (*):			
44. Calle:		45. Número y/o letra exterior:	46. Número y/o letra interior:
47. Colonia:		48. Localidad:	
49. Municipio o delegación:		50. Entidad federativa:	51. Código postal



Socio 2											
36. Apellido paterno:				37. Apellido materno:				38. Nombre (s) y/o denominación o razón social:			
39. RFC				40. CURP							
41. Teléfono fijo:				Ext. (*)				42. Teléfono móvil(*):			
43. Dirección de correo electrónico (*):											
44. Calle:				45. Número y/o letra exterior:				46. Número y/o letra interior:			
47. Colonia:				48. Localidad:							
49. Municipio o delegación:				50. Entidad federativa:				51. Código postal			
Socio 3											
36. Apellido paterno:				37. Apellido materno:				38. Nombre (s) y/o denominación o razón social:			
39. RFC				40. CURP							
41. Teléfono fijo:				Ext. (*)				42. Teléfono móvil(*):			
43. Dirección de correo electrónico (*):											
44. Calle:				45. Número y/o letra exterior:				46. Número y/o letra interior:			
47. Colonia:				48. Localidad:							
49. Municipio o delegación:				50. Entidad federativa:				51. Código postal			
Socio 4											
36. Apellido paterno:				37. Apellido materno:				38. Nombre (s) y/o denominación o razón social:			
39. RFC				40. CURP							
41. Teléfono fijo:				Ext. (*)				42. Teléfono móvil(*):			
43. Dirección de correo electrónico (*):											
44. Calle:				45. Número y/o letra exterior:				46. Número y/o letra interior:			
47. Colonia:				48. Localidad:							
49. Municipio o delegación:				50. Entidad federativa:				51. Código postal			
II. Datos del centro de trabajo por el que solicita el registro patronal											
II.1. Domicilio				Si es el mismo que el domicilio fiscal, marque <input type="checkbox"/> y pase a la sección II.2							
52. Calle:				53. Número y/o letra exterior:				54. Número y/o letra interior:			
55. Entre la calle:				56. y la calle:							
57. Colonia:				58. Localidad:							
59. Municipio o delegación:				60. Entidad federativa:				61. Código postal			
62. Teléfono fijo:				63. Teléfono fijo (*):							
64. Dirección de correo electrónico (*):											



**II.2. Datos de las personas autorizadas para presentar avisos de afiliación (hasta 3)**

Persona autorizada 1			
65. Apellido paterno:		66. Apellido materno:	66. Nombre (s):
68 RFC		69. CURP	
70. Teléfono fijo:		Ext. (*)	71. Teléfono móvil(*)
72. Dirección de correo electrónico (*):			
Persona autorizada 2			
65. Apellido paterno:		66. Apellido materno:	67. Nombre (s):
68 RFC		69. CURP	
70. Teléfono fijo:		Ext. (*)	71. Teléfono móvil(*)
72. Dirección de correo electrónico (*):			
Persona autorizada 3			
65. Apellido paterno:		66. Apellido materno:	67. Nombre (s):
68 RFC		69. CURP	
70. Teléfono fijo:		Ext. (*)	71. Teléfono móvil(*)
72. Dirección de correo electrónico (*):			

**III. Clasificación de la actividad económica para el registro en el Seguro de Riesgos de Trabajo, manifestada por el patrón**

73. Especificar su giro:

74. Presta servicios de personal No  Sí  75. Indique el número de centros de trabajo:  76. Solicita Registro Patronal por Clase:

**III.1. Clasificación conforme al Reglamento de la Ley del Seguro Social en Materia de Afiliación, Clasificación de Empresas, Recaudación y Fiscalización**

De conformidad con la información que se declara y con fundamento en los artículos 72, 73 y 75 de la Ley del Seguro Social y los artículos 1 fracción IV, 3, 18, 19, 20, 22, 23, 24, 26, 29, 30 y 196 del Reglamento de la Ley del Seguro Social en Materia de Afiliación, Clasificación de Empresas, Recaudación y Fiscalización, manifiesto que este registro patronal tiene la siguiente clasificación:

Clasificación	Clave	Descripción
77. División		
78. Grupo		
79. Fracción		
80. Clase de riesgo		81. Prima media del SRT

**IV. Datos de la actividad económica que declaró**

**IV.1. Principales productos elaborados o servicios prestados**


**IV.2. Principales materias primas y materiales utilizados**






IV.7. Actividades complementarias a la principal									
82. Distribución o entrega de mercancías <input type="checkbox"/> Con transporte propio <input type="checkbox"/> Con transporte ajeno <input type="checkbox"/> No distribuye, ni entrega	<input type="checkbox"/> 83. Servicios de instalación, reparación o mantenimiento a terceros.								
<b>V. Firma del patrón y acuse de recibo</b>									
<b>V.1. Firma del patrón o de su representante legal</b>	<b>Acuse de recibo</b> (Para uso exclusivo del Instituto Mexicano del Seguro Social)								
Declaro bajo protesta de decir verdad que los datos contenidos en este formato son ciertos          _____ Nombre y firma del patrón o de su representante legal En su caso, firma electrónica conforme a lo establecido por el Instituto Mexicano del Seguro Social	<b>Registro patronal</b> <table border="1" style="width: 100%; height: 20px;"> <tr> <td style="width: 15%;"></td> <td style="width: 15%;"></td> <td style="width: 15%;"></td> <td style="width: 15%;"></td> <td style="width: 15%;"></td> <td style="width: 15%;"></td> <td style="width: 15%;"></td> <td style="width: 15%;"></td> </tr> </table>								
	Delegación:								
	Subdelegación:								
Matricula del empleado que recibe el formato:									
<p><b>Conforme a lo establecido en el artículo 16 del Reglamento de la Ley del Seguro Social en materia de Afiliación, Clasificación de Empresas, Recaudación y Fiscalización, es obligación del patrón comunicar al Instituto, en un plazo no mayor a cinco días hábiles, cualquier circunstancia que modifique los datos proporcionados al Instituto incluyendo aquéllos que modifiquen la actividad.</b></p>									

## Formato de permiso de uso de Denominación o Razón Social

\* Última fecha de autorización del formato por parte de la Oficialía Mayor: 6 de marzo de 2002 \* Última fecha de autorización del formato por parte de la Comisión Federal de Mejora Regulatoria: 15 de abril de 2002

SA-1

**SRE**  
SECRETARÍA DE RELACIONES EXTERIORES

Consultas 5782-41-44 Ext. 4068  
Dirección de Internet [www.sre.gob.mx/tramites/legales/](http://www.sre.gob.mx/tramites/legales/)  
Dirección General de Asuntos Jurídicos

Para uso exclusivo de SRE

LUGAR Y FECHA: \_\_\_\_\_

Folio: \_\_\_\_\_

SOLICITUD DE PERMISO DE CAMBIO DE DENOMINACION O RAZON SOCIAL  
(ARTICULO 16 DE LA LEY DE INVERSION EXTRANJERA)

EXPEDIENTE No. \_\_\_\_\_

NOMBRE DEL PROMOVENTE \_\_\_\_\_  
DOMICILIO PARA OIR Y RECIBIR NOTIFICACIONES \_\_\_\_\_  
PERSONAS AUTORIZADAS PARA RECIBIR LA RESOLUCION \_\_\_\_\_  
DENOMINACION ACTUAL \_\_\_\_\_  
NUEVA DENOMINACION SOLICITADA \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

FIRMA AUTOGRAFA DEL PROMOVENTE

La resolución recaída a esta solicitud únicamente será entregada al promovente o a las personas autorizadas.

Para cualquier aclaración, duda y/o comentario con respecto a este trámite, sírvase llamar al Sistema de Atención Telefónica (SACTEL) a los teléfonos: 5480-2000 en el D.F. y área metropolitana; del interior de la República sin costo para el usuario al 01800-0014800 o desde Estados Unidos y Canadá al 188-5943372.

Nota: este formato podrá ser reproducido libremente, debiendo ser dicha reproducción en hojas blancas de papel bond.

Lenar: a máquina  
Oficinas centrales: original y una copia  
Delegaciones Estatales: Original y dos copias  
Anexar: Copia del acta de asamblea donde se propone y acepta la modificación o en su defecto poder con facultades para actos de administración del promovente.  
Original y copia de pago derechos



## Formato de Inscripción al Registro Federal de Contribuyentes



### COMISION FEDERAL PARA LA PROTECCION CONTRA RIESGOS SANITARIOS FORMATO AVISOS

USO EXCLUSIVO DE LA COFEPRIS  
No. DE INGRESO

NO. RUPA

ANTES DE LLENAR ESTE FORMATO CONSULTE LA GUÍA Y LEA CUIDADOSAMENTE EL INSTRUCTIVO.  
LLENAR CON LETRA DE MOLDE LEGIBLE O A MAQUINA

1.- AVISO DE:			
<b>FUNCIONAMIENTO</b>	<input type="checkbox"/> ALTA	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	<input type="checkbox"/> BAJA DEFINITIVA	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	<input type="checkbox"/> SUSPENSION TEMPORAL DE ACTIVIDADES	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	<input type="checkbox"/> REINICIO DE ACTIVIDADES	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	<input type="checkbox"/> MODIFICACION	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>RESPONSABLE</b>	<input type="checkbox"/> ALTA	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	<input type="checkbox"/> BAJA DEFINITIVA	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	<input type="checkbox"/> MODIFICACION	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>LICENCIA</b>	<input type="checkbox"/> BAJA DEFINITIVA	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	<input type="checkbox"/> SUSPENSION TEMPORAL DE ACTIVIDADES	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	<input type="checkbox"/> REINICIO DE ACTIVIDADES	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<input type="checkbox"/> IMPORTACION	<input type="checkbox"/> EXPORTACION	<input type="checkbox"/> MAQUILA	<input type="checkbox"/> PRORROGA DE PLAZO PARA AGOTAR EXISTENCIAS DE INSUMOS
<input type="checkbox"/> PREVISION	<input type="checkbox"/> INFORME ANUAL	<input type="checkbox"/> PUBLICIDAD	
<b>NOMBRE DEL TRAMITE:</b>			
2.- MODIFICACION:			
<input type="checkbox"/> RAZON SOCIAL O DENOMINACION	<input type="checkbox"/> PROPIETARIO	<input type="checkbox"/> PRODUCTO	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> RFC	<input type="checkbox"/> REPRESENTANTE LEGAL	<input type="checkbox"/> LINEAS DE PRODUCTOS	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> DOMICILIO	<input type="checkbox"/> RESPONSABLE	<input type="checkbox"/> MARCA	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> CLAVE CMAP	<input type="checkbox"/> PERSONAS AUTORIZADAS	<input type="checkbox"/> CESION DE DERECHOS DE PRODUCTOS	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> HORARIO	<input type="checkbox"/> PROCESO	<input type="checkbox"/> NUEVAS LINEAS DE PRODUCTOS	<input type="checkbox"/>
DICE		DEBE DECIR	
SI EL ESPACIO ES INSUFICIENTE ANEXAR HOJA CON MODIFICACIONES			
3.- DATOS DEL ESTABLECIMIENTO / PROPIETARIO			
CLAVE /CMAP		DESCRIPCION DE CMAP	
NOMBRE DEL PROPIETARIO (PERSONA FISICA) O RAZON SOCIAL (PERSONA MORAL)		RFC	
CALLE Y NUMERO	COLONIA	DELEGACION O MUNICIPIO	
LOCALIDAD	CODIGO POSTAL	ENTIDAD FEDERATIVA	
RAZON SOCIAL O DENOMINACION DEL ESTABLECIMIENTO		RFC	
CALLE Y NUMERO	COLONIA	DELEGACION O MUNICIPIO	
LOCALIDAD	CODIGO POSTAL	ENTIDAD FEDERATIVA	
ENTRE CALLE	Y CALLE		
No. DE LICENCIA SANITARIA (a) O INDIQUE SI PRESENTO AVISO DE FUNCIONAMIENTO		RFC DEL RESPONSABLE SANITARIO O DE OPERACION	
HORARIO: D L M M J V S DE A TELEFONO(S)		FECHA DE INICIO O REINICIO DE ACTIVIDADES (b)	
D L M M J V S DE A FAX		DIA MES AÑO	
NOMBRE Y CORREO ELECTRONICO DEL(OS) REPRESENTANTE(S) LEGAL(ES):		PERSONAS AUTORIZADAS	
1.-		1.-	
2.-		2.-	
3.-		3.-	

(a) SOLO EN LOS CASOS DE LICENCIA (BAJA DEFINITIVA, SUSPENSION TEMPORAL DE ACTIVIDADES, REINICIO DE ACTIVIDADES).

(b) SOLO EN CASO DE ALTA DE FUNCIONAMIENTO O REINICIO DE ACTIVIDADES DE FUNCIONAMIENTO O LICENCIA.

**IMPORTANTE: UTILICE UN FORMATO PARA CADA TRAMITE Y PRESENTELO POR DUPLICADO**

4.- DATOS DEL PRODUCTO O SERVICIO		
Para llenar los campos 1 y 2 de esta sección consulte la sección 4A.		
	PRODUCTO	PRODUCTO
1) CLASIFICACION DEL PRODUCTO O SERVICIO		
2) ESPECIFICAR		
3) DENOMINACION ESPECIFICA DEL PRODUCTO		
4) NOMBRE (MARCA COMERCIAL) O DENOMINACION DISTINTIVA		
5) SI MAQUILA ESTE PRODUCTO, SEÑALE EL RFC Y RAZON SOCIAL DE LA EMPRESA A LA CUAL MAQUILA		
6) SI ESTE PRODUCTO ES MAQUILADO, SEÑALE EL RFC Y RAZON SOCIAL DE LA EMPRESA MAQUILADORA		
7) DENOMINACION COMUN INTERNACIONAL (DCI), DENOMINACION GENEERICA O NOMBRE IDENTIFICADO		
8) FORMA FARMACEUTICA O ESTADO FISICO		
9) CANTIDAD O VOLUMEN TOTAL		
10) UNIDAD DE MEDIDA		
11) TIPO DE PRODUCTO		
12) USO ESPECIFICO O PROCESO		
13) CONCENTRACION DEL PRINCIPIO ACTIVO Y VALOR TOTAL EN DOLARES		
14) FECHA A REALIZAR MOVIMIENTO O FECHA DEL ULTIMO BALANCE PARA AVISO DE PREVISION DE COMPRA VENTA		
15) No. REGISTRO O AUTORIZACION SANITARIA, O CLAVE ALFANUMERICA		
16) FRACCION ARANCELARIA		
17) PRESENTACION FARMACEUTICA O TIPO DE ENVASE		
18) CANTIDAD DE LOTES		
19) PRORROGA DE PLAZO PARA AGOTAR EXISTENCIAS HASTA 120 DIAS		
20) PRESENTACION DESTINADA A:	EXPORTACION <input type="checkbox"/> G.I. <input type="checkbox"/> SECTOR SALUD <input type="checkbox"/> VENTA <input type="checkbox"/>	EXPORTACION <input type="checkbox"/> G.I. <input type="checkbox"/> SECTOR SALUD <input type="checkbox"/> VENTA <input type="checkbox"/>

NOTA: PARA EL CASO DE MAS DE TRES PRODUCTOS, REPRODUCIR ESTA HOJA, TANTAS VECES COMO SEA NECESARIO DE ACUERDO A LO ESTABLECIDO POR TIPO DE TRAMITE.

4 A). CLASIFICACION DE PRODUCTOS O SERVICIOS					
1.- MEDICAMENTOS	6.- PRECURSORES QUIMICOS	11.- TABACO	16.- SUPLEMENTOS ALIMENTICIOS	21.- FUENTES DE RADIACION	
2.- REMEDIOS HERBOLARIOS	7.- QUIMICOS ESSENCIALES	12.- ASEO Y LIMPIEZA	17.- PLAGUICIDAS	22.- ACTIVIDADES DE PROFESIONALES DE LA SALUD.	
3.- DISPOSITIVOS MEDICOS	8.- ALIMENTOS	13.- PERFUMERIA Y BELLEZA	18.- NUTRIENTES VEGETALES		
4.- ESTUPEFACIENTES	9.- BEBIDAS NO ALCOHOLICAS	14.- MATERIA PRIMA	19.- SUSTANCIAS TOXICAS O PELIGROSAS		
5.- PSICOTROPICOS	10.- BEBIDAS ALCOHOLICAS	15.- ADITIVOS	20.- EQUIPO O SUSTANCIAS PARA POTABILIZACION DE AGUA		

5.- DATOS DE RESPONSABLE SANITARIO/ RESPONSABLE DE OPERACION											
NOMBRE						RFC					
CALLE Y NUMERO			COLONIA			DELEGACION O MUNICIPIO					
LOCALIDAD					CODIGO POSTAL		ENTIDAD FEDERATIVA				
HORARIO:		D	L	M	M	J	V	S	DE A	CON TITULO PROFESIONAL DE:	
		D	L	M	M	J	V	S	DE A		
EXPEDIDO POR:						No. DE CEDULA PROFESIONAL					

6.- DATOS CON QUIEN EFECTUA LA OPERACION DE MAQUILA.									
NOMBRE O RAZON SOCIAL						RFC			
CALLE Y NUMERO			COLONIA			DELEGACION O MUNICIPIO			
LOCALIDAD					CODIGO POSTAL		ENTIDAD FEDERATIVA		
NOMBRE DEL RESPONSABLE SANITARIO						RFC DEL RESPONSABLE SANITARIO			
No. DE LICENCIA SANITARIA O INDIQUE SI PRESENTO AVISO DE FUNCIONAMIENTO				TELEFONO Y FAX		TIEMPO DE DURACION DE LA MAQUILA			
PROCESOS A MAQUILAR									

7.- DATOS CON QUIEN EFECTUA LA OPERACION DE IMPORTACION O EXPORTACION.									
NOMBRE DEL FABRICANTE						RFC			
CALLE Y NUMERO			COLONIA			DELEGACION O MUNICIPIO ( a )			
LOCALIDAD ( a )					CODIGO POSTAL ( a )		ENTIDAD FEDERATIVA ( a )		
NOMBRE DEL PROVEEDOR						RFC			
CALLE Y NUMERO			COLONIA			DELEGACION O MUNICIPIO ( a )			
LOCALIDAD ( a )					CODIGO POSTAL ( a )		ENTIDAD FEDERATIVA ( a )		
NOMBRE DEL FACTURADOR O CONSIGNATARIO ( b )						RFC			
CALLE Y NUMERO			COLONIA			DELEGACION O MUNICIPIO ( a )			
LOCALIDAD ( a )					CODIGO POSTAL ( a )		ENTIDAD FEDERATIVA ( a )		
PAIS DE ORIGEN			PAIS DE PROCEDENCIA			PAIS DE DESTINO			
1) ADUANA DE ENTRADA/SALIDA			2) ADUANA DE ENTRADA/SALIDA			3) ADUANA DE ENTRADA/SALIDA			

( a ) SOLO CUANDO LA RAZON SOCIAL SEA NACIONAL.

( b ) LOS DATOS DEL CONSIGNATARIO SE REFIEREN UNICAMENTE AL TRAMITE DE IMPORTACION O EXPORTACION DE PRODUCTOS QUIMICOS ESENCIALES

## **Contrato individual de trabajo por tiempo determinado**

CONTRATO INDIVIDUAL DE TRABAJO POR TIEMPO DETERMINADO que celebran por una parte la empresa La franja como patrón, a través de su representante legal, Ilse Montserrat Hernandez Adame, a quien en lo sucesivo se le denominará “La franja”, y por la otra el señor \_\_\_\_\_ como empleado a quien en lo sucesivo se le denominará como “El Trabajador”, bajo las siguientes declaraciones y cláusulas.

### DECLARACIONES

Por sus generales, los contratantes declaran lo siguiente:

“C. Ilse Montserrat Hernández Adame ”:

I.- Ser una persona física, constituida conforme a las leyes del país, como se acredita con la escritura pública número \_\_\_\_\_, pasada ante la fe del licenciado \_\_\_\_\_, Notario Público número \_\_\_\_\_ en esta ciudad.

II.- Estar representada en la firma del presente contrato por el C. \_\_\_\_\_, en su carácter de (Puesto-) \_\_\_\_\_ de la compañía.

III.- Tener su domicilio en \_\_\_\_\_.

IV. Contar con Registro Federal de Contribuyentes \_\_\_\_\_.

“El Trabajador”:

I.- Llamarse como ha quedado escrito, ser de nacionalidad \_\_\_\_\_, sexo \_\_\_\_\_, tener \_\_\_\_\_ años de edad, estado civil \_\_\_\_\_, y con domicilio particular en \_\_\_\_\_.

II. Tener su domicilio en \_\_\_\_\_.

III.- Que tiene la capacidad y las aptitudes necesarias para desarrollar el trabajo origen de este contrato.

IV.- Estar de acuerdo en desempeñar su actividad conforme a las condiciones establecidas en este contrato.

Por lo anterior, las partes han convenido celebrar el presente contrato al tenor de las siguientes:

## CLÁUSULAS

PRIMERA.- C. Ilse Montserrat Hernández Adame contrata a “El Trabajador” por tiempo determinado, y por un período de \_\_\_\_\_, mismo que queda comprendido del (DIA) del (MES) del (AÑO), al (DIA) de (MES) del (AÑO) para que preste sus servicios en (DATO A CAMBIAR –Nombre del puesto-).

SEGUNDA.- C. Ilse Montserrat Hernández Adame comunica a “El Trabajador” que la temporalidad del presente contrato obedece a la naturaleza del trabajo a desempeñar, el cual consiste en \_\_\_\_\_ (Especificar la labor a realizar así como el motivo del tiempo definido-).

TERCERA.- El presente contrato obliga a lo expresamente pactado conforme a las disposiciones contenidas en el artículo 31 de la Ley Federal del Trabajo, y la duración del mismo será la señalada en la cláusula primera, por lo que al concluir dicho término las

partes contratantes lo darán por terminado con apoyo en el numeral antes mencionado e igualmente en los artículos 35, 37 fracción I, 53 fracción III y demás relativos de la citada Ley Federal del Trabajo, sin responsabilidad alguna para ambas partes.

Asimismo, convienen los contratantes que si vencido el término fijado en la cláusula primera subsiste la materia de trabajo, el contrato se prorrogará única y exclusivamente por el tiempo que dure dicha circunstancia sin necesidad de celebrar uno nuevo, y al agotarse ésta, terminará también la relación laboral, en términos del artículo 39 de la Ley Federal del Trabajo.

CUARTA.- “El Trabajador” se obliga a prestar a C. Ilse Montserrat Hernández Aame sus servicios, bajo su dirección y dependencia; debiendo desempeñarlos en \_\_\_\_\_(Domicilio completo del centro de trabajo-).

QUINTA.- El horario de labores de “El Trabajador” será de \_\_\_\_\_ (–Inicio y fin de la jornada-) horas, de \_\_\_\_\_(Ej. Lunes-) a \_\_\_\_\_( –Ej. Viernes) de cada semana, conviniendo éste con “La Empresa” que en cualquier momento el mismo puede ser modificado de acuerdo con las necesidades de la compañía, pudiendo C. Ilse Montserrat Hernández Adame establecer dicho horario bajo cualquiera de las modalidades señaladas en el artículo 59 de la Ley Federal del Trabajo, ya sea para implantar una labor semanal de lunes a viernes y obtener el reposo del sábado en la tarde, de ese día por completo o cualquier otra modalidad equivalente.

SEXTA.- “El Trabajador” disfrutará de un salario (DATO A CA –diario, semanal, catorcenal, quincena mensual-). De \$ (DATO A CAMBIAR –Importe en número y leta-) moneda nacional, el cual le será cubierto los días (DATO A CAMBIAR) de cada (DATO A

CAMBIAR) en el domicilio de “La Empresa”, y el cual ya incluye la proporción correspondiente a los séptimos días y días de descanso obligatorio.

“La Empresa” hará por cuenta de “El Trabajador” las deducciones legales correspondientes, particularmente las que se refieren a Impuesto sobre la Renta, y aportaciones de seguridad social (IMSS, Infonavit y SAR), efectuando las inscripciones correspondientes ante dichas instituciones, en los términos de las legislaciones respectivas.

SÉPTIMA.- “El Trabajador” disfrutará de un día de descanso, que causará salario de acuerdo con el Art. 69 de la Ley Federal de Trabajo, el cual será el día lunes de cada semana. “La Empresa” podrá, previo acuerdo con “El Trabajador”, variar el descanso semanal conforme a las necesidades de la misma.

OCTAVA.- “El Trabajador” no podrá laborar tiempo extraordinario de trabajo, sin previa autorización por escrito que la C. Ilse Montserrat Hernández Adame le otorgue por conducto de sus representantes.

NOVENA.- “El Trabajador” disfrutará de un período anual de vacaciones de 6 días, el cual se incrementará anualmente en los términos señalados en el artículo 76 de la Ley Federal del Trabajo. Asimismo, percibirá una prima vacacional del 25%, sobre la cantidad que le corresponda por el periodo de vacaciones en cuestión.

DÉCIMA.- El trabajador percibirá un aguinaldo anual de 15 días de salario, el cual se cubrirá de manera proporcional al tiempo de los servicios prestados a “La Empresa” durante dicho período.

DÉCIMA PRIMERA.- “El Trabajador” se obliga en términos de la fracción X del artículo 134 de la Ley Federal del Trabajo, a someterse a los reconocimientos y exámenes médicos que “La Empresa” le indique.

DÉCIMA SEGUNDA.- “El Trabajador” se obliga a participar en los cursos de capacitación y adiestramiento que la C. Ilse Montserrat Hernández Adame le indique para el mejor conocimiento y desarrollo de sus aptitudes, mismos que podrán impartirse dentro y/o fuera de la jornada de labores.

DÉCIMA TERCERA.- Lo no previsto por este contrato se regirá por las disposiciones previstas en la Ley Federal del Trabajo así como por el Reglamento Interior de Trabajo que rige en “La Empresa” .

DÉCIMA CUARTA.- La C. Ilse Montserrat Hernández Adame y “El Trabajador”, aceptan expresamente que en caso de existir controversias legales en cualquier materia entre ambas partes, se someterán al texto de este contrato y a los tribunales del domicilio dela C. Ilse Montserrat Hernández Adame.

Leído que fue el presente contrato por quienes en él intervienen, lo ratifican en todas y cada una de sus partes y lo suscriben a su más entera conformidad por triplicado, entregándose copia del mismo al “El Trabajador” para los fines legales que a éste convengan, en la ciudad de \_\_\_\_\_, el \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ del año \_\_\_\_\_.



“El Trabajador”

“La Empresa”

---

(Nombre del Empleado)

---

(Ilse Montserrat Hernandez Adame)

TESTIGOS

---

(Nombre de Testigo)

---

(Nombre de Testigo)

## Lista de insumos por kilogramos, litros o pieza

Ingredientes	Unidad	Precio
Cebolla blanca	kg	\$14.50
Ajo	Kg	\$85.00
Jengibre	Kg	\$59.00
Zanahoria	Kg	\$7.70
Jitomate saladet	Kg	\$21.54
Pepino	Kg	\$6.50
Apio	Pieza	\$10.00
Calabaza	Kg	\$7.70
Perejil	Kg	\$70.00
Albahaca	Kg	\$85.00
Romero	Kg	\$160.00
Chile mulato	Kg	\$185.00
Chile ancho	Kg	\$175.00
Chile pasilla	Kg	\$145.00
Portobello	Kg	\$89.00
Flor de Jamaica	Kg	\$120.00
Chile morita	Kg	\$130.00
Lima	Kg	\$15.00
Arándanos deshidratados	Kg	\$85.00
Limón	Kg	\$15.00
cilantro	Kg	\$85.00
Chile serrano	Kg	\$20.00
Aceituna negra en lata	Kg	\$120.00
Uva pasas	Kg	\$80.00
Aceite de oliva	Lt.	\$123.00
Salsa inglesa	Lt	\$92.00

<b>Cerveza</b>	<b>Lt.</b>	<b>\$30.00</b>
<b>Chocolate semiamargo</b>	<b>Kg</b>	<b>\$180.00</b>
<b>Ostiones ahumados</b>	<b>Kg</b>	<b>\$450.00</b>
<b>Tableta de chocolate</b>	<b>Kg</b>	<b>\$125.00</b>
<b>bolillo</b>	<b>Pieza</b>	<b>\$2.00</b>
<b>baguette</b>	<b>Pieza</b>	<b>\$15</b>
<b>Ate de membrillo</b>	<b>Kg</b>	<b>\$50.00</b>
<b>Aceituna verde</b>	<b>Kg</b>	<b>\$120.00</b>
<b>Chongos zamoranos</b>	<b>Kg</b>	<b>\$89.00</b>
<b>Harina de trigo</b>	<b>Kg</b>	<b>\$15.00</b>
<b>Fécula de maíz</b>	<b>Kg</b>	<b>\$53.00</b>
<b>Aceite para freír</b>	<b>Lt.</b>	<b>\$17.00</b>
<b>Tocino ahumado</b>	<b>Kg</b>	<b>\$164.00</b>
<b>pulpo</b>	<b>Kg</b>	<b>\$99.00</b>
<b>Camarón fresco mediano</b>	<b>Kg</b>	<b>\$180.00</b>
<b>Callo de hacha</b>	<b>Kg</b>	<b>\$380.00</b>
<b>Salmon ahumado</b>	<b>Kg</b>	<b>\$520.00</b>
<b>Pechuga de pollo</b>	<b>Kg</b>	<b>\$80.00</b>
<b>Filete de res</b>	<b>KG</b>	<b>\$330.00</b>
<b>Pierna selva negra</b>	<b>Kg</b>	<b>\$300.00</b>
<b>Salami riojano</b>	<b>KG</b>	<b>\$510.00</b>
<b>Queso emmental</b>	<b>Kg</b>	<b>\$570.00</b>
<b>Queso crema</b>	<b>Kg</b>	<b>\$89.00</b>
<b>Queso cotija</b>	<b>Kg</b>	<b>\$120.00</b>
<b>Queso parmesano</b>	<b>Kg</b>	<b>\$268.00</b>
<b>Queso de cabra</b>	<b>Kg</b>	<b>\$214.00</b>
<b>Queso gorgonzola</b>	<b>Kg</b>	<b>\$270.00</b>
<b>Sal en grano</b>	<b>Kg</b>	<b>\$7.00</b>
<b>mostaza</b>	<b>Kg</b>	<b>\$45.00</b>
<b>Queso feta</b>	<b>Kg</b>	<b>\$120.00</b>

<b>Papas cambray</b>	<b>Kg</b>	<b>\$15.00</b>
<b>Queso brie</b>	<b>kg</b>	<b>\$560.00</b>
<b>Jarabe de maple</b>	<b>Lt</b>	<b>\$60.00</b>
<b>champiñones</b>	<b>Kg</b>	<b>\$43.00</b>
<b>Pimiento rojo</b>	<b>Kg</b>	<b>\$37.00</b>
<b>Higo confitado</b>	<b>Kg</b>	<b>\$120.00</b>
<b>Plátano macho</b>	<b>kg</b>	<b>\$16.00</b>
<b>tequila</b>	<b>Lt</b>	<b>\$120.00</b>
<b>Canela</b>	<b>kg</b>	<b>\$500.00</b>
<b>Manteca de cerdo</b>	<b>Kg</b>	<b>\$15.00</b>
<b>Carcasa de pollo</b>	<b>Kg</b>	<b>\$15.00</b>
<b>Yogurt natural</b>	<b>Lt</b>	<b>\$17.00</b>
<b>perejil</b>	<b>Kg</b>	<b>\$30.00</b>
<b>Vinagre de vino blanco</b>	<b>Lt.</b>	<b>\$82.00</b>
<b>Grenetina</b>	<b>Kg</b>	<b>\$56.00</b>
<b>Almendra ahumada</b>	<b>Kg</b>	<b>\$300.00</b>
<b>azúcar</b>	<b>Kg</b>	<b>\$14.00</b>

## Lista de vinos

Fotografía	Descripción	Costo
	<p>Valle de Guadalupe, Ensenada, Baja California L.A. CETTO vino Blanco Fume Blanc 2009 de color Amarillo paja de gran brillantez; finos aromas frutales con ligeras notas herbáceas; largo en boca, fresco y persistente, con un excelente balance.</p>	<p>\$ 89.00</p>
	<p>Valle de Guadalupe, Ensenada Baja California L.A. CETTO, vino blanco. Blanc de blanc. 2009 Aromas frescas de frutos cítricos. Amarillo pálido con destellos verdosos. Colombard, Chenin Blanc 12 En boca ligeramente abocado y fesco con sabores que confirman su carácter frutal.</p>	<p>\$90.00</p>
	<p>Valle de Guadalupe, Ensenada, Baja California. L.A. CETTO, vino blanco, Reserva privada 2009. Colombard, Chenin Blanc. Aromas a frutos cítricos y tropicales, como piña y melón, con notas a vainilla y mantequilla. Boca: de textura aterciopelada.</p>	<p>\$157.00</p>

	<p>Valle de Guadalupe, Ensenada, Baja California. L.A. CETTO, vino tinto, Don Luis Cetto 2010 . Color rojo rubí no muy intenso y extraordinaria limpidez. Aromas complejos de frutas rojas y negras. Persistencia en la boca, se confirman las notas a frutas. Equilibrado, aterciopelado y elegante</p>	<p>\$184.00</p>
	<p>Valle de Guadalupe, Ensenada, Baja California. L.A. CETTO. Vino tinto Reserva Privada 2008. Cabernet Sauvignon. Rojo Granate profundo con reflejos teja. Aromas elegantes y complejos a frutos negros maduros con notas especiadas a tabaco, vainilla y anís. En boca se confirma su carácter especiado con notas a cuero, cacao, tabaco y un final tostado y aterciopelado..</p>	<p>\$ 265.00</p>
	<p>Valle de Guadalupe, Ensenada, Baja California. L.A. CETTO. Vino tinto. Angelo Cetto Reserva Platino. Cabernet Sauvignon, Montepulciano, Nebbiolo, Petit Verdot. Vino complejo y excepcional color rubí, extraordinaria brillantez con matices violetas. Presenta intensos aromas a frutos rojos maduros que contrastan con las notas especiadas las cepas</p>	<p>\$709.00</p>
	<p>Valle de Guadalupe, Ensenada, Baja California. L.A. CETTO, Vino espumoso. Charmbulé Brut. Chardonnay, French Colombard. Color amarillo pálido, transparente con una brillantes extraordinaria, muy llamativo, con presencia de burbuja constante y fina. En olfato, un agradable frescor y notas tostadas. En boca, es un vino elegante, fino, fresco, con acidez firme y un fino y delicado amargor.</p>	<p>\$110.00</p>

	<p>Valle de Guadalupe, Ensenada, Baja California. Monte Xanic. Vino Blanco. Chenin Blanc, Colombard. Color amarillo paja con destellos plateados con alta brillantez. Aromas recuerdan la fruta cítrica con un toque de miel y flores. Refrescante y vivaz en el paladar, dejando un recuerdo suave y frutal.</p>	<p>\$179.00</p>
	<p>Valle de Guadalupe, Ensenada, Baja California. Monte Xanic. Vino Blanco. Calixa 2012. Color amarillo pálido, transparente y brillante. Fresco con recuerdos de fruta tropical, cítricos y durazno. Refrescante al paladar con una agradable sensación suave y frutal.</p>	<p>\$231.00</p>
	<p>Ensenada, Baja California. Monte Xanic. Valle de Guadalupe, Vino Rosado. Calixa, Garnacha. Color cereza con destellos platinados, limpio y brillante. Frescos aromas de frutos rojos como cereza y fresa con un delicado toque floral. Agradable frescura con recuerdo de frutos rojos.</p>	<p>\$237.00</p>
	<p>Ensenada, Baja California. Monte Xanic. Valle de Guadalupe. Vino tinto. Calixa. Cabernet Sauvignon y Syrah.. Doce meses en barrica de roble francés. Olor rojo granate con reflejos violáceos. Suave principalmente frutal como moras y grosella negra. En boca es bien equilibrado, rica acidez, estructura sólida y fondos tostados.</p>	<p>\$237.00</p>

	<p>Ensenada, Baja California. Monte Xanic. Valle de Guadalupe. Vino tinto. Gran Ricardo. 18 meses en barrica de roble Frances . Merlot, Petit Verdo Cabernet Sauvignon. Color rojo profundo y reflejo carmín. Elegante aroma frutal que recuerda la zarzamora y la grosella acompañado de un delicado toque floral. Suaves y complejos toques de madera fina con aromas de tostados y especias dulces. Es de gran estructura con muy buena armonía en el paladar, dejando un gran y largo final.</p>	<p>\$937.00</p>
	<p>Ensenada, Baja California.. Santo Tomas. Valle Santo Tomas. Vino tinto Cabernet – Tempranillo. 7-12 meses en barrica de roble francés. Vino color rojo granate, diáfano y brillante. Afrutado, con notas de ciruela amarilla, hierba y mentol. Buen ataque en boca, excelente estructura tánica para un final largo y fresco</p>	<p>\$173.00</p>
	<p>Ensenada Baja California. Tres Valles. Valle Santo Tomas. Vino tinto. Kuwal 2010. 15 meses en barrica. Grenache, Ruby Cabernet, Tempranillo. Color rojo granate. Aromas a frutas rojas maduras, especias y toques tostados. Es un vino complejo y elegante, largo en boca con media capacidad de añejamiento.</p>	<p>\$388.00</p>
	<p>Parras, Coahuila. Valle de Parras. Casa Madero. Vino blanco. Casa Madero 2013. Chardonnay, Chenin Blancvino amable, fácil de beber, lleno de aromas a flores, durazno blanco, manzana amarilla y hierba fresca.</p>	<p>\$160.00</p>



	<p>Parras, Coahuila. Valle de Parras. Casa Madero. Vino blanco. Casa Madero 2012. Chardonnay . Presenta un color amarillo claro, con pequeños matices verdes. Intensamente aromático destacando notas a frutos tropicales como piña, durazno, guayaba, algunas notas minerales y de mantequilla. Es un vino ligero, poco potente presentando sabores más ácidos.</p>	<p>\$190.00</p>
	<p>Parras, Coahuila. Valle de Parras. Casa Madero. Vino blanco.. Casa Grande Reserva 2012. Cardonnay. Amarillo paja con matices dorados.Aromas a frutos secos (chabacanos y duraznos)y a mantequilla con notas a naranja.Se confirman los frutos maduros, con notas de almendras, brioche y pan tostado</p>	<p>\$299.00</p>
	<p>Parras, Coahuila, Valle de Parras. Casa Madero. Vino rosado. Casa Madero 2013. Cabernet Sauvignon. Vino rosa fresa con matices de color melón. Muestra su potencial en sus aromas herbáceos y frutos rojos. Vino con un potencial ligero y una buena acidez.</p>	<p>\$165.00</p>
	<p>Parras, Coahuila, Valle de Parras. Casa Madero. Vino tinto. Montevina 2013. Cabernet Sauvignon y Merlot Color rojo cereza, atractivo, de intensidad media, limpio y brillante. Vino expresivo, de aromas limpios y francos de intensidad media, destacando frutos rojos como fresa, grosella, frambuesa y unas notas de rosas y vainilla. Cuerpo ligero, equilibrado, de taninos amables donde se confirma su carácter frutal; de un final amable y agradable.</p>	<p>\$99.00</p>

	<p>Parras, Coahuila, Valle de Parras. Casa Madero. Vino tinto. Casa Madero 2011. De 12 a 15 meses en barrica de roble americano. Vino tinto de color púrpuro con destellos violáceos, de gran profundidad, limpio y brillante. Vino complejo de gran intensidad y expresión aromática; destacando aromas de frutos rojos negros maduros, violetas, humo, tabaco, café, avellanas y eucalipto, que junto a los tonos tostados y especiados de la madera le aportan elegancia y complejidad.</p>	<p>\$245.00</p>
	<p>Parras, Coahuila, Valle de Parras. Casa Madero. Vino tinto. Casa Grande 2009. De 18 a 24 mese en barrica de roble francés. Vino con un color rojo intenso tonos violáceos pronunciados . Aroma de frutas rojas y negras sobre maduras y frutos secos, vainilla, caja de tabaco, cuero que provienen de la barrica donde fue añejado. Al paladar reafirma su fruta y tiene un balance bien logrado con presencia tanica, de taninos bien madurados, una larga permanencia en boca y una suavidad y sedosidad bien lograda.</p>	<p>\$ 485.00</p>
	<p>Querétaro, La redonda, vino blanco. Ruby Dulce. Trebbiano, Viura, Moscatel y Chardonnay. Color amarillo paja con reflejos verdosos y algún dorado. Expresión aromática de miel, pasas y frutos secos. Sensación aterciopelada y muy fina, largo, agradable y pleno, manteniendo una elegancia fresca y limpia.</p>	<p>\$118.00</p>
	<p>. Querétaro, La redonda, vino blanco semiseco. Trebbiano. <b>Color</b> amarillo pálido y tonos verdosos, dan sensación de juventud. <b>Aroma</b> a frutos tropicales como plátano, pera higos y violetas. Untuoso, fresco y muy amplio , recuerdos amielados, equilibrado y elegante en el paladar.</p>	<p>\$124.00</p>

	<p>Querétaro, La redonda, vino blanco, Orlandi, Chardonnay y Chennin. <b>Color</b> amarillo pálido brillante y matices verdosos. Aroma agradable a manzana madura, melón y toque de guayaba. Paladar suave y afrutado con sabores que recuerdan a la ensalada de frutas y una terminación persistente.</p>	<p>\$195.00</p>
	<p>Querétaro, La redonda, vino blanco, Real de Vilared, Chardonnay. Color amarillo verdoso Brillante. Intensa aroma oleosos y ahumados, roble equilibrado, notas de vainilla y manzana asada. Es corpóreo, graso, con notas muy maduras de piña confitada y tostados intensos.</p>	<p>\$195.00</p>
	<p>Querétaro, La redonda, vino rosado, Semiseco. Cabernet y Malbec. <b>Color</b> rosa de intensidad media alta. <b>Aroma a</b> frutas maduras, manzana roja, grosella negra, ciruela, uvas pasas. Paladar equilibrado, suave, ligero, final afrutado y largo.</p>	<p>\$125.00</p>
	<p>Querétaro, La redonda, vino rosado Seco, Orlandi. Cabernet Sauvignon. <b>Color</b> rosa salmonado con matices anaranjados, media intensidad brillante límpido. <b>Aroma</b> fresco y frutal. Sus aromas recuerdan a frutos maduros como cereza y ciruela. Paladar equilibrado, suave, ligero, final afrutado y largo.</p>	<p>\$245.00</p>

	<p>Querétaro, La redonda. Vino tinto dulce. Ruby , ruby cabernet. <b>Color</b> rojo intenso, y muy profundo con matices violáceos. <b>Aroma a</b> Frutos secos como ciruela pasa, higo y especiados como canela. Ataque suave, acidez delicada dulce, cuerpo medio con buen equilibrio.</p>	<p>\$119.00</p>
	<p>Querétaro, La redonda. Vino tinto Dulce. Nosotros los mexicanos. Variedades selectas. Rojo granate con matices violáceos. Frutos maduros como la mora. Ataque suave, acidez delicada dulce, cuerpo medio.</p>	<p>\$115.00</p>
	<p>Querétaro, La redonda, vino tinto. Malbec. Color rojo intenso, brillante y limpio, con tonos violáceos. A la expresión aromática, es elegante. En boca, de sabores afrutados sobresaliendo la cereza y la fresa, que proporcionan un vino con excelente acidez y concentrados taninos.</p>	<p>\$199.00</p>

	<p>Querétaro, La Redonda vino tinto cabernet sauvignon. Color rojo granate intenso. A la expresión aromática denota su paso por bodega, el cual acompaña las especias típicas de la variedad, aromas frutales. En boca, buena estructura, paso frutal y buena acidez, con recuerdos tostados y vegetales. Amplio, elegante, persistente y aterciopelado</p>	<p>\$199.00</p>
	<p>Querétaro, La redonda vino tinto. Orlandi. Cabernet y Malbec. <b>Color</b> granate con ribete atejado, capa media, brillante y limpio. <b>Aroma</b> de fruta notable, confitura, buena intensidad aromática. <b>Boca</b> suave, equilibrado y con volumen. Taninos moderados, suaves de textura al paladar, buen cuerpo, persistente y redonda.</p>	<p>\$275.00</p>
	<p>Querétaro, La redonda. Vino tinto. Sierra Luna. 15 meses en bodega de Roble. Cabernet, tempranillo, malbec y merlot.</p> <p>Es un vino biodinámico. Se tuvo gran cuidado en que la cosecha de la uva, la introducción del vino en bodega y el embotellado, se llevaran a cabo en días de luna llena, logrando que el ciclo lunar influyera en nuestro proceso de elaboración. En este vino encontrarás interesantes sabores y aromas de la región queretana.</p>	<p>\$425.00</p>

	<p>Querétaro, La redonda. Vino tinto gran reserva. Sierra Gorda. Merlot. 28 meses en barrica de roble Francés y roble rumano. Intensidad colorante alta con toques granate y teja. <b>Aroma única</b> e inconfundible donde los frutos rojos y ciruela se combinan con notas confitadas de chocolate y café tostado acompañados de notas especiales provenientes del roble con perfiles torrefactos. En el paladar se confirma la fruta entrelazada con los taninos que aparecen maduros, entregando una buena estructura, equilibrio y redondez..</p>	<p>\$1,300.00</p>
	<p>Querétaro, La redonda. Vino espumoso dulce. Chenin Blanc, Verdone y trebbiano. Vino de suave color amarillo pajizo con ribete verdoso. Se entremezclan las aromas de frutas como manzana y naranja, con notas amieladas y anisadas. Burbuja de consistencia media, equilibrio entre lo dulce y un final de boca refrescante.</p>	<p>\$195.00</p>
	<p>Querétaro, La redonda vino espumoso rosado, semiseco. Orlandi. Mlabec, cavernet sauvignon y merlot. Atractivo color fresa, transparencia cristalina muy brillante con perfecto desarrollo de finas burbujas. Aromas frutales como fresas acidas y fresón dulce. Acidez y madurez fusionada con sensaciones de granada, grosella roja o ciruela negra.</p>	<p>\$310.00</p>



## Fondant de chocolate



TIPO	postres	Porciones:	15					
Nombre: fondant de chocolate								
	Ingredientes	Cantidad	Unidad	mise en place	Costo unitario	Costo por porción	Ventas	Costo total
	huevo	0.35	Kg		\$ 19.00	\$ 6.65		
	chocolate semiamargo	0.25	kg		\$ 180.00	\$ 45.00		
	mantequilla	0.09	kg		\$ 110.00	\$ 9.90		
	azucar	0.2	kg		\$ 12.00	\$ 2.40		
	harina	0.25	kg		\$ 9.00	\$ 2.25		
	nieve de vainilla	1	lt		\$ 19.00	\$ 19.00		
	zarzamora	0.5	kg		\$ 29.00	\$ 14.50		
	azucar	0.1	kg		\$ 12.00	\$ 1.20		
						\$ -		
						\$ -		
						\$ -		
						\$ -		
						\$ -		
						\$ -		
						\$ -		
						\$ -		
						\$ -		
						\$ -		
						\$ -		
						\$ -		
						\$ -		
						\$ -		
						\$ -		
						\$ -		
					\$ 100.90	1		\$ 100.90
					20% gastos varios			\$ 121.08
					costo por porción			8.072
ELABORACIÓN								
agregar los huevos a la batidora hasta triplicar su tamaño y aparte derretir el chocolate junto a la mantequilla. Ya que esten listos los huevos agregar la harina y la azucar (200gr) y despues en forma de hilo el chocolate con la mantequilla. Poner la mezcla en los moldes y refrigerar y al momento hornear por 5 min a 180°C y servir con una bola de nieve y un poco de coulis de zarzamora								





## Tapas de carpaccio de res



TIPO	tapas	Porciones:	30					
Nombre:		tapas de carpaccio de res						
Ingredientes		Cantidad	Unidad		Costo unitario	Costo por porción	Ventas	Costo total
baguette		1	pza		\$ 10.00	\$ 10.00		
filete de res		0.5	kg		\$ 330.00	\$ 165.00		
queso grana padano		0.1	kg		\$ 268.00	\$ 26.80		
aceite de oliva		0.1	lt		\$ 123.00	\$ 12.30		
limon		0.05	kg		\$ 13.00	\$ 0.65		
ajo		0.01	kg		\$ 85.00	\$ 0.85		
higo confitado		0.1	kg		\$ 120.00	\$ 12.00		
						\$ -		
						\$ -		
						\$ -		
						\$ -		
						\$ -		
						\$ -		
						\$ -		
						\$ -		
						\$ -		
						\$ -		
						\$ -		
						\$ -		
						\$ -		
						\$ -		
						\$ -		
						\$ -		
						\$ -		
						\$ -		
						\$ -		
						\$ -		
						\$ -		
						\$ -		
						\$ -		
					\$ 227.60	1		\$ 227.60
					20% gastos varios			\$ 273.12
					costo por porcion			9.104
<b>ELABORACIÓN</b>								
<p>Cortar las rebanadas de baguette y bañar con un poco de aceite de oliva y ajo en petit brunoise, despues hornear y reservar. Ya frio el pan cortar laminas de filete y si queda demasiado grueso aplanar hasta que se forme laminas muy delgadas poner 3 laminas en cada rebanada de pan junto con una pequeña laja de higo y agregar queso rallado pimienta y un poco de limon</p>								





### Brochetas de callo de hacha



TIPO	tapas	Porciones:	30					
Nombre:	<b>brochetas de callo de hacha</b>							
	Ingredientes	Cantidad	Unidad		Costo unitario	Costo por porción	Ventas	Costo total
	callo de hacha	0.5	kg		\$ 380.00	\$ 190.00		
	tocino ahumado	0.2	kg		\$ 40.00	\$ 8.00		
	champiñones	0.3	kg		\$ 43.00	\$ 12.90		
	cebolla blanca	0.3	kg		\$ 12.00	\$ 3.60		
	calabaza criolla	0.2	kg		\$ 8.00	\$ 1.60		
	aderezo para grill	0.15	lt		\$ 100.00	\$ 15.00		
	pimiento rojo	0.3	kg		\$ 37.00	\$ 11.10		
					\$ -	\$ -		
					\$ -	\$ -		
					\$ -	\$ -		
					\$ -	\$ -		
					\$ -	\$ -		
					\$ -	\$ -		
					\$ -	\$ -		
					\$ -	\$ -		
					\$ -	\$ -		
					\$ -	\$ -		
					\$ -	\$ -		
					\$ -	\$ -		
					\$ -	\$ -		
					\$ -	\$ -		
						\$ 242.20	1	\$ 242.20
							20% gastos varios	\$ 290.64
							costo por porcion	9.688
<b>ELABORACIÓN</b>								
<p>Cortar la cebolla en cuadrados al igual que el pimiento y la calabaza en vichy. Cortar el callo de hacha a la mitad y envolver con tocino. Clavar en la brocheta dos piezas de callo de hacha con tocino al igual que dos piezas de cada ingrediente con una brocha cubrir la brocheta con aderezo y asar por no mas de 5 min ya que se hara muy duro el callo de hacha</p>								

## Tapas de ostiones ahumados y salsa pomodoro



TIPO	tapas	Porciones:	30						
Nombre:	<b>tapas de ostiones ahumados</b>								
	Ingredientes	Cantidad	Unidad			Costo unitario	Costo por porción	Ventas	Costo total
	baguette	1	pza	rebanadas		\$ 16.00	\$ 16.00		
	ostiones ahumados	0.5	Kg			\$ 380.00	\$ 190.00		
	jitomate maduro saladette	1	Kg	concasse		\$ 18.00	\$ 18.00		
	cebolla blanca	0.2	Kg	brunoise		\$ 12.00	\$ 2.40		
	ajo	0.005	Kg	petit brunoise		\$ 3.00	\$ 0.02		
	albahaca	0.02	Kg	chiffonade		\$ 80.00	\$ 1.60		
	aceite de oliva	0.02	Lt			\$ 123.00	\$ 2.46		
							\$ -		
							\$ -		
							\$ -		
							\$ -		
							\$ -		
							\$ -		
							\$ -		
							\$ -		
							\$ -		
							\$ -		
							\$ -		
							\$ -		
							\$ -		
							\$ -		
							\$ -		
							\$ 230.48	1	\$ 230.48
							20% gastos varios		\$ 276.57
							costo por porcion		9.219
<b>ELABORACIÓN</b>									
<p>Cortar el baguette en rebandas y bañar con unas cuantas gortas de aceite de oliva agregando un poco de albahaca en chifonade, hornear hasta que este tostado y reservar. Saltear la cebolla y despues gregar el jitomate tapar y dejar que se concentre, agregar la albahaca restante y sal y pimienta. bañar cada rebanda de salsa pomodoro y poner dos piezas de ostiones por rebandas decorar con hojas de albahaca</p>									

## Tapas de plátano macho y cerdo en mole poblano



TIPO	tapas	Porciones:	30						
Nombre:	<b>tapas de plátano macho con cerdo flambeado al tequila bañados de mole poblano</b>								
	Ingredientes	Cantidad	Unidad		Costo unitario	Costo por porción	Ventas	Costo total	
	chambarete de cerdo	0.5	kg	mise en place	\$ 60.00	\$ 30.00			
	plátano macho	1	kg	CHIPS	\$ 16.00	\$ 16.00			
	chile mulato	0.05	kg	mole	\$ 170.00	\$ 8.50			
	chile ancho	0.05	kg	mole	\$ 140.00	\$ 7.00			
	chile pasilla	0.05	kg	moles	\$ 165.00	\$ 8.25			
	manteca de cerdo	0.1	kg	mole	\$ 15.00	\$ 1.50			
	ajo	0.1	kg	mole	\$ 85.00	\$ 8.50			
	tortilla	0.003	kg	mole	\$ 11.00	\$ 0.03			
	bolillo	1	kg	mole	\$ 2.00	\$ 2.00			
	pasas	0.05	kg	mole	\$ 50.00	\$ 2.50			
	ajonjolí	0.01	kg	mole	\$ 130.00	\$ 1.30			
	canela	0.005	kg	mole	\$ 500.00	\$ 2.50			
	chocolate	0.04	kg	mole	\$ 125.00	\$ 5.00			
	jitomate saladette	0.1	kg	mole	\$ 21.00	\$ 2.10			
	zanahoria	0.1	kg	mirepoix	\$ 7.70	\$ 0.77			
	apio	0.1	kg	mirepoix	\$ 10.00	\$ 1.00			
	carcasa de pollo	0.5	kg	bisque	\$ 12.00	\$ 6.00			
	tequila	0.03	ml		\$ 120.00	\$ 3.60			
	aceite para freír	1	ml		\$ 17.00	\$ 17.00			
	harina	0.1	kg		\$ 8.00	\$ 0.80			
					\$ 124.35		1	\$ 124.35	
							20% gastos varios	\$ 149.22	
							costo por porcion	4.97412	
							precio de venta		
							utilidad		
ELABORACIÓN									
<p>Dorar los chiles en la manteca e hidratarlos en un fondo claro elaborado previamente con la carcasa de pollo y el mirepoix, en la misma manteca donde se doraron los chiles agregar cebolla jitomate la tortilla y el bolillo. Agregar al fondo claro los pasados ingredientes y licuar con los ingredientes del mole que restan, colar y reservar. dorar en manteca los cubos de cerdo, flambear con el tequila. revosar las chips de plátano en harina y freír en el aceite. Montar en los chips de plátano los camarones flambeados y bañar con el mole.</p>									

## Tapas de mousse de pepino y salmon ahumado



TIPO	tapas	Porciones:	20
Nombre:	tapas de mousse de pepino con flor de salmon ahumado		
Ingredientes	Cantidad	Unidad	
baguette	1	pz	
pepino	0.5	kg	
yogurt natural	0.05	lt	
vinagre de vino blanco	0.01	lt	
crema lincot	0.25	lt	
cilantro	0.005	lt	
salmon ahumado	0.1	kg	
perejil	0.01	kg	
sal	0.005	Kg	
aceite de olivo	0.05	Lt	
grenetina	0.005	gr	

Costo unitario	Costo por porción	Ventas	Costo total
\$ 17.00	\$ 17.00		
\$ 7.00	\$ 3.50		
\$ 17.00	\$ 0.85		
\$ 82.00	\$ 0.82		
\$ 48.00	\$ 12.00		
\$ 30.00	\$ 0.15		
\$ 520.00	\$ 52.00		
\$ 30.00	\$ 0.30		
\$ 9.00	\$ 0.05		
\$ 126.00	\$ 6.30		
\$ 56.00	\$ 0.28		
\$ -	\$ -		
\$ -	\$ -		
\$ -	\$ -		
\$ -	\$ -		
\$ -	\$ -		
\$ -	\$ -		
\$ -	\$ -		
\$ -	\$ -		
\$ -	\$ -		
\$ -	\$ -		
\$ -	\$ -		
\$ 93.25	1		\$ 93.25
	20% gastos varios		\$ 111.89
	costo por porcion		5.5947

ELABORACIÓN
<p>licuar cilantro, la crema, el vinagre, el pepino y la grenetina hidratada y verter en un molde cuadrado y refrigerar un día. Cortar rebanadas de pan en forma diagonal de un grosor de 1 cm. Bañar con un poco de aceite de oliva y hornear hasta que este crujiente. formar rosas de salmon</p>













## Calimocho



	TIPO	cocteles	Porciones:	2												
	Nombre:	<b>Calimocho</b>														
	<b>Ingredientes</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unidad</b>			<b>Costo unitario</b>	<b>Costo por porción</b>	<b>Ventas</b>	<b>Costo total</b>							
	refresco de cola	0.15	lt			\$ 11.00	\$ 1.65									
	vino tinto LA CETTO	0.15	lt			\$ 99.00	\$ 14.85									
	hielo	0.25	kg			\$ 4.00	\$ 1.00									
			lt				\$ -									
			kg				\$ -									
							\$ -									
							\$ -									
							\$ -									
							\$ -									
							\$ -									
							\$ -									
							\$ -									
							\$ -									
						\$ -	\$ -									
						\$ -	\$ -									
						\$ -	\$ -									
						\$ -	\$ -									
						\$ -	\$ -									
						\$ -	\$ -									
						\$ -	\$ -									
						\$ -	\$ -									
						\$ 17.50	1	\$ 17.50								
						20% gastos varios		\$ 21.00								
						costo por porcion		10.5								
						precio de venta		\$ 31.50								
						utilidad		\$ 21.00								
<b>ELABORACIÓN</b>																
Disuelve la azucar en el zumo de limon y el agua mineral. Agregar el hielo picado en la copa coctelera y agregar el vino despues agregar la mezcla anterior																









### Formato de solicitud de insumos

SOLICITUD DE INSUMOS		BAR	
fecha de solicitud:		fecha y hora de entrega:	
INGREDIENTE	CANTIDAD SOLICITADA	UNIDAD	OBSERVACIONES
jugo de naranja	2	lt	jumex
limon			
naranja			
refresco de cola			
sprite			
manzana lift			
agua mineral			
ginger ale			
hielos			
azucar			
granadina			
agua embotellada			
jarabe natural			
pera			
fresas			
	RECIBIDO:		

SOLICITUD DE INSUMOS		COCINA	
fecha de solicitud:		fecha y hora de entrega:	
INGREDIENTE	CANTIDAD SOLICITADA	UNIDAD	OBSERVACIONES
zanahoria	20	lt.	Tetrapack
pepino			
cebolla			
jengibre			
flor de jamaica			
cilantro			
romero			
albahaca			
ajo			
jitomate cherry			
limon			
higo confitado			
papas cambray			
jitomates			
calabaza			
pimiento rojo			
chile morita			
chile negro			
chile pasilla			
platano macho			
canela			
pasas			
aljonjoli			
apio perejil			
almendras deshidratadas			
aceituna negra			
aceituna verde			
harina			
azucar			
leche			
mantequilla			
queso gorgonzola			
queso feta			
queso de cabra			
queso cotija			
queso gruyere			
queso de cabra			
mayonesa			
yogurt natural			
crema lincott			
huevos			
camaron			
pulpo			
chambarete de cerdo			
ostiones ahumados			
salmon ahumado			
pechuga de pollo			
filete de res			
mostaza			
aceite de oliva			
vinagre de vino blanco			
queso brie			
jamon serrano			
callo de hacha			
tocino ahumado			
carcasa de pollo			
chile mulato			
manteca de cerdo			
chile de arbol seco			
tablilla de chocolate			
fecula de maiz			
queso parmesa			
higo confitado			
ate de membrillo			
pierna selva negra			
queso manchego			
zazamora			
nieve de vainilla			
chocolate semi amargo			
arandano azul			
leche condensada			
crema de leche			
	RECIBIDO:		

### **Bibliografía**

- Morfin María del Carmen, Administración de comedor y bar, México D.F. 2006.
- S Jackson Ronald, Wine Science, California, Elsevier Inc 2008
- Pelaz Carlos Potres, el mundo del vino, Mallorca Barcelona Larousse, 2013.
- Gerschman Rodolfo, Guía de catadores del vino mexicano, México Distrito Federal, Planeta, 2014.