

REPOSITORIO ACADÉMICO DIGITAL INSTITUCIONAL

Plan de Negocios: “Las Catrinas”

Autor: Daniela Hernández Rivera

Tesina presentada para obtener el título de:
Lic. En Gastronomía

Nombre del asesor:
Ireri Tzitziki Jacobo Villaseñor

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 GASTRONOMIA

Plan de Negocios: “Las Catrinas”

TESINA

Que para obtener el título de:

“LICENCIADA EN GASTRONOMÍA”

PRESENTA:

DANIELA HERNÁNDEZ RIVERA

ASESOR:

L.A.E.T. IRERI TZITZIKI JACOBO VILLASEÑOR

MORELIA MICHOACÁN, 2014.

Dedicatoria

A Dios,

Por permitirme con su ayuda superar todos los momentos difíciles, dándome la paciencia y sabiduría necesaria.

A mi Abuelita Carolina,

Por enseñarme que en la vida existen prioridades, que la escuela siempre es primero que todo.

A mi Mamá,

Porque con su ejemplo del día con día me ha enseñado a ser una persona fuerte, por su apoyo y amor incondicional; además de que de cada experiencia de la vida se puede aprender y sobresalir.

A mi Papá,

Por ayudarme a enfrentar la vida sin miedo y con su ayuda e logrado formar carácter.

A Luis y Diana,

Porque a pesar de las grandes diferencias que existen entre nosotros como hermanos, sabemos respetar la individualidad de cada uno; además de que con el amor que nos tenemos hemos podido afrontar las adversidades.

A L.A.E.T. Ileri Tzitziki Jacobo Villaseñor,

Por confiar en mí y mis capacidades; por guiarme durante todo este proceso.

A mis amigos, Many, Rosalba, Fernando, Neftali, Joel, Abby y J. Manuel.,

Por estar conmigo en los buenos y malos momentos, por darme su aliento cuando más lo necesite, por entender que no todo en la vida es fiesta (algunas bastante buenas ja ja ja) y echarme porras en el trabajo y por que pase lo pase se que siempre estarán ahí para mí.

Tabla de contenido

Introducción.....	6
Antecedentes.....	6
Problema.....	8
Objetivos y propósitos.....	9
Justificación.....	10
Capítulo I El Concepto del Restaurante.....	12
Tipo y Categoría del Restaurante.....	12
Imagen e Identidad Corporativa.....	13
Logotipo.....	13
Ambientación.....	16
Decoración.....	16
Plaque y Cristalería.....	16
Muebles.....	17
Iluminación.....	17
Música.....	18
Apariencia Física del Personal.....	19
Uniformes.....	20
Política Básica y Directrices.....	21
Misión.....	23
Visión.....	23
Valores.....	24
Filosofía.....	25
Tipo de Servicio.....	26
Áreas Funcionales del Establecimiento.....	28
Plano Arquitectónico del Restaurante.....	29
Cocina.....	32
Barra y Comedor.....	33
Almacén.....	33
Equipo de cocina.....	33
Insumos.....	35

Limpieza	35
Sanitarios.....	36
Estacionamiento.....	36
Marco teórico-legal.....	36
Capítulo II Desarrollo Humano.....	39
Liderazgo y Autoridad	40
Organigrama y Línea de Mando	41
Reclutamiento y Selección de Personal	44
Sueldos y Prestaciones	52
(Ver Tabulador de Salario en Anexos.....)	55
Reglamentó Interno.....	55
Programa de Capacitación.....	60
Políticas de Capacitación.....	60
Programa de Capacitación de Nuevos Empleados.....	61
Capitulo III Satisfacción del Cliente	63
Investigación de mercados	64
Análisis mercado	64
Definición de Mercado.....	64
Estudio de mercado.	64
Mezcla de mercadotecnia.....	66
Gestión de la Mezcla de Mercadotecnia	70
Desarrollo de Estrategias de Promoción	70
Capitulo IV Gerencia y Administración	78
Balance general inicial	78
Conclusiones Generales	79
Fuentes de Información	80
Índice de Anexos	81

Introducción

La industria de restaurantes es un reflejo directo de los cambios de la sociedad en la cual operan. La sociedad ha cambiado a un orden social más avanzado y más complicado que implica un movimiento que se aleja de los alimentos producidos en masa para dar paso a alimentos producidos para las masas porque las exigencias de los usuarios han cambiado.

La forma de alimentarse variará con el correr de los tiempos, ya que cada día las personas piensan más en su salud y la selección de los alimentos se basa en éste concepto. Es por esto que se está comenzando a desarrollar un nuevo estilo de consumo basado en la comida gourmet, cada vez fabricada con productos más frescos, y orgánicos.

En el mundo moderno las personas buscan más aquello que les place y les produce goce, como la buena comida. Salir a comer o almorzar se volvió cotidiano, dejó de ser algo para celebrar. En las grandes ciudades del país, la gente trabaja lejos de sus casas y encuentra en el restaurante un espacio para socializar y hacer negocios.

Antecedentes.

El plan de negocios, es un documento que especifica, en lengua escrita, un negocio que se pretende iniciar o que ya se ha iniciado. En él se expone el propósito general de una empresa, y los estudios de mercado, técnico, financiero y de organización, incluyendo temas como los canales de comercialización, el precio, la distribución, el modelo de negocio, la ingeniería, la localización, el organigrama de la organización, la estructura de capital, la evaluación financiera, las fuentes de financiamiento, el personal

necesario junto con su método de selección, la filosofía de la empresa, los aspectos legales, y su plan de salida¹.

Generalmente se considera que un plan de negocio es un documento vivo, en el sentido de que se debe estar actualizando constantemente para reflejar cambios no previstos con anterioridad. Un plan de negocios razonable, que justifique las expectativas de éxito de la empresa, es fundamental para conseguir financiación y socios capitalistas.

El Plan de Negocios es un documento estratégico con dos funciones fundamentales:

1. Determinar la viabilidad económica- financiera del proyecto empresarial.
2. Va a suponer la primera imagen de la empresa ante terceras personas.

Las principales aplicaciones que presenta un Plan de Negocios son las siguientes:

- Constituye una herramienta de gran utilidad para el propio equipo de promotores ya que permite detectar errores y planificar adecuadamente la puesta en marcha del negocio con anterioridad al comienzo de la inversión.
- Facilita la obtención de la financiación bancaria, ya que contiene la previsión de estados económicos y financieros del negocio e informa adecuadamente sobre su viabilidad y solvencia.
- Puede facilitar la negociación con proveedores.
- Captación de nuevos socios o colaboradores.

En México, la industria restaurantera está regulada por la Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados (CANIRAC), sin embargo, cuando se habla del negocio de la comida, las estadísticas del sector restaurantero en

¹ Planes de negocio, como una herramienta de planificación para las nuevas empresas. Octubre, 2008. (PDF).

nuestro país, señalan que existen 242 mil establecimientos formales, sin contar los que no están registrados o que no operan dentro de hoteles, hospitales, parques temáticos, zoológicos, auditorios y tiendas departamentales, entre otros; generando casi 1 millón 400 mil empleos en este sector².

Es importante aclarar que esta industria está sujeta a la estabilidad económica y social del país, y aun así vive con amenazas constantes como la vulnerabilidad en las materias primas y los cambios drásticos en las tendencias de los hábitos de consumo.

La industria restaurantera es la más importante consumidora de productos agropecuarios, del mar y de productos fabricados en las empresas de transformación en México, tales como mobiliario, equipos de cocina, cubiertos y otros.

Problema

Es importante señalar que para sobrevivir a la competencia se deben poner en juego varios elementos. La buena operación de un restaurante significa estar sensible a las necesidades de los consumidores. “Si tú viajas de negocios y buscas un restaurante, quieres buena ubicación y buenos servicios, aunque la comida no sea la mejor. Si vas de vacaciones y con la familia, buscas comida regional no importa que el lugar sea ruidoso, que tengas que esperar media hora para comer, o que te atiendan mal, si la comida lo vale, el negocio funciona”.

La industria restaurantera enfrenta otro problema, común en muchas de las áreas empresariales de nuestro país. Hay un grave problema en el sentido de que mucha gente no está del todo profesionalizada, sino que se hicieron a base de experiencia, que es importante, pero también hay muchas otras cosas que se pueden aprender en talleres, cursos y conferencias que no se aprenden en el día con día. El sentido de la

² Estadísticas tomadas del sitio web de CANIRAC.

profesionalización es vital en estos tiempos, esto debido a la cada vez mayor competencia entre grandes cadenas extranjeras de alimentos en nuestro país.

El siguiente obstáculo que tiene que librar la industria es el del comercio informal, por ejemplo en la Ciudad de México, donde el número de puestos de alimentos que no cumplen con los requisitos de ley, es abismal. El comercio informal en este sentido es malo por lo general, además de que genera problemas de salud. Esto sin mencionar que es una competencia desleal totalmente.

A pesar de todo, el negocio de los restaurantes seguirá creciendo y generando nuevas oportunidades para los emprendedores que quieran hacer de la comida, una forma de vida.

CANIRAC, dentro de su apartado de estudios acerca de la industria restaurantera no dice que la inversión para un restaurante depende de si se hará de manera independiente o por medio de una franquicia.

- Franquicia: El costo va entre 1 y 2 millones de pesos, con un retorno de inversión de 2 a 3 años.
- De manera independiente: 300 mil pesos, con un retorno de inversión que puede ir de 1 a 2 años.

Para “Las Catrinas” se realizara una inversión independiente (fondo de ahorro personal, más préstamo familiar) de \$737,000.00 pesos m/n; con un retorno de inversión aproximado de 2.5 años.

Objetivos y propósitos

Diseñar un plan de negocios, con el fin de ayudarnos en el montaje y gerencia de un restaurante, incluyendo las nuevas tendencias gastronómicas.

1.- Se realizara una investigación constante de los clientes, que nos permita identificar las características y sus necesidades.

2.- Debemos satisfacer con un excelente servicio las necesidades de nuestros clientes.

3.- Brindaremos una nueva manera de disfrutar de los diferentes y exquisitos platos, dentro de un ambiente agradable y relajado.

“Las Catrinas”, nacerá en el 2015 y comenzará su andadura como el restaurante-bar preferido por los jóvenes; y en los años posteriores, siguiendo el plan de expansión de mercado a modo de sucursales, estaré presente con mi restaurante-bar en las principales ciudades del país.

Será un restaurante-bar, joven y dinámico, con una excelente imagen corporativa y con un crecimiento constante (expansión), con lo cual debe convertirse en una de las principales *lovemark* (marca preferida) del país.

Justificación

Este tipo de negocio, como muchos otros requiere de atención total y arduo trabajo: extenuante elección de proveedores, de empleados y su organización; abrir temprano y cerrar tarde, además de estar siempre de buen humor para atender al cliente. Claro está que no sólo se trata de tener muy buen sazón, amable sonrisa y capital.

Es importante considerar también, si se iniciará de manera independiente o a través de una cadena o franquicia. En las últimas opciones se cuenta con la gran ventaja de que le ofrecen resultados teórico-práctico administrativo positivamente comprobado, asegurándole con ello al cliente, una alta calidad en los productos y servicios.

Por otro lado, los restaurantes independientes, también tienen sus ventajas contra las cadenas y franquicias, y es que en su gran mayoría, son pequeñas y medianas empresas (PYMES), dirigidas por sus propietarios y familiares, lo que les permite tomar decisiones inmediatas de capacitación, asesoría y consultoría para un mayor crecimiento y desarrollo.

Capítulo I El Concepto del Restaurante

Tipo y Categoría del Restaurante.

Valencia Jorge (1998) “Los restaurantes temáticos son establecimientos en el cual la decoración y demás complementos del local están en sintonía con el producto ofertado, como atracción principal de los clientes; además de que son bastante fáciles de ubicar”.

Hasta ahora parece ser que en estos negocios lo que recompensa es la estética sobre la cocina, vendiendo principalmente una experiencia, más que una comida. Se trata de ofrecer al cliente una novedad y una diferencia que distinga al restaurante de cualquier otro.

Indudablemente, la restauración temática es fundamentalmente urbana. La rural suele ser temática por sí sola. Para que un restaurante de éstos triunfe, los requisitos son más bien complicados. Se requieren grandes urbes, calles de mucho paso, locales enormes y una buena ubicación.

Como es obvio, si lo que prima al ir a un restaurante temático es la experiencia, la cocina queda relegada a un segundo plano. Basta con que la comida sea aceptable. Incluso si el nivel gastronómico es excelente, posiblemente al cliente no le importe demasiado, ya que hay demasiada gente con poco paladar y muchas ganas de presumir de haber estado en un sitio con glamur, en que se vende un conjunto de sensaciones aparte de la mera alimentación o el deleite del gusto.

“Las Catrinas” estará ubicado en el Estado de Michoacán, específicamente en la Región Oriente; conocida también como Región País de la Monarca en el municipio de Zitácuaro; se decidió ubicar en dicha ciudad por que el número de restaurantes establecidos en bajo, además, gracias a que es un establecimiento temático no existen competidores directos.

Imagen e Identidad Corporativa.

La comida típica mexicana es el estandarte principal de “Las Catrinas”, destacando las diversas regiones gastronómicas en las que está dividido el país.

“Las Catrinas” será un restaurante enfocado a gente joven; su imagen está basada en las catrinas de barro que son elaboradas de manera artesanal en el poblado de Capula (Municipio de Morelia); cuya versión original es un grabado en metal con autoría del caricaturista José Guadalupe Posada.

En “Las Catrinas” buscamos representar el buen humor, la alegría, la juventud, la confianza y amabilidad, y por último el deseo y pasión por la vida con unas gotas de esperanza.

Los platos de “Las Catrinas” serán servidos dando alusión a la pureza, alegría y pulcritud con la que día a día se labora; todo esto con un pequeño toque de misterio y sobre todo con un estilo característico.

Logotipo.

El logotipo se representan como un objeto visual que posee dos características estructurales: forma y color.

La Forma: definida por la representación de una calavera que hace alusión a las tradiciones mexicanas (día de muertos) así como el plato y cubiertos.

- Calavera: el cual hace referencia a la Muerte, a la representación mexicana de la catrina, hace alusión al personaje mexicano de apariencia europea pero raíces mexicanas. En este caso representando la gastronomía mexicana. Dando fuerza y sentido dentro de la estructura del logotipo como la imagen central.

- Plato y cubiertos: los cuales hacen referencia a la alimentación del ser humano, instrumentos empleados de forma manual para el consumo. Estos representados por un Plato (Circulo), Tenedor y Cuchillo. Elementos que hacen énfasis a la identidad corporativa; en este caso son los elementos clave para la interpretación del logotipo.

El Color: los colores son acorde al mensaje y personalidad de “Las Catrinas”; representado por 3 tonalidades.

- Naranja: (Color Cálido). En México representa el luto Azteca, es común verlo adornando los altares de día de muertos así como flores del mismo color, es un color que está ligado a la alimentación y a nuestra salud emocional, en este caso se representan en los elementos del logotipo como color tradicional.
- Morado: (Combinación de un color cálido y uno frío). Representa la profundidad, el misterio y la sensibilidad a la belleza y los grandes ideales, inspirándonos sensibilidad, espiritualidad y compasión. Tradicionalmente se ha asociado con la realeza en muchas culturas, es el color que refuerza las tradiciones mexicanas en los colores representativos de los festejos de día de muertos.
- Negro:(Neutro) El cual representa el luto, lo oscuro, lo tétrico, en este sentido lo asociamos con el ropaje así como al festejo de dicha tradición representado en la calavera y haciendo definir su forma estructural.

Logotipo “Las Catrinas”, el cual logra una composición coherente con la identidad corporativa entre forma y color, equilibrando y representando un balance entre sencillez, estética y contenido informativo.

Imagen No. 1 Logotipo de “Las Catrinas”.



Ambientación.

Así como la calidad en alimentos y servicio, la imagen visual de un restaurante es uno de los factores más importantes para garantizar su éxito en el mercado. En “Las Catrinas” estamos conscientes de esto y buscamos cumplir con todas nuestras necesidades de ambientación grafica dentro y fuera del establecimiento. La ambientación tendrá un tono un tanto lúgubre, los principales colores a utilizar en las paredes y mobiliario son el morado, naranja y negro; con los que representaremos la tradición mexicana de día de muertos.

Decoración.

La decoración es una disciplina proyectual, un recurso estético, un arte, una profesión y, hoy también, un auxiliar de nuestra calidad de vida. Por definición, busca lograr un entorno agradable y armonioso; un ambiente personal, grato y funcional, recurriendo a la manipulación del volumen espacial y al tratamiento superficial³.

En “las Catrinas” la decoración es ampliamente colorida, la paredes estarán aderezadas con imágenes bastante amplias de catrinas, además de que en el recibidor habrá un escultura de 1.80 mts., en forma de catrina, donde su vestimenta y sombrero con plumas, serán reales.

Plaque y Cristalería.

Los cubiertos o plaque, además de lucir en la mesa con su presencia, son los utensilios que debe utilizar todo comensal para tomar alimentos. Están hechos de

³ Revista Restaura, 2008.

Recuperado de: <http://revistarestaura.com/articulo/disen-y-ambientacion-de-bares-y-restaurantes-cuando-cambiar-la-imagen-de-un-local>

diferentes materiales, el más usado es el acero inoxidable; sus mayores cualidades son su durabilidad y su bajo costo.

La cristalería de “Las Catrina”, será encargada a ProEpta Hotel Collection; porque es una empresa sólida y comprometida.

(Ver en Anexos).

Muebles.

El mobiliario de “Las Catrinas” será en colores claros, entre los materiales con los que se encuentran hechos son: madera, estructuras de metal y diversas telas.

Los diversos muebles serán fabricados por RAK, que una marca de Grupo Industrial Domus, que es líder en la fabricación de mobiliario para industrias gastronómicas en México desde 1964.

Se decidió comprar en RAK ya que ellos garantizan la calidad y durabilidad del mobiliario; además de que cuentan con una gran variedad de diseños, estilos y acabados que se adaptan a nuestro concepto.

(Ver en Anexos la Nota de cotización).

Iluminación.

Utilizaremos la iluminación de ambiente, con la cual daremos luz de manera más general las habitaciones. Este alumbrado será creado por apliques, luces del techo o halógenos; para hacerlas más eficaz multiplicaremos los puntos de luz colocando varias lámparas en la habitación. La sensación será más confortable, además de poder economizar energía, ya que no siempre necesitamos la misma intensidad de luz.

Con la iluminación puntual nos limitaremos a un lugar particular, como: las mesas del comedor, la barra del restaurant, el pasillo del baño, pues se trata de una luz suplementaria que va dirigida hacia un punto concreto de la habitación y que deja otros lugares en la sombra.

Para destacar la entrada del restaurante y algunos elementos decorativos utilizamos la iluminación decorativa. Esta iluminación puntual permite poner en relieve un cuadro o destacar cualquier otro objeto dentro de una habitación. Con la ayuda de este tipo de iluminación, podemos modelar volúmenes y crear sombras, que son dos aspectos muy atractivos de la iluminación en la decoración de interiores.

La iluminación funcional es la que adaptaremos para las actividades de la cocina, baño y pasillo y puerta de proveedores. Es un tipo de luz que posee un papel funcional de comodidad y seguridad.

Música.

Los griegos reconocieron que el uso del sonido de la flauta tocada durante la comida como fondo, podía hacer de la comida una experiencia agradable más allá de una oportunidad para llenar el estómago, y veinte siglos después, los restauranteros siguen coincidiendo que la música es un elemento importante para completar y poder hacer de cada comida una experiencia diferente. (Ursin, 1996).

La música como menciona Ursin (1996), así como el menú, la decoración y los uniformes tienen que ir de acuerdo al concepto del lugar y el humor que los clientes busquen. La música es una sutil pero muy poderosa estimulación psicológica que separará a los clientes leales de los que solo visitaran el establecimiento una sola vez. Tanto la música como el volumen de la misma, que se utilice en los restaurantes tendrán un gran impacto en la satisfacción que el cliente tenga a la hora de visitar algún restaurante. La música es también una herramienta de mercadotecnia importante a la

hora de comprar algo o permanecer un mayor o menor tiempo del planeado en el establecimiento.

Es también importante saber qué tipo de música se utilizara dentro del establecimiento, ya que como se mencionó anteriormente y de acuerdo a Cheryl Ursin, esta debe de ir de acuerdo al concepto del lugar.

(Rohrmann, 2003), aclara en su estudio sobre sonidos en restaurantes, que las personas prefieren música tipo Jazz, pop y rock, en restaurantes durante la hora de comida; además menciona que la música que se utiliza no siempre es la adecuada ya que ésta está basada en los gustos del personal que labora en los restaurantes y no en los gustos de los comensales.

En “Las Catrinas” se contará con canales de música mexicana, hits totalmente en español; y los principales géneros musicales serán: regional, pop y un poco de rock.

Apariencia Física del Personal.

Una buena imagen da confianza a nuestros clientes. Todo influye, un trato cordial y amable, una actitud profesional, unas instalaciones cuidadas y modernas y, como no, nuestro aspecto físico.

Para “Las Catrinas” la apariencia física de su personal es muy importante; dentro de la cocina, en el caso de los hombres el cabello deberá estar corto, sin barba o bigote y uñas recortadas. Para las mujeres el cabello deberá estar totalmente recogido, sin joyas ni maquillaje, además de uñas recortadas y sin esmalte.

En el área de servicio, se prefiere mujeres (meseras y barman) con cabello medio-largo, ya que el peinado es un trenza básica con 3 listones (colores: morado, naranja y negro) en el amarre; un maquillaje discreto y uñas recortadas sin esmalte.

Uniformes.

En la actualidad el uniforme cumple un papel importante que va más allá de simplemente completar la apariencia de un chef de antaño, y sirve para mantener la seguridad de los profesionales de la cocina y los encargados del área de servicio mientras se manejan en el entorno potencialmente peligrosos de una cocina profesional, ajetreada y muy activa.

Hoy en día se utilizan muchos materiales en la confección de uniformes, en “Las Catrinas” preferimos usar el algodón y el poliéster, así como la exclusiva tela cool vent que ayuda a los profesionales de la cocina a mantenerse frescos.

Los uniformes en el área de cocina constan de filipina (color negro y blanco), pantalón a rayas con bolsas (al frente y una atrás); un mandil (4 vistas con bolsa), cofia y zapato anti derrapante.

Para el área de servicio el uniforme consta de camisa (color naranja y rojo), mandil de peto con bolsa, pantalón negro y zapato negro.

(Ver tabla en anexos).

Política Básica y Directrices.

La planeación de “Las Catrinas” se realizara de acuerdo al Programa Moderniza de la Secretaria de Turismo (SECTUR), el cual es consciente de que la mayoría de las empresas turísticas de México son Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES), para lo que determinó diseñar un programa que impactara de manera clara y eficiente en su gestión.

Un programa de capacitación, que facilite a las MIPYMES el incorporar a su forma de operar herramientas efectivas y prácticas administrativas modernas, que les permitan mejorar la satisfacción de sus clientes, mejorar el desempeño de su personal, mejorar el control del negocio; disminuir los desperdicios; incrementar su rentabilidad, a fin de hacer más competitiva a la empresa para que pueda ofrecer servicios de calidad a los turistas y propiciar el desarrollo de una cultura de mejora continua.

Programa de Calidad Moderniza, cuyos principios básicos son:

- Sencillez.- Debe ser entendido y comprendido por cualquier persona que tenga un negocio.
- La Integración como Sistema.- Visualiza al negocio como un todo.
- El Impacto en los Resultados.- Incide en la mejora de los aspectos más relevantes del negocio.
- El Respeto del Ser Humano.- Valora la aportación individual e involucramiento de todo el personal en el esfuerzo.

El Programa tiene las siguientes características:

- Garantizar su aplicabilidad y utilidad tanto en la micro como en la pequeña y en la mediana empresa.
- Generar resultados tangibles (medibles) y contundentes de forma inmediata en el desempeño de la empresa.

- Asegurar que la aplicación del programa se hiciera de forma homogénea y estandarizada en todos los casos y lugares donde se aplicara (evitar la discrecionalidad del consultor).
- Propiciar que el costo de implementación no fuera un impedimento para que las MIPYMES Turísticas se incorporaran al programa.

Mecánica Operativa del Programa.

El Programa tiene una duración mínima de tres meses y máxima de 4 meses, con un total de 70 horas (entre la implementación y la parte teórica); período en el cual las empresas logran resolver gran parte de la problemática que enfrenta la Micro, Pequeña y Mediana Empresa Turística.

Bajo este esquema se realizan en un lapso de 12 semanas (3 meses):

- 6 sesiones de capacitación (de 8 horas cada una).
- 4 visitas de asesoría (seguimiento) por parte del Consultor “M” que esté implementando.
- 1 evaluación para entrega de Distintivos “M” (evaluación cruzada)

Beneficios al Implementar el Programa

Con el Programa Moderniza, las empresas alcanzan beneficios cuantificables en tres líneas fundamentales:

- Elevar la calidad de los servicios y mejorar la atención, para la satisfacción de los clientes.
- Elevar las ventas y reducir los costos, para la satisfacción de los propietarios.
- Humanizar el trabajo, incrementando la participación y por consecuencia elevar la satisfacción de los colaboradores.

Así como:

- La obtención del Distintivo “M”, el cual avala sus servicios como una empresa de alta calidad.
- La promoción en Internet a todas aquellas empresas que hayan obtenido el Distintivo "M".

Con esta planeación también buscamos definir la Misión, la Visión y los Valores que serán seguidos por todos y de a dónde queremos llegar en un periodo a largo plazo y con excepción de que la visión que debe ajustarse en periodo de 1, 3 ó 5 años, la misión y los valores, cambian poco con el paso del tiempo.

Misión.

La misión es la razón de ser de la empresa, es el motivo por el cual existe; así mismo es la determinación de las funciones básicas que la empresa va a desempeñar en un entorno determinado para conseguir dicha misión.

Por tal motivo Catrinas establece que su misión es:

“Ofrecer a nuestros clientes un establecimiento puramente mexicano, con una oferta de platillos de la más alta calidad y estrictos procesos de elaboración; todo esto dentro de un excelente ambiente”.

Visión.

La visión se refiere a lo que la empresa quiere crear, la imagen futura de la organización; la cual realiza formulando una imagen ideal del proyecto y poniéndola por

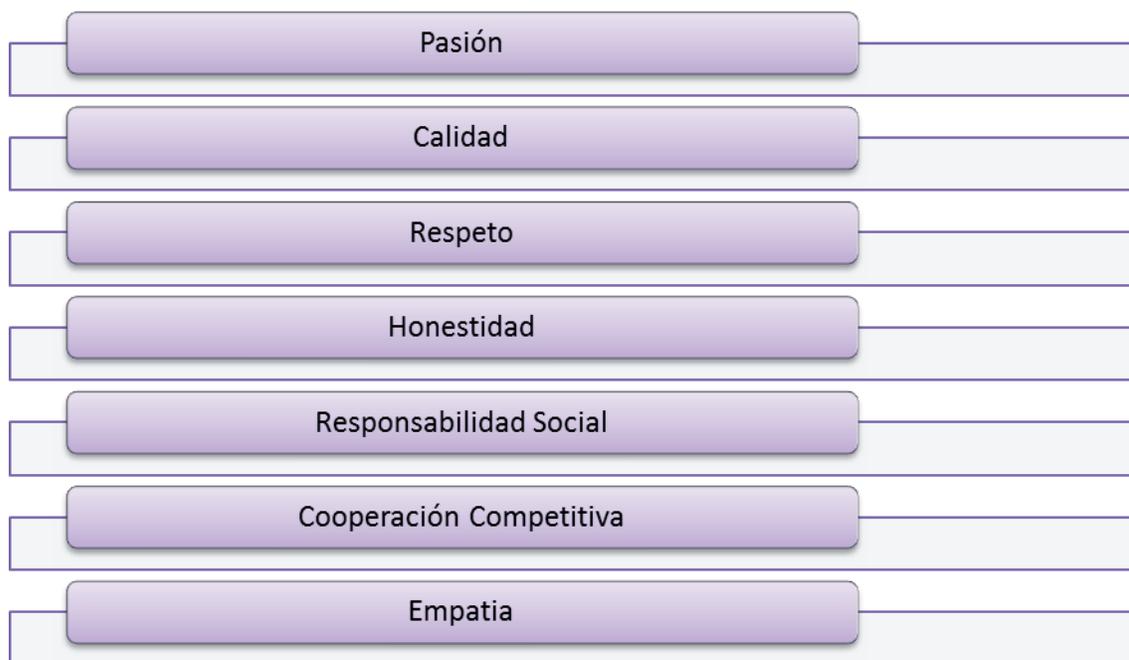
escrito, a fin de crear el sueño (compartido por todos los que tomen parte en la iniciativa) de lo que debe ser en el futuro la empresa.

“Lograr y mantener el éxito de nuestro restaurante a través del gusto de nuestros clientes”.

Valores.

Los valores nos ayudarán a desarrollar una estructura integral en nuestro equipo de colaboradores, dentro de un ambiente de profesionalismo y entusiasmo.

Imagen No. 2 Valores Fundamentales de “Las Catrinas”.



Pasión: hacer las cosas con la idea y el sentimiento de lograr lo propuesto; con nuestros productos buscamos la satisfacción propia y la de nuestros clientes.

Calidad: es una constante en los productos que ofrecemos, ya que cuidamos todos nuestros ingredientes desde su recolección hasta que llegue a su consumidor final, nuestro cliente.

Respeto: reconocer y ser considerado con las personas y cosas que nos rodean; ya que todo tiene un valor por sí mismo.

Honestidad: ser transparentes con nuestros clientes y colaboradores, otorgar lo que se ofrece; no prometer si no podemos cumplir. Este valor nos compromete a ser consistentes con lo que ofrecemos, además, de que es un compromiso con nuestros clientes.

Responsabilidad Social: representa realizar bien nuestro trabajo, reafirmando nuestros valores éticos, cumplir el compromiso con nuestros clientes y proveedores, respetar la legislación vigente y cuidar los recursos naturales y el medio ambiente

Cooperación Competitiva: unir fuerzas con otros restaurantes para poder crear lazos que nos permitan ser mucho más eficaz que el trabajo solo.

Empatía: ponernos en los zapatos de nuestros clientes y hacer las cosas como deseamos sean hechas para nosotros.

Filosofía.

“Nuestra filosofía es llegar al corazón de nuestros clientes apostando por un trabajo continuo en el desarrollo de nuevos productos, capacidad de adaptarse a las nuevas tendencias y un capital humano como modo de captar el factor emocional y conseguir que la pasión vaya más allá de la razón”.

Tipo de Servicio.

Los restaurantes constantemente son evaluados desde 2 criterios: calidad en la comida y calidad en el servicio.

El servicio al cliente es un factor determinante para el éxito de un restaurante y existen algunos consejos que nos ayudan a lograrlo.

Trato amable

- Debemos mostrar amabilidad con el cliente bajo cualquier circunstancia.
- Siempre debemos saludarlo, darle la bienvenida, mostrarle una sonrisa sincera y darle las gracias.
- Siempre debemos mostrarnos servicial y atentos a cualquier cosa que requiera.
- Nunca debemos discutir con él. Ante algún reclamo o queja siempre debemos procurar darle la razón, pero cuando ello no sea posible, decirle amablemente que esta vez no compartimos su posición.
- Siempre debemos procurar ser flexibles y otorgarle algunas concesiones, por ejemplo, cuando nos pida modificar algún plato o menú, o cuando nos pida pagar con otra moneda diferente a la usual.

Mostrar interés

- Siempre debemos mostrar interés y ser solícitos con el cliente.
- Apenas ingrese al restaurante, debemos acercarnos a él, darle la bienvenida y seguirlo hasta que tome alguna mesa.
- Luego, debemos ponerles los cubiertos y darles la carta del menú.
- Podemos demorarnos un poco en servirle su pedido, pero si un cliente entra a un restaurante y ve que nadie se le acerca o que no le ponen los cubiertos rápidamente, puede sentirse ignorado y llevarse una muy mala impresión.

Higiene

- La higiene o limpieza en un restaurante es un factor fundamental. Basta con que el piso de la cocina haya desperdicios (en caso de que ésta pueda ser vista por los clientes), o que los baños estén sucios, para que se genere el rechazo del cliente y para que probablemente no vuelva a visitarnos.
- En el caso de los restaurantes, la higiene o limpieza debe ser obsesiva, el comedor debe estar totalmente limpio, debemos evitar cualquier papel en el piso, la cocina debe estar limpia (sobre todo, si puede ser vista por los clientes desde el comedor), y los baños deben de limpiarse constantemente.
- Pero la higiene no solo debe estar presente en el local, sino también en nuestro personal, el cual debe estar bien presentado y aseado, con el uniforme limpio, las uñas recortadas y el cabello recortado o amarrado.

Rápida atención

- En el caso de los restaurantes la rapidez en la atención también es muy importante, aunque ésta dependerá del tipo de restaurante que tenemos y del tipo de público al cual va dirigido.

En el caso particular de “Las Catrinas”, el enfoque será de tipo juvenil (25 a 45 años), por lo cual podemos demorar un poco la salida de los platos, ya que los clientes que suelen acudir a este tipo de restaurantes, además de la buena comida, buscan pasar un rato agradable.

Pero tampoco debemos exagerar, recordemos que no hay nada más molesto para un cliente en un restaurante que tener que esperar demasiado por su pedido.

En “Las Catrinas” el servicio que implementaremos será el tipo americano; este servicio se caracteriza por que los platos y entremeses son servidos desde la cocina y se trasladan en bandejas hasta la mesa; los platos y bebidas son servidos y retirados por la derecha, a menos que molesten al cliente; por encima de todo debemos recordar que este procedimiento debe facilitarnos el servicio.

La ventaja más grande con la que cuenta este servicio es que muy rápido, y requiere de un menor número de meseros, por lo cual es más barato. Aunque también existen desventajas y una de ellas es que los meseros deben conocer todos los ingredientes además de las guarniciones y los condimentos; un mesero con poca experiencia puede dejar en duda la calidad de nuestro restaurante.

Áreas Funcionales del Establecimiento.

Una vez determinado el menú, la calidad, la variedad, el número de platillos y la cantidad que se servirá, definirá el espacio requerido para la instalación del equipo y la realización efectiva del trabajo de producción. No hay una regla general que determine el número de metros cuadrados que deban asignarse a cada área de la cocina, pero hay que tomar en cuenta la localización de los comensales y el tipo de servicio elegido.

Entendemos como diseño al tamaño, forma, estilo y decoración del área utilizada para el servicio de alimentos y los espacios relacionados con el mismo.

La distribución se refiere a los arreglos para localizar las áreas relacionadas entre sí durante la producción.

El espacio de las áreas se determina por el número de empleados, el equipo requerido y el trabajo en sí mismo.

La disposición de una cocina de una manera profesional, logra: incrementar la productividad, aumenta las ventas, los clientes regresan y los empleados se sienten orgullosos de su trabajo y de la empresa. Así mismo disminuyen los costos, la rotación de personal y los accidentes de trabajo.

Los principios básicos para el diseño y la distribución son:

- 1.- Proveer continuamente de las materias primas.
- 2.- Tener todas las áreas de operación en el mismo piso.

- 3.- Minimizar las distancias entre cocina y lugar de servicio.
- 4.- Definir las áreas de producción.
- 5.- Considerar el espacio del tráfico de personal.
- 6.- Proveer de buenas condiciones de trabajo al personal (iluminación, temperatura, ruidos y ventilación).
- 7.- Servicios sanitarios y de seguridad.

Plano Arquitectónico del Restaurante.

El terreno en el cual estará construido “Las Catrinas” es una superficie rectangular con una extensión de 10 metros de frente por 25 metros de fondo.

A continuación se presenta el plano arquitectónico general de lo que será el establecimiento; en él se muestran completamente definidas las áreas de: estacionamiento, sanitarios, cocina, almacén, barra y área de piso.

Imagen No. 3 Plano General de “Las Catrinas”

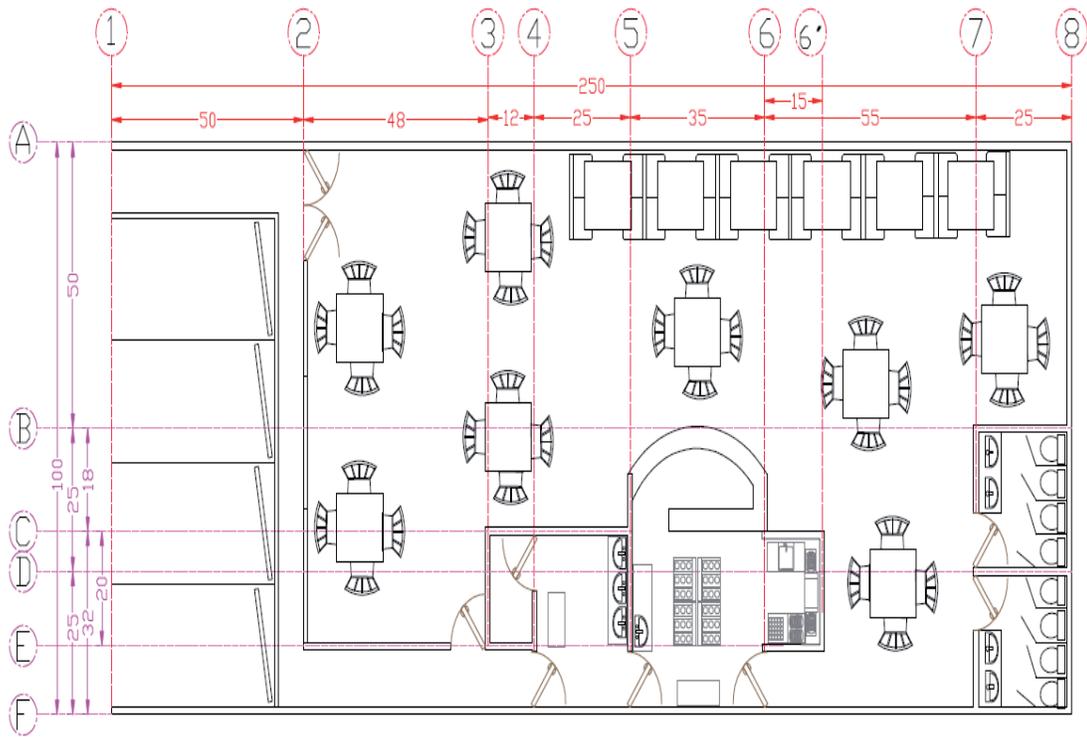


Imagen No. 4 Almacén, Cocina y Barra de “Las Catrinas”

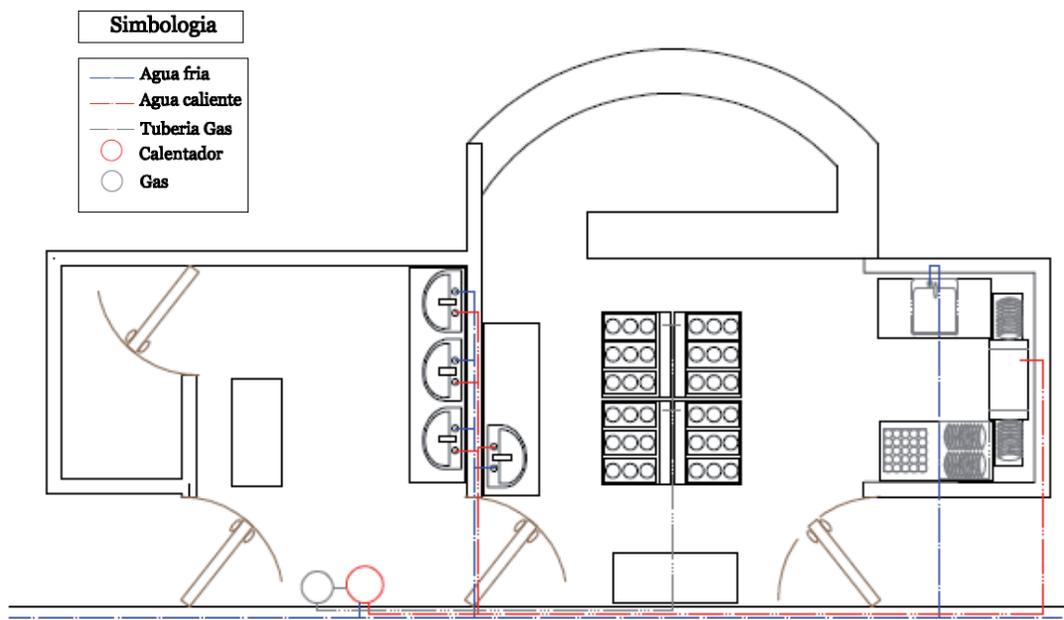


Imagen No. 5 Estacionamiento de “Las Catrinas”

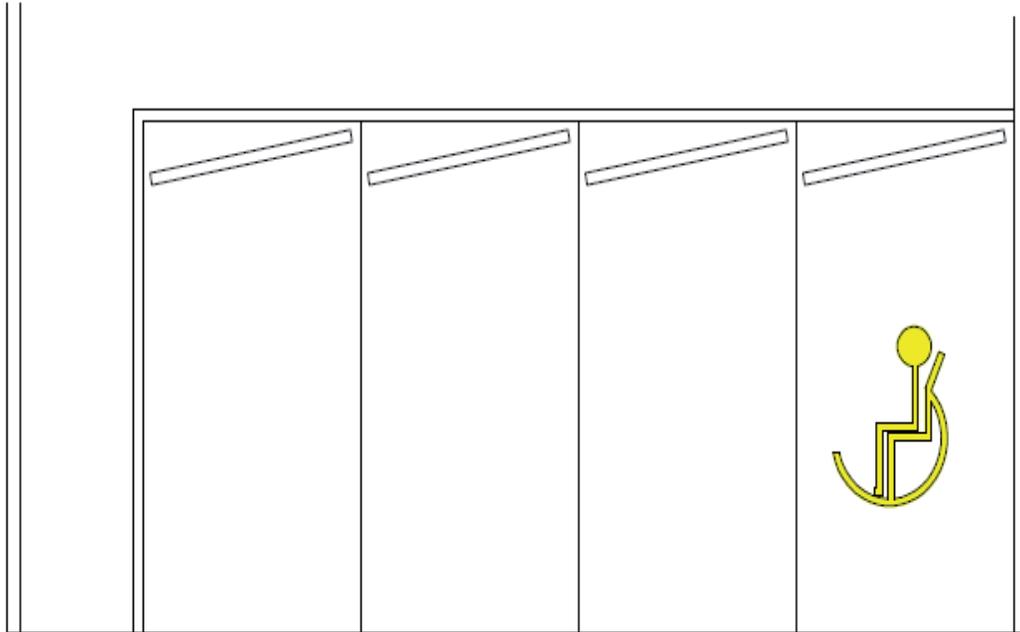
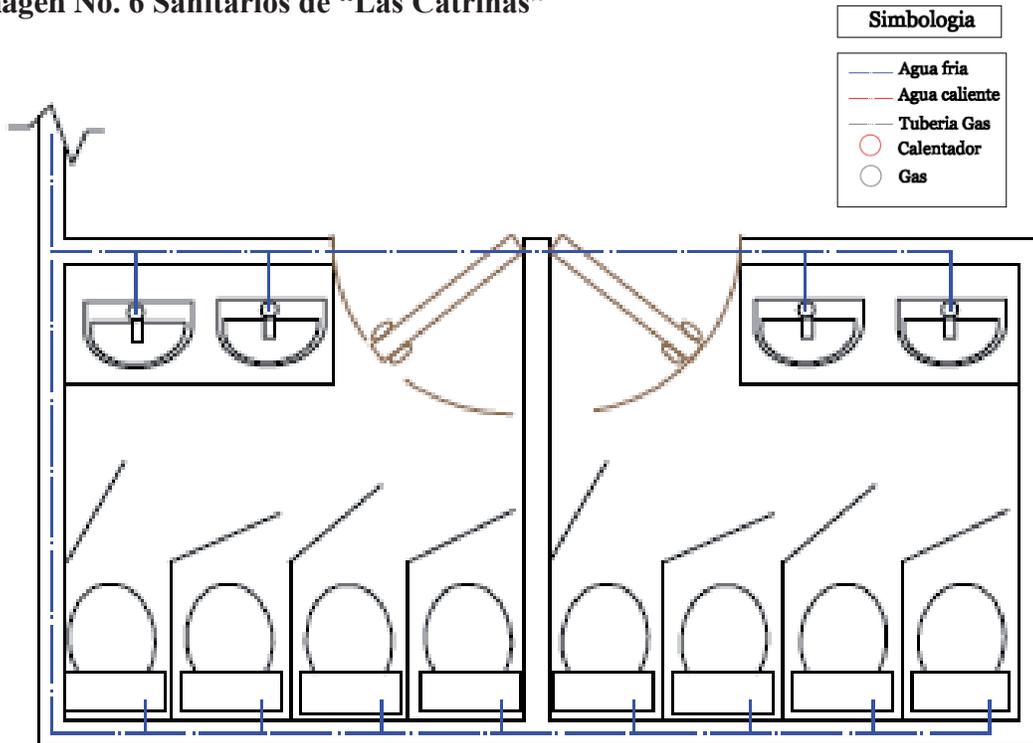


Imagen No. 6 Sanitarios de “Las Catrinas”



Cocina.

Cocina Caliente

Es en donde se lleva a cabo la preparación de todos los alimentos que requieren una cocción previa para ser servidos, y de la terminación de los mismos. Se preparan caldos, fondos, sopas, salsas calientes, entradas, verduras, guarniciones, asados, cocidos al vapor, horneados, frituras, rostizados y recalentados.

Cocina Fría

En ocasiones la preparación de los alimentos se realiza en esta zona, la cual se comprende de cuatro áreas principalmente:

- Desempacado
- Verduras y legumbres
- Frutas
- Carnes, pescados y embutidos
- También se utiliza esta área para preparación de los cortes y porciones de carnicería

En esta área se preparan y confeccionan platillos fríos como son: salsas, cocteles, ensaladas, entremeses y postres. Se incluye el proceso de todos los platillos que se sirven fríos. En algunas ocasiones se preparan los alimentos casi totalmente terminado su proceso momentos antes del servicio.

Repostería

Se encarga de preparar y terminar toda la panadería, pastelería, confitería y postres. No tiene relación directa con las otras áreas de la cocina. Los productos que procesa son transportados directamente a la unidad de servicio, por lo que conviene esté cerca del comedor.

Barra y Comedor.

La barra tendrá forma de medio círculo y se conecta directamente con cocina; sus medidas son: 1.8 metros por 3.5 metros.

El comedor es el área más grande del establecimiento, en se encuentran 6 booths con capacidad de 4 a 6 personas cada uno; además se cuenta con mesas cuadradas para 4 a 8 personas.

Su medida es de 8.8 metros de frente por 20 metros de fondo.

Almacén.

El almacén está diseñado con 2 accesos; uno es el proveedores, lo cuales entraran por un pasillo; y el otro acceso es por la cocina. Dentro de este encontraran las tarjas de lavado, el cuarto frio y todos los anaqueles donde se deberán depositar todo el producto recibido mediante el sistema PEP'S. Su extensión es de 2 metros por 3.7 metros (cuarto frio de 2metros por 1.2 metros).

Equipo de cocina.

Equipo mayor

Son aquellos en los cuales los alimentos son sometidos a determinado método de cocción.

(Ver tabla en anexos).

Equipo de conservación

La temperatura controlada se utiliza para almacenar y mantener en buen estado la materia prima perecedera. La refrigeración mantiene los alimentos de uso diario a una

temperatura positiva y el congelador los conserva un tiempo más prolongado a una temperatura negativa.

(Ver tabla en anexos).

Equipo de apoyo.

En este equipo se realizan las preparaciones y almacenamiento de la materia prima, también se lavan y desinfectan verduras y en algunos casos otros utensilios, éste debe ser adecuado al lugar para facilitar la producción. La distribución de dicho equipo deberá ser apropiada al espacio.

(Ver tabla en anexos).

Equipo rodante.

Se utiliza para la transportación de diversos materiales como alimentos, loza, plaqué y cristalería; este tipo de equipo es adecuado pues facilita y aminora el tiempo de transporte ahorrándose espacio.

(Ver tabla en anexos).

Equipo eléctrico.

Facilita una ágil producción y proceso de diversos alimentos, ya que funcionan por medio de energía aminorando el trabajo físico y el tiempo de preparación.

(Ver tabla en anexos).

Equipo de medición.

Es aquel que sirve para la medición de materias primas y con ello lograr un gramaje adecuado para obtención de un buen resultado en la elaboración de diversos platillos; existe una gran variedad de éstos para necesidades específicas.

(Ver tabla en anexos).

Equipo Menor

Utensilios

Son aquellos instrumentos normalmente pequeños, usados para las diferentes preparaciones dentro de la cocina. Presentan distintas características de acuerdo al alimento que se procesara.

Insumos.

Al hablar de insumos o materias primas, debemos darnos cuenta que realmente hablamos de los ingredientes que se utilizarán para elaborar nuestros platillos. Además, debemos de tomar en cuenta que solo debemos comprar la cantidad necesaria para evitar desperdicios y/o mermas; de esta manera es más fácil controlar nuestros costos.

(Ver recetario costado en anexos).

Limpieza.

Para la limpieza en “Las Catrinas” se utilizaran productos de Grupo NOBAK de Occidente; son una empresa mexicana fabricante de productos químicos para higiene, limpieza, mantenimiento y cuidado personal, comprometida con la calidad, el medio ambiente y el servicio eficiente. Durante 24 años, han puesto a disposición de sus clientes las soluciones más eficientes.

(Ver tabla en anexos).

Sanitarios.

El área destinada para los sanitarios quera en la parte posterior del establecimiento, los inodoros cuentan con un sistema ahorrador de agua; el lavamanos contará únicamente con agua fría. Sus medidas son de 5 metros de frente por 2.5 metros de fondo.

Estacionamiento.

Se encuentra en la parte frontal del establecimiento, cuenta con 4 lugares y 1 destinado para personas con capacidades diferentes con su respectiva rampa. Sus medidas son de 10 metros frente por 5 metros fondo.

Marco teórico-legal

Según las leyes mexicanas, se otorgan licencias a 4 tipos de establecimientos. La diferencia viene por el tipo de impacto, vecinal o zonal, que tiene en la ciudad y la sociedad; todos deben tener bien separadas las áreas de fumar y no fumar, siendo la primera necesariamente al aire libre.

La clasificación es la siguiente:

TIPO A: Incluye a cantinas, expendios de cerveza, licorerías, pizzerías, restaurantes, tiendas de autoservicio (tipo a), salas de recepciones, salones de baile.

Costo de la Licencia: \$3,742.

La reglamentación a cubrir para poder comenzar a operar un restaurante puede agruparse en 5 bloques, por la dependencia que expide cada documento.

Ayuntamiento Municipal

El ayuntamiento de cada municipio expide los permisos necesarios para poder hacer uso de espacios e instalaciones. Los principales documentos y permisos que expide el ayuntamiento son:

- Certificado de Uso de Suelo: es el permiso que se pide a las autoridades para utilizar y/o explotar un espacio determinado en la ciudad.; es necesario contar con Acta Constitutiva, en caso de ser persona moral o tener el Alta de Hacienda, como persona física.
- Licencia de Construcción: es el permiso que se expide para poder edificar en dicho espacio o una obra civil.
- Licencia de Funcionamiento: es el acto administrativo que emite la Delegación, por el cual autoriza a una persona física o moral a desarrollar actividades comerciales o de servicios, consideradas por la Ley como giros de Impacto Vecinal o Zonal.
- Declaración de apertura: es el acto por el cual un particular, ya sea persona física o moral, hace del conocimiento de la autoridad que va a iniciar actividades comerciales o deservicios en un establecimiento mercantil determinado.
- Licencia de anuncios: tramitar esta licencia permite obtener el permiso para colocar un anuncio publicitario y/o denominativo en una ubicación específica. Existen distintos tipos de anuncios: adosados a la pared, luminosos, de bandera, de azotea, espectaculares, etc.

Secretaria de Salud

La Secretaría de Salud expide una Determinación Sanitaria, que avala que el establecimiento cumple con las normas necesarias, redactadas en 102 puntos a cubrir, para la correcta manipulación de alimentos, así como también la venta de bebidas alcohólicas. (Sin Costo).

Protección Civil

El Departamento de Protección Civil marca una serie de normas para que el restaurante funcione otorgando la seguridad de que sus usuarios estarán protegidos bajo cualquier circunstancia, ya sea natural o provocada, en el interior del establecimiento. Esto incluye salidas de emergencia, de evacuación y puntos de reunión, etc. Según el gobierno del estado de Michoacán dice que los establecimientos donde se brinde un servicio o se venda un producto deben de contar con un manual de protección civil. (Sin Costo).

Departamento de Bomberos

Es necesario informar al Departamento de Bomberos acerca de las precauciones que se deben tomar en caso de incendios o realizar inspecciones verificando que cumpla con todas las medidas de prevención, solicitada por particulares o por el Ayuntamiento para terminación de obra o modificaciones en la empresa (edificio ya existente y edificios por construir).

El costo es variable y se calculará de acuerdo a la distancia del lugar a dónde se realice la inspección, de la revisión del local se emitirá un acta circunstanciada de marco:

- Preventiva: es emitida en el lugar y en ella se describe los requerimientos que en materia de seguridad se deban cumplir, otorgándole al propietario un tiempo perentorio para su cumplimiento.

- **Amarillo:** esta acta es emitida al titular de la empresa o su representante cuando éste haya cumplido con los requerimientos que en materia de seguridad humana y contra incendio le fueron solicitados en el acta preventiva.
- **Rojo:** es emitida por motivos graves en la falta de seguridad o el no cumplimiento a los requerimientos de la misma y una copia de ésta le es entregada al propietario o su representante, así como a la instancia legal correspondiente.

Capítulo II Desarrollo Humano

Liderazgo y Autoridad

Como líder de este proyecto debo influir en, y conocer a mi personal, inculcar valores, e inspirarlos para tener los mismos objetivos.

Debo de ser un líder participativo, crear un clima idóneo para el trabajo sano, positivo y motivador, enseñar con el ejemplo ya que soy la imagen de la empresa, debo hacer que mis trabajadores se sientan orgullosos de pertenecer a la empresa para así aumentar la productividad y las ventas (Este tipo de líder fue elegido descartando los líderes autoritarios, paternalistas, democráticos y autocráticos ya que se muestra como la mejor opción para el manejo del personal evitando así conflictos internos y la dependencia de los empleados para conmigo, no es una democracia y las tareas deben de cumplirse al ser encomendadas, jamás se pasará sobre un empleado ni será agredido o intimidado, no se insinuará peligro alguno al no cumplir con las tareas encomendadas.)

Diferencia entre Autoridad y Liderazgo.

Deben de verme como un líder y jamás como un jefe para evitar conflictos internos, la palabra “yo” será anulada y cambiada por “nosotros”, la cooperación será la base de las relaciones y la muestra será la forma de ordenar una tarea.

La jerarquía y autoridad serán designadas por un organigrama y deberán ser cumplidos todas las líneas de mando sin excepción

Recursos humanos en su área de reclutamiento se encargará de la contratación del personal, buscando que los encargados de área cumplan con los siguientes puntos:

- 1.- Respetuoso
- 2.-Saber trabajar en equipo
- 3.-Delegar responsabilidades

- 4.-Saber disminuir riesgos
- 5.-Conocer fortalezas y debilidades
- 6.-Leal
- 7.-Honesto

Con el cumplimiento de los puntos anteriores aseguramos que nuestros encargados de área cumplan con el perfil de líder que exige nuestra empresa.

Organigrama y Línea de Mando

Gerente General: Responsable de las metas del presupuesto. Asegura que la calidad estándar de los alimentos y bebidas de la producción del servicio en los comensales se mantenga constantemente en la misma calidad. Delegar funciones para el manejo general y supervisión de departamentos inferiores.

Escolaridad: Licenciatura en administración de empresas.

Experiencia: 2 años mínimo en puesto similar.

Edad: mayor de 35 años.

Estado civil: indistinto.

Sexo: indistinto.

No. De plazas: **1**

Jefe de Cocina (Chef): Supervisión del personal asignado, elaboración de menús, realización de requisiciones de materia prima, supervisar el uso adecuado de la materia prima, controlar el servicio, control de calidad en platillos. Tareas administrativas que su puesto lo requieran.

Escolaridad: Licenciatura en Gastronomía.

Experiencia: 2 años mínimo puesto similar.

Edad: mayor de 27 años.

Estado civil: indistinto.

Sexo: indistinto.

No. De plazas: **1**

Cocineros: Revisar diariamente la cámara fría, refrigeradores y mesa fría. Controlar y sirve a los meseros. Requisita materia prima al almacén con previa autorización del chef. Responsable ante el chef de mantener el costo de alimentos según lo presupuestado. Conocer y aplicar técnicas para el almacenamiento de alimentos. Funciones de limpieza de cocina.

Escolaridad: Carrera técnica en gastronomía o pasantes de licenciatura en gastronomía.

Experiencia: 1 año.

Edad: mayor de 20 años.

Estado civil: indistinto.

Sexo: indistinto.

No. De plazas: **2**

Apoyo Administrativo: Deberá llevar a cabo todos los procesos administrativos como ingresos y gastos, seguimiento de caja y bancos, nóminas, contratos y seguros.

Escolaridad: Bachillerato técnico económico-administrativo o pasante de licenciatura en administración de empresas.

Experiencia: 6 meses mínimo.

Edad: mayor de 27 años.

Estado civil: indistinto.

Sexo: indistinto.

No. De plazas: **1**

Mesero: Encargado de la toma de órdenes, así como la limpieza de su área de trabajo. El candidato debe de ser amante del servicio, energético y resaltar en sus actividades.

Escolaridad: Bachillerato terminado.

Experiencia: 6 meses mínimo.

Edad: mayor de 23 años.

Estado civil: indistinto.

Sexo: Femenino (preferentemente).

No. De plazas: **3**

Barman: Preparación de bebidas calientes y frías, elaboración de requisiciones del área de bar, tareas administrativas que su puesto requieran; además de la limpieza y orden de su área de trabajo.

Escolaridad: Bachillerato terminado.

Experiencia: 1 año mínimo.

Edad: mayor de 25 años.

Estado civil: indistinto

Sexo: femenino.

No. De plazas: **1**

Hostess: deberá cumplir con un perfil determinado, tener buena presentación, ser amable y hablar fuerte y fluidamente. El área de trabajo, es la entrada principal, a su llegada deberá revisar su área de trabajo y verificar que se encuentre limpia y en buenas condiciones, contará con un estante, en el cual se encontrara un libro, específico para el uso de registro de reservaciones, ya que su función principal es encargarse de las reservaciones de mesas en el restaurante de manera que no se presente algún problema a la hora de ocupar los lugares.

Escolaridad: Bachillerato terminado.

Experiencia: 6 meses mínimo.

Edad: mayor de 25 años.

Estado civil: indistinto.

Sexo: femenino.

No. De plazas: **1**

Almacén: Cálculo de necesidades en cantidades específicas para un determinado período de tiempo. Compra de insumos en las cantidades necesarias y económicas, en la calidad adecuada al uso al que se va a destinar. Mantener la continuidad del abastecimiento. Mantener existencias económicas compatibles con la seguridad y sin prejuicios para el establecimiento. Buscar fuentes de suministros, alternativas y localizar nuevos productos y materiales. Mantener costos bajos, sin desmejorar la calidad. Procurar que los artículos salgan solo mediante solicitud y los más antiguos del almacén sean los que se utilicen en primer lugar.

Escolaridad: Bachillerato económico-administrativo terminado.

Experiencia: 6 meses mínimo.

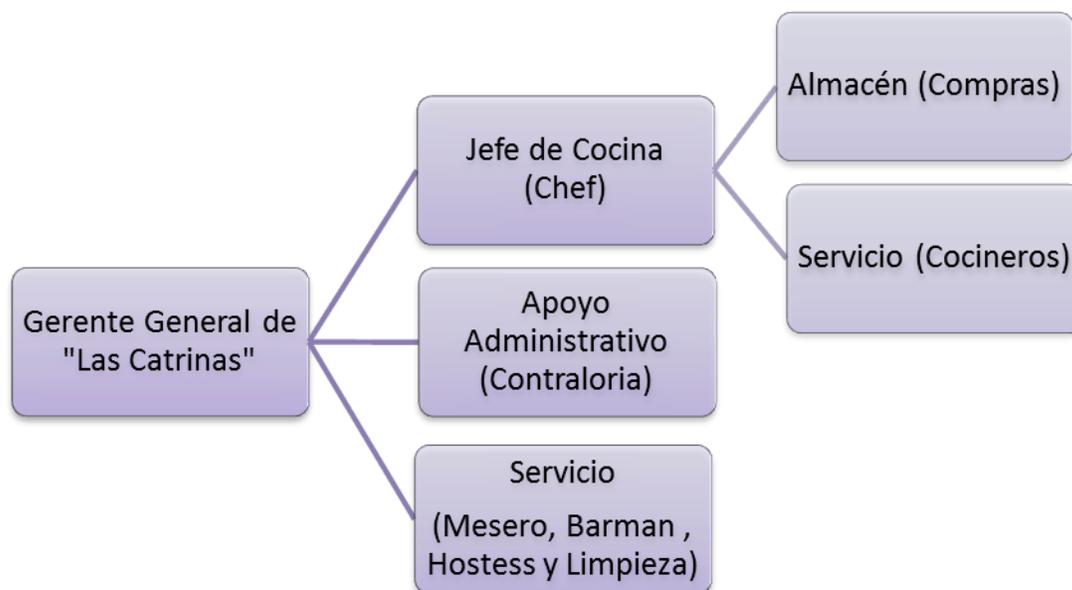
Edad: mayor de 25 años.

Estado civil: indistinto.

Sexo: masculino.

No. De plazas: 1

Imagen No. 7 Organigrama de “Las Catrinas”



Reclutamiento y Selección de Personal

El reclutamiento se define como el proceso de atraer individuos oportunamente en suficiente número y con los debidos atributos y estimularlos para que soliciten empleo en la organización.

En “Catrinas” hemos decidido utilizar el reclutamiento externo y se dispondrán anuncios en los periódicos locales.

- Anuncios en el periódico local: Los anuncios en los periódicos locales nos servirán para buscar candidatos, nuestros anuncios serán redactados incluyendo los siguientes elementos:
 - Indicar el título de la posición y el área
 - No mencionar la edad o decir “Preferiblemente”
 - Detallar requerimientos en: Experiencia, habilidades y conocimientos, educación o formación.
 - Enviar hoja de vida a correo electrónico, fax o apartado postal (no indicar dirección física de la empresa)
 - Establecer fecha límite para enviar hoja de vida.

Ventajas y desventajas del reclutamiento externo

Entre las ventajas de las fuentes de reclutamiento externo tenemos:

- Enriquecer la empresa con ideas nuevas y experiencias. Personal que ha sido contratado de forma externa puede proporcionar nuevas formas de solucionar problemas organizacionales y, a la vez, la empresa se mantiene actualizada con respecto a otras del exterior.
- Aprovechar inversiones en capacitación y desarrollo efectuadas por otras empresas o por los candidatos.

Entre las desventajas tenemos los siguientes:

- Es más costoso, ya que en la mayoría de los casos involucra un pago (anuncio de periódico, agencias de colocación de empleo, cazadores de cabeza, etc.).
- Es menos seguro, ya que se desconoce totalmente los candidatos.
- Frustración del personal interno que considera que se ha preferido alguien de afuera que no conoce la cultura de la empresa y que se ha pasado por encima de ellos.

A continuación se muestran 3 formatos de ejemplo de 2 páginas cada uno, con breve descripción de puestos⁴ y algunos de los requisitos solicitados; estos posiblemente se utilizarán en “las Catrinas”.

“Las Catrinas”

⁴ La descripción completa de puestos se encuentra en la pág. 37 a 40; en el apartado de organigrama y línea de mando.

Formulario de descripción del puesto

SUCURSAL	01		
Ubicación	ZITÁCUARO MICHOACÁN		
Puesto	JEFE DE COCINA (CHEF)		
Depende de	GERENTE	Título	N/N

Nivel o grado	Tipo de puesto	Horas:_____/semana
	(Marque con X):	(Marque con X)
	<input type="checkbox"/> Jornada completa	<input type="checkbox"/> Exento
	<input type="checkbox"/> Media jornada	<input type="checkbox"/> No exento
	<input type="checkbox"/> Contrata	
	<input type="checkbox"/> Interno	

Descripción general

Supervisión del personal asignado, elaboración de menús, realización de requisiciones de materia prima, supervisar el uso adecuado de la materia prima, controlar el servicio, control de calidad en platillos. Tareas administrativas que su puesto lo requieran.

Requisitos de experiencia laboral

- Dos o más años de experiencia con jefe de cocina.
- Experiencia en los requisitos impuestos por el programa “H”.

Requisitos académicos

SUCURSAL	01		
Ubicación	ZITÁCUARO MICHOACÁN		
Puesto	JEFE DE COCINA (CHEF)		
Depende de	GERENTE	Título	N/N
<ul style="list-style-type: none"> - Diploma o título en gastronomía. - Preparatoria terminada. 			

REVISADO POR	Título	
APROBADO POR	Título	
FECHA DE PUBLICACIÓN		
FECHA DE CONTRATACIÓN		

Formulario de descripción del puesto

SUCURSAL	01		
Ubicación	ZITÁCUARO MICHOACÁN		
Puesto	MESERO		
Depende de	GERENTE	Título	N/N

Nivel o grado	Tipo de puesto (Marque con X):	Horas: __48__/semana (Marque con X)
	<input type="checkbox"/> Jornada completa	<input type="checkbox"/> Exento
	<input type="checkbox"/> Media jornada	<input type="checkbox"/> No exento
	<input type="checkbox"/> Contrata	
	<input type="checkbox"/> Interno	

Descripción general

Encargado de la toma de órdenes, así como la limpieza de su área de trabajo.

El candidato debe de ser amante del servicio, energético y resaltar en sus actividades.

Requisitos de experiencia laboral

- 6 meses en el puesto.
- Trabajo con vinos.

Requisitos académicos

SUCURSAL	01		
Ubicación	ZITÁCUARO MICHOACÁN		
Puesto	MESERO		
Depende de	GERENTE	Título	N/N
<ul style="list-style-type: none"> - Preparatoria terminada. - Diplomados en servicio. 			

REVISADO POR		Título	
APROBADO POR		Título	
FECHA DE PUBLICACIÓN			
FECHA DE CONTRATACIÓN			

“Las Catrinas”

Formulario de descripción del puesto

SUCURSAL	01		
Ubicación	ZITÁCUARO MICHOACÁN		
Puesto	BARMAN		
Depende de	GERENTE	Título	N/N

Nivel o grado	Tipo de puesto (Marque con X): <input type="checkbox"/> Jornada completa <input type="checkbox"/> Media jornada <input type="checkbox"/> Contrata <input type="checkbox"/> Interno	Horas: __48__ /semana (Marque con X) <input type="checkbox"/> Exento <input type="checkbox"/> No exento
---------------	--	--

Descripción general

Preparación de bebidas calientes y frías, elaboración de requisiciones del área de bar, tareas administrativas que su puesto requieran; además de la limpieza y orden de su área de trabajo.

Requisitos de experiencia laboral

- Un año de experiencia en la elaboración de bebidas calientes y frías.
- Conocimientos sobre la cultura del vino.

Requisitos académicos

SUCURSAL	01		
Ubicación	ZITÁCUARO MICHOACÁN		
Puesto	BARMAN		
Depende de	GERENTE	Título	N/N
<ul style="list-style-type: none"> - Diploma de enseñanza secundaria o equivalente. - Certificado de operario de máquinas. 			

REVISADO POR		Título	
APROBADO POR		Título	
FECHA DE PUBLICACIÓN			
FECHA DE CONTRATACIÓN			

Sueldos y Prestaciones

El salario se considera como tal toda cantidad recibida en dinero o en especie (otros bienes: es el que se paga con comida, productos, habitación, servicios, etc.) como consecuencia de la prestación por el trabajador de servicios para una empresa, incluidos los meses de vacaciones.

El salario se compone de una parte, denominada salario base, fijada en función del trabajo concreto y circunstancias, y otra parte denominada "complementos salariales" (pluses), que varían y dependen de las condiciones personales del trabajador, del trabajo realizado y de la situación y resultados de la empresa.

Existe una cuantía mínima para todas las profesiones; es el Salario Mínimo General y el Salario Mínimo Profesional.

En “Las Catrinas” se ha decidido que el salario inicial se fijara de acuerdo a lo establecido por la CONASAMI (Comisión Nacional de los Salarios Mínimos).

Personal de Área de Cocina

- Cocinero \$133.33 pesos diarios (S.M.D. \$90.66)
- Almacenista \$101.53 pesos diarios (S.M.D. \$80.75)

Personal de Área de Servicio

- Mesero \$63.33 pesos diarios (S.M.D. \$61.38)
- Barman \$120.00 pesos diarios (S.M.D. \$81.18)
- Hostess \$103.33 pesos diarios (S.M.D. \$81.53)
- Limpieza \$80.00 pesos diarios (S.M.D. \$61.38)

Personal de Área Administrativa

- Auxiliar administrativo \$140.00 pesos diarios (S.M.D. \$92.57)
- Chef \$170.00 pesos diarios
- Gerente general \$183.00 pesos diarios

Prestaciones Laborales

Junto con el salario, las prestaciones de trabajo es uno de los más importantes términos a analizar en la contratación; son, sin lugar a duda, parte fundamental de la seguridad social.

Las prestaciones de trabajo son tan importantes, que Ley Federal del Trabajo define como salario el conjunto de beneficios recibidos por el trabajador: “Artículo 84. El salario se integra con los pagos hechos en efectivo por cuota diaria, gratificaciones, percepciones, habitación, primas, comisiones, prestaciones en especie y cualquiera otra cantidad o prestación que se entregue al trabajador por su trabajo.”

La ley Federal del trabajo aplica la normatividad a todos los aspectos de la vida laboral, entre ellos las condiciones dignas de trabajo, las prestaciones, los días de descanso y vacaciones, el salario mínimo, derecho a huelga, entre otros. Así mismo la ley federal del trabajo describe la existencia de la Procuraduría de la Defensa del Trabajo, el Servicio Nacional del Empleo, Capacitación y Adiestramiento, la Comisión Nacional de los Salarios Mínimos, entre otras dependencias e Instituciones creadas para la administración y protección de los trabajadores en México.

PRESTACIONES POR LEY

Las prestaciones de Ley son las que garantizan los privilegios mínimos a que un empleado debe tener derecho, cualquiera que sea su trabajo. Estas son:

1. Jornada de Trabajo: Diurna, nocturna o mixta. Con un máximo de 8 horas de trabajo y 7 en caso de ser turno nocturno.
2. Descansos: Es obligatorio que el trabajador tenga por lo menos 1 día de descanso por cada 6 trabajados. También la Ley del Trabajo especifica los días festivos de descanso obligatorio.
3. Vacaciones: La ley impone un mínimo de 6 días de vacaciones cuando el empleado tenga por lo menos 1 año laborando en la empresa.

4. Prima Vacacional: Los empleados tendrán derecho a una prima mínima de 25% sobre los salarios que les correspondan durante el período de vacaciones.

5. Aguinaldo: Un mínimo de 15 días de salario por año, pagaderos antes del 20 de Diciembre.

6. Capacitación: La capacitación del trabajador es obligatoria y los costos y tiempos requeridos deberán ser cubiertos por la empresa en su totalidad.

7. Seguro Social: "La Misión del Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS) es otorgar a los trabajadores mexicanos y a sus familias la protección suficiente y oportuna ante contingencias tales como la enfermedad, la invalidez, la vejez o la muerte". Los beneficios de contar con Seguro Social van más allá de la prestación de servicios médicos, en teoría es una cobertura total para cualquier riesgo que atente contra tu calidad de vida, el seguro social cubre:

- * Enfermedades y Maternidad
- * Riesgos de Trabajo
- * Invalidez y Muerte
- * Retiro, Cesantía en Edad Avanzada y Vejez
- * Guarderías y Prestaciones Sociales

(Ver Tabulador de Salario en Anexos.

Reglamentó Interno

REGLAMENTO DE TRABAJO Y POLITICAS

REGLAMENTO INTERNO “Las Catrinas”

INFORMACIÓN INICIAL

Artículo 1.- El dueño de “Las Catrinas” Es la ciudadana Daniela Hernández Rivera

.Artículo 2.- El representante legal de la empresa es la C. Daniela Hernández Rivera

.Artículo 3.- Se entenderá que todas las personas conocen el reglamento

CAPITULO II CONTRATACION DEL PERSONAL

Artículo 4.- Todas las personas aspirantes a un empleo para “Las Catrinas” de reunir con los requisitos pedidos para el puesto de trabajo

Artículo 5.- Todas las personas aspirantes al trabajo necesitaran un currículo para poder presentarse adecuadamente. Si se tratara de engañar o tiene un comportamiento doloso en cuanto a su formación y experiencia será motivo de rechazo automático y no se le proveerá de trabajo alguno

Artículo 6.- Si el trabajador sale favorecido se sujetara a un contrato a prueba que tendrá la duración de 90 días, luego se le hará firmar nuevamente un contrato indefinido.

Artículo 7.- el trabajador se compromete a trabajar de la manera más eficiente que se pueda y el gerente o los encargados responsables pueden asignar un puesto de trabajo según se requiera en determinado momento.

CAPITULO III EVALUACIONES Y SUPERVISIONES AL PERSONAL

Artículo 8.- Las evaluaciones serán realizadas por el gerente o los encargados responsables y deberán contener los resultados de cumplimiento de cada objetivo predefinido y deberá contarse con la firma del personal evaluado, como parte de su aceptación.

Artículo 9.- El supervisor deberá mencionar las causas por la que no se cumplieron en el caso que lo hubiese, los objetivos y las áreas de mejora que deberán observarse para eventos futuros.

Artículo 10.- En caso de encontrar áreas de oportunidad a través de capacitación, deberá mencionar los cursos y/o actividades que apoyen en la formación del personal.

CAPITULO IV HORARIOS DE TRABAJO

Artículo 11.-Se conviene expresamente que el horario es de lunes a viernes de 9:30 a 21:30 hrs; sábado y domingo de 10:00 a 22:00 hrs. En dos jornadas, con una hora para tomar sus alimentos en el horario de 14:00a 15:00 hrs. y cualquier modificación deberá ser pre autorizado por su supervisor directo.

Artículo 12.- Los horarios señalados podrán ser modificados por la empresa según las necesidades de la misma siendo obligación de ésta dar aviso a los trabajadores.

Artículo 13.- La empresa concede como máximo tres tolerancias al mes de quince minutos cada una, al incurrir en el tercer retardo de quince minutos al mes a la hora de entrada exclusivamente, automáticamente se le descontara medio día de salario.

Artículo 14.- Cada trabajador deberá firmar su asistencia diaria en las listas correspondientes ubicadas en el área de Recursos Humanos y acentuar en la misma sus horarios de comida y salida del restaurante.

Artículo 15.- El trabajador se compromete a hacer efectivo el tiempo laboral respetando sus horarios de lo contrario le será descontado de su salario el tiempo faltante o se considerara como media falta o falta completa según sea el caso.

Artículo 16.- Esta estrictamente prohibido registrar la asistencia de algún otro compañero de trabajo, el que incurra en este hecho será acreedor a una sanción en la que existe la posibilidad de visto bueno.

Artículo 17.- Ningún trabajador podrá ausentarse de la empresa antes de terminar su jornada diaria sin la previa autorización

CAPÍTULO V PROHIBICIONES

Artículo 18.- La política de uniformes será aplicada todo el tiempo, la falta y cumplimiento de su utilización podrá ser causa de las sanciones correspondientes.

Artículo 19.- Queda estrictamente prohibido fumar dentro de las instalaciones del restaurante, sin embargo se asignará el área del estacionamiento para tal efecto, en el entendido que deberá ser razonable el tiempo que se tome para esta actividad.

Artículo 20.- La salida del personal fuera de las instalaciones será únicamente durante su horario de comida o por alguna consigna especial de trabajo que puede ser autorizada solamente por el Gerente o sus encargados responsables, para lo cual deberá ser registrado en los controles ubicados en Recursos Humanos. No se permitirán situaciones de abandono por causas diferentes a las de trabajo.

Artículo 21.- Por cuestiones de seguridad, cada trabajador del restaurante podrá ser sujeto a una revisión al momento de su entrada a la compañía por el personal de seguridad.

Artículo 22.- El trabajador podrá ser revisado físicamente así como sus pertenencias, al momento de su salida del restaurante, si al momento de su revisión pretende sacar artículos de la empresa deberá justificarlo con un pase de salida proporcionado por alguna de las personas con esta facultad, en el caso de no justificar la salida de los artículos, estos tendrán que serle retenidos hasta el momento de aclararlo.

Artículo 21.- Queda prohibido a los trabajadores:

1- Provocar en el interior y exterior del restaurante, escándalos, riñas o cometer actos que alteren la disciplina así como distraer y quitar el tiempo a otro compañero sin causa justificada.

2- Sustraer del restaurante utensilios de trabajo, herramientas o materias primas, sin el permiso de la persona facultada para ello.

3- Suspender y ausentarse de sus labores sin autorización del Gerente o los encargados responsables del restaurante

4- Distraerse en cualquier actividad ajena al trabajo.

5- Introducir personas ajenas al restaurante a menos que estas sean justificadas y por autorización del Gerente o los encargados responsables del restaurante.

6- Realizar colectas o rifas dentro del restaurante y hacer cualquier clase de propaganda, así como la venta por catálogos o cualquier otro tipo, de cualquier artículo.

7- Usar utensilios y herramientas del restaurante para fines particulares o distintos de aquellos para los que están destinados.

8- Utilizar el Internet para fines distintos a los de las actividades establecidas. Se prohíbe el acceso a páginas obscenas y aquellas que distraigan sus actividades de trabajo.

9- Las demás establecidas en el contrato individual de trabajo.

CAPÍTULO VI SANCIONES

Artículo 22.- El restaurante podrá aplicar a los trabajadores que desacaten cualquiera de los puntos mencionados en este reglamento, alguna de las sanciones que a continuación se señalan según la gravedad:

1. Amonestación
2. Suspensión de sus labores hasta por un término de ocho días sin goce de sueldo.
3. Rescisión de contrato

Cabe hacer mención que es obligación del trabajador comunicar al gerente o personal encargado las deficiencias que adviertan en el trabajo a fin de evitar daños y perjuicios y cuando esté en riesgo la seguridad de la misma. Poner en conocimiento del patrón las enfermedades contagiosas que padezcan tan pronto como tengan conocimiento de las mismas por cuestiones de sanidad en el restaurante.

CAPÍTULO VII SOBRE LOS DIAS DE DESCANSO

Artículo 23.- Los días de descanso se efectuaran de lunes a jueves, cuando alguno de sus compañeros trabajadores labore en vez de otros .Además los que determine la ley para las elecciones para efectuarlas en jornadas electorales.

CAPÍTULO VII LAS DIFERENTES ÁREAS DEL RESTAURANTE

Artículo 24.- Ningún visitante podrá pasar a la zona de oficinas o de cocina (después del área de recepción) hasta que la persona que venga a visitar pase por esta o le atienda en esta misma área, según el caso. Para que a las visitas se les permita el acceso amable y eficiente, tendrán que ser registradas en la agenda de diario

Artículo 25.- El único lugar de acceso para clientes son los lugares para comer y demás servicios, es en estos donde deberán ser atendidos, los mensajeros o cobradores serán atendidos en la sala de recepción.

Artículo 26.- Se deberá de brindar un servicio eficiente y con prontitud, teniendo siempre como prioridad no hacer esperar al cliente por más de 5 minutos.

Artículo 27.- El estacionamiento en del restaurante está disponible únicamente para los clientes y el personal que trabaje allí.

Artículo 28.- Será responsabilidad del área de cobranzas la correcta y eficiente utilización del automóvil de mensajería, para lo cual deberá coordinar que se mantenga en condiciones mecánicas, limpieza y verificación vehicular en tiempo y forma. La utilización del vehículo distinta a la mensajería, deberá ser pre-autorizada únicamente por el gerente .El vehículo deberá ser guardado en el estacionamiento de las oficinas al finalizar el día de trabajo obligatoriamente. El jefe de seguridad deberá realizar un inventario diario sobre las condiciones y kilometraje con que sale y regresa dicho vehículo, reportando el estatus en su reporte diario de actividades.

Artículo 29.- Será responsabilidad de cada empleado la limpieza inmediata del lugar que utilice para el consumo de sus alimentos así como del lavado de los utensilios correspondientes.

Artículo 28.- La imagen del comedor y demás instalaciones es importante ya que ello brinda confort y prestigio al restaurante. Siempre deberá ser bien cuidado.

Artículo 29.- Los baños de mujeres y hombres deberán mantenerse en las mejores condiciones de sanidad por cortesía y educación, deberá abstenerse de tirar basura en el inodoro tomando en cuenta que no se podrá permanecer en ellos para cualquier otra actividad y mucho menos fumar dentro de los mismos. En caso de no encontrar accesorios, artículos o papel higiénico en el baño, deberá comunicarse inmediatamente al personal de limpieza para su re surtimiento.

Programa de Capacitación

Políticas de Capacitación

(Artículo 153-A LEY FEDERAL DEL TRABAJO). Todo trabajador tiene el derecho a que su patrón le proporcione capacitación o adiestramiento en su trabajo que

le permita elevar su nivel de vida y productividad, conforme a los planes y programas formulados, de común acuerdo, por el patrón y el sindicato o sus trabajadores y aprobados por la Secretaría del Trabajo y Previsión Social.

En “Catrinas” hemos desarrollado un programa de capacitación adecuado para nuestros empleados nuevos, este programa se basa en dos días de prueba más tres días de capacitación después de la contratación de nuestro empleado, a continuación se presenta el programa de capacitación.

Programa de Capacitación de Nuevos Empleados

CONOCIENDO “Las Catrinas” (pre-contrato)

Durante estos dos días conocerás más de cerca nuestro restaurante ya que estarás observando cada una de las áreas de trabajo /puestos que hay en tu lugar de trabajo, te darás cuenta que manejamos estándares de calidad tanto en el manejo de alimentos como en la preparación de nuestras bebidas.

La razón principal es que conozcas parte de las que serán tus funciones específicas y deberes, y podrás así estar convencido de que somos una excelente opción laboral.

Te pedimos por favor tomar en cuenta cada una de las recomendaciones de nuestros miembros del equipo, ya que no queremos ponerte en riesgo en ningún momento.

En el siguiente cuadro deberás marcar con un signo de “+” las actividades que vayas concluyendo, al finalizar te pediremos que se la entregues a tu gerente que le está dando seguimiento a tu proceso de capacitación.

Día 1		Día 2	
El candidato solo observará		Asignar entrenador	

60 minutos en cocina		Sombra de entrenador	
60 minutos en barra		Entrega de hoja de tareas diarias	
60 minutos en piso		Platica con gerente	
60 minutos en host		Proceso de contratación	
Leer perfil del puesto			
Entregar perfil de puesto			

NOMBRE _____

PUESTO _____

FECHA _____ GERENTE _____

PRIMER DÍA DESPUÉS DE LA CONTRATACIÓN

Tour por el restaurante:

Se presentara con los demás miembros del equipo y gerente, aprenderá como registrar su entrada y salida en el reloj controlador.

SEGUNDO DÍA

Seguridad de protección, seguridad en alimentos:

El miembro de equipo revisará los estándares que aseguran un ambiente seguro en para el equipo de trabajo y para los comensales.

TERCER DÍA

El miembro nuevo del equipo conocerá las tareas que deberá desempeñar en su turno. Se realizará una evaluación de la capacitación para retroalimentar al miembro del equipo si es necesario.

HORARIOS DE TRABAJO⁵

A continuación se anexa el formato de ejemplo de horarios que se realiza por cada empleado, esta misma se anexará a su expediente para un mayor control en las horas trabajadas.

“Las Catrinas” HOJA DE HORARIOS

LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE ES PRIMERO

Sucursal

Puesto:

Número empleado:

Estado:

Departamento:

Fecha	Hora de inicio	Hora de finalización	Horas normales	Horas extra	Horas totales
TOTALES SEMANALES:					

Capitulo III Satisfacción del Cliente

⁵ Horarios especificados en el Capítulo IV del Reglamento interno, pág. 54.

Investigación de mercados

Análisis mercado

Kazarian (1977), nos dice que un análisis detallado y descriptivo de los clientes potenciales, que incluye información como edad, ocupación, sexo, ingresos, comportamiento social, entre otros; nos ayudara a completar las otras áreas de estrategia, utilizando las 4P's: Precio, Plaza, Producto, Promoción.

Definición de Mercado

Los mercados son los consumidores reales y potenciales de nuestro producto. Los mercados son creaciones humanas y, por lo tanto, perfectibles. En consecuencia, se pueden modificar en función de sus fuerzas interiores.

Los mercados tienen reglas e incluso es posible para una empresa adelantarse a algunos eventos y ser protagonista de ellos. Los empresarios no podemos estar al margen de lo que sucede en el mercado.

Estudio de mercado.

Concepto

Es la función que vincula a consumidores, clientes y público con el mercadología a través de la información, la cual se utiliza para identificar y definir las oportunidades y problemas de mercado; para generar, refinar y evaluar las medidas de mercadeo y para mejorar la comprensión del proceso del mismo.

Dicho de otra manera el estudio de mercado es una herramienta de mercadeo que permite y facilita la obtención de datos, resultados que de una u otra forma serán

analizados, procesados mediante herramientas estadísticas y así obtener como resultados la aceptación o no y sus complicaciones de un producto dentro del mercado.

Estudio de Mercado Práctico

“Las Catrinas”, está dirigido a personas de 25 a 45 años en un nivel socioeconómico A, B y los dos primeros rangos de C (tomando en cuenta el que estudio se realizó antes de la modificación de la Comisión Nacional de Salarios Mínimos, en la cual la zona C pasa a formar parte de la zona B).

Este estudio de mercado se basó en datos estadísticos obtenidos del instituto nacional de estadística y geografía.

Tomamos como base el total de habitantes de la ciudad de Zitácuaro Michoacán este es de 155 mil 534 habitantes, de este total se desprendieron los porcentajes totales de nuestro mercado objetivo el cual es de 7838 personas, mediante la siguiente tabla.

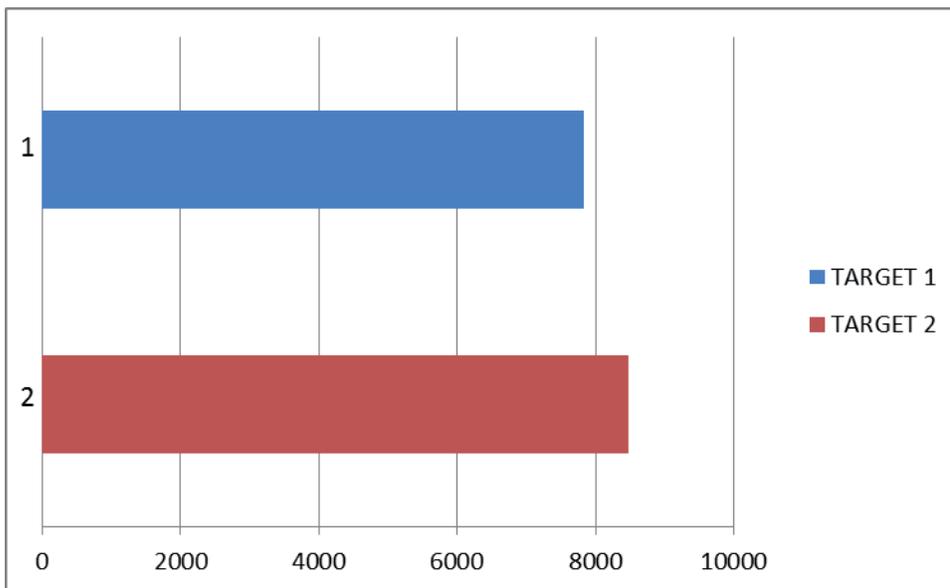
POBLACIÓN TOTAL		155,534	
		PORCENTAJES	TOTAL
NIVEL SOCIOECONÓMICO	A,B,C+,C,C-	40%	62213
EDAD	25-45 AÑOS	42%	26129
PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO	30%	TOTAL 7,838	
DATOS INEGI			

Para acercarnos más a la realidad decidimos obtener nuestro mercado objetivo con otro método diferente al anterior.

La población total de la ciudad de Zitácuaro es de 155,534 habitantes con una densidad por kilómetro cuadrado de 303 habitantes.

Tomando en cuenta nuestra zona de participación que es de 28 km² según y la densidad de población la cual es de 303 habitantes nos arroja un total de 8,484 habitantes como target total.

Los dos estudios arrojan resultados similares con una fracturación no mayor a 1000 personas, a continuación lo demostramos con una gráfica.



Mezcla de mercadotecnia

Se denomina Mezcla de Mercadotecnia (llamado también Marketing Mix, Mezcla Comercial, Mix Comercial, etc.) a las herramientas o variables de las que dispone el responsable de la mercadotecnia para cumplir con los objetivos de la compañía. Son las estrategias de marketing, o esfuerzo de marketing y deben incluirse en el plan de Marketing (plan operativo).

Origen

El concepto mezcla de marketing fue desarrollado en 1950 por Neil Borden, quien listó 12 elementos, con las tareas y preocupaciones comunes del responsable del mercadeo. Esta lista original fue simplificada a los cuatro elementos clásicos, o "Cuatro P's": Producto, Precio, Plaza, Promoción por McCarthy en 1960. El concepto y la simplicidad del mismo cautivaron a profesores y ejecutivos rápidamente.

En 1984 el AMA (Asociación Americana de Marketing) lo consagró en su definición de Marketing: "Proceso de planificación y ejecución del concepto Precio, Promoción y distribución de ideas, bienes y servicios para crear intercambios que satisfagan los objetivos del individuo y la organización".

LAS CUATRO P'S

PRODUCTO (CONCEPTO)

Producto o servicio: En mercadotecnia un producto es todo aquello (tangibles o intangibles) que se ofrece a un mercado para su adquisición, uso o consumo y que puede satisfacer una necesidad o un deseo. Puede llamarse producto a objetos materiales o bienes, servicios, personas, lugares, organizaciones o ideas. Las decisiones respecto a este punto incluyen la formulación y presentación del producto, el desarrollo específico de marca, y las características del empaque, etiquetado y envase, entre otras.

"Las Catrinas" Es una fusión entre un restaurante dinámico y una cantina que se dirige a un nuevo segmento en el mercado el cual tiene apetito de cultura gastronómica, ofrece una diferente gama de bebidas calientes y frías sin olvidar su concepto tradicional, cuenta también con una carta de comida la cual no es muy extensa pero de calidad, en ella se ofrecen entradas, postres y diversos complementos el servicio puede ser de plato completo o de bar y botana a escoger por el cliente.

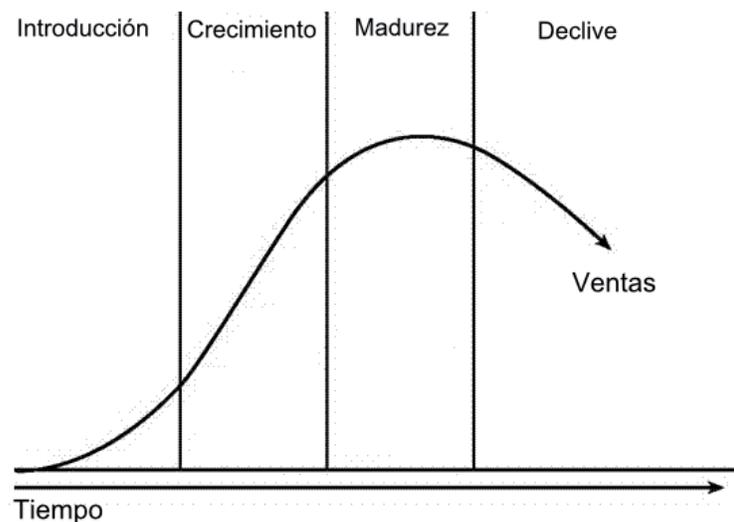
CICLO DE VIDA DEL CONCEPTO

“Las Catrinas” Se encuentra en la etapa de introducción al mercado. Ya que es un concepto nuevo será difícil esta etapa, ingresarnos al mercado con precios accesibles y una gran campaña publicitaria, esperando así un rápido posicionamiento en el mercado.

En esta etapa la base de nuestro negocio será un plan de penetración del mercado objetivo. Invertiremos capital en la publicidad y nuestra área de marketing será esencial para superar esta etapa.

En esta etapa nuestros esfuerzos no solo serán hacia nuestro clientes también buscaremos que nuestros empleados se identifiquen con la empresa y crear un ambiente sano de trabajo esto lo lograremos con concursos de ventas, premios e incentivos.

Cabe decir que el producto tiene un ciclo de vida (duración de éste en el tiempo y su evolución) que cambia según la respuesta del consumidor y de la competencia y que se dibuja en forma de curva en el gráfico.



PRECIO

Para poder dictar un cheque promedio realizamos una encuesta sobre nuestros precios y platillos a un sector de nuestro mercado objetivo, los siguientes son los datos obtenidos.

Contaremos con un cheque promedio de \$ 190 pesos con una capacidad para 50 personas y una rotación promedio por día 1.5.

DATOS FINANCIEROS DEL RESTAURANTE	
CHEQUE PROMEDIO	\$190
ROTACIONES SEMANAL	10
CAPACIDAD INSTALADA	50
INGRESOS MENSUALES	\$570,000

PLAZA (UBICACIÓN)

Plaza o Distribución: En este caso se define como dónde comercializar el producto o el servicio que se le ofrece (elemento imprescindible para que el producto sea accesible para el consumidor). Considera el manejo efectivo del canal de distribución, debiendo lograrse que el producto llegue al lugar adecuado, en el momento adecuado y en las condiciones adecuadas. Inicialmente, dependía de los fabricantes y ahora depende de ella misma.

Es un lugar acogedor en la zona oriente de la ciudad de Zitácuaro Michoacán.

PROMOCIÓN

Promoción: Es comunicar, informar y persuadir al cliente y otros interesados sobre la empresa, sus productos, y ofertas, para el logro de los objetivos organizacionales. La mezcla de promoción está constituida por Promoción de ventas, Fuerza de venta o Venta personal, Publicidad y Relaciones Públicas, y Comunicación Interactiva (Marketing directo por mailing, emailing, catálogos, webs, telemarketing, etc.).

Nos enfocaremos en la publicidad local utilizando los canales de comunicación de la región. También nos apoyaremos de las redes sociales y de publicidad impresa.

Buscaremos siempre la satisfacción de nuestro cliente promoviendo así la promoción de persona a persona, si el cliente no es satisfecho buscaremos la manera de que no salga del local con una mala imagen, las acciones tomadas en dicha situación serán evaluadas por el gerente en turno o por el empleado de mayor jerarquía en el establecimiento, aprobando el regalo de misceláneos, cupones o descuentos para asegurar una próxima visita del cliente.

“LA SATISFACCION DEL CLIENTE ES NUESTRA META PRINCIPAL”

Gestión de la Mezcla de Mercadotecnia

Para que una estrategia de marketing (mezcla de mercadotecnia) sea eficiente y eficaz, ésta debe tener coherencia tanto entre sus elementos, como con el segmento o segmentos de mercado que se quieren conquistar, el mercado objetivo de la compañía.

Desarrollo de Estrategias de Promoción

Utilizaremos una mix de canales publicitarios para poder llegar a nuestro mercado, nuestra principal estrategia de promoción será la publicidad visual, se colocaran anuncios promocionales en puntos estratégicos de la localidad.

1.-Publicidad -1 Anuncio colocado en la Calle Av. Hidalgo.

Lona impresa Alta resolución fotografía 1400 dpi \$130.00 m2

-Sera un espectacular colocado a la vista de los transeúntes solo con el logo de la empresa, para generar expectativa del concepto.

Imagen No. 8 Espectacular “Las Catrinas”



2.-Publicidad-2. El canal a utilizar será las estaciones del servicio de transporte público donde se congregan las personas en la localidad. La estrategia será la misma que en el anuncio uno ya que lo que se busca es generar expectativa del concepto.

Imagen No. 9 Parabus “Las Catrinas”

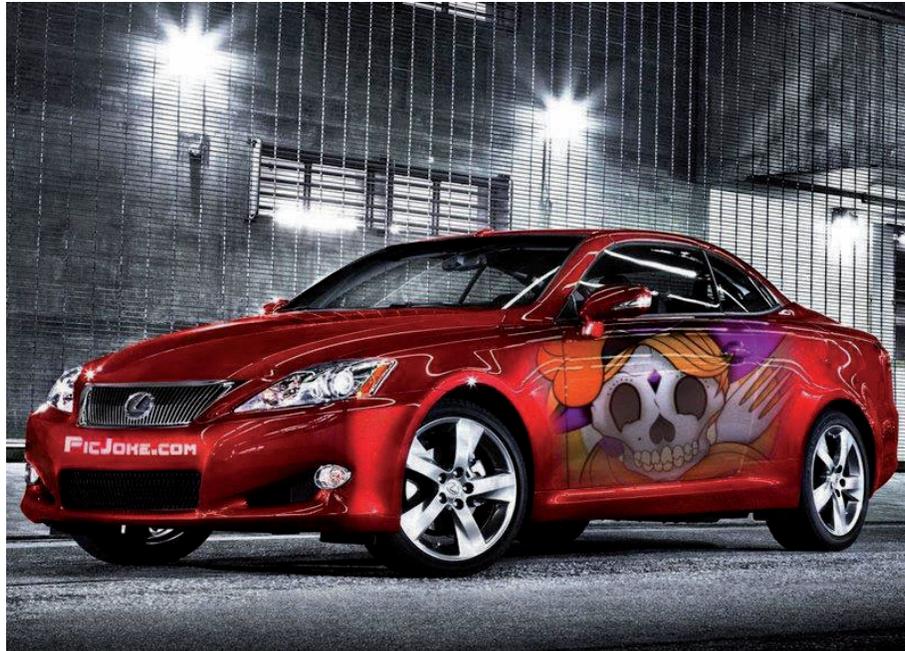


3.- Publicidad gratuita:

Para lograr que nuestro mercado identifique la marca colocaremos nuestro logo en diferentes puntos los cuales no generaran costos extras.

A) Automóvil de la empresa.

Imagen No. 10 Automóvil “Las Catrinas”



B) Redes Sociales :

Gracias a la globalización el mensaje podrá llegar a más personas y generar menos costos, “Las Catrinas” tomara provecho de las redes sociales tales como Facebook, Twitter, Hotmail, etc. Las cuales nos permitirán hacer llegar nuestras promociones a nuestros clientes de una manera más directa.

Imagen No. 11 Redes Sociales.



DESARROLLO DE MENSAJE PUBLICITARIO

Los mensajes publicitarios tienen finalidad clara; quieren convencer a los consumidores de que compren los productos de un anunciante. Son mensajes pagados y bien diferenciados en teoría, de lo que es información imparcial. Son parciales, tienen unos intereses concretos y no lo esconden.

Características:

- El mensaje ha de ser breve, sea cual sea el medio de comunicación utilizado. Ha de permitir una captación rápida.
- Se tiene que decir mucho en pocas palabras. Si el mensaje es breve no significa que dé poca información.
- El lenguaje se ha de adecuar al lenguaje del consumidor.
- Las palabras y/o las imágenes tienen que impactar al receptor.
- El mensaje tiene que ser fácilmente memorizable. Para conseguirlo, se utilizan imágenes que nos provocan fuertes sensaciones y deseos o bien sonidos y músicas que el receptor identifica con determinadas sensaciones. Hay músicas que pasan a la historia asociadas a un determinado mensaje publicitario. También hay palabras como “nuevo” o “gratis” que producen efectos especiales.
- El mensaje publicitario ha de ser capaz de influir en las personas de manera que provoque deseos de comprar aquello que se anuncia aunque no se necesite.

MENSAJE PROMOCIONAL

Después de evaluar nuestros canales de comunicación hemos decidido colocar nuestro mensaje promocional en una de las revistas de circulación gratuita de la región.

La revista será: La Puerta de Oriente, con un tiraje mensual de 10 mil ejemplares.

Nuestro mensaje ocupará una página completa y será directo solo contendrá el logo con la frase “PROXIMAMENTE”, con esto lograremos la expectativa para nuestro mercado.

Imagen No. 12 Revista Regional.



Opción de Menú

Dentro de “Las Catrinas” uno de sus instrumentos más importantes es la carta o menú de restaurante, ya que éste es la forma de comunicación entre el cliente y el negocio gastronómico; ya que nos ha elegido, seleccionará lo que va a consumir, por lo tanto con dicha carta intentamos promover una coincidencia entre los gustos o preferencias de nuestro cliente con nuestra oferta gastronómica.

Imagen No. 13 Menú de “Las Catrinas”



Imagen No. 14 Menú de “Las Catrinas”

ENTRADAS

Chileatole (Sopa de Elote)



\$30

Sopa de Lima



\$50

Arroz con Almejas



\$35



PLATILLO PRINCIPAL

Barbacoa de pollo



\$60

Urbajos



\$25

Tacos de Quesitas con Queso



\$50

Arandas



\$35

Pastel de Milpa



\$50

Carne a la Tampiqueña



\$75

Tantal de Cazuela



\$55

Camarones al Coco



\$125

Agua Chile



\$45

POSTRE

Jericalla



\$30

Bigotes de Arroz



\$38

Tamales canarios Queretanos



\$47

Sievo de Pasta



\$90

BERIDAS

Atole de Guayaba



\$25

Chocolate perfumado con Vainilla



\$35

Atole de Elote con Mantequilla



\$25

Agua Limón con Chía



\$25

Guacamayas



\$35

Tepache



\$49

Capítulo IV Gerencia y Administración

Balance general inicial

El balance general (Amat, Oriol (1998). *Análisis de estados financieros, fundamentos y aplicaciones.*), es un informe financiero contable que refleja la situación de una empresa en un momento determinado. El balance general forma parte de las cuentas anuales (estados financieros) que deben elaborar todas las empresas cada año. Otros componentes de las cuentas anuales son:

- Estado de resultados Integral (también denominado Estado de Pérdidas y Ganancias o cuenta de pérdidas y ganancias).
- Estado de evolución de patrimonio neto (también denominado Estado de Cambios en el Patrimonio Neto).
- Estado de flujos de efectivo.
- La memoria.

(Ver en Anexos).

Conclusiones Generales

Como parte de un plan de negocios la sección de mercadotecnia es esencial, ya que la investigación de mercado produce gran información, la cual es de suma importancia para el futuro de un negocio, sin la mercadotecnia nos embarcaríamos en una aventura sin un plan, y perseguiremos el ciclo de vida de nuestro producto sin estrategias a seguir.

Después de analizar diferentes canales de comunicación para nuestras promociones me he dado cuenta que no siempre el más caro es el mejor, con la globalización y las redes sociales podemos contar con publicidad a bajo costo y con mayor amplitud.

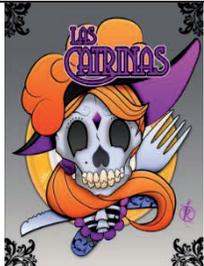
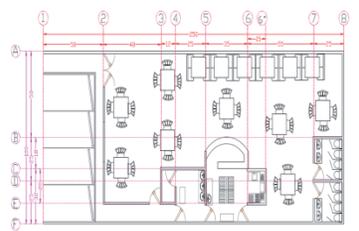
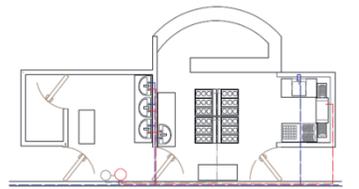
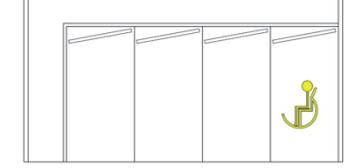
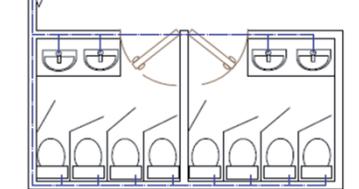
Nuestro concepto tendrá un inicio difícil ya que abarcaremos una rama de la gastronomía poco conocida para los comensales, los precios son accesibles para el mercado al que nos dirigimos y la materia prima es fácil de conseguir con el proveedor adecuado.

Fuentes de Información

- ✓ www.sectur.gob.mx/es/sectur/sect_Programa_Moderniza
- ✓ www.crecenegocios.com/servicio-al-cliente-en-un-restaurante/
- ✓ <http://www.kitchenstuff.com.mx/newsDetail.asp?newsid=25>
- ✓ <http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/economia/tesis91.pdf>
- ✓ <http://www.equiposnieto.com/equipos-hoteleria-restaurante/vajilla-cristaleria.htm>
- ✓ <http://www.i-decoracion.com/f-tipos-iluminacion.html>
- ✓ <http://www.chefworks.com.mx/>
- ✓ www.trabajo.com.mx/mision_de_una_empresa.htm
- ✓ Flores, Graciela M. de Flores. – 2ª. Ed. – México: Limusa, 2008
Iniciación en las técnicas culinarias.
- ✓ Luser. L Manual De Operación Para Negocios De Alimentos -Trillas
- ✓ Sistema De Gestión Moderniza 2008-Políticas Básicas
- ✓ http://www.coffeesolutions.jura.com/home_coffeesolutions
- ✓ www.photofunia.com
- ✓ Nobak De Occidente. Monte Olimpo No. 2859 Col. Esperanza. C.P. 44300
Guadalajara, Jal. MX. Teléfonos: 01(33) 3674-0534 y 01(33) 3674-1316
e-mail: ventas@nobak.com.mx
- ✓ ProEpta, S.A. de C.V. Av. De Las Palmas No. 915 Col. Lomas de Chapultepec,
México, DF. C.P. 11000
- ✓ Apuntes de Licenciatura (2008-2011).

Índice de Anexos

Índice de Imágenes

No. de imagen	Nombre	No. de pagina	Imagen
1	Logotipo de “Las Catrinas”	12	
2	Valores fundamentales de “Las Catrinas”	20	
3	Plano general de “Las Catrinas”	26	
4	Almacén, cocina y barra de “Las Catrinas”	26	
5	Estacionamiento de “Las Catrinas”	27	
6	Sanitarios de “Las Catrinas”	27	

7	Organigrama de “Las Catrinas”	39	
8	Espectacular “Las Catrinas”	67	
9	Parabus “Las Catrinas”	67	
10	Automóvil “Las Catrinas”	68	
11	Redes Sociales	69	
12	Revista Regional	70	
13	Menú de “Las Catrinas”	62	
14	Menú de “Las Catrinas”	63	

Índice de tablas

Plaque			
Modelo	Características	Costo	Imagen
Cuchara Sopera Marca: Tramontina	Cavidad honda, de 22 cm, de largo. Paquete de 36 pzas. Compra: 2 paquetes.	\$199.00	
Tenedor de Mesa Marca: Tramontina	22 cm, de largo. Puede tener 4 o 5 dientes. Paquete de 36 pzas. Compra: 2 paquetes.	\$199.00	
Cuchillo de Mesa Marca: Tramontina	22 cm, de largo. Ligeramente dentado. Filo medio. Paquete de 36 pzas. Compra: 2 paquetes.	\$399.00	

<p>Cuchillo de Carne</p> <p>Marca: Tramontina</p>	<p>Ligeramente más pequeño que el de mesa.</p> <p>Dentado y afilado.</p> <p>Paquete de 24 pzas.</p> <p>Compra: 3 paquetes.</p>	<p>\$499.00</p>	
	<p>Mango corto.</p> <p>Cavidad media y aplanada.</p> <p>Compra: 10 pzas.</p>	<p>\$147.00</p>	
<p>Cucharilla de Postre</p>	<p>Utilizada para todo tipo de postres.</p> <p>Paquete de 36 pzas.</p> <p>Compra: 2 paquetes.</p>	<p>\$199.00</p>	
<p>Tenedor de Postre</p> <p>Marca: Tramontina</p>	<p>Dentado corto.</p> <p>3 o 4 dientes.</p> <p>Utilizado en todo tipo de postres.</p> <p>Paquete de 36 pzas.</p> <p>Compra: 2 paquetes.</p>	<p>\$199.00</p>	
<p>Cucharilla de Café</p>	<p>La más pequeña de toda la cubertería, de poca cavidad. Se</p>	<p>\$199.00</p>	

<p>Marca: Tramontina</p>	<p>utiliza de forma única para revolver el café o infusiones.</p> <p>Paquete de 36 pzas.</p> <p>Compra: 2 paquetes.</p>		
	<p>TOTAL</p>	<p>\$5,755.00</p>	

Cristalería

Modelo	Características	Costo	Imagen
Tarro cerveza	Capacidad: 9 oz. Vidrio transparente. Pzas: 24	\$35.95 \$862.80	
Vaso Old Fashion	Capacidad: 9 oz Vidrio cristalino. Borde fino. Ideal para cocteles en las rocas o whisky. 100% libre de plomo. Pzas:24	\$56.53 \$1,356.72	
Vaso High Ball	Capacidad: 12 3/4 oz vidrio cristalino. Ideal para cocteles. Borde fino. 100% libre de plomo. Pzas:24	\$58.35 \$1,400.40	
Tequilero	Capacidad: 2 3/4 oz vidrio cristalino. Borde fino. 100% libre de plomo. Pzas: 12	\$40.10 \$962.40	
Copa Cocktail Acapulco	Capacidad: 17 oz vidrio cristalino. Alta calidad 100% libre de plomo.	\$117.94	

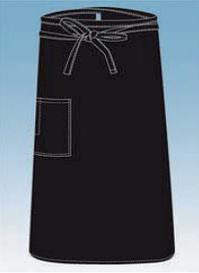
	Pzas:24	\$2,830.56	
Tarro Capuccino con asa	Capacidad: 3 ½ oz. Vidrio cristalino. Pzas: 24	\$22.71 \$545.04	
Cenicero	10 cm, con esmalte especialmente desarrollado para resistir la erosión. Pzas:15	\$92.88	
Plato Oval	25.4 cm, con esmalte superior que ha sido especialmente desarrollado para resistir la erosión causada por el lavado de vajilla y resistente a los daños causados por cubertería. Pzas: 15	\$274.70	
Ramekin/ Salsera	213 ml, con esmalte que ha sido desarrollado para resistir la erosión causada por el lavado de vajilla. Pzas: 15	\$88.51	
Salero	Salero compact, color blanco Pzas:10	\$119.43	

Bowl mediano	Para ensalada mediterranean 21 cm. Pzas: 10	\$164.22	
Plato taza	Plato taza whiteware 15 cm, con esmalte superior para resistir la erosión causada por el lavado de vajilla. Color blanco. Pzas: 25	\$53.96	
Taza	Taza café profile 200 ml, con esmalte. Pzas: 25	\$67.82	
Plato Trinche	Trinche profile 25.5 cm, con esmalte desarrollado para resistir la erosión causada por el lavado de vajilla y resistente a los daños causados por cubertería. Pzas: 25	\$97.36	

Plato Trinche	Trinche profile 16.5 cm, con esmalte Pzas: 25	\$53.43	
Plato Hondo	Hondo profile 24.7 cm, con esmalte. Pzas: 25	\$104.72	
TOTAL:		\$30,840.34	

Cotización de Muebles Marca “Rak”			
Modelo	Características	Precio	Imagen

Booth Normal	Respaldo y chapera tapizado en tela y/o vinyl en color a elección. Cant. 12 pza.	\$8,197.00	 rak
Cubierta para Mesa	Laminado plástico boquilla pvc de 80 x 1.20 Cant. 6 pza.	\$1,307.00	 rak
Pedestal para Mesa	Con esmalte horneado color a elección. Cant. 6 pza.	\$1,436.00	 rak
Silla, Modelo Athina.	Estructura reforzada, estilo italiano. Cant. 24 pza.	\$1,266.00	 rak
Banco Modelo: Athina	Asiento en madera post formada, barniz color a elección. Cant. 6 pza.	\$1,356.00	 rak
TOTAL:		\$193,999.00	

Uniformes para área de Cocina			
Modelo	Características	Costo	Imagen
Filipina "Lite"	-65/35 Poliéster/Algodón -Manga ¾ -Espalda con cool vent -Bolsa para termómetro -Color negro y blanco	\$550.00	
Pantalón "Baggy rayas anchas"	-Blanco /Negro -65/35 Poliéster/Algodón -2 bolsas al Frente -1 Bolsa trasera -Elástico Doble en Cintura	\$550.00	
Mandil Medio largo, 4 lados Negro.	-65/35 Poliéster/Algodón - 4 vistas - 33"L x 30" A - Con Bolsa	\$160.00	
Gorro "Cofia Cool Vent DFAO-BLK"	-Negro - Tela Cool Vent - Te Mantiene Fresco y Seco -Banda Interna Absorbente - Elástico Ajustable	\$115.00	

Zapatos "Dusty"	- Zapato de poliuretano - Resistente al aceite - Suela antiderrapante	\$1,200.00	
TOTAL(por empleado):		\$2,575.00	

Uniformes para Área de Servicio (Meseras, Barman y Hostes)			
Modelo	Características	Costo	Imagen
Mandil de Peto Gris/ Carbón/Rojo A500-GCR Merlot/Gris/Blanco A500-MEG	-65/35 Poliéster/Algodón - Cordón ajustable largo y ancho - Bolsas al centro	\$250.00	
Camisa de Cafetería C100-RED C110- NAR	- Rojo y Anaranjado -65/35 Poliéster/Algodón - 1 bolsa al Frente - Botón aperlado - Bolsa pecho Izquierdo	\$350.00	

Pantalón de Dama a la Cadera Negro WBLK	-Negro -65/35 Poliéster/Algodón - 2 bolsas al Frente - Amplio de cadera - Jareta antiderrapante - Elástico de 1 1/2" en Cintura - 2 Bolsas Traseras ocultas	\$550.00	
TOTAL (por empleado):		\$1,150.00	

EQUIPO MAYOR			
Equipo	Características	Costo	Imagen
<p>Grill</p> <p>Modelo: ZS-2</p> <p>Marca: San-son.</p>	<p>Construido en acero inoxidable.</p> <p>Quemadores tipo “H” en fierro fundido.</p> <p>Dos válvulas para gas tipo comercial.</p> <p>Carbón fósil con duración de 1 año.</p> <p>Garantía de un año.</p>	\$3,900.00	
<p>Estufa</p> <p>Modelo: ECO</p> <p>Marca: San-son</p>	<p>Construido en acero inoxidable.</p> <p>Seis quemadores, seis válvulas para gas tipo comercial.</p> <p>Garantizadas por 5 años.</p> <p>Charola inferior de derrames.</p>	\$14,625.00	
<p>Freidora</p> <p>Modelo: Fry Max</p> <p>Marca: San-son</p>	<p>Freidor de alta producción bajo consumo de energía.</p> <p>Utiliza sólo 10 lts. de aceite.</p> <p>No quema el aceite y alarga su vida en un 100% con su sistema de filtrado para partículas de un</p>	\$25,350.00	

		micrón.		
Horno de convección Modelo: SHC-10 Marca: San-son.	Exterior de acero inoxidable. Interior del horno en acero inoxidable con terminado sanitario. Luz interior fría. Conexión directa a la red de agua, al drenaje y a la electricidad 127 V. Vapor programable de cuatro niveles.	\$64,675.00		
Horno de microondas	Cuerpo interior y exterior en acero inoxidable 1000 watts de potencia. 3 niveles de potencia. Alarma de terminado.	\$4,985.50		
Estufón Modelo: 2-Z Marca: San-son.	Quemadores a gas circulares independientes de fierro fundido Charola de derrames. Parrillas de superficie dentadas en Fierro Fundido. Panel de llaves en acero inoxidable.	\$11,375.00		

	Garantía de un año		
Plancha Modelo: Z36 Marca: San-son	Construida en acero inoxidable Quemadores tipo “H” de hierro fundido. Pilotos atmosféricos de flama continúa. Charola de derrames de acero inoxidable Garantía de un año.	\$9,743.50	
Salamandra Modelo: ZColgante Marca: San-son	Construido en acero inoxidable e interior porcelanizado. Sistema de aislamiento con fibra de vidrio. Equipado con dos quemadores de gas de 6 tabiques multiperforados para generar rayos infrarojos. Columpio de posición variable. Charola de derrames en acero inoxidable. Garantía de un año	\$9,945.00	
Tostador Modelo: Planet Duplo	Capacidad de 4 rebanadas Regulador de	\$260.00	

<p>Marca: Taurus</p>	<p>temperatura Bandeja recoge migas Boton de paro automatico</p>		
<p>TOTAL:</p>		<p>\$144,859.00</p>	

EQUIPO DE CONSERVACIÓN			
Equipo	Características	Costo	Imagen
<p>Cámara de congelación Modelo: CFM Sellado Marca: Torrey</p>	<p>Enfriamiento por aire forzado. Cortina Hawaiana en puerta de servicio para ahorrar energía. Puerta con chapa de seguridad que evita robos y accidentes. Luz interior. Rampa antiderrapante,.</p>	<p>\$45,000.00</p>	
<p>Cámara de refrigeración. Modelo: Camara Paquete Marca: Torrey</p>	<p>150 pies cúbicos de espacio Ahorro de energía por el poliuretano de alta densidad inyectado en paneles. Paneles de 2.87</p>	<p>\$35,000.00</p>	

	<p>pulgadas de espesor. Puerta equipada con chapa de seguridad que evita robos y accidentes. Luz interior. Rampa antiderrapante.</p>		
<p>Refrigerador de tipo armario (vertical) Modelo: RS-20 RS-40 Marca: Torrey</p>	<p>Ahorra hasta un 70 % en energía Acero inoxidable Capacidad para charola de 45 x 65 Control de temperatura Inteligente Resistente a altas temperaturas Calidad y Durabilidad</p>	\$9,000.00	 
<p>Mesa Fria con refrigerador. Modelo: Marca: San-son.</p>	<p>Aacero inoxidable. Gas refrigerante R 134 (Ecológico). Con insertos Puertas aisladas.</p>	\$13,000.00	
	TOTAL:	\$102,000.00	

EQUIPO DE APOYO			
Equipo	Características	Costo	Imagen
Mesa de Trabajo Modelo: SMTCE Marca: San-son.	Fabricadas en acero inoxidable, con especificaciones y medidas de acuerdo al área de trabajo.	\$2,099.00	
Anaqueles Marca: Metro	Fabricados en acero inoxidable. Entrepaños acanalados. Modificables en altura a cada dos pulgadas Soporte de peso de 365 kg por entrepaño.	\$2,800.00	
Tarjas con mesa y entrepaños Modelo: SMT1TCE Marca: San-son	Fabricadas en acero inoxidable, con especificaciones y medidas de acuerdo al área de trabajo.	\$3,500.00	
	TOTAL:	\$8,399.00	

EQUIPO RODANTE			
Equipo	Características	Costo	Imagen
Carro de servicio	Tipo cambro. Muy resistente, 3 repisas Color Gris Medidas: 33 x 17 x 37	\$1,185.00	
TOTAL:		\$1,185.00	

EQUIPO ELECTRICO			
Equipo	Características	Costo	Imagen
Batidora Modelo: Professional 550 Plus Marca: Kitchen aid	Tazón de elevación. Tazón de 5.625 Litros Incluye tazón en acero inoxidable, gancho, globo y paleta	\$11,900.00	
Exprimidor de cítricos	Frutas por minuto: 13 naranjas Dimensiones 72 x 36.5 x 36 Peso neto: 22.5 kg Consumo: 0.044 kw Voltaje: Multisesión 100-240v / 50-60 hz	\$18,900.00	

<p>Extractor de jugos Modelo: 67608 Marca: Hamilton Beach</p>	<p>Compartimento extra grande para la pulpa Le permite hacer una gran cantidad de jugo. Piezas aptas para lavavajillas.</p>	<p>\$749.00</p>	
<p>Licuada Modelo: 54227 Marca: Hamilton Beach</p>	<p>Panel de control con sistema touchpad para una fácil limpieza Vaso de 48 oz resistente a cambios de temperatura. Base de acero inoxidable. 700 watts de potencia máxima. Apto para lavavajillas.</p>	<p>\$499.00</p>	
<p>Máquina de hielo Modelo: MHCO-100/238 Marca: San-son.</p>	<p>Producción de 50 kilos cada 24 horas. Depósito de 13 kilos. Panel informativo. Botón de encendido. Gabinete en acero inoxidable. Tina aislada. Recirculación de agua. Gas refrigerante R134 (Ecológico).</p>	<p>\$15,900.00</p>	

Máquina lavalozas Marca: San-son		\$39.000.00	
Batidora de mano Modelo: Wsb50 Marca: Waring Industrial	Mango de gama que hace que sea seguro y fácil de controlar. Motor de velocidad variable.	\$5,900.00	
TOTAL:		\$92.848.00	

EQUIPO DE MEDICIÓN			
Equipo	Características	Costo	Imagen
Báscula electrónica. Modelo: PCR Marca: Torrey	Capacidad de 20 kilos. Bateria Recargable Pantalla iluminada Cargador incluido	\$2,390.00	
Báscula de plataforma. Modelo: EQB Marca: Torrey	Capacidad de 50 kilos. Bateria recargable, hasta 20 horas continuas de uso. Pantalla iluminada Cargador incluido	\$3,490.00	

<p>Cucharas y tazas medidoras Marca: Tupperware</p>	<p>Tazas para Medir Medidas moldeadas en los mangos. Cucharas medidoras Mango es elevado y curvo para mayor facilidad.</p>	<p>Tazas \$15.00 Cucharas \$12.00</p>	
<p>Termómetro para alimentos</p>	<p>Digital Lectura inmediata</p>	<p>\$89.00</p>	
<p>TOTAL:</p>		<p>\$5,996.00</p>	

Recetario Costeado

Sopa de Elote (Chile Atole)						FOTO	
TIPO	Sopa	Porciones:	10.000	Personas			
Nombre:				FECHA:			
Código	Ingredientes	Cantidad	Unidad	Mise en Place	Precio Unitario	Costo	
	Salsa verde:					0	
	Tomate	1.500	kg		15	22.5	
	Chile serrano	0.100	kg		18	1.8	
	Diente ajo	0.020	kg		60	1.2	
	Cebolla	0.150	kg		12	1.8	
						0	
	Sopa:					0	
	Cebolla	0.150	kg		12	1.8	
	Elote	10.000	pza	desgranado	1.5	15	
	Epazote	0.050	kg		5	0.25	
	Agua	5.000	lt		1.15	5.75	
	Sal	0.001	kg		12	0.012	
	Pmienta	0.001	kg		240	0.24	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
ELABORACIÓN						Sub-total	50.352
						10%	55.3872
1	Asar tomate, chile, ajo y cebolla; moler y reservar para la sopa.						
2	Cocer elote, cebolla y epazote; ya que esté cocido el elote se saca la mitad, se muele y se agrega al mismo caldo.					% costo	30
3	Retirar la cebolla, agregar la salsa verde y sazonar.					Costo Total	184.624
4	Si no esta espeso agregar mas elote molido o masa disuelta.					Costo por porción	18.4624
5						iva (16 %)	21.416384
6						Precio de Venta	21.416384
7							
8							
9							
10						VoBo.	
11							

Sopa de Arroz y Almejas							FOTO
TIPO	Sopa	Porciones:	10.000	Personas			
Nombre:		FECHA:					
Código	Ingredientes	Cantidad	Unidad	Mise en Place	Precio Unitario	Costo	
	Arroz	0.500	kg		12	6	
	Almejas	0.500	kg	en concha	45	22.5	
	Agua	1.000	lt		1.15	1.15	
	Perejil y cilantro	0.050	kg	picado	5	0.25	
	Albahaca	0.030	kg	picada	5	0.15	
	Chilaca	0.100	kg		20	2	
	Cebolla	0.150	kg	picada	12	1.8	
	Ajo	0.030	kg	picado	60	1.8	
	Aceite de maiz	0.100	lt		28	2.8	
	Caldo de pescado	1.000	lt			0	
	Sal	0.001	kg		12	0.012	
	Pimenta	0.001	kg		240	0.24	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
ELABORACIÓN						Sub-total	38.702
					10%	42.5722	
1	Hacer un fondo corto con cascaras de camarón y unas almejas.						
2	Sofreír la cebolla y el ajo, agregar la chilaca en rajas y luego el arroz.					% costo	30
3	Dejar al fuego hasta que el arroz comience a tomar color; añadir la					Costo Total	141.907333
	mezcla de perejil, cilantro y albahaca.					Costo por porción	14.1907333
4	Agregar el fondo y rectificar sazón.					iva (16 %)	16.4612507
5	Tapar y cocinar a fuego bajo por 15 min.						
6	Agregar las almejas limpias 10 min antes de que este listo el arroz.					Precio de Venta	16.4612507
7							
8							
9							
10						VoBo.	
11							

Sopa de Lima							FOTO	
TIPO	Sopa	Porciones:	10.000	Personas				
Nombre:				FECHA:				
Código	Ingredientes	Cantidad	Unidad	Mise en Place	Precio Unitario	Costo		
	Pechuga de pollo	1.000	kg	desmenuzar	45	45		
	Cebolla	0.300	kg	brunoisse	12	3.6		
	Aceite de maíz	0.010	lt		28	0.28		
	Jitomate	0.300	kg	brunoisse	10	3		
	Pimiento morron	3.000	pz	juliana	5	15		
	Lima	1.000	kg	supremas	10	10		
	Tortillas	0.300	kg	juliana	12	3.6		
	Caldo de pollo	3.000	lt			0		
						0		
						0		
						0		
						0		
						0		
						0		
						0		
						0		
						0		
						0		
						0		
						0		
						0		
						0		
						0		
						0		
ELABORACIÓN						Sub-total	80.48	
						10%	88.528	
1	Sofreír la cebolla, jitomate y morrón, reservar. Freír la tortilla.							
2	Clarificar el fondo de pollo y agragar las supremas, reservar.					% costo	30	
3	Montar en plato hondo, colocando un poco de la mezcla de cebolla,					Costo Total	295.093333	
	pollo, la juliana de tortilla frita y agregar el caldo de pollo.					Costo por porción	29.5093333	
4	Terminar con supremas de lima.					iva (16 %)	34.2308267	
5								
6						Precio de Venta	34.2308267	
7								
8								
9								
10						VoBo.		
11								

Barbacoa de Pollo							FOTO
TIPO	P. Fuerte	Porciones:	10.000	Personas			
Nombre:				FECHA:			
Código	Ingredientes	Cantidad	Unidad	Mise en Place	Precio Unitario	Costo	
	Pierna y muslo de pollo	1.500	kg		45	67.5	
	Chile ancho	0.100	kg		70	7	
	Chile guajillo	0.100	kg		60	6	
	Pimienta negra	0.015	kg		240	3.6	
	Comino	0.020	kg		160	3.2	
	Orégano	0.015	kg		5	0.075	
	Canela	0.030	kg		16	0.48	
	Ajo	0.030	kg		60	1.8	
	Aceite	0.200	lt		28	5.6	
	Hoja santa	3.000	mnjo	o 5 piezas	5	15	
	Hoja de aguacate	3.000	mnjo	o 10 piezas	5	15	
	hoja de platano	3.000	mnjo	asadas	10	30	
	Salsa verde:						
	Chiles serrranos	0.100	kg		18	1.8	
	Tomate	0.300	kg		15	4.5	
	Cilantro	1.000	mnjo	picado	5	5	
	Cebolla	0.150	kg	picado	12	1.8	
	Ajo	0.030	kg		60	1.8	
	sal	0.010	kg		12	0.12	
	Pimienta	0.010	kg		240	2.4	
ELABORACIÓN					Sub-total	172.675	
					10%	189.9425	
1	Lavar y limpiar el pollo.						
2	Remojar los chiles en agua hirviendo.				% costo	30	
3	Licuar los chiles con poco agua y agregar las especias y el ajo.				Costo Total	633.141667	
4	Freír la salsa y salpimentar.				Costo por porción	63.3141667	
5	Untar la salsa en las piezas de pollo y dejar reposar por 1 hora.				iva (16 %)	73.4444333	
6	Forrar un molde con las hojas de platano, colocar las piezas de pollo				Precio de Venta	73.4444333	
	y el adobo, encima colocar la hoja santa y las hojas de aguacate, un						
7	poco mas de adobo y tapar con más hojas de platano.						
8	Hornear a 180° de 45 min. a 1 hora.						
9	Para la salsa: cocer los chiles serrranos y los tomates; despues licuar						
	con ajo y sal, y agregar el cilanto y la cebolla.						
10							
					VoBo.		

Pastel de Milpa							FOTO
TIPO	P. Fuerte	Porciones:	6.000	Personas			
Nombre:				FECHA:			
Código	Ingredientes	Cantidad	Unidad	Mise en Place	Precio Unitario	Costo	
	Flor de calabaza	3.000	mnjo	en tiras	3.5	10.5	
	Elote	3.000	pza	desgranado	1.5	4.5	
	Calabacitas	0.250	kg	brunoise	15	3.75	
	Chile poblano	0.450	kg		15	6.75	
	Cebolla	0.050	kg	en pluma	12	0.6	
	Aceite	0.040	lt		28	1.12	
	Tortillas	1.000	docena		10	10	
	Aceite	0.020	lt		28	0.56	
	Mantequilla	0.015	kg		70	1.05	
	Epazote	1.000	mnjo	picado	5	5	
	Crema ácida	0.125	lt		37	4.625	
	Queso fresco	0.150	kg		40	6	
	Sal	0.001	kg		12	0.012	
	Pimienta	0.001	kg			0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
ELABORACIÓN						Sub-total	54.467
						10%	59.9137
1	Precalentar horno a 180 .						
2	Hervir en agua con sal los elotes y las calabacitas por 10 min.					% costo	30
3	Asar los poblanos, sudarlos, retirar la piel y las semillas, cortar en tiras					Costo Total	199.712333
4	Sofreír la cebolla, agregar el elote, las rajadas de poblano, calabacitas,					Costo por porción	33.2853889
	el epazote y la flor de calabaza, cocinar a fuego bajo por 5 min.					iva (16 %)	38.6110511
	salpimentar. Reservar.						
5	Pasar las tortillas por aceite caliente para ablandarlas.					Precio de Venta	38.6110511
6	Engrasar un molde y colocar una capa de tortilla en la base, ense-						
	guida guisado, tortillas, guisado y así hasta terminar con tortillas;						
	colocar crema y terminar con queso.						
7	Cubrir con aluminio y hornear por 20 min.						
8							
						VoBo.	

Tamal de Cazuela							FOTO
TIPO	P. Fuerte	Porciones:	10.000	Personas			
Nombre:				FECHA:			
Código	Ingredientes	Cantidad	Unidad	Mise en Place	Precio Unitario	Costo	
	Tamal					0	
	Manteca de cerdo	0.450	kg	derretida	15	6.75	
	Masa de maíz	1.500	kg	fresca	56	84	
	Mantequilla	0.750	kg	derretida	70	52.5	
	Huevo	0.450	kg		28	12.6	
	Harina de trigo	0.350	kg		8	2.8	
	Félula de maíz	0.350	kg		23	8.05	
	Polvo para hornear	0.100	kg		56	5.6	
	Sal	0.030	kg		12	0.36	
	Leche	1.500	lt		12	18	
	Hoja de platano	2.000	mnjo	asada	10	20	
	Relleno						
	Pierna de cerdo	1.000	kg		45	45	
	Chile pasilla	0.120	pza		70	8.4	
	Chile guajillo	0.060	pza		60	3.6	
	Chile ancho	0.030	pza		70	2.1	
	Jitomate	0.300	kg		10	3	
	Cebolla	0.150	kg		12	1.8	
	Ajo	0.030	kg		60	1.8	
	Laurel	0.010	mnjo		5	0.05	
	Queso chihuahua	0.300	kg		88	26.4	
ELABORACIÓN					Sub-total	302.81	
					10%	333.091	
1	Batir las claras a punto de nieve, reservar.						
2	Agregar la manteca y la mantequilla a la masa y batir hasta unir; enseguida agregar las yemas y después los polvos.					% costo	30
3	Agregar las claras en forma envolvente y finalmente la leche.					Costo Total	1110.30333
4	Para el relleno salpimentar y sofreír la carne, agregar agua y cocinar.					Costo por porción	111.030333
5	Preparar un adobo con los chiles, jitomate, cebolla, ajo, pimienta y laurel.					iva (16 %)	128.795187
6	Deshebar la carne y agregársela al adobo, reservar.					Precio de Venta	128.795187
7	Forrar un molde con las hojas de platano, colocar una capa de masa una de relleno y una de queso, otra capa de masa y terminar con con el queso.						
8	Hornear a 180° de 30 a 40 min.						
					VoBo.		

Agua Chile						FOTO	
TIPO	P. Fuerte	Porciones:	10.000	Personas			
Nombre:				FECHA:			
Código	Ingredientes	Cantidad	Unidad	Mise en Place	Precio Unitario	Costo	
	Camarón mediano	1.000	kg		100	100	
	Limón	0.900	kg		35	31.5	
	Cebolla morada	0.600	kg		30	18	
	Pepino	1.000	kg		12	12	
	Perejil	2.000	mnjo		5	10	
	Sal	0.030	kg		12	0.36	
	Pimienta	0.030	kg		240	7.2	
	Chile habanero verde	0.150	kg		60	9	
	Chile serrano	0.150	kg		18	2.7	
	Tostadas	2.000	pqte		15	30	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
ELABORACIÓN							
					Sub-total	220.76	
					10%	242.836	
1	Limpiar los camarones.						
2	Abrir en mariposa y colocar en agua caliente por unos seg., reservar.				% costo	30	
3	Licuar un trozo de cebolla, un trozo de pepino, el mnjo de perejil, la				Costo Total	809.453333	
	mitad de habaneros y el chile serrano con el jugo de limón,				Costo por		
	salpimentar.				porción	80.9453333	
					iva (16 %)	93.8965867	
4	Verter la mezcla sobre los camarones y dejar marinar por lo menos				Precio de		
	media hora.				Venta	93.8965867	
5	Filetear la cebolla restante, cortar en tiras el pepino y chile habanero						
	agregar a los camarones.						
6	Servir acompañado de tostadas.						
7					VoBo.		
8							

Carne en su Jugo							FOTO
TIPO	P. Fuerte	Porciones:	10.000	Personas			
Nombre:			FECHA:				
Código	Ingredientes	Cantidad	Unidad	Mise en Place	Precio Unitario	Costo	
	Tocino	0.300	kg	en cuadros	20	6	
	Filete de res	1.000	kg	tiras	65	65	
	Frijoles de la olla	0.700	kg		30	21	
	Tomate	0.600	kg		15	9	
	Chile serrano	0.150	kg	brunoise	18	2.7	
	Ajo	0.030	kg		60	1.8	
	Cebolla	0.450	kg		12	5.4	
	Cilantro	2.000	mnjo	brunoise	5	10	
	Tortillas	2.000	kg		12	24	
	Limón	0.300	kg		35	10.5	
	Cebolla	0.150	kg	brunoise	12	1.8	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
ELABORACIÓN						Sub-total	157.2
						10%	172.92
1	Cocer los frijoles con cebolla y ajo.						
2	Freír el tocino, agregar el filete y dejar a fuego hasta que se cocine.					% costo	30
3	Licuar los tomates, chiles, ajo y cebolla con un poco de agua, agregar a la carne y dejar cocinar la salsa.					Costo Total	576.4
						Costo por porción	57.64
4	Agregar los frijoles y rectificar sabor.					iva (16 %)	66.8624
5	Servir acompañado de cilantro, cebolla y chiles picados.						
6						Precio de Venta	66.8624
7							
8							
9							
10							
11							
						VoBo.	

Bistec de Metate					FOTO		
TIPO	P. Fuerte.	Porciones:	10.000	Personas			
Nombre:			FECHA:				
Código	Ingredientes	Cantidad	Unidad	Mise en Place	Precio Unitario	Costo	
	Carne de res	0.500	kg	molida	60	30	
	Carne de cerdo	0.500	kg	molida	55	27.5	
	Chile chipotle	2.000	lata	picado	5	10	
	Galletas saladas	20.000	pgte	molidas	2.5	50	
	Leche	0.350	lt		12	4.2	
	Chorizo	0.200	kg	picado	70	14	
	Cebolla	0.150	kg		12	1.8	
	Ajo	0.030	kg		60	1.8	
	Nuez moscada	2.000	pza		5	10	
	Aceite	0.150	lt		28	4.2	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
ELABORACIÓN					Sub-total	153.5	
					10%	168.85	
1	Sofreír el chorizo, la cebolla y el ajo, reservar.						
2	Mezclar las 2 carnes con el chorizo, las galletas, el chipotle y la cebolla; incorporar perfectamente, agregar un poco de leche, sazonar.				% costo	30	
3	Hacer bolas de carne y pasar por una prensa y extender con rodillo.				Costo Total	562.833333	
4	Freír y servir acompañado con tortilla y frijoles charros.				Costo por porción	56.2833333	
5					iva (16 %)	65.2886667	
6					Precio de Venta	65.2886667	
7							
8							
9							
10							
11							
					VoBo.		

Uchepos					FOTO	
TIPO	P. Fuerte	Porciones:	10.000	Personas		
Nombre:			FECHA:			
Código	Ingredientes	Cantidad	Unidad	Mise en Place	Precio Unitario	Costo
	Elotes tiernos	20.000	pza		1.5	30
	Mantequilla	0.200	kg		70	14
	Azúcar	0.200	kg		8	1.6
	Sal	0.020	kg		12	0.24
	Polvo para hornear	0.030	kg		56	1.68
	Hojas de elote frescas			las del elote		0
	leche	0.300	lt		12	3.6
	Crema ácida	0.030	kg		37	1.11
						0
						0
						0
						0
						0
						0
						0
						0
						0
						0
						0
						0
						0
						0
						0
ELABORACIÓN					Sub-total	52.23
					10%	57.453
1	Moler los elotes con un poco de leche. Reservar.					
2	Acremar la mantequilla con el azúcar y la sal.				% costo	30
3	Mezclar la mantequilla con el elote y agregar el polvo de hornear.				Costo Total	191.51
4	Envolver en la hojas de elote y cocer en vaporera de 30 a 45 min. O hasta que la masa se desprege de la hoja.				Costo por porción	19.151
5	Servir calientes y acompañar con crema.				iva (16 %)	22.21516
6					Precio de Venta	22.21516
7						
8						
9						
10						
11						
					VoBo.	

Filete de Pescado a la Veracruzana							FOTO	
TIPO	P. Fuerte	Porciones:	10.000	Personas				
Nombre:					FECHA:			
Código	Ingredientes	Cantidad	Unidad	Mise en Place	Precio Unitario	Costo		
	Ajo	0.120	kg		60	7.2		
	Jitomate	0.450	kg		10	4.5		
	Aceituna verde	0.150	kg		60	9		
	Laurel	0.015	mnjo		5	0.075		
	Perejil	2.000	mnjo		5	10		
	Aceite de olivo	0.060	lt			0		
	Filete de basa	1.000	kg		80	80		
	fondo de pescado	1.000	lt			0		
	Sal	0.030	kg		12	0.36		
	Cebolla	0.300	kg		12	3.6		
	Alcaparra	0.500	kg			0		
	Chile jalapeño	0.200	kg	en rajas	18	3.6		
	Orégano	0.060	kg		5	0.3		
	Pimienta negra	0.030	kg	entera	240	7.2		
						0		
						0		
						0		
						0		
						0		
						0		
						0		
						0		
						0		
						0		
ELABORACIÓN					Sub-total	125.835		
					10%	138.4185		
1	Picar toscamente los ajos, jitomates, perejil, cebolla y sofreír en el							
	aceite de olivo, agregar las alcaparra, orégano, jalapeños, pimienta,				% costo	30		
	laurel y dejar cocinar por 5 min.				Costo Total	461.395		
2	Agregar fondo de pescado y dejar reducir.				Costo por porción	46.1395		
3	Incorporar el pescado y las aceitunas, cocinar a fuego medio hasta				iva (16 %)	53.52182		
	que el pescado este cocido; rectificar sabor.							
4					Precio de Venta	53.52182		
5								
6								
7								
8								
9								
					VoBo.			

Corundas							FOTO	
TIPO	P. Fuerte	Porciones:	10.000	Personas				
Nombre:				FECHA:				
Código	Ingredientes	Cantidad	Unidad	Mise en Place	Precio Unitario	Costo		
	Masa para tamal	1.500	kg			0		
	Manteca de cerdo	0.500	kg		15	7.5		
	Polvo para hornear	0.020	kg		56	1.12		
	Sal	0.010	kg		12	0.12		
	Hojas de maíz frescas	2.000	mnjo		20	40		
	Carne de cerdo	1.000	kg		45	45		
	Jitomate	0.400	kg		10	4		
	Chilaca	0.300	kg		16	4.8		
	Cebolla	0.100	kg		12	1.2		
	Ajo	0.020	kg		60	1.2		
	Crema ácida	0.300	lt		37	11.1		
						0		
						0		
						0		
						0		
						0		
						0		
						0		
						0		
						0		
						0		
						0		
						0		
						0		
						0		
						0		
						0		
						0		
ELABORACIÓN						Sub-total	116.04	
						10%	127.644	
1	Freír la carne de cerdo y agregar agua, cocinar con cebolla y ajo hasta que este blanda. Reservar carne y caldo.					% costo	30	
2	Acremar la manteca hasta que esponje e incorporar la masa para tamal y seguir batiendo, añadir caldo con sal y polvo para hornear.					Costo Total	425.48	
3	Envolver en hojas de maíz y cocer a vapor de 30 a 45 min. o hasta que la masa se despegue de la hoja.					Costo por porción	42.548	
4	Asar las chilacas y poner en una bolsa a sudar, retirar la piel y las semillas y cortar en tiras. Reservar.					iva (16 %)	49.35568	
5	Cocer los jitomates con ajo y cebolla, licuar con un poquito de agua de la cocción y freír con un poco de aceite; agregar las rajas y la carne de cerdo.					Precio de Venta	49.35568	
6	Servir la corundas, con las carne y crema ácida.					V0Bo.		

Carne a la Tampiqueña							FOTO
TIPO	P. Fuerte	Porciones:	10.000	Personas			
Nombre:					FECHA:		
Código	Ingredientes	Cantidad	Unidad	Mise en Place	Precio Unitario	Costo	
	Filete de res	1.000	kg		150	150	
	Aceite	0.060	lt		28	1.68	
	Cebolla	0.100	kg		12	1.2	
	Aguacate	0.300	kg		40	12	
	Jitomate	0.100	kg		10	1	
	Queso fresco	0.100	kg		40	4	
	Chile guajillo	0.100	kg		45	4.5	
	Vinagre	0.020	lt		12	0.24	
	Orégano	0.020	kg		5	0.1	
	Tortillas	2.000	docena		10	20	
	Queso chihuahua	0.500	kg		88	44	
	Ajo	0.020	kg		60	1.2	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
ELABORACIÓN					Sub-total	239.92	
					10%	263.912	
1	Cocer los chiles guajillos, licuar con vinagre, orégano y ajo, reservar.						
2	Salpimentar la carne, reservar.				% costo	30	
3	Hacer un guacamole con el aguacate, cebolla y jitomate, reservar.				Costo Total	879.706667	
4	Freír la carne y gratinar con queso chihuahua; con el adobo hacer				Costo por	87.9706667	
	enchiladas rellenas de queso fresco.				iva (16 %)	102.045973	
5	Servir la carne gratinada acompañada de guacamole y 3 enchiladas						
	con queso fresco encima y rebanadas de jitomate.				Precio de	102.045973	
6							
7							
8							
9							
10							
					VoBo.		

Camarones al Coco							FOTO
TIPO	P. Fuerte	Porciones:	10.000	Personas			
Nombre:		FECHA:					
Código	Ingredientes	Cantidad	Unidad	Mise en Place	Precio Unitario	Costo	
	Camarones	1.000	kg	limpios	150	150	
	Harina	0.200	kg		8	1.6	
	Huevo	0.100	kg		28	2.8	
	Leche	0.050	lt		12	0.6	
	Hojuelas de maíz	0.350	kg	trituradas	40	14	
	Coco	0.350	kg	rallado	110	38.5	
	Aceite	1.000	lt		28	28	
	Manzana	0.100	kg	rodajas	28	2.8	
	Mayonesa	0.200	kg		67	13.4	
	Chiles chipotle	1.000	lata	picado	5	5	
	Piña en almibar	0.050	kg	picada	25	1.25	
	Ajo	0.010	kg	picado	60	0.6	
	Sal	0.001	kg		12	0.012	
	Pimienta	0.001	kg		240	0.24	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
ELABORACIÓN					Sub-total	258.802	
					10%	284.6822	
1	Salpimentar los camarones.						
2	Mezclar con globo la harina y los huevos; agregar leche de ser necesario, la pasta de tener consistencia ligera.				% costo	30	
3	Pasar los camarones por la pasta y después por la mezcla de hojue - las y coco rallado.				Costo Total	948.940667	
4	Freír en el aceite.				Costo por porción	94.8940667	
5	Deshidratar las rodajas de manzana en el horno.				iva (16 %)	110.077117	
6	Para el aderezo mezclar la mayonesa con el ajo, chipotle y piña.				Precio de Venta	110.077117	
7	Servir los camarones sobre las rodajas de manzana y acompañar con el aderezo.						
8					VoBo.		
9							

Pepitorias							FOTO	
TIPO	Postre	Porciones:	10.000	Personas				
Nombre:			FECHA:					
Código	Ingredientes	Cantidad	Unidad	Mise en Place	Precio Unitario	Costo		
	Obleas grandes	2.000	paquete		25	50		
	Cajeta	0.300	kg		120	36		
	Pepitas de calabaza	0.200	kg		120	24		
						0		
						0		
						0		
						0		
						0		
						0		
						0		
						0		
						0		
						0		
						0		
						0		
						0		
						0		
						0		
						0		
						0		
						0		
						0		
						0		
						0		
ELABORACIÓN							Sub-total	110
							10%	121
1	Calentar a baño maria la cajeta.							
2	Tostar las pepitas de calabaza.						% costo 30	
3	Cortar las obleas a la mitad y untar una mitad con cajeta y						Costo Total 403.333333	
	espolvorear pepitas dejando que una salgan de la oblea.						Costo por porción 40.3333333	
4	Tapar con una mitad de oblea y colocar en un lugar seco para que						iva (16 %) 46.7866667	
	la cajeta se vuelva a endurecer.							
5							Precio de Venta 46.7866667	
6								
7								
8								
9								
10					VoBo.			

Jericalla						FOTO	
TIPO	Postre	Porciones:	10.000	Personas			
Nombre:		FECHA:					
Código	Ingredientes	Cantidad	Unidad	Mise en Place	Precio Unitario		
	Leche entera	4.000	Lt		12	48	
	Yemas de huevo	0.500	kg	O 25 piezas	28	14	
	Azúcar	1.000	kg		8	8	
	Extracto de vainilla	0.020	Cda		60	1.2	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
ELABORACIÓN						Sub-total	71.2
						10%	78.32
1	Poner a fuego la leche con la mitad de la azúcar y la vainilla, cuando						
	llegue a hervir retirar del fuego y reservar.					% costo	30
2	Blanquear las yemas con la otra mitad de azúcar y agregar la leche					Costo Total	261.066667
	tibia y mover contantemente para evitar que se formen grumos con					Costo por	
	la yema.					porción	26.1066667
						iva (16 %)	30.2837333
3	Verter en flaneras y cocer a baño maria tapado a 200°C en horno						
	por 45 min, retirar el papel y dejar 15 min más para que la superficie					Precio de	
	se dore.					Venta	30.2837333
4	Servir fría						
5							
6							
7							
						VoBo.	

Dulce de Tamarindo							FOTO
TIPO	Postre	Porciones:	10.000	Personas			
Nombre:				FECHA:			
Código	Ingredientes	Cantidad	Unidad	Mise en Place	Precio Unitario	Costo	
	Tamarindo fresco	6.000	kg		20	120	
	Azúcar	0.600	kg		8	4.8	
	Agua	0.250	lt		22	5.5	
	Sal	0.020	kg		12	0.24	
	Chile piquín en polvo	0.200	kg		50	10	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
ELABORACIÓN					Sub-total	140.54	
					10%	154.594	
1	Limpiar el tamarindo, dejarlo con hueso.						
2	Ponerlo a cocer con el azúcar y una taza de agua hasta que quede semiespeso, agregar la sal y el chile cuando aun está caliente.				% costo	30	
3	Dejar enfriar y envolver en papel celofán.				Costo Total	515.313333	
4					Costo por porción	51.5313333	
5					iva (16 %)	59.7763467	
6					Precio de Venta	59.7763467	
7							
8							
9							
10							
11							
					VoBo.		

Bigotes de Arroz							FOTO	
TIPO	Postre	Porciones:	10.000	Personas				
Nombre:				FECHA:				
Código	Ingredientes	Cantidad	Unidad	Mise en Place	Precio Unitario	Costo		
	Arroz de grano largo	0.300	kg		15	4.5		
	Leche entera	1.300	Lt		12	15.6		
	Agua	0.600	Lt		22	13.2		
	Huevo	0.250	kg		28	7		
	Azúcar	0.500	lt		8	4		
	Pan molido	0.250	kg		36	9		
	Canela en polvo	0.010	kg		70	0.7		
	Aceite	1.000	lt		28	28		
						0		
						0		
						0		
						0		
						0		
						0		
						0		
						0		
						0		
						0		
						0		
						0		
						0		
						0		
						0		
ELABORACIÓN						Sub-total	82	
						10%	90.2	
1	Lavar y poner a cocer el arroz con agua, dejar a fuego medio hasta que se evapore casi por completo el agua.						% costo	30
2	Agregar la leche y el azúcar, continuar cociendo hasta que el arroz este blando y seco.						Costo Total	300.666667
							Costo por porción	30.0666667
3	Dejar enfriar y hacer croquetas, pasar por harina, huevo y pan.						iva (16 %)	34.8773333
4	Llevar a fritura profunda y escurrir en papel absorbente.							
5	Aún calientes pasar azúcar con canela.						Precio de Venta	34.8773333
6								
7								
8								
9								
10								
						VoBo.		

Helado de Pasta						FOTO	
TIPO	Postre	Porciones:	10.000	Personas			
Nombre:			FECHA:				
Código	Ingredientes	Cantidad	Unidad	Mise en Place	Precio Unitario	Costo	
	Leche evaporada	4.000	latas		12	48	
	Canela	0.010	raja		280	2.8	
	Bicarbonato de sodio	0.010	kg		20	0.2	
	Azúcar	0.300	kg		8	2.4	
	Miel	0.120	Lt		90	10.8	
	Almendra molida	0.400	kg		200	80	
	Crema 35%	1.000	Lt		56	56	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
ELABORACIÓN					Sub-total	200.2	
					10%	220.22	
1	Hervir la leche, canela y bicarbonato hasta reducir una tercera parte.						
2	Agregar azúcar y miel, dejar cocinar 5 min más.				% costo	30	
3	Añadir las almendras bien molidas y cocinar a fuego bajo hasta que				Costo Total	734.066667	
	la mezcla tenga consistencia cremosa.				Costo por porción	73.4066667	
4	Retirar del fuego y dejar enfriar, cuando este fría meter al congelador durante una hora, después sacar e incorporar la crema monta -				iva (16 %)	85.1517333	
	da en forma envolvente y poner nuevamente en el congelador.				Precio de Venta	85.1517333	
5	Revisar constantemente y desbaratar los cristales de hielo batiendo el helado hasta obtener una mezcla cremosa.						
6							
7							
8							
					VoBo.		

Gorditas de Nata							FOTO
TIPO	Postre	Porciones:	10.000	Personas			
Nombre:				FECHA:			
Código	Ingredientes	Cantidad	Unidad	Mise en Place	Precio Unitario	Costo	
	Natas	0.600	kg		120	72	
	Harina	1.200	kg		8	9.6	
	Canela	0.300	kg		70	21	
	Azúcar	0.300	kg		8	2.4	
	Huevo	0.300	kg		28	8.4	
	Polvo para hornear	0.030	kg		56	1.68	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
ELABORACIÓN							
					Sub-total	115.08	
					10%	126.588	
1	Formar un volcán con la harina y el royal previamente cernidos.						
2	Licuar los ingredientes restantes y poner en medio del volcán; amasar hasta formar una masa lisa.				% costo	30	
					Costo Total	421.96	
3	Hacer bolitas de aprox. 25 grs. Y dejar reposar por 5 min, extender con rodillo y poner en un comal previamente calentado, dando vuelta a las gorditas cada 3 o 5 min.				Costo por porción	42.196	
					iva (16 %)	48.94736	
4	Para saber si están bien cocidas deben tener un sonido hueco si las palmea.				Precio de Venta	48.94736	
5							
6							
7							
8							
					VoBo.		

Atole de Guayaba							FOTO	
TIPO	Bebida	Porciones:	10.000	Personas				
Nombre:			FECHA:					
Código	Ingredientes	Cantidad	Unidad	Mise en Place	Precio Unitario	Costo		
	Agua	2.000	lt		1.5	3		
	Masa	0.200	kg		12	2.4		
	Pulpa de guayaba	0.200	kg		6	1.2		
	Piloncillo	0.200	kg		18	3.6		
						0		
						0		
						0		
						0		
						0		
						0		
						0		
						0		
						0		
						0		
						0		
						0		
						0		
						0		
						0		
						0		
ELABORACIÓN						Sub-total	10.2	
						10%	11.22	
1	Hervir el agua con el piloncillo.							
2	Agregar la pulpa y después la masa desleída con un poco de agua y dejar espesar a fuego medio.						% costo	30
						Costo Total	37.4	
3	Servir caliente.						Costo por porción	3.74
4							iva (16 %)	4.3384
5								
6							Precio de Venta	4.3384
7								
8								
9								
10							VoBo.	
11								

Chocolate Perfumado con Vainilla							FOTO
TIPO	Bebida	Porciones:	10.000	Personas			
Nombre:					FECHA:		
Código	Ingredientes	Cantidad	Unidad	Mise en Place	Precio Unitario	Costo	
	Chocolate	2.000	tablilla		8	16	
	Vaina de vainilla	2.000	pza		18	36	
	Agua	2.000	lt		1.5	3	
	Miel de abeja	0.200	lt		90	18	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
ELABORACIÓN						Sub-total	73
					10%	80.3	
1	Poner a hervir el agua a fuego alto, cuando suelte el hervor agregar la tablilla de chocolate, la vaina de vainilla abierta y la miel para endulzar.					% costo	30
2	Dejar hervir a fuego medio hasta que el chocolate se disuelva.					Costo Total	267.666667
3	Servir caliente.					Costo por porción	26.7666667
4						iva (16 %)	31.0493333
5						Precio de Venta	31.0493333
6							
7							
8							
9							
10							
						VBo.	

Atole de Elote con Mantequilla						FOTO	
TIPO	Bebidas	Porciones:	10.000	Personas			
Nombre:			FECHA:				
Código	Ingredientes	Cantidad	Unidad	Mise en Place	Precio Unitario	Costo	
	Leche	2.000	lt		12	24	
	Piloncillo rallado	0.200	kg		18	3.6	
	Elote tierno desgranado	0.500	kg		22	11	
	Mantequilla sin sal	0.030	kg		70	2.1	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
ELABORACIÓN							
					Sub-total	40.7	
					10%	44.77	
1	Colocar a fuego la mitad de la leche con el piloncillo rallado.						
2	Licuar el elote con la leche restante, colar y agregar a la leche con piloncillo, añadir la mantequilla y dejar cocinar a fuego medio por					% costo	30
	aprox. 15 min o hasta que el atole esté espeso.					Costo Total	149.233333
3	Mover constantemente para evitar que se pegue.					Costo por porción	14.9233333
4	Servir caliente.					iva (16 %)	17.3110667
5						Precio de Venta	17.3110667
6							
7							
8							
9							
10							
						VoBo.	

Tepache							FOTO		
TIPO	Bebida	Porciones:	10.000	Personas					
Nombre:		FECHA:							
Código	Ingredientes	Cantidad	Unidad	Mise en Place	Precio Unitario	Costo			
	Piña madura	1.000	pza		25	25			
	Piloncillo	0.500	kg		18	9			
	Agua	2.500	lt		1.5	3.75			
	Canela	0.010	rama		280	2.8			
						0			
						0			
						0			
						0			
						0			
						0			
						0			
						0			
						0			
						0			
						0			
						0			
						0			
						0			
						0			
						0			
ELABORACIÓN					Sub-total	40.55			
					10%	44.605			
1	Lavar muy bien la piña, pelarla y reservar las cáscaras.								
2	Disolver el piloncillo, agregar la canela y las cáscaras de piña.				% costo	30			
3	Tapar con un paño y dejar reposar de 2 a 3 días en un lugar calido.				Costo Total	148.683333			
4	Servir con hielo picado.				Costo por porción	14.8683333			
5					iva (16 %)	17.2472667			
6									
7					Precio de Venta	17.2472667			
8									
9									
10									
11									
12									
						VoBo.			

Agua de Limón con Chía						FOTO	
TIPO	Bebida	Porciones:	10.000	Personas			
Nombre:			FECHA:				
Código	Ingredientes	Cantidad	Unidad	Mise en Place	Precio Unitario	Costo	
	Agua	2.000	lt		1.5	3	
	Limón	0.200	kg		10	2	
	Azúcar	0.100	kg		8	0.8	
	Semilla de chía	0.050	kg		240	12	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
ELABORACIÓN						Sub-total	17.8
						10%	19.58
1	Obtener el jugo de los limones y agregar al litro de agua.						
2	Endulzar al gusto y agregar la chía.					% costo	30
3	Servir fría.					Costo Total	65.2666667
4						Costo por porción	6.52666667
5						iva (16 %)	7.57093333
6							
7						Precio de Venta	7.57093333
8							
9							
10							
11							
12							
						VoBo.	

Guacamayas							FOTO
TIPO	Bebida	Porciones:	10.000	Personas			
Nombre:				FECHA:			
Código	Ingredientes	Cantidad	Unidad	Mise en Place	Precio Unitario	Costo	
	Toronja	0.200	kg		10	2	
	Aguacate	1.000	kg		40	40	
	Azúcar	0.500	kg		8	4	
	Tequila o Charanda	0.500	lt		140	70	
						0	
	Granadina (opcional)				42	0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
ELABORACIÓN					Sub-total	116	
					10%	127.6	
1	Sacar el jugo de lastoronjas y reservar.						
2	Licuar con el aguacate y endulzar al gusto.				% costo	30	
3	Agregar el tequila y servir frío.				Costo Total	425.333333	
4					Costo por porción	42.5333333	
5					iva (16 %)	49.3386667	
6							
7					Precio de Venta	49.3386667	
8							
9							
10							
11							
12							
					VoBo.		

Atole de Cacahuete						FOTO	
TIPO	Bebida	Porciones:	10.000	Personas			
Nombre:				FECHA:			
Código	Ingredientes	Cantidad	Unidad	Mise en Place	Precio Unitario	Costo	
	Cacahuete pelado	0.375	kg		60	22.5	
	Masa	0.300	kg		12	3.6	
	Miel	0.210	lt		90	18.9	
	Agua	2.000	lt		1.5	3	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
ELABORACIÓN					Sub-total	48	
					10%	52.8	
1	Tostar y moler el cacahuete, reservar.						
2	Deseír la masa en poco agua.				% costo	30	
3	Hervir el agua a fuego medio y agregar la masa, moviendo constan-				Costo Total	176	
	temente para evitar que se pegue.				Costo por porción	17.6	
4	Agregar el cacahuete molido y dejar cocinar 10 min más.				iva (16 %)	20.416	
5	Endulzar al gusto.						
6	Servir caliente.				Precio de Venta	20.416	
7							
8							
9							
10					VoBo.		
11							

Atole Champurrado					FOTO	
TIPO	Bebida	Porciones:	10.000	Personas		
Nombre:				FECHA:		
Código	Ingredientes	Cantidad	Unidad	Mise en Place	Precio Unitario	Costo
	Leche entera	2.000	lt		12	24
	Canela	0.020	rama		280	5.6
	Masa	0.300	kg		12	3.6
	Piloncillo	0.100	kg		18	1.8
	Chocolate de mesa	2.000	tablilla		8	16
	Azúcar	0.100	kg		8	0.8
						0
						0
						0
						0
						0
						0
						0
						0
						0
						0
						0
						0
						0
						0
ELABORACIÓN					Sub-total	51.8
					10%	56.98
1	Deseír la masa en un poco de agua, agregar a la leche y poner a cocer a fuego medio.				% costo	30
2	Agregar el piloncillo, la canela y el chocolate; continuar en el fuego hasta que la masa esté cocida.				Costo Total	189.933333
					Costo por porción	18.9933333
3	Agregar azúcar de ser necesario.				iva (16 %)	22.0322667
4	Servir caliente.					
5					Precio de Venta	22.0322667
6						
7						
8						
9						
10						

VoBo.

Salsa Borracha Norteña						FOTO	
TIPO	Guarnición	Porciones:	10.000	Personas			
Nombre:					FECHA:		
Código	Ingredientes	Cantidad	Unidad	Mise en Place	Precio Unitario	Costo	
	Chile mulato	0.100	kg	o 3 pieza	130	13	
	Chile pasilla	0.300	kg	o 6 piezas	90	27	
	Chile árbol	0.050	kg	o 10 piezas	90	4.5	
	Ajo	0.030	kg		60	1.8	
	Cebolla picada	0.060	kg		12	0.72	
	Tomates asados	0.100	kg		15	1.5	
	Cerveza	0.300	lt		15	4.5	
	Jugo de piña	0.300	lt		25	7.5	
	Tequila	0.030	lt		140	4.2	
	Piloncillo	0.030	kg		18	0.54	
	Vinagre	0.030	lt		12	0.36	
	Queso cotija rallado	0.150	kg			0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
ELABORACIÓN					Sub-total	65.62	
					10%	72.182	
1	Asar los chiles sin dejar quemar para evitar que se amrquen, remojar en agua hirviendo, limpiar y reservar.				% costo	30	
2	Asar los tomates y el ajo.				Costo Total	240.606667	
3	En el molcajete martajar los chiles remojados con los tomates y el ajo.				Costo por porción	24.0606667	
4	Agregar la cebolla picada, el jugo de piña poco a poco, la cerveza, el tequila, el piloncillo y el vinagre.				iva (16 %)	27.9103733	
5	Finalmente agregar el queso cotija rallado.				Precio de Venta	27.9103733	
6							
7							
8							
9							
10						VoBo.	

Frijoles Charros						FOTO
TIPO	Guarnición	Porciones:	10.000	Personas		
Nombre:				FECHA:		
Código	Ingredientes	Cantidad	Unidad	Mise en Place	Precio Unitario	Costo
	Frijol pinto	0.600	kg		16	9.6
	Agua	3.000	lt		1.5	4.5
	Cebolla	0.300	kg		12	3.6
	Ajo	0.090	kg		60	5.4
	Tocino picado	0.300	kg		80	24
	Chorizo	0.300	kg		60	18
	Jitomate	0.300	kg		10	3
	Chile jalapeño	0.060	kg		14	0.84
	Cilantro	2.000	mnjo		5	10
						0
						0
						0
						0
						0
						0
						0
						0
						0
						0
						0
						0
						0
						0
						0
ELABORACIÓN					Sub-total	78.94
					10%	86.834
1	Cocer los frijoles con ajo y cebolla.					
2	Picar toscamente la cebolla, ajo, jitomate, jalapeño y cilantro.				% costo	30
3	Sofreír el tocino picado con el chorizo y agregar a la mezcla anterior.				Costo Total	289.446667
4	Finalmente agregar los frijoles de la olla y rectificar sazón.				Costo por porción	28.9446667
5					iva (16 %)	33.5758133
6						
7					Precio de Venta	33.5758133
8						
9						
10						
11						
12						
					VoBo.	

Tortillas de Harina						FOTO	
TIPO	Guarnición	Porciones:	10.000	Personas			
Nombre:				FECHA:			
Código	Ingredientes	Cantidad	Unidad	Mise en Place	Precio Unitario	Costo	
	Harina	1.000	kg		8	8	
	Sal	0.010	kg		12	0.12	
	Polvo para hornear	0.020	kg		56	1.12	
	Manteca vegetal	0.300	kg		22	6.6	
	Agua caliente	0.400	lt		22	8.8	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
ELABORACIÓN					Sub-total	24.64	
					10%	27.104	
1	Mezclar harina, sal, polvo para hornear; cernir y formar una fuente.						
2	Ablandar la manteca y agregar a la fuente.				% costo	30	
3	Mezclar, agregar agua caliente poco a poco y amasar hasta obtener una masa lisa y elástica.				Costo Total	90.3466667	
					Costo por porción	9.03466667	
4	Reposar por 10 min, porcionar y bolear, extender con el rodillo y cocer en comal a fuego medio.				iva (16 %)	10.4802133	
5					Precio de Venta	10.4802133	
6							
7							
8							
9							
10							
					VoBo.		

Salsa de Rabano						FOTO	
TIPO	Guarnición	Porciones:	10.000	Personas			
Nombre:				FECHA:			
Código	Ingredientes	Cantidad	Unidad	Mise en Place	Precio Unitario	Costo	
	Tomate	0.200	kg		15	3	
	Chile serrano	0.040	kg		18	0.72	
	Ajo	0.020	kg		60	1.2	
	Cilantro	1.000	mnjo		5	5	
	Rábano	1.000	mnjo		5	5	
	Cebolla	0.200	kg		12	2.4	
	Naranja agria	0.200	kg		14	2.8	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
ELABORACIÓN						Sub-total	20.12
						10%	22.132
1	Cocer los tomates y los chiles serranos, licuar con el ajo, reservar.						
2	Picar finamente el cilantro, los rábanos y la cebolla, agregar a la salsa de tomate.					% costo	30
3	Obtener el jugo de la naranja y agregar un poco a la salsa.					Costo Total	73.7733333
4	Rectificar sazón					Costo por porción	7.37733333
5						iva (16 %)	8.55770667
6						Precio de Venta	8.55770667
7							
8							
9							
10						VoBo.	
11							

Cebolla Curada						FOTO	
TIPO	Guarnición	Porciones:	10.000	Personas			
Nombre:					FECHA:		
Código	Ingredientes	Cantidad	Unidad	Mise en Place	Precio Unitario	Costo	
	Cebolla morada	0.500	kg		10	5	
	Chile habanera asado	0.020	kg		45	0.9	
	Naranja agria	0.200	kg		14	2.8	
	Vinagre blanco	0.020	lt		12	0.24	
	Sal	0.010	kg		12	0.12	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
ELABORACIÓN						Sub-total	9.06
						10%	9.966
1	Filetear la cebolla y blanquearla.						
2	Mezclar el resto de los ingredientes, añadir la cebolla y dejar reposar por unashoras.					% costo	30
3						Costo Total	33.22
4						Costo por porción	3.322
5						iva (16 %)	3.85352
6						Precio de Venta	3.85352
7							
8							
9							
10						VoBo.	
11							

Aderezo de Piña y Chipotle						FOTO	
TIPO	Guarnición	Porciones:	10.000	Personas			
Nombre:		FECHA:					
Código	Ingredientes	Cantidad	Unidad	Mise en Place	Precio Unitario	Costo	
	Yema de huevo	0.100	kg		28	2.8	
	Aceite	0.250	lt		28	7	
	Sal	0.025	kg		12	0.3	
	Pimienta	0.025	kg		240	6	
	Chiles chipotles	1.000	lata		5	5	
	Piña en almibar	1.000	lata		24	24	
	Ajo	0.050	kg		60	3	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
ELABORACIÓN					Sub-total	48.1	
					10%	52.91	
1	Hacer una mayonesa, reservar.						
2	Picar finamente el ajo, chipotle y piña.				% costo	30	
3	Mezclar uniformemente los ingredientes y rectificar sazón.				Costo Total	176.366667	
4	Servir acompañando a la los camarones al coco.				Costo por porción	17.6366667	
5					iva (16 %)	20.4585333	
6							
7					Precio de Venta	20.4585333	
8							
9							
10							
11					VoBo.		
12							

PRODUCTOS DE LIMPIEZA					
Producto	Aplicación	Aroma	Color	Precio Mayoreo	Volumen Mayoreo
NOBAKLOR	Cloro en solución 6.5%, calidad extra	Natural	Natural	\$1.20	20 lt
DETERCLOORO	Shampoo detergente clorado, limpia y desinfecta	Natural	Natural	\$8.50	10 lt
DALPINO VDE	Limpiador líquido con aceite de pino, color verde	Pino	Verde	\$3.00	20 lt
DETERPINO	Prelavador y desmanchador de pino en gel	Pino	Natural	\$10.50	10 lt
FABULMAN OXI	Limpiador desmanchador líquido multiusos, super-oxi	Fresco	Azul	\$5.00	20 lt
SARRIGEL	Sarricida en gel suave para muebles y pisos w.c., ácido	Ácido	Rosa	\$13.00	10 lt
SOLGRAS II	Quitacochambre líquido p/ parrillas	Natural	Amarillo	\$10.00	20 lt

	y cocinas, sin sosa				
ALDONZA-PST	Detergente lavatrastes en pasta de alto rendimiento	Natural	Blanco	\$22.00	10 kg
ALDONZA-AXN	Shampoo detergente tricloro antibacterial para trastes	Clorado	Natural	\$9.50	10 lt
CRISTANOBA	Limpiador líquido para vidrios y cristales, sin amoniaco	Natural	Azul	\$4.00	20 lt
ELISA-T	Shampoo suave para manos, glicerina, aroma Tropical	Tropical	Amarillo	\$10.50	20 lt
NOBADREK	Destapacaños y tuberías, uso rudo, líquido, con sosa	Natural	Amarillo	\$7.50	20 lt
TRAPEAMAGIC	Líquido abrillantador de pisos, no aceitoso, base agua	Drakar	Azul	\$11.00	20 lt
TOTAL:				\$1,679.00	

"BALANCE GENERAL"

INVENTARIO INICIAL

\$698,314

AREA DE BAR/BARRA	PRECIO
CAFETERA SEMIAUTO	\$10,000
SOFT RESTAURANT	\$3,000
BARRA FRIA	\$13,000
MAQUINA DE HIELO	\$15,900
CRISTALERIA	\$7,958
INSUMOS	\$3,000
NOMINA BARMAN	\$6,000
TOTAL	\$58,858

AREA DE SERVICIO	PRECIO
SOFT RESTAURANT	\$3,000
PLAQUE	\$5,755
MOBILIARIO	\$194,000
LOZA	\$22,882
NOMINA MESEROS	\$7,083
TOTAL	\$232,720

AREA DE COCINA	PRECIO
EQUIPO DE COCINA	\$316,387
SOFT RESTAURANT	\$3,000
UTENSILIOS	\$5,000
INSUMOS	\$13,000
NOMINA COCINA	\$13,358
TOTAL	\$350,745

AREA ADMINISTRATIVA	PRECIO
NOMINA	\$19,491
SOFT RESTAURANT	\$3,000
EQUIPO DE OFICINA	\$10,000
TOTAL	\$32,491

ALMACEN	PRECIO
EQUIPO DE LIMPIEZA	\$2,000
SUMINISTROS SERVICIO	\$1,500
TOTAL	\$3,500

LOCAL	PRECIO
ADECUACION	\$20,000
TOTAL	\$20,000

DEPRECIACION DEL ACTIVO FIJO

AREA DE BAR/BARRA	PRECIO	PORCENTAJE ANUAL	MENSUAL	DIARIO	*PRODUCTO
CAFETERA SEMIAUTO	\$10,000	20%	\$2,000	\$166.67	\$5.56
SOFT RESTAURANT	\$3,000	20%	\$600	\$50.00	\$1.67
BARRA FRIA	\$13,000	20%	\$2,600	\$216.67	\$7.22
MAQUINA DE HIELO	\$15,900	20%	\$3,180	\$265.00	\$8.83
CRISTALERIA	\$7,958	20%	\$1,592	\$132.63	\$4.42
TOTAL	\$49,858		\$9,972	\$830.97	\$27.70
AREA DE SERVICIO					
SOFT RESTAURANT	\$3,000	20%	\$600	\$50.00	\$1.67
MOVILIARIO	\$194,000	20%	\$38,800	\$3,233.33	\$107.78
TOTAL	\$197,000		\$39,400	\$3,283.33	\$109.44
AREA DE COCINA					
EQUIPO DE COCINA	\$316,387	20%	\$63,277	\$5,273.12	\$175.77
SOFT RESTAURANT	\$3,000	20%	\$600	\$50.00	\$1.67
UTENCILIOS	\$5,000	20%	\$1,000	\$83.33	\$2.78
TOTAL	\$324,387		\$64,877	\$5,406.45	\$180.22
AREA ADMINISTRATIVA					
SOFT RESTAURANT	\$3,000	20%	\$600	\$50.00	\$1.67
EQUIPO DE OFICINA	\$10,000	30%	\$3,000	\$250.00	\$8.33
TOTAL	\$13,000		\$3,600	\$300.00	\$10.00

PORCENTAJE DE RENTA POR AREA

AREA	PORCENTAJE	TOTAL DE RENTA	RENTA NETA	RENTA DIARIA	VENTANA * DIA	PORCENTAJE DIARIO
BARRA	15%	\$20,000	\$3,000	\$100	120	\$0.04
COCINA	20%	\$20,000	\$4,000	\$133	60	\$0.02
SERVICIO	60%	\$20,000	\$12,000	\$400	180	\$0.02
ADMINISTRATIVA	5%	\$20,000	\$1,000	\$33		\$0.00
TOTAL	100%	\$20,000	\$20,000	\$667	360	\$0.07

MANODEBRADIRECTA

AREADE BAR/BARRA	PRECIO	SUELDO DIARIO	CANTIDAD	MANO DE OBRADIRECTA
NOMINA BARISTA	\$6,000		60	\$2.00
AREADE COCINA	PRECIO			
NOMINACOCINA	\$13,358		30	\$4.44

RECETAS

COSTO 10%

MATERIAPRIMA	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO
AGUA	2	LT	\$3.00
JUGO DE LIMÓN	200	ML	\$2.00
SEMILLADE CHÍA	50	GR	\$12.00
AZÚCAR	100	GR	\$0.80
MANO DE OBRADIRECTA			\$2.00
GASTOS INDIRECTOS			\$0.75
COSTO DE VENTA			\$20.55
PRECIODE VENTA			\$39.04

MATERIAPRIMA	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO
AGUA	2	LT	\$3.00
MASA	200	GR	\$2.40
PULPADE GUAYABA	200	GR	\$1.20
PILONCILLO	200	GR	\$3.60
CONCENTRADO DE SABOR	60	ML	\$3.50
MANO DE OBRADIRECTA			\$2.00
GASTOS INDIRECTOS			\$0.75
COSTO DE VENTA			\$16.45
PRECIODE VENTA			\$31.25

VINOS

COSTO 60%

	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO
LAREDONDA	180	ML	61.5
MANO DE OBRA	1		\$2.00
GASTOS INDIRECTOS	1		\$0.75
COSTO DE VENTA			64.24605556
PRECIODE VENTA			171.32

COSTO 30%

CLERICOT	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO
VINO DE LACASA	120	ML	\$10.00
FRESA	0.2	GR	\$3.50
PIÑA	0.2	GR	\$1.00
MELON	0.2	GR	\$1.50
SPRITE	120	ML	\$2.00
MANO DE OBRA	1		\$2.00
GASTOS INDIRECTOS	1		\$0.75
COSTO DE VENTA			\$20.75
PRECIODE VENTA			\$35.27

POSTRES

COSTO 60%

	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO
BIGOTESDE ARROZ	120	GR	\$12.06
MANO DE OBRA	1		\$4.44
GASTOS INDIRECTOS	1		\$9.23
COSTO DE VENTA			\$25.74
PRECIODE VENTA			\$36.03

INGRESOS Y EGRESOS MENSUALES

MES	VENTA PROYECTADA	PORCENTAJE	BEBIDA1		UTILIDAD BRUTA
			CLERICOT	COSTO	
ENERO	\$40,000	5.14%	1134	30%	\$28,000
FEBRERO	\$55,500	7.14%	1574	30%	\$38,850
MARZO	\$65,000	8.36%	1843	30%	\$45,500
ABRIL	\$66,000	8.49%	1871	30%	\$46,200
MAYO	\$67,000	8.62%	1900	30%	\$46,900
JUNIO	\$68,000	8.75%	1928	30%	\$47,600
JULIO	\$59,000	7.59%	1673	30%	\$41,300
AGOSTO	\$62,000	7.97%	1758	30%	\$43,400
SEPTIEMBRE	\$65,000	8.36%	1843	30%	\$45,500
OCTUBRE	\$65,000	8.36%	1843	30%	\$45,500
NOVIEMBRE	\$75,000	9.65%	2127	30%	\$52,500
DICIEMBRE	\$90,000	11.58%	2552	30%	\$63,000
TOTAL	\$777,500	100%	22045	30%	\$544,250

FLUJO DE EFECTIVO

CONCEPTO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
MAS												
SALDO INICIAL DE CAJA	\$1,000	-\$15,239	-\$42,364	-\$60,829	-\$76,823	-\$90,591	-\$102,356	-\$118,578	-\$131,300	-\$140,872	-\$149,487	-\$150,981
VENTAS DE CONTADO	\$40,000	\$55,500	\$65,000	\$66,000	\$67,000	\$68,000	\$68,000	\$59,000	\$62,000	\$65,000	\$65,000	\$75,000
TOTAL DE ENTRADAS DE EFECTIVO	\$41,000	\$40,261	\$22,636	\$5,171	-\$9,823	-\$22,591	-\$43,356	-\$56,578	-\$66,300	-\$75,872	-\$74,487	-\$60,981
MENOS												
EFFECTIVO DISPONIBLE	\$41,000	\$40,261	\$22,636	\$5,171	-\$9,823	-\$22,591	-\$43,356	-\$56,578	-\$66,300	-\$75,872	-\$74,487	-\$60,981
COMPRAS DE MATERIA PRIMA	\$12,000	\$16,650	\$19,500	\$19,800	\$20,100	\$20,400	\$17,700	\$18,600	\$19,500	\$19,500	\$22,500	\$27,000
SUMINISTROS DE LIMPIEZA	\$1,577	\$1,607	\$1,625	\$1,627	\$1,629	\$1,631	\$1,614	\$1,620	\$1,625	\$1,625	\$1,645	\$1,674
TELEFONO	\$1,000	\$1,000	\$1,000	\$1,000	\$1,000	\$1,000	\$1,000	\$1,000	\$1,000	\$1,000	\$1,000	\$1,000
RENTA	\$20,000	\$20,000	\$20,000	\$20,000	\$20,000	\$20,000	\$20,000	\$20,000	\$20,000	\$20,000	\$20,000	\$20,000
SERVICIOS	\$2,000	\$2,143	\$2,167	\$2,170	\$2,172	\$2,175	\$2,152	\$2,159	\$2,167	\$2,167	\$2,193	\$2,232
SUELDOS	\$45,932	\$45,932	\$45,932	\$45,932	\$45,932	\$45,932	\$45,932	\$45,932	\$45,932	\$45,932	\$45,932	\$45,932
TOTAL DE SALIDAS DE EFECTIVO	\$57,932	\$87,332	\$90,225	\$90,529	\$90,834	\$91,138	\$88,398	\$89,311	\$90,225	\$90,225	\$93,270	\$97,837
SALDO FINAL DE CAJA	-\$16,932	-\$47,071	-\$67,588	-\$85,358	-\$100,656	-\$113,729	-\$131,753	-\$145,889	-\$156,525	-\$166,097	-\$167,757	-\$158,818
COLCHON FINANCIERO 10%	-\$1,693	-\$4,707	-\$6,759	-\$8,536	-\$10,066	-\$11,373	-\$13,175	-\$14,589	-\$15,652	-\$16,610	-\$16,776	-\$15,882
SALDO FINAL DE CAJA MES PROX	-\$15,239	-\$42,364	-\$60,829	-\$76,823	-\$90,591	-\$102,356	-\$118,578	-\$131,300	-\$140,872	-\$149,487	-\$150,981	-\$142,937

TOTAL DE COCHON ANUAL

PRESUPUESTO DE GASTOS

	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTALES
COSTO DE VENTAS													
MATERIA PRIMA	\$12,000	\$16,650	\$19,500	\$19,800	\$20,100	\$20,400	\$17,700	\$18,600	\$19,500	\$19,500	\$22,500	\$27,000	\$233,250
MANO DE OBRA DIRECTA	\$19,358	\$19,358	\$19,358	\$19,358	\$19,358	\$19,358	\$19,358	\$19,358	\$19,358	\$19,358	\$19,358	\$19,358	\$232,296
GASTOS INDIRECTOS	\$6,104	\$6,104	\$6,104	\$6,104	\$6,104	\$6,104	\$6,104	\$6,104	\$6,104	\$6,104	\$6,104	\$6,104	\$73,249
COSTO DE VENTAS	\$37,462	\$42,112	\$44,962	\$45,262	\$45,562	\$45,862	\$43,162	\$44,062	\$44,962	\$44,962	\$47,962	\$52,462	\$538,795
GASTOS ADMINISTRACION	\$20,791	\$249,492											
GASTOS DE VENTA	\$23,660	\$23,660	\$23,876	\$24,003	\$24,132	\$24,263	\$24,377	\$24,497	\$24,622	\$24,748	\$24,892	\$25,066	\$291,797
GASTOS FINANCIEROS	\$0												
TOTAL DE SALIDAS DE EFECTIVO	\$81,913	\$86,563	\$89,629	\$90,056	\$90,485	\$90,916	\$88,330	\$89,350	\$90,375	\$90,501	\$93,645	\$98,319	\$1,080,084

ACTIVO PASIVO

CIRCULANTE

CAJA	\$1,000
BANCO \$50,000	CREDITO BANCARIO
SUMACIRCULANTE	\$ 51,000

NOCIRCULANTE

MOBILIARIO Y EQUIPO	\$204,000	ALARGO PLAZO
COCINA	\$324,387	BANCO
EQUIPO DE BAR	\$49,858	SUMADEP.AL.P.
GASTOS DE INTALACION	\$20,000	
SUMANOCIRCULANTE	\$598,245	

TOTAL DE ACTIVO \$ 649,245

ACORTO PLAZO

ACREDORES DIVERSOS	\$ 10,000.00
DEUDAS POR PAGAR	\$ 5,000.00
SUMADEP.AC.P	\$ 65,000.00

\$ 10,000.00
\$ 10,000.00

TOTAL PASIVO \$75,000.00

CAPITAL CONTABLE

PATRIMONIO \$574,245	
SUMADEC.C	\$574,245

ACTIVO \$ 649,244.92

ESTADODERESULTADOS

<u>ESTADODERESULTADO</u>	ENERO		<u>ESTADODERESULTADO</u>	JULIO
VENTASNETAS	\$40,000		VENTASNETAS	\$59,000
COSTODEVENTAS	\$37,462		COSTODEVENTAS	\$43,162
UTILIDADBRUTA		\$2,538	UTILIDADBRUTA	\$15,838
GASTOSDEOPREACION		\$44,451.17	GASTOSDEOPREACION	\$45,168
GASTOSDEADMON	\$20,791.00		GASTOSDEADMON	\$20,791
GASTOSDEVENTAS	\$23,660		GASTOSDEVENTAS	\$24,377
GASTOSFINANCIEROS	0		GASTOSFINANCIEROS	\$0
PERDIDADELPERIODO		-\$41,913.25	UTILIDADELPERIODO	-\$29,330
<u>ESTADODERESULTADO</u>	FEBRERO		<u>ESTADODERESULTADO</u>	AGOSTO
VENTASNETAS	\$55,500		VENTASNETAS	\$62,000
COSTODEVENTAS	\$42,112.08		COSTODEVENTAS	\$44,062
UTILIDADBRUTA		\$13,388	UTILIDADBRUTA	\$17,938
GASTOSDEOPREACION		\$44,451	GASTOSDEOPREACION	\$45,288
GASTOSDEADMON	\$20,791		GASTOSDEADMON	\$20,791
GASTOSDEVENTAS	\$23,660		GASTOSDEVENTAS	\$24,497
GASTOSFINANCIEROS	\$0		GASTOSFINANCIEROS	\$0
PERDIDAELPERIODO		-\$31,063	UTILIDADELPERIODO	-\$27,350
<u>ESTADODERESULTADO</u>	MARZO		<u>ESTADODERESULTADO</u>	SEPTIEMBRE
VENTASNETAS	\$65,000		VENTASNETAS	\$65,000
COSTODEVENTAS	\$44,962		COSTODEVENTAS	\$44,962
UTILIDADBRUTA		\$20,038	UTILIDADBRUTA	\$20,038
GASTOSDEOPREACION		\$44,667	GASTOSDEOPREACION	\$45,413
GASTOSDEADMON	\$20,791		GASTOSDEADMON	\$20,791
GASTOSDEVENTAS	\$23,876		GASTOSDEVENTAS	\$24,622
GASTOSFINANCIEROS	\$0		GASTOSFINANCIEROS	\$0
UTILIDADELPERIODO		-\$24,629	UTILIDADELPERIODO	-\$25,375
<u>ESTADODERESULTADO</u>	ABRIL		<u>ESTADODERESULTADO</u>	OCTUBRE
VENTASNETAS	\$66,000		VENTASNETAS	\$65,000
COSTODEVENTAS	\$45,262		COSTODEVENTAS	\$44,962
UTILIDADBRUTA		\$20,738	UTILIDADBRUTA	
GASTOSDEOPREACION		\$44,794	GASTOSDEOPREACION	
GASTOSDEADMON	\$20,791		GASTOSDEADMON	\$20,791
GASTOSDEVENTAS	\$24,003		GASTOSDEVENTAS	\$24,748
GASTOSFINANCIEROS	\$0		GASTOSFINANCIEROS	\$0
UTILIDADELPERIODO		-\$24,056	UTILIDADELPERIODO	
<u>ESTADODERESULTADO</u>	MAYO		<u>ESTADODERESULTADO</u>	NOVIEMBRE
VENTASNETAS	\$67,000		VENTASNETAS	\$75,000
COSTODEVENTAS	\$45,562		COSTODEVENTAS	\$47,962
UTILIDADBRUTA		\$21,438	UTILIDADBRUTA	\$27,038
GASTOSDEOPREACION		\$44,923	GASTOSDEOPREACION	\$45,683
GASTOSDEADMON	\$20,791		GASTOSDEADMON	\$20,791
GASTOSDEVENTAS	\$24,132		GASTOSDEVENTAS	\$24,892
GASTOSFINANCIEROS	\$0		GASTOSFINANCIEROS	\$0
UTILIDADELPERIODO		-\$23,485	UTILIDADELPERIODO	-\$18,645
<u>ESTADODERESULTADO</u>	JUNIO		<u>ESTADODERESULTADO</u>	DICIEMBRE
VENTASNETAS	\$68,000		VENTASNETAS	\$90,000
COSTODEVENTAS	\$45,862		COSTODEVENTAS	\$52,462
UTILIDADBRUTA		\$22,138	UTILIDADBRUTA	\$37,538
GASTOSDEOPREACION		\$45,054	GASTOSDEOPREACION	\$45,857
GASTOSDEADMON	\$20,791		GASTOSDEADMON	\$20,791
GASTOSDEVENTAS	\$24,263		GASTOSDEVENTAS	\$25,066
GASTOSFINANCIEROS	\$0		GASTOSFINANCIEROS	\$0
UTILIDADELPERIODO		-\$22,916	UTILIDADELPERIODO	-\$8,319

VENTAS NETAS ANUALES	\$777,500
<hr/>	
COSTO DE VENTAS ANUAL	
MATERIA PRIMA ANUAL	\$233,250
MANO DE OBRA DIRECTA ANUAL	\$232,296
GASTOS INDIRECTOS ANUAL	\$73,249
COSTO DE VENTAS ANUAL	\$538,795
GASTOS ADMINISTRACION ANUAL	\$249,492
GASTOS DE VENTA ANUAL	\$291,797
GASTOS FINANCIEROS ANUAL	\$0
TOTAL DE SALIDAS DE EFECTIVO	\$1,080,084

ESTADO DE RESULTADOS ANUAL

	VENTAS NETAS	\$777,500	
	COSTO DE VENTAS	\$538,795	
	UTILIDAD BRUTA		\$238,705
GASTOS DE OPERACIÓN	\$541,289		
	GASTOS DE ADMIN	\$249,492	
	GASTOS DE VENTAS	\$291,797	
	GASTOS FINANCIEROS	\$0	
UTILIDAD NETA ANUAL			-\$302,584