

REPOSITORIO ACADÉMICO DIGITAL INSTITUCIONAL

Plan de negocios: Restaurante Saludable

Autor: Mariel Gómez Carachure

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

**Nombre del asesor:
Gabriela Martinez Ortiz**

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

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

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





ESCUELA DE GASTRONOMÍA

“Plan de negocios: RESTAURANTE SALUDABLE”

TESINA

Que para obtener el título de:
LICENCIADO EN GASTRONOMÍA

PRESENTA

MARIEL GÓMEZ CARACHURE

ASESOR

MMT. GABRIELA MARTINEZ ORTIZ

CLAVE: 16PSU0108E

ACUERDO: LIC 100416

MORELIA, MICHOACÁN

FEBRERO, 2013.

AGRADECIMIENTOS

A DIOS y a la VIDA por permitirme recorrer este camino y poner en mi ruta a las personas correctas y necesarias para cumplir mis metas y objetivos.

A mi madre OLGA CARACHURE por su enorme apoyo, dedicación y poder humano para dar el ejemplo a su familia e hijos de valor, constancia y fuerza; por forjar de mí una persona de bien y entereza que busca siempre la superación personal.

A mi padre JUAN MANUEL GÓMEZ por su sabiduría, apoyo, consejos y fuerza.

A mis hermanos JUAN RUBÉN GÓMEZ Y ANIELA GÓMEZ por su gran apoyo y participación en esta etapa de mi vida e impulsarme para seguir adelante en el camino educativo y ser una persona humana llena de sencillez.

A mis familiares MAGDALENA GÓMEZ, JOSÉ MANUEL ARREOLA, KARLA ARREOLA por brindan lo mejor de sí para apoyar mis metas y anhelos, dieron su tiempo, conocimiento, y dedicación para conmigo, superando los obstáculos de la vida, así como esa comprensión tan importante que me otorgaron.

A REGINA ROMERO por ser una de tantas personas que encontré en mi destino de las cuales aprendí y doy gracias por el tiempo y espacio que me brindan, y esa forma de apoyarme incondicional y verdadera, con la cual quedo infinitamente agradecida y con gran satisfacción por todo lo vivido.

A MIS AMIGOS que juegan un papel muy importante dentro de mi persona y de mi vida, de los cuales adquirí conocimientos, detalles, consejos, y miles de vivencias.

A MI ASESORA DE TESIS MMT. GABRIELA MARTÍNEZ quien con sus conocimientos y constancia hicieron posibles la realización de este trabajo.

“Tu futuro, es el resultado de la voluntad que pones en la forja de tu vida”...

¡Gracias!

INDICE

INTRODUCCIÓN.....	8
JUSTIFICACIÓN	9
OBJETIVOS	10
Objetivo General.....	10
Objetivos Particulares.....	10
RESUMEN EJECUTIVO	11
PARTE I. MARCO TEÓRICO DE UN PLAN DE NEGOCIOS.....	12
1. PROPÓSITOS E IMPORTANCIA DE UN PLAN DE NEGOCIOS.....	12
2. DEFINICIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS	13
3. ESTRUCTURA DEL PLAN DE NEGOCIO.....	13
3.1 Descripción de la Empresa	14
3.2. Descripción del Producto o Servicio	14
3.3. Definición del Negocio	14
3.4. Definición e Identificación de la Competencia	14
3.5. Análisis de Mercado	14
3.6. Investigación de Mercado.	15
3.7. Riesgos y Oportunidades del Mercado.....	15
3.8. Fijación de Precio	15
3.9. Publicidad y Promoción	15
3.10. Comercialización	16
3.11. Información Económica y Financiera	16
4. CONCEPTO DE EMPRESA VS NEGOCIO.....	16
4.2. Definición de Negocio	17
4.2.1. Concepto de Misión.....	17
4.2.2. Concepto de Visión	18
4.2.3. Definición de Objetivo	18
4.2.4. Ventaja Competitiva	18
4.3. Concepto de Empresa.....	18
4.3.1. Clasificación de las Empresas.	19
4.2.2. Tipos de Sociedades Mercantiles	21

4.3.	Elementos que Conforman una Empresa Restaurantera	23
4.3.1.	Áreas Funcionales.....	23
4.3.2.	Personal del Restaurante.....	25
5.	CONCEPTO DE PRODUCTO.....	32
5.1.	Definición de Producto.....	32
5.2.	Concepto de Servicio.....	32
5.3.	Antecedentes del Sector Servicios	33
5.4.	Sector de Servicios de Alimentos	34
6.	CONCEPTO DE MARCA Y SU REGISTRO.....	35
6.1.	Concepto de Registro de Marca	35
6.1.1.	Proceso para Registro de Marca	36
6.1.2.	Beneficios de Registro de Marca	36
7.	CONCEPTO Y ANTECEDENTES DE RESTAURANTES.....	37
7.1.	Historia de Restaurantes.....	37
7.2.	Restaurantes en la Actualidad.....	38
8.	ANTECEDENTES DE LA DIABETES.....	40
8.1.	Concepto de Diabetes	41
8.2.	Tipos de Diabetes.....	42
8.3.	Tipo de Alimentación en Pacientes Diabéticos.....	42
8.3.1.	Insulina	43
8.3.2.	Fibra.....	44
8.3.3.	Endulzantes Alternos	44
8.3.4.	Alimentos Dietéticos.....	45
8.3.5.	Alcohol.....	45
8.3.6.	Ejercicio.....	45
8.4.	Diabetes en la Actualidad en México	45
8.5.	Alimentación en otras Enfermedades Crónicas.....	47
8.5.1.	Obesidad.....	47
8.5.2.	Hipertensión	49
8.5.3.	Enfermedad Renal.....	51
9.	ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.....	52

9.1.	Competencia Directa	52
9.2.	Competencia Indirecta	53
10.	ANÁLISIS ESTRATÉGICO	53
10.1.	Definición del Análisis FODA	53
10.2.	Concepto de Estrategia	54
10.3.	Planeación Estratégica	54
10.3.1.	Proceso de Planeación Estratégica	55
10.4.	Papel del Marketing en la Planeación Estratégica	55
10.4.1.	Unidades Estratégicas de Negocios	55
10.4.2.	Análisis de las Unidades Estratégicas de Negocios de acuerdo al Boston Consulting Group (BCG)	56
10.4.3.	Creación de Estrategias de Crecimiento	57
11.	ANÁLISIS DE MERCADO	58
11.1.	Investigación de Mercados	58
11.2.	Segmento de Mercados	58
11.3.	Concepto de Consumidor	59
11.4.	Concepto de Mercado Meta	59
11.5.	Clientes Potenciales y Actuales	60
11.5.1.	Clientes Actuales	60
11.5.2.	Clientes Potenciales	60
12.	ANÁLISIS DE LA MEZCLA DE MERCADOTECNIA	60
12.1.	El Producto	61
12.1.1.	Clasificación de los Productos	61
12.1.2.	Ciclo de Vida del Producto	61
12.2.	El Precio	62
12.3.	La Distribución (Plaza)	64
12.4.	La Promoción (Comunicación)	65
13.	ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO	66
PARTE 2. DESARROLLO DEL PLAN DE NEGOCIO DE RESTAURANTE		67
1.	DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA	67
1.1.	Nombre o Razón Social	69

1.2.	Fecha de Iniciación de Actividades	69
1.3.	Ubicación	69
1.4.	Nombre de los Propietarios o Integrantes de la Organización.....	71
1.5.	Personal Ocupado.....	71
1.6.	Especificaciones del personal	72
2.	DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO	72
2.1.	Especificaciones del Producto o Servicio	73
2.2.	Análisis del Sector	73
2.3.	Características Técnicas	74
2.3.1.	Herramientas y Maquinaria	75
2.3.2.	Insumos.....	82
2.3.3.	Esquema de Restaurante.....	87
2.3.4.	Otros gastos de la empresa.....	87
2.4.	Diferenciación con la competencia	89
2.5.	Derechos de Propiedad, Patentes y Licencias	90
2.6.	Proceso de Elaboración del Menú	94
2.6.1.	Ilustración de menú	110
2.7.	Proveedores	111
3.	DEFINICIÓN DEL NEGOCIO	112
3.1.	Misión	112
3.2.	Factores Clave y Ventaja Competitiva	112
3.3.	Visión.....	112
3.4.	Objetivos y Estrategias del Negocio.....	113
3.4.1.	Objetivo General.....	113
3.4.2.	Objetivos Particulares	113
3.4.3.	Estrategias.....	113
4.	ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA DEL RESTAURANTE	114
4.1.	Competencia Directa.....	114
4.2.	Competencia Indirecta.....	115
5.	SEGMENTACIÓN DE MERCADO	116
5.1.	Clientes Potenciales y Mercado Meta.....	116

6.	ANÁLISIS FODA.....	116
6.1.	Oportunidades.....	116
6.2.	Fortalezas	116
6.3.	Debilidades	117
6.4.	Amenazas	117
7.	INVESTIGACIÓN DE MERCADO	117
7.1.	Fuentes Secundarias	117
7.2.	Fuentes Primarias	118
7.3.	Metodología.....	118
7.4.	Características de los Participantes	119
7.5.	Definición de Conceptos.....	119
7.6.	Resultados y Análisis de la Información	120
7.7.	Conclusiones y Recomendaciones.....	124
8.	INFORMACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA.....	125
8.1.	Fijación de Precio	125
8.2.	Proyecto de Inversión	128
9.	CONCLUSIONES DE TRABAJO.....	134
10.	ANEXOS	135
	Bibliografía	188
	Índice de Ilustraciones.....	190
	Índice de Tablas.....	191

INTRODUCCIÓN

Este proyecto busca plasmar la factibilidad de establecer un restaurante especializado para personas con problemas de obesidad, hipertensión, diabetes o problemas renales, así como en personas que buscan el cuidado de la salud, y todo esto por medio de alimentos preparados en este negocio restaurantero.

Para llevar a cabo lo anterior, se requiere gente que padezca estas enfermedades y personas que quieran o que ya estén generando un grado de conciencia mayor en la forma de alimentarse; de la misma manera se requieren herramientas de mercadotecnia, estudios socioeconómicos y culturales para poder tener una pauta hacia esta apertura de establecimiento.

Para este proyecto se desea determinar un presupuesto detallado que pueda servir de base para tomar la decisión de que es una buena opción para llevarse a cabo y se pueda tener la seguridad de lo que integra el proyecto, para ser planteado en el tiempo en que vaya a ser efectuado.

JUSTIFICACIÓN

Las razones importantes por las cuales se realiza este proyecto es el poder ayudar a las personas diabéticas y/o con otros problemas crónicos de salud en nuestro país; aspirando a beneficiarlas al momento de alimentarse basándonos en cantidades recomendadas de carbohidratos, sodio, azúcares, proteínas, grasas, etc., dependiendo la enfermedad y así mismo dependiendo el tratamiento.

Se busca que el comensal disfrute de alimentos nutritivos, con alto contenido de buen sabor, sazón, elegancia, calidad e higiene y cubrir necesidades gastronómicas de este sector de la población, ya que en el caso de Morelia Michoacán no se cuenta con este tipo de servicio restaurantero y siendo el único en su categoría el objetivo es complacer las necesidades de estos clientes hablando gastronómicamente sin descuidar su salud.

México en la actualidad ocupa a nivel mundial el séptimo lugar de diabetes en su población, y siendo, esta enfermedad la primera causa de muerte en nuestro país, es importante mejorar la calidad de vida de ellos ayudando a que sigan disfrutando de la gastronomía y al mismo tiempo cuidando su salud.

Entre las enfermedades crónicas más comunes en nuestro país se encuentran:

1. Obesidad
2. Hipertensión
3. Problemas Renales

OBJETIVOS

Objetivo General

Desarrollar un plan de negocio para un restaurante en la ciudad de Morelia que sea capaz de brindar un excelente servicio de alimentos y bebidas a personas diabéticas o con problemas de salud crónica mejorando con ello su calidad de vida a través de la oferta de un menú adecuado para sus enfermedades, con calidad, higiene y sabor, y que permita disfrutar y compartir los alimentos con el resto de la familia.

Objetivos Particulares

1. Ampliar la oferta restaurantera de Morelia, enfocándonos a un segmento importante de la población que no está siendo totalmente atendido desde la oferta gastronómica.
2. Crear un concepto de restaurante y una imagen corporativa que refleje salud, bienestar, comodidad, calidad e higiene en nuestras instalaciones y alimentos; utilizando productos de la mayor calidad posible y proporcionar un excelente servicio.
3. Identificar la viabilidad y aceptación del concepto del restaurante en cuestión, dentro de la ciudad de Morelia.
4. Conocer a profundidad nuestro mercado meta para así contribuir desde la alimentación al cuidado de la salud.
5. Desarrollar platillos y elaborar menús, adaptándolos a las necesidades reflejadas en las enfermedades crónicas más destacadas en México.
6. Crear un excelente diseño y creación de las áreas del restaurante, que faciliten el servicio al cliente haciéndolo confortable y con calidad.
7. Hacer un análisis financiero que respalde la viabilidad del negocio.

RESUMEN EJECUTIVO

“El Huerto” es una microempresa que está destinada para la venta de alimentos y bebidas al servicio de la sociedad, enfocado a personas que padecen o están propensas a enfermedades crónicas como diabetes, obesidad, hipertensión, problemas renales, entre otros, así como personas que desean mantener una vida saludable y alejada de complicaciones.

Este negocio ofrece alimentos preparados bajos en grasa, carbohidratos, azúcares, sales y ricos en vitaminas y minerales que necesita el cuerpo humano para estar saludable; dichos alimentos se preparan en el establecimiento y ahí mismo se puede degustar de ellos si así se desea o los comensales pueden disfrutarlos en su hogar, pensando en implementar servicio a domicilio y comida para llevar.

El Huerto es un restaurante saludable que tiene como propósito ayudar a la sociedad mexicana a comer sano y equilibrado, con un buen sabor en los platillos y dependiendo las necesidades alimentarias de cada persona, de igual manera se busca mejorar hábitos al momento de comer y hacerle saber al cliente que necesita preocuparse por los alimentos o platillos que consume.

Actualmente se buscan recursos monetarios e inversionistas para la apertura de este restaurante y se propone la localización de dicha empresa en Av. Acueducto o Blvd. García de León en Morelia Michoacán para hacer más accesible y conocida su ubicación.

El restaurante presenta tres competidores directos, dos de ellos dedicados a la preparación de alimentos y bebidas sanas con precios un poco más económicos al de este restaurante pero con baja calidad y otro más dedicado a la venta de gazpachos, que de cierto modo se considera alimento saludable pero que no cuenta con un servicio tan completo como el de este negocio restaurantero.

Dos de los objetivos que “El Huerto” busca es posicionarse como uno de los mejores restaurantes en su tipo y zona, y hacer del restaurante un negocio rentable y sustentable que logre la expansión y crecimiento del mismo intentando recuperar la inversión inicial en un plazo no mayor de 2 años.

El restaurante puede comenzar operaciones con una inversión inicial de \$300,000.00 (trescientos mil pesos), financiados por inversionistas o prestamos adquiridos por bancos privados.

PARTE I. MARCO TEÓRICO DE UN PLAN DE NEGOCIOS

Se define un plan de negocios como el documento que ayuda a analizar el mercado y planificar la estrategia de un negocio. Todo negocio necesita un plan que contribuya a saber defenderse y actuar a la empresa en ciertos casos a los cuales se enfrentará.

Definimos la planeación de negocios o la planeación estratégica como el proceso de desarrollar y mantener un ajuste estratégico entre las metas y las capacidades de la organización y sus oportunidades de mercadotecnia cambiantes.

Una planeación consiste en la definición de una misión clara de la compañía, el establecer objetivos de apoyo, el diseño de una cartera de negocios sólida y la coordinación de las estrategias funcionales. (Kotler, 2003).

1. PROPÓSITOS E IMPORTANCIA DE UN PLAN DE NEGOCIOS

Los propósitos e importancia de un plan de negocio van de la mano. Necesitamos conocer estas características para saber valorar, analizar y aplicar un plan de negocios. A continuación se explican.

Propósitos según Philip Kotler y Gary Armstrong.

- Investigar cuidadosamente la industria donde el negocio planea desempeñarse
- Saber desarrollar un plan detallado para influenciar favorablemente en los factores que determinaran si el negocio tendrá éxito
- Definir cada fase del negocio, los detalles de operación y la manera de acoplar adecuadamente cada una de las partes del mismo, para una entidad de negocio viable.
- Recabar la información necesaria para poder tener un porcentaje de probabilidad si la empresa será exitosa y el grado de riesgo a la que estará expuesta.
- Examinar las fortalezas y debilidades de la empresa relacionadas con el mercado, competencia y consumidores.

Importancia.

Un Plan de Negocios prepara al escenario para el resto de la planificación en la empresa. Una planeación ayuda a la compañía a anticiparse a los cambios ambientales y responder a ellos y a prepararse mejor para los desarrollos repentinos.

El plan de negocios posibilita a través de un documento reunir toda la información necesaria para valorar un negocio y establecer los parámetros generales para ponerlo en marcha. (Thomas, 2008).

2. DEFINICIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS

Una definición concreta acerca del plan de negocio difícilmente la encontraremos, ya que muchos autores la definen de muchos aspectos; por lo que haremos uso de un par de definiciones de ciertos autores.

Es un documento formal elaborado por escrito que sigue un proceso lógico, progresivo, realista, coherente y orientado a la acción, en el que se incluyen en detalle las acciones futuras que habrán de ejecutar tanto el dueño como los colaboradores de la empresa para, utilizando los recursos de que disponga la organización, procurar el logro de determinados resultados (objetivos y metas) y que, al mismo tiempo, establezca los mecanismos que permitirán controlar dicho logro. (Publishing, 2007).

El plan de negocios, o también plan económico y financiero, es en resumen, “un instrumento sobre el que se apoya un proceso de planificación sistemático y eficaz”. Es concebido como el estudio sobre el cual se fundamenta la decisión de iniciar una nueva empresa. (Borello, 2000).

3. ESTRUCTURA DEL PLAN DE NEGOCIO

Es necesario planificar nuestro negocio para resolver problemas a los cuales nos vamos a enfrentar, saber qué hacer, cómo hacerlo y en qué momento actuar. Por lo tanto, un plan de negocio siempre debe tener una base, una estructura, y siendo el caso de nuestro plan de negocio tomaremos una estructura elaborada por el Tecnológico de Monterrey y la Secretaria de Economía, del cual se describen a continuación los elementos que desarrollaremos.

3.1 Descripción de la Empresa

La descripción de una empresa es esencial, ya que se dan a conocer todos los datos importantes sobre ella y las características que la diferencian de las demás. Al describir la empresa tenemos que hacer mención del nombre, fecha de fundación, su ubicación, los propietarios, antecedentes, etc. Es casi como elaborar un acta de nacimiento pero de tu propia empresa.

3.2. Descripción del Producto o Servicio

Es indispensable explicar el producto o servicio que se venderá, ya que es una obligación como vendedor conocer lo que se ofrece al cliente.

Se debe definir para qué se utiliza, cómo se utiliza, los proveedores, competencia, cómo o en qué se diferencia de la competencia, puntos de venta, cómo se elabora, que material y maquinaria se necesita para su fabricación, etc. Se debe hacer mención de todo lo relacionado con el producto, desde cómo surge la idea hasta quien lo comprará.

3.3. Definición del Negocio

En este punto se debe exponer en qué consistirá el negocio, cuál será su labor, cuál es la misión, los objetivos generales y particulares, estrategias y ventajas que servirán de apoyo para ser mejor que la competencia. Al definir el negocio lo estamos clasificando y enfocando hacia un mercado determinado.

3.4. Definición e Identificación de la Competencia

Identificaremos la competencia, conocerla y clasificarla en directa o indirecta, cuales son las diferencias entre los productos de la competencia y los propios, qué podemos aportar para ser mejores, y tener más ventas. De igual forma debemos definir nuestra competencia, cuál es, en qué se caracteriza, qué ofrece, cual es el precio y ventajas del producto o servicio.

3.5. Análisis de Mercado

En esta parte de la estructura del plan de negocios debemos analizar el mercado al cual será enfocado el negocio, saber quiénes son nuestros clientes más fuertes, dónde se encuentran, cuántos son, que necesidades tienen y cómo satisfacer estas mismas.

3.6. Investigación de Mercado.

La investigación de mercado se comienza desarrollando una herramienta que nos ayude a obtener la información necesaria para la toma de decisiones, en el caso de este plan de negocio aplicaremos encuestas a cierto número de persona que estén interesadas en el producto o servicio, estas encuestas deben contener preguntas que den respuestas concretas para darnos la información necesaria que queremos recaudar y en caso necesario se aplicará alguna herramienta para obtener información cualitativa. Finalmente se analizarán los resultados graficándolos y evaluando errores y aciertos para así dar conclusiones y soluciones realistas para la toma de decisiones.

3.7. Riesgos y Oportunidades del Mercado.

Se evaluarán y analizarán riesgos de mercado, estos son pérdidas que se pueden tener al momento de vender el producto o servicio, es decir, las ventas previstas pero que por una u otra razón no se lograron. Por ello se deben examinar y crear posibles soluciones. Las oportunidades de mercado permiten determinar qué posibilidades existen de transformar las ventas previstas en ventas reales y que tan rentable es la inversión que se realizará para nuestro servicio o producto.

Se realizará el análisis FODA para conocer las fortalezas, amenazas, oferta y demanda, para recaudar suficiente información que nos ayude a tener un buen plan de negocios.

3.8. Fijación de Precio

La fijación de precio nos ayuda a proporcionar un costo adecuado al producto o servicio que se venderá al cliente, es determinado por la competencia, el cliente, por las características del mismo, etc. De acuerdo a los objetivos de fijación de precio planteados por la empresa.

3.9. Publicidad y Promoción

A través del desarrollo de una campaña integral de publicidad y promoción podemos dar a conocer nuestro producto o servicio a nuestros clientes, resaltando nuestras ventajas competitivas y así lograr un posicionamiento adecuado en el mercado. Se debe considerar el capital que será necesario invertir para dicha estrategia.

3.10. Comercialización

Los puntos de venta, los canales de distribución, la garantía, precio, número de ventas esperadas, los beneficios del producto o servicio hacia el consumidor y entre muchas otras características son la comercialización. En sí, es cómo distribuir tu producto o servicio.

3.11. Información Económica y Financiera

Obtener información económica y financiera es importante para el pronóstico del éxito o fracaso del producto o servicio, negocio o empresa. Es hacer un estudio previo a los aspectos económicos que se tienen previstos para llevar a cabo un negocio o empresa. Es importante tener una idea del costo de inversión, punto de equilibrio en nuestras ventas para garantizar una rentabilidad, cuanto y a qué precio se debe vender el producto o servicio para tener ganancias, cuándo se comenzará a obtener el retorno de inversión y cuánto se espera obtener de este retorno. La información económica o financiera tiene que responder a todos los aspectos anteriores para poder tener una buena satisfacción y perspectiva de la empresa o negocio que se desea abrir en el mercado. Hay que considerar todo tipo de ganancia y pérdida, inversiones, rentabilidad, financiamientos, etc. Toda empresa o negocio para que sea una buena inversión se deben obtener ganancias y cubrir el retorno de la inversión lo más rápido posible.

4. CONCEPTO DE EMPRESA VS NEGOCIO

Es importante dejar en claro la diferencia entre los conceptos empresa y negocio, ya que puede resultar un poco confuso al momento de hacer mención a una de estas. La parte fundamental de diferenciar estos dos conceptos es al momento de formar o querer formar una de ellas, ya sea empresa o negocio, tienen funciones y características diferentes.

Obtenemos que la empresa se diferencia del negocio por el hecho de transformar materia prima en productos, es el área principal para la producción; y en cambio el negocio no tiene esa característica, lo único que hace es vender esa producción, ofrece bienes y servicios para satisfacer necesidades del cliente. Mientras que en la empresa analiza esas necesidades y las convierten en producto. (Morales, Economía y la empresa, 1989)

Se puede obtener una empresa y negocio al mismo tiempo, ya que no solo se tienen características de negocio sino también de empresa, se pueden fusionar las dos para brindar un bien o servicio.

4.2. Definición de Negocio

Anteriormente se mencionó la diferencia entre empresa y negocio, pero ahora es el momento de definir lo más exacto posible la palabra *Negocio*, ya que existen demasiadas definiciones elaboradas por varios autores, aunque al momento de conjugarlas van hacia la misma dirección.

Negocio, es aquella actividad realizada para un fin u objetivo, el cual es satisfacer las necesidades de los clientes, expender servicios o productos que necesiten o quieran adquirir. (Morales, Economía y la Empresa, 1989)

Según Abell, en su libro *Defining the business: the starting point of strategic planning* (Prentice Hall, 1980), un negocio puede definirse de acuerdo con tres dimensiones:

- Grupos de clientes a los que servirá
- Las necesidades que cubrirá
- Su tecnología

4.2.1. Concepto de Misión

Es primordial que toda empresa tenga una misión y para entenderlo mejor hay que determinar que, la misión es la esencia de la empresa y detalla el cómo está constituida dicha empresa y su relación con el contexto social; es la razón de ser y el motivo por el cual existe.

Si en dado caso no existiera una misión, la empresa no sabrá hacia donde “navegar”, no tendrá objetivo de existencia y el por qué de su labor.

4.2.2. Concepto de Visión

La visión nos da a entender cuál es la meta que persigue a largo plazo la empresa, y esto depende de la forma de pensar y de actuar en la actualidad y a futuro.

4.2.3. Definición de Objetivo

Las empresas establecen objetivos en todos los niveles, desde la alta dirección hasta los niveles operativos y las diferencias están en la temporalidad y nivel de responsabilidad.

Definir un objetivo es muy fácil cuando se tiene clara la meta; por ello explicamos que un objetivo es la acción a seguir y debe ser concreto, es la orientación para el curso de las acciones y es el fin que se desea alcanzar.

4.2.4. Ventaja Competitiva

Es conveniente definir la ventaja competitiva como la virtud que tiene la empresa para tener más clientes que la competencia. La ventaja competitiva es la capacidad de ganar clientes y ser preferentes, identificando el por qué de esta cualidad. Se obtiene ofreciendo a los consumidores un valor mayor, ya sea bajando los precios o proporcionando más beneficios que justifiquen los precios más altos.

4.3. Concepto de Empresa

Concebimos a la empresa como la unidad básica de producción esto es, un conjunto sistemático de recursos humanos, financieros, técnicos y de información que le permite participar activamente en el proceso económico de la sociedad.

La empresa analiza los precios de los bienes y servicios que los consumidores están dispuestos a pagar, a fin de determinar qué se va a producir, pues ella tiene la opción de escoger entre las múltiples posibilidades de producción. (Morales, Economía y la Empresa, 1989).

4.3.1. Clasificación de las Empresas.

Las empresas son una unidad económica muy importante y se generaron mediante el sistema capitalista, existe una clasificación para determinar sus posibilidades de desarrollo, el cual se presenta a continuación. (Carriedo, 1980).

4.3.1.1. Clasificación de las empresas por su tamaño

- Micro empresa: Posee de 10 a menos trabajadores. Suelen tener una organización de tipo familiar.
- Pequeña empresa: Posee entre 11 y 100 empleados trabajando
- Mediana empresa: Tiene entre 101 y 250 trabajadores
- Gran empresa: Cuenta con más de 250 trabajadores

4.2.1.2. Clasificación de las Empresas de acuerdo con su Origen

- Nacionales. Son empresas que se forman por iniciativa del capital de de los residentes del país o nativos, que cuentan con recursos económicos.
- Extranjeras. Son empresas que operan en el país, pero que su capital no es aportado por personas nacionales, sino por extranjeros. Ejemplo (coca-cola, Ford, etc.)
- Mixtas. No son consideradas nacionales ni extranjeras. Este tipo de empresas son conocidas como multinacionales. Se forma con el capital de público de varios países y se dedica a la actividad que beneficie a los participantes de esta dicha empresa.

4.2.1.3. Clasificación de las Empresas de acuerdo a su Giro

Las empresas se clasifican por la actividad que realizan o desarrollan y se dividen en 3 tipos o clases.

- Industriales. La actividad primordial de esta clase de empresas es la producción de bienes o productos mediante la transformación y/o extracción de materias primas. Son de dos tipos:

- Primarias. Dentro de estas se encuentran extractivas, que son las que explotan los recursos naturales ya sean renovables o no renovables. Las ganaderas, son las que explotan la ganadería y las agrícolas, que explotan la agricultura.
- Secundarias. Dentro de estas se encuentran las manufactureras, que son las empresas que transforman las materias primarias en productos terminados. De construcción, se dedican a la realización de obras públicas y privadas.

- Comerciales. Son intermediarios entre productor y consumidor; su función principal es la compra- venta de productos terminados en el lugar y monto adecuado (comerciantes). Y son de tres tipos:

- Mayoristas. Son empresas que efectúan ventas en gran escala a otras empresas (venden a mayoristas o minoristas), que a su vez distribuyen el producto directamente al consumidor.
- Minoristas o detallistas. Son las que venden el producto al menudeo, o en cantidades al consumidor.
- Comisionistas. Se dedican a vender mercancía que los productores les dan a consignación, percibiendo por esta función ganancia o comisión.

- De Servicio. Son aquellas que brindan un servicio a la comunidad y que tienen fines lucrativos. Se dividen en:

- A personas. A este grupo pertenecen los técnicos, los que brindan un servicio a la comunidad y piden cierta remuneración ya que establecen un costo: taxistas, electricistas, plomeros, comunicación, enseñanza, etc.
- A profesionales. A este grupo se le asignan los despachos de comedores, asesores, consultores, y demás lugares en los que laboran profesionistas y cobran por sus servicios.

- A empresas. Aquí se incluyen las financieras, bancarias, hospitales, agencias, etc.

4.2.1.4. Clasificación de las Empresas de acuerdo a sus Formas Jurídicas

Existen diferentes tipos de empresas que pueden adoptar formas jurídicas y las cuales son las que a continuación se especifican.

- *Individuales. El empresario es una persona física.*
- *Sociedades. Estas se dividen en civiles, mercantiles, economía social; el empresario es una persona jurídica. (Gómez, 2008).*

4.2.1.5. Clasificación de las Empresas de acuerdo con su Capital

- Privadas. Se forma por aportaciones privadas de capital y todas las decisiones que se deben de tomar, se hacen analizando las ganancias que se obtendrán.
- Públicas. Se forma por la participación de capitales públicos o estatales debido a la necesidad de intervención del Estado en la economía.
- Mixtas. Son aquellas que se componen de la fusión de capitales públicos y privado; ya sea que el capital público sea mayoritario que el privado o viceversa, o que los dos capitales sean del mismo porcentaje.

4.2.2. Tipos de Sociedades Mercantiles

Las sociedades mercantiles se hicieron con el fin de que una o varias personas puedan efectuar actos de comercio. Existen diversos tipos de sociedades con sus propias características y se especifica a continuación. (Rodríguez, 2002).

4.2.2.1 Sociedad Anónima

La sociedad anónima es una sociedad mercantil con denominación de capital fundacional dividido en acciones, cuyos socios limitan su responsabilidad al pago de las mismas.

4.2.2.2. Sociedad de Responsabilidad Limitada

Es una sociedad mercantil con denominación o razón social, de capital fundacional, dividido en participantes no representables por títulos negociables, en la que los socios sólo responden con sus aportaciones, salvo en los casos de aportación suplementaria y asesoría permitida por la ley.

4.2.2.3. Sociedad de Nombre Colectivo

La sociedad colectiva es la forma más espontánea de organización mercantil, es una sociedad mercantil, que existe bajo una razón social y en la que los socios responden de modo subsidiario, ilimitada y solidariamente de las obligaciones sociales.

4.2.2.4. Sociedad en Comandita Simple

Es una sociedad mercantil, personalista, que existe bajo una razón social y se compone de uno o varios socios comanditados que responden de manera subsidiaria, ilimitada y solidariamente, de las obligaciones sociales y de uno o varios comanditarios, que únicamente están obligados al pago de sus aportaciones.

4.2.2.5. Sociedad de Cooperativas

Es una sociedad mercantil, con denominación, de capital variable, fundacional, dividido en participantes iguales, cuya actividad social se presta exclusivamente a favor de sus socios que sólo responden limitadamente por las operaciones sociales.

4.2.2.6. Régimen de Pequeños Contribuyentes

Se creó para personas físicas que realizan actividades empresariales con ingresos de hasta 2.2 millones de pesos. El régimen consiste en la realización de pagos semestrales de un impuesto equivalente al 2.5% de los ingresos brutos del contribuyente, disminuidos a tres salario mínimos.

4.2.2.7. Régimen Intermedio de Contribuyentes

Podrán tributar en este régimen, únicamente personas contribuyentes que realicen actividades empresariales:

- Comerciales
- Industriales
- Agricultura
- Ganadería
- Silvicultura
- Pesca

Sus ingresos en el ejercicio anterior no hayan excedido de \$4'000,000.00 podrán pagar el ISR (impuesto sobre la renta) conforme al régimen inmediato a las actividades empresariales.

4.3. Elementos que Conforman una Empresa Restaurantera

La empresa restaurantera cuenta con varios elementos para su buen funcionamiento y cada uno de estos debe cubrir las necesidades del comensal para garantizar un buen servicio. A continuación se presentan dichas áreas en una clasificación por áreas funcionales y personal.

4.3.1. Áreas Funcionales.

Las áreas Funcionales de un restaurante son aquellas que todo el tiempo están trabajando, están en servicio y deben estar actualizadas, contar con bastante higiene, utilizar productos de calidad y tener instalaciones en buen estado. Estas áreas son para atender al cliente de la mejor manera posible y brindar un servicio de excelencia.

El libro *El restaurante como empresa* nos indica cuales son las áreas más importantes y con más funciones dentro de la empresa restaurantera; las cuales a continuación se describen.

- a) Recepción. Esta área recibe a los clientes, aquí se selecciona el tipo de mesa y el área del comedor donde serán atendidos.
- b) Barra o bar. En esta área el barman prepara bebidas para los comensales. La persona puede pedirlos directamente en la barra o solicitarlos al mesero
- c) Servicio – Área de salón. En esta área se acomodan mesas y sillas tanto el espacio lo permita y son decoradas de acuerdo al diseño. Es el elemento más importante de un restaurante, ya que se entrega el servicio de alimentos y bebidas a los clientes; y es donde se califica al personal, servicio, producto, establecimiento y calidad. Es el lugar que recibe todas las críticas y los aciertos de la empresa.
- d) Producción – Área de cocina. Aquí se preparan los alimentos y algunas cuantas bebidas, dependiendo el giro del restaurante. Está a cargo del chef, sub chef, cocineros, ayudante de cocinero, lava platos; y el área de producción a su vez está dividida en: área caliente (entradas y bocadillos calientes, platos fuertes), área fría (ensaladas), postres, salsas, parrilla.
- e) Transporte. Es un elemento clave para el momento de hacer las compras, de reunir pedidos, o en caso de que el restaurante tenga servicio domicilio entregar pedidos a sus clientes. Debe estar en muy buen estado, con buena presentación, limpio, sin fallas técnicas ni problemas de circulación.
- f) Almacén – Bodega. Es el almacén, la zona donde se conservan todos los alimentos perecederos, se almacenan de acuerdo a la caducidad, al producto, peso y tamaño. Se hace un inventario para tener todos los productos bajo control. El almacén debe ser un lugar bajo resguardo, amplio, limpio, sin humedad y dentro o cerca de la cocina para mayor rapidez. Solo una o dos personas pueden tener acceso a esta bodega.
- g) Cámaras. Estas cámaras son de refrigeración, en ellas se guardan los alimentos o productos que tienen que estar a temperaturas muy bajas para evitar su descomposición; ya sea carnes, pescados, mariscos, vegetales, etc.; pero en grandes cantidades.

También existen cámaras de refrigeración especiales para postres o pasteles que se localizan en el área de repostería; y los refrigeradores, que se utilizan para el mismo objetivo de las cámaras de refrigeración pero en volumen mínimo.

- h) Oficina del restaurante. Es una oficina especialmente para elaborar inventarios, órdenes de compra, horarios de trabajadores, etc. En este mismo sitio se

tienen estantes con varios departamentos para guardar cristalería, mantelería, loza, etc. Es una habitación que está separada de la cocina y del comedor.

i) Comedor para empleados. El comedor para los empleados es el área exclusivamente para los trabajadores de la empresa, aquí se les da alimento y bebida con un menú diferente al que se le ofrece al comensal o cliente. Cada trabajador puede acudir al comedor a un horario determinado para tomar sus alimentos y tiene un tiempo específico para hacerlo. Aproximadamente, dependiendo el tiempo que trabaje se da de 1 a 2 horas para comer, todo depende del patrón.

j) Área de lavado. Es el área donde se lava toda la cristalería, mantelería, loza, se lava todo lo indispensable que se encuentra en el área de comedor. En esta misma habitación se plancha mantelería y que se reserva en la oficina del restaurante.

k) Instalaciones Sanitarias. Estas instalaciones son para cubrir las necesidades fisiológicas de trabajadores o empleados y de clientes dentro de la empresa restaurantera. Estas áreas deben de ser seccionadas, para los clientes, una para hombres y otra para mujeres y una para empleados, de igual forma una para hombres y otra para mujeres. Las instalaciones sanitarias deben estar en muy buen estado, pulcras, de fácil acceso y separadas de la cocina, del almacén, del comedor y del bar por cuestiones de higiene.

Todas estas áreas funcionales de un restaurante son primordiales para este tipo de empresa, son la esencia y sin ellas no se lograría un excelente resultado.

4.3.2. Personal del Restaurante

El personal de una empresa, ya sea restaurantera o de cualquier otro tipo, es la imagen de la empresa. La imagen que deseamos ofrecer al cliente depende del personal, el servicio debe ser excelente y correcto. Por consiguiente, ya que cada empresa tiene una estructura organizacional diferente y los principales puestos que deben cubrir las empresas restauranteras se definen de la siguiente forma. (Casillas, 1994).

a) Gerente General.

En este puesto se dirigen las funciones relacionadas con la administración: planear, organizar, coordinar, supervisar y dirigir todas las actividades del restaurante y del personal con el objeto de lograr un óptimo funcionamiento y servicio.

b) Gerente de Alimentos y Bebidas.

Es la persona responsable ante el gerente general de la adecuada administración del área de alimentos y bebidas. Sus principales funciones son:

- Supervisa el trabajo realizado por los empleados que están a su cargo (chef, maitre, contralor de costos, jefe de bar, Stewart, etc.).
- Elabora especificaciones de compras de alimentos y bebidas junto con el gerente general, jefe de compras y almacenista. Autoriza la compra de mercancías
- Auxilia al jefe de compras y almacenistas en el establecimiento de máximos y mínimos de alimentos y bebidas. Fija precios de venta autorizados por el gerente general y elabora las hojas de costos de recetas estándar con ayuda del chef y contralor. Autoriza notas de venta de promoción y cortesía firmándolas.
- Es responsable de la elaboración del presupuesto anual de ingresos y gastos del área de alimentos y bebidas. Vigila que los sistemas de trabajo se lleven a cabo de acuerdo con las normas y procedimientos establecidos.
- Revisa periódicamente los materiales y equipo que se emplea en su departamento. Analiza inventarios.

c) Contralor de Costos de Alimentos y Bebidas.

Su trabajo tiene que ver con todos los costos y supervisión de alimentos y bebidas. Algunas de sus actividades principales son:

- Prepara análisis diario de costos del departamento de alimentos y bebidas, mantiene al día los estándares de nómina. Revisa las desviaciones al presupuesto semanalmente.
- Revisa personalmente los procesos de compra (proveedores, pedidos, etc.). Verifica que cada día se levante un inventario de artículos perecederos.
- Determina las cantidades de alimentos y bebidas que se tienen que ordenar, se asegura que los productos solicitados como carnes y productos perecederos estén en buen estado y envasados perfectamente. Supervisa el control de llaves de almacén, horario y libro de control.

- Se encarga de las temperaturas de las cámaras de refrigeración, limpieza del almacén y mantenimiento, de todo lo que tenga que ver con las requisiciones, calcula costos y costea recetas y cada artículo del menú.

d) Maitre (Camarero)

Es el responsable, ante el gerente de alimentos y bebidas, del servicio a la mesa proporcionado en restaurantes, bares u hoteles. Sus principales obligaciones son las siguientes:

- Seleccionar a su personal en comedor y asignarles tareas, programa turnos de trabajo, horarios y vacaciones, puede autorizar tiempo extra y permisos al personal. Elabora reportes de asistencia.
- Supervisa puntualidad, aseo, disciplina de su personal y los evalúa constantemente, capacita a su personal para dar un buen servicio.
- Supervisa la calidad del servicio, conoce y aplica los diferentes tipos de servicio (servicio americano, francés, ruso, buffet, banquete). Hace revisiones constantes de comanditas, analiza periódicamente la venta promedio por cliente en el restaurante y bar, etc.

e) Capitán de Meseros

Es el responsable ante el maitre del perfecto funcionamiento del restaurante o bar. Sus obligaciones específicas son:

- Supervisa el aseo general del lugar, material y equipo completo, montaje correcto, mantenimiento general del lugar, suministros suficientes en las estaciones, personal completo, suficientes comandas, reservaciones de mesas y asignación de mesas a los meseros.
- Recibe al cliente y le asigna su mesa, supervisa el cobro correcto de las cuentas, recibe quejas de clientes y busca la solución.
- Entrena al personal de nuevo ingreso y está al pendiente de sus subordinados y mantiene mucha comunicación y cooperación con ellos.
- Al cerrar el restaurante, supervisa que el material y equipo esté completo y se encuentre en el lugar asignado. Conoce diferentes tipos de montaje y los diferentes tipos de servicio. Y colabora de la mano con el maître.

f) Hostess

El Hostess debe de ser un empleado con impecable presentación y debe dar un excelente servicio a los clientes, con amabilidad y respeto, debe dominar el idioma inglés. Sus obligaciones principales son:

- Supervisa con el capitán de meseros, el montaje del restaurante o bar. Controla las reservaciones y da la bienvenida a sus clientes y los conduce a su mesa.
- Distribuye equitativamente la clientela en las diferentes áreas, sin mostrar preferencias, supervisa la calidad de los meseros.
- Interviene en los problemas que puedan ocasionarse entre cliente y mesero y dichos problemas los reporta con el gerente de alimentos y bebidas
- Cuando el restaurante está lleno, no rechaza a los clientes sino que los invita a pasar al bar o a esperar en algún lugar cómodo, mientras esperan la asignación de mesa.

g) Mesero.

Dentro de sus obligaciones de trabajo pueden ser:

- Debe presentarse aseado, con el uniforme correcto, debe conocer primeros auxilios como asfixia o ataque al corazón. Conoce el uso del material y equipo en su departamento, limpia mesas, estaciones de servicio, ceniceros, menús, charolas, etc.
- Es responsable del correcto montaje de mesas, cambia blancos sucios por limpios, dobla servilletas, conoce el manejo correcto de loza y cristalería. Es responsable de tener surtidas las estaciones de servicio con todo lo necesario: sal, azúcar, salsas, cubiertos, servilletas, etc.
- Conoce perfectamente los vinos y platillos del menú, así como el tiempo en que se elaboran, temperaturas, ingredientes y proceso.
- Atiende siempre al cliente con amabilidad, toma su orden, sugiere platillos, trae al comensal su orden a la mesa dependiendo el servicio del restaurante, presenta la cuenta y recoge platos sucios, etc.
- Supervisa a su ayudante y ayuda al entrenamiento al personal de nuevo ingreso

h) Ayudante de Mesero (garrotero)

El garrotero ayuda al mesero a ejercer su trabajo, lo hace más rápido y eficaz el servicio. Sus principales actividades son:

- Ayuda al mesero en el montaje de mesas, retira platos sucios de las mesas, coloca en las mesas lo indispensable como puede ser: sal, azúcar, cubiertos, servilletas limpias, pan, galletas, salsas etc.
- Ayuda al mesero a traer comida de la cocina, prepara café, ayuda a la limpieza del equipo, al desocuparse una mesa, es el que limpia y cambia la mantelería.
- Conoce las actividades del mesero, ya que en algún momento puede ocupar ese lugar

i) Jefe de Bar

Es el responsable ante el gerente de alimentos y bebidas, de la operación del bar, sus obligaciones son las siguientes:

- Elabora recetas estándar de bebidas, contribuye en la asignación de precios en las bebidas, autoriza requisiciones al almacén de bebidas, supervisa la adecuada rotación de inventarios en el bar, elabora presupuestos de ventas y gastos del bar
- Solicita al gerente de compras utensilios o material faltante, revisa sellos de botellas y el estado en que están estas mismas.
- Selecciona, capacita y evalúa a los cantineros y supervisa su trabajo (servicio, limpieza en la preparación, etc.). asigna sus turnos de trabajo y toma asistencia.

j) Cantinero

Recibe órdenes del jefe de bar y debe de cumplir las siguientes actividades:

- Debe conocer los tipos de vinos y licores del bar, cervezas, jugos, etc. Conoce los tipos de bota más comunes, el almacenamiento de vinos, sabe la preparación de todas las bebidas compuestas de la carta o menú de bebidas.
- Conoce el tipo de cristalería donde debe servirse cada bebida, llena requisiciones de almacén, lleva inventarios diariamente, prepara botanas.

- Sirve bebidas a los clientes o a los meseros para que ellos se las den personalmente y hasta su mesa a los clientes.
- Al cerrar el bar, es el responsable de dejar limpios y en el lugar señalado toda la cristalería.

k) Chef

Es responsable ante el gerente de alimentos y bebidas del adecuado funcionamiento de las cocinas, de la preparación de los alimentos dentro de las normas de calidad, de buen servicio a bajo costo y sus funciones son las que a continuación se mencionan.

- Coordina todo lo relativo al personal en la cocina, puede seleccionar a aspirantes a puestos de cocina, capacita y evalúa al personal, supervisa el trabajo dentro de la cocina, elabora los horarios de trabajo, días de descanso y vacaciones. Elabora descripciones de puestos, mantiene disciplina y limpieza, etc.
- Levanta inventario diariamente de los artículos de consumo, elabora requisiciones, supervisa calidad de los alimentos que llegan a la cocina, elabora hojas de costos de recetas estándar, etc.
- Elabora menús, inspecciona porciones, guarniciones, limpieza y decoración de los platillos, colabora con el mantenimiento de almacén, supervisa limpieza de cocina, se mantiene pendiente de la variación de costos en alimentos y productos, etc.

l) Souschef

Es responsable de la dirección y supervisión de las actividades que se lleven a cabo en la cocina, durante un periodo determinado y algunas funciones de este puesto son:

- Dirige, supervisa y controla las funciones de la producción de platillos, limpieza y mantenimiento del equipo, control de la materia prima. Asigna y supervisa tareas del personal a su cargo: cocineros, ayudantes de cocinero, etc.
- Asesora al chef en la elaboración del menú y de presupuestos, supervisa que la salida de alimentos de la cocina sea según el sistema de comandas. Requisita materia prima al almacén, mantiene informado al chef del funcionamiento de la cocina, etc.

m) Cocinero (Cocina Caliente)

Es responsable ante el chef de la preparación de alimentos en la cocina, puede tener ayudante de cocina caliente y algunas de las actividades que realiza son:

- Conoce los tiempos de cocción de los alimentos, conoce técnicas de ahumado, horneado, asado, etc.
- Conoce tipos de cortes de carnes, amplia técnicas para almacenar alimentos, tiene listo el mise en place, elabora salsas, mantiene costos de alimentos según el presupuesto.
- Prepara guarniciones, botanas calientes, sopas y especialidades del día, prepara alimentos que están bajo su responsabilidad, elabora el montaje de alimentos calientes, y debe siempre mantener limpia su area de trabajo y sus utensilios.

n) Cocinero (Cocina fría)

Es dirigido por el chef, puede tener ayudantes en su área y sus obligaciones son las siguientes.

- Conoce las recetas estándar de cocina, prepara alimentos fríos para el restaurante, conoce y aplica técnicas de decoración y montaje, debe conocer la correcta preparación de los platillos fríos del menú.
- Prepara ensaladas (pollo, atún, camarones, mariscos, etc.). Prepara cocteles ya sea de fruta o mariscos, elabora salsas frías, mayonesas, aderezos (mil islas, francesa, tártara, etc.).
- Diariamente revisa las cámaras frías, refrigeradores y mesa fría para supervisar que todos los alimentos del día anterior sean utilizados y saber que ingredientes o productos hacen falta para la elaboración de ese día.
- Elaborar órdenes de carnes frías para botanas, requisita materia prima al almacén con autorización del chef, conoce y aplica técnicas para almacenamiento de alimentos.
- Prepara guarniciones, porciones, mise en place.

o) Pastelero

Es responsable de la elaboración de lo correspondiente a pastelería, panadería, confitería, heladería.

- Elabora postres permanentes en la carta, postres del día, elabora con el chef el menú de postres, calcula precios de postres, prepara flanes y gelatinas.

p) Steward

Sus actividades primordiales de este puesto dentro del restaurante son:

- Limpieza general del área de cocina, lava y acomoda vajilla y cristalería, reparte loza y cristalería entre comedor de servicio y bar. Lava ollas, cacerolas, marmitas, equipo de cocina, etc.
- Limpia el área de recepción, lava planchas, parrillas, salamandras, muebles de acero, limpia estufas, hornos, vaporeras, refrigeradores, etc.

5. CONCEPTO DE PRODUCTO

Para el desarrollo del presente plan de negocios es necesario resaltar las diferencias entre producto y servicio por lo que a continuación los abordaremos especificándolos.

5.1. Definición de Producto

Un producto es cualquier cosa que se puede ofrecer a un mercado para satisfacer una necesidad o un deseo.

El concepto de producto no se limita a los objetivos físicos, se puede llamar producto a cualquier cosa capaz de satisfacer una necesidad. Además de los bienes y servicios, los productos incluyen personas, lugares, organizaciones, actividades e ideas. (William J. Stanton, 2007)

5.2. Concepto de Servicio

Un servicio es cualquier actividad o beneficio que una parte puede ofrecer a otra, que es intangible. Su producción puede o no estar vinculada a un producto físico. Las actividades como rentar un cuarto de hotel, depositar dinero en el banco, viajar en

avión, ver una película, acudir a un restaurante y pedir un platillo o bebida implican todas estas compras un servicio.

Los servicios cuentan con ciertas características, que permiten que las podamos diferenciar de los bienes, existen 4 características primordiales para un servicio, los cuales se presentan y se definen de la siguiente manera. (William J. Stanton, 2007)

1. Intangibilidad

Significa que los servicios no se pueden ver, saborear, sentir, oír ni oler antes de comprarlos

2. Inseparabilidad

Los servicios no se pueden separar de los proveedores, no importa si esos proveedores son personas o máquinas. Tanto el proveedor como el cliente afectan el resultado del servicio.

3. Variabilidad

Significa que la calidad de los servicios depende de quiénes los proporcionan, así como de cuándo, en dónde y cómo

4. Caducidad

Es cuando los servicios no se pueden almacenar para su venta o utilización posteriores.

5.3. Antecedentes del Sector Servicios

El Sector Servicios o conocido también como Servicio Terciario es el conjunto de actividades que se dedican a producir bienes inmateriales, como por ejemplo: una marca, una patente, eslogan, prestaciones de servicios, etc.

En México hay un amplio desarrollo del Sector Servicio ya que aporta cerca del 70% del Producto Interno Bruto (PIB) y da trabajo a más de la mitad de la población.

De acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) los nueve sectores que constituyen en México la actividad Servicios Privados No Financieros son los siguientes. (INEGI, 1983)

De acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) los nueve sectores que constituyen en México la actividad Servicios Privados No financieros son los siguientes:

1. Transportes, correos y almacenamiento.
2. Información en medios masivos.
3. Servicios inmobiliarios y de alquiler de bienes muebles e intangibles.
4. Servicios profesionales, científicos y técnicos.
5. Servicios de apoyo a los negocios y manejo de desechos y servicios de remediación.
6. Servicios educativos.
7. Servicios de salud y de asistencia social.
8. Servicios de esparcimiento, culturales, deportivos y otros servicios recreativos.
9. Servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas.

5.4. Sector de Servicios de Alimentos

El sector de servicios de los alimentos es el más amplio y diverso de la industria de la hospitalidad. Hoy, una de cada tres comidas se hacen fuera de casa y el trabajo de servicios de alimentos brinda satisfacer esas necesidades a la hora que se requiera.

La competencia en la industria de los alimentos, tiene un valor aproximado de 200 mil millones de dólares al año, un resultado intenso y sumando que los competidores día a día se actualizan y suelen cambiar o combinar productos para lograr una demanda mayor. (Hoffman, 2002).

Otro de los cambios importantes reflejados en este servicio de alimentos, es el gusto de los consumidores en cuanto a lo que quieren beber y comer. Han aumentado notablemente las ventas de comidas étnicas, pollo y pavo, donde la carne vacuna ha ido en descenso. La barra de café y vino han adquirido popularidad al igual que las ventas de helados y repostería están en aumento.

El sector servicios de alimentos toma un lugar bastante competente dentro del mercado y aumenta su demanda cotidianamente activo.

6. CONCEPTO DE MARCA Y SU REGISTRO

Como siguiente paso, se menciona la definición de marca y cómo es el proceso de registro, qué se debe hacer para obtenerla, su costo, beneficios, entre otras características para adquirir el derecho de marca en México. Comenzaremos con la marca y se explica de esta manera.

Podemos decir que la marca es un nombre, un término, un letrero, un símbolo o un diseño, o una combinación de ellos, que tiene como meta identificar los bienes o servicios de un vendedor y diferenciarlos de los de sus competidores.

La marca le da un gran valor y significado a los bienes o servicios por el simple hecho de llamar la atención y tener responsabilidad de venta, esto quiere decir que si la marca es mejor se generará un crecimiento estimable en ventas.

6.1. Concepto de Registro de Marca

Es importante registrar la marca para obtener el control sobre ella y ser dueño único, usándola de manera exclusiva con el propósito que se desee y adquiriendo el título de Registro.

El registro de marca es tener todos los derechos sobre esta misma y se da de alta ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI); de esta manera, obteniendo el título de registro nadie puede, ni debe usar la marca sin autorización del dueño y tiene una duración de 10 años, con la ventaja de actualizarse las veces que se desee. (IMPI)

6.1.1. Proceso para Registro de Marca

A continuación se da a conocer el proceso para el registro de marca en México, según la información solicitada ante IMPI. (IMPI)

1. Solicitar un servicio de búsqueda para asegurarse de que no existe una marca idéntica o similar. El costo de este trámite es de \$113.00
2. Presentar la solicitud de marca ante la oficina de marcas de México, Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial. (IMPI) El formato se puede solicitar en las oficinas de esta misma o en internet.
3. Pagar en banco el costo total por registro de marca \$2,497.00 por medio de un formato que el IMPI proporciona.
4. Llevar documentos:
 - Solicitud de registro (original y tres copias)
 - Comprobante de pago (original y copia)
 - Seis etiquetas o impresiones fotográficas de tu marca.
5. Si la marca es aprobada se convierte en marca registrada, tardara seis meses en entregarse tu título de registro de marca, que te ampara como único dueño de tu idea por los próximos 10 años.

El formato para el registro de marca está ilustrado en la parte de anexos, con el fin de conocer dicho formato y saber anticipadamente que datos se deben otorgar.

6.1.2. Beneficios de Registro de Marca

Al tener registrada una marca, no solo eres dueño único de ella sino que a su vez se tienen beneficios, los cuales se presentan a continuación.

1. Se extiende una protección en toda la República Mexicana para que nadie pueda copiar la marca y hacer uso de ella, únicamente el dueño.
2. Derecho a utilizar el símbolo ® o MR el cual informa que es marca registrada
3. Protege el registro de marca en otras naciones
4. Permite restringir la importación de bienes.

5. Otorgar Licencias.
6. Cobrar regalías
7. Franquiciar el producto o servicio
8. Ceder derechos sobre la marca, etc.

7. CONCEPTO Y ANTECEDENTES DE RESTAURANTES

Para comenzar a introducirnos en el tema de la empresa o negocio restaurantero, es necesario conocer el concepto e inicios del restaurante.

La palabra “RESTAURANTE” se define como el establecimiento o lugar donde se sirven alimentos y su primera aparición toma lugar en Francia y a continuación su historia será explicada. (Torre, 2006).

7.1. Historia de Restaurantes

La historia del primer restaurante que se conoció y los primeros registros que se llevaron a cabo apuntan al siglo XVII en Francia, y se dará a conocer brevemente los indicios del surgimiento del restaurante.

Según el famoso escritor gastronómico Brillant Savarin, cierto señor de nombre Boulanger Carpentier principió, hacia el año de 1766 en la calle de Poulies, en París, Francia, el primer establecimiento en el que solo se recibía gente que fuese a comer. En dicho lugar se servía, sobre mesas de mármol, aves muy condimentadas, huevos y consomé.

Boulanger, ordeno pintar en la puerta de la entrada de este establecimiento una invitación que decía: “Venite ad me ommis quí stomacho laboratis ego restaurabo vos”, que quiere decir “Venid a mí los que sufrís del estomago que yo los restauraré”. A dicho lugar en principio se le llamó restaurat y posteriormente restaurante. Dicho invento tuvo mucha aceptación y pronto París se llenó de restaurantes. El primero en imitar a Boulanger fue Lamy, un señor quien inauguró el Paláís Royal, restaurante que se convirtió en el más famoso de su época. (Herrera, 2006)

7.2. Restaurantes en la Actualidad

Los restaurantes actualmente pertenecen a una industria de alcance mundial, en un estado de rápida evolución; han adquirido una importancia muy grande dentro del mercado; por ello, pueden realzar la satisfacción total de sus clientes; y se están convirtiendo en una parte de aumento de mercadotecnia para el turismo.

Cada local dedicado a la venta de comidas tiene un sitio determinado y un público determinado. La diversidad de los restaurantes en la actualidad es tan intensa, que prácticamente son los sitios de atención pública con más variantes.

La comida, en nuestros días, es precisamente un negocio en auge por el volumen de ventas, ya que el servicio restaurantero es una gran fuente de trabajo, rara vez sobran puestos de meseros, cocinero, lava trastes, etc., que tienden a ser más solicitados en las llamadas “temporadas altas”.

Existen varios tipos de restaurantes y se explica de la siguiente manera según Carmen.

- Restaurante Gourmet.

Es el establecimiento que maneja platillos que atraen a las personas aficionadas a comer manjares delicados.

- Restaurante de especialidad.

Este tipo de restaurante brinda una variedad limitada o un estilo de cocina.

- Restaurante tipo familiar.

Los caracteriza la confiabilidad hacia los clientes, tienen precios y servicio estándar. Sirven alimentos sencillos a precios moderados y accesibles para las familias.

- Restaurante conveniente.

Tiene un servicio rápido, suelen ser económicos. Pueden ser de autoservicio o servicio a la mesa.

Los restaurantes también se pueden clasificar con base en los cuatro tipos de servicio que se ofrece al público:

- Servicio en la mesa: en este servicio, es el mesero el que sirve directamente en la mesa a los comensales.
- Servicio en la barra: los clientes se sientan frente a la barra y es ahí donde el mesero los atiende.
- Autoservicio: esta categoría de servicio es llamado también buffet; se suele tener una vitrina donde se exponen una variedad de alimentos y el cliente toma su plato o charola y se sirve lo que desee.
- Para llevar: es un servicio rápido y sencillo, el cliente selecciona y decide los alimentos que desea llevar, los paga en caja y posteriormente se le entrega su orden en un mostrador, empaquetados y de forma adecuada para ser transportables.

Actualmente existen bares y restaurantes o una combinación de ambos en un solo sitio, el objetivo es ofrecer al público servicio y producto. El servicio consiste en atender a los clientes que acuden, ya sea al restaurante o al bar; y el producto son los alimentos o bebidas que se sirven.

El servicio puede ser fijo o móvil. El servicio fijo es aquel que se ofrece en una localidad establecida, mientras que el servicio móvil es el que se ofrece en ocasiones especiales, los banquetes, reuniones, eventos especiales, pueden ser el ejemplo perfecto. (Herrera, 2006).

De tal manera que en la actualidad no solo existen bares y restaurantes sino también el famoso Snack bar, esta unidad es de servicio rápido y práctico, se dan bocadillos y bebidas, suelen operar en áreas de alberca o en una zona muy independiente del bar y la cocina.

Los restaurantes en nuestros días, han dado un giro impresionante, tienen una demanda ilimitada y cada día se modifica su servicio.

Cabe mencionar que en nuestros días la cocina ya no solo es tradicional sino que además existen en el mundo la cocina molecular, cocina de fusión, creativa y de vanguardia; cada una de estas cuentan con características diferentes pero usando la creatividad, imaginación y apoyándose en la tecnología logran una unión espléndida con el servicio de restaurante.

8. ANTECEDENTES DE LA DIABETES

La diabetes, entrando el siglo XXI se convirtió en la enfermedad más presente en los ciudadanos mexicanos, pero las primeras descripciones de esta enfermedad datan desde hace 35 siglos y pertenecen a los egipcios, siendo también que otras culturas ya la conocían.

En las culturas orientales, el dato más antiguo de la diabetes se debe a Suruta, médico hindú que en el siglo V a. de C. observó los síntomas de esta enfermedad, y la llamó “de ricos” por la característica de afectar a personas obesas siendo grandes consumidoras de dulces y arroz; ya que en esa época el azúcar era demasiado cara para consumirla, así que solo las personas con dinero tenían la facilidad de comprarla. (Barbará, 2007)

Ubicándonos a principios del siglo XVI, poco después del descubrimiento de América, Colón plantó en nuestras tierras cañas de azúcar y fue aquí donde comenzó toda su comercialización, al grado de llamarle Oro Blanco, aunque ya con un precio demasiado económico. Por lo tanto, esto ha sido considerado una de las causas principales para dar pauta a la diabetes, generando el concepto de “enfermedades modernas”.

Suruta, ya antes mencionado fue el primer médico en llegar a diferenciar dos tipos de diabetes:

- Tipo 1: se da en personas jóvenes y delgadas
- Tipo 2: se da en personas obesas y grandes de edad

En esta misma época los médicos chinos descubrieron que la orina de los diabéticos atrae a las hormigas; y para su tratamiento recomendaban no comer cereales ni tomar vino. De igual manera el médico árabe Avicena describe la diabetes y el coma hipoglucémico, recomendando un tratamiento de semillas de alhova y cedro, ambas con propiedades hipoglucemiantes.

En el siglo XVI el europeo Von Hohenheim descubrió una sustancia blanca anormal en la orina de los diabéticos, la cual atribuyó la diabetes a una deposición de esta sal sobre los riñones responsable de la poliuria (exceso de orina) y sed de los enfermos.

Hasta el siglo XIX con la revolución Francesa se dio más importancia a la medicina y es ahí donde el doctor Claude Bernard descubrió que el azúcar de la orina estaba almacenada en el hígado y demostró que el sistema nervioso central estaba implicado en el control de la glucosa.

Con el tiempo fue avanzando la tecnología y la medicina, hicieron responsable al páncreas de esta enfermedad y comenzaron los trasplantes de páncreas.

El 30 de diciembre de 1921 en Toronto, Canadá se dio una presentación pública para dar a conocer la *insulina*, inventada por el médico canadiense Frederick Grant Banting y con ayuda del bioquímico James B. Collip.

Eli Lilly una compañía de químicos fue la responsable de comercializar la insulina, bajo la licencia de la Universidad de Toronto y en Octubre de 1923 esta sustancia se podía obtener con facilidad en América del Norte y Europa; y ese mismo año comenzó a fabricarse en Alemania, Dinamarca y Austria.

8.1. Concepto de Diabetes

El nombre médico de esta enfermedad es “*diabetes mellitus*”, cuya raíz léxica proviene del griego y del latín. La palabra *diabetes* tiene su origen en el vocablo griego (diabeinenen) que se traduce como: “pasar a través con fuerza”.

El vocablo mellitus es de origen latino “dulce como la miel”. Por lo tanto, se da paso a las características de esta enfermedad: orina en forma excesiva y el agua pasa a lo largo del cuerpo de una persona con diabetes como si pasara por un sifón y esta misma orina contiene demasiado azúcar o glucosa. Esto fue evidenciado científicamente por Thomas Willis a mediados del siglo XVII, al probar el sabor de la orina de una persona con diabetes, y la describió dulce como la miel.

Diabetes mellitus también se puede definir como el nombre de un grupo de trastornos graves y crónicos (de larga duración) que afectan el metabolismo de los carbohidratos. (Barbará, 2007).

8.2. Tipos de Diabetes

Solo existen 2 tipos de diabetes: mellitus 1 (DM1) y diabetes mellitus 2 (DM2) que se desencadenan a partir de una predisposición genética. Donde los factores implicados en esta enfermedad son ambientales, genéticos, inmunológicos y metabólicos.

En ambos tipos de diabetes la evolución se da a la pérdida total del control de la glucemia es decir la glucosa en sangre. (Roth, 2005)

-DM 1. Se desarrolla cuando el sistema inmune del cuerpo destruye las células pancreáticas beta. Estas son las únicas hormonas células que producen insulina. La diabetes tipo 1 generalmente se diagnostica en niños y adultos jóvenes de entre 1 y 40 años. Se generan cantidades de insulina muy escasas y se requiere de inyecciones de insulina y una dieta cuidadosamente controlada.

-DM 2. Usualmente se presenta en adultos mayores de 40 años. Este tipo de diabetes está relacionado con la obesidad y con antecedentes familiares con diabetes. El surgimiento es gradual y la producción de insulina disminuye poco a poco y por lo general se puede controlar con dieta y ejercicio.

8.3. Tipo de Alimentación en Pacientes Diabéticos

La alimentación de un diabético no es compleja, tiene la capacidad de ser aproximadamente la misma a la de una persona que no padece esta enfermedad, con la única diferencia, en caso de un diabético es no consumir azúcares.

El tratamiento de un diabético siguiendo las aportaciones del libro Nutrición y Dietoterapia comienza cuando las pruebas de sangre indican hiperglucemia o si se presentan otros síntomas ya tratados. Los niveles normales de glucosa en sangre (llamada azúcar en sangre en ayuno, FBS) son de 70 a 110 mg/ dl.

El tratamiento puede ser sólo dieta o una dieta en combinación con insulina o un medicamento oral reductor de la glucosa además de ejercicio regulado y un monitoreo regular de los niveles de glucosa en sangre del paciente.

Se recomienda que la dieta contenga el siguiente porcentaje de las calorías totales:

- 1- Hidratos de carbono... 50-55%
- 2- Grasas.....30%
- 3- Proteínas..... 15-20%

Las personas diabéticas y no diabéticas deben tener 3 comidas y 2 refrigerios uno entre desayuno y comida y el segundo entre comida y cena. Se debe procurar consumir los alimentos en el horario asignado sin olvidar refrigerios.

Los alimentos que no deben de consumir los diabéticos son las frutas muy dulces y las harinas refinadas al igual que los azúcares, entre otros alimentos muy elevados en grasas, carbohidratos y calorías.

8.3.1. Insulina

Es importante hablar de la insulina, ya que es el principal factor por el cual existe la diabetes, cuando el cuerpo no genera esta hormona se comienzan a dar problemas con la absorción de nutrientes y se convierten en azúcares.

Existen dos tipos diferentes de insulina:

- Insulina exógena. Esta es la insulina que se produce fuera del cuerpo
- Insulina endógena. Este tipo de insulina es aquella que se produce dentro del cuerpo.

Las personas con diabetes tipo 1 o DM1 deben inyectarse insulina todos los días para controlar sus niveles de glucosa en sangre. Esta insulina se llama exógena debido a que se produce fuera del cuerpo. Es una proteína que debe inyectarse porque si se traga no llegaría al flujo sanguíneo como una hormona completa. Iniciando el tratamiento con insulina difícilmente se puede dejar, ya que esta será de por vida.

La insulina humana es la que se receta comúnmente en los clientes. Esta insulina no proviene del ser humano, si no que se produce sistemáticamente por medio de un proceso químico en un laboratorio y es preferente porque es similar a la insulina que produce el páncreas. La insulina animal proviene de vacas o cerdos y es llamada insulina de res o de puerco, esta insulina es usada raramente, ya que contienen anticuerpos que la hacen menos pura que la insulina humana. (Roth, 2005)

Existen otros tipos de insulina pero estas se clasifican por la rapidez que tienen en hacer efecto, estas son: muy rápidas, rápidas, intermedias, y efecto prolongado; donde la más utilizada es la intermedia, que trabaja de 2 a 8 horas y son efectivas por 24 a 28 horas. Y en el caso de los diabéticos tipo 1 se deben inyectar de 2 o más veces al día.

8.3.2. Fibra

Se ha comprobado por varios médicos especialistas e investigadores de la diabetes que consumir fibra, ya sea junto con los alimentos o después de ellos, contribuye a la absorción de glucosa en sangre y por lo tanto disminuye los niveles de azúcar. Es recomendable administrar de 25 a 35 gr. De fibra al día, para tener un control sobre esta enfermedad.

8.3.3. Endulzantes Alternos

Los endulzantes alternos son aquellos productos que sustituyen el azúcar, que no requieren insulina para metabolizarse o simplemente el cuerpo no los absorbe, lo que ocasiona que la glucosa en sangre no se eleve al momento de consumirlos. (Roth, 2005).

8.3.4. Alimentos Dietéticos

En algunas ocasiones los alimentos dietéticos pueden ayudar a la persona diabética a mejorar sus niveles de glucosa en sangre, pero en otras suele ser lo mismo que comprar un producto para una persona no diabética; lo aconsejable es saber administrar y reconocer cuales productos dietéticos son lo mejor para un diabético y seguir las sugerencias establecidas por el médico.

8.3.5. Alcohol

En varios casos el alcohol no es recomendado para el paciente diabético, pero su uso limitado a veces es permitido si lo aprueba el médico. Sin embargo algunas personas diabéticas no pueden ingerirlo. Cuando se consume alcohol, éste debe ser incluido en el plan de dieta.

8.3.6. Ejercicio

El ejercicio ayuda a que el cuerpo use la glucosa al aumentar los sitios receptores de insulina y al estimular la producción de glucagón. Éste baja el colesterol y la presión sanguínea y reduce el estrés y la grasa corporal al mismo tiempo que da tono muscular. El ejercicio ayuda a los pacientes con diabetes tipo 2 mejorando su peso, niveles de glucosa y su sistema cardiovascular. Sin embargo, para pacientes con diabetes tipo 1, puede descontrolar la glucosa; porque al mismo tiempo que baja la glucosa, se puede desarrollar hipoglucemia. Así que las recomendaciones de ejercicio deben de ser otorgadas por el médico.

8.4. Diabetes en la Actualidad en México

Establecido por la OMS el 14 de noviembre se le denominó el día mundial de la diabetes, para conmemorar el aniversario del nacimiento de Frederick Banting quien descubrió la insulina. El objetivo de este día es dar más información a las personas sobre esta problemática, sirve para generar mayor conciencia en todo el mundo y dar a conocer las tasas de mortalidad a causa de esta enfermedad. (Organización Mundial de la Salud, 1997).

Actualmente, hablando de manera mundial la diabetes perjudica a más de 366 millones de habitantes, y se espera que para el año 2025 sean 540 millones de habitantes con esta enfermedad. El 80% de las muertes por diabetes se producen en países de ingresos bajos o medios, según datos de la OMS (Organización Mundial de la Salud).

En México la diabetes es considerada una de las enfermedades que afecta a más de 17 millones de ciudadanos y se presenta diabetes mellitus tipo 2 en la mayoría de los casos, donde más de 400 mil niños presentan diabetes tipo 1, según datos de la Federación Mexicana de Diabetes. (Federación Mexicana de Diabetes, 1987).

Según datos del IMSS, en Michoacán se encuentran registradas aproximadamente 78mil personas diabéticas y siendo que en Morelia Michoacán existen alrededor de 37mil casos de pacientes diabéticos hasta el momento atendidos. Siendo faltantes las personas que aún no son registradas o diagnosticadas. (IMSS, 2001)

Los problemas de salud relacionados con la diabetes, en el año de 2011 ocasionaron que el país gastara alrededor de 7mil 784 mdd, siendo el país de América Latina que más gasta en controlar y tratar este problema, así lo menciona el INSP (Instituto Nacional de Salud Pública) y se pronostica que este año 2012 aumente el costo un 15% (INSP, 2001)

Los avances de la ciencia, la tecnología, información, estudios y otros aspectos, han ayudado y apoyado a los científicos y doctores para lograr que las personas con diabetes tengan una mejor calidad de vida. Por lo que en el siglo XXI se han llevado a cabo investigaciones y se han tenido resultados increíbles.

En el futuro, los pacientes que enfrenten complicaciones o heridas difíciles de sanar relacionadas con el pie diabético podrían sanar gracias a las células producidas por la médula ósea. Estas investigaciones, encabezadas por Laura Shin, de la Rosalind Franklin University of Medicine and Science, proyectan ser la clave para evitar las graves consecuencias de este trastorno, incluyendo amputaciones.

Actualmente es posible fabricar la hormona insulina extrayendo de células humanas el gen que porta la información para producirla. Este gen se produce dentro de las bacterias, que se multiplican velozmente generando grandes cantidades de insulina humana. Al finalizar dicho proceso, la hormona se extrae de las bacterias y se purifica. La sustancia obtenida llamada insulina recombinante sirve para el control de la diabetes. (Creel, De todo un poco. ABC, 2012).

Estos datos nos dan a conocer que la diabetes es un problema de hace siglos, que sigue presente en las familias mexicanas y de todo el mundo, haciendo que la salud de las personas vaya en descenso; sin embargo, cada día los conocimientos de especialistas aportan nuevas alternativas para tener una mejor calidad de vida.

8.5. Alimentación en otras Enfermedades Crónicas

Cada persona que padece alguna enfermedad crónica, requiere de una alimentación diferente al de las personas totalmente sanas, todo depende de la enfermedad y del tratamiento médico al cual sea sometido. Por lo que se ha considerado especificar los tipos de alimentación para distintas personas con problemas de salud crónicos. Anteriormente hablamos de la diabetes y la especificamos, ya que es el sector más importante al que se dirige la empresa, pero sin dejar de lado otras enfermedades que padecen un gran porcentaje de la población mexicana, hablaremos sobre la alimentación para dichos problemas de salud.

8.5.1. Obesidad

En México un 70% de la población padece esta enfermedad, siendo un país que ocupa mundialmente el sexto lugar en obesidad infantil. (IMSS, 2001).

La obesidad o sobrepeso tiene como causa la mala dieta y la inactividad; aunque de igual forma pueden afectar factores genéticos, fisiológicos, metabólicos, bioquímicos y psicosociales. El desequilibrio energético es una causa significativa para dar pauta a esta enfermedad. Las personas comen más de lo que necesitan y el exceso de peso se puede acumular durante y después de la mitad de la vida debido a que las personas reducen su nivel de actividad y el metabolismo es más lento.

Como punto de partida para saber cómo está nuestro peso, se presenta una tabla con el peso que las personas debemos tener dependiendo de nuestra estatura y años de vida.

ALTURA (metros)	PESO Kg. (19 a 34 años)	PESO Kg. (35 años en adelante)
1.54	43.99 – 58.05	48.98 – 62.59
1.57	45.81 – 59.89	50.34 – 64.86
1.60	47.17 – 62.14	52.16 – 67.13
1.62	48.53 – 63.95	53.97 – 68.94
1.65	50.34 – 66.22	55.33 – 71.21
1.67	51.70 – 68.03	57.15 – 73.48
1.70	53.52 – 70.30	58.96 – 75.74
1.72	54.88 – 72.57	60.78 – 78.01
1.75	56.69 – 74.38	62.59 – 80.73
1.77	58.51 – 76.65	64.41 – 83.00
1.80	59.87 – 78.92	66.22 – 85.27
1.82	61.68 – 81.19	68.49 – 87.99
1.85	63.50 – 83.46	70.30 – 90.26
1.87	65.31 – 85.72	72.12 – 92.98
1.90	67.13 – 88.45	74.38 – 95.25
1.92	68.94 – 90.71	76.20 – 97.97
1.93	70.76 – 92.98	78.47 – 100.69
1.95	72.57 – 95.70	80.28 – 103.41
1.98	74.38 – 97.97	82.55 – 106.14

Tabla 1 Tabla de pesos aceptables (Roth, 2005)

En la tabla anterior, los rangos más altos suelen aplicarse a hombres, quienes tienden a tener más músculo y hueso que las mujeres y los pesos más bajos aplican frecuentemente a mujeres. Esta tabla nos ayuda a tener una idea de forma individual si padecemos sobrepeso u obesidad, o en ciertos casos desnutrición, pero aun así, es fundamental acudir al médico.

Determinar una dieta o alimentación para este tipo de enfermedad no es nada fácil, es necesario hacer estudios médicos para descartar otras enfermedades como: diabetes, enfermedades cardíacas, colesterol, triglicéridos, hipertensión, etc., que son causadas frecuentemente por la obesidad.

Lo recomendable en estos casos es comer frutas, verduras, alimentos bajos en grasas, NO consumir alimentos fritos, dulces, gelatinas y mermeladas, aderezos, sopas cremosas, pasteles, galletas, comida rápida de establecimientos, postres, quesos, mantequilla, leche entera, crema, bebidas dulces y alcohólicas, refrescos, etc. Todo este tipo de comida ayuda demasiado al reclutamiento de grasa en la sangre y es ahí donde se puede diagnosticar obesidad u otros problemas crónicos.

El hacer ejercicio puede ser de 30 minutos tres veces a la semana o 90 minutos todos los días aproximadamente. Es importante hacer 3 comidas y 2 refrigerios pequeños entre estas, deben ser porciones que indique el médico o nutriólogo, abundante agua, de 2 a 2.5 litros y olvidar completamente las dietas estrictas y cirugías para bajar de peso, suelen ser problemáticas y contraproducentes en la salud.

8.5.2. Hipertensión

De acuerdo con Cuando la presión arterial (HTA) es crónicamente alta, al trastorno se le denomina hipertensión y aproximadamente 15 millones de mexicanos viven con ella y menos del 10% están controlados. (IMSS, 2001).

La herencia y la obesidad son factores predisponentes a la hipertensión, el fumar y el estrés también influyen a esta enfermedad. Infartos, accidentes vasculares, fallas cardíacas y falla renal pueden ser las consecuencias de la hipertensión.

El consumo o uso excesivo de sal de mesa es considerado como contribuyente de la hipertensión. La sal contiene alrededor de un 40% de sodio más cloruro y, ambos son esenciales para el mantenimiento del balance de fluidos y de la presión arterial.

Cuando son ingeridos en cantidades normales por personas sanas son benéficos para la salud.

Un tratamiento alimenticio para esta enfermedad es consumir pocas grasas, muchos vegetales, eliminar la sal de los alimentos o consumir la cantidad que el médico señale, bajar de peso es muy importante, aumentar la ingesta de alimentos ricos en potasio como: espárragos, brócoli, ejotes, espinaca, papa, camote, naranja, plátano, aguacate, melón, toronja, fresas, kiwi, durazno, etc. Las carnes rojas, pescado, aves, productos lácteos y huevo no deben ser consumidos, ya que tienen cantidades sustanciales de sodio. Los cereales, vegetales y frutas tienen pequeñas cantidades de sodio, por lo que es aceptable consumirlas, pero no excesivamente. (Roth, 2005)

El agua, como todos sabemos contiene sodio, por lo que se debe buscar aquella que tenga la mínima dosis de sodio para no tener problemas con la presión arterial. Se eliminará de la dieta alimentos fritos, sopas o productos enlatados que contienen grandes porciones de sodio, salmueras, bicarbonato de sodio, saborizante de alimentos, etc.

Las categorías de la presión arterial son:

- Normal: menos de 120/menos de 80 mmHg.
- Previo a la hipertensión: 120 a 139/ 80 mmHg.
- Etapa 1 de la hipertensión: 140 a 159/ 90 mmHg.
- Etapa 2 de la hipertensión: 160/ 100 mmHg.

La hipertensión necesita solo una dieta bien cuidada y con pequeñas o mínimas cantidades de sodio, bastante ejercicio, dormir adecuadamente y evitar aquellos productos envasados o enlatados. Esta enfermedad puede causar la muerte si no se tienen un control de ella. Todo depende de la persona que la padezca y la calidad de vida que quiera disfrutar.

8.5.3. Enfermedad Renal

Los riñones ayudan a mantener la composición y el volumen de los líquidos del cuerpo, por lo tanto mantienen el balance de fluidos, el balance ácido- base y el balance de los electrolitos; y son capaces de eliminar la orina.

Los riñones son los encargados de sintetizar y secretar hormonas, hacer la conversión final de vitamina D que es la que fomenta la reabsorción del calcio y el metabolismo de calcio y fósforo. También los riñones estimulan la medula espinal para producir glóbulos rojos.

La enfermedad renal es la tercera causa de muerte en México y alrededor de 7 millones de mexicanos tienen esta dificultad en su salud.

Los trastornos de los riñones se pueden efectuar inicialmente por infecciones, cambios degenerativos, diabetes, presión sanguínea alta, quistes, cálculos renales o un trauma (cirugía, quemaduras). (INEGI, 1983).

La enfermedad renal crónica se desarrolla lentamente, hasta que el tejido renal se ha destruido hasta el punto en que los riñones ya no son capaces de filtrar la sangre, excretar los desechos o reciclar los nutrientes como se necesita, se produce una uremia. La uremia es una condición en la que los desechos de proteína que normalmente se deben excretar, se encuentran circulando en la sangre. Los síntomas incluyen náuseas, cefalea, convulsiones y coma. La insuficiencia renal severa puede traer como resultado la muerte o a menos que se inicie una diálisis o se realice un trasplante de riñón. (Roth, 2005)

El tratamiento alimenticio para las personas con problemas renales es la restricción de proteínas, sodio y quizá potasio y fósforo. Los requisitos energéticos deben ser llenados por carbohidratos y grasas insaturadas. Pueden comer todo tipo de verduras como: apio, berenjenas, berros, cebolla, col, lechuga, pimientos, acelgas, calabaza, espárragos. Cereales y legumbres como: arroz, frijoles, maíz, sémola de maíz, soya. De frutas pueden ingerir mango, kiwi, melón, higos, durazno, limón, peras, uvas, manzana, etc; en caso de ser diabéticos no deben consumir frutas ni vegetales bajos en fibra ni altos en azúcares. Es recomendable no ingerir productos

enlatados ya sea sopas, carnes, vegetales, ya que contienen elevados niveles de sodio. Evitar grasas saturadas, alimentos fritos, etc.

Es indispensable que la persona con enfermedades renales ingiera 2 o 3 litros de agua diario durante todo el día, evitar definitivamente refrescos o jugos envasados. Evitar comer hígado, riñones, mollejas, sesos, anchoas, sardinas y carnes de todo tipo.

9. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Toda empresa cuenta con un cierto porcentaje de competencia y es un punto demasiado importante dentro de la determinación de una empresa, entre menos competencia se tenga es mejor para vender más producto, tener más demanda y por supuesto más ganancias.

Analizar la competencia es tener estudios y estadísticas, o información que nos apoye a identificar nuestra competencia y nos ayuden a responder las preguntas: ¿Quién es la competencia? ¿Cuánta competencia es? ¿Dónde se encuentra? ¿Qué nos diferencia? ¿Qué ventajas y desventajas se tienen sobre ella?

Como consiguiente se explicará los tipos de competencia y en qué consisten.

9.1. Competencia Directa.

La competencia directa se refiere a todos aquellos negocios o establecimientos que venden un producto o servicio igual o casi igual al nuestro y que lo venden en el mismo mercado en el que nos encontramos nosotros también, esto quiere decir que buscan los mismos clientes para venderles prácticamente lo mismo. Buscan igualar la competencia. (William J. Stanton, 2007).

9.2. Competencia Indirecta.

Esta forma de competencia la conforman todos los negocios o establecimientos que intervienen de manera lateral en el mismo mercado e igual el mismo sector de clientes, buscan satisfacer las mismas necesidades de forma diferente y con productos similares o sustitutos.

Por lo tanto, de esto sacamos conclusión de lo importante que es una estrategia o un plan de estrategia para la empresa.

10. ANÁLISIS ESTRATÉGICO

Un análisis estratégico nos ayuda a proyectar suposiciones futuras acerca de la empresa. Al momento de elaborar un análisis estratégico debemos considerar factores internos y externos que influyen sobre la estructura, funcionamiento e identidad de la empresa u organización.

Para aclarar de mejor manera este análisis, se describirán las partes que lo conforman con ayuda de William J. Stanton, Michael J. Etzel y Bruce J. Walker y el Manual de Ricardo Fernández Valiñas

10.1. Definición del Análisis FODA

El análisis FODA, también conocido como la Matriz o análisis DAFO, DOFA o SWORT en ingles es una metodología de estudio de la situación de una empresa o un proyecto, es el inicio real de la planeación, ya que presenta en forma resumida las conclusiones de toda la evaluación del negocio. Se conforma por 4 variables:

1. Fortalezas (strenghts)

Esto se explica como todos los aspectos que hacen a la empresa superior en forma comparativa a la competencia directa. Las fortalezas se ocasionan dentro de la compañía y son el resultado de su organización.

2. Debilidades (weaknesses)

Estas representan aspectos en el que la empresa es inferior a la competencia, por ejemplo, las estrategias promocionales. Las debilidades se llegan a confundir con problemas o amenazas de mercado, pero una debilidad se provoca dentro de la empresa y puede ser dominada por ella.

3. Amenazas (threats)

Pueden originarse dentro o fuera de la empresa y es controlable por ella, requiriendo acciones estratégicas específicas para solucionarse

4. Oportunidades (opportunities)

Son factores positivos, siempre ajenas a la empresa por que se generan en el mercado. No siempre una oportunidad es aprovechada ya que depende de su rentabilidad real.

10.2. Concepto de Estrategia

Se deduce que una estrategia se define como el conjunto de acciones determinadas para alcanzar un objetivo específico y cumplir con su misión.

10.3. Planeación Estratégica

A continuación daremos una explicación breve de la definición de la Planeación Estratégica, gracias a que es un apartado importante del análisis estratégico y que obviamente auxilia en el éxito de la empresa.

Una planeación estratégica define una misión, impone metas de largo alcance y formula estrategias generales para conseguirlas. De forma simplificada una planeación estratégica es el conjunto de planes a desarrollar para alcanzar propósitos u objetivos y para realizar estas actividades es necesario contar con los recursos que ella misma requiere. (William J. Stanton, 2007).

10.3.1. Proceso de Planeación Estratégica

La planeación estratégica consta de 4 pasos esenciales:

- Definir la misión de la organización.
- Analizar la situación.
- Planear los objetivos de la organización.
- Elegir las estrategias para alcanzar estos objetivos.

10.4. Papel del Marketing en la Planeación Estratégica

El papel de la mercadotecnia en la planificación estratégica es importante, ya que el marketing estudia las necesidades del consumidor y la habilidad de la compañía para satisfacerlas. Estos factores guían la misión y los objetivos generales de la compañía.

La mercadotecnia proporciona una filosofía que sirve de guía, sugiere que la estrategia de la compañía debe desarrollarse en torno a la satisfacción de necesidades de grupos importantes de consumidores. Proporciona percepciones a los responsables de la planeación estratégica, auxiliándolos a identificar las oportunidades de mercado y evaluar el potencial de la empresa para aprovecharlas.

Diseña estrategias para el logro de objetivos de la unidad y una vez obtenido esto, la tarea de la mercadotecnia es hacer que se cumplan y obtener utilidades. Estos aspectos es lo que aporta la mercadotecnia a la planificación estratégica. (William J. Stanton, 2007).

10.4.1. Unidades Estratégicas de Negocios

Casi todas las compañías grandes y medianas, y hasta algunas pequeñas, constan de varias unidades y producen numerosos artículos.

Una unidad UEN puede ser una división grande de la organización, un grupo de productos relacionados o incluso un solo producto o marca importante.

Para determinarse UEN, o una entidad debe ser un negocio que se reconozca por separado; tener una misión propia; tener sus competidores particulares; tener su propio equipo de ejecutivos, con la responsabilidad de conseguir ganancias.

10.4.2. Análisis de las Unidades Estratégicas de Negocios de acuerdo al Boston Consulting Group (BCG)

La matriz BCG, creada por la empresa de asesoría administrativa Boston Consulting Group, corresponde desde hace más de 30 años. Es un modelo donde una organización puede clasificar cada una de sus UEN y algunas veces sus principales productos de acuerdo con dos factores: su participación de mercado en relación con la competencia y la tasa de crecimiento en la que opera la compañía y los factores se pueden dividir en categorías alta y baja. (Valiñas, 2007).

- Cuatro Segmentos de la Matriz BCG

Los cuatro segmentos de la Matriz BDG son los siguientes, dos bajas y dos altas.

1. *Estrellas.* Participación en el mercado alta y tasa de crecimiento de la industria alta son características de las UEN de esta categoría.
2. *Interrogaciones.* Son UEN caracterizadas por una baja participación en el mercado pero una tasa de crecimiento de la industria alta. Una interrogación no ha alcanzado un punto de apoyo en un mercado en expansión muy competido.
3. *Vacas de efectivo.* Estas UEN tienen una gran participación en el mercado y hacen sus negocios en industrias maduras.
4. *Perros.* Las UEN tienen una baja participación en el mercado y operan en industrias con tasas de crecimiento bajas. Las estrategias de marketing para los perros pretenden maximizar cualquier ingreso potencial reduciendo al mínimo los gastos.

A continuación se muestra una imagen, explicando de manera grafica lo antes especificado.



Ilustración 1 Segmentos de la matriz BCG

10.4.3. Creación de Estrategias de Crecimiento

Muchas organizaciones quieren o necesitan crecer y, por ello, sus objetivos se centran en el crecimiento, es decir, el deseo de incrementar los ingresos y las ganancias. Al buscar el crecimiento, una compañía debe considerar tanto sus mercados como sus productos. Con esto se dio la matriz de crecimiento de productos y mercados que se explica a continuación.

- Matriz de expansión de productos/mercados

Esta matriz tiene cuatro estrategias fundamentales de crecimiento del mercado y producto.

1. *Penetración del mercado.* Una compañía trata de vender más de sus productos actuales a sus mercados actuales. Las tácticas de apoyo son gastar mas en publicidad o en ventas personales.

2. *Desarrollo de mercados.* Una empresa continua vendiendo sus productos actuales pero a un mercado nuevo.
3. *Desarrollo de productos.* Una empresa crea productos nuevos para venderlos en los mercados actuales.
4. *Diversificación.* Una compañía desarrolla nuevos productos para vender en nuevos mercados.

11. ANÁLISIS DE MERCADO

11.1. Investigación de Mercados

La investigación de mercados es una herramienta más de mercadotecnia que nos permitirá tomar decisiones adecuadamente. Es importante saber si la empresa ha realizado las investigaciones necesarias o si existe necesidad de obtener información adicional. Existen diferentes formas para obtener información de mercado, las fuentes primarias y las fuentes secundarias.

- **Fuentes Primarias.** Son aquellas herramientas desarrolladas para obtener información específica del objeto de estudio a través de una investigación cualitativa o cuantitativa
- **Fuentes Secundarias.** Las fuentes secundarias son información previamente documentada que no necesariamente se generan con el fin de investigación de mercado en cuestión pero que es de suma relevancia para el proceso. Ejemplos: Las bases de datos de INEGI, la información histórica de las empresas, etc.

11.2. Segmento de Mercados

Una de las actividades básicas de la mercadotecnia consiste en la segmentación de mercados, la cual parte de un principio muy simple: “no es posible estudiar y satisfacer a todos y cada uno de los individuos del universo”, por lo cual se deberán conformar grupos con características y necesidades comunes para poder estudiarlos. La segmentación de mercados consiste en dividir un mercado heterogéneo en grupos con al menos, una característica homogénea. (Valiñas, 2007).

Los pasos para segmentar un mercado de forma organizada son los siguientes:

1. Identificar los deseos actuales y potenciales de un mercado
2. Identificar características que distinguen unos segmentos de otros.
3. Determinar el tamaño de los segmentos y el grado en el que se les está satisfaciendo.

La esencia de la segmentación es que los miembros de cada grupo son semejantes respecto de los factores que influyen en la demanda.

11.3. Concepto de Consumidor

Los consumidores son el motor que genera ventas de una empresa, por ello requieren de un estudio claro y profundo que nos permita conocer su ideología, estilo de vida, opinión sobre el producto, gustos y preferencias, nivel de satisfacción, y lo más importante lealtad hacia la marca.

11.4. Concepto de Mercado Meta

El mercado meta es el cúmulo de personas hacia quienes van dirigidos todos los esfuerzos de mercadotecnia, es decir, el que cumple con todas las características del segmento del mercado anteriormente ya expuesta esta definición.

Dentro del mercado meta debemos tomar muy en cuenta los subgrupos del mercado:

1. *Primario*. Son todos los consumidores directos que poseen la decisión de comprar efectuando la selección y evaluación del producto.
2. *Secundario*. Son los consumidores que aún teniendo contacto con el producto, no son quienes determinan la compra y en ocasiones tampoco lo evalúan.
3. *Mercado potencial*. Son los consumidores que no compran ni usan el producto pero pueden adquirirlo en un futuro, debido a que cuentan con las características de los compradores del mercado meta pero desconocen el producto i simplemente no tienen esas características pero pudieran tenerlas a futuro.

11.5. Clientes Potenciales y Actuales

Varios párrafos atrás, se menciona la definición de cliente, y dentro de esta misma, cabe destacar y explicar qué son los clientes potenciales y actuales, y se hace del siguiente modo.

11.5.1. Clientes Actuales

Este tipo de clientes ya sean personas, negocios, empresas o instituciones, son los que hacen compras de forma constante o periódicamente. Este tipo de cliente ocasiona el aumento del volumen de ventas actuales y es la que permite tener una participación dentro del mercado.

11.5.2. Clientes Potenciales

Los clientes potenciales, en cambio, son aquellos que no realizan compras a la empresa actualmente, pero son vistos como posibles clientes en un futuro, por el hecho de tener la disposición necesaria, el poder de compra y la autoridad para comprar. Este tipo de cliente es el que puede dar un volumen de ventas en el futuro, ya sea a corto, mediano o a largo plazo, y por esto se les puede valorar como la fuente de ingresos futuros.

12. ANÁLISIS DE LA MEZCLA DE MERCADOTECNIA

La mezcla de mercadotecnia o llamado también marketing Mix, son las herramientas con las que dispone el responsable de la mercadotecnia para cumplir con los objetivos de la compañía. Por consiguiente se darán a conocer esas herramientas o también conocidas como las clásicas 4 P's (producto, precio, plaza, promoción), se expondrán y definirán para tener un poco más claro la mezcla de mercadotecnia, en qué consisten y cómo nos ayuda a tener éxito en nuestra empresa. (William J. Stanton, 2007).

12.1. El Producto

Se dice que el producto es una agrupación de atributos tangibles (puede ser tocado) o intangibles (no puede ser tocado) que satisfacen una necesidad determinada, y que dan al consumidor la sensación de haber llegado a sus necesidades y/o deseos.

12.1.1. Clasificación de los Productos

La clasificación de los productos se dividen en dos secciones y que son:

1. Duraderos. Es cuando en el producto su uso no es limitado a unas cuantas veces.
2. No duraderos. Es el producto que al comenzar a darle uso, se agota en un tiempo corto.

12.1.2. Ciclo de Vida del Producto

Al igual que los seres humanos los productos tienen un ciclo de vida, depende muchas veces del producto y del consumidor. Se trata del historial de ventas de este producto a través del tiempo, y las etapas son las siguientes:

1. Introducción. Es cuando se da a conocer ante el mercado
2. Crecimiento. Se busca penetrar al mercado, aumentan las ventas y disminuye su publicidad.
3. Madurez. En esta etapa de la vida del producto éste alcanza su mayor nivel de ventas.
4. Declinación. Es el punto donde las ventas disminuyen, los costos se incrementan y las utilidades son mínimas, e incluso llegan a desaparecer.

A continuación se muestra una imagen del ciclo de vida del producto, como una muestra, para conocer o tener más claro este ciclo.

CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO

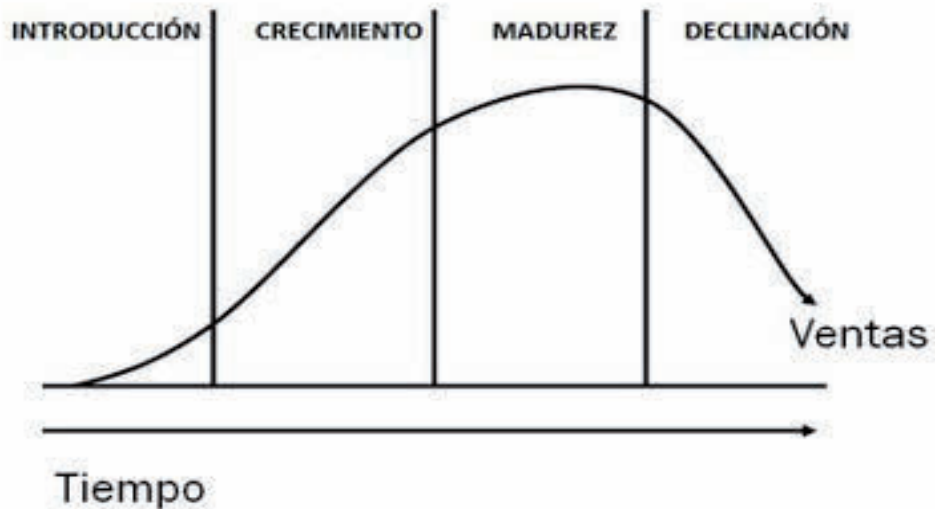


Ilustración 2 Ciclo de vida del producto

El producto pasa por varias etapas; sin embargo, sólo se introduce al mercado una vez y a partir de ahí su comportamiento variará sin volver a la introducción, y continuará hasta que decline.

12.2. El Precio

Se dice que precio es la cantidad de dinero que el consumidor está dispuesto a pagar por un producto o servicio determinado. Para establecerlo es inevitable considerar una serie de factores, entre los que destacan:

1. Costos.

Pueden ser de tipo fijos o variables.

- Costos por promedio: es la variación de costos por el estancamiento de ventas.
- Costos por procedimientos especiales: son actividades que requieren materiales especiales.
- Costos por objetivo: es la posibilidad de establecer un nivel de costo vinculado con un objetivo a realizar.

2. Competencia.

- Tipo de competidores: conocer si la competencia es directa o indirecta.
- Número de competidores: es forzoso conocer cuántos tenemos.
- Participación en el mercado: debemos conocer la posición de cada uno de nuestros competidores.

3. Nivel de precio.

- Precio muy alto. Será el precio más alto del mercado
- Precio Alto. Se ubicará por encima del promedio del mercado
- Precio Promedio. Será el promedio del mercado, como su nombre lo indica.
- Precio Bajo. Estará por debajo del precio del mercado
- Precio muy bajo. Será el precio más bajo que del resto del mercado.

4. Características de la demanda.

- Demanda elástica. Se denomina así cuando ocurre un incremento en el precio del producto y la demanda disminuye de manera significativa.
- Demanda inelástica. Se da cuando ocurre un incremento en el precio del producto y la demanda no varía de manera importante

5. Métodos para fijar el precio.

- Fijación de precio con base en el costo y la utilidad. Consiste en sumar el costo a la utilidad esperada.
- Fijación con base en el valor percibido. Se fija un precio de acuerdo con el valor que el consumidor le asigna al producto.
- Fijación con base en la rentabilidad. El precio se fija con base a la rentabilidad sobre la inversión.
- Fijación de precio por licitación. Se fija cuando la licitación (oferta) responde a una lista de precios establecidos
- Fijación por comportamiento de la economía. El precio se mueve por afectaciones directas de la economía.

6. Estrategia de Precio

- Fijación de precios psicológicos. Es el que ofrece al consumidor una captación sobre lo que espera gastar.
- Políticas de precio. Estas son variables básicas en la estrategia.
- Precios fijados por distribuidores. En ocasiones estos distribuidores tienen el poder de establecer el precio al consumidor final.

12.3. La Distribución (Plaza)

La plaza, es una de las actividades mercadotécnicas con mayor influencia en el éxito comercial del producto, porque gracias a ella se podrá hacer llegar al consumidor final para su adquisición. Si no se tiene un sistema de distribución apropiado, los productos de una empresa, siendo excelentes, no se venderán.

Para comprender más esta etapa de las 4 P's es importante conocer las siguientes características.

Tipos de distribución

- Masiva. Implica un esfuerzo y planeación muy importantes, así que pocas empresas llegan a tener una distribución masiva, por que se busca llegar a todos los puntos de venta en la zona geográfica determinada.
- Selectiva. Se buscan puntos de venta específicos para exhibición y venta de los productos y no hay interés de ser totalmente exclusivos
- Exclusiva. Solo se dan en lugares específicos, son demasiado exclusivos y son pocos los productos que se distribuyen bajo este esquema. Su punto de venta es único

Canales de distribución

Son los intermediarios que nos posibilitan hacer llegar el producto al consumidor final como por ejemplo: tiendas de servicio, comercios, etc.) Y tienen una serie de características que produce la necesidad de una tienda como las antes mencionadas, son las siguientes:

- Cambios de entorno
- Concentración industrial
- Costos de los productos
- Cambios en los mercados.

Preventa

Algunas empresas hacen sus actividades de venta y reparto de manera simultánea han iniciado un concepto de distribución y venta que se conoce como preventa.

12.4. La Promoción (Comunicación)

Promoción o comunicación puede ser definida como la actividad de llevar o acercar el producto al comprador, hacerlo accesible, ya sea de forma física o informativa.

La promoción es una herramienta de mercadotecnia diseñada para persuadir, estimular, informar y recordar al consumidor sobre la existencia del producto o servicio, por medio de la comunicación, ventas, imagen de la empresa en un tiempo y lugar determinado. Su finalidad es dar a conocer un producto o servicio.

La promoción está compuesta por 4 actividades determinadas y son:

1. Publicidad. Es la que informa y recuerda a los clientes que existe un producto o servicio y que puede satisfacer sus necesidades.

2. Venta personal. Tiene como fin hacer negociación entre vendedor y comprador, puede tener contacto físico o no.

3. Promoción de ventas. Son las actividades que buscan incentivar la promoción en el punto de venta. Dentro de la promoción de ventas están las siguientes actividades:

- Muestras gratis
- Cupones
- Promociones
- Ofertas
- Degustaciones
- Premios
- Rifas, sorteos
- Ofrecer dos productos por el precio de uno, etc.

4. Relaciones públicas. Son actividades que buscan crear o mantener una imagen positiva de la empresa y se dividen en:

- Internas: son las acciones que se realizan dentro de la organización, como son los boletines, actos internos, torneos, convivencias, etc.
- Externas: son las que se llevan a cabo fuera de la empresa, con diferentes públicos, para definir una imagen a la organización, como clientes, competencia, público, consumidores, etc.

13. ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO

El estudio económico y financiero es la etapa en la cual se analiza, ordena y anota de manera ordenada y sistemática la información de carácter monetario. Es una evaluación sobre la rentabilidad de la empresa.

PARTE 2. DESARROLLO DEL PLAN DE NEGOCIO DE RESTAURANTE

1. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

Este proyecto va dirigido a la innovación de una empresa restaurantera, cuyo servicio es proporcionar alimentos para su consumo, con una atención personalizada, con un servicio restaurantero de especialidad y su principal producto son los platillos exhibidos en el menú o la carta, propios y/o dirigidos a personas diabéticas o con problemas de salud crónicos, donde el objetivo es cubrir las necesidades de personas sujetas a este tipo de enfermedades anteriormente explicadas y especificadas.

Este restaurante cuenta con una capacidad de clientela máxima dentro del restaurante de 84 personas, una colocación de mesas cuadradas en forma diagonal, una decoración elegante, acogedora y moderna, con mantel y cubre mantel color blanco, sillas para restaurante de madera color chocolate, mesas de madera color chocolate, las decoraciones y centros de mesa alusivos a la salud, el lugar usará colores café claro y oscuro, blanco y verde y con buena iluminación.

El restaurante atiende con un servicio americano en un horario a partir de las 12:00 pm. A 5:00 pm., de Lunes a Sábado. Cuenta con servicio de internet para los clientes, facilitando su estadía en este lugar.



Ilustración 3 decoración de mesas



Ilustración 4 Decoración del restaurante

1.1. Nombre o Razón Social

Se tiene como propuesta el nombre de “El huerto” para este proyecto de restaurante, pero tomando en cuenta otros nombres planteados. Donde el eslogan de la empresa se simplifica en “La salud del plato a tu paladar”



Ilustración 5 Razón social y eslogan

1.2. Fecha de Iniciación de Actividades

Este es un proyecto que está en proceso para conocer su viabilidad y buscar inversionistas, hasta el momento no se tiene fecha exacta de apertura de dicha empresa restaurantera.

1.3. Ubicación

La ubicación recomendada de este restaurante teniendo como dato de INEGI más de 4mil establecimientos en la categoría de preparación de alimentos y bebidas en Morelia, se ha seleccionado Avenida Acueducto o en dado caso el Blvd. García de León, ya que son lugares reconocidos por su variedad de establecimientos restauranteros o preparación de alimentos y bebidas.



Ilustración 6 Av. Acueducto



Ilustración 7 Blvd. García de León

1.4. Nombre de los Propietarios o Integrantes de la Organización

Actualmente no es un restaurante que está en función pero el objetivo es que la que suscribe sea la propietaria y buscar inversionistas o asociados para llevar a cabo este proyecto. Es una microempresa que trabajará con base a una Sociedad Privada.

1.5. Personal Ocupado

A continuación se muestra un organigrama con el personal que será ocupado para cada área dentro del restaurante.

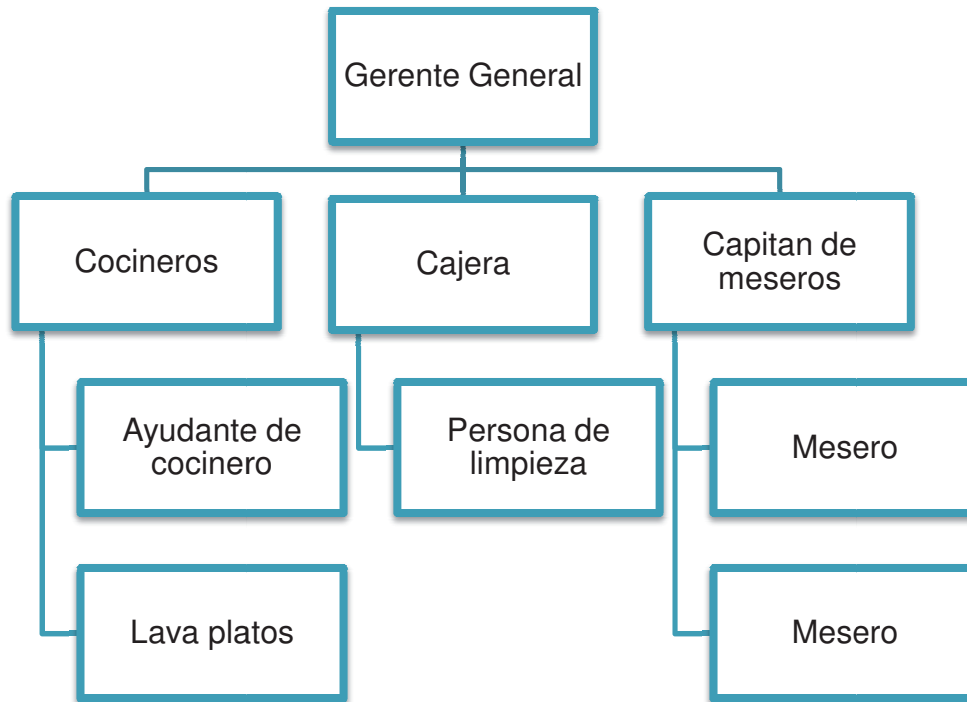


Ilustración 8 Organigrama de personal

1.6. Especificaciones del personal

- Cada empleado tendrá su contrato de trabajo, laborando 9 horas diarias, en caso de trabajar horas extras o días festivos estos serán remunerados y pagados conforme a la ley.
- El horario general de entrada es de 10:00 am y salida 7:00 pm. Contarán los empleados con 1 hora para tomar sus alimentos, con horarios acoplados.
- El salario por semana es el siguiente, el cual fue basado en el salario mínimo en una zona A que es de \$62.33 pesos. (SAT, 2001)

Cajero(a), lava platos, persona de limpieza y meseros: \$437.00; cocineros: \$750.00, ayudante de cocina y capitán de meseros: \$550.00.

2. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO

El producto que se ofrece son alimentos y bebidas elaboradas con calidad y excelente sabor, pensando en las familias mexicanas que gustan por cuidar su alimentación y/o tienen problemas de salud crónicos. Ofreciendo un servicio de calidad, satisfaciendo las necesidades de nuestros clientes.

Dentro del menú, la mayoría de los alimentos que se utilizan para la elaboración de platillos son orgánicos, con características específicas, como es el cuidado del contenido de sodio, potasio, azúcares, harinas, almidones, entre otros.

Ilustración 9 pavo en ciruela

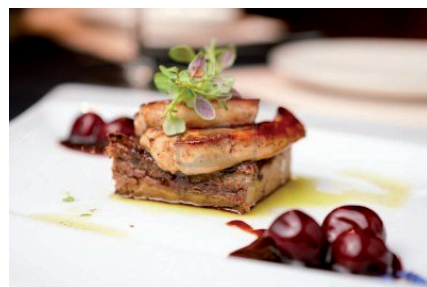


Ilustración 10 pollo en cereza

2.1. Especificaciones del Producto o Servicio

Este proyecto de restaurante tiene como beneficio a la sociedad el ofrecer una serie de platillos y bebidas para su correcta y buena alimentación, con un gusto y sabor gastronómico de importancia, ayudando a las personas a facilitar su elección al momento de comer sin perjudicar su salud; proponiendo además un buen menú, con un costo accesible y un lugar acogedor y de fácil acceso para disfrutar de los alimentos.

Tomando en cuenta las estadísticas de las personas no solo diabéticas si no con otros problemas de salud, el establecer este tipo de propuesta restaurantera, ayudará no solo a estas personas, sino a toda la sociedad a cuidar y/o mantener la salud por el lado gastronómico. Facilitando así la vida ajetreada de los ciudadanos, apoyándolos en el área alimenticia con calidad, sabor y salud en cada platillo. Ya que, difícilmente podemos encontrar un servicio completo de alimentos y bebidas especiales para el tipo de personas antes mencionadas, lo cual las detiene un poco al momento de comer y siempre pensando ¿qué puedo comer? ¿Dónde puedo comer?; esperando encontrar en el menú algo adecuado para su salud.

Sabiendo que muchas personas en la ciudad de Morelia tienen la cultura de salir de sus casas, disfrutar de un buen café en compañía, comer en lugares agradables con buen servicio, estilo y buen sabor, por ello se desea consentir a los clientes con un restaurante dirigido a todas las personas diabéticas, con problemas de salud crónica o personas que simplemente desean o gustan cuidar su salud por medio de la alimentación. Haciendo uso la sociedad de este establecimiento para su propio cuidado y beneficio, satisfaciendo necesidades y no preocupándose por lo que comen.

2.2. Análisis del Sector

De acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), y de la Secretaría de Cultura de Morelia Michoacán, esta ciudad cuenta con 4,282 establecimientos que cuentan con servicio de alimentos y bebidas. De los cuales existen categorías de restaurantes y son las siguientes:

- Comida Argentina
- Del mar
- Grill
- Italiana
- Comida Michoacana
- Pizza
- Comida Rápida
- Botaneros
- Comida Brasileña
- Comida Internacional
- Comida Mexicana
- Japonesa
- China
- Especialidades
- Comida Yucateca
- Taquerías
- Postres
- Cafés

2.3. Características Técnicas

Para llevar en función el restaurante, se necesita la colaboración de personal, el apoyo de herramientas, maquinaria e insumos; los cuales se mencionan y describen a continuación.

2.3.1. Herramientas y Maquinaria

El mobiliario que se necesita para el área de cocina, comedor, sala de espera y las demás áreas funcionales de este proyecto restaurantero es el siguiente; de las cuales se menciona la cantidad necesaria, precio unitario y sus características; señalando como último dato la cantidad total monetaria para la compra de dichos artículos.

Herramienta/ Maquinaria/ Utensilios	Características	Cantidad	Precio por Unidad
OFICINA Y RECEPCIÓN			
Escritorio	Escritorio de melanina, rectángulas, con medidas de 120 x 60 cm. Color negro con café madera. Con 4 cajones delanteros.	1	\$430.00
Silla para escritorio	Silla de polipropileno de visita, sin brazo, tapizada en tela, color negro.	3	\$220.00
Mueble de recepción	Fabricado en melanina, de 120 x 50cm. color caoba, cajilla con dos cajones papeleros	1	\$2,700.00
Silla de espera	Banca de espera, con medidas de altura: 88cm, ancho: 53cm, largo: 1.50m. Realizada en tablón cuadrado de 2" para soporte y asiento, fierro vaciado para laterales. Color madera claro.	1	\$2,260.00
Caja registradora	50 teclas, 16 departamentos, teclado en español, con llave, color negro.	1	\$1,500.00
Teléfono	Juego de teléfonos inalámbricos, color negro. Con identificador de llamadas, directorio, batería recargable	1 juego	\$500.00

COCINA, ALMACÉN Y COMEDOR			
Estufa Industrial	Cuenta con 6 quemadores, una plancha, gratinador y horno integrado. Inoxidable con medidas de 1.46m x 0.81m x 0.95m.	1	\$22,600.00
Campana de extracción	Campana de extracción para evitar acumulación de humo, con medidas de 1.00 x 0.90x 0.50 m.	1	\$2,736.00
Refrigerador	Refrigerador comercial, cuenta con dos secciones independientes, el congelador y refrigerador. Favorece en no consumir demasiado espacio. Mide: 1.40 x 0.68 x 1.75 m.	1	\$30,375.00
Licuada	Semi-industrial con capacidad de 1,75 lts.	3	\$2,500.00
Bacula	Digital, redonda, pesa de 1gr., hasta 5kg.	1	\$200.00
Mesa de trabajo	Inoxidable, tipo isla, con dimensiones de 0.90 x 0.70 x 0.90m	2	\$4,260.00
Tarja	Fregadero doble tarja, acero inoxidable, terminado sanitario, con medidas 0.46 x 0.46 x 0.30m.	1	\$7,150.00
Anaque	Anaque liso de acero inoxidable, con cuatro entrepaños, para insumos, ollas y cacerolas. Con medidas de 1.20x 0.45 x 1.80 M.	3	\$3,000.00
Repisa	Repisa liza para pared de acero inoxidable con medidas de 1.00 x 0.30 m.	1	\$1,200.00
Garabato	Garabato para ollas de acero inoxidable con dimensiones de 2.00x 0.30 x 0.30M.	1	\$1,350.00

Comandera	Comandera lineal de acero inoxidable con medidas de 1.00 x 0.05 M	1	\$110.00
Insertos	Para baño maria o barra fría, de acero inoxidable de distintos tamaños	20	\$15.00 variable
Bowls	Acero inoxidable de medidas 40cm de diametro.	25	\$40.00 aprox.
Charolas para hornear	Charola doble cara antiadherente, 35.5 x 30	5	\$170.00
Olla	Olla con capacidad 27 litros, 34cm de diámetro x 31cm de alto, de material aluminio y tapa de aluminio	4	\$390.00
Olla de presión	Capacidad de 6 lts., de aluminio y con válvula de seguridad	1	\$840.00
Vaporera	Arrocera vaporera, eléctrica, color rojo, con capacidad para 20 tazas de arroz.	1	\$480.00
Cacerola	Capacidad máxima 32 Lts., material aluminio, 35cm de diámetro x 28.5cm de alto. Asas y mangos de aluminio tubulares. Tapa de aluminio.	4	\$350.00
Sartenes	De acero, de 45 cm de diámetro	10	\$120.00
Sartén	Aluminio, 45 cm de diámetro, color negro, acabado interior con antiadherente	2	\$400.00
Pocillo	Material de aluminio, capacidad de 1 litro.	3	\$50.00
Comal	Aluminio, 50cm de diámetro , acabado interior con antiadherente, asa de acero inoxidable	1	\$130.00
Colador	colador chinos de malla media 45 cm de acero inoxidable	2	\$35.00

Exprimidor	Exprimidor de limones de aluminio	2	\$25.00
Pelador	Pelador de acero inoxidable, color plateado, tamaño comercial.	3	\$30.00
Tablas	Tabla para picar de plástico, rectangular de color blanco	6	\$ 120.00
Rack para tablas	Acero inoxidable, dimensión 29 x 29 x 27 cm. para 6 tablas	1	\$150.00
Cuchillo	Cuchillo chef de acero inoxidable, 26cm con mango anti- resbalante	5	\$200.00
Cuchillo	Cuchillo filetero de acero inoxidable de 22.5cm.	1	\$160.00
Espátula	Espátula lisa de 17.5 x 21.5cm, acero inoxidable y mango sólido.	3	\$60.00
Chaira	Acero inoxidable, 45 cm de largo	1	\$150.00
Pala de madera	Palas y cucharas de madera artesanales, de 35cm de largo.	6	\$15.00
Cucharas medidoras	cucharas medidoras de acero inoxidable	1 JUEGO	\$40.00
Cucharón	Cucharón de acero inoxidable de 31cm con capacidad de 6 oz.	4	\$25.00
Cuchara de servicio	Cuchara de servicio sólida de 27.9 cm de acero inoxidable. Cuchara de servicio perforada de 33cm acero inoxidable.	7/3	\$25.00
Pinzas	Acero inoxidable. 30 cm de largo.	2	\$15.00
Vitrolero	Material de plástico, 10 litros, con tapa.	6	\$35.00
Jarra	Jarra de plástico, 2 litros.	2	\$30.00
Taza	Taza medidora, material de plástico, 1L.	2	\$25.00

Porta cubiertos	Medidas de 54.3 x 29.4 x 10.2 cm polietileno, con 4 compartimentos.	1	\$150.00
Porta platos	De plástico, con medidas de 54x41x30.5cm	2	\$180.00
Porta garrafón	Acero inoxidable delgado, capacidad para 2 garrafones de agua potable máximo.	1	\$130.00
Mesa auxiliar/ gueridon	Tijera porta charola color caoba con 43.1 x 82.5 cm	2	\$180.00
Charola de servicio	Anti derrapantes, redondas 40cm, con capacidad para 8 platos	3	\$100.00
Silla	Sencilla para restaurante. Estructura tubular, de madera color chocolate, con medidas de altura: 97cm. ancho: 47cm. fondo: 50cm. del piso al asiento: 47cm.	100	\$ 600.00
Mesa	Cuadrada, de comedor para 4 personas de 90x90cm. Madera, color chocolate	30	\$700.00
Periquera	Silla para niños menores de 3años, de madera resistente. Color café claro.	3	\$150.00
Vasos	Vaso de cristal con pie para agua o jugo.	100	\$15.00
Copa	Copa coctel martinera de cristal de 8oz.	100	\$20.00
Jarra	Jarra popular de cristal con capacidad de 1 litro	30	\$40.00
Plato Trinche	Plato trinche extendido, semi cuadrado, color blanco, de 26cm, de porcelana.	100	\$25.00
Plato sopero	Plato sopero, de porcelana, color blanco, semi cuadrado. Altura 4cm, ancho 21cm.	100	\$19.00

Plato para ensalada	Bowl mediano, semi cuadrado, altura 4.8cm, ancho 17 cm, color blanco.	100	\$20.00
Cuchillo de mesa	Cuchillo de mesa, acero inoxidable, 21cm de largo	100	\$7.00
Tenedor de mesa	Tenedor de mesa, acero inoxidable, 19cm de largo	100	\$6.00
Cucharas soperas	Cucharas soperas de acero inoxidable, corona. 19cm de largo	100	\$7.00
Cucharas para postre	Cucharas pequeñas para postre de acero inoxidable. 13cm de largo	100	\$5.00
Servilletero	Servilletero de acero inoxidable, con forma triangular, con base.	30	\$25.00
Mantel y cubre mantel	Color blanco, con medida de 1.54 x 1.54 cm ²	60	\$15.00
Extintor	Pqs ABC 4.5Kg, color rojo	2	\$370.00
Contenedor de basura	Plástico resistente de alta duración, con ruedas resistentes. Medidas: 80cm x 60cm x 50cm. color negro.	2	\$250.00
Tanque de gas	Tanque de gas estacionario, con capacidad de 300 litros.	1	\$3000.00
SANITARIOS Y OTRAS AREAS FUNCIONALES			
Lavabo	Cerámica blanco, medidas 60 x 40 x 21 cm. incluye llave, mangueras de conexión, accesorios de montaje, desagüe de push up, con rebosadero.	2	\$1,600.00
Inodoro	Color blanco, tanque y asiento con tapa, herrajes con sistema dual de botones.	3	\$1,600.00

Mingitorio	Color blanco, con soportes,58x36x29cm	1	\$1,200.00
Dispensador de jabón	Dispensador de jabón líquido, de plástico resistente.	2	\$135.00
Trapeador	Palo de madera, y cabello de estopa, 1.40m de largo	2	\$28.00
Escoba	Palo de madera y cerdas de plástico, 1.40m de largo	2	\$25.00
Recogedor	Recogedor con palo de madera y lamina de acero inoxidable, 79cm de largo.	2	\$30.00
Cepillo para sanitario	Cerdas y mango de plástico, color blanco. 34 cm. de largo, con base.	2	\$20.00
Cubeta	Cubeta de plástico resistente, 18cm de altura, 12 litros	2	\$7.00
Fibra para trastes	Fibra con esponja, color verde, especial para trastes, 12 piezas el paquete.	1paquete	\$45.00
TOTAL=			\$253,393.00

Tabla 2 Mobiliario y equipamiento del restaurante

2.3.2. Insumos

A continuación se muestra una tabla donde se especifican los insumos necesarios para área de cocina y otras áreas funcionales, la cantidad aproximada de producto que será utilizada por día, su tiempo de rotación y su precio aproximado individual y total diario de dichos insumos y/o productos y materias primas.

INSUMO	TIEMPO DE ROTACION	CANTIDAD (aprox. por día)	PRECIO TOTAL (aprox. por día)
<u>VEGETALES</u>			
Zanahoria	1 semana	7.140 kg	\$43.00
Chayote	1 semana	18.900 kg	\$190.00
Espárragos	1 semana	6.300 kg	\$440.00
Apio	1 semana	2.310 kg	\$34.00
Aguacate	1 semana	0.840 gr.	\$12.00
Pimiento rojo	1 semana	5.670 kg	\$60.00
Pimiento verde	1 semana	0.840 gr	\$8.50
Berenjena	1 semana	12. 600 kg	\$375.00
Cebolla	1 semana	7.560 kg	\$75.00
Cilantro	1 semana	1.050 kg	\$36.00
Albahaca	4 días	0.420 gr.	\$25.00
Menta	4 días	0.630 gr.	\$30.00
Hierbabuena	4 días	0.210 gr.	\$20.00
Chile serrano	1 semana	0.210 gr.	\$4.00
Champiñones	4 días	3.360 kg	\$113.00
Setas	4 días	2.100 kg	\$70.00

Perejil	1 semana	1.890 kg	\$38.00
Jícama	1 semana	10.500 kg	\$52.00
Pepino	1 semana	6.720 kg	\$58.00
<u>FRUTAS</u>			
Manzana roja	1 semana	8.400 kg	\$252.00
Manzana verde	1 semana	2.100 kg	\$63.00
Pera	4 días	6.300 kg	\$113.00
Fresa	1 semana	8.400 kg	\$109.00
Zarzamora	1 semana	6.300 kg	\$126.00
Coco	1 semana	2.520 kg	\$37.00
Mandarina	1 semana	1.386 kg	\$24.00
Limón	1 semana	3.780 kg	\$26.00
Mango petacón	1 semana	1.260 kg	\$20.00
Ciruela pasa	4 semanas	8.400 kg	\$159.00
Cereza	1 semana	6.300 kg	\$310.00
Arándano rojo	4 semanas	0.840 gr	\$33.00
Papaya	4 días	6.300 kg	\$50.00
Melón	4 días	2.100 kg	\$9.00
Melón verde	4 días	2.100 kg	\$10.00
Kiwi	1 semana	2.100 kg	\$79.00
Naranja	4 días	3.696 kg	\$23.00
Sandia	5 días	6.300 kg	\$32.00
Piña	5 días	6.300 kg	\$75.00

CARNES

Pechuga de pavo	2 días	10.500 kg	\$940.00
Pechuga de pollo	2 días	21.000 kg	\$840.00
Filete de pescado	2 días	16.800 kg	\$1260.00

MATERIA PRIMA

Pan Integral	2 días	4.000 kg.	\$100.00
Avena	4 semanas	1.890 kg	\$26.00
Cebada	4 semanas	0.420 gr.	\$18.00
Ajo	4 semanas	2.720 kg	\$27.00
Garbanzo	4 semanas	1.000 kg	\$40.00
Arroz integral	4 semanas	4.000 kg	\$104.00
Soya	4 semanas	0.500 gr.	\$8.00
Chía	4 semanas	0.210 gr.	\$9.00
Piñones	4 semanas	0.420 gr.	\$17.00
Amaranto	4 semanas	0.420 gr.	\$10.00
Ajonjolí	4 semanas	0.500 gr.	\$7.50
Almendra	4 semanas	1.470 kg	\$130.00
Canela en raja	4 semanas	0.630 gr.	\$11.00
Vainilla líquida	4 semanas	0.126 ml.	\$6.00
Tomillo seco	4 semanas	0.210 gr.	\$10.00
Romero seco	4 semanas	0.084 gr.	\$8.00
Clavos de olor	4 semanas	0.210 gr.	\$10.00
Mejorana seca	4 semanas	420 gr.	\$20.00

Laurel seco	4 semanas	0.084 gr.	\$1.00
Hojas de Jamaica	4 semanas	1.260 gr	\$70.00
Chocolate amargo	4 semanas	0.420 gr.	\$20.00
<u>ABARROTES</u>			
Agua	3 días	92.400 L.	\$100.00
Espagueti integral	4 semanas	8.400 kg.	\$314.00
Fusilli integral	4 semanas	6.300 kg.	\$237.00
Pasta de concha integral	4 semanas	6.300 kg	\$237.00
Aceite de Oliva	4 semanas	0.840 L.	\$50.00
Aceite de Canola	4 semanas	3.234 L.	\$97.00
Margarina sin sal	4 semanas	0.630 gr.	\$94.00
Té de limón	4 semanas	0.630 gr.	\$12.00
Sustituto de azúcar	4 semanas	1.890 kg	\$120.00
Sustituto de sal	8 semanas	2.730 kg	\$320.00
Pimienta	8 semanas	1.512 kg	\$45.00
Hielo	3 días	42.000 kg	\$100.00
Servilletas de papel	4 semanas	170 piezas	\$4.50
Papel aluminio	4 semanas	3 m2	\$15.00
Bolsas de plástico para basura	4 semanas	5 piezas	\$7.50

PRODUCTOS DE LIMPIEZA

Jabón líquido para manos. 10L.	4 semanas	500 ml.	\$8.00
Jabón líquido para trastes	4 semanas	500 ml	\$14.00
Papel higiénico	3 días	6 rollos	\$22.00
Limpiador multiusos. 10L.	3 semanas	1.000 L.	\$4.00
Jabón en polvo para baño	4 semanas	250 gr	\$2.50
		TOTAL=	\$8,729.50

Tabla 3 Precios y rotación de los insumos del restaurante

2.3.3. Esquema de Restaurante

A continuación se ilustra una propuesta del plano del restaurante, basándonos en medidas ya sea real o aproximada a las dimensiones de la construcción que se desea ocupar para el establecimiento; así como adaptando y modificando dimensiones y espacios para un buen servicio, y logrando un resultado como lo muestra la imagen.

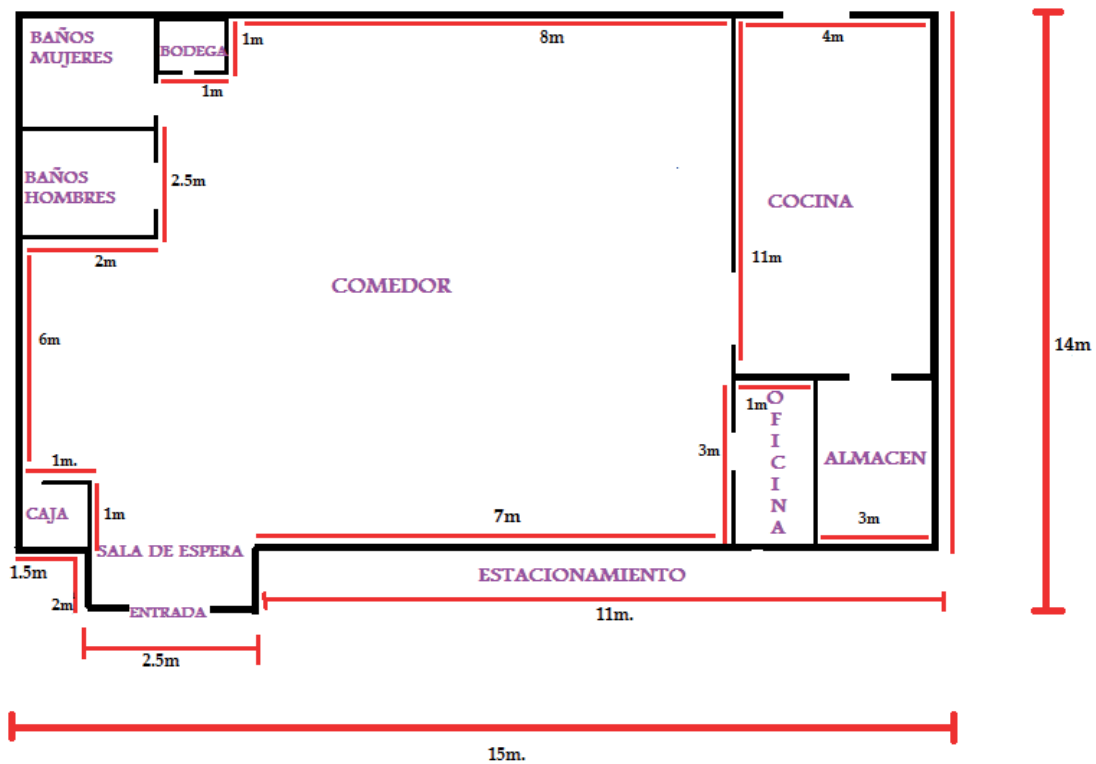


Ilustración 11 Ejemplo de esquema de restaurante

2.3.4. Otros gastos de la empresa

A continuación se muestra una grafica, donde se analizan los gastos extras de la empresa, se describe producto, sus características y el su costo

Producto o Servicio	Características	Precio
Apertura del restaurante	Tramites gubernamentales realizados	\$10,500.00
Uniforme de personal	Filipinas, redes, gorros, mandiles, pantalones.	\$3,000.00
Pago a proveedores	Pago a proveedores semanalmente	\$52,374.00
Reparación, decoración y ambientación	Decoración y reparación del lugar.	\$20,000.00
Publicidad	Pago de spots de radio, anuncio, etc.	\$8,000.00
Sueldos del personal	Pago monetario al personal, semanal	\$ 5,659.00
Pago al personal eventual	Pintor, electricista, plomero.	\$ 2,000.00
Teléfono e internet	Paquete de línea telefónica con línea de internet infinitum	\$399.00 Mensual
Útiles de oficina y otros	Hojas membretadas, sellos de goma, blog de notas, tarjetas de presentación, lapiceros, hojas, etc.	\$1,000.00
Renta del lugar	Pago mensual por uso de local.	\$7,000.00 aprox.
Servicios públicos	Luz, agua, gas (mensual).	\$3,000.00
Mantenimiento de equipo	Mantenimiento de equipo de cocina, mobiliario, etc.	\$3,200.00 semestral
TOTAL=		\$116,133.00

Tabla 4 Otros gastos de la empresa

2.4. Diferenciación con la competencia

Nos distinguimos de la competencia por dirigir nuestra gama de alimentos a personas con problemas de salud crónico, haciendo variada, fácil y sana su alimentación, aportando beneficios gastronómicos a su salud; teniendo como innovación una cocina gourmet, con variedad de platillos especiales a la carta, contando con un ambiente acogedor, cálido, agradable y familiar. Nos caracterizamos por la preparación de nuestros alimentos, que buscan mejorar la salud del cliente agradando su paladar y mejorando su calidad de vida por medio de la gastronomía. Ofreciendo de igual forma calidad y excelencia desde el servicio hasta el platillo.

- Ventajas

Entre las ventajas que nos distinguen de los demás restaurantes, es que somos el único en su tipo, ya que no existe dentro de esta ciudad un restaurante dedicado a la elaboración de alimentos y bebidas para las personas diabéticas o con otros problemas de salud. Tenemos el objetivo de cubrir, satisfacer y superar las perspectivas de nuestros clientes.

- Desventajas

Existe el reto de posicionar este restaurante dentro del mercado y que consiga una aceptación por parte del sector al cual va dirigido y una respuesta satisfactoria, haciendo que las personas descarte los prejuicios que puedan tener sobre este lugar. Cubrir las perspectivas positivas del grupo al cual va dirigido y satisfacer sus necesidades.

2.5. Derechos de Propiedad, Patentes y Licencias

Es sumamente importante contar con registros o documentos legales que avalen la apertura de un establecimiento, empresa o negocio, ya que se cuenta con la protección de la ley, haciendo valer derechos y obligaciones como empresario. Los documentos que se deben tener para la apertura de un restaurante son los siguientes, de acuerdo a la Secretaría de Economía en el Sistema de Información Empresarial Mexicano (SIEM, 1996), los cuales pueden variar según su giro.

- Registro de Marca

El costo por el registro de una marca es de \$2,303.33 más el Impuesto al Valor Agregado, el importe total a pagar incluyendo centavos debe cubrirse al 100%. El pago lo puede realizar de forma electrónica en el Portal de Pagos y Servicios Electrónicos

- Permiso de uso de Denominación o de Razón Social

Trámite federal que puede ser presentado por el notario público, en las instalaciones de la delegación estatal de la Secretaría de Relaciones Exteriores (SRE) en Morelia o vía Internet. Su costo es según la legislación vigente. Posterior a la notarización de la escritura constitutiva en Morelia, el fedatario o empresario tiene que presentar el aviso de uso de denominación para dar a conocer a la SRE del nombre utilizado. Este trámite tiene un costo de \$550.00 y un costo adicional de \$235.00.

- Notarización de la Escritura Constitutiva en Morelia

Una vez recibida la autorización del nombre de la compañía en Morelia, el fedatario público (notario o corredor en Morelia) redacta los estatutos de la sociedad. Los socios fundadores deben proporcionar sus datos generales y presentar identificaciones oficiales. El costo corresponde a los honorarios del notario los cuales varían entre \$6,000 y \$10,000.

- Inscripción a Escritura Constitutiva en el Registro Público de la Propiedad y del Comercio del Estado en Morelia (RPPyC)

Trámite estatal que tiene como finalidad dotar de personalidad jurídica y dar fe al acto de constitución de la empresa en Morelia. Este trámite puede realizarse en el módulo del Registro Público ubicado en CARE. El costo incluye el pago por calificación \$59.00 y el pago de inscripción \$475.00.

- *Inscripción al Registro Federal de Contribuyentes*

Trámite mediante el cual se lleva a cabo la inscripción ante la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP), para efecto de cumplimiento de obligaciones fiscales correspondientes. Costo gratuito.

- *Licencia de uso de suelo*

Documento expedido por la Secretaría de Desarrollo Urbano y Medio Ambiente (SDUMA), en el cual se autoriza el uso o destino que pretenda darse a los predios. El costo es según la legislación vigente en la materia.

- *Licencia de construcción*

Trámite mediante el que se obtiene la autorización para la edificación, reparación o restauración de fincas, se da ante la Secretaría de Desarrollo Urbano y Medio Ambiente. Tiene vigencia de 2 años y costo según la legislación vigente en la materia.

- *Registro empresarial ante IMSS y el Infonavit*

El patrón debe registrarse al igual que a sus trabajadores en el régimen obligatorio, cumpliendo con lo establecido en la Ley del Seguro Social, al hacerlo automáticamente quedarán registrados ante INFONAVIT y SAR. El costo es gratuito.

- *Verificación física al establecimiento*

Trámite mediante el cual se realiza la verificación física al negocio para corroborar las condiciones del establecimiento, se hace a través de Dirección de Inspección y Vigilancia. Tiene vigencia de un año y costo gratuito.

- *Licencia municipal*

Licencia de funcionamiento de establecimientos, trámite mediante el cual se autoriza la apertura y funcionamiento para establecimientos mercantiles, industriales y de servicios. Tiene vigencia de 1 año y costo según la legislación vigente en la materia.

- *Permiso publicitario de producto o servicio*

Trámite mediante el cual se autoriza que un establecimiento vinculado a actividades, productos, bienes y servicios a los que se refiere la Ley General de Salud obtenga el permiso sanitario en materia de publicidad. Se da de alta en la Secretaría de Salud, dirección Contra Riesgos Sanitarios. Tiene vigencia indefinida y un costo de:

Televisión e Internet: \$10,390.00. Cine y Video: \$ 2,369.00.00, Radio: \$1,683.00, Prensa: \$561.00, Folletos, catálogos, carteles y otros medios: \$386.00. anuncios en exteriores mayor de 1m2 : \$2,992.00

- Licencia de anuncio

Tramite mediante el cual se otorga la licencia o permiso para fijar, instalar o colocar un anuncio o bien señalar, indicar, mostrar o difundir al público cualquier mensaje, se da de alta en la Secretaría de Desarrollo Urbano y Medio Ambiente. Tiene una vigencia hasta el día 31 de diciembre del año en vigor.

- Pago de cuota a la Sociedad de Autores y Compositores de la Música

Este pago se hace ante la Sociedad de Autores y Compositores de la Música, tiene un costo en zona económica A: \$69.65, B: \$65.57, C: \$62.16.

- Aviso de funcionamiento de establecimiento

Tramite mediante el cual el Instituto de Servicios de Salud Pública autoriza un establecimiento vinculado a actividades de salud en clínicas y hoteles, así como la preparación de alimentos opere y funcione por haber cumplido con los requisitos sanitarios que exige la ley. Tiene un costo gratuito y por duplicado o reposición \$116.00, y con una vigencia indefinida.

- Constitución de la comisión mixta y de capacitación y adiestramiento

Trámite mediante el cual se integra la constitución de la Comisión Mixta de Capacitación y Adiestramiento en la Secretaría del trabajo y Previsión Social (STPS). Dicho trámite lo debe realizar toda empresa en donde rijan las relaciones de trabajo comprendidas en el artículo 123, apartado A de la Constitución política de los Estados Unidos Mexicanos. Tiene vigencia indefinida y costo gratuito.

- Registro de fuentes fijas y de descarga de aguas residuales

Trámite que realizan los propietarios de establecimientos para que se les autorice la descarga de aguas residuales al sistema de alcantarillado urbano, dicho trámite se realiza ante las Comisión Nacional del Agua, tiene vigencia de un año y costo gratuito.

- Visto bueno de seguridad y operación

Trámite a través del cual se hace constar que el establecimiento en cuanto a su edificación e instalaciones, reúne las condiciones necesarias de seguridad para su

operación y funcionamiento. Para obtenerlo se acude a la Dirección General de la Unidad Estatal de Protección Civil. Tiene una vigencia de un año.

- *Programa interno de protección civil*

Trámite mediante el cual se definen las acciones destinadas a la salvaguarda de la integridad física de los empleados y de las personas que concurran al establecimiento. Se acude a la Dirección General de la Unidad de Protección Civil. Cuenta con 1 año de vigencia y tiene un costo gratuito.

- *Acta de integración a comisión de seguridad e higiene en centros de trabajo*

Trámite mediante el cual se integra a la Comisión de Seguridad e Higiene en el Trabajo en la Secretaría del Trabajo y Previsión Social. Tiene vigencia indefinida y es gratuito. Se da de alta en la Secretaria de Trabajo y Prevención Social, Jefatura de Apoyo al Aparato Productivo.

- *Aprobación de planes y programas de capacitación y adiestramiento*

Trámite mediante el que se aprueban los Planes y Programas de Capacitación de las empresas en la Secretaría de Trabajo y Previsión Social (STPS). El trámite se debe presentar dentro de los 15 días siguientes de haberse celebrado, revisado o prorrogado el contrato colectivo; las empresas que no rija contrato colectivo, deben presentarlo dentro de los primeros 60 días de los años impares. Se da de alta ante la Secretaria de Trabajo y Prevención Social, Jefatura de Apoyo al Aparato Productivo. Tiene vigencia de 4 años y es gratuito.

- *Impuesto sobre erogaciones por remuneración al trabajo personal, prestado bajo la dirección y dependencia del patrón*

Trámite por medio del cual se integra al patrón de contribuyentes de la localidad. Se hace mediante la Tesorería General del Estado de Michoacán. Tiene vigencia indefinida y un costo variable, según la Legislación en la materia.

- *Alta en el Sistema de Información Empresarial Mexicano*

Trámite que deberán realizar las empresas industriales, comerciales y de servicios para darse de alta en el Sistema de Información Empresarial Mexicano (SIEM). Este trámite se realiza ante la Cámara de Comercio. Vigencia de 1 año y hay revalidación anual en los meses enero-febrero. Las tarifas para la industria es de: 2 empleados \$150.00, 3-5 empleados \$350.00, 6 o más empleados \$670.00. tarifas para comercio y servicio: 2 empleados \$100.00, 3 empleados \$300.00 y 4 o más empleados \$640.00

2.6. Proceso de Elaboración del Menú

El menú que a continuación se presenta con su proceso de elaboración y mobiliario a utilizar es adaptado para personas diabéticas, con problemas renales, hipertensión y obesidad; y fue realizado con el apoyo de especialistas nutriólogos. Cuidando cantidad de proteína, carbohidratos, potasio, sales, azúcares, vitaminas y minerales.

PLATILLO / INGREDIENTES	PROCESO DE ELABORACIÓN	MOBILIARIO A UTILIZAR
ENTRADAS		
<p>Ensalada de Frutos Rojos</p> <p>Ingredientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pera Bartlett • Almendra fileteada • Fresa • Frambuesa • Aceite de Oliva • Jugo de limón • Sustituto de sal • Pimienta • Amaranto 	<ul style="list-style-type: none"> • Desinfectar y lavar frutas. • Tostar almendra fileteada • Filetear peras y fresas. • Poner todos los ingredientes en un bowl, agregar aceite de oliva, limón, sal y pimienta, mezclar. • Emplatar, servir y agregar amaranto 	<p>Horno</p> <p>2 Bowls</p> <p>1 Charola para tostar en horno</p> <p>Chuchillo chef</p> <p>Tabla para picar</p> <p>Cuchara de servicio</p> <p>Plato para ensalada</p>

<p>Ensalada de Vegetales</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ingredientes: • Zanahoria • Jícama • Pepino • Menta • Jugo de limón • Sustituto de sal 	<ul style="list-style-type: none"> • Lavar y pelar los vegetales • Tostar las nueces. • Cortar en julianas los vegetales y ponerlos en un bowl, agregar sal, jugo de limón, servir y acompañar con nuez • Emplatar, acompañar con hojas de menta 	<p>Horno</p> <p>2 Bowls</p> <p>Charola para horno (para tostar nueces)</p> <p>Chuchillo chef</p> <p>Tabla</p> <p>Cuchara de servicio</p> <p>Plato para ensalada</p>
<p>Ensalada de Espárragos</p> <p>Ingredientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Espárragos • Pimiento rojo • Cebolla Blanca • Albahaca • Jugo de limón • Aceite de oliva • Sustituto de sal 	<ul style="list-style-type: none"> • Lavar y/o desinfectar los vegetales • Cortar el pimiento y cebolla en trozos medianos. • Cortar en chifonade la albahaca. • Marinar en aceite de oliva con sal, pimienta y jugo de limón los pimientos, cebolla y espárragos. Asarlos en parrilla. • Emplatar y servir. 	<p>Grill</p> <p>2 Bowls</p> <p>Cuchillo chef</p> <p>Tabla para picar</p> <p>Pinzas</p> <p>Plato para ensalada</p>

<p>Sopa de Betabel</p> <p>Ingredientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Betabel • Cebolla • Ajo • Ajonjolí • Caldo de pollo desgrasado • Sustituto de sal • Pimienta • Aceite de Canola 	<ul style="list-style-type: none"> • Lavar, pelar y trocear el betabel. • Picar finamente cebolla y ajo. Saltearlos en un poco de aceite, agregar cubos de betabel. • Agregar caldo de pollo desgrasado, dejar que se cueza el betabel. • Licuar todo lo anterior y vaciar a una cacerola, dejar hervir, salpimentar. • Emplatar y acompañar con ajonjolí tostado. 	<p>Estufa</p> <p>Pelador</p> <p>Cuchillo chef</p> <p>Tabla</p> <p>Cacerola</p> <p>Cuchara de madera</p> <p>Licuada</p> <p>Plato soper</p>
<p>Sopa de Avena con Menta</p> <p>Ingredientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Avena en hojuelas • Caldo de pollo desgrasado • Cebolla picada finamente • Menta fresca • Sustituto de sal • Pimienta • Aceite de Canola 	<ul style="list-style-type: none"> • Picar finamente la cebolla. Saltear en aceite de canola. • Agregar caldo de pollo desgrasado, dejar hervir. • Añadir las hojuelas de avena y hojas de menta fresca. • Cuando la avena este cocida, salpimentar. • Emplatar y acompañar con menta 	<p>Estufa</p> <p>Bowl</p> <p>Cuchillo chef</p> <p>Tabla</p> <p>Cacerola</p> <p>Cuchara de servicio</p> <p>Plato soper</p>

<p>Consomé de Pollo</p> <p>Ingredientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pechuga de pollo sin piel • Caldo de pollo desgrasado • Garbanzo • Zanahoria • Cebolla • Apio • Cilantro • Arroz Integral • Sustituto de sal 	<ul style="list-style-type: none"> • Lavar y desinfectar vegetales. • Picar en brunoise • Cocer pechuga de pollo en agua con ajo y un trozo de cebolla. • Minutos antes de estar lista la pechuga de pollo agregar ramitas de cilantro y la zanahoria ya picada. • Retirar pechuga ya cocida y desmenuzar, volver a ponerla en caldo. • Agregar garbanzos y arroz integral ya cocidos. • Dejar hervir. • Agregar sustituto de sal • Servir y acompañar con apio picado. 	<p>Estufa</p> <p>Bowl</p> <p>Olla</p> <p>Olla exprés</p> <p>Pelador</p> <p>Cuchillo chef</p> <p>Tabla para picar</p> <p>Cuchara de madera</p> <p>Plato sopero</p>
--	--	---

<p>Caldo de Vegetales</p> <p>Ingredientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Caldo de Verdura • Zanahoria • Pimiento rojo • Chayote • Garbanzo • Champiñones • Apio, Laurel • Cebolla • Aguacate • Aceite de Canola • Sustituto de sal 	<ul style="list-style-type: none"> • Cocer garbanzos y hacer caldo de vegetales • Cortar zanahoria, pimiento rojo y chayote en julianas. Cortar en cuartos los champiñones. Cortar en brunoise la cebolla, apio y en rodajas en aguacate • Saltear cebolla con poco aceite de canola. Agregar vegetales excepto aguacate. Añadir laurel. Mezclar y agregar caldo de verdura. Salpimentar • Servir y acompañar con aguacate. 	<p>Estufa</p> <p>Bowls</p> <p>Pelador</p> <p>Olla exprés</p> <p>Cacerola</p> <p>Cuchillo chef</p> <p>Tabla para picar</p> <p>Cuchara de madera</p> <p>Plato sopero</p>
---	---	--

<p>Ceviche de Jícama</p> <p>Ingredientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Jícama • Coco • Pepino • Jugo de limón • Cebolla • Cilantro fresco • Chile serrano • Sustituto de sal 	<ul style="list-style-type: none"> • Lavar, pelar y picar jícama, coco y pepino en corte macedonia. • Picar finamente cebolla, chile serrano sin semillas y el cilantro. • Mezclar todos los ingredientes, agregar sal y jugo de limón. • Servir. 	<p>Bowl</p> <p>Pelador</p> <p>Cuchillo chef</p> <p>Tabla para picar</p> <p>Cuchara de servicio</p> <p>Plato para ensalada</p>
<p>Ceviche Blanco</p> <p>Ingredientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Filete de pescado • Hierbabuena • Jugo de limón • Jugo Mandarina • Mango petacón • Aguacate • Cebolla • Sustituto de sal • Pimienta 	<ul style="list-style-type: none"> • Picar finamente la cebolla y hierbabuena. • Cortar en macedonia el filete de pescado, mango y aguacate. • Mezclar todos los ingredientes, agregar jugo de limón, jugo de mandarina y salpimentar. • Servir 	<p>Bowls</p> <p>Cuchillo chef</p> <p>Tabla para picar</p> <p>Exprimidor</p> <p>Cuchara de servicio</p> <p>Plato para ensalada</p>

PLATO FUERTE		
<p>Pechuga de Pavo en salsa de Ciruela</p> <p>Ingredientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pechuga de pavo • Ciruela pasa • Cebolla • Caldo de pollo • Sustituto de sal • Pimienta • Aceite de Canola • Tomillo, Romero 	<ul style="list-style-type: none"> • Cortar la pechuga de pavo en rebanadas. • Saltear en aceite el pavo, cebolla finamente picada, salpimentar • Hervir caldo de pollo, agregar ciruelas, y especias, dejar cocer. • Licuar ciruelas con el caldo, colar. • Emplatar la pechuga de pavo y bañar con la salsa de ciruela 	<p>Estufa</p> <p>Bowl</p> <p>Cuchillo filetero</p> <p>Tabla para picar</p> <p>Sartén antiadherente</p> <p>Cacerola</p> <p>Licuadaora</p> <p>Cuchara de servicio</p> <p>Plato trinche</p>
<p>Pechuga de Pollo en salsa de Cereza</p> <p>Ingredientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pechuga de pollo sin piel • Cerezas • Caldo de pollo desgrasado, con ajo y cebolla. • Canela • Sal • Pimienta • Aceite de Canola 	<ul style="list-style-type: none"> • Hacer la salsa de cereza, cocer las cerezas en el caldo de pollo, agregar un pequeño trozo de canela, dejar cocer. • Licuar y colar la mezcla anterior, salpimentar • Asar la pechuga de pollo sin piel, con poco aceite de canola, salpimentar, reservar. • Servir la pechuga previamente asada y acompañar con salsa de cereza. 	<p>Estufa</p> <p>Bowl</p> <p>Plancha</p> <p>Espátula</p> <p>Cacerola</p> <p>Tabla para picar</p> <p>Licuadaora</p> <p>Pala de madera</p> <p>Cuchara de servicio</p> <p>Plato trinche</p>

<p>Espagueti con Champiñones</p> <p>Ingredientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Espagueti integral • Champiñones • Setas • Piñones • Cebolla y ajo • Sustituto de sal • Pimienta • Aceite de canola. 	<ul style="list-style-type: none"> • Cocer espagueti integral al dente. • Filetear champiñones y setas. Tostar piñones y picar finamente. • Picar finamente cebolla y ajo. • Saltear la cebolla en aceite de canola, añadir ajo, champiñones, setas y piñones. Mezclar bien. • Agregar espagueti integral, salpimentar 	<p>Estufa</p> <p>Horno</p> <p>Cacerola</p> <p>Cuchillo chef</p> <p>Tabla para picar</p> <p>Charola de hornear para tostar piñones</p> <p>Sartén</p> <p>Cuchara de servicio</p> <p>Plato trinche</p>
<p>Fusilli con pechuga de Pollo</p> <p>Ingredientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fusilli integral • Pechuga de pollo sin piel • Cebolla • Ajo • Perejil • Sustituto de sal • Pimienta • Aceite de Canola 	<ul style="list-style-type: none"> • Cocer la pasta, quedando al dente. • Cortar la pechuga en tiritas. Picar cebolla y ajo finamente. • Saltear en aceite de canola la cebolla, ajo, agregar pollo. • Añadir la pasta integral y perejil, Salpimentar. Mezclar. • Servir. 	<p>Estufa</p> <p>Bowl</p> <p>Colador</p> <p>Olla</p> <p>Tabla para picar</p> <p>Cuchillo chef</p> <p>Cuchara se servicio</p> <p>Plato trinche</p>

<p>Cazuela de Pasta</p> <p>Ingredientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pasta integral (conchitas) • Laurel • Ajo • Cebolla • Apio • Ajonjolí • Pimiento Verde • Pimiento Rojo • Sustituto de sal • Pimienta • Aceite de canola 	<ul style="list-style-type: none"> • Cocer pasta al dente • Cortar en brunoise cebolla, ajo, pimientos y apio. • Saltear en aceite la cebolla y ajo, agregar los vegetales y laurel. Mezclar. • Añadir la pasta cocida a la mezcla anterior. Salpimentar. • Servir y agregar ajonjolí. 	<p>Estufa</p> <p>Olla</p> <p>Colador</p> <p>Bowl</p> <p>Tabla para picar</p> <p>Cuchillo chef</p> <p>Sartén</p> <p>Pala de madera</p> <p>Plato Trinche</p>
---	---	--

<p>Berenjenas Rellenas</p> <p>Ingredientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Berenjenas • Carne de soya • Perejil • Pimiento rojo • Cebolla • Sustituto de sal • Pimienta • Aceite de canola 	<ul style="list-style-type: none"> • Lavar y cortar por la mitad las berenjenas. • Cocer las berenjenas con sal. • Ya cocidas las berenjenas sacar el centro, picar y reservar. • Cortar en brunoise el pimiento rojo, cebolla y ajo. • Picar perejil • Saltear en un sartén con aceite de canola la cebolla y ajo. • Añadir pimiento rojo, perejil picado y carne de soya previamente cocida. Mezclar • Agregar carne de berenjena picada. • Salpimentar. • Rellenar berenjenas y terminar en horno. • Servir. 	<p>Estufa</p> <p>Horno</p> <p>Charola para hornear</p> <p>2 Ollas</p> <p>Colador</p> <p>Sartén</p> <p>Tabla para picar</p> <p>Cuchillo chef</p> <p>Espátula</p> <p>Pala de madera</p> <p>Plato trinche</p>
---	--	--

<p>Chayote Relleno</p> <p>Ingredientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Chayote • Arroz Integral • Arándano Rojo • Cebolla • Setas • Sustituto de sal • Pimienta • Aceite de Oliva 	<ul style="list-style-type: none"> • Pelar y cocer chayotes por mitad en vapor. Cocer arroz integral. Picar finamente cebolla y arándano. Filetear setas. • Quitar a chayotes el centro y picar. Saltear cebolla, setas, centro de chayote picado, arándanos, nueces y arroz. Salpimentar. • Rellenar chayotes. Hornear 15min. Servir y acompañar con ensalada de vegetales. 	<p>Estufa</p> <p>Horno</p> <p>Pelador</p> <p>Olla</p> <p>2 Charolas para hornear</p> <p>Tabla para picar</p> <p>Chuchillo chef</p> <p>Pala de madera</p> <p>Cuchara de servicio</p> <p>Plato trinche</p>
<p>Cebollas Rellenas</p> <p>Ingredientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cebolla • Arroz integral • Champiñones • Jugo de limón • Perejil • Caldo de verduras • Sustituto de sal • Pimienta • Aceite de Canola 	<ul style="list-style-type: none"> • Cortar cebolla por el tallo, vaciarlas hasta estar un poco delgadas. • Saltear en aceite champiñones, perejil picados, agregar gotitas de limón. Añadir arroz ya cocido, salpimentar. • Rellenar cebollas. Colocarlas, cubrir un poco con caldo de verduras. Hornear 30min. Servir, acompañar con verduras. 	<p>Estufa</p> <p>Cuchara medidora</p> <p>Horno</p> <p>Cuchillo chef</p> <p>Tabla para picar</p> <p>Sartén</p> <p>Pala de madera</p> <p>Cuchara de servicio</p> <p>Exprimidor</p> <p>Inserto grande</p> <p>Plato trinche</p>

<p>Filete de Pescado Marinado</p> <p>Ingredientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Filete de pescado • Perejil • Mejorana • Jugo de limón • Clavos de olor • Ajo • Sustituto de sal • Pimienta • Aceite de canola 	<ul style="list-style-type: none"> • Lavar y picar mejorana y perejil. • Mezclar en un paltón aceite de canola, pimienta, jugo de limón, mejorana, perejil y ajo. Marinar los filetes de pescado en la mezcla anterior, añadir clavos de olor y dejar reposar por 2 horas. • Cocer filetes sartén, salpimentar. • Servir y acompañar con arroz integral. 	<p>Estufa</p> <p>Bascula</p> <p>Cuchara medidora</p> <p>Bowls</p> <p>Tabla para picar</p> <p>Cuchillo chef</p> <p>Sartén</p> <p>Pala de madera</p> <p>Espátula</p> <p>Plato trinche</p>
POSTRE		
<p>Ensalada Caribeña</p> <p>Ingredientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Papaya • Melón • Kiwi • Jugo de naranja • Jugo de limón • Hojuelas de avena 	<ul style="list-style-type: none"> • Pelar y picar en brunoise las frutas. • Mezclar los jugos con la fruta. • Servir y acompañar con hojuelas de avena tostadas previamente y con hojas frescas de menta 	<p>Bowl</p> <p>Bascula</p> <p>Pelador</p> <p>Tabla para picar</p> <p>Cuchillo chef</p> <p>Horno</p> <p>Charola para hornear</p> <p>Cuchara de servicio</p> <p>Copa martinera</p>

<p>Coctel de Frutas con Chocolate</p> <p>Ingredientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Té de limón • Fresas • Frambuesa • Melón verde • Manzana verde • Chocolate amargo 	<ul style="list-style-type: none"> • Hacer té de limón sin endulzar. • Lavar y desinfectar las frutas. • Cortar el melón, fresa y manzana en brunoise. • Poner en refrigeración la fruta y el té. Mezclar. • Derretir el chocolate amargo. • Servir la fruta y acompañar con chocolate amargo. 	<p>Estufa</p> <p>Bascula</p> <p>Pocillo</p> <p>Bowls</p> <p>Tabla para picar</p> <p>Cuchillo chef</p> <p>Refrigerador</p> <p>Cuchara de servicio</p> <p>Copa martinera.</p>
<p>Dulce de Papaya</p> <p>Ingredientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Papaya • Sustituto de azúcar • Canela • Vainilla • Clavo de olor • Jugo de limón • Agua 	<ul style="list-style-type: none"> • Hervir el sustituto de azúcar y canela en agua, añadir papaya pelada y en cubitos. • Al hervir agregar jugo de limón, vainilla, clavos de olor. • Dejar a fuego bajo unos minutos. • Sacar y dejar enfriar. • Servir y acompañar con hoja de menta. 	<p>Estufa</p> <p>Cuchara medidora</p> <p>Bascula</p> <p>Cacerola</p> <p>Bowl</p> <p>Cuchara de madera</p> <p>Tabla para picar</p> <p>Cuchillo chef</p> <p>Exprimidor</p> <p>Copa martinera</p>

<p>Manzanas Horneadas</p> <p>Ingredientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Manzanas Rojas • Sustituto de azúcar • Canela molida • Almendras • Hojuelas de cebada • Margarina sin sal 	<ul style="list-style-type: none"> • Lavar manzanas y sacar el centro. • Mezclar la canela, sustituto de azúcar, y almendras tostadas picadas finamente. • Rellenar manzanas con la mezcla anterior. Cubrir con papel aluminio y hornear durante 30min. • Servir y acompañar con hojuelas de cebada tostadas. 	<p>Horno</p> <p>Bowl</p> <p>Charola para hornear</p> <p>Tabla para picar</p> <p>Cuchillo chef</p> <p>Pinzas</p> <p>Cuchara de servicio</p> <p>Copa martinera</p>
BEBIDA		
<p>Agua de Piña</p> <p>Ingredientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Agua Natural • Sustituto de azúcar • Piña 	<ul style="list-style-type: none"> • Lavar y pelar piña • Cortar en trozos la piña, licuar con agua y endulzar con sustituto de azúcar. • Acompañar con hielo 	<p>Tabla para picar</p> <p>Cuchillo chef</p> <p>Licuada</p> <p>Cuchara de servicio</p> <p>Vitroleta, Jarra de cristal</p>
<p>Agua de limón con chía</p> <p>Ingredientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Agua natural • Jugo de limón • Chía • S. de azúcar 	<ul style="list-style-type: none"> • Lavar y partir limones por la mitad, exprimir. • Mezclar agua con el jugo de limón, agregar porción de chía y endulzar con sustituto de azúcar. • Acompañar con hielo 	<p>Tabla para picar, cuchillo chef</p> <p>Exprimidor</p> <p>Cuchara medidora</p> <p>Cucharón</p> <p>Vitrolero</p> <p>Jarra de cristal</p>

<p>Agua de Avena</p> <p>Ingredientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Agua Natural • Hojuelas de avena • Sustituto de azúcar 	<ul style="list-style-type: none"> • Licuar hojuelas de avena con agua. • Endulzar con sustituto de azúcar. • Acompañar con hielo 	<p>Licuada</p> <p>Cuchara de servicio</p> <p>Cucharón</p> <p>Vitrolero</p> <p>Jarra de cristal</p>
<p>Agua de Jamaica</p> <p>Ingredientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Agua natural • Hojas de Jamaica • Sustituto de azúcar 	<ul style="list-style-type: none"> • Poner a remojar las hojas de Jamaica hasta que suelten color. Colar, agregar más agua y endulzar con sustituto de azúcar. 	<p>Jarra de plástico, colador</p> <p>Cuchara de servicio</p> <p>Cucharón</p> <p>Vitrolero</p> <p>Jarra de cristal</p>
<p>Agua de Sandía</p> <p>Ingredientes:</p> <p>Agua natural</p> <p>Sandía</p> <p>Sustituto de azúcar</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Pelar y cortar sandía en trozos • Licuar sandía con agua • Endulzar con sustituto de azúcar • Acompañar con hielo 	<p>Tabla para picar</p> <p>Cuchillo chef</p> <p>Licuada</p> <p>Cuchara de servicio</p> <p>Cucharón</p> <p>Vitrolero</p> <p>Jarra de cristal</p>

GUARNICIONES		
<p>Arroz Integral</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ingredientes: • Arroz Integral • Tomillo, Perejil • Sustituto de sal 	<ul style="list-style-type: none"> • Mezclar los ingredientes • Cocer a vapor. • Servir con platillo principal 	<p>Bowl</p> <p>Cuchara de servicio</p> <p>Vaporera para arroz.</p> <p>Plato trinche</p>
<p>Vegetales al Vapor</p> <p>Ingredientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Zanahoria • Chayote • Berenjena • Espárragos 	<ul style="list-style-type: none"> • Pelar y cortar los vegetales en bastones. • Curar berenjenas • Poner a cocer a vapor • Servir con platillo principal 	<p>Tabla de picar</p> <p>Cuchillo chef</p> <p>Pelador</p> <p>Bowl</p> <p>Olla vaporera</p> <p>Plato trinche</p>

Tabla 5 Menú del restaurante

2.6.1. Ilustración de menú

A continuación se ilustra una opción de menú para la empresa restaurantera y se ha elaborado de la siguiente manera.

El huerto RESTAURANT
"La salud del plato a tu paladar"

ENTRADAS

Ensalada de frutos rojos.	\$ 50.00
Ensalada de vegetales.	\$ 24.00
Ensalada de espárragos.	\$ 50.00
Sopa de betabel.	\$ 37.00
Sopa de avena con menta.	\$ 32.00
Sopa de vegetales.	\$ 37.00
Consomé de pollo.	\$ 39.00
Ceviche de jicama.	\$ 32.00
Ceviche blanco.	\$ 56.00

PLATO FUERTE

Pavo en salsa de ciruela.	\$ 140.00
Pollo en salsa de cereza.	\$ 117.00
Espagueti Oriental.	\$ 59.00
Fusilli con pollo.	\$ 60.00
Cazuela de pasta.	\$ 57.00
Berenjenas rellenas.	\$ 60.00
Chayotes relleno.	\$ 53.00
Cebollas rellenas.	\$ 55.00
Filete de pescado marinado.	\$ 135.00

POSTRES

Ensalada caribeña.	\$ 27.00
Dulce de papaya.	\$ 24.00
Manzanas horneadas.	\$ 38.00
Frutas con chocolate.	\$ 31.00

BEBIDAS

Agua natural.	\$ 10.00
Agua de limón y chia.	\$ 15.00
Agua de jamaica.	\$ 15.00
Preparado de sandía.	\$ 15.00
Preparado de avena.	\$ 15.00
Sorbete de piña.	\$ 15.00

Es un placer atenderle

El huerto RESTAURANT

Ilustración 12 Menú del restaurante

2.7. Proveedores

Los proveedores con los cuales se toma en cuenta para el restaurante son los que a continuación se exponen y se seleccionaron según sus precios, calidad y productos a ofrecer.

PROVEEDOR	DIRECCIÓN Y TELÉFONO
<ul style="list-style-type: none"> • Proveedor de carnes Distribuidor KYLOM. Carnes orgánicas 	Av. Acueducto No. 758 Col. Chapultepec Norte. Tel. 443 314 6532
<ul style="list-style-type: none"> • Proveedor de Pescado. Mari- Mich (Mariscos Michoacanos). 	Dirección: Vicente Maria No. 440 A y B Tel. 443 317 09 82 y 317 63 09
<ul style="list-style-type: none"> • Proveedor de frutas y verduras. Familia Luna 	Mercado de Abastos. Morelia Mich. Tel. 443 323 47 67
<ul style="list-style-type: none"> • Proveedor de cereales, condimentos y abarrotos. Distribuidora Nacional e Internacional, S.A. de C.V. 	Calle: Artilleros de 1847 No. 582. Colonia: Chapultepec Sur, 58260 Tel. 443 415 88 84 Morelia, Michoacán.
<ul style="list-style-type: none"> • Proveedor de Materias Primas. Arcoiris (Tienda Naturista mayoreo y menudeo) 	Avenida Lázaro Cárdenas No. 3088 – C Col. Chapultepec Oriente.Tel. 443 424 21 76
<ul style="list-style-type: none"> • Proveedor utensilios de cocina. Distribuidora PAYAN. Inoxidables para la Industria Gastronómica. 	Av. Francisco. I Madero. S/N. Col. Centro. Tel. 0444432067653
<ul style="list-style-type: none"> • Proveedor de productos de limpieza. Distribuidora Sanity – Clean 	Dirección: Mercado de Abastos, Morelia Michoacán. Tel. 443 321 24 74
<ul style="list-style-type: none"> • Proveedor de Pan Integral Galuz Reposteria 	Dirección: Teniente alemán, no.255 Col. Chapultepec Oriente, Col. Electricistas. Tel: (443)-3-15-19-56

Tabla 6 Proveedores del Restaurante

3. DEFINICIÓN DEL NEGOCIO

3.1. Misión

Preparar y proveer alimentos saludables, ricos y adecuados a las circunstancias de las personas diabéticas, con problemas renales o hipertensión así como a personas que buscan alimentarse adecuadamente y desean mejorar su calidad de vida, facilitando su alimentación con un menú variado y equilibrado.

3.2. Factores Clave y Ventaja Competitiva

Los factores clave de la ventaja competitiva con la que se cuenta es, la no existencia de una oferta o propuesta similar o idéntica a la de este tipo de giro de restaurante en el mercado, siendo también que muchas personas en el país padecen diabetes, de las cuales aproximadamente 37 mil personas únicamente en Morelia tienen este problema. Por lo cual se tiene una tendencia hacia la búsqueda de la salud, ayudando a estas personas con un menú dedicado a ellos y a otras personas que quizá no son diabéticas pero son propensas o tienen otros problemas de salud destacados en la sociedad mexicana, de igual manera dedicada a personas que quieren o desean cuidar su salud.

Teniendo también la ventaja de una buena ubicación, rápido acceso, buen servicio, buen sabor y calidad en los alimentos, variedad de platillos a un costo módico.

3.3. Visión

Queremos llegar a ser el restaurante más importante dentro de su rubro, tener una demanda amplia y un prestigio de calidad, que nos identifique como el primer y mejor restaurante que busca complacer y cubrir las necesidades gastronómicas de su sector. Teniendo no solo uno sino varios establecimientos rentables al alcance de los mexicanos que obtén por probar nuestros platillos. Ser de la preferencia de las personas a las cuales vamos dirigidos.

3.4. Objetivos y Estrategias del Negocio

3.4.1. Objetivo General

Hacer de la comida algo placentera, diversa, satisfactoria y sin remordimientos, por medio de los platillos que se ofrecen y mediante la preparación de estos mismos; para generar una motivación e inclinación hacia el cuidado de la salud ya sea de la sociedad en general o de las personas que no gozan de una buena salud. Ser una empresa del interés, agrado y preferencia del consumidor.

3.4.2. Objetivos Particulares

- Crear un menú innovador, que cause interés y curiosidad por parte de los clientes, que sea capaz de consentir el paladar de las personas y sea del agrado total.
- Hacer de la comida un espacio del día algo acogedor, plácido, familiar y delicioso.
- Formar una empresa donde los clientes sean consentidos y tratados de una manera muy especial.
- Crear un ambiente y una logística relajante, familiar, innovadora, cómoda y tranquila para los comensales donde puedan disfrutar sus platillos sin prisa ni miedo.
- Evaluar la satisfacción de nuestros clientes. Aceptando críticas y opiniones.
- Tener recursos humanos profesionales, éticos y de calidad al igual que la imagen del restaurante.

3.4.3. Estrategias

Las estrategias como empresa para generar clientes y obtener mayor demanda y ganancia que la competencia directa o indirecta, es promocionar el restaurante y dejar en claro nuestras ventajas y giro, tener un registro completo de nuestros clientes y de nuestros posibles clientes, comunicar, promocionar y comercializar de manera inteligente para atraer personas interesadas en consumir nuestro producto y servicio. Ofrecer una cocina creativa aprovechando tendencias, implementar una política de precios adecuada y dinámica, y ofrecer más por una misma cantidad.

4. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA DEL RESTAURANTE

4.1. Competencia Directa

Como principales competidores, respecto a las industrias restauranteras podemos tomar en cuenta los restaurantes vegetarianos o especializados en ensaladas, que utilizan como medio de publicidad la radio, periódico, sección amarilla, internet, etc. y los cuales son los que a continuación de mencionan:

- Restaurant Yard. Enfocado a personas vegetarianas, ofreciendo buffet de comida vegetariana, platillos de alta cocina, de cocina tradicional mexicana, ofrece también servicios de banquetes para cualquier tipo de evento, sus precios van desde los \$55.00 desayunos y cenas, y comidas desde \$75.00. se localiza en Calle Aquiles Serdán no. 459 Col. Centro
- Orien's Vegetariano. Restaurant vegetariano, ofrece comida vegetariana, comida sin grasas saturadas y productos vegetarianos como jamón, salchicha, chicharrón, tofú. Horario de lunes a domingo en Blvd. García de León no. 1185 Col. Chapultepec Oriente.
- Super Vegetariano. Restaurant de buffet vegetariano, se distingue por sus diferentes ensaladas y agradable ambiente, abierto de lunes a viernes horario de comida. Con dirección en Mariano Monterne no. 239 Col. Chapultepec Norte.
- Fragola. Restaurante que ofrece únicamente ensaladas personalizadas, el cliente selecciona sus ingredientes, va dirigido a personas que desean cuidar su salud. Ofrece ingredientes frescos, precios accesibles y excelente ubicación.
- Verde. Restaurante que ofrece ensaladas, energéticos, baguettes, ofrece alimentos verdes y naturales. Va dirigido a personas que cuidan su salud y quieren sentirse bien. Se localiza en Circuito Minzita Col. Manantiales.
- Ensaladas Inn. Restaurant que ofrece lunch y todo tipo de ensaladas, ofrece banquetes y servicio a domicilio, se dirige a personas que quieren bajar de peso. Sus precios van desde los \$45.00, abren de lunes a sábado, se encuentra en Calle Teniente Alemán no. 334 local 2 Col. Chapultepec Norte.

- Vainilla-chocolate. Repostería que ofrece postres como pasteles, tartas, panqués, y desayunos elaborados a base de edulcorantes, bajos en calorías y enriquecidos con fibra. Se dirige a personas que deben controlar sus niveles de glucosa y cuida su figura. Se encuentra en Ventura Puente no.1641 Col. Electricistas.

4.2. Competencia Indirecta

La competencia indirecta con la que puede contar este restaurante son los restaurantes de comida japonesa, o todos aquellos que ofrecen barra de ensaladas, de verduras o de frutas, al igual que tiendas naturistas que brindan servicios de productos para el cuidado de la salud. Estos utilizan como publicidad revistas, periódicos, internet, bolates, etc. Y algunos de ellos son los siguientes:

- Unagi. Restaurante que ofrece comida japonesa y ensaladas, se distingue por su variedad de sushis y ambiente familiar, dirigido a toda persona que aprecia la comida japonesa, tienen un horario de lunes a sábado de 2:00 pm a 12:00 am. Está ubicado en Av. Camelinas no. 3267 Col. 5 de Diciembre.
- Ipanema. Restaurante de buffet de pizzas con más de 40 sabores y barra de ensaladas, va dirigido a un ambiente familiar y a toda persona que gusta por comer pizza. Horario de lunes a domingo de 1:00 pm a 6:00 pm. Dirección Av. Solidaridad no. 1091 Col. Nueva Chapultepec Sur.
- Un mundo de galleta. Establecimiento que ofrece varios tipos de galletas, café, miel de abeja, agave, pan integral para diabéticos, leche de soya, productos caseros, leche en polvo para el tratamiento de diabetes, obesidad, hipertensión, entre otros productos. Cuenta con servicio a domicilio y con horario de lunes a viernes de 8:30am a 9pm, sábados de 9am a 3pm. Domicilio Calle Pino Suarez no. 243 Col. Centro.
- Gazpachos. Establecimientos con cierta fama y prestigio dentro de la ciudad de Morelia, por lo general localizados en la zona centro, con precios accesibles y variedad de combinaciones en sus gazpachos.

5. SEGMENTACIÓN DE MERCADO

5.1. Clientes Potenciales y Mercado Meta

Nuestros clientes potenciales son sin duda todas aquellas personas o familias que padecen o están propensos a problemas de salud ya antes mencionados (diabetes, hipertensión, obesidad), sin embargo, también las personas que aspiran o desean cuidar su salud, prevenir enfermedades y que buscan una gastronomía benéfica, diferente, atractiva y gustosa, son clientes sumamente importantes y potenciales. Todas estas personas las podemos encontrar en cada familia mexicana, con diferentes edades pero obteniendo un promedio aproximado de los 19 a 70 años. Nuestro mercado meta se compone de nuestro cliente potencial siempre y cuando cumpla con el nivel socioeconómico medio – alto para poder disfrutar de nuestros alimentos.

6. ANÁLISIS FODA

6.1. Oportunidades

Entre las oportunidades de la empresa se encuentran:

- Ser un restaurante de la preferencia de nuestro mercado
- Llegar a tener oportunidades de expansión.
- Mayor conciencia en el cuidado de la salud por medio de nuestros platillos.
- Aumento de demanda en nuestros productos y servicios.

6.2. Fortalezas

Las fortalezas que tiene la empresa son las siguientes:

- Lugar de calidad en el servicio y producto
- Platillos que satisfacen necesidades alimenticias de nuestros clientes
- Recursos humanos con excelente calidad de trabajo y valores, bien capacitados y motivados.
- Mercado definido
- Costos accesibles en materias primas

6.3. Debilidades

- No tener una buena aceptación por parte de nuestro sector.
- Recibir respuesta favorable del mercado no enfocado
- No obtener la cantidad monetaria necesaria para seguir en producción.

6.4. Amenazas

- Competencia directa e indirecta en aumento
- Costo de productos e insumos elevados
- Ingresos bajos
- Economía inestable.

7. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

7.1. Fuentes Secundarias

Se recabó información respaldada por instituciones gubernamentales, las cuales algunas de ellas, con mayor número de consultas se describen a continuación, dando a conocer sus datos generales. Estas fuentes fueron utilizadas en la primera parte del proyecto.

- INEGI (Morelia, Michoacán)
Av. Héroes de Nocupetaro 888 Col. Industrial
Tel. 443 322 8701. Pagina web: www.inegi.gob.mx
- IMSS (Morelia, Michoacán)
Av. Camelinas No. 1901. Col. Camelinas
Tel. 443 3151546. Pagina web: www.imss.gob.mx
- Federación Mexicana de Diabetes
Calle Pomona No. 15. Col. Roma, C.P. 06700 México, D.F.
Tel. 55 55 11 42 00. Pagina web: www.fmdiabetes.org.mx

7.2. Fuentes Primarias

Se desarrolló una investigación exploratoria descriptiva a través de un instrumento de investigación cualitativa denominado como Grupo Focal.

El Grupo Focal es utilizado para conocer las percepciones y opiniones de grupos de personas con características comunes, y lograr a través de la interacción, el enriquecimiento del discurso sobre un determinado tema. (Navarrete, 2006).

Los datos obtenidos del grupo focal realizado anteriormente se dan a conocer de la siguiente manera, estos resultados se utilizarán para complementar el proyecto. El informe resultante tiene como fin dar a conocer las percepciones, necesidades y expectativas que tienen ciertas personas de Morelia Michoacán referente al proyecto restaurantero especializado para personas con problemas de salud crónica y dirigido también a personas que desean o gustan por cuidar su salud.

7.3. Metodología

Se realizó un grupo focal con una duración de 60 minutos, donde se convocaron a 8 personas de manera formal, con características similares. Se acudió a la Universidad Vasco de Quiroga, en Morelia Michoacán, el día 17 de agosto de 2012 a las 12pm.

Se inició dicho grupo focal a la 1:00 de la tarde en la cámara de Gessel en el edificio A, 2do. Piso, con una introducción breve, agradeciendo a los invitados su presencia, dando una pequeña definición sobre lo que es un grupo focal y como se lleva a cabo, de la misma manera se dio una explicación corta del proyecto restaurantero que va dirigido a personas con problemas de salud crónica y se continuó con la presentación de los participantes mencionando nombre, edad y tipo de enfermedad que padecen o con la que conviven.

Se elaboraron preguntas abiertas a los invitados, referentes a este proyecto, a las que se respondieron dando puntos de vista, experiencias y vivencias, mencionando el tipo de vida que se lleva, sus complicaciones o desventajas al momento de ir a un restaurante o comer en familia y sus ventajas de padecer o convivir con personas que padecen problemas de salud crónica.

Esta investigación fue grabada desde su inicio hasta su finalización para tener un respaldo de la investigación, fue concluida a las 2:00 de la tarde del día antes mencionado, agradeciendo nuevamente la asistencia y participación así como la información que nos permitieron recabar los participantes.

7.4. Características de los Participantes

Los participantes cuentan con una edad entre 20 y 56 años, de nivel socioeconómico medio – alto, de sexo masculino y femenino, padece o convive muy de cerca con personas diabéticas, obesas, hipertensas o con problemas renales.

7.5. Definición de Conceptos

Se tocaron puntos importantes de ayuda para este proyecto restaurantero, los cuales ayudan a saber que el cliente busca o quiere la implementación de un menú con alimentos que puedan consumir sin preocuparse, ya que es difícil para este sector de la población encontrar una alimentación sana y adecuada a sus necesidades, quieren conocer y estar consientes de la forma en que se preparan los alimentos y que materia prima se utiliza, transmitir el por qué acuden a este restaurante, donde puedan comer sano y rico, dar información nutrimental a los comensales de los platillos que consumen, proporcionar al cliente todo lo necesario para que su visita sea cómoda y satisfactoria, que el establecimiento especifique que es económico, rápido, de calidad y con buen servicio.

Las preguntas que se elaboraron en este grupo focal son las siguientes:

- ¿Qué es lo más difícil de estar en contacto con experiencias de este tipo de enfermedades o cual es la experiencia más relevante en este tipo de enfermedades?
- ¿Cómo influye en ti la convivencia con personas que padecen enfermedad crónica?
- ¿Cuántas veces nos limitamos para salir a un restaurante?
- ¿Se llega a confundir restaurante sano a un restaurante vegetariano?
- Platillo que más te guste o que te has limitado a consumir
- ¿Recomiendas la misma gama de platillos para todos los comensales o una carta individual?, ¿Cuál crees que sea más eficaz?
- ¿Cuánto estas dispuesto a pagar por este servicio?
- ¿Qué nivel de restaurante te imaginas que sería uno de este tipo?
- ¿Un restaurante puede ayudar o colaborar a la educación alimentaria?
- ¿Sería bueno un servicio plus? ¿Cómo cual se te ocurre?
- ¿Qué otros servicios pueden ser relevantes en un restaurante?
- Alguna recomendación que se quiera hacer a la propuesta de restaurante.
- Algo más que nos quieran compartir.
- Algún nombre o eslogan para este tipo de restaurante.

7.6. Resultados y Análisis de la Información

En el grupo focal realizado, se encontraron las razones por las cuales las personas acudirían a este tipo restaurante y sus expectativas acerca del producto, precio, plaza, promoción, eslogan y nombre, con respecto a esto los participantes comentaron lo siguiente:

PARTICIPANTE	COMENTARIO
	<ul style="list-style-type: none"> • El proyecto es viable en vista de que: •
1	<p>“Por mi trabajo viajo mucho, se me complica encontrar un lugar donde pueda tener una alimentación apropiada, solo encuentro en la calle comida chatarra, y como diabético me alteran mis niveles de azúcar esos alimentos, es difícil llegar a un lugar de este tipo que sea económicamente accesible por que los que he encontrado son demasiado caros. Ojalá así como encontramos en cada esquina puestos de comida chatarra encontráramos comida sana” “Para mí es una buena idea que se hiciera este tipo de restaurantes especializados, donde nos dieran una alimentación sana y rica”.</p>
2	<p>“Mi mama es muy delicada en cuanto a sus niveles de glucosa, tiene que estar en constante cuidado con su alimentación y que se creen restaurantes de este tipo beneficia mucho, porque en México existe muchos diabéticos”</p>
3	<p>“En mi caso se me hace un poco difícil por mi trabajo, mi horario es de 7am a 4pm y se me dificulta buscar o desplazarme para encontrar un buen lugar donde comer, y cuando llego a casa, llego con mucha hambre y como demasiado y se me descontrolan mis niveles de glucosa; es complicado para mí como diabética la alimentación y el horario de trabajo, sería muy bueno que este tipo de restaurante contara con servicio a domicilio”</p>

4	<p>“En mi caso, tengo dos amigos que son diabéticos, y si se dificulta la situación al momento de ir a comer a fondas o a lugares donde preparan comida, por el hecho de que mis amigos no pueden comer lo que nosotros y a veces no nos acompañan y es complicado para ellos y la convivencia en ocasiones es extraña”.</p>
5	<p>“Mi mama es diabética y para ella nada de antojitos mexicanos, comida grasosa o chatarra, los postres o pan dulce no puede consumir, por lo que la convivencia al momento de comer es difícil porque ella casi no puede comer nada y en ocasiones se le antoja lo que los demás comemos”</p>
7	<p>“Tenemos que hacer cambios grandes, drásticos, y empezar desde cero, por que en nuestro país hay muchas personas enfermas, diabéticas y desde pequeños empiezan con problemas de salud, tenemos que cuidar nuestro cuerpo; me gusta mucho la idea de este restaurante, ayudaría a mucha gente incluyéndome a mí”. “Mostramos el amor y cariño en torno a un mesa y creemos que el alimento que vamos a comer nos caerá bien pero es todo lo contrario, y lo que hoy es una fiesta es una enfermedad, y me tuve que separar de amistades por el tipo de alimentación que llevan, y si este tipo de restaurante se lleva a cavo seria excelente porque yo no quiero estar enferma y tener una calidad de vida en base a la alimentación”</p>
<p>• De acuerdo al Precio, Plaza, Promoción y Menú desde el punto de vista de que:</p>	
1	<p>“Nos tenemos que educar para alimentarnos, conocer la enfermedad, el por qué de la enfermedad y como mejorar nuestra conducta para estar mejor el día de mañana; y enfocándonos al restaurante creo que se debe hacer un estudio a fondo, y difundir muy bien el negocio, ya sea con volantes, anuncios en la radio, por que donde quiera hay gente que se quiere cuidar y mantener saludable” “la limpieza e higiene son indispensables”.</p>

6	“Creo que el sabor también es muy importante, ya que hay lugares vegetarianos donde el sabor no es nada agradable, y es un factor que se debe de tomar en cuenta y dar a conocer la finalidad del establecimiento”
1	“Anteriormente los restaurantes eran visitados en fin de semana por ejecutivos, porque había un festejo, y ahora por el ritmo de vida y tipo de trabajo que tenemos son restaurantes de diario, hay personas que van de 3 a 4 veces a la semana, por lo que debe ser un restaurante enfocado a la vida cotidiana de las personas y me parece muy atractiva esa oferta de restaurante, ya que vas a comer sano, rico y accesible económicamente”
4	“Es complicado encontrar un restaurante dedicado a la salud y más para personas diabéticas, y lo malo es que muchas personas somos irresponsables, sería una idea innovadora al menos aquí en Morelia y es muy benéfico para este tipo de gente que se generara un restaurante así”
7	“Si se abre un restaurante como este sería muy bueno porque aparte del beneficio a la persona con problemas de salud, también hay un beneficio para la persona que los acompañe”
1	“Buscar un slogan que no necesariamente te llame la atención porque estés enfermo porque eso te va a bloquear, buscar la manera de transmitir a los comensales de que no vienes al lugar porque estás enfermo sino porque vienes a comer rico y sano”.
8	“Con este tipo de lugares la gente puede cambiar o mejorar su salud y prevenir enfermedades, así generar otro tipo de cultura y mejorar la sociedad”
4	“Referente al menú creo que sería bueno una sola carta para no generar etiquetas, no etiquetar a las personas y que el menú contenga información nutrimental básica del platillo seria excelente

3	“Cuando voy a un restaurante es algo complicado al momento de pedir mis platillos, porque suelo dar indicaciones al mesero de sin azúcar, con poca sal, sin tanta grasa y ese tipo de cosas, pero algunas ocasiones no cumplen con esas peticiones, entonces si existe la posibilidad de tener un restaurante a dónde acudir donde no tengas que especificar tanto seria excelente y ayudaría bastante”
8	“Sería bueno que te dijera el menú las cantidades de calorías, grasas, azúcares, para tener conocimiento de lo que comemos”
1	“Por persona yo me atrevo a pagar \$170.00, \$150.00, \$180.00, más se me hace fuera de lugar, pero por un buen servicio esas cantidades se me hacen accesible y pensando en un lugar de cuatro estrellas”
2	“Creo que aquí en Morelia podemos pagar \$170, \$200 pesos sino es que mas, por el hecho que la economía se mueve, hay empleo y otros factores que ayudan a la venta de los productos”
7	“Hay que tomar en cuenta que las personas a la que se va dirigida tengan la posibilidad de acudir al restaurante y que estas personas puedan ir diario y no sean clientes esporádicos”
4	“Por el trabajo, no hay tiempo de elaborar comida, por lo que tendemos a comprar comida ya preparada”.
1	“Un servicio plus, sencillo y que le llegue a la gente seria bueno, como un papelito donde diga la manzana es buena para esto o cosas así, creo que sería de ayuda para la cultura y conocimientos de las personas”
4	“Creo que el restaurante puede ayudar o aportar cosas positivas a la cultura y educación de las personas”
1	“El servicio de wi-fi sería interesante ya que en nuestros días ya es una necesidad, hay muchas personas que llevan su lap- top y trabajan mientras desayunan, entonces creo que sería bueno y facilitaría la estancia del comensal”

3	“Si se quiere competir se le debe dar todo al cliente y hacerlo sentir cómodo, se debe estar más allá de la par de la competencia y generar cosas nuevas”
<ul style="list-style-type: none"> • De acuerdo al eslogan: 	
6	“Como sugerencia de eslogan puede ser sano, rápido y sabroso, ya que vas a un lugar de calidad, rápido y bien atendido”.
8	“A mí se me ocurre un eslogan como: La salud en tu boca o Lleva la salud del plato a tu boca”

Tabla 7 Resultados de los pacientes

Se observó que la mayoría de los participantes estaban de acuerdo con el proyecto, ya que los beneficiaría bastante por el tipo de actividades que llevan a cabo, de igual forma se observó la participación de todos los miembros del grupo, pero con acepciones donde el nivel de participación era más elevado en unos cuantos participantes. Se llegó a la conclusión de fomentar la lectura en relación a los problemas de salud, ayudar a las personas para que conozcan más acerca de estas enfermedades y así generar un cambio en la alimentación. Se aportaron ideas significativas como la implementación de wi-fi, servicio a domicilio, menú donde se señale la cantidad de calorías y el de no etiquetar a los clientes por medio del menú.

Los resultados obtenidos fueron buenas propuestas por parte de los participantes hacia el proyecto, la aceptación positiva y exitosa de este tipo de restaurante y los puntos importantes que deben tomar en cuenta para la apertura de este restaurante.

7.7. Conclusiones y Recomendaciones

Los resultados obtenidos de esta investigación fueron en función al menú, fijación de precio, publicidad, aportaciones para el eslogan, servicio plus del restaurante y para tratar de identificar la aceptación global del concepto del negocio.

El proyecto restaurantero les pareció una excelente idea, fue tomado como una oferta atractiva, una buena propuesta y significativa para la ciudadanía; así como un comienzo para mejorar la salud y cambiar o modificar hábitos y costumbres del ciudadano mexicano, mejorar la convivencia de estas personas con problemas de salud, brindar el cuidar, mejorar o resolver problemas de salud, se piensa que es

una idea innovadora en Morelia, ideal para convivir con familiares y amigos sintiendo el apoyo y hacer más responsables a las personas de su salud.

Se observó interés por parte de los participantes en dicho proyecto, gran aportación en cuestión a preguntas y respuestas.

Se identificó que las oportunidades de mercado tienen un índice elevado de aceptación, ya que muchas personas en el país y en este caso en Morelia padecen enfermedades crónicas y buscan lugares o establecimientos que brinden comida más sana y económica donde su salud no se vea afectada, pero, donde los clientes no sean etiquetados por su problema de salud, la gente busca y quiere que el lugar cuente con un buen servicio, que sea accesible para sus horarios de trabajo, sugiriendo servicio a domicilio, servicio de wi-fi, donde puedan convivir con toda la familia, o puedan trabajar y comer al mismo tiempo, que los platillos sean realizados con higiene, calidad y buen sabor, dispuestos a pagar un precio estimado de \$50.00 a \$170.00 por persona.

Las personas buscan un restaurante enfocado a la vida cotidiana de las personas y con una adecuada alimentación; donde la mercadotecnia y la promoción sean accesibles a su conocimiento, como spots en radio, anuncio en periódicos o en dado caso bolates.

Las conclusiones para este proyecto es tener la oportunidad de implementar servicio a domicilio y servicio de wi-fi para facilitar al cliente su consumo y su visita, brindar información al comensal de los alimentos que le proporciona a su cuerpo, como cantidad de calorías y grasas; generar servicios que sean relevantes y de ayuda para el cliente, de igual forma se dieron recomendaciones sobre el nombre del restaurante y su eslogan.

8. INFORMACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA

8.1. Fijación de Precio

Se basa en la economía de la ciudad de Morelia Michoacán, tiene apertura para personas de nivel socioeconómico medio- alto pagando un mínimo de consumo individual de \$24.00 pesos aproximado por platillo, o bien un promedio de \$150.00 a \$200.00 pesos individual por menú de tres tiempos y bebida.

A continuación se da a conocer la lista de precios referentes a cada platillo expuesto en el menú, señalando el porcentaje de utilidad de cada platillo.

<u>PLATILLO</u>	<u>COSTO DE PLATILLO</u>
Ensalada de frutos rojos. 30% utilidad	\$50.00
Ensalada de vegetales. 100% de utilidad	\$24.00
Ensalada de espárragos 27% de utilidad	\$50.00
Sopa de betabel 47% de utilidad	\$37.00
Sopa de avena con menta 78% de utilidad	\$32.00
Caldo de vegetales 38% de utilidad	\$37.00
Consomé de pollo 35% de utilidad	\$39.00
Ceviche de jícama 100% de utilidad	\$32.00
Ceviche blanco 20% de utilidad	\$56.00
Pechuga de pavo en salsa de ciruela 20% de utilidad	\$140.00
Pechuga de pollo en salsa de cereza 45% de utilidad	\$117.00

Filete de pescado marinado 30% de utilidad	\$135.00
Espagueti con champiñones 55% de utilidad	\$59.00
Fusilli con pechuga de pollo 25% de utilidad	\$60.00
Cazuela de pasta 85% de utilidad	\$57.00
Berenjenas rellenas 30% de utilidad	\$60.00
Chayote relleno 41% de utilidad	\$53.00
Cebollas rellenas 75% de utilidad	\$55.00
Ensalada caribeña 250% de utilidad	\$27.00
Dulce de papaya 300% de utilidad	\$24.00
Coctel de frutas con chocolate 50% de utilidad	\$31.00
Manzanas horneadas 20% de utilidad	\$38.00
Agua Natural 400% de utilidad	\$10.00
Agua de sabor 65% utilidad	\$15.00

Tabla 8 Platos y su utilidad

8.2. Proyecto de Inversión

A continuación se da a conocer la parte económica y financiera del Restaurante

INVERSION FIJA

Maquinaria y equipo	245,393.00
Equipo de oficina	9,050.00
Equipo de transporte	0.00
Nave Industrial	0.00
	254,393.00
Imprevistos (1%)	4,000.00
TOTAL	\$ 258,393.00

INVERSION DIFERIDA

Investigación y desarrollo	0.00
Gastos de constitución	10,000.00
Patente y marca	2,303.33
	12,303.33
Imprevistos (1%)	0.00
TOTAL	\$ 12,303.33

CAPITAL DE TRABAJO

	Mensual	Anual
Materia Prima	208,296.00	700,416.00
Gastos de prod	0.00	0.00
Sueldos	19,020.00	228,240.00
Servicios	3,000.00	36,000.00
		0.00
		0.00
	230,316.00	964,656.00
Imprevistos (1%)		
TOTAL	\$ 230,316.00	\$ 1,929,312.00

RESUMEN DE LAS INVERSIONES (ANUAL)

INVERSION FIJA	258,393.00
INVERSION DIFERIDA	12,303.33
CAPITAL DE TRABAJO	1,929,312.00
TOTAL DE LA INVERS	\$ 2,200,008.33

INVERSION FIJA	258,393.00
INVERSION DIFERIDA	12,303.33
CAPITAL DE TRABAJO	230,316.00
TOTAL DE LA INVERS	\$ 501,012.33

ESTRUCTURA DE CAPITAL

FINANCIAMIENTO INTERNO	
CAPITAL SOCIAL	1,540,005.83
# DE ACCIONES COMUNES (VALOR)	15,400

FINANCIAMIENTO EXTERNO	
CRÉDITO REFACCIONARIO	
PLAZO	5 AÑOS
TASA DE INTERÉS	20%

ESTRUCTURA DE CAPITAL	
FINANCIAMIENTO INTERNO	
CAPITAL SOCIAL	489,012.33
# DE ACCIONES COMUNES (VALOR NOMINAL DE \$100)	4,890
FINANCIAMIENTO EXTERNO	
CRÉDITO REFACCIONARIO	12,000.00
PLAZO	5 AÑOS
TASA DE INTERÉS	20%

FINANCIAMIENTO

Deuda	508,000
Tasa de interés	20%
factor	

FINANCIAMIENTO

Deuda	12,000
Tasa de interés	20%

Año	Capital	Interés (20%)	Pago	Amortización
1	508,000	101,600.00	113,092	\$ 11,492.06
2	496,508	99,301.59	113,092	\$ 13,790.47
3	482,717	96,543.49	113,092	\$ 16,548.57
4	466,169	93,233.78	113,092	\$ 19,858.28
5	446,311	89,262.12	113,092	\$ 23,829.94

Año	Capital	Interés (20%)	Pago	Amortización
1	12,000	2,400.00	668,759	666,359.41
2	-654,359	-130,871.88	668,759	799,631.29
3	-1,453,991	-290,798.14	668,759	959,557.55
4	-2,413,548	-482,709.65	668,759	1,151,469.06
5	-3,565,017	-713,003.46	668,759	1,381,762.87

-1,614,983.14

Ilustración 13 Financiamiento

PRESUPUESTO DE INGRESOS					
Año	UNIDADES MENSUALES	UNIDADES ANUALES	PRECIO DE VENTA	INGRESO MENSUAL	INGRESO ANUAL
1	960	11,520	150.00	144,000.00	1,728,000.00
2	1,200	14,400	150.00	180,000.00	2,160,000.00
3	1,440	17,280	150.00	216,000.00	2,592,000.00
4	1,920	23,040	150.00	288,000.00	3,456,000.00
5	2,880	34,560	150.00	432,000.00	5,184,000.00

PROYECCION DEL MERCADO		
Año	UNIDADES MENSUALES	UNIDADES ANUALES
1	1,440	17,280
2	1,584	19,008
3	1,742	20,909
4	1,917	23,000
5	2,108	25,300

PRESUPUESTO DE EGRESOS					
Año	UNIDADES MENSUALES	UNIDADES ANUALES	COSTO DEL PRODUCTO	EGRESO MENSUAL	EGRESO ANUAL
1	960	11,520	60.80	58,368.00	700,416.00
2	1,200	14,400	60.80	72,960.00	875,520.00
3	1,440	17,280	60.80	87,552.00	1,050,624.00
4	1,920	23,040	60.80	116,736.00	1,400,832.00
5	2,880	34,560	60.80	175,104.00	2,101,248.00

COSTO DE PRODUCCION

DEPRECIACIONES				
CONCEPTO	VALOR INICIAL	PERIODO DE DEPRECIACION (AÑOS)	VALOR DE RESCATE	VALOR RESCATE EN PESOS
Maquinaria	245,343.00	10	20%	49,068.60
Equipo de oficina	9,050.00	10	10%	905.00
Equipo de transporte	0.00	0	0%	0.00
	0.00	10	0%	0.00

MAQUINARIA			
AÑO	FACTOR DE DEPRECIACION	DEPRECIACION	VALOR EN LIBROS
0	-	-	245,343.00
1	0.148660	36,472.69	208,870.31
2	0.148660	31,050.66	177,819.65
3	0.148660	26,434.67	151,384.98
4	0.148660	22,504.89	128,880.09
5	0.148660	19,159.31	109,720.78
6	0.148660	16,311.09	93,409.68
7	0.148660	13,886.28	79,523.40
8	0.148660	11,821.95	67,701.45
9	0.148660	10,064.50	57,636.95
10	0.148660	8,568.31	49,068.64

MOBILIARIO DE OFICINA			
AÑO	FACTOR DE DEPRECIACION	DEPRECIACION	VALOR EN LIBROS
0	-	-	9,050.00
1	0.535841	4,849.36	4,200.64
2	0.535841	2,250.87	1,949.76
3	0.535841	1,044.76	905.00

EQUIPO DE TRANSPORTE			
AÑO	FACTOR DE DEPRECIACION	DEPRECIACION	VALOR EN LIBROS
0	-	-	0.00
1	0.259917	0.00	0.00
2	0.259917	0.00	0.00
3	0.259917	0.00	0.00
4	0.259917	0.00	0.00

EQUIPO DE TRANSPORTE			
AÑO	FACTOR DE DEPRECIACION	DEPRECIACION	VALOR EN LIBROS
0	-	-	0.00
1	0.100000	0.00	0.00
2	0.100000	0.00	0.00
3	0.100000	0.00	0.00
4	0.100000	0.00	0.00
5	0.100000	0.00	0.00
6	0.100000	0.00	0.00
7	0.100000	0.00	0.00
8	0.100000	0.00	0.00
9	0.100000	0.00	0.00
10	0.100000	0.00	0.00

RESUMEN DE DEPRECIACIONES					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Maquinaria	36,472.69	31,050.66	26,434.67	22,504.89	19,159.31
Equipo de oficina	4,849.36	2,250.87	1,044.76	4,849.36	2,250.87
Equipo de transporte	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
0	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
TOTAL	41,322.05	33,301.53	27,479.43	27,354.25	21,410.19

AMORTIZACIONES
1. AMORTIZACION = INVERSION DIFERIDA/10 AÑOS

AMORTIZACION = 1,230.33 ANUAL

2. FACTOR DE AMORTIZACION = 0.10

AÑO	FACTOR DE AMORTIZACION	AMORTIZACION ANUAL	VALOR EN LIBROS
0	-	-	12,303.33
1	0.10	1230.33	11,073.00
2	0.10	1230.33	9,842.66
3	0.10	1230.33	8,612.33
4	0.10	1230.33	7,382.00
5	0.10	1230.33	6,151.67
6	0.10	1230.33	4,921.33
7	0.10	1230.33	3,691.00
8	0.10	1230.33	2,460.67
9	0.10	1230.33	1,230.33
10	0.10	1230.33	0.00

Ilustración 14 Presupuesto

CLASIFICACION DE COSTOS Y GASTOS										
CONCEPTOS	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
	FIJOS	VARIABLES	FIJOS	VARIABLES	FIJOS	VARIABLES	FIJOS	VARIABLES	FIJOS	VARIABLES
<i>Depreciación</i>	41,322.05		33,301.53		27,479.43		27,354.25		21,410.19	
<i>Amortización</i>	1,230.33		1,230.33		1,230.33		1,230.33		1,230.33	
<i>Materia Prima</i>		700,416.00		875,520.00		1,050,624.00		1,400,832.00		2,101,248.00
<i>Sueldos</i>	228,240.00		228,240.00		228,240.00		228,240.00		228,240.00	
<i>Servicios</i>	36,000.00		36,000.00		36,000.00		36,000.00		36,000.00	
<i>Gastos de pr</i>	0.00		0.00		0.00		0.00		0.00	
<i>Renta de na</i>	0.00		0.00		0.00		0.00		0.00	
<i>Gastos finan</i>	2,400.00		-130,871.88		-290,798.14		-482,709.65		-713,003.46	
TOTAL	309,192.38	700,416.00	167,899.99	875,520.00	2,151.63	1,050,624.00	-189,885.07	1,400,832.00	-426,122.94	2,101,248.00

Ilustración 15 Costos y Gastos esperados de la empresa

BALANCE INICIAL			
CONCEPTO	1	2	3
ACTIVO			
CIRCULANTE			
Efectivo	508,000.00		
Inventarios	245,343.00	753,343.00	
TOTAL ACTIVO CIRC.			753,343.00
FIJO			
Maquinaria	245,343.00		
Equipo de C	0.00		
Equipo de Tr	0.00		
Mobiliario d	9,050.00		
Depreciacion	254,393.00	254,393.00	
TOTAL ACTIVO FIJO			254,393.00
DIFERIDO			
Logos y Marc	2,303.33		
Gastos de Co	10,000.00		
Permisos	0.00		
Depósito de	7,000.00		
Amortizacio	19,303.33	19,303.33	
TOTAL ACTIVO DIFERIDO			19,303.33
TOTAL ACTIVO			1,027,039.33
PASIVO			
CIRCULANTE			
FIJO	0.00		
TOTAL PASIVO			12,000.00
CAPITAL			
Capital Social			489,012.33
Utilidades retenidas			0.00
TOTAL CAPITAL			489,012.33
TOTAL P + C			501,012.33

ESTADO DE RESULTADOS					
CONCEPTO	1	2	3	5	
Ventas	1,728,000.00	2,160,000.00	2,592,000.00	3,456,000.00	5,184,000.00
Costo Variat	700,416.00	875,520.00	1,050,624.00	1,400,832.00	2,101,248.00
Margen de C	1,027,584.00	1,284,480.00	1,541,376.00	2,055,168.00	3,082,752.00
Costos Fijos	309,192.38	167,899.99	2,151.63	-189,895.07	-426,122.94
Utilidad de C	718,391.62	1,116,580.01	1,539,224.37	2,245,063.07	3,508,874.94
Utilidad ante	718,391.62	1,116,580.01	1,539,224.37	2,245,063.07	3,508,874.94
ISR 29%	208,393.57	323,808.20	448,375.07	651,065.39	1,017,573.73
PTU 10%		111,658.00	153,922.44	224,505.31	350,887.49
UTILIDAD NI	510,058.05	681,113.81	938,926.87	1,369,482.37	2,140,413.71
UTILIDAD N	510,058.05	1,191,171.86	2,130,098.72	3,499,581.09	5,639,994.81

PORCIENTOS INTEGRALES					
CONCEPTO	1	2	3	4	5
Ventas	100	100	100	100	100
Costo Variat	40.53	40.53	40.53	40.53	40.53
Margen de Contribucion					
Costos Fijos	17.89		0.08	-5.49	-8.22
Utilidad de Operación					
Utilidad antes de Impuestos					
ISR 29%	12.06	14.99	17.22	18.84	19.63
PTU 10%	0.00	5.17	5.94	6.50	6.77
UTILIDAD NI	29.52	31.53	36.22	39.63	41.29

BALANCES GENERALES					
CONCEPTO	1	2	3	4	5
ACTIVO					
CIRCULANTE					
Efectivo	-113,748.98	-197,734.59	-189,655.51	56,942.38	838,233.75
Inventarios	753,343.00	753,343.00	753,343.00	753,343.00	753,343.00
TOTAL ACTIVO CIRC.	639,594.02	555,608.41	563,687.49	810,285.38	1,591,576.75
FIJO					
Maquinaria	245,343.00	245,343.00	245,343.00	245,343.00	245,343.00
Equipo de C	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Equipo de tr	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Mobiliario d	9,050.00	9,050.00	9,050.00	9,050.00	9,050.00
Depreciacion	41,322.05	74,623.59	102,103.02	129,457.27	150,867.46
TOTAL ACTIVO FIJO	213,070.95	179,769.41	152,289.98	124,935.73	103,525.54
DIFERIDO					
Logos y marc	2,303.33	2,303.33	2,303.33	2,303.33	2,303.33
Gastos de co	10,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00
Permisos	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Depósito en	7,000.00	7,000.00	7,000.00	7,000.00	7,000.00
Amortizacio	1,230.33	2,460.67	3,691.00	4,921.33	6,151.67
TOTAL ACTIVO DIFERIDO	18,073.00	16,842.66	15,612.33	14,382.00	13,151.67
TOTAL ACTIVO	870,737.97	752,220.48	731,589.80	949,603.11	1,708,253.95
PASIVO					
CIRCULANTE					
FIJO	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
TOTAL PASIVO CIRC.	-654,359.41	-1,453,990.70	-2,413,548.25	-3,565,017.31	0.00
CAPITAL					
Capital Social	489,012.33	489,012.33	489,012.33	489,012.33	489,012.33
Utilidades re	510,058.05	1,191,171.86	2,130,098.72	3,499,581.09	5,639,994.81
TOTAL CAPITAL	999,070.38	1,680,184.19	2,619,111.05	3,988,593.42	6,129,007.14
TOTAL P + C	344,710.97	226,193.49	205,562.80	423,576.11	6,129,007.14
	-526,027.00	-526,027.00	-526,027.00	-526,027.00	4,420,753.19

Valor de las acciones
1,253.34

FLUJO DE EFECTIVO					
	1	2	3	4	5
FUENTES					
Utilidad neta	510,058.05	681,113.81	938,926.87	1,369,482.37	2,140,413.71
Disminución	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Disminución	41,322.05	33,301.53	27,479.43	27,354.25	21,410.19
Disminución					
Activo Diferido	1,230.33	1,230.33	1,230.33	1,230.33	1,230.33
Aumento Pa	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Aumento Cap	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
TOTAL FUENTES	552,610.43	715,645.68	967,636.63	1,398,066.96	2,163,054.24
USOS					
Aumento Ac	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Aumento Ac	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Aumento Ac	666,359.41	799,631.29	959,557.55	1,151,469.06	1,381,762.87
Disminución	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
TOTAL USO	666,359.41	799,631.29	959,557.55	1,151,469.06	1,381,762.87
FUENTES - USOS	-113,748.98	-83,985.62	8,079.08	246,597.89	781,291.36
(+) Efectivo	0.00	-113,748.98	-197,734.59	-189,655.51	56,942.38
(-) Efectivo	-113,748.98	-197,734.59	-189,655.51	56,942.38	838,233.75

Ilustración 16 Balance Inicial

RAZONES FINANCIERAS					
CONCEPTO	1	2	3	4	5
REND. SOBR	58.6%	90.5%	128.3%	144.2%	125.3%
REND. SOBR	104.3%	139.3%	192.0%	280.1%	437.7%
ROTACIÓN D	1.98	2.87	3.54	3.64	3.03

FLUJO NETO DE EFECTIVO						
AÑO	UTILIDAD NETA	(+) DEPRECIACION	(+) AMORTIZACION	PAGO DE K DE CREDITO	INVERSION SOCIOS	FLUJO NETO DE EFECTIVO
0	0.00	0.00	0.00	0.00	489,012.33	-489,012.33
1	510,058.05	41,322.05	1,230.33	666,359.41	0.00	-113,748.98
2	681,113.81	33,301.53	1,230.33	799,631.29	0.00	-83,985.62
3	938,926.87	27,479.43	1,230.33	959,557.55	0.00	8,079.08
4	1,369,482.37	27,354.25	1,230.33	1,151,469.06	0.00	246,597.89
5	2,140,413.71	21,410.19	1,230.33	1,381,762.87	0.00	781,291.36
					FNE=	349,221.42
				VPN =		-\$2,009.10

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LAS INVERSIONES		
AÑO	FLUJO NETO DE EFECTIVO	FNE ACUMULADO
0	-489,012.33	-489,012.33
1	-113,748.98	-602,761.31
2	-83,985.62	-686,746.92
3	8,079.08	-678,667.84
4	246,597.89	-432,069.95
5	781,291.36	349,221.42
	PRI=	4.55
		55 MESES
	TIR =	9.92%
		9.92%

TASA INTERNA DE RETORNO			
AÑO	FNE	VALOR PRESENTE NETO 4%	VALOR PRESENTE NETO 15%
0	-489,012.33	-489,012.33	-489,012.33
1	-113,748.98	-109,374.02	-98,912.16
2	-83,985.62	-77,649.42	-63,505.19
3	8,079.08	7,182.28	5,312.13
4	246,597.89	210,792.91	140,993.15
5	781,291.36	642,164.55	388,439.89
		184,103.97	-116,684.51
	TIR=	10.7328	

Ilustración 17 Razones Financieras de la Empresa

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD												
AÑO	INGRESOS	(-) COSTOS VARIABLES	(-) COSTOS FIJOS	FINANCIERO	(=) U.A.I.	(-) ISR Y PTU	(=) U. NETA	DEPRECIACION	(+) AMORT.	(-) CAPITAL CREDITO	(-) INV. SOCIOS	(=) FNE
0	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	489,012.33	-489,012.33
1	1,726,272.00	700,416.00	309,192.38	2,400.00	714,263.62	207,136.45	507,127.17	41,322.05	1,230.33	666,359.41	0.00	-116,679.86
2	2,157,840.00	875,520.00	167,899.99	-130,871.88	1,245,291.90	361,134.65	884,157.25	33,301.53	1,230.33	799,631.29	0.00	119,057.82
3	2,589,408.00	1,050,624.00	2,151.63	-290,798.14	1,827,430.52	529,954.85	1,297,475.67	27,479.43	1,230.33	959,557.55	0.00	366,627.88
4	3,452,544.00	1,400,832.00	-189,885.07	-482,709.65	2,724,306.72	790,048.95	1,934,257.77	27,354.25	1,230.33	1,151,469.06	0.00	811,373.29
5	5,178,816.00	2,101,248.00	-426,122.94	-713,003.46	4,216,694.40	1,222,841.38	2,993,853.03	21,410.19	1,230.33	1,381,762.87	0.00	1,634,730.68
- 0.10%											FNE=	2,326,097.48
0.0010												
												47.928%
EFECTO DE LA INFLACIÓN SOBRE LA RENTABILIDAD DEL PROYECTO												
AÑO	FNE SIN INF.	FNE CON INF.	VAN 5%	VAN 15%								
0	-489,012.33	-489,012.33	-489,012.33	-489,012.33								
1	-113,748.98	-119,436.43	-113,748.98	-103,857.76								
2	-83,985.62	-92,594.14	-83,985.62	-70,014.47								
3	8,079.08	9,352.55	8,079.08	6,149.45								
4	246,597.89	299,741.28	246,597.89	171,378.05								
5	781,291.36	997,147.76	781,291.36	495,758.67								
			349,221.42	10,401.61								
TIR=			15.31	TIR CON INF.=	15.31							
				TIR SIN INF.=	5.10							
				Diferencia	10.21							

Ilustración 18 Análisis de sensibilidad

9. CONCLUSIONES DE TRABAJO

El proyecto elaborado ha contribuido de manera significativa para identificar y resaltar los puntos que se tienen que cubrir para llevar a cabo una implementación exitosa de un Restaurante especializado o dirigido a personas que padecen enfermedades crónicas, como es diabetes, hipertensión, obesidad.

Se detectaron las necesidades reales de las personas que padecen este tipo de enfermedades y como mantener la salud por medio de la gastronomía.

Este proyecto Restaurantero realizado surge de la necesidad de ayudar y conocer a fondo las carencias y expectativas que tiene este sector de la sociedad, así como mejorar y facilitar la vida cotidiana de estas personas ofreciendo una gastronomía especializada para fomentar y realzar el cuidado de la salud.

Como se ha mencionado a lo largo del proyecto, en México las enfermedades crónicas día a día aumentan su estadística, afectando a miles de personas y ocasionando en la mayoría de los casos otros problemas de salud o la muerte. Por lo que con este proyecto se busca generar conciencia al momento de alimentarnos y contribuir a la salud positivamente.

El presente trabajo de tesis tiene como fin generar una idea innovadora en torno al servicio restaurantero, atendiendo la demanda actual de la sociedad y poder crear una solución o prevención a estas enfermedades crónicas por medio de platillos.

Este proyecto ha reflejado que muchas personas ya sean diabéticas, con problemas de salud o personas que cuidan o desean cuidar su salud están en busca de lugares como este restaurante para comer, convivir en familia y disfrutar de los platillos sin preocuparse; además de conocer que existe la necesidad de este tipo de restaurante al tener una idea aproximada de la demanda y viabilidad de este negocio.

10. ANEXOS

Anexo 1. Formato de registro de marca. (IMPI).




 <p>Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial</p>		
SOLICITUD DE REGISTRO O PUBLICACIÓN DE SIGNOS DISTINTIVOS <small>(Antes de llenar el formato, sírvase leer las consideraciones generales al reverso).</small>		
<p>Por la presente se solicita: (Marque sólo una opción)</p> <p><input type="checkbox"/> Registro de Marca</p> <p><input type="checkbox"/> Registro de Marca Colectiva</p> <p><input type="checkbox"/> Registro de Aviso Comercial</p> <p><input type="checkbox"/> Publicación de Nombre Comercial</p>	<p style="text-align: center;"><small>Uso exclusivo Delegaciones y Subdelegaciones Federales de la Secretaría de Economía.</small></p>	<p style="text-align: center;"><small>Uso exclusivo IMPI, Oficinas Regionales del IMPI Etiqueta Precaptura.</small></p>
<p><small>Sello, Fecha y hora de presentación, No. de folio de entrada.</small></p>		
<p>I. DATOS DEL (DE LOS) SOLICITANTE(S)</p> <p>01) Nombre (s):</p> <p>02) Nacionalidad (es):</p> <p>03) Domicilio del primer solicitante (calle, número y colonia):</p> <p style="margin-left: 20px;">Población y Estado: País:</p> <p style="margin-left: 20px;">Código postal: Correo-e:*</p> <p>04) Teléfono Correo-e:*</p>		
<p>II. DOMICILIO PARA OÍR Y RECIBIR NOTIFICACIONES</p> <p>05) Calle, número y colonia:</p> <p style="margin-left: 20px;">Población y Estado:</p> <p style="margin-left: 20px;">Código postal: Correo-e:*</p> <p>06) Teléfono (clave):* Correo-e:*</p>		
<p>07) Signo distintivo:</p> <p>08) Tipo de Marca: Nominativa <input type="checkbox"/> Innominada <input type="checkbox"/> Tridimensional <input type="checkbox"/> Mixta <input type="checkbox"/></p> <p>09) Fecha de primer uso: No se ha usado: <input type="checkbox"/></p> <p style="margin-left: 20px;"> Día Mes Año </p> <p>10) Clase: <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> 11) Productos o servicios, en caso de Marca o Aviso Comercial / Giro preponderante, en caso de Nombre Comercial:</p> <p style="text-align: right;">Continúa en anexo <input type="checkbox"/></p>		
<p>12) Ubicación del establecimiento: Domicilio (calle, número y colonia):</p> <p style="margin-left: 20px;">Población y Estado:</p> <p style="margin-left: 20px;">Código postal: País:</p> <p>13) Leyendas y/o figuras no reservables: (Sólo en caso de Marca)</p> <p style="text-align: right;">Continúa en anexo <input type="checkbox"/></p>	<p style="text-align: center;">Adhiera en este espacio la etiqueta del signo distintivo solicitado.</p> <p style="text-align: center;"><small>(Solo en caso de Marcas Innominadas, Tridimensionales o Mixtas)</small></p>	
<p>14) Prioridad reclamada: (Sólo en caso de Marca o Aviso Comercial presentado en el extranjero)</p> <p style="margin-left: 20px;">País (Oficina) de origen: Número: Fecha de Presentación</p> <p style="margin-left: 40px;"> Día Mes Año </p>		
<p>Bajo protesta de decir verdad, el firmante manifiesta que los datos asentados en esta solicitud son ciertos y que en caso de actuar como mandatario, cuenta con facultades para llevar a cabo el presente trámite.</p>		
<p>Nombre y firma del solicitante o su mandatario</p>	<p>Lugar y fecha</p>	
<p><small>Página 1 de 2</small></p>	<p><small>IMPI-00_001</small></p>	



Ilustración 19 Formato Registro de Marca

Anexo no. 2 Formato de permiso de uso de Denominación o Razón Social.
(Secretaría de Relaciones Exteriores, 1995).

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

SA-1

SRE

SECRETARÍA DE RELACIONES EXTERIORES

Consultas 5782-41-44 Ext. 4068
Dirección de Internet www.sre.gob.mx/tramites/legales/
Dirección General de Asuntos Jurídicos

Para uso exclusivo de SRE

LUGAR Y FECHA: _____

Folio: _____

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

EXPEDIENTE No. _____

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

FIRMA AUTOGRAFA DEL PROMOVENTE

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

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

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

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

Ilustración 20 Permiso de uso de Denominación o Razón Social

Anexo 3. Formato de Inscripción al Registro Federal de Contribuyentes.
(Servicio de Administración Tributaria, 1997).


1. ACUSE DE RECIBO POR CERTIFICACIÓN O RELOJ FRANQUEADOR (PARA USO EXCLUSIVO DE LA AUTORIDAD)		 SAT Servicio de Administración Tributaria SE SECRETARÍA DE ECONOMÍA		R-1 97-025
		SOLICITUD DE INSCRIPCIÓN AL REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES ANTES DE INICIAR EL LLENADO DE ESTA SOLICITUD, LEA LAS INSTRUCCIONES		
		2. CURP: CLAVE ÚNICA DE REGISTRO DE POBLACIÓN (Sólo Personas Físicas)		
		3. ANOTE LA LETRA CORRESPONDIENTE AL TIPO DE SOLICITUD QUE PRESENTA: N= NORMAL, C= COMPLEMENTARIA		
		<input type="checkbox"/> N= NORMAL <input type="checkbox"/> C= COMPLEMENTARIA		
		3.1 CUANDO SE TRATE DE SOLICITUD COMPLEMENTARIA, INDICAR EL NÚMERO DE FOLIO SIGUIENTE DE LA AUTORIZACIÓN A LA SOLICITUD ANTERIOR:		
4. DATOS DEL CONTRIBUYENTE QUE SE INSCRIBE				
4.1 SÓLO TRATÁNDOSE DE PERSONAS FÍSICAS (Ver Instrucciones)				
APPELLIDO PATERNO				
APPELLIDO MATERNO				
NOMBRE (S)				
4.2 SÓLO TRATÁNDOSE DE PERSONAS MORALES (Ver Instrucciones)				
DENOMINACIÓN O RAZÓN SOCIAL				
4.3 TRATÁNDOSE DE CONTRIBUYENTES RESIDENTES EN EL EXTRANJERO SIN ESTABLECIMIENTO PERMANENTE EN MÉXICO				
NÚMERO DE IDENTIFICACIÓN FISCAL ASIGNADO EN EL PAÍS EN QUE RESIDEN				
PAÍS DE RESIDENCIA FISCAL				
4.4 DATOS POR FIDEICOMISO				
SI SE TRATA DE LA INSCRIPCIÓN DE UN FIDEICOMISO, INDIQUE:				
DENOMINACIÓN O RAZÓN SOCIAL DE LA FIDEICOMISARIA				
RFC DE LA FIDUCIARIA		NÚMERO DE FIDEICOMISO		
4.5 DOMICILIO FISCAL DEL CONTRIBUYENTE QUE SE INSCRIBE O DEL REPRESENTANTE DE LA PERSONA RESIDENTE EN EL EXTRANJERO				
CALLE				
NÚMERO Y LETRA EXTERIOR		NÚMERO Y LETRA INTERIOR		ENTRE LAS CALLES Y DE
			COLONIA	
LOCALIDAD				
MUNICIPIO O DELEGACIÓN				
CÓDIGO POSTAL		TELÉFONO		
ENTIDAD FEDERATIVA				
CORREO ELECTRÓNICO				
SE PRESENTA POR DUPLICADO				
5. DECLARO BAJO PROTESTA DE VERDAD QUE LOS DATOS CONTENIDOS EN ESTA SOLICITUD SON VERDADEROS. FIRMA O HUELLA DIGITAL DEL CONTRIBUYENTE, DEL ASOCIANTE, O BIEN DEL REPRESENTANTE LEGAL, QUE EN ESTA FECHA LE MANDA TO CON EL QUE SE OS TENTA NO LE HA SIDO MODIFICADO O REVOCADO.				

Ilustración 21 Formato de Registro Federal de Contribuyentes

Anexo 4. Formato de Licencia de uso de Suelo en Morelia. (Ayuntamiento de Morelia)



H. AYUNTAMIENTO DE MORELIA
SECRETARIA DE DESARROLLO URBANO Y MEDIO AMBIENTE
LICENCIA DE USO DE SUELO

No. de Exp. _____

C. ARQ. ALEJANDRO CONTRERAS LÓPEZ
SECRETARIO DE DESARROLLO URBANO
Y MEDIO AMBIENTE
P R E S E N T E

Le solicito me otorgue la LICENCIA DE USO DE SUELO para:

_____ Describir Uso _____ Indicar Giro
 Indicar superficie destinada a uso comercial _____ m²

DATOS DEL PREDIO

PROPIETARIO

_____ Apellido Paterno _____ Apellido Materno _____ Nombre (s)

UBICACIÓN

_____ Calle _____ Número
 _____ Colonia _____ Comunidad
 Teléfono _____ Correo electrónico _____

REQUISITOS

- Solicitud de Licencia de Uso de Suelo.
- Copia de escrituras debidamente inscritas en el registro Público de la Propiedad Raíz en el Estado.
- Copia del recibo de pago de impuesto predial del año en curso.
- Carta poder simple, copias de identificación del gestor y de los testigos.
- Pago de derechos
- Copia de identificación oficial del propietario.
- Croquis de localización (Dibujo de la manzana y las calles que lo rodean)

SUPERFICIE Y COSTO DE LICENCIA DE USO DE SUELO (comercial)

De 26.00 m2 hasta 50.00 m2	\$ 1,059.00
De 51.00 m2 hasta 100.00 m2	\$ 3,060.00
De 101.00 m2 hasta 500 m2	\$ 4,639.00
Para superficies que excedan de 500.00 m2	\$ 6,937.00

TIPO DE USO SUELO SOLICITADO

_____ Comercial _____ Habitacional _____ Industrial _____ Especial _____ Mixto

_____ NOMBRE Y FIRMA DEL PROPIETARIO _____ Vo.Bo. DE INGRESO

Ilustración 22 Formato de Licencia de uso de Suelo

Anexo 5. Formato de Licencia de construcción. (Comision Nacinal de vivienda, 2001)

ESCUDO ESTATAL	<h2 style="margin: 0;">FORMATO DE LICENCIA DE CONSTRUCCIÓN</h2>	ESCUDO MUNICIPAL
Nº de solicitud : _____ Fecha: [] [] [] Nº de Licencia Otorgada : _____ Fecha: [] [] [] Vigencia del _____ de 20__ al _____ de _____ de 20__		
DATOS DEL PREDIO	DATOS DEL PROPIETARIO O POSEEDOR	
Ubicación: _____ [] [] <small>(Calle) N° Oficial C.P.</small> Colonia/Fraccionamiento: _____ Municipio y localidad: _____ Clave Catastral: _____ Boleta Predial Nº: _____ Superficie: _____ m2	Nombre: _____ <small>(Apellido Paterno) (Apellido Materno) (Nombre)</small> Domicilio: _____ [] [] <small>(Calle) (N° ext.) C.P.</small> Colonia/Fraccionamiento: _____ Municipio y localidad: _____ Teléfono(s) _____	
CARACTERÍSTICAS DE LA OBRA		
Uso del Suelo Solicitado: _____ Alineamiento: _____ ml. (Fondo) _____ ml. <small>(frente)</small>		
TIPO DE AUTORIZACIÓN SOLICITADA:		
<input type="checkbox"/> OBRA NUEVA <input type="checkbox"/> CAMBIO DE RÉGIMEN DE PROPIEDAD EN CONDOMINIO <input type="checkbox"/> MODIFICACIÓN <input type="checkbox"/> DEMOLICIÓN <input type="checkbox"/> REGULARIZACIÓN DE OBRA <input type="checkbox"/> REPARACIÓN <input type="checkbox"/> AMPLIACIÓN <input type="checkbox"/> CAMBIO DE USO DE SUELO <input type="checkbox"/> Otros: _____		
Superficie total a construir: _____ m2 Altura máxima sobre el nivel de banquetta: _____ ml. Tipología de vivienda a construir _____ Área libre: _____ m2 <small>(especificar)</small> Área de estacionamiento: _____ m2 INDICAR: Nº de cajones según proyecto ejecutivo: _____ Nº de niveles de cada Unidad: _____ Nº de viviendas en su caso: _____ Sup. Const. Por unidad: _____ m2 <i>EN CASO DE DEMOLICIÓN, INDICAR SUPERFICIE A DEMOLER _____ m2</i>		
SUPERFICIE A CONSTRUIR O DEMOLER EN SU CASO	DESCRIPCIÓN DEL SISTEMA CONSTRUCTIVO	
Nivel Superficie (m2) 1º 2º 3º 4º 5º		
DATOS DEL PERITO(S) O DIRECTOR(ES) RESPONSABLE(S) DE OBRA		
Nombre: _____ <small>Apellido Paterno Apellido Materno Nombre (s)</small> Nº de registro: _____ Tipo de registro: _____ Domicilio: _____ Colonia: _____ Teléfono: _____	Nombre: _____ <small>Apellido Paterno Apellido Materno Nombre (s)</small> Nº de registro: _____ Tipo de registro: _____ Domicilio: _____ Colonia: _____ Teléfono: _____	
AUTORIZACIONES		
USO DEL SUELO DIR. GRAL. DE OBRAS		OTROS (INBA, INAH.....)

Ilustración 23 Formato de Licencia de Construcción

PRORROGA DE LICENCIAS			
1ª solicitud	2ª solicitud	3ª solicitud	4ª solicitud
No. de autorización _____ Vigencia del ____ al ____ de 20 ____ Fecha _____	No. de autorización _____ Vigencia del ____ al ____ de 20 ____ Fecha _____	No. de autorización _____ Vigencia del ____ al ____ de 20 ____ Fecha _____	No. de autorización _____ Vigencia del ____ al ____ de 20 ____ Fecha _____
Autorizo: _____	Autorizo: _____	Autorizo: _____	Autorizo: _____
_____ firma del funcionario responsable	_____ firma del funcionario responsable	_____ firma del funcionario responsable	_____ firma del funcionario responsable

CLÁUSULAS
<p>Con fecha ____ de ____ de 20 ____, bajo protesta por parte del solicitante de decir verdad, se otorga Licencia de Construcción para Ejecución de Obra, sujetándose a lo dispuesto en los Arts. ____ del Reglamento de Construcción vigente, en los Arts. ____ del Reglamento de Zonificación, así como la legislación que rija para el mantenimiento de Monumentos Históricos en la Ciudad (Especificar legislación).</p> <p>Por lo anteriormente expuesto, en caso de incurrir en falsedad en los testimonios dados, se aplicarán sanciones de carácter pecuniario, así como la suspensión, clausura y demolición de la obra que no se sujete al reglamento.</p> <p>La ocupación de la vía pública requiere un permiso especial por separado, solicitado dentro de los ____ días siguientes a la fecha de autorización de la presente licencia, cuya vigencia es del ____ al ____ de 20 ____, el solicitante dará aviso en esta oficina del inicio, terminación o suspensión de los trabajos.</p>
EL DIRECTOR DE OBRAS PUBLICAS MUNICIPALES
c.c.p. Director de Catastro.-Ciudad c.c.p. Oficina de Inspectores.- Presentes

AVISO DE TERMINACIÓN DE OBRA
<p>Con fecha ____ de ____ de 20 ____ Se da Aviso de Terminación de la obra que ampara la presente Licencia de Construcción, manifiesto haber cumplido con el proyecto y tiempo autorizados.</p>
<p>_____ Firma del Propietario</p> <p>_____ Firma del Director Responsable de la Obra</p>

AUTORIZACIÓN DE USO Y OCUPACIÓN
<p>Se otorga la Autorización de Uso y Ocupación No. _____ con fecha ____ de ____ de 20 ____ en virtud de haberse constatado que la construcción cumple con lo autorizado en la presente Licencia Unica de Construcción.</p>
<p>Vo.Bo. de Inspección de obra _____ fecha _____</p> <p>Vo.Bo. de Revisión _____ fecha _____</p>
<p style="text-align: center;">Elaboró</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p style="text-align: center;">Nombre, Firma y Cargo</p>
<p style="text-align: center;">Autorizó</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p style="text-align: center;">Nombre, Firma y Cargo</p>

Ilustración 24 Formato de Licencia de Construcción

**ANEXO
DOCUMENTACIÓN REQUERIDA**

1.	Para obra nueva	SI	NO
1.1	Constancia de Uso de suelo, Alineamiento y Número Oficial Vigente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.2	_____ tantos del Proyecto Arquitectónico incluyendo como mínimo:		
1.3	Levantamiento topográfico del predio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.4	_____ tantos del Proyecto Ejecutivo incluyendo Planta Arquitectónicas, cortes estructurales, Planos de detalles, Detalles Arquitectónicos etc.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.5	_____ tantos del proyecto de instalaciones hidráulicas, sanitarias, eléctricas, instalaciones especiales, etc.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.7	_____ tantos de la Memoria Descriptiva del Proyecto a ejecutar (dos copias)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.8	_____ tantos del Proyecto Estructural	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.9	_____ tantos de la Memoria de cálculo (dos copias)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.10	Licencia de Uso de Suelo, en su caso	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.11	Visto Bueno del INHA o de INBA, en su caso	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.12	Copia del Registro del D.R.O.: y Corresponsables (en su caso)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.	Ampliación y/o modificación	SI	NO
2.1	Constancia de Uso de Suelo, Alineamiento y Número Oficial vigente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.2	_____ tantos del Proyecto Arquitectónico:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.3	_____ tantos del Proyecto estructural y la Memoria del Calculo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.4	Autorización de Uso y Ocupación anterior o Licencia y Planos registrados anteriormente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.5	Licencia de Uso del Suelo, en su caso	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.6	Visto Bueno del INHA o del INBA, en su caso	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.7	Copia del Registro del D.R.O.: y Corresponsables (en su caso)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.	Cambio de Uso	SI	NO
3.1	Planos del proyecto motivo de la solicitud	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.2	Licencia y Planos autorizados con anterioridad o Constancia de Acreditación de Uso del Suelo por derechos adquiridos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.3	Licencia de Uso del Suelo, en su caso	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.4	Visto Bueno del INHA o del INBA, en su caso	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.5	Copia del Registro del D.R.O.: y Corresponsables (en su caso)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.	Reparación	SI	NO
4.1	_____ tantos del Proyecto Estructural de reparación	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.2	_____ tantos de la Memoria de Cálculo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.3	Licencia de Uso del Suelo, en su caso	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.4	Visto Bueno del INHA o del INBA, en su caso	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.5	Copia del Registro del D.R.O.: y Corresponsables (en su caso)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.	Demolición	SI	NO
5.1	_____ tantos de la Memoria Descriptiva del procedimiento técnico a emplear	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.2	Programa de demolición	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.3	Visto Bueno del INHA o del INBA, en su caso	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.4	Copia del Registro del D.R.O.: y Corresponsables (en su caso)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.	Registro de Obra Ejecutada	SI	NO
6.1	Constancia de Uso del Suelo, Alineamiento y Número Oficial	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.2	Certificado de Instalación de toma de agua y conexión de albañal	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.3	Dos tantos de los Planos Arquitectónicos y de Instalaciones	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.4	Memoria Descriptiva del Proyecto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Ilustración 25 Formato de Licencia de Construcción

6.5	Dos tantos del Proyecto estructural	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.6	Dos tantos de la Memoria de Cálculo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.7	Responsiva de un Director Responsable de Obra	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.8	Licencia de Uso del Suelo, en su caso	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.9	Avalúo del Inmueble	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

7.	Cambio a Régimen de Condominio	SI	NO
7.1	Carta y copia del Registro del Director Responsable de Obra	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.2	Cuatro tantos del Proyecto Arquitectónico	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.3	Cuatro tantos del Proyecto de Instalaciones (hidráulica, eléctrica, sanitaria, otras)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.4	Constancia de Uso del Suelo, Alineamiento y Número Oficial	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.5	Boleta de Pago del Impuesto Predial del último bimestre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.6	Boleta de Pago de agua del último bimestre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.7	Copia de la Licencia y los planos autorizados anteriormente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.8	Manifestaciones de terminación de obra	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.9	Autorización de ocupación	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.10	Visto Bueno de la SECOFI, relativo a las instalaciones de gas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.11	Anuencia de inquilinos y ocupantes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

Ilustración 26 Formato de Licencia de Construcción

Anexo 6. Formato de Registro Empresarial ante el IMSS o Infonavit. (IMSS, 2001).



Instituto Mexicano del Seguro Social



INSTITUTO DE FONDO NACIONAL DE LA VIVIENDA PARA LOS TRABAJADORES

Aviso de Registro Patronal
Personas Físicas en el Régimen Obligatorio

Este formato consta de 6 secciones. Favor de llenarlo conforme al instructivo que se presenta en la sección VI (*) Datos opcionales

1. Fecha de presentación de este aviso	DD	MM	AAAA	2. Fecha a partir de la cual surte efecto este movimiento	DD	MM	AAAA
I. Datos generales del patrón o sujeto obligado							
3. Apellido paterno:		4. Apellido materno:		5. Nombre (s):			
6. Nombre Comercial:							
7. CURP				8. RFC			
I.1. Domicilio fiscal Si el patrón ya tiene uno o varios registros patronales vigentes, marque <input type="checkbox"/> y pase a la sección II 							
9. Calle:			10. Número y/o letra exterior:		11. Número y/o letra interior:		
12. Entre la calle:			13. y la calle:				
14. Colonia:			15. Localidad:				
16. Municipio o delegación:			17. Entidad federativa:			18. Código postal	
19. Teléfono fijo:			20. Teléfono fijo (*):				
21. Dirección de correo electrónico (*):							
I.2. Representante legal (*)							
22. Poder para: <input type="checkbox"/> Actos de administración <input type="checkbox"/>							
23. Apellido paterno:		24. Apellido materno:		25. Nombre (s):			
26. RFC		27. CURP					
28. Teléfono fijo:		Ext. (*):		29. Teléfono móvil (*):			
30. Dirección de correo electrónico (*):							
II. Datos del centro de trabajo por el que solicita el registro patronal							
II.1. Domicilio				Si es el mismo que el domicilio fiscal, marque <input type="checkbox"/> y pase a la sección II.2			
31. Calle:			32. Número y/o letra exterior:		33. Número y/o letra interior:		
34. Entre la calle:			35. y la calle:				
36. Colonia:			37. Localidad:				
38. Municipio o delegación:			39. Entidad federativa:			40. Código postal	
41. Teléfono fijo:			42. Teléfono fijo(*):				
43. Dirección de correo electrónico (*):							



II.2. Datos de las personas autorizadas para presentar avisos de afiliación (hasta 3)												
Persona autorizada 1												
44. Apellido paterno:				45. Apellido materno:				46. Nombre (s):				
47. RFC:				48. CURP:								
49. Teléfono fijo:				Ext. (*):				50. Teléfono móvil (*):				
51. Dirección de correo electrónico (*):												
Persona autorizada 2												
44. Apellido paterno:				45. Apellido materno:				46. Nombre (s):				
47. RFC:				48. CURP:								
49. Teléfono fijo:				Ext. (*):				50. Teléfono móvil (*):				
51. Dirección de correo electrónico (*):												
Persona autorizada 3												
44. Apellido paterno:				45. Apellido materno:				46. Nombre (s):				
47. RFC:				48. CURP:								
49. Teléfono fijo:				Ext. (*):				50. Teléfono móvil (*):				
51. Dirección de correo electrónico (*):												
III. Clasificación de la actividad económica para el registro en el Seguro de Riesgos de Trabajo, manifestada por el patrón												
52. Especificar su giro:												
53. Presta servicios de personal No <input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>												
54. Indique el número de centros de trabajo: <input type="text"/>												
55. Solicita Registro Patronal por Clase: <input type="checkbox"/>												
III.1. Clasificación conforme al Reglamento de la Ley del Seguro Social en Materia de Afiliación, Clasificación de Empresas, Recaudación y Fiscalización												
De conformidad con la información que se declara y con fundamento en los artículos 72, 73 y 75 de la Ley del Seguro Social y los artículos 1 fracción IV, 3, 18, 19, 20, 22, 23, 24, 26, 29, 30 y 196 del Reglamento de la Ley del Seguro Social en Materia de Afiliación, Clasificación de Empresas, Recaudación y Fiscalización, manifiesto que este registro patronal tiene la siguiente clasificación:												
Clasificación	Clave	Descripción										
56. División												
57. Grupo												
58. Fracción												
59. Clase de riesgo								60. Prima media del SRT				



IV. Datos de la actividad económica que declaró				
IV.1. Principales productos elaborados o servicios prestados				
IV.2. Principales materias primas y materiales utilizados				
IV.3. Maquinaria y equipos utilizados [excepto equipo de transporte]				
Número de Unidades	Nombre	Uso	No motorizados/Motorizados no automatizados/Automatizados/Otros	Capacidad o Potencia
IV.4. Equipo de transporte utilizado				
Número de Unidades	Nombre	Uso	Combustible o energía	Capacidad o Potencia
IV.5. Procesos de trabajo de la actividad del patrón o sujeto obligado.				
Procesos Iniciales (Descripción)				

Ilustración 29 Formato de registro empresarial ante IMSS/ INFONAVIT



Procesos Intermedios (Descripción)														
Procesos Finales (Descripción)														
IV.6. Personal														
No. de trabajadores	Oficio u ocupación	No. de trabajadores	Oficio u ocupación											
IV.7. Actividades complementarias a la principal														
61. Distribución o entrega de mercancías <input type="checkbox"/> Con transporte propio <input type="checkbox"/> Con transporte ajeno <input type="checkbox"/> No distribuye, ni entrega	<input type="checkbox"/>	62. Servicios de instalación, reparación o mantenimiento a terceros												
V. Firma del patrón y acuse de recibo														
V.1. Firma del patrón o de su representante legal	Acuse de recibo <small>(Para uso exclusivo del Instituto Mexicano del Seguro Social)</small>													
Declaro bajo protesta de decir verdad que los datos contenidos en este formato son ciertos Nombre y firma del patrón o de su representante legal En su caso, firma electrónica, conforme a lo establecido por el Instituto Mexicano del Seguro Social _____	Registro patronal <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; height: 20px;"> <tr> <td style="width: 15%;"></td><td style="width: 10%;"></td><td style="width: 10%;"></td><td style="width: 10%;"></td><td style="width: 10%;"></td><td style="width: 10%;"></td><td style="width: 10%;"></td><td style="width: 10%;"></td><td style="width: 10%;"></td><td style="width: 10%;"></td> </tr> </table> Delegación: Subdelegación: Matrícula del empleado que recibe el formato:											<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td style="height: 150px;"> </td></tr> </table>		
Conforme a lo establecido en el artículo 16 del Reglamento de la Ley del Seguro Social en materia de Afiliación, Clasificación de Empresas, Recaudación y Fiscalización, es obligación del patrón comunicar al Instituto, en un plazo no mayor a cinco días hábiles, cualquier circunstancia que modifique los datos proporcionados al Instituto incluyendo aquéllos que modifiquen la actividad.														

Ilustración 30 Formato de registro empresarial ante IMSS/ INFONAVIT

Anexo 7. Formato de Licencia Municipal de Funcionamiento de Negocio.
(Ayuntamiento de Morelia).



ING. MANUEL NOCETTI TIZNADO
PRESIDENTE MUNICIPAL DE MORELIA
P R E S E N T E

Folio: _____
Sección: _____

POR ESTE CONDUCTO SOLICITO SE ME AUTORIZE EL TRÁMITE DE:

1.- REVALIDACIÓN.	5.- APERTURA.
2.- SUSPENSIÓN DE ACTIVIDADES.	6.- REACTIVACION.
3.- TRASPASO, CAMBIO DE NOMBRE O RAZÓN SOCIAL.	7.- CAMBIO DE DOMICILIO.
4.- CLAUSURA O CONCLUSIÓN DE ACTIVIDADES.	8.- CAMBIO DE GIRO.

PARA OBTENER LA LICENCIA MUNICIPAL DE FUNCIONAMIENTO PARA EL PRESENTE AÑO, MISMA QUE REALIZO EN CALIDAD DE: PROPIETARIO () REPRESENTANTE LEGAL () Y PARA LO CUAL DOY LA SIGUIENTE INFORMACIÓN:

NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO: _____ No. CELULAR: _____
 NOMBRE DEL PROPIETARIO: _____
 DOMICILIO DEL ESTAB.: _____ No. EXT. _____ No. INT. _____
 COLONIA: _____ C.P. _____ TEL: _____
 ENTRE LAS CALLES DE: _____ Y _____
 LOCALIDAD: _____ NÚM. PREDIAL: _____ RFC: _____
 GIRO O ACTIVIDAD: _____ CAJONES DE ESTACIONAMIENTO: _____
 UBICACIÓN DE ESTACIONAMIENTO: _____
 GÉNERO DE LICENCIA: "A" BLANCA () "B" VERDE () "C" ROJA () N° DE LICENCIA: _____

LLENAR SOLO EN CASO DE SOLICITAR APERTURA, REACTIVACIÓN O CAMBIO DE DOMICILIO

MEDIDAS DEL ESTAB.: FRENTE _____ MTS, FONDO _____ MTS, TOTAL _____ MTS²
 SUGERENCIA DE HORARIO PARA VISITAS DE INSPECCION: DE LAS _____ A LAS _____

LLENAR SOLO EN CASO DE QUE SOLICITE ALGÚN CAMBIO

DOMICILIO NUEVO: _____ No. EXT. _____ No. INT. _____
 COLONIA: _____ LOCALIDAD: _____ C.P. _____
 ENTRE LAS CALLES DE: _____ Y _____
 NOMBRE DEL NUEVO PROPIETARIO: _____
 ACTIVIDAD QUE PRETENDE DESARROLLAR: _____

ASÍ COMO SOLICITO TAMBIÉN SE ME OTORQUE EL:

A. DICTAMEN DE USO DE SUELO.	FOLIO N° _____
B. DICTAMEN DE PROTECCIÓN AL MEDIO AMBIENTE.	FOLIO N° _____
C. VISTO BUENO DE PROTECCIÓN CIVIL.	FOLIO N° _____
D. PERMISO DE DESCARGA DE AGUAS RESIDUALES (OOAPAS).	FOLIO N° _____

DECLARO BAJO PROTESTA DE DECIR VERDAD QUE TODOS LOS DATOS ASENTADOS EN ESTE FORMATO DE SOLICITUD SON REALES Y VERDÍCOS. QUE EL ESTABLECIMIENTO FUNCIONA Y/O FUNCIONARA EN LAS CONDICIONES EN QUE ME FUESE OTORGADA LA LICENCIA MUNICIPAL DE FUNCIONAMIENTO Y QUE ME SUJETO A LAS VERIFICACIONES QUE EL H. AYUNTAMIENTO DE MORELIA CONSIDERE PERTINENTES PARA CORROBORAR LA AUTENTICIDAD DE LA INFORMACION.

MORELIA, MICHOACÁN, A _____ DE _____ DEL 201 _____.

N° DE EMPLEOS GENERADOS: _____

INVERSIÓN ESTIMADA: \$ _____

 NOMBRE Y FIRMA DEL CONTRIBUYENTE
 Y/O REPRESENTANTE LEGAL.

NOTA: EXCLUSIVAMENTE PARA LOS GIROS DEL GÉNERO "A", LA PRESENTE SOLICITUD TIENE VALIDEZ COMO LICENCIA MUNICIPAL DE FUNCIONAMIENTO, POR 6 (SEIS) MESES, A PARTIR DE LA FECHA DE SELLO DE RECIBIDO POR EL DEPARTAMENTO DE TRÁMITE Y CONTROL Y SE LE DENOMINARÁ "DECLARACIÓN DE APERTURA".

IMPORTANTE, VER REQUISITOS AL REVERSO

ÉSTA SOLICITUD ES TOTALMENTE GRATUITA SE PROHIBE SU REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL CON FINES DE LUCRO

**REQUISITOS PARA TRAMITAR LA LICENCIA MUNICIPAL DE FUNCIONAMIENTO DEL AÑO 201__,
PARA ESTABLECIMIENTOS MERCANTILES, INDUSTRIALES Y DE SERVICIO.**

<p align="center">REQUISITOS PARA EL TRÁMITE 1 "REVALIDACIÓN"</p> <p>1.- SOLICITUD ORIGINAL 2.- LICENCIA ORIGINAL Y COPIA 3.- RECIBO DE PAGO Y COPIA (GENERO "C") 4.- COPIA DE IDENTIFICACIÓN DEL PROPIETARIO Y GESTOR 5.- VISTO BUENO DE PROTECCIÓN CIVIL MUNICIPAL * 6.- DICTAMEN DE PROTECCIÓN AL MEDIO AMBIENTE *</p>	<p align="center">REQUISITOS PARA EL TRÁMITE 2 "SUSPENSIÓN DE ACTIVIDADES"</p> <p>1.- SOLICITUD ORIGINAL Y (COPIA PARA EL GENERO "C") 2.- LICENCIA ORIGINAL Y (COPIA PARA EL GENERO "C") 4.- COPIA DE IDENTIFICACIÓN DEL PROPIETARIO Y GESTOR 5.- COPIA DE LA SUSPENSIÓN DE ACTIVIDADES ANTE HACIENDA</p>
<p align="center">REQUISITOS PARA EL TRÁMITE 3 "TRASPASO"</p> <p>1.- SOLICITUD ORIGINAL (Y COPIA PARA EL GENERO "C") 2.- LICENCIA ORIGINAL (Y COPIA PARA EL GENERO "C") 3.- CESIÓN DE DERECHOS (NOTARIAL PARA EL GENERO "C") 4.- ACTA CONSTITUTIVA (SI INTERVIENEN PERSONAS MORALES) 5.- COPIA DE IDENTIFICACIÓN DE LOS INVOLUCRADOS 6.- COPIA DE ALTA DE HACIENDA DEL NUEVO CONTRIBUYENTE 7.- RECIBO DE PAGO Y COPIA (GENERO "C")</p>	<p align="center">REQUISITOS PARA EL TRÁMITE 4 "CLAUSURA O CONCLUSIÓN DE ACTIVIDADES"</p> <p>1.- SOLICITUD ORIGINAL Y COPIA 2.- LICENCIA ORIGINAL Y COPIA 3.- ESCRITO DE CONFORMIDAD DE CONCLUSIÓN O CLAUSURA FIRMADA POR EL PROPIETARIO (PARA EL GENERO "C") 4.- COPIA DE IDENTIFICACIÓN DEL PROPIETARIO Y GESTOR 5.- COPIA DE CONCLUSIÓN DE ACTIVIDADES ANTE HACIENDA</p>
<p align="center">REQUISITOS PARA LOS TRÁMITES 5, 6 Y 7 "APERTURA", "REACTIVACIÓN" O "CAMBIO DE DOMICILIO"</p> <p>1.- DICTÁMEN DE USO DE SUELO 2.- SOLICITUD ORIGINAL 3.- COPIA DE IDENTIFICACIÓN DEL PROPIETARIO Y GESTOR, O DEL REPRESENTANTE LEGAL SI ES PERSONA MORAL 4.- COPIA DE ACTA CONSTITUTIVA, EN CASO DE SER PERSONA MORAL 5.- COPIA DEL TRÁMITE CORRESPONDIENTE ANTE HACIENDA, CON LA DIRECCIÓN SOLICITADA</p> <p>6.- COPIA DEL AVISO DE FUNCIONAMIENTO A SALUBRIDAD* 7.- COPIA DEL RECIBO DEL OOPAS O NUMERO DE CONTRATO 8.- CARTA DE ANUENCIA DE VECINOS ORIGINAL Y DOS COPIAS* 9.- VISTO BUENO DE PROTECCIÓN CIVIL MUNICIPAL* 10.- DICTAMEN DE PROTECCIÓN AL MEDIO AMBIENTE* 11.- PERMISO DE DESCARGA DE AGUAS RESIDUALES* 12.- VERIFICACIÓN APROBADA DE INSPECCIÓN Y VIGILANCIA*</p>	
<p align="center">REQUISITOS PARA EL TRÁMITE 8 "CAMBIO DE GIRO"</p> <p>1.- SOLICITUD ORIGINAL Y CUATRO COPIAS 2.- LICENCIA ORIGINAL Y DOS COPIAS 3.- COPIA DE CAMBIO DE ACTIVIDADES ANTE HACIENDA 4.- COPIA DE IDENTIFICACIÓN DEL PROPIETARIO Y GESTOR 5.- COPIA DEL AVISO DE FUNCIONAMIENTO A SALUBRIDAD* 6.- CARTA DE ANUENCIA DE VECINOS ORIGINAL Y DOS COPIAS* 7.- VISTO BUENO DE PROTECCIÓN CIVIL MUNICIPAL* 8.- DICTAMEN DE PROTECCIÓN AL MEDIO AMBIENTE* 9.- PERMISO DE DESCARGA DE AGUAS RESIDUALES* 10.- VERIFICACIÓN APROBADA DE LA DIRECCIÓN DE INSPECCIÓN Y VIGILANCIA</p>	
<p align="center">* ESTOS REQUISITOS ÚNICAMENTE SE PRESENTARÁN EN AQUELLOS ESTABLECIMIENTOS QUE POR SU CONDICIÓN LO REQUIERAN, DE CONFORMIDAD CON EL CATÁLOGO DE GIROS DEL REGLAMENTO DE ESTABLECIMIENTOS MERCANTILES, INDUSTRIALES Y DE SERVICIOS.</p>	
<p align="center">PARA REALIZAR LOS TRAMITES 5, 6 Y 7, PRIMERO SE DEBERÁ SOLICITAR EL TRAMITE A "DICTAMEN DE USO DE SUELO"</p>	
<p align="center">REQUISITOS PARA EL TRÁMITE A "PERMISO DE DESCARGA DE AGUAS RESIDUALES"</p> <p>1.- COPIA DE SOLICITUD. 2.- COPIA DEL ULTIMO RECIBO DE PAGO DEL OOPAS 3.- ESTUDIO DE LABORATORIO DE ANÁLISIS DE AGUAS RESIDUALES (PARA ESTABLECIMIENTOS QUE LO REQUIERAN)</p>	<p align="center">REQUISITOS PARA EL TRÁMITE B "DICTAMEN DE PROTECCIÓN AL MEDIO AMBIENTE"</p> <p>1.- COPIA DE LA SOLICITUD 2.- REGISTRO DE SEMARNAT (PARA ESTABLECIMIENTOS QUE LO REQUIERAN)</p>
<p align="center">REQUISITOS PARA EL TRÁMITE C "VISTO BUENO DE PROTECCIÓN CIVIL"</p> <p>1.- COPIA DE LA SOLICITUD NOTA: LA DIR. DE PROTECCIÓN CIVIL LE REQUERIRA: - EXTINGUIDORES CON SEÑALAMIENTO (capacidad y cantidad de los extinguidores suficiente al tamaño del establecimiento) - BOTIQUÍN CON SEÑALAMIENTO - SEÑALAMIENTOS VARIOS DE SEGURIDAD - PLAN DE CONTINGENCIA (establecimientos con manejo de mas de 25 gentes) - VISTO BUENO DE PERITO AUTORIZADO POR LA SECRETARIA DE ENERGIA (PARA ESTABLECIMIENTOS CON TANQUE ESTACIONARIO DE GAS) O CARTA RESPONSIVA - Y OTROS DE ACUERDO AL TIPO DE GIRO</p>	<p align="center">REQUISITOS PARA EL TRÁMITE D "DICTAMEN DE USO DE SUELO"</p> <p>1.- SOLICITUD ORIGINAL Y TRES COPIAS 2.- COPIA DE IDENTIFICACIÓN DEL PROPIETARIO DEL PREDIO 3.- COPIA DE LAS ESCRITURAS 4.- COPIA DEL RECIBO DE PREDIAL DEL AÑO EN CURSO. 5.- CARTA DE ANUENCIA DE VECINOS ORIGINAL Y DOS COPIAS 6.- ANTEPROYECTO ARQUITECTÓNICO DE FUNCIONAMIENTO DEL ESTABLEC. 7.- CROQUIS DE LOCALIZACIÓN. 8.- COPIA DEL PAGO DE DERECHOS. 9.- EN CASO DE NO SER EL PROPIETARIO QUIEN LO SOLICITA, PRESENTAR CARTA PODER NOTARIADA E IDENTIFICACION</p>

CROQUIS DE LOCALIZACIÓN

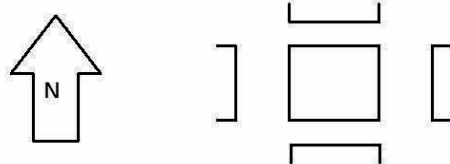



Ilustración 32 Licencia municipal del funcionamiento del negocio

Anexo 8. Formato de Permiso Publicitario de Producto o Servicio y Avisos.
(Secretaría de Salud, 1999)



**COMISION FEDERAL PARA LA PROTECCION
CONTRA RIESGOS SANITARIOS**

FORMATO AVISOS

USO EXCLUSIVO DE LA COFEPRIS

No. DE INGRESO

NO. RUPA

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

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

(a) SOLO EN LOS CASOS DE LICENCIA (BAJA DEFINITIVA, SUSPENSION TEMPORAL DE ACTIVIDADES, REINICIO DE ACTIVIDADES).
(b) SOLO EN CASO DE ALTA DE FUNCIONAMIENTO O REINICIO DE ACTIVIDADES DE FUNCIONAMIENTO O LICENCIA.

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

Ilustración 33 Permiso publicitario

4 - DATOS DEL PRODUCTO O SERVICIO																																																																														
Para llenar los campos 1 y 2 de esta sección consulte la sección 4A.																																																																														
	PRODUCTO	PRODUCTO																																																																												
1) CLASIFICACION DEL PRODUCTO O SERVICIO:																																																																														
2) ESPECIFICAR																																																																														
3) DENOMINACION ESPECIFICA DEL PRODUCTO																																																																														
4) NOMBRE (MARCA COMERCIAL) O DENOMINACION DISTINTIVA																																																																														
5) SI MAQUILA ESTE PRODUCTO, SEÑALE EL RFC Y RAZON SOCIAL DE LA EMPRESA A LA CUAL MAQUILA																																																																														
6) SI ESTE PRODUCTO ES MAQUILADO, SEÑALE EL RFC Y RAZON SOCIAL DE LA EMPRESA MAQUILADORA																																																																														
7) DENOMINACION COMUN INTERNACIONAL (DCI), DENOMINACION GENERICA O NOMBRE CIENTIFICO																																																																														
8) FORMA FARMACEUTICA O ESTADO FISICO																																																																														
9) CANTIDAD O VOLUMEN TOTAL																																																																														
10) UNIDAD DE MEDIDA																																																																														
11) TIPO DE PRODUCTO																																																																														
12) USO ESPECIFICO O PROCESO	<table border="1"> <tr> <td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>6</td><td>7</td><td>8</td><td>9</td><td>10</td><td>11</td><td>12</td><td>13</td> <td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>6</td><td>7</td><td>8</td><td>9</td><td>10</td><td>11</td><td>12</td><td>13</td> <td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>6</td><td>7</td><td>8</td><td>9</td><td>10</td><td>11</td><td>12</td><td>13</td> </tr> <tr> <td>14</td><td>15</td><td>16</td><td>17</td><td>18</td><td>19</td><td>20</td><td>21</td><td>22</td><td>23</td><td>24</td><td>25</td> <td>14</td><td>15</td><td>16</td><td>17</td><td>18</td><td>19</td><td>20</td><td>21</td><td>22</td><td>23</td><td>24</td><td>25</td> <td>14</td><td>15</td><td>16</td><td>17</td><td>18</td><td>19</td><td>20</td><td>21</td><td>22</td><td>23</td><td>24</td><td>25</td> </tr> </table>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13																																								
14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25																																											
13) CONCENTRACION DEL PRINCIPIO ACTIVO Y VALOR TOTAL EN SOLARES																																																																														
14) FECHA A REALIZAR MOVIMIENTO O FECHA DEL ULTIMO BALANCE PARA AVISO DE PREVISION DE COMPRA VENTA																																																																														
15) No. REGISTRO O AUTORIZACION SANITARIA, O CLAVE ALFANUMERICA																																																																														
16) FRASION ARANCELARIA																																																																														
17) PRESENTACION FARMACEUTICA O TIPO DE ENVASE																																																																														
18) CANTIDAD DE LOTES																																																																														
19) PRORROGA DE PLAZO PARA AGOTAR EXISTENCIAS HASTA 120 DIAS																																																																														
20) PRESENTACION DESTINADA A:	<table border="1"> <tr> <td>EXPORTACION</td><td><input type="checkbox"/></td> <td>G.I.</td><td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>SECTOR SALUD</td><td><input type="checkbox"/></td> <td></td><td></td> </tr> <tr> <td>VENTA</td><td><input type="checkbox"/></td> <td></td><td></td> </tr> </table>	EXPORTACION	<input type="checkbox"/>	G.I.	<input type="checkbox"/>	SECTOR SALUD	<input type="checkbox"/>			VENTA	<input type="checkbox"/>			<table border="1"> <tr> <td>EXPORTACION</td><td><input type="checkbox"/></td> <td>G.I.</td><td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>SECTOR SALUD</td><td><input type="checkbox"/></td> <td></td><td></td> </tr> <tr> <td>VENTA</td><td><input type="checkbox"/></td> <td></td><td></td> </tr> </table>	EXPORTACION	<input type="checkbox"/>	G.I.	<input type="checkbox"/>	SECTOR SALUD	<input type="checkbox"/>			VENTA	<input type="checkbox"/>			<table border="1"> <tr> <td>EXPORTACION</td><td><input type="checkbox"/></td> <td>G.I.</td><td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>SECTOR SALUD</td><td><input type="checkbox"/></td> <td></td><td></td> </tr> <tr> <td>VENTA</td><td><input type="checkbox"/></td> <td></td><td></td> </tr> </table>	EXPORTACION	<input type="checkbox"/>	G.I.	<input type="checkbox"/>	SECTOR SALUD	<input type="checkbox"/>			VENTA	<input type="checkbox"/>																																									
EXPORTACION	<input type="checkbox"/>	G.I.	<input type="checkbox"/>																																																																											
SECTOR SALUD	<input type="checkbox"/>																																																																													
VENTA	<input type="checkbox"/>																																																																													
EXPORTACION	<input type="checkbox"/>	G.I.	<input type="checkbox"/>																																																																											
SECTOR SALUD	<input type="checkbox"/>																																																																													
VENTA	<input type="checkbox"/>																																																																													
EXPORTACION	<input type="checkbox"/>	G.I.	<input type="checkbox"/>																																																																											
SECTOR SALUD	<input type="checkbox"/>																																																																													
VENTA	<input type="checkbox"/>																																																																													

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

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

Ilustración 34 Permiso publicitario

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

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

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

(a) SOLO CUANDO LA RAZON SOCIAL SEA NACIONAL.

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

Ilustración 35 Permiso Publicitario

8.- DATOS DE PUBLICIDAD.			
POBLACION EN GENERAL (MASIVA) <input type="checkbox"/>		PROFESIONALES DE LA SALUD <input type="checkbox"/>	
MEDIO PUBLICITARIO			
AGENCIA (Nombre o razón social)			
CALLE Y NUMERO		COLONIA	DELEGACION O MUNICIPIO
LOCALIDAD	CODIGO POSTAL		ENTIDAD FEDERATIVA
TELEFONO Y FAX	NUMERO DE PRODUCTOS	DURACION O TAMAÑO (s)	

(s) EXCEPTO PARA PROFESIONALES DE LA SALUD.

9.- INFORME ANUAL DE LA ACTIVIDAD REGULADA.		
	ESTABLECIMIENTO	ESTABLECIMIENTO
RAZON SOCIAL		
RFC		
CALLE Y NUMERO		
COLONIA		
DELEGACION O MUNICIPIO		
CODIGO POSTAL		
LOCALIDAD		
ENTIDAD FEDERATIVA		
Nº. DE ACTIVIDAD REGULADA		
SUSTANCIA		
CANTIDAD O VOLUMEN		
Nº. LICENCIA SANITARIA O INDIQUE SI PRESENTO AVISO DE FUNCIONAMIENTO.		

NOTA: PARA EL CASO DE MAS DE DOS ESTABLECIMIENTOS, REPRODUCIR ESTA HOJA, TANTAS VECES COMO SEA NECESARIO.

DECLARO BAJO PROTESTA DE DECIR VERDAD QUE CUMPLO CON LOS REQUISITOS Y NORMATIVIDAD APLICABLE, SIN QUE ME EXIMAN DE QUE LA AUTORIDAD SANITARIA VERIFIQUE SU CUMPLIMIENTO, ESTO SIN PERJUICIO DE LAS SANCIONES EN QUE PUEDO INCURRIR POR FALSEDAD DE DECLARACIONES DADAS A UNA AUTORIDAD.

LOS DATOS O ANEXOS PUEDEN CONTENER INFORMACION CONFIDENCIAL ¿ESTA DE ACUERDO EN HACERLOS PUBLICOS?

SI NO

NOMBRE Y FIRMA DEL PROPIETARIO O REPRESENTANTE LEGAL O RESPONSABLE SANITARIO O DE OPERACIÓN

PARA CUALQUIER ACLARACION, DUDA Y/O COMENTARIO CON RESPECTO A ESTE TRAMITE, SIRVASE LLAMAR AL SISTEMA DE ATENCION TELEFONICA A LA CIUDADANIA (SACTEL) A LOS TELEFONOS 5-480-2000 EN EL D.F. Y AREA METROPOLITANA, DEL INTERIOR DE LA REPUBLICA SIN COSTO PARA EL USUARIO AL 01800-0014800 O DESDE ESTADOS UNIDOS Y CANADA AL 1888-5943372, O A LOS TELEFONOS 50-80-54-40, 50-80-54-41, 50-80-54-47, 50-80-54-74 DE LA COFEPRIS, EN EL D.F. Y AREA METROPOLITANA, DEL INTERIOR DE LA REPUBLICA SIN COSTO PARA EL USUARIO AL 01-800-420-4224, Y FAX 52-07-55-21.

Anexo 9. Ilustraciones de mobiliario de áreas de servicio y uniforme del personal



Ilustración 37 Cubiertos y Loza



Ilustración 38 mobiliario de exterior y oficina



Ilustración 39 mobiliario de comedor



Ilustración 40 mobiliario de cocina



Ilustración 41 mobiliario de almacén



Ilustración 42 mobiliario de sanitarios



Ilustración 43 Uniforme de personal

Ensalada de Frutos Rojos						FOTO	
TIPO	ENTRADA	Porciones:	1.000	Personas:1			
Nombre:		Ensalada de Frutos Rojos					
Código	Ingredientes	Cantidad	Unidad	Mise en Place	Precio Unitario	Costo	
	Pera D´Anjou	0.150	kg	fileteada	\$18.00	2.7	
	Almendra	0.020	kg	fileteada	\$90.00	1.8	
	Fresa	0.100	kg	fileteada	\$13.00	1.3	
	Zarzamora	0.100	kg	entera	\$20.00	2	
	Aceite de Oliva	0.003	L		\$60.00	0.18	
	Limón	0.005	L	Jugo	\$8.00	0.04	
	Sustituto de sal	0.003	kg		\$350.00	1.05	
	Pimienta	0.002	Kg	molida	\$30.00	0.06	
	Amaranto	0.008	kg		\$26.00	0.208	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
ELABORACIÓN						Sub-total	9.338
						10%	10.2718
1	Lavar y desinfectar frutas. Filetear fresas y pera						
2	Tostar almendra fileteada					% costo	30
3	Colocar todos los ingredientes en un bowl					Costo Total	34.2393333
4	Agregar aceite de oliva, jugo de limón, sal, pimienta. Mezclar.					Costo por porción	34.2393333
5	Emplatar y acompañar con amaranto.					iva (16 %)	39.7176267
6							
7						Precio de Venta	39.7176267
8							
9							
10							
11							
12							
						VoBo.	

Tabla 9 ensalada de frutos rojos

Ensalada de Vegetales					FOTO	
TIPO	ENTRADA	Porciones:	1.000	Personas: 1		
Nombre: Ensalada de Vegetales						
Código	Ingredientes	Cantidad	Unidad	Mise en Place	Precio Unitario	Costo
	Zanahoria	0.050	kg	Julianas	\$6.00	0.3
	Jicama	0.100	kg	Julianas	\$5.00	0.5
	Pepino	0.100	kg	Julianas	\$9.00	0.9
	Jugo de limón	0.005	MI		\$8.00	0.04
	Sustituto de sal	0.003	kg		\$350.00	1.05
	Menta	0.002	Kg		\$12.00	0.024
						0
						0
						0
				x		0
				x		0
				x		0
				x		0
				x		0
				x		0
				x		0
				x		0
				x		0
				x		0
				x		0
				x		0
				x		0
ELABORACIÓN					Sub-total	2.814
					10%	3.0954
1	Lavar y pelar todos los vegetales. Cortar en julianas.					
2	Poner los vegetales en un bowl, agregar sal y jugo de limón.				% costo	30
3	Servir y acompañar con hojas de menta				Costo Total	10.318
4					Costo por porción	10.318
5					iva (16 %)	11.96888
6						
7					Precio de Venta	11.96888
8						
9						
10						
11					VoBo.	
12						

Tabla 10 Ensalada de Vegetales

Ensalada de Esparragos						FOTO	
TIPO	ENTRADA	Porciones:	1.000	Personas: 1			
Nombre:		Ensalada de Esparragos					
Código	Ingredientes	Cantidad	Unidad	Mise en Place	Precio Unitario	Costo	
	Esparragos	0.100	kg		\$70.00	7	
	Pimiento rojo	0.120	kg	troceado	\$10.00	1.2	
	Cebolla blanca	0.010	kg	troceado	\$10.00	0.1	
	Albahaca	0.003	kg	chifonade	\$10	0.03	
	Jugo de limón	0.003	MI		\$8.00	0.024	
	Aceite de Oliva	0.005	MI		\$60.00	0.3	
	Sustituto de sal	0.003	kg		\$350.00	1.05	
						0	
						0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
ELABORACIÓN					Sub-total	9.704	
					10%	10.6744	
1	Limpiar y desinfectar vegetales.						
2	Cortar pimiento y cebolla en trozos medianos.				% costo	30	
3	Cortar en chifonade la albahaca .				Costo Total	35.5813333	
4	Mezclar aceite de oliva, sal, pimienta, jugo de limón				Costo por porción	35.5813333	
5	Marinar pimientos, cebolla y esparragos en la mezcla anterior				iva (16 %)	41.2743467	
6	Asar los vegetales en la parrilla						
7	Emplatat y Servir				Precio de Venta	41.2743467	
8							
9							
10							
11					VoBo.		
12							

Tabla 11 Ensalada de Espárragos

Sopa de Betabel						FOTO		
TIPO	ENTRADA	Porciones:	1.000	Personas: 1				
Nombre:		Sopa de Betabel						
Código	Ingredientes	Cantidad	Unidad	Mise en Place	Precio Unitario	Costo		
	Betabel	0.250	kg	trozos	\$9.00	2.25		
	Cebolla blanca	0.015	kg	brunoise	\$10.00	0.15		
	Ajo	0.005	kg	brunoise	12	0.06		
	Ajonjolí	0.005	kg	tostado	\$18.00	0.09		
	Caldo de pollo	0.200	MI	desgrasado	\$10.00	2		
	Sustituto de sal	0.003	kg		\$350.00	1.05		
	Pimienta	0.003	Kg		\$30.00	0.09		
	Aceite de canola	0.007	MI		\$30.00	0.21		
						0		
				x		0		
				x		0		
				x		0		
				x		0		
				x		0		
				x		0		
				x		0		
				x		0		
				x		0		
				x		0		
				x		0		
				x		0		
				x		0		
				x		0		
				x		0		
				x		0		
				x		0		
ELABORACIÓN					Sub-total	5.9		
					10%	6.49		
1	Lavar, pelar y cortar en cubos el betabel.							
2	Cortar en brunoise cebolla y ajo.				% costo	30		
3	Saltear en aceite de oliva la cebolla y ajo, agregar betabel.				Costo Total	21.6333333		
4	Añadir caldo de pollo a la mezcla anterior y dejar cocer el betabel.				Costo por porción	21.6333333		
5	Licuar todo lo anterior, vaciar en cacerola y dejar hervir.				iva (16 %)	25.0946667		
6	Salpimentar.							
7	Emplatar y acompañar con ajonjolí tostado.				Precio de Venta	25.0946667		
8								
9								
10								
11								
12								
					VoBo.			

Tabla 12 Sopa de Betabel

Sopa de Avena con Menta						FOTO			
TIPO	ENTRADA	Porciones:	1.000	Personas: 1					
Nombre: Sopa de Avena con menta									
Código	Ingredientes	Cantidad	Unidad	Mise en Place	Precio Unitario	Costo			
	Hojuelas de Avena	0.020	kg		\$14.00	0.28			
	Caldo de pollo	0.250	MI		\$10.00	2.5			
	Cebolla blanca	0.015	kg	brunoise	\$10.00	0.15			
	Menta fresca	0.004	kg	chifonade	\$10.00	0.04			
	Aceite de canola	0.005	MI		\$30.00	0.15			
	Sustituto de sal	0.003	kg		\$350.00	1.05			
	Pimienta	0.002	Kg		\$30.00	0.06			
						0			
						0			
				x		0			
				x		0			
				x		0			
				x		0			
				x		0			
				x		0			
				x		0			
				x		0			
				x		0			
				x		0			
				x		0			
				x		0			
				x		0			
ELABORACIÓN									
					Sub-total	4.23			
					10%	4.653			
1	Saltear cebolla picada en aceite de oliva.								
2	Agregar caldo de pollo desgrasado.				% costo	30			
3	Añadir hojuelas de avena y hojas de menta fresca. Dejar cocer.				Costo Total	15.51			
4	Cuando este cocida la avena salpimentar.				Costo por porción	15.51			
5	Servir y acompañar con menta.				iva (16 %)	17.9916			
6									
7					Precio de Venta	17.9916			
8									
9									
10									
11									
12									
					VoBo.				

Tabla 13 Sopa de Avena con Menta

Caldo de Vegetales						FOTO	
TIPO	Entrada	Porciones:	1.000	Personas:1			
Nombre: Caldo de vegetales							
Código	Ingredientes	Cantidad	Unidad	Mise en Place	Precio Unitario	Costo	
	Caldo de verduras	0.200	L		\$4.00	0.8	
	Zanahoria	0.050	kg	julianas	\$6.00	0.3	
	Pimiento Rojo	0.050	kg	julianas	\$10.00	0.5	
	Chayote	0.050	kg	julianas	\$10.00	0.5	
	Garbanzo	0.030	kg	cocido	\$48.00	1.44	
	Champiñones	0.030	kg	cuartos	\$34.00	1.02	
	Apio	0.020	kg	brunoise	\$15.00	0.3	
	Laurel	0.001	Kg	seco	\$10.00	0.01	
	Cebolla	0.010	kg	brunoise	\$10.00	0.1	
	Sustituto de sal	0.003	kg	x	\$350.00	1.05	
	Pimienta	0.002	kg	x	\$30.00	0.06	
	Aguacate	0.015	kg	rodajas	\$15.00	0.225	
	Aceite de canola	0.005	L.	x	\$30.00	0.15	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
ELABORACIÓN						Sub-total	6.455
						10%	7.1005
1	Saltear cebolla en una cacerola, agregar verduras						
2	Dejar cocer un poco, añadir laurel. Mezclar					% costo	30
3	Añadir el caldo de verduras.					Costo Total	23.6683333
4	Salpimentar					Costo por porción	23.6683333
5	Servir y acompañar con rodajas de aguacate.					iva (16 %)	27.4552667
6							
7						Precio de Venta	27.4552667
8							
9							
10							
11							
12							
						VoBo.	

Tabla 14 Caldo de Vegetales

Consomé de Pollo						FOTO	
TIPO	ENTRADA	Porciones:	1.000	Personas: 1			
Nombre:		Consomé de pollo					
Código	Ingredientes	Cantidad	Unidad	Mise en Place	Precio Unitario	Costo	
	Pechuga de pollo	0.050	kg		\$40.00	2	
	Caldo de pollo	0.250	MI		\$8.00	2	
	Garbanzo	0.020	kg	cocido	\$48.00	0.96	
	Zanahoria	0.020	kg	brunoise	\$6.00	0.12	
	Cebolla	0.010	kg	brunoise	\$10.00	0.1	
	Apio	0.010	kg	brunoise	\$15.00	0.15	
	Cilantro	0.003	kg		\$10.00	0.03	
	Arroz integral	0.005	kg	cocido	\$26.00	0.13	
	Sustituto de sal	0.003	kg		\$350.00	1.05	
	Ajo	0.010	Kg	diente	\$10.00	0.1	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
ELABORACIÓN						Sub-total	6.64
						10%	7.304
1	Lavar y desinfectar vegetales						
2	Cocer pechuga de pollo en agua con cebolla y ajo					% costo	30
3	Minutos antes de estar el pollo cocido, agregar ramita de cilantro.					Costo Total	24.3466667
4	Desmenuzar pechuga de pollo					Costo por porción	24.3466667
5	Agregar al caldo garbanzos,zanahoria, arroz integral ya cocidos					iva (16 %)	28.2421333
6	Dejar hervir. Agregar sal.						
7	Servir y acompañar con apio.					Precio de Venta	28.2421333
8							
9							
10							
11						VoBo.	
12							

Tabla 15 Consomé de Pollo

Ceviche de Jícama						FOTO			
TIPO	ENTRADA	Porciones:	1.000	Personas: 1					
Nombre: Ceviche de jícama									
Código	Ingredientes	Cantidad	Unidad	Mise en Place	Precio Unitario	Costo			
	Jícama	0.150	kg	macedonia	\$5.00	0.75			
	Coco	0.060	kg	macedonia	\$15.00	0.9			
	Pepino	0.060	kg	macedonia	\$9.00	0.54			
	Limón	0.004	l	jugo	\$8.00	0.032			
	Cebolla	0.010	kg	brunoise	\$10.00	0.1			
	Cilantro	0.008	kg	chifonade	\$10.00	0.08			
	Chile serrano	0.005	Kg	brunoise	\$12.00	0.06			
	Sustituto de sal	0.003	kg		\$350.00	1.05			
						0			
				x		0			
				x		0			
				x		0			
				x		0			
				x		0			
				x		0			
				x		0			
				x		0			
				x		0			
				x		0			
				x		0			
				x		0			
				x		0			
				x		0			
ELABORACIÓN					Sub-total	3.512			
					10%	3.8632			
1	Lavar, pelar y cortar en macedonia la jícama, coco y pepino								
2	Cortar en brunoise la cebolla y chile serrano sin semilla				% costo	30			
3	Picar finamente el cilantro.				Costo Total	12.8773333			
4	Mezclar todos los ingredientes anteriores, agregar sal y jugo de limón				Costo por porción	12.8773333			
5	Servir				iva (16 %)	14.9377067			
6									
7					Precio de Venta	14.9377067			
8									
9									
10									
11					VoBo.				
12									

Tabla 16 Ceviche de Jícama

Ceviche Blanco							FOTO		
TIPO	ENTRADA	Porciones:	1.000	Personas: 1					
Nombre:		Ceviche blanco							
Código	Ingredientes	Cantidad	Unidad	Mise en Place	Precio Unitario	Costo			
	Filete de pescado crudo	0.120	kg	macedonia	\$75.00	9			
	Hierbabuena fresca	0.003	kg	chifonade	\$20.00	0.06			
	Limón	0.004	kg	jugo	\$8.00	0.032			
	Mandarina	0.004	kg	jugo	\$18.00	0.072			
	Mango petacón	0.030	kg	macedonia	\$14.00	0.42			
	Aguacate	0.030	kg	macedonia	\$15.00	0.45			
	Cebolla	0.010	kg	brunoise	\$10.00	0.1			
	Sustituto de sal	0.003	Kg		\$350.00	1.05			
	Pimienta	0.002	kg		\$30.00	0.06			
				x		0			
				x		0			
				x		0			
				x		0			
				x		0			
				x		0			
				x		0			
				x		0			
				x		0			
				x		0			
				x		0			
				x		0			
				x		0			
				x		0			
ELABORACIÓN					Sub-total	11.244			
					10%	12.3684			
1	Mezclar el filete, cebolla, hierbabuena, aguacate, mango.								
2	añadir jugo de limón y jugo de mandarina, mezclar.					% costo	30		
3	Salpimentar y servir.					Costo Total	41.228		
4						Costo por porción	41.228		
5						iva (16 %)	47.82448		
6									
7						Precio de Venta	47.82448		
8									
9									
10									
11						VoBo.			
12									

Tabla 17 Ceviche Blanco

Pechuga de pavo en salsa de Ciruela							FOTO		
TIPO	P. Fuerte	Porciones:	1.000	Personas: 1					
Nombre:		Pechuga de pavo en salsa de ciruela							
Código	Ingredientes	Cantidad	Unidad	Mise en Place	Precio Unitario	Costo			
	Pechuga de pavo sin piel	0.230	kg	rebanadas	\$90.00	20.7			
	Ciruela pasa	0.100	kg		\$19.00	1.9			
	Cebolla blanca	0.010	kg	brunoise	\$10.00	0.1			
	Caldo de pollo	0.100	ML	desgrasado	\$8.00	0.8			
	Ajo	0.005	kg	brunoise	\$10.00	0.05			
	Aceite de canola	0.005	ML		\$30.00	0.15			
	Tomillo	0.002	kg		\$10.00	0.02			
	Romero	0.002	kg		\$10.00	0.02			
	Sustituto de sal	0.003	kg		\$350.00	1.05			
	Pimienta	0.003	kg		\$30.00	0.09			
				x		0			
				x		0			
				x		0			
				x		0			
				x		0			
				x		0			
				x		0			
				x		0			
				x		0			
				x		0			
				x		0			
				x		0			
ELABORACIÓN					Sub-total	24.88			
					10%	27.368			
1	Saltar en un sartén con aceite de oliva la cebolla...								
2	agregar la pechuga de pavo, salpimentar y sellar				% costo	30			
3	Hervir caldo de pollo, añadir ciruelas y especias. Dejar cocer.				Costo Total	91.2266667			
4	Licuar las ciruelas sin hueso, caldo y especias.				Costo por porción	91.2266667			
5	Colar y agregar sal.				iva (16 %)	105.822933			
6	Emplatar la pechuga de pavo y bañar en salsa de ciruela.								
7					Precio de Venta	105.822933			
8									
9									
10									
11									
12									
					VoBo.				

Tabla 18 Pavo en salsa de Ciruela

Pechuga de Pollo en salsa de Cereza						FOTO	
TIPO	P. Fuerte	Porciones:	1.000	Personas:	1		
Nombre:	Pechuga de pollo en salsa de cereza					Precio Unitario	Costo
Código	Ingredientes	Cantidad	Unidad	Mise en Place			
	Pechuga de pollo sin piel	0.200	kg			\$40.00	8
	Cerezas	0.100	kg	sin hueso		\$50.00	5
	Caldo de pollo	0.150	l	desgrasado		\$10.00	1.5
	Ajo	0.005	kg	brunoise		\$10.00	0.05
	Cebolla	0.010	kg	brunoise		\$10.00	0.1
	Canela	0.004	kg			\$18.00	0.072
	Aceite de canola	0.005	kg			\$30.00	0.15
	Sustituto de sal	0.003	kg			\$350.00	1.05
	Pimienta	0.003	kg			\$30.00	0.09
					x		0
					x		0
					x		0
					x		0
					x		0
					x		0
					x		0
					x		0
					x		0
					x		0
					x		0
					x		0
					x		0
					x		0
					x		0
					x		0
					x		0
					x		0
					x		0
ELABORACIÓN						Sub-total	16.012
						10%	17.6132
1	Asar pechuga de pollo en la plancha, salpimentar						
2	Cocer las cerezas en el caldo de pollo...					% costo	30
3	Agregar canela y dejar cocer.					Costo Total	58.7106667
4	Licuar y colar la mezcla anterior, salpimentar					Costo por porción	58.7106667
5	Emplatar pechuga de pollo previamente asada					iva (16 %)	68.1043733
6	acompañar con salsa de cereza.						
7						Precio de Venta	68.1043733
8							
9							
10							
11							
12							
						VoBo.	

Tabla 19 Pollo en salsa de Cereza

Espagueti con Champiñones						FOTO	
TIPO	P. Fuerte	Porciones:	1.000	Personas: 1			
Nombre:		Espagueti con champiñones					
Código	Ingredientes	Cantidad	Unidad	Mise en Place	Precio Unitario	Costo	
	Espagueti integral	0.200	kg	al dente	\$25.00	5	
	Champiñones	0.030	kg	fileteado	\$34.00	1.02	
	Setas	0.030	kg	fileteado	\$30.00	0.9	
	Piñones	0.010	kg	tostados	\$35.00	0.35	
	Cebolla blanca	0.010	kg	brunoise	\$10.00	0.1	
	Ajo	0.005	kg	brunoise	\$10.00	0.05	
	Aceite de canola	0.010	MI		\$30.00	0.3	
	Sustituto de sal	0.003	kg		\$350.00	1.05	
	Pimienta	0.002	kg		\$30.00	0.06	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
ELABORACIÓN					Sub-total	8.83	
					10%	9.713	
1	Saltear cebolla, ajo, champiñones, setas y piñones en aceite de oliva						
2	Mezclar. Agregar espagueti integrar.				% costo	30	
3	Salpimentar.				Costo Total	32.376667	
4	Servir.				Costo por porción	32.376667	
5					iva (16 %)	37.5569333	
6							
7					Precio de Venta	37.5569333	
8							
9							
10							
11					VoBo.		
12							

Tabla 20 Espagueti con Champiñones

Fusilli con pechuga de Pollo						FOTO	
TIPO	P. Fuerte	Porciones:	1.000	Personas: 1			
Nombre: Fusilli con pechuga de pollo			FECHA:				
Código	Ingredientes	Cantidad	Unidad	Mise en Place	Precio Unitario	Costo	
	Pasta fusilli integral	0.200	kg	al dente	\$35.00	7	
	Pechuga de pollo sin piel	0.060	kg	tiritas	\$40.00	2.4	
	Cebolla	0.010	kg	fileteada	\$10.00	0.1	
	Ajo	0.005	kg	brunoise	\$10.00	0.05	
	Sustituto de sal	0.004	kg		\$350.00	1.4	
	Pimienta	0.003	kg		\$30.00	0.09	
	Aceite de canola	0.005	ML		\$30.00	0.15	
	Perejil	0.010	kg	chifonade	\$10.00	0.1	
						0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
ELABORACIÓN					Sub-total	11.29	
					10%	12.419	
1	Saltear en aceite de oliva la cebolla, ajo y pollo.						
2	Agregar pasta al dente y perejil.				% costo	30	
3	Salpimentar.				Costo Total	41.3966667	
4	Servir.				Costo por porción	41.3966667	
5					iva (16 %)	48.0201333	
6							
7					Precio de Venta	48.0201333	
8							
9							
10							
11							
12							
					VoBo.		

Tabla 21 Fusilli con pollo

Casuela de Pasta						FOTO	
TIPO	P. Fuerte	Porciones:	1.000	Personas: 1			
Nombre:		Casuela de pasta					
Código	Ingredientes	Cantidad	Unidad	Mise en Place	Precio Unitario	Costo	
	Pasta de conchita integral	0.150	kg	al dente	\$35.00	5.25	
	Laurel	0.001	kg		\$10.00	0.01	
	Ajo	0.004	kg	brunoise	\$10.00	0.04	
	Cebolla Blanca	0.010	kg	brunoise	\$10.00	0.1	
	Ajonjolí	0.006	kg	tostado	\$15.00	0.09	
	Pimiento verde	0.015	kg	macedonia	\$10.00	0.15	
	Pimiento rojo	0.015	kg	macedonia	\$10.00	0.15	
	Apio	0.010	kg	brunoise	\$15.00	0.15	
	Sustituto de Sal	0.003	kg		\$350.00	1.05	
	Pimienta	0.002	kg		\$30.00	0.06	
	Aceite de canola	0.010	ML		\$30.00	0.3	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
ELABORACIÓN					Sub-total	7.35	
					10%	8.085	
1	Saltear cebolla, ajo, en aceite de oliva						
2	Agregar vegetales y laurel. Mezclar.				% costo	30	
3	Añadir pasta cocida a lo anterior. Salpimentar				Costo Total	26.95	
4	Servir y agregar ajonjolí.				Costo por porción	26.95	
5					iva (16%)	31.262	
6							
7					Precio de Venta	31.262	
8							
9							
10							
11					VoBo.		
12							

Tabla 22 Cazuela de Pasta

Berenjenas Rellenas						FOTO	
TIPO	P. Fuerte	Porciones:	1.000	Personas: 1			
Nombre: Berenjenas rellenas							
Código	Ingredientes	Cantidad	Unidad	Mise en Place	Precio Unitario	Costo	
	Berenjena	0.220	kg	por mitad	\$30.00	6.6	
	Carne de soya	0.020	kg	cocida	\$12.00	0.24	
	Perejil	0.010	kg	picado	\$10.00	0.1	
	Pimiento rojo	0.020	kg	brunoise	\$10.00	0.2	
	Cebolla	0.010	kg	brunoise	\$10.00	0.1	
	Ajo	0.003	kg	brunoise	\$10.00	0.03	
	Sustituto de sal	0.004	kg		\$350.00	1.4	
	Pimienta	0.002	kg		\$30.00	0.06	
	Aceite de canola	0.005	ML		\$30.00	0.15	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
ELABORACIÓN					Sub-total	8.88	
					10%	9.768	
1	Lavar y cortar las berenjenas por mitad.						
2	Cocer las berenjenas con sal				% costo	30	
3	Ya cocidas las berenjenas, sacar el centro, picar y reservar.				Costo Total	32.56	
4	Saltear en aceite de oliva la cebolla, ajo y carne de soya. Mezclar				Costo por porción	32.56	
5	Agregar carne de berenjena reservada a la mezcla anterior.				iva (16 %)	37.7696	
6	Salpimentar.						
7	Rellenar berenjenas y terminar en horno.				Precio de Venta	37.7696	
8	Servir						
9							
10							
11							
12							
					VoBo.		

Tabla 23 Berenjenas Rellenas

Chayotes Rellenos						FOTO		
TIPO	P. Fuerte	Porciones:	1.000	Personas: 1				
Nombre:		Chayotes rellenos						
Código	Ingredientes	Cantidad	Unidad	Mise en Place	Precio Unitario	Costo		
	Chayote	0.250	kg	mitad	\$10.00	2.5		
	Arroz integral	0.025	kg	cocido	\$26.00	0.65		
	Arándano rojo	0.010	kg	picado	\$40.00	0.4		
	Setas	0.020	kg	fileteada	\$30.00	0.6		
	Cebolla blanca	0.010	kg	fileteada	\$10.00	0.1		
	Sustituto de sal	0.004	kg		\$350.00	1.4		
	Pimienta	0.002	kg		\$30.00	0.06		
	Aceite de canola	0.010	ML		\$30.00	0.3		
						0		
				x		0		
				x		0		
				x		0		
				x		0		
				x		0		
				x		0		
				x		0		
				x		0		
				x		0		
				x		0		
				x		0		
				x		0		
				x		0		
				x		0		
ELABORACIÓN					Sub-total	6.01		
					10%	6.611		
1	Pelar y cocer chayotes por mitad en vapor							
2	Quitar a los chayotes el centro y picar finamente				% costo	30		
3	Saltear cebolla, arandanos, agregar setas, centro de chayote,				Costo Total	22.0366667		
4	Mezclar y añadir arroz cocido. Salpimentar				Costo por porción	22.0366667		
5	Rellenar los chayotes con la mezcla anterior				iva (16 %)	25.5625333		
6	Terminar en horno por unos minutos.							
7	Servir y acompañar con ensalada de vegetales.				Precio de Venta	25.5625333		
8								
9								
10								
11								
12								
					VoBo.			

Tabla 24 Chayotes Rellenos

Cebollas Rellenas						FOTO	
TIPO	P. Fuerte	Porciones:	1.000	Personas: 1			
Nombre: Cebollas rellenas							
Código	Ingredientes	Cantidad	Unidad	Mise en Place	Precio Unitario	Costo	
	Cebolla Blancas	0.100	kg		\$10.00	1	
	Arroz integral	0.020	kg	cocido	\$26.00	0.52	
	Champiñones	0.020	kg	cuartos	\$34.00	0.68	
	Limón	0.004	kg	jugo	\$8.00	0.032	
	Perejil	0.005	kg	picado	\$10.00	0.05	
	Caldo de verduras	0.125	ML		\$10.00	1.25	
	Sustituto de sal	0.003	kg		\$350.00	1.05	
	Pimienta	0.003	kg		\$30.00	0.09	
	Aceite de canola	0.010	ML		\$30.00	0.3	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
ELABORACIÓN							
					Sub-total	4.972	
					10%	5.4692	
1	Cortar la cebolla por la parte del tallo, vaciarla hasta quedar delgada.						
2	Saltear en aceite de oliva champiñones, agregar perejil, jugo de limón				% costo	30	
3	Añadir el arroz, mezclar. Salpimentar.				Costo Total	18.2306667	
4	Rellenar las cebollas con la mezcla anterior.				Costo por porción	18.2306667	
5	Colocarlas en un refractario, cubrir hasta la mitad con el caldo.				iva (16 %)	21.1475733	
6	Hornear aprox. 30 min						
7	Servir				Precio de Venta	21.1475733	
8							
9							
10							
11					VoBo.		
12							

Tabla 25 Cebollas Rellenas

Filete de pescado Marinado						FOTO	
TIPO	ENTRADA	Porciones:	1.000	Personas: 1			
Nombre: Filete de pescado marinado							
Código	Ingredientes	Cantidad	Unidad	Mise en Place	Precio Unitario	Costo	
	Filete de pescado	0.250	kg		\$75.00	18.75	
	Perejil	0.010	kg	picado	\$10.00	0.1	
	Mejorana	0.010	kg	seca	\$10.00	0.1	
	Jugo de limón	0.005	ML	jugo	\$8.00	0.04	
	Clavos de Olor	0.002	kg		\$40.00	0.08	
	Ajo	0.003	kg	brunoise	\$10.00	0.03	
	Sustituto de sal	0.003	kg		\$350.00	1.05	
	Pimienta	0.003	kg		\$30.00	0.09	
	Aceite de oliva	0.010	MI		\$60.00	0.6	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
ELABORACIÓN						Sub-total	20.84
						10%	22.924
1	Mezclar en un bowl aceite,pimienta,jugo de limón,mejorana,perejil,ajo						
2	Marinar filetes en la mezcla anterior, añadir clavos de olor					% costo	30
3	Dejar reposar 2 horas.					Costo Total	76.4133333
4	Una vez marinados, cocer filetes en un sarten, salpimentar.					Costo por porción	76.4133333
5	Servir y acompañar con arroz integral.					iva (16 %)	88.6394667
6							
7						Precio de Venta	88.6394667
8							
9							
10							
11						VoBo.	
12							

Tabla 26 Filete de Pescado Marinado

Ensalada Caribeña						FOTO	
TIPO	POSTRE	Porciones:	1.000	Personas: 1			
Nombre:		ensalada caribeña					
Código	Ingredientes	Cantidad	Unidad	Mise en Place	Precio Unitario	Costo	
	Papaya	0.050	kg	macedonia	\$8.00	0.4	
	Melón	0.050	kg	macedonia	\$4.00	0.2	
	Kiwi	0.050	kg	macedonia	\$38.00	1.9	
	Naranja	0.010	kg	jugo	\$6.00	0.06	
	Limón	0.004	kg	jugo	\$8.00	0.032	
	Hojuelas de avena	0.005	kg	tostada	\$14.00	0.07	
						0	
						0	
						0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
ELABORACIÓN						Sub-total	2.662
						10%	2.9282
1	Mezclar todos los ingredientes						
2	Servir y acompañar con hojas de menta y hojuelas de avena					% costo	30
3						Costo Total	9.7606667
4						Costo por porción	9.7606667
5						iva (16 %)	11.3223733
6							
7						Precio de Venta	11.3223733
8							
9							
10							
11						VoBo.	
12							

Tabla 27 Ensalada Caribeña

Coctel de Frutas con chocolate					FOTO	
TIPO	POSTRE	Porciones:	1.000	Personas:1		
Nombre:		Coctel de frutas con chocolate				
Código	Ingredientes	Cantidad	Unidad	Mise en Place	Precio Unitario	Costo
	Té de limón	0.010	ML		\$20.00	0.2
	Fresas	0.080	kg	macedonia	\$13.00	1.04
	Zarzamoras	0.050	kg		\$20.00	1
	Melón Verde	0.050	kg	macedonia	\$4.00	0.2
	Manzana Verde	0.050	kg	macedonia	\$34.00	1.7
	Chocolate amargo	0.010	Kg	derretido	\$50.00	0.5
	Hojuelas de Avena	0.003	kg	tostada	\$14.00	0.042
	Hojuelas de cebada	0.003	kg	tostada	\$43.00	0.129
						0
				x		0
				x		0
				x		0
				x		0
				x		0
				x		0
				x		0
				x		0
				x		0
				x		0
				x		0
				x		0
				x		0
				x		0
ELABORACIÓN					Sub-total	4.811
					10%	5.2921
1	Hacer té de limón sin endulzar. Dejar enfriar.					
2	Lavar y desinfectar frutas, cortar en macedonia.				% costo	30
3	Refrigerar.				Costo Total	17.6403333
4	Servir la fruta en una copa y agregar chocolate derretido.				Costo por porción	17.6403333
5	Acompañar con hojuelas tostadas de avena y cebada.				iva (16 %)	20.4627867
6						
7					Precio de Venta	20.4627867
8						
9						
10						
11					VoBo.	
12						

Tabla 28 Frutas con Chocolate

Dulce de Papaya							FOTO	
TIPO	POSTRE	Porciones:	1.000	Personas: 1				
Nombre:		Dulce de papaya						
Código	Ingredientes	Cantidad	Unidad	Mise en Place	Precio Unitario	Costo		
	Papaya	0.100	kg	tozos	\$8.00	0.8		
	Sustituto de azúcar	0.005	kg		\$80.00	0.4		
	Canela	0.005	kg		\$18.00	0.09		
	Vainilla	0.003	ML		\$30.00	0.09		
	Clavo de olor	0.002	kg		\$40.00	0.08		
	Limón	0.005	kg		\$8.00	0.04		
	Agua	0.100	ML		\$1.50	0.15		
	Menta	0.002	kg	desinfectada	\$10.00	0.02		
						0		
				x		0		
				x		0		
				x		0		
				x		0		
				x		0		
				x		0		
				x		0		
				x		0		
				x		0		
				x		0		
				x		0		
				x		0		
ELABORACIÓN						Sub-total		1.67
						10%		1.837
1	Hervir sustituto de azúcar y canela en agua							
2	Ya hirviendo, agregar papaya.					% costo		30
3	Añadir jugo de limón, vainilla, clavos de olor.					Costo Total		6.12333333
4	Dejar a fuego bajo unos minutos.					Costo por porción		6.12333333
5	Retirar del fuego, dejar enfriar.					iva (16 %)		7.10306667
6	Servir en copa y acompañar con menta							
7						Precio de Venta		7.10306667
8								
9								
10								
11								
12								
					VoBo.			

Tabla 29 Dulce de Papaya

Manzanas Horneadas						FOTO	
TIPO	POSTRE	Porciones:	1.000	Personas: 1			
Nombre:		Manzanas Horneadas					
Código	Ingredientes	Cantidad	Unidad	Mise en Place	Precio Unitario	Costo	
	Manzanas rojas	0.180	kg	por mitad	\$30.00	5.4	
	Sustituto de azúcar	0.008	kg		\$80.00	0.64	
	Canela	0.003	kg	polvo	\$18.00	0.054	
	Almendras	0.003	kg	tostadas	\$90.00	0.27	
	Hojuelas de cebada	0.003	kg	tostadas	\$43.00	0.129	
	Margarina sin sal	0.008	kg		\$150.00	1.2	
	Menta	0.002	kg	desinfectada	\$10.00	0.02	
						0	
						0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
ELABORACIÓN							
					Sub-total	7.713	
					10%	8.4843	
1	Lavar y sacar el cetro a la manzana						
2	Mezclar canela, sustituto de azúcar, almendras picadas				% costo	30	
3	Untar a las manzanas por dentro un poco de mantequilla				Costo Total	28.281	
4	Rellenar las manzanas con la mezcla anterior.				Costo por porción	28.281	
5	Cubrirlas con papel aluminio y hornear durante 30min.				iva (16 %)	32.80596	
6	Servir y acompañar con hojuelas de cebada y hoja de menta						
7					Precio de Venta	32.80596	
8							
9							
10							
11							
12							
					VoBo.		

Tabla 30 Manzanas Horneadas

Agua de Sandia						FOTO	
TIPO	BEBIDA	Porciones:	1.000	Personas:	1		
Nombre:		Agua de sandia					
Código	Ingredientes	Cantidad	Unidad	Mise en Place	Precio Unitario	Costo	
	Sandia	0.100	kg	trozos	\$5.00	0.5	
	Agua	0.250	kg		\$1.50	0.375	
	Sustituto de azúcar	0.005	kg		\$80.00	0.4	
	Hielo	0.020	kg	cubos	\$10.00	0.2	
	Menta	0.005	kg	desinfectada	\$10.00	0.05	
						0	
						0	
						0	
						0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
ELABORACIÓN						Sub-total	1.525
						10%	1.6775
1	Pelar y cortar sandia en trozos.						
2	Lucuar con agua y sustituto de azúcar yhojas de menta.					% costo	30
3	Servir con hielo					Costo Total	5.59166667
4						Costo por porción	5.59166667
5						iva (16 %)	6.48633333
6							
7						Precio de Venta	6.48633333
8							
9							
10							
11						VoBo.	
12							

Tabla 31 Agua de Sandia

Agua de Limón con Chia							FOTO		
TIPO	BEBIDA	Porciones:	1.000	Personas:	1				
Nombre:		agua de limón con chia							
Código	Ingredientes	Cantidad	Unidad	Mise en Place	Precio Unitario	Costo			
	Limón	0.040	kg	JUGO	\$8.00	0.32			
	Chia	0.005	kg		\$45.00	0.225			
	Agua potable	0.250	ML		\$1.50	0.375			
	Sustituto de azúcar	0.005	kg		\$80.00	0.4			
	Hielo	0.020	kg	cubo	\$10.00	0.2			
						0			
						0			
						0			
						0			
						0			
					x	0			
					x	0			
					x	0			
					x	0			
					x	0			
					x	0			
					x	0			
					x	0			
					x	0			
					x	0			
					x	0			
					x	0			
					x	0			
					x	0			
ELABORACIÓN						Sub-total	1.52		
						10%	1.672		
1	Sacar jugo al limón								
2	Mezclar agua con jugo de limón y chia.					% costo	30		
3	endulzar con sustituto de azúcar.					Costo Total	5.57333333		
4	Servir con hielo					Costo por porción	5.57333333		
5						iva (16 %)	6.46506667		
6									
7						Precio de Venta	6.46506667		
8									
9									
10									
11						VoBo.			
12									

Tabla 32 Agua de limón con Chia

Agua de Avena						FOTO	
TIPO	bebida	Porciones:	1.000	Personas:	1		
Nombre:	agua de avena						
Código	Ingredientes	Cantidad	Unidad	Mise en Place	Precio Unitario	Costo	
	Avena	0.015	kg	hojuela	\$14.00	0.21	
	Agua potable	0.250	kg		\$1.00	0.25	
	Sustituto de azúcar	0.010	kg		\$80.00	0.8	
	Hielo	0.020	kg	culos	\$10.00	0.2	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
					x	0	
					x	0	
					x	0	
					x	0	
					x	0	
					x	0	
					x	0	
					x	0	
					x	0	
					x	0	
					x	0	
					x	0	
					x	0	
					x	0	
					x	0	
ELABORACIÓN						Sub-total	1.46
						10%	1.606
1	Licuar todos los ingredientes						
2	Servir					% costo	30
3						Costo Total	5.35333333
4						Costo por porción	5.35333333
5						iva (16 %)	6.20986667
6							
7						Precio de Venta	6.20986667
8							
9							
10							
11							
12							
						VoBo.	

Tabla 33 Agua de Avena

Agua de Jamaica						FOTO	
TIPO	Bebida	Porciones:	1.000	Personas: 1			
Nombre:		Agua de jamaica					
Código	Ingredientes	Cantidad	Unidad	Mise en Place	Precio Unitario	Costo	
	Jamaica	0.030	kg	hojas	\$50.00	1.5	
	Agua potable	0.250	kg		\$1.00	0.25	
	Sustituto de azúcar	0.005	kg		\$80.00	0.4	
	Hielo	0.020	kg		\$10.00	0.2	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
						0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
				x		0	
ELABORACIÓN						Sub-total	2.35
						10%	2.585
1	Poner hojas de jamaica en agua y dejar soltar color						
2	Colar y endulzar con sustituto de azúcar					% costo	30
3	servir y acompañar con hielo					Costo Total	8.6166667
4						Costo por porción	8.6166667
5						iva (16 %)	9.99533333
6							
7						Precio de Venta	9.99533333
8							
9							
10							
11						VoBo.	
12							

Tabla 34 Agua de Jamaica

Agua de Piña					FOTO		
TIPO	Bebida	Porciones:	1.000	Personas: 1			
Nombre:		agua de piña					
Código	Ingredientes	Cantidad	Unidad	Mise en Place	Precio Unitario	Costo	
	Piña	0.100	kg	trozos	\$12.00	1.2	
	Agua potable	0.250	kg		\$1.50	0.375	
	Sustituto de Azúcar	0.010	kg		\$80.00	0.8	
	Canela	0.003	kg	molido	\$18.00	0.054	
	Hielo	0.020	kg		\$10.00	0.2	
						0	
						0	
						0	
						0	
					x	0	
					x	0	
					x	0	
					x	0	
					x	0	
					x	0	
					x	0	
					x	0	
					x	0	
					x	0	
					x	0	
					x	0	
					x	0	
					x	0	
					x	0	
					x	0	
					x	0	
					x	0	
ELABORACIÓN						Sub-total	2.629
						10%	2.8919
1	Licuar todos los ingredientes.						
2	Servir.					% costo	30
3						Costo Total	9.6396667
4						Costo por porción	9.6396667
5						iva (16 %)	11.1820133
6							
7						Precio de Venta	11.1820133
8							
9							
10							
11						VoBo.	
12							

Tabla 35 Agua de Piña

Bibliografía

Ayuntamiento de Morelia. (s.f.). Recuperado el 3 de agosto de 2012, de Ayuntamiento de Morelia: <http://www.morelia.gob.mx>

Barbará, R. G. (2007). En A. R. r. Gomis de Barbará, *Historia Natural de la Diabetes Mellitus*. España: Médica Panamericana.

Borello, A. (2000). *El plan de negocios: de herramienta de evaluación de una inversión a elaboración de un plan estratégico y operativo*. México: McGraw-Hill Interamericana.

Carriedo, J. (1980). *Administración de empresas*. México: Rabasa.

Casillas, S. B. (1994). *Descripción de puestos en hoteles, restaurantes y bares*. México: Compañía editorial Continental.

Comision Nacinal de vivienda. (2001). Recuperado el 3 de agosto de 2012, de Comision Nacional de Vivienda: <http://www.conavi.gob.mx>

Creel, P. (2012). bienestar. *yo con diabetes* , 63.

Creel, P. (2012). De todo un poco. ABC. *Yo con diabetes* , 7, 25.

Federación Mexicana de Diabetes. (1987). Recuperado el 1 de agosto de 2012, de Federación Mexicana de Diabetes: <http://www.fmdiabetes.org>

Gómez, F. L. (2008). *Empresa e iniciativa emprendedora*. España: Macmillan Iberia.

Herrera, M. d. (2006). En M. d. Herrera, *Administración de comedor y bar* (págs. 9 - 10). México: trillas.

Hoffman, K. D. (2002). *Fundamentos de Marketing de los Servicios* (2a. ed.). México, D.F: CENGAGE Learning.

IMPI. (s.f.). Recuperado el FEBRERO de 2012, de www.impi.gob.mx

IMSS. (2001). Recuperado el 3 de mayo de 2012, de Instituto Mexicano del Seguro Social: www.imss.gob.mx/

IMSS. (2001). Recuperado el 3 de AGOSTO de 2012, de IMSS: <http://www.imss.gob.mx>

INEGI. (25 de MAYO de 1983). Recuperado el FEBRERO de 2012, de www.inegi.org.mx/

INSP. (2001). Recuperado el 3 de Mayo de 2012, de Instituto Nacional de Salud Pública: www.insp.mx/

- Kotler, P. (2003). *Fundamentos de Mercadotecnia*. México: pearson.
- Morales, J. S. (1989). *Economía y la empresa*. México: McGraw-Hill.
- Morales, J. S. (1989). *Economía y la Empresa*. México: McGRAW-HILL.
- Navarrete, M. L. (2006). *Introducción a las técnicas cualitativas de investigación*. España: Universidad Autónoma de Barcelona.
- Organización Mundial de la Salud*. (1997). Recuperado el 8 de Marzo de 2012, de OMS: www.who.int/es/
- Publishing, M. (2007). *El Plan de Negocio*. España: Ediciones Díaz de Santos.
- Rodríguez, J. R. (2002). *Derecho mercantil*. México: porrúa.
- Roth, R. A. (2005). La dieta y enfermedad cardiovascular. En R. A. Roth, *Nutrición y Dietoterapia* (págs. 294 - 295). México: Mc Graw-Hill/ interamericana.
- SAT. (2001). Recuperado el 16 de AGOSTO de 2012, de SAT: www.sat.gob.mx
- Secretaría de Relaciones Exteriores*. (1995). Recuperado el 3 de agosto de 2012, de Secretaría de Relaciones Exteriores: <http://www.sre.gob.mx>
- Secretaría de Salud*. (1999). Recuperado el 6 de agosto de 2012, de Secretaría de Salud: <http://www.salud.gob.mx>
- Servicio de Administración Tributaria*. (1997). Recuperado el 3 de agosto de 2012, de SAT: <http://www.sat.gob.mx>
- SIEM*. (1996). Recuperado el 13 de julio de 2012, de Sistema de Información Empresarial Mexicano: <http://www.siem.gob.mx/siem/>
- Thomas, A. R. (2008). *plan de negocios*. Mexico: Cengage Learning.
- Torre, F. d. (2006). *Administración Hotelera 2*. México: Trillas.
- Valiñas, R. F. (2007). *Manua para elaborar un plan de mercadotecnia*. México: McGraw-Hill Interamericana.
- William J. Stanton, M. J. (2007). *Fundamentos de Marketing*. México: McGraw-Hill.

Índice de Ilustraciones

<i>Ilustración 1 Segmentos de la matriz BCG</i>	57
<i>Ilustración 2 Ciclo de vida del producto</i>	62
<i>Ilustración 3 decoración de mesas</i>	67
<i>Ilustración 4 Decoración del restaurante</i>	68
<i>Ilustración 5 Razón social y eslogan</i>	69
<i>Ilustración 6 Av. Acueducto</i>	70
<i>Ilustración 7 Blvd. García de León</i>	70
<i>Ilustración 8 Organigrama de personal</i>	71
<i>Ilustración 9 pavo en ciruela</i>	72
<i>Ilustración 10 pollo en cereza</i>	72
<i>Ilustración 11 Ejemplo de esquema de restaurante</i>	87
<i>Ilustración 12 Menú del restaurante</i>	110
<i>Ilustración 13 Financiamiento</i>	128
<i>Ilustración 14 Presupuesto</i>	129
<i>Ilustración 15 Costos y Gastos esperados de la empresa</i>	130
<i>Ilustración 16 Balance Inicial</i>	131
<i>Ilustración 17 Razones Financieras de la Empresa</i>	132
<i>Ilustración 18 Análisis de sensibilidad</i>	133
<i>Ilustración 19 Formato Registro de Marca</i>	135
<i>Ilustración 20 Permiso de uso de Denominación o Razón Social</i>	136
<i>Ilustración 21 Formato de Registro Federal de Contribuyentes</i>	137
<i>Ilustración 22 Formato de Licencia de uso de Suelo</i>	138
<i>Ilustración 23 Formato de Licencia de Construcción</i>	139
<i>Ilustración 24 Formato de Licencia de Construcción</i>	140
<i>Ilustración 25 Formato de Licencia de Construcción</i>	141
<i>Ilustración 26 Formato de Licencia de Construcción</i>	142
<i>Ilustración 27 Formato de Registro empresarial ante IMSS/ INFONAVIT</i>	143
<i>Ilustración 28 Formato de registro empresarial ante IMSS/ INFONAVIT</i>	144
<i>Ilustración 29 Formato de registro empresarial ante IMSS/ INFONAVIT</i>	145
<i>Ilustración 30 Formato de registro empresarial ante IMSS/ INFONAVIT</i>	146
<i>Ilustración 31 Licencia municipal del funcionamiento del Negocio</i>	147
<i>Ilustración 32 Licencia municipal del funcionamiento del negocio</i>	148
<i>Ilustración 33 Permiso publicitario</i>	149
<i>Ilustración 34 Permiso publicitario</i>	150
<i>Ilustración 35 Permiso Publicitario</i>	151
<i>Ilustración 36 Permiso Publicitario</i>	152
<i>Ilustración 37 Cubiertos y Loza</i>	153
<i>Ilustración 38 mobiliario de exterior y oficina</i>	153
<i>Ilustración 39 mobiliario de comedor</i>	154
<i>Ilustración 40 mobiliario de cocina</i>	154
<i>Ilustración 41 mobiliario de almacén</i>	155
<i>Ilustración 42 mobiliario de sanitarios</i>	155
<i>Ilustración 43 Uniforme de personal</i>	156

Índice de Tablas

<i>Tabla 1</i> <i>Tabla de pesos aceptables (Roth, 2005)</i>	48
<i>Tabla 2</i> <i>Mobiliario y equipamiento del restaurante</i>	81
<i>Tabla 3</i> <i>Precios y rotación de los insumos del restaurante</i>	86
<i>Tabla 4</i> <i>Otros gastos de la empresa</i>	88
<i>Tabla 5</i> <i>Menú del restaurante</i>	109
<i>Tabla 6</i> <i>Proveedores del Restaurante</i>	111
<i>Tabla 7</i> <i>Resultados de los pacientes</i>	124
<i>Tabla 8</i> <i>Platillos y su utilidad</i>	127
<i>Tabla 9</i> <i>ensalada de frutos rojos</i>	157
<i>Tabla 10</i> <i>Ensalada de Vegetales</i>	158
<i>Tabla 11</i> <i>Ensalada de Espárragos</i>	159
<i>Tabla 12</i> <i>Sopa de Betabel</i>	160
<i>Tabla 13</i> <i>Sopa de Avena con Menta</i>	161
<i>Tabla 14</i> <i>Caldo de Vegetales</i>	162
<i>Tabla 15</i> <i>Consomé de Pollo</i>	163
<i>Tabla 16</i> <i>Ceviche de Jícama</i>	164
<i>Tabla 17</i> <i>Ceviche Blanco</i>	165
<i>Tabla 18</i> <i>Pavo en salsa de Ciruela</i>	166
<i>Tabla 19</i> <i>Pollo en salsa de Cereza</i>	167
<i>Tabla 20</i> <i>Espaguete con Champiñones</i>	168
<i>Tabla 21</i> <i>Fusilli con pollo</i>	169
<i>Tabla 22</i> <i>Cazuela de Pasta</i>	170
<i>Tabla 23</i> <i>Berenjenas Rellenas</i>	171
<i>Tabla 24</i> <i>Chayotes Rellenos</i>	172
<i>Tabla 25</i> <i>Cebollas Rellenas</i>	173
<i>Tabla 26</i> <i>Filete de Pescado Marinado</i>	174
<i>Tabla 27</i> <i>Ensalada Caribeña</i>	175
<i>Tabla 28</i> <i>Frutas con Chocolate</i>	176
<i>Tabla 29</i> <i>Dulce de Papaya</i>	177
<i>Tabla 30</i> <i>Manzanas Horneadas</i>	178
<i>Tabla 31</i> <i>Agua de Sandía</i>	179
<i>Tabla 32</i> <i>Agua de limón con Chia</i>	180
<i>Tabla 33</i> <i>Agua de Avena</i>	181
<i>Tabla 34</i> <i>Agua de Jamaica</i>	182
<i>Tabla 35</i> <i>Agua de Piña</i>	183
<i>Tabla 36</i> <i>Arroz Integral</i>	184
<i>Tabla 37</i> <i>Vegetales al vapor</i>	185
<i>Tabla 38</i> <i>Caldo de Verduras</i>	186
<i>Tabla 39</i> <i>Caldo de Pollo</i>	187