

REPOSITORIO ACADÉMICO DIGITAL INSTITUCIONAL

Plan de negocios: restaurante de comida tailandesa “Thai-Want” en la ciudad de Morelia

Autor: Carolina Benítez Coronado

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

Nombre del asesor:
César Armando Chávez Mendoza

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 de comida Tailandesa
“Thai-Want” en la ciudad de Morelia

TESINA

Que para obtener el título de:
LICENCIADA EN GASTRONOMÍA

PRESENTA

CAROLINA BENÍTEZ CORONADO

ASESOR

LIC. CÉSAR AMANDO CHÁVEZ MENDOZA

CLAVE: 16PSU0108E

ACUERDO: LIC100416

MORELIA, MICHOACÁN

MARZO, 2012

Tabla de contenido

Introducción.....	7
Antecedentes	8
Origen de la idea (Justificación)	9
Supuesto de investigación (Hipótesis)	11
Objetivo General.....	11
Objetivos particulares.....	11
Capítulo I El concepto “Thai-Want”	12
1.1. La importancia de emprender un negocio propio.....	12
1.2. Problemas o Retos que representa el negocio.....	12
1.3. La idea: resumen ejecutivo.....	13
1.4. Misión, visión y valores.....	14
1.4.1. Misión	14
1.4.2. Visión.....	14
1.4.3. Valores	15
1.5. El Concepto del Restaurante.....	16
1.5.1. Historia de la gastronomía Tailandesa.....	16
1.5.2. Elementos diferenciadores de Thai-Want.....	19
1.5.2.1. Servicio	20
1.5.2.2. Producto	20
1.5.2.3. Precio	20
1.5.2.4. Ubicación.....	20
1.5.3. Imagen e identidad corporativa	21
1.5.4. Menú de Thai Want	28
1.6. Distribución física y áreas funcionales	30
1.6.1 Almacén.....	30
1.6.2. Comedor y barra	30
1.6.3. Cocina	31
1.6.4 Sanitarios	31
1.6.5. Estacionamiento.....	32

Capítulo II. El estudio del mercado	33
2.1. Objetivo del estudio de mercado	33
2.1.1. Definición	33
2.1.2. Proceso.....	34
2.1.3. Funciones.....	36
2.2. Área geográfica y segmentación	37
2.2.1. Entorno demográfico	41
2.2.2. Entorno Económico	42
2.2.3. Entorno Cultural y social.....	43
2.2.4. Entorno Legal y político	44
2.2.5. Entorno Tecnológico	45
2.2.6. Medio ambiente	45
2.3. Metodología de la investigación	46
2.3.1. Diseño y procedimiento.....	46
2.3.2. Aplicación del instrumento piloto	47
2.3.3. Selección de la muestra	51
2.3.4. Diseño del cuestionario y pre-prueba	53
2.4. Análisis de la demanda	58
2.4.1. El análisis de la demanda y la toma de decisiones	58
2.4.2. Enfoques y métodos de análisis y previsión de la demanda.....	59
2.5. Análisis de la oferta de la competencia	61
2.5.3. Capacidad y ubicación de la competencia.....	61
2.6. Análisis oferta-demanda	64
2.6.1. Indicadores socioeconómicos (NSE).....	64
2.6.2. Características de los hogares e índice de Desarrollo Humano (IDH)	65
2.7. Conclusiones del estudio de mercado	65
2.7.1. Análisis del consumidor	65
2.7.2. Análisis de la competencia	66
2.7.3. Estrategias de venta	66

Capítulo III Desarrollo Humano y Organizacional	67
3.1. Factor Humano	68
3.2. Estructura	70
3.2.1. Organigrama y relaciones	70
3.2.2. Descripción y perfiles de puesto	71
3.3. Reglamento interno por área	78
3.4. Programa de capacitación por área.....	78
3.5. Horarios Gráficos.....	79
Capítulo IV Estudio Financiero	81
4.1 Datos de la Empresa	82
4.2. Financiamiento	82
4.2.1. Aportaciones de los socios y emisión de acciones	83
4.2.2. Estructura financiera	83
4.3. Presupuesto de ingresos.....	87
4.4 Presupuesto de egresos	88
Corresponde al total de egresos de dinero que tendrá la empresa durante el mismo periodo del presupuesto de ventas calculado. En él se determinan aspectos como:.....	88
4.4.1. Depreciaciones.....	88
4.4.2 Amortizaciones	93
4.4.3 Egresos de capital de trabajo	93
4.5 Punto de equilibrio.....	95
4.6. Flujo neto de efectivo	96
4.7. Nómina	96
4.8. Conclusiones del estudio financiero.....	100
CAPÍTULO V. Estudio técnico.....	101
5. 1. El Menú	101
5.2. Los Proveedores	104
5.3. Requisitos de funcionamiento	106

Conclusiones y recomendaciones del estudio.....	108
Bibliografía	109
Apéndices	113
Apéndice 1 Plano propuesto de Thai-Want.....	114
Apéndice 2 Instrumentos de recolección de datos.....	115
Apéndice 2.1 Cuestionario piloto	115
Apéndice 2.2. Cuestionario definitivo	116
Apéndice 2.3. Cédulas de entrevista.....	117
Apéndice 3 Reglamentos por área	118
Apéndice 4 Acta constitutiva de Thai-Want.....	134
Apéndice 5 Recetas estándar y costeadas del Menú Thai-Want	144
Anexos	145
Anexo 1 Programa Manejo Higiénico de los Alimentos - Distintivo H	145
Anexo 2 Distintivo M	147
Anexo 3 Requisitos para la apertura de un establecimiento de alimentos y bebidas en la ciudad de Morelia	149
Anexo 3.1. Registro Federal de Contribuyentes (RFC).....	150
Anexo 3.2. Declaración de apertura	151
Anexo 3.3. Licencia de funcionamiento	152
Anexo 3.4. Alta en el sistema de información empresarial mexicano (SIEM)	153
Anexo 3.5. Licencia Sanitaria.....	154
Anexo 3.6. Aviso de funcionamiento	155
Anexo 3.7. Licencia de anuncio	156
Anexo 3.8. Contratos individuales de trabajo.....	157
Anexo 3.9. Registro empresarial ante el INFONAVIT	158
Anexo 3.10. Inscripción en el padrón del impuesto sobre nóminas	159

Agradecimientos

Introducción

Usualmente la planeación entorno al establecimiento de un restaurante considera solamente el monto de la inversión. Elemento fundamental, pero insuficiente para emprender un negocio de cualquier tipo. De acuerdo a Carlos Durón (2008), se deben tomar en cuenta otros aspectos como el modelo de administración estratégico que se basa en crear un propósito general, una filosofía laboral y una misión empresarial; además de realizar el análisis del medio ambiente y de la organización misma. Todos ellos elementos presentes en nuestro trabajo.

Para emprender un negocio, se requiere más que de una buena idea; debe haber experiencia, preparación académica y sobre todo carácter y entrega acompañados de un buen asesor. Se requiere además del arduo trabajo de todo el personal y planeación para identificar las necesidades de nuestro mercado. Puede ser que se preste un servicio o producto igual al que ya existe en el mercado pero para marcar la diferencia debemos ofrecer una ventaja, un valor agregado (Castellanos Gaytán, 2007).

El presente trabajo, aglutina diversas áreas de estudio abordadas durante la licenciatura en gastronomía. En el capítulo I se establece el desarrollo del concepto gastronómico o idea desde la cual partimos para hacer este plan de negocios. En el capítulo II se presentan los resultados del estudio de mercado, situacionales y competencia de nuestro producto/concepto. En el capítulo III encontramos el trabajo de administración y desarrollo del talento humano, labor indispensable de un negocio dedicado a la venta y servicio de comida. En el capítulo IV desglosamos a detalle el estudio financiero indispensable para este trabajo y finalmente, en el capítulo V exponemos el estudio técnico fundamental para nuestro estudio, presentando el menú, proveedores y requisitos de funcionamiento.

Antecedentes

Un plan de negocios es una serie de actividades relacionadas entre sí para el comienzo o desarrollo de una empresa o proyecto con un sistema de planeación tendiente a alcanzar metas determinadas. El plan define las etapas de desarrollo de un proyecto de empresa y es una guía que facilita la creación o el crecimiento de la misma. Es también una carta de presentación para posibles inversionistas o para obtener financiamiento. Además, reduce la curva de aprendizaje, minimiza la incertidumbre y el riesgo del inicio o crecimiento de una empresa, facilita el análisis de la viabilidad, factibilidad técnica y económica de un proyecto (Arceo Sánchez & Román Lara, 2000).

Continuando con Carlos Durón (2006), el plan de negocios debe transmitir a los nuevos inversionistas, a los accionistas y a los financieros, los factores que harán de la empresa un éxito, la forma en la que recuperarán su inversión y en el caso de no lograr las expectativas de los socios, la fórmula para terminar la sociedad y cerrar la empresa. Es un documento que argumenta la viabilidad para emprender un negocio. Se trata de un documento dinámico, que debe de ser actualizado y renovado de acuerdo a las necesidades del momento. Asimismo, proporciona un panorama general del mercado y de los requerimientos de la nueva empresa, producto, servicio o, en su caso, de su crecimiento. El plan puede elaborarse para una empresa de reciente creación o para una que ya está operando y tiene planes de desarrollo (Fleitman, 2010).

En lo concerniente al restaurante como industria y empresa gastronómica, encontramos que se trata de un establecimiento donde se preparan y vende alimentos y bebidas para consumirse ahí mismo en el que se cobra por el servicio prestado. El término viene del latín restaurare: “recuperar o restaurar. El concepto se ha modificado hasta llegar a ser considerado una organización profesional, con recursos técnicos, humanos, materiales y financieros, que deben administrarse adecuadamente valorando la importancia de las finanzas, proyección y mercadotecnia para lograr el adecuado funcionamiento (Reay, 2003).

Muchos autores consideran que el primer Restaurante como tal, lo abre Boulanger Carpentier en 1795 en la calle de Poulies en París, donde se admitía que las personas asistieran a comer y es

hasta en 1800 donde se hace popular la idea de comer fuera de casa y comienzan a existir más establecimientos donde se vendía comida. En nuestro caso, México fue el primer país de latinoamericano que se preocupó por reglamentar el servicio de alojamiento y comida. Solicitándose en diciembre de 1525 la licencia para instalar el primer mesón en la ciudad de México, el cual llevó por nombre “vino, carne y otras necesarias” (Arceo Sánchez & Román Lara, 2000).

En la actualidad, la industria restaurantera ha crecido rápidamente y en México se ha convertido en la industria de mayor importancia, ya que ha sido fundamental para el desarrollo gastronómico y cultural del país, además de ser generadora de empleos. Esta industria genera en nuestro país 1, 350,000 empleos directos y 3, 300,000 empleos indirectos. Representa el 1.05% del PIB Nacional con un valor estimado de \$190 mil millones de pesos, y cerca del 15% del PIB Turístico (CANIRAC, 2010).

Origen de la idea (Justificación)

Con la apertura del restaurante se busca lograr la independencia financiera para tener la seguridad de un ingreso limitado pero con la opción de hacerlo crecer y la posibilidad de tomar decisiones propias, que si bien no siempre serán perfectas, si serán nuestras. Otro motivo para desarrollar un proyecto como este, es la posibilidad de generar empleos, ya que un restaurante requiere de un gran número de trabajadores directos e indirectos, contribuyendo al crecimiento de nuestro país. Finalmente, es una responsabilidad de cualquier persona que haya estudiado gastronomía, el proponer nuevos servicios y tendencias que profesionalicen el servicio de comida y brinden opciones de la mayor calidad a los clientes.

En lo referente al concepto, en los últimos años, mucha gente se ha preguntado cómo es que la comida “thai” se ha vuelto tan popular. Uno de los motivos puede ser, ante todo, la creciente preocupación por parte de los occidentales por una alimentación sana y saludable, algo de lo que los tailandeses pueden presumir “gracias al bajo nivel de colesterol y grasas en su dieta”. Ésta es indudablemente más ligera, aunque también cuenta con ciertas propiedades medicinales.

La dieta oriental está basada en unos productos básicos muy saludables: legumbres, arroz, muchas verduras, marisco y carnes blancas, reduciendo al mínimo la utilización de la carne roja y de los dulces. Para condimentar se utilizan las salsas, que además de dar sabor, dan color e imagen. No suelen ser muy fuertes ni muy espesas, para no trastocar la degustación original de los platos. Pero lo que realmente le proporciona su cualidad de “cocina sana” es la forma de cocinar, ya que se aparca el “método frito” a favor de la cocción, al vapor, guisado o salteado.

Tailandia es el resultado de la influencia de la cocina japonesa, india o malasia, además de francesa y portuguesa. Los sabores que predominan son los del coco, las salsas frutales, las hojas de lima y el cilantro. Además, como la mayoría de los países de la región, tiene como base el arroz, aunque también se emplean algunos tipos de pasta, como los fideos, y diferentes chiles y pimientos, que otorgan un sabor algo picante a sus platos. Algunas de las características que aportan para hacer de la comida tailandesa:

- Contiene pocos hidratos de carbono refinados y menos azúcares que la dieta occidental.
- Se toma menos grasa y la que se consume es más sana.
- El consumo de pescado es más alto, lo que favorece la circulación, cuida el corazón y el desarrollo del proceso digestivo.
- Posee un alto consumo de soja, proteína de origen vegetal muy beneficiosa para la salud.
- Tiene un alto consumo de frutas y vegetales frescos de cada temporada, limitando el consumo de alimentos procesados o elaborados industrialmente.
- El té verde, muy bueno para la salud, es una de las bebidas más consumidas en estos países.

Supuesto de investigación (Hipótesis)

Se afirma que en la ciudad de Morelia Michoacán, existe un mercado insatisfecho que permitirá la apertura y mantenimiento de un establecimiento de comida tailandesa.

Objetivo General

Elaborar un plan de negocios para el buen funcionamiento del Restaurante-bar “Thai-Want” con la finalidad de generar utilidades y lograr un crecimiento empresarial.

Objetivos particulares

- Establecer un concepto que satisfaga las necesidades gastronómicas del mercado al que vamos dirigidos.
- Comprobar la rentabilidad de un restaurante de comida tailandesa en Morelia Michoacán.
- Estudiar la factibilidad de proveer la materia prima para la producción de diversos platos de la gastronomía tailandesa.
- Estudiar minuciosamente el mercado para estimar la respuesta del público objetivo a una propuesta gastronómica como la nuestra.
- Desarrollar una estructura administrativa y organizacional para el correcto funcionamiento de una empresa de alimentos y bebidas.

Capítulo I El concepto “Thai-Want”

1.1. La importancia de emprender un negocio propio

Todos los emprendedores tienen sueños, que con el paso de los años se moldean siendo capaces de convertirse en sueños personales y profesionales, que a su vez se convierten en la misión de la empresa que se dirige.

Al emprender un negocio se debe creer en los sueños, tener fe en las ideas y orientarlas al éxito. No necesariamente venciendo a la competencia, sino trabajando para ser superior a ella, saber adaptarse a las situaciones y a los clientes y por último, ser tanto ambiciosos como humildes, tanto a nivel personal como empresarial. (Irizar, 2003).

1.2. Problemas o Retos que representa el negocio

Según Irizar (2003) para montar un negocio se han de reunir varias cualidades personales como tener una edad entre 20 y 50 años, poseer la fuerza mental para preparar el proyecto durante varios meses, disponer de familia y amistades que propicien y ayuden para la dedicación al trabajo, y durante la fase de lanzamiento, capacidad de sufrimiento y de querer conseguir el éxito, de acuerdo a él, la mayoría de los que se lo han propuesto lo han conseguido.

Para llegar a ser un empresario exitoso y tener una excelente empresa hay que sumar características propias de los líderes como instinto natural para saber aprovechar las oportunidades, buena capacidad de comunicación, visión estratégica del mercado, inteligencia para los negocios y capacidad de librar batallas prolongadas con los competidores sin perder la serenidad. En consecuencia, cualquier persona puede adquirir las habilidades para emprender un negocio.

1.3. La idea: resumen ejecutivo

“Thai-Want” es un restaurante que ofrece comida tailandesa ubicado en la ciudad de Morelia, Michoacán, con domicilio en: Av. Camelinas No. 324 Col. La Loma. Podemos diferenciar el restaurant de los demás en la ciudad por su tipo de comida, tipo de servicio e incluso por las instalaciones. La mayor ventaja competitiva es el producto, la comida tailandesa, debido a que en la ciudad no opera ningún otro restaurante que ofrezca este tipo de comida, así como también las instalaciones. La estrategia para lograr nuestra meta es brindar alimentos de calidad y un excelente servicio en las mejores instalaciones.¹

El restaurante tiene una capacidad para 80 personas y cuenta con un equipo de trabajo completo y profesional de cocineros, meseros y hostess, entre otros. Tiene una proyectada una inversión de un millón de pesos a recuperarse en tres años. Con la posibilidad de acelerar el retorno de inversión en base al buen desempeño estimado.

¹ De acuerdo con Irizar (2003), el plan de negocios debe contener un resumen ejecutivo en el que se incluyan el nombre del negocio, ubicación, tipo de empresa, características diferenciadoras del negocio, ventajas competitivas, estrategias, equipo de trabajo, inversión (capital propio y externo), rentabilidad, impacto ambiental y conclusiones del proyecto. De igual manera se redacta en presente a manera de incentivar la reacción de los posibles inversores.

1.4. Misión, visión y valores

La misión y visión de un restaurante son declaraciones escritas de lo que se pretende que llegue a ser el nuevo negocio en base a sus valores. Es importante contar con una misión y visión porque son las que establecen la razón de ser no solo del plan de negocios, si no del futuro del propio negocio en sí. Definen el camino que la empresa seguirá como orientador para todas las acciones posteriores.

La misión define los sueños a largo plazo del promotor y debe ser un tanto compleja para que marque siempre hacia dónde dirigirnos y trabajar constantemente para cumplirla siendo esto lo que le da sentido a la existencia del nuevo negocio.

La visión en cambio define el alcance que la empresa puede tener, lo que pretende conseguir. Debe ser exigente al igual que la misión pero alcanzable, nunca irreal. Los promotores son quienes establecen la visión en base al conocimiento que tienen del negocio y de los logros del mismo.

1.4.1. Misión

Lograr la satisfacción de nuestros clientes al ofrecerles un servicio eficiente y de calidad en un entorno agradable que les permitan disfrutar de una excelente comida tailandesa a un precio justo.

1.4.2. Visión

Posicionarnos como el restaurante líder de comida tailandesa en el estado de Michoacán a través de nuestras preparaciones y estableciendo la calidad como nuestro valor fundamental.

1.4.3. Valores

Así como conocemos a los individuos a partir de sus valores personales conocemos a una empresa a partir de sus valores organizacionales. Los valores organizacionales de una empresa se definen como la personalidad de la misma, son parte del espíritu de la organización, un fiel reflejo de su líder. Contar con los valores definidos y comunicados a los integrantes de nuestra organización nos garantiza una forma uniforme de actuar. Si los valores son conocidos por todos funcionarán como marco de referencia y nuestros colaboradores actuarán apoyados en el mismo. Toda empresa debe fomentar ciertos valores entre sus colaboradores, que contribuyan a alcanzar sus metas (Irizar, 2003).

Por lo que refiere a “Thai Want”, esta empresa se contempla como una organización con una mística de servicio, sustentada en cuatro valores fundamentales (Fig. 1) que habrán de guiar al restaurante en su quehacer institucional. Mismos que definimos a continuación:

- Eficiencia
- Calidad
- Honestidad
- Respeto

Figura 1 Valores organizacionales de Thai Want

- **Eficiencia:** Utilizar de manera correcta los recursos disponibles para alcanzar las metas.
- **Calidad:** Satisfacer, conforme a los requerimientos de cada cliente, las distintas necesidades y deseos que tienen.

- **Honestidad:** Garantizar que cualquier integrante de la empresa se va a comunicar siempre con la verdad y de forma sincera.
- **Respeto:** Siempre dar a nuestro cliente un trato amable, valorándolos a todos de igual manera.

1.5. El Concepto del Restaurante

El concepto es la piedra angular de todo modelo de negocios, particularmente en el caso de los restaurantes, este determina en buena medida el producto/servicio que se proporciona a los clientes, quienes en realidad son el objeto y la razón de toda organización (Durón García, 2008). En nuestro caso, la oferta gastronómica se encuentra centrada en la comida Tailandesa, servida en un entorno moderno, elegante y con un toque asiático que hacen del conjunto una exquisitez culinaria.

1.5.1. Historia de la gastronomía Tailandesa

Tailandia fue conocida como Siam, hasta 1994 cuando adquirió su nombre original. Según algunas teorías, los tailandeses tienen sus raíces en China cuando un gran número de expulsados se trasladaron hacia el sur, otros aseguran que fueron Tailandeses quienes emigraron a China, existiendo ya este país (Tourism Thailand, 2012).

A lo largo de su historia Tailandia tuvo muchos reyes quienes cambiaron varias veces la capital y la ubicación del país y fue en 1782 cuando el rey Phra Buda Yodfah quien trasladó la ciudad al otro lado del río para llevarla a su ubicación actual, Bangkok. La capital no ha cambiado desde entonces y Bangkok se ha convertido en un destino turístico muy popular para los turistas de todo el mundo.

Recientemente Tailandia ha sido también un miembro activo de la Asociación de Países del Sudeste Asiático, particularmente después de la restauración de la democracia en 1992. El 19 de septiembre de 2006 los militares del país dieron un golpe de estado contra el gobierno del país

para deponer del cargo al primer ministro corrupto. Con apoyo del rey comenzaron un proceso que derivó en un gobierno provisional y en la elaboración de una nueva constitución, con fecha de entrega en octubre de 2007.

Todo el país de Tailandia es un territorio de aromas y sabores. La riqueza de ingredientes, la creatividad gastronómica, la delicadeza en la presentación de los platos y la bondad de salsas y aderezos, hacen de la cocina tailandesa una de las más ricas de todo oriente. La base de su gastronomía son el arroz y las salsas, que en muchos casos forman el punto más significativo de su cocina (Fig. 2).



Figura 2 Tailandia es un país de bellos paisajes y de gran riqueza culinaria

Por ejemplo, podemos citar el caso de la salsa de pescado *nam pla*, cuyo fuerte sabor sustituye a la sal. Otras salsas son utilizadas para resaltar o equilibrar los complejos sabores de las recetas. Al igual que en toda la cocina asiática, el arroz nunca falta en las comidas, este se prepara de di-

versas formas: hervido, frito o en sopa y suele acompañar a los guisos a manera de alimento base en un pequeño cuenco de bambú (Carnero, 2008).

Un ejemplo destacado del desarrollo de la comida tailandesa, lo podemos encontrar en el desayuno *khowtom*, una comida de influencia China que generalmente se compone de arroz con pollo, cerdo, camarones y ajo, acompañado de huevo frito y pepinillos (Fig. 3). De igual manera, esta influencia se ve reflejada en la comida, que suele ser más ligera y por lo general consiste en arroz frito, tallarines y vegetales. La comida más importante es la cena ya que en ella se concentran cantidad, variedad y sabor. Se compone de arroz, sopa, pescado o pollo, ensalada, hortalizas, salsas, postre o frutas (País 24, 2010).



Figura 3 El Khowtom evidencia la influencia de China en la gastronomía de Tailandia

Se puede definir a la cocina tailandesa entre salada y amarga, o bien entre picante y agri dulce, además de ser muy aromática. La primera vez que se prueba puede resultar demasiado especiada debido a que utilizan mucho el curry y el cilantro. La mayor ventaja de la comida tailandesa es que además de ser exquisita es muy saludable, con bajos niveles de colesterol y casi sin grasa.

Usan además hierbas y especias con ciertas propiedades medicinales. La cocina tailandesa se ha vuelto tan popular debido a que las personas alrededor del mundo se preocupan mucho por tener una alimentación sana y saludable (El Gran Chef, 2007).

La cocción típica de la comida tailandesa es en cuencos de barro y *woks* donde hierven los alimentos y los cocinan al vapor. Normalmente las carnes, pescados y mariscos se asan, para después combinarlas con salsas de sabores elaboradas con especias aromáticas. Las ensaladas contienen una gran variedad de frutas y verduras, carne o camarones y están aliñadas con vinagretas que apenas contienen grasas, por lo cual son muy saludables.

En Tailandia existen dos tipos de arroz, el primero es un arroz delicado, de grano largo el cual es usado en todas las comidas, de color muy blanco, suave y sedoso, al cocinarlo el grano se separa entre sí. En el norte de Tailandia es preferido el arroz glutinoso con mucho almidón, motivo por el cual al cocinarlo el grano de arroz queda pegado entre sí.

1.5.2. Elementos diferenciadores de Thai-Want

Toda empresa se enfrenta a la competencia, por ello, es necesario definir los elementos que nos diferencian dando a conocer las ventajas de nuestro producto o servicio y dando a los clientes motivos por los cuales deben visitar nuestro restaurant. En el caso de la industria restaurantera los principales elementos que nos diferencian son el menú, la ubicación, el precio y la calidad del servicio que ofrecemos (Durón García, 2006).

Para fines prácticos, los elementos diferenciadores del restaurant Thai-Want, se presentan a manera de las cuatro grandes variables de mercadotecnia, entendiendo que cada una de ellas es un vistazo introductorio a los elementos que se desarrollaran a lo largo de todo el documento.

1.5.2.1. Servicio

Entendemos por servicio a toda aquella actividad identificable, intangible, objeto principal de una operación que se concibe para proporcionar la satisfacción de necesidad de los consumidores (Hernández Bravo, 2008).

1.5.2.2. Producto

Un producto es cualquier cosa que se puede ofrecer en un mercado para su atención, adquisición, uso o consumo y que podría satisfacer un deseo o una necesidad. El concepto no está limitado a objetos físicos, sino que también incluyen servicios, lugares, ideas y personas (Kotler & Armsrong, 2008). En el caso de Thai-Want nuestro producto es el menú, diseñado para satisfacer las necesidades y deseos de nuestro mercado combinando los platillos con el excelente ambiente, las inigualables instalaciones y la mejor calidad en servicio por parte de todo el equipo de colaboradores.

1.5.2.3. Precio

El precio es la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar un producto o servicio (Kotler & Armsrong, 2008). Thai-Want ofrece el precio más justo a los consumidores por el producto y servicio que reciben. El precio en promedio que se maneja es de \$150.00 por persona por platillo.

1.5.2.4. Ubicación

La ubicación determina la adquisición de nuestro producto o servicio, por ello, es conveniente estar bien ubicados dentro de la zona donde vamos a operar. En el caso de Thai-want que opera en la ciudad de Morelia, Michoacán y que va dirigido a un mercado de adultos jóvenes surgió la necesidad de establecerlo en la Av. Camelinas #2089 Col. Debido a que es una de las zonas más transitadas en la ciudad y existe un gran número de establecimientos restauranteros.

1.5.3. Imagen e identidad corporativa

La identidad corporativa es la expresión de la personalidad de una empresa; la define visualmente y la diferencia de las demás. A través de la identidad corporativa, la organización puede transmitir al público su carácter, esencia y valores fundamentales. Se define como las normas básicas de construcción y desarrollo de los signos gráficos escogidos por la compañía para mostrar su imagen, así como todas sus posibles variaciones: forma, color, tamaño, etc. Se muestran también las normas prohibitivas de sus aplicaciones.



Figura 4 Logotipo de Thai-Want

La imagen en nuestro caso remite a un elemento aglutinador de diferentes áreas de trabajo, constituyéndose en un recurso estético y proyectual que incentiva el sentido de pertenencia y disfrute, por medio de aplicaciones de carácter estético. A continuación se listan y explican brevemente dichos elementos.

1.5.3.1. Ambientación

“Estilo Oriental”. Interpretación exótica y personal de esta cultura milenaria, con la simplicidad que aportan su sabiduría y filosofía. Colores, objetos, murales y adornos que remiten en todo momento su estética y costumbres. Contraste de texturas (piedra, madera), objetos místicos (fuentes, velas) y la presencia de la naturaleza (agua, flores) en un total equilibrio.

1.5.3.2. Decoración

La primera impresión es la que más cuenta; Thai-Want es un lugar pequeño para 80 personas máximo donde se pueda disfrutar el ambiente oriental en su totalidad, con pisos de madera, paredes de color rojo, negro y blanco y arte en flores orientales pintadas (Fig. 5). La decoración hace sentir al cliente en un ambiente natural y relajado utilizando flores frescas al centro de las mesas, fuentes pequeñas, música instrumental oriental y ventilación adecuada para el servicio francés, que son los cocineros en plancha donde se cuenta con barra para los comensales. El resto de mesas serán bajas para 2 y 4 comensales con bancos bajos.

Los colores son de excepcional importancia en los restaurantes, ya que las dimensiones de algunos pueden resultar abrumadoras y la influencia de los colores mucho mayor. Los colores en estas circunstancias, no sólo son relevantes en el contexto de la iluminación, sino también porque su aspecto emotivo es mayor en un ambiente donde los usuarios suelen estar relajados (Jacobo, 2009).



Figura 5 Distribución y mobiliario.

1.5.3.3. Iluminación

La iluminación ocupa un rol protagónico en la decoración. El buen equilibrio entre tipo y cantidad de luz que recibe un espacio, permite transformar el modo en que éste se percibe y realzar o atenuar sus efectos decorativos. Con una buena planificación, elección de materiales y distribución, se puede cambiar el aspecto y la atmósfera. Por el contrario, un mal uso de la iluminación puede arruinar una buena idea decorativa.

La base de toda iluminación es la luz. La naturaleza nos da un foco de luz utilizable que es el sol, pero esta luz no es suficiente, ya que nuestra vida social se desarrolla también durante horas en las que, al ponerse el sol, desaparece la luz natural, siendo necesario valernos de sistemas de luz artificial.

La principal función de la luz en el área de comedor del restaurante es iluminar la mesa. Como norma general la luz debe ser clara pero sin que moleste a los ojos ni produzca sombras sobre los comensales o los alimentos. No se deben utilizar lámparas muy bajas con luces que irradien mucho calor, que alteren los alimentos o moleste a los comensales. El brillo excesivo también es molesto para la vista. Una buena iluminación de comedor es aquella que permite realzar el color y la textura de los alimentos, y el buen aspecto y apariencia de los comensales, es muy importante que exista una coherencia entre mesa y lámpara.

Es aconsejable disponer de dos sistemas de iluminación o una iluminación segmentada mediante sistemas de sectorización y programación que permita un esquema diurno, dinámico y más profesional, y otro más delicado y suave para la intimidad de la cena... Es aconsejable disponer de dos sistemas de iluminación o una iluminación segmentada mediante sistemas de sectorización y programación que permita un esquema diurno, dinámico y más profesional, y otro más delicado y suave para la intimidad de la cena... La iluminación cenital, es decir, aquella limitada al techo, tiene como ventaja la facilidad de su concepto e instalación, ya que calcular la iluminancia general partiendo de un solo plano es una operación sencilla y, si se considera una iluminación puntual, la instalación de una luminaria por mesa (Jacobo, 2009).

Por otra parte, el sistema de iluminación ideal para cocinas será aquel que pueda integrar luz general con luces puntuales. Se necesita una luz general que nos permita desplazarnos y ver sin problemas en estantes y cajones. Pero también será de suma importancia la luz puntual que se dispondrá sobre las diferentes áreas de trabajo. Cada área (preparación de alimentos, cocción, comedor, etc.) tendrá su iluminación sectorizada. La luz general será clara y se debe evitar las sombras.

La mejor opción de iluminación general en cocinas es la luz de centro. La luz puntual vendrá generalmente de arriba, de lámparas colgantes. Las lámparas colgantes serán de luz clara y estarán a una altura que permita una buena iluminación sin sombras ni resplandores. Principalmente en zonas de trabajo es importante hacer un buen aprovechamiento de la luz natural.

La buena orientación de las ventanas y la distribución de las áreas de trabajo son factores determinantes en el uso de luz natural. Evite que las ventanas por donde ingresa la luz queden detrás del área de trabajo. Esta situación proyectará sombras y nos obligará a utilizar frecuentemente luz artificial. La mejor distribución de las áreas de trabajo con respecto a la luz natural será siempre debajo de una ventana (Estilo Ambientación, 2010).

1.5.3.4. Música

La música en un restaurante es un elemento del marketing y la psicología que va adquiriendo mayor relevancia en crear un ambiente que influya en el comportamiento del consumidor. Los objetos y la manera de presentación de los platos o del producto terminado llaman la atención del cliente al igual que la ambientación del lugar donde se encuentra.

En el caso de la música todo es cuestión de psicología, es decir dependiendo del mensaje que se le quiera dar al cliente se pone un estilo o tipo de música. Si en un restaurante se pone el volumen de la música muy elevado y los colores de ambientación son tonalidades muy encendidas la gente

consume y se va, esto se debe al efecto subliminal que tiene la combinación de estos elementos que buscan una mayor rotación de clientes.

En cambio en un restaurante con colores menos intensos y música calmada, con volumen bajo, buscan crear un ambiente tranquilo y relajado donde el cliente disfruta sin apuro su estancia en el restaurante (Pozo, 2008).

1.5.3.5. La Cocina

Por tratarse del área que concentra la mayor parte de las actividades de trabajo en el restaurante y el proceso de producción de alimentos, el diseño y la distribución de la cocina merecen una atención especial. Integrando un diseño funcional sujeto a las posibilidades reales del espacio disponible.

El principal desafío dentro del diseño y la decoración de cocinas, es resolver adecuadamente su distribución para tener acceso rápido a todas y cada una de las áreas y elementos principales, logrando así un buen desplazamiento dentro del ambiente y en cada una de las actividades que se vayan a desarrollar (Estilo Ambientación, 2010).

La cocina de Thai-Want incluye una separación operativa funcional que contempla cinco grandes zonas de trabajo: 1) área de preparación de alimentos, 2) Zona de cocción, 3) zona de lavado, Zona de almacenamiento de los insumos y 5) zona de almacenamiento de utensilios y vajilla.

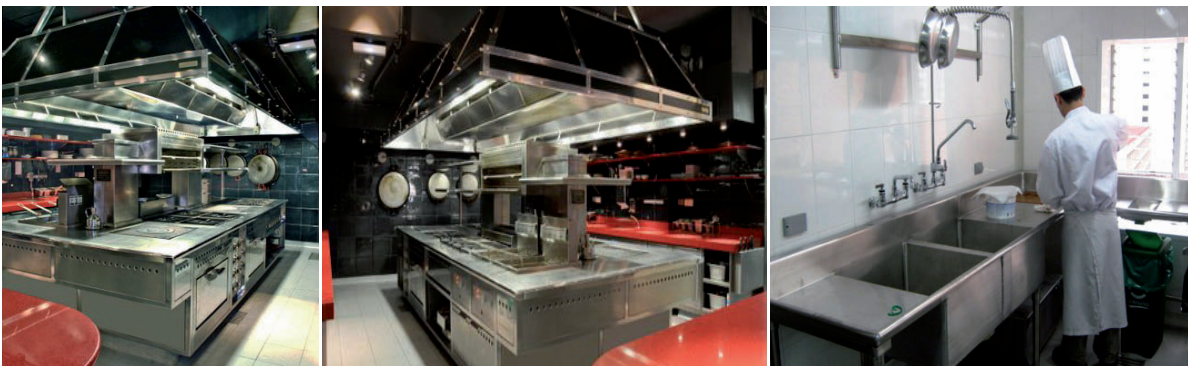


Figura 6 Cocina industrial propuesta para Thai-Want

El área de preparación es el punto inicial de trabajo de la cocina y se encuentra presente a manera de una isla central que aporta un lugar independiente para la preparación de alimentos. La zona de cocción es punto intermedio trabajo para la elaboración de los platillos. Esta requiere un sistema de extracción para eliminar el vapor y los olores generados durante la cocción. Anexo al área de preparación, se incluirá una apartado dedicado al lavado de loza y vajilla.

Finalmente se organizará junto al área de preparación de alimentos, un almacén para los insumos, dividiendo claramente las áreas secas, del frigorífico y el congelador, así como la integración de un apartado para el almacenamiento de utensilios y vajilla.

Aunado a los aspectos estéticos del diseño, se integrarán los aspectos recomendados por el Programa de Manejo Higiénico de los Alimentos promovido por la Secretaría de Turismo, conocido como Distintivo H, mismo que se puede consultar en el anexo 1.

1.5.3.6. Apariencia del Personal

Una buena imagen da confianza a los clientes. Un trato cordial y amable, una actitud profesional, unas instalaciones cuidadas y modernas y sobre todo el aspecto del equipo de colaboradores. La primera impresión la da la hostess, quien recibe a los comensales, los lleva a su mesa y les hace llegar el menú, en segundo lugar están los meseros quienes toman la orden, llevan los alimentos y bebidas y la cuenta. La idea es que todas las personas que están a la vista de los comensales deben tener la mejor apariencia posible para dejar buena impresión en los comensales.

Acorde a la recomendaciones emitidas por la Secretaría de Turismo de nuestro país, se implementará una reglamentación basada en el distintivo H (Ver anexo 1). Incluyendo en nuestro caso el uso de uniformes de cocina y de servicio como los que se muestran a continuación.

Cocina. Filipina cruzada manga tres cuartos, color blanco con estampado negro y bordes negros, pantalón negro de cocina, zapatos antiderrapante, gorro negro con letras orientales y mandil largo, negro semiabierto (Fig. 7).



Filipina
Figura 7 Uniforme de cocina para el chef

Cocineros: Filipina cruzada de manga tres cuartos, color guinda con bordes negros, pantalón negro de cocina, mandil a la rodilla de color negro, zapatos antiderrapantes negros y gorro mediano plisado de color guinda.



Filipina
Figura 8 Uniforme de cocinero en plancha

Servicio: En el caso de las mujeres, blusa de algodón de color rosa con bordes guinda, pantalón de vestir color guinda, mandil corto de color guinda con bordado dorado y zapatos antiderrapantes de color blanco. Para los hombres, pantalón de vestir de color rosa y blusa de algodón de color guinda, mandil corto de color guinda con bordado dorado y zapatos antiderrapantes de color blanco.



Uniforme de servicio



Blusa



Pantalón



Mandil



Zapato

Figura 9 Uniforme de servicio mujeres y hombres

1.5.4. Menú de Thai Want

El menú es el ejemplo más claro de la comunicación en un Restaurant ya que hacemos saber a los clientes lo que ofrecemos y ellos nos dejan saber sus gustos y preferencias en base a lo que consumen. El menú cuenta con dos sentidos: 1) Denominativo (descripción de los platillos) y 2) Connotativo (Interpretación que da el cliente).

Debe ser bien elaborado para que cumpla sus objetivos, ordenando los platillos para que a la vista se puedan ver las especialidades o lo que deseamos vender más. El diseño debe ser acorde al restaurant tomando en cuenta la decoración y todo lo que implica apariencia física. Un aspecto importante del menú es que no necesariamente debe ser elegante o usar palabras refinadas o muy rebuscadas; los clientes buscan seguridad y confianza a la hora de visitar un establecimiento y muchas veces puede ser incomodo no entender ciertos conceptos.

Es buena idea colocar fotos de los platillos principales, bebidas y especialidades ya que con la imagen impresa se puede antojar más que solo leyendo la descripción del platillo. El tipo de letra debe ser legible y de un tamaño más o menos grande para que cualquier persona pueda leerla sin dificultad. En nuestro caso, el menú integra una sencilla combinación de colores negro y rojo en un fondo blanco, recordando el estándar en la industria de comida por lo que refiere a los alimentos de corte oriental japonés (Fig. 10).



THAI-WANT
restaurant

THAI-WANT
restaurant

Av. Camelinas #324
Tel: 443 410 6485
www.thaiwant.com

ENTRADAS

Onion Tempura: \$49.00
*Aros de cebolla tempurizados.

Tong Tong: \$48.00
*Crujientes saquitos de pasta phyllo rellenos de camarón y vegetales, acompañados de salsa de melocotón.

Spicy Thai Rice: \$30.00
*Arroz cocinado al vapor con un toque picante y especiado.

ENSALADAS

Chicken Thai Salad: \$91.00
*Cama de lechugas italiana y sangría, pechuga de pollo a la parilla, vegetales y crujientes tiras de pasta phyllo aderezada con salsa picante.

Fruit Salad (Solo en temporada): \$47.00
*Lechuga sangría, mango, aguacate, fresa y mandarina bañada con aderezo de lychee.

Mango & Shrimp: \$105.00
*Cama de lechuga italiana, camarones, mango, y aguacate bañada con vinagreta de chiles.

PLATOS FUERTES

Chicken Pad Thai: (Clásico) \$82.00
*Noodles salteados con vegetales, pollo y salsa thai.

Vegetarian Pad Thai: (Clásico) \$55.00
*Noodles salteados con vegetales y salsa thai.

Mango Pad Thai: (Clásico) \$165.00
*Lomo de res salteado con vegetales y salsa de mango picante.

Lime & Mango Pad Thai: (Clásico) \$137.00
*Lomo de res marinado en jengibre, limón yajo, salteado con vegetales.

Chicken & Beef Satay: \$103.00
*Brochetas de res y pollo con pimientos y cebolla, cocinadas al grill y acompañadas de salsa de cacahuete picante.

Curry Beef: \$166.00
*Filete de res estofado con salsa de curry acompañado de guarnición de arroz al vapor.

Khao Mangal: (Light) \$95.00
*Pechuag de pollo sazonada y cocinada al vapor acompañado de guarnición de vegetales al vapor.

Pineapple Chicken: \$175.00
*Pollo estofado con leche de coco, piña y vegetales acompañado de guarnición de arroz al vapor.

PESCADOS Y MARISCOS

Shrimp Pad Thai: (Clásico) \$127.00
*Noodles salteados con vegetales, camarón y salsa thai.

Manau Shrimps: \$164.00
*Brochetas de camarón y piña bañadas con salsa de melocotón.

Squid Thai: \$126.00
*Aros de calamar salteados con chile, ajo y cebolla, sazonados con salsa de pescado y salsa thai.

Corvina Salvaje: \$190.00
*Filete de corvina cocinado al horno acompañado de guarnición de vegetales al horno.

BEBIDAS

Green Tea Honey Ginseng: \$36.00
*Té verde con ginseng endulzado con miel natural de abeja.

Green Tea Mandarin: \$36.00
*Té verde con jugo de mandarina.

Green Tea Pomegranate: (Antioxidante) \$36.00
*Té verde con jugo de granada.

Frozen Limonades \$34.00
*Fresa, mango, zarzamora, kiwi.

Refresco \$32.00
*Coca-cola, coca-cola light, fanta, fresca, manzana lift.

Cerveza \$37.00
*Modelo especial, negra modelo, corona light, corona clara y victoria

Limonada \$32.00
Naranja \$32.00
Agua natural embotellada (Ciel) \$25.00
Bud light \$42.00
Bud weiser \$42.00

*Refrescos y té helado incluyen refill en la compra de un platillo principal.

Figura 10 Menú de Thai-Want

1.6. Distribución física y áreas funcionales

1.6.1 Almacén.

Almacenamiento: Se contarán con 3 tipos de almacén (alimentos, equipo y limpieza).

- **Almacén de alimentos:** Secos no perecederos se almacenarán en alacenas y estantes, acomodados en frascos y contenedores que nos permitan identificar los ingredientes. Fríos en refrigerador (ubicada cerca de la zona de preparación; el tamaño dependerá del menú que manejemos) y congelador (almacenar carnes, pescados y mariscos a temperaturas necesarias).
- **Utensilios:** Cerca del área de preparación de alimentos y clasificados en cristalería y loza (cantidad de comensales x 1.5 que refiere al equipo que debe estar en servicio), cubertería (cantidad de comensales x2) y equipo de preparación de alimentos.
- **Limpieza:** A un costado de los baños del personal se ubicará una zona para almacenamiento de equipo de limpieza (escobas, trapeadores, cubetas, jabón, etc.).

1.6.2. Comedor y barra

La barra ubicada en el área de comedor es visible a los comensales con la medida de un metro de la parte posterior a la contrabarra. Se debe tomar en cuenta la disposición de todo lo necesario para el barman contando con una gaveta en el fondo para acomodar cristalería y botellas. Es importante contar con agua corriente fría y caliente para el lavado de loza. La electricidad es necesaria para suministrar un funcionamiento efectivo de licuadoras, entre otros aparatos eléctricos necesarios. El piso debe ser antiderrapante y la superficie de la barra de material resistente, de fácil limpieza y sin bordes filosos o picudos. Dicha superficie debe tener una altura de un metro aproximadamente para facilitar el trabajo y el ancho depende del uso de esta.

En el área de comedor debemos asegurarnos que haya suficiente espacio entre cada mesa para que los clientes y meseros puedan circular sin problemas. Nunca se deben colocar las sillas pegadas a la pared porque recortamos el espacio disponible y la comodidad de los clientes. Debe haber suficientes mesas y sillas de acuerdo a la capacidad del lugar.

1.6.3. Cocina

El triángulo de trabajo es un área que integra y desde dónde se accede fácilmente a las tres zonas más importantes de la cocina:

1. **Zona de Preparación de los Alimentos:** Mesa amplia y despejada, ubicada entre las zonas de lavado y de cocción. Se debe poder acceder rápidamente a las demás áreas, con buena movilidad y accesorios a mano. El material de la mesa debe ser de acero inoxidable para poder aguantar altas temperaturas, líquidos, golpes y pesos. Reservar un lugar para los electrodomésticos y disponer allí varios enchufes. La altura cómoda ideal de la mesa es de entre 5 y 10 cm. por debajo del codo flexionado.
2. **Zona de Cocción:** Estufa, parrilla, horno de convección, salamandra y plancha. El horno se coloca a la altura de los ojos, haciendo más fácil acceder a él y mirar los alimentos mientras se cocinan. Toda zona de cocción requiere un sistema de extracción potente para eliminar vapor y olores. Estos extractores funcionan mejor si están con salida al exterior. Las campanas extractoras son prácticas.
3. **Zona de lavado:** Tarja de lavado dividida en lavado de cristalería y plaque, equipo de cocina y alimentos. Debe tener una profundidad de 60 cm por lo menos para facilitar el lavado de utensilios grandes.

1.6.4 Sanitarios

Los servicios higiénicos para comensales no deben tener acceso directo al comedor, las puertas deben tener ajuste automático y permanecerán cerradas excepto durante las operaciones de limpieza. Estos servicios deben mantenerse operativos, limpios, bien iluminados y ventilados,

además de estar separados por sexo y su distribución por frecuencia de comensales será la siguiente:

Frecuencia de Comensales por día	Hombres			Mujeres	
	Inodoros	Mingitorios	Lavabos	Inodoros	Lavabos
Menos de 60	1	1	1	1	1
De 61 a 150	2	2	2	2	2
Por cada 100 adicionales	2	1	1	1	1

Tabla 1 Número de sanitarios requeridos en base a la cantidad de comensales atendidos

De acuerdo al Distintivo H (SECTUR, 2004), los establecimientos deben adicionar un servicio higiénico para personas con discapacidad. En forma permanente debe dotarse de provisión de papel higiénico y de recipientes de material resistente al lavado continuo, con bolsas internas de plástico, para facilitar la recolección de los residuos. Los lavatorios deben estar provistos de dispensadores con jabón líquido o similar y medios higiénicos para secarse las manos como toallas desechables o secadores automáticos de aire caliente. Deben colocarse avisos que promuevan el lavado de manos. El sistema de ventilación de los servicios higiénicos natural o artificial, debe permitir la eliminación de los olores hacia el exterior del establecimiento.

1.6.5. Estacionamiento

La cantidad de cajones que requiere una edificación estará en función del uso y destino de la misma, así como de las disposiciones que establezcan los Programas de Desarrollo Urbano correspondientes. En la tabla se indica la cantidad mínima de cajones de estacionamiento que corresponden al tipo y rango de las edificaciones.

USO	RANGO	NO. DE CAJONES
ALIMENTOS Y BEBIDAS	Cafeterías y fondas menores de 80 m ²	1 por cada 30 m ² construidos.
	Restaurantes de 80 m ² a 200 m ²	1 por cada 15 m ² construidos.
	Bares, cervecerías y video bares	1 por cada 10 m ² construidos.

Tabla 2 Número de cajones de estacionamiento por metro cuadrado construido.

Capítulo II. El estudio del mercado

Las estrategias de mercadotecnia que un restaurante o cualquier otra empresa deben tomar como parte de su labor comercial, implican conocer y comprender el mercado en el cual quieren participar. Saber cuál es el mercado potencial, permite estimular y captar la demanda, profundizando en las razones por las cuales los consumidores actúan de una u otra forma.

De acuerdo a Santesmases Mestre, Sánchez Guzmán y Valderrey Villar (2003, p. 326), el “conjunto de elementos, instrumentos y procedimientos para obtener, registrar y analizar datos, con el fin de transformarlos en información útil para tomar decisiones de mercadotecnia”, es lo que se denomina como un sistema de información para la empresa y es un elemento fundamental para la toma de decisiones. En este capítulo presentaremos los elementos fundamentales de la investigación comercial o de mercado, realizados en la ciudad de Morelia, para el establecimiento del restaurant “Thai-Want”.

2.1. Objetivo del estudio de mercado

Un estudio de mercado sirve para tener una noción clara de la cantidad de consumidores que habrán de adquirir el producto o servicio que se piensa vender en un mercado determinado y durante un periodo establecido. El estudio de mercado indica también si las características específicas del producto corresponden a las que desea comprar el cliente. Ayuda a definir el tipo de clientes interesados en nuestro producto o servicio delimitando nuestro mercado meta, establecer precios apropiados y darnos una idea del mercado con el que vamos a competir.

2.1.1. Definición

Según Malhotra (2008, p. 125) un estudio de mercado “describe el tamaño, el poder de compra de los consumidores, la disponibilidad de los distribuidores y perfiles del consumidor”. Es decir, se trata de una investigación de carácter comercial que busca conocer la forma y extensión de un

grupo social o empresarial. Cubriendo un amplio espectro de fenómenos que pueden ayudar a concretar y proporcionar información precisa que reduzca la incertidumbre al momento de la toma de decisiones. Pasando de la recolección intuitiva de información a una comprensión objetiva y sistematizada del mundo.

2.1.2. Proceso

En un sentido amplio, podemos definir un proceso como un conjunto de las fases sucesivas implícitas en el estudio de un fenómeno o de una serie de fenómenos para llegar a una meta (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2010). Ello dentro de un patrón predecible y estructurado (Fig. 11).

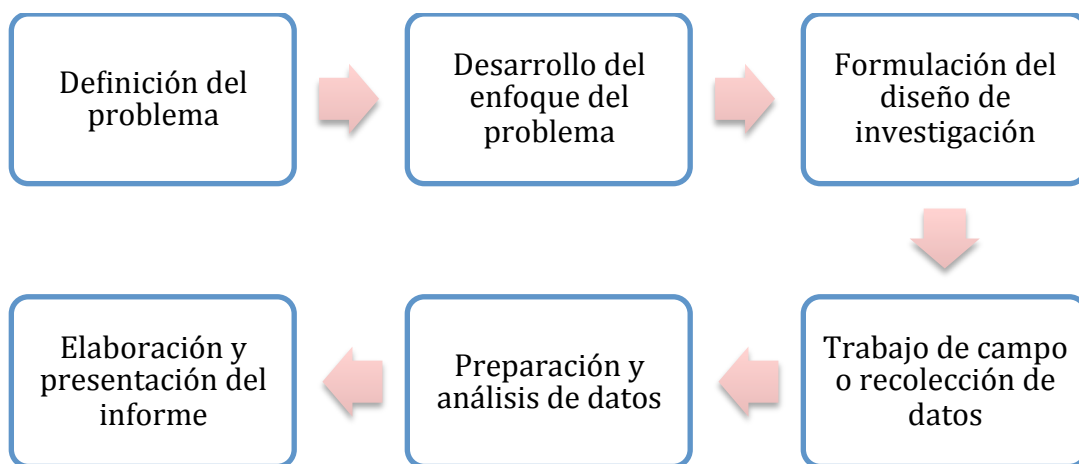


Figura 11 Proceso de la investigación de mercados según Malhotra

Definición del problema: Al hacerlo se considera el propósito del estudio a realizar, los antecedentes relacionados con el tema y/o producto, la información que se necesita tener y de qué forma se va a utilizar para la toma de decisiones.

Desarrollo del enfoque del problema: Incluye la formulación del marco teórico, modelos analíticos, preguntas de investigación e hipótesis e identificación de la información que se necesita.

Formulación del diseño de investigación: Diseñar un esquema que exponga los procedimientos necesarios para obtener la información requerida para llevar a cabo la investigación de mercados. Tiene el propósito de diseñar un estudio que pruebe las hipótesis de interés, determinar posibles respuestas a las preguntas de investigación y proporcionar la información necesaria para tomar una decisión. El esquema diseñado también incluye la realización de una investigación exploratoria, definición precisa de variables así como el diseño de las escalas adecuadas para medirlas. Además, establece cómo deben obtenerse los datos de los participantes y se diseña un cuestionario para seleccionar a los participantes (Fig. 12).

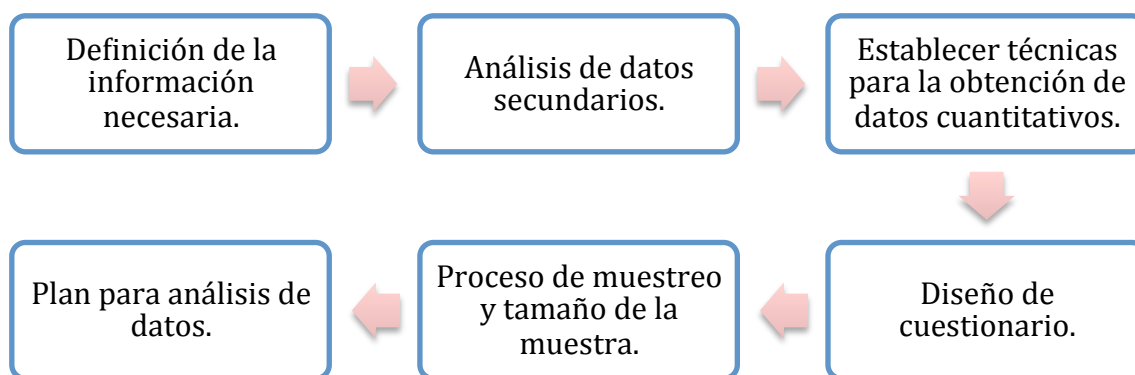


Figura 12 Formulación del diseño de investigación de mercados según Malhotra

Trabajo de campo o Recopilación de datos: Contar con personal que opere en el campo y que esté correctamente seleccionado, capacitado, supervisado y evaluado para que ayude a minimizar los errores durante la recopilación de datos.

Preparación y análisis de datos: Incluye revisión, codificación, transcripción y verificación. Cada forma de observación (cuestionario o cualquiera que esta sea) se revisa y si es necesario de corrige. Se asignan códigos numéricos o letras para representar cada respuesta obtenida de cada pregunta. Después de vaciar datos a la computadora o a discos se analizan para obtener información relacionada con el problema de investigación y así brindar información al problema de decisión administrativa.

Elaboración y presentación del informe: Documentar el proyecto en un informe escrito presentando las preguntas específicas de investigación que se identificaron describiendo el enfoque, diseño de investigación y procedimientos usados para la recopilación y análisis. Se incluyen los resultados y los hallazgos se presentan en formato comprensible para facilitar su uso durante la toma de decisiones. Debe elaborarse una presentación con tablas, figuras y gráficas para mejorar la calidad e influencia de la presentación de datos.

2.1.3. Funciones

De acuerdo con Kinneer y Taylor (2004), existen una gran cantidad de funciones relativas a la investigación de mercados, dentro de las cuales podemos referir como principales:

- a) Demostrar que existe un número suficiente de consumidores con las características necesarias para considerarlo como demanda de los productos y/o servicios que se piensan ofrecer.
- b) Demostrar que dichos consumidores pueden ejercer una demanda real que justifique la producción y/o servicios que se piensan ofrecer.
- c) Demostrar que contamos con las bases para utilizar canales de comercialización adecuados.
- d) Demostrar que podemos calcular los efectos de la demanda con respecto a productos y/o servicios sustitutos y complementarios.

2.2. Área geográfica y segmentación

Para satisfacer la demanda de un mercado debe ofrecerse una oferta diferenciada a cada grupo de consumidores, los cuales presentan características y necesidades distintas. De acuerdo a Santemas Mestre, Sánchez Guzmán y Valderrey Villar (2003, pag.212) la segmentación es un proceso de división del mercado en subgrupos homogéneos, con el fin de llevar a cabo una estrategia comercial diferenciada para cada uno de ellos, que permita satisfacer de forma más efectiva sus necesidades y alcanzar los objetivos comerciales de la empresa.

En el caso de nuestro estudio, este se realizará en el estado de Michoacán de Ocampo (Fig. 13), mismo que cubre una extensión de 59,864 km² (3% de todo el país) y se encuentra ubicado en el centro occidente de México, con vías de acceso a las ciudades de México, Toluca, Guadalajara, Guanajuato y Querétaro entre otras de menor tamaño. Esta entidad será segmentada bajo diversos criterios, particularmente en lo que refiere al NSE de los habitantes de la ciudad de Morelia, lugar de particular interés para nuestro estudio.



Figura 13 Mapa estado de Michoacán de Ocampo y las ciudades cercanas.

En México, desde 1994 la Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercados y Opinión Pública (AMAI, 2011) desarrolló una clasificación que permite a la industria mexicana de investigación contar con un criterio homogéneo para estudiar, clasificar y explicar sus mercados. De acuerdo con los lineamientos establecidos por el Comité de Niveles Socioeconómicos (López Romo H. , Nuevo índice de Nivel Socioeconómico AMAI, 2008), las ocho variables a estudiar para clasificar a la sociedad en grupos económicos de interés, se dividieron en siete grandes grupos, en lo que AMAI estableció como la regla 8X7 de NSE (Tabla 3).

Número de cuartos o habitaciones		1 a 4	5 a 6	7 ó más		
	Puntos	0	8	14		
Tipo de piso		Tierra o cemento	Otro material			
	Puntos	0	11			
Número de baños		0	1	2 ó 3	4 ó más	
	Puntos	0	13	31	48	
Regadera		No tiene	Tiene			
	Puntos	0	10			
Estufa de gas		No tiene	Tiene			
	Puntos	0	20			
Número de focos		0 a 5	6 a 10	11 a 15	16 a 20	21 ó más
	Puntos	0	15	27	32	48
Número de automóviles		0	1	2	3 o más	
	Puntos	0	32	41	58	
Escolaridad de la persona que más aporta		Primaria o menos	Primaria o secundaria	Preparatoria o técnica	Licenciatura	Posgrado
	Puntos	0	22	38	52	72

Tabla 3 Indicadores de la regla AMAI 8x7 para medir el Nivel Socio Económico (NSE), 2011.

De este criterio de clasificación, se desprendió una taxonomía que incluye a siete niveles socioeconómicos (NSE) diferentes para nuestro país, mismos que son:

A/B: Antiguamente denominado Clase Alta, es el segmento con más alto nivel de vida, jefes de familia con un nivel educativo de Licenciatura o mayor y viven en departamentos o casas de lujo con todos los servicios y comodidades. Su ingreso familiar inicia en \$85,000 mensuales y no posee un tope definido.

C+: Clase Media-Alta, incluye a las familias con ingresos y/o estilo de vida identificados como superiores a los de la clase media, el jefe de familia cuenta con un nivel educativo de Licenciatura y viven en departamentos o casas con todas las comodidades. Su ingreso familiar se estima en: \$45,000 a \$84,999.

C: También llamado Clase Media, en él los jefes de familia cuentan con un nivel educativo de preparatoria y las casas o departamentos son propios o rentados con algunas comodidades. Su ingreso familiar se estima entre los \$25,000 y los \$44,999 mensuales.

C-: Subdivisión que se ha introducido con la actualización de la regla 10x6 de AMAI en el 2011, la nueva 8x7 contemplo una reestructura de la denominada clase media, separándola en tres grandes bloques. Su ingreso familiar se estima entre los \$11,600 y los \$24,999 mensuales.

D+: Conocida como Clase Media Baja, integra a las personas que viven en hogares con ingresos y/o estilos de vida ligeramente inferiores a los de la clase media. Son los que llevan un mejor estilo de vida dentro de la clase baja. Los jefes de familia cuentan con un nivel educativo de primaria o secundaria concluida. Los hogares, en su mayoría, son de su propiedad; aunque algunas personas rentan y otras viviendas son de interés social. Su ingreso familiar se estima entre los \$6,800 y los \$ 11,599 mensuales.

D: La denominada Clase Baja, es el segmento medio de las clases bajas. Los jefes de familia cuentan con un nivel educativo de primaria, concluida en la mayoría de los casos y los hogares son propios o rentados, como vecindarios y unidades de interés social o de rentas congeladas. Su ingreso familiar se estima entre los \$2,700 a \$6,790 mensuales.

E: La Clase más Baja, es un segmento que se incluye muy poco en la segmentación de mercados debido a su bajo poder adquisitivo. Los jefes de familia no cuentan con primaria concluida, carecen de propiedades y debido a esto rentan o utilizan sus recursos para conseguir vivienda. En los hogares suelen vivir más de una generación y son totalmente austeros sus ingresos familiares van desde la ausencia de los mismos (\$0) a los \$2,699 mensuales.

Partiendo de esta base de clasificación y siguiendo con las estimaciones de AMAI (2011), del total de localidades en México mayores a 40,000 habitantes, la distribución de los NSE tiende a comportarse de manera muy similar, pudiendo establecer que Morelia no diferirá significativamente de otros cascos urbanos similares, por lo que podemos equiparar los porcentajes de personas que pertenecen a cada una de las categorías de estudio (Fig. 14).

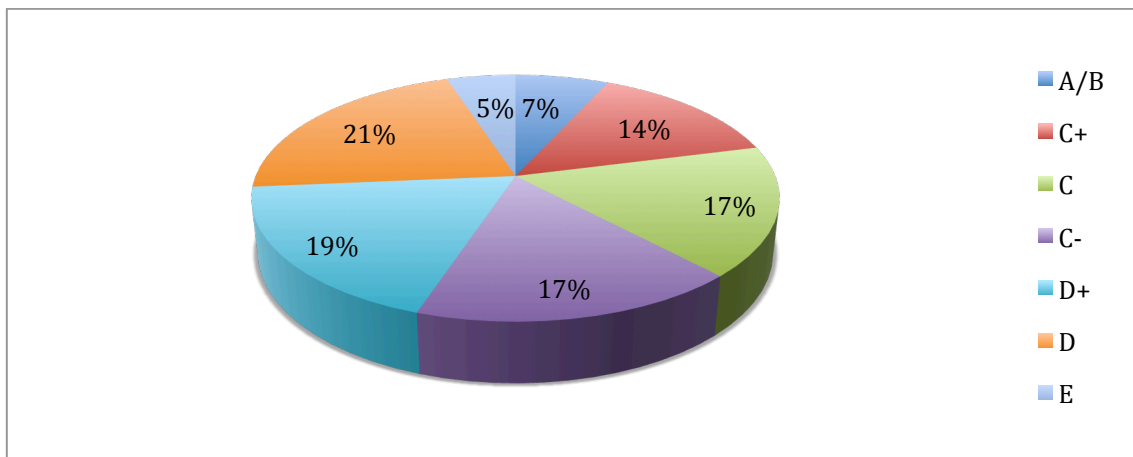


Figura 14 Distribución por NSE, en poblaciones mayores a 400 mil habitantes, 2011

Cruzando la información antes señalada con los datos disponibles del Censo de Población y Vivienda más recientes (INEGI, 2010), podemos establecer que de los 4 millones 351 mil 37 personas que habitan en la entidad, 729 mil 279 personas habitan en la capital michoacana, es decir, un aproximado del 17% de la población total. Siendo el casco urbano más grande y significativo del estado y poseedor de 51 mil personas de NSE A/B, 102 mil personas de NSE C+ y 138 mil 563 personas de NSE C, todos ellos de interés potencial para ofrecer los servicios y alimentos de nuestro restaurante.

2.2.1. Entorno demográfico

Para identificar y describir el mercado al cual se dirigirá nuestro trabajo, es necesario hacer un estudio y análisis de los diferentes aspectos de la población entre los que están: la ubicación y distribución, edad y sexo, empleo y desempleo, entre otros, ya que estos cambios demográficos dan origen a nuevos mercados y eliminan otros; además, es imprescindible el estudio del crecimiento de la población con respecto a la conformación geográfica del lugar donde se asienta ésta. Las variaciones en algunas características demográficas como los niveles de edad, la distribución geográfica, las tasas de nacimiento y crecimiento de la población, son de particular importancia para el sector logístico, puesto que las transformaciones en las características de la demanda de éste frecuentemente producen cambios en el número de clientes con ciertas necesidades.

De acuerdo los datos disponibles, el índice de natalidad en México entre 1995 y 2000 se situaba en 2.8 hijos por mujer lo cual permite prever que en el mediano plazo ocurrirá un paulatino envejecimiento de la población (INEGI, 2010). Los cambios en las tasas de natalidad y mortalidad determinan ampliamente el consumo de productos determinados. Otros factores a considerar en México son:

- a) **Estabilidad en el número de matrimonios:** La proporción de personas casadas ha registrado una tendencia ligeramente al alza, lo cual indica que: La demanda de viviendas no disminuirá notablemente, al menos a corto plazo. El estado conyugal de la población del estado de Michoacán señala que de acuerdo al total de habitantes en la ciudad de Morelia, dentro de las personas de 14 años o mayores, 34 de cada 100 son solteras, 58 viven en pareja (casadas o en unión libre) y 8 están separadas o divorciadas. Entre la población unida predominan los casados 89%, quienes viven en unión libre presentan una proporción significativa, 11%, de las personas desunidas, 56.9% son viudas, 29.5% separadas y 13.6% divorciadas.
- b) **Inestabilidad de la familia:** La tasa de divorcios en el año 2000 en México fue de 7.4 por cada 100 matrimonios. Esto da lugar al incremento de hogares de un solo miembro, lo cual exige que el diseño, formato, tamaño y envase del producto que se vende de adapte a esta situación. En Michoacán el número de hombres solteros es mayor al de las mujeres y al rela-

cionarlo con el mayor número de hombres casados y los porcentajes de la población separada o divorciada, muestran un incremento en la probabilidad que tienen los hombres de volver a casarse una vez que se separan, o declararse solteros aún hallándose en condición de separados.

- c) **Movimientos migratorios interiores:** En el Distrito Federal el porcentaje de inmigración fue de 5.25% y el de emigración de 10.94% en el año 2000; lo cual indica que el resto del país debe preocuparse por brindar más y mejores servicios públicos para atender las necesidades de la población que retorna a estas regiones del país. En Michoacán, en el censo del 2010 se registró que con respecto al lugar de residencia 5 años antes, un total de 79,866 personas llegaron a residir en Michoacán provenientes de otras entidades del país. Por su parte, 100,581 personas que 5 años antes vivían en Michoacán fueron registradas en el 2010 como residentes en otro estado. Como resultado de la diferencia de estos movimientos se tiene un saldo neto migratorio negativo de 20,715 personas de las cuales más del 60% son mujeres. Las personas que hace 5 años vivían en el extranjero y ahora viven en Michoacán conforman un total de 89,261 personas, de las cuales 70.6% son hombres y 29.4% son mujeres.

2.2.2. Entorno Económico

El entorno económico es el ambiente en el que se mueven las personas, las familias, las empresas, el gobierno; y donde interactúa cada una de estas unidades generando agregados macroeconómicos. Dentro del entorno económico se contemplan variables que determinan la capacidad de compra e influyen en las pautas del consumo como son:

- a) **Renta nacional:** Determina de modo directo la capacidad de compra del mercado. Distribución igualitaria de la renta = Mayor capacidad global de compra de productos de consumo.
- b) **Tipo de interés:** Influye en decisiones de compra, ahorro e inversión. Interés elevado = Reducción de compras a plazo = Fomento del ahorro. Por el contrario, si el interés reduce se estimula la compra de viviendas y de productos de consumo. Hasta el año 2011 en México, como en el estado de Michoacán la tasa de interés vigente es de 4.5%.

- c) **Carga fiscal:** Determina la capacidad de compra disponible por el mercado una vez que restamos los impuestos a los ingresos netos. Hace más baratos o caros los productos extranjeros.
- d) **Inflación:** Afecta capacidad de compra y altera pautas de consumo. Si sube el consumidor puede adquirir menos bienes y servicios. Influye también en el comportamiento del mercado ya que anticipa las decisiones de compra. Para el año 2011 en México la inflación es de 0.61%.

Estos indicadores económicos están influenciados por políticas económicas tendientes a cumplir diversos tratados de libre comercio firmados en México, principalmente en TLCAN que evita la competencia desleal entre EE.UU., México y Canadá.

2.2.3. Entorno Cultural y social

Los Restaurantes y Empresas se desenvuelven en el seno de la sociedad, con todas sus características y sus procesos de cambio. Por ello es necesario tomar en cuenta los aspectos culturales; es decir, cómo es la cultura de la sociedad a la que vamos dirigidos. Estas pueden ser: individualista, grupal, societaria o comunicativa. De acuerdo a esto afectan las posibilidades de actuación empresarial y a la aceptación de productos y/o servicios.

Los cambios culturales y sociales en México han sido a partir de la década de los 90 durante el periodo llamado “salinismo” favorecidos por la inmersión de México en los mercados mundiales por medio de los tratados de libre comercio y por la cooperación económica firmada por el país. Sin embargo, los cambios no han impactado de igual manera en todas las regiones del país debido a que la mayoría de la población se encuentra dentro de los niveles económicos C, D+ y D; indicadores de un bajo nivel.

Actualmente las mujeres se han incorporado a la fuerza laboral y, aunque disponen de menos tiempo libre cuentan con mayores recursos para hacer compras y aumentan los ingresos familiares. ES de esta manera como esta situación implica la posibilidad de comprar más y mejores pro-

ductos pero estos deben ser más fáciles de usar y más cómodos de adquirir, lo que exige nuevos y más eficientes sistemas de distribución, con horarios adaptados a los tiempos de trabajo.

La sociedad mexicana ha sufrido un cambio en los estilos de vida. Los mexicanos practican más deporte, se preocupan por su físico, se interesan por la moda y se preocupan por la naturaleza y el medio ambiente. Esto se traduce a un mayor consumo en cuanto a calidad se refiere, pero a la vez, más selectivo en cuanto a cantidad. Ha cobrado fuerza el movimiento de consumir productos reducidos en grasa, en lugar de los que contiene alto valor nutritivo, así como está de moda vestir prendas de “marca” y comprar artículos deportivos.

2.2.4. Entorno Legal y político

La acción de los diferentes gobiernos y administraciones públicas afecta a las condiciones competitivas de cualquier empresa por medio de la regulación de los sectores, procedente de instituciones supranacionales, medidas de fomento de determinadas condiciones relacionadas con la innovación, internacionalización, numerosas facetas de la práctica empresarial, la regulación del mercado laboral y la legislación mercantil, administrativa, política fiscal y tributaria (impuestos).

La “desregulación” se refiere a que los poderes públicos muestran menor interés por establecer controles y normas de conducta para los sectores económicos. Ahora se da mayor protagonismo a las leyes del mercado y se fomenta la competitividad. También se han privatizado sectores y actividades que pertenecían al sector público creando los monopolios. Como resultado de los firmados que ha firmado México, se impulsó una mayor liberalización de la economía nacional, se abrieron nuevos mercados a las empresas y se fomentó la competencia.

La desregulación además de brindar nuevas oportunidades plantea nuevos retos a las empresas ya que la predicción de estrategias competitivas, comportamientos del consumidor y la evolución de cambios legales y sociales pueden ser más difíciles de predecir. Este apartado se tratará con mayor profundidad en el capítulo correspondiente a los requisitos legales para la apertura y operación de un negocio de alimentos y bebidas en la ciudad de Morelia Michoacán.

2.2.5. Entorno Tecnológico

Una de las dimensiones que más están evolucionando a lo largo de las últimas décadas es la tecnológica. El desarrollo y su aceleración modifican constantemente las condiciones en las que compete la empresa. Suponen, la apertura de nuevas posibilidades para la empresa, o peligro para aquellas que no sepan adaptarse. La tecnología se aplica a servicios que antes eran realizados solo por personas (cajeros automáticos, compras a domicilio, mensajes a telefax, correos electrónicos, etc.). Los cambios en el entorno tecnológico han dado lugar a una ampliación y renovación de los productos ofrecidos.

2.2.6. Medio ambiente

Finalmente, según Santesmases Mestre, Sánchez Guzám y Valderrey Villar (2003), el medio ambiente juega un papel preponderante en el desarrollo de las personas, entendiéndolo como la combinación de los elementos naturales del entorno y de la sociedad. Esta es una tendencia que ha llevado a la generación de una mayor conciencia sobre algunos productos y procesos industriales que afectan de manera directa al medio ambiente.

Particularmente en México ya existe una legislación con normas para proteger el medio ambiente y obliga a las empresas a adaptar sus productos y procesos para disminuir su impacto negativo. Como lo son la Ley General del Equilibrio Ecológico y protección al Ambiente, el Reglamento de la Ley General de Equilibrio Ecológico y la Protección al Ambiente en Materia de Auditoría Ambiental e Iniciativa de Ley Federal de Envases y Embalajes. Todas ellas legislaciones que en su momento se contemplaran para ofrecer un concepto restaurantero respetuoso de la legislación vigente. Esto puede representar un encarecimiento de los procesos de fabricación pero se traducirá en oferta de mejores productos que, a largo plazo, proporcionarán mayor satisfacción del consumidor y una mejora al bienestar social.

2.3. Metodología de la investigación

Los métodos probabilísticos son aquellos en los que cada elemento del universo tiene la misma oportunidad de ser elegido. Se seleccionó el método probabilístico de muestreo estratificado. Es probabilístico porque cada elemento del universo tiene la misma oportunidad de ser elegido; estratificado porque forman grupos homogéneos.

2.3.1. Diseño y procedimiento

La realización de un estudio de mercado como el nuestro, supone la delimitación espacio temporal del mismo, así como una adecuada segmentación del mercado al que vamos dirigidos. Siendo Thai-Want un concepto contemporáneo y un producto gastronómico innovador (o por lo menos poco conocido en el mercado al que nos dirigimos), debemos considerar un conjunto de variables relacionadas con el Nivel Socioeconómico (NSE), Edad, Género y estilo de vida de nuestros clientes potenciales.

De acuerdo con Heriberto López Romo (2011), se estima que en una ciudad como Morelia el 6.8% de los hogares corresponde al NSE A/B, que equivale a 12,553 hogares, es decir 50,212 personas; y un 14.2% de los hogares corresponde al estrato C+, que equivale a 26,213 hogares, es decir 104,842 personas. Lo anterior supone de entrada, un universo de 38,766 hogares (aproximadamente 155,064 personas) cuyos ingresos en combinación con su estilo de vida y nivel de satisfacción, representan a la clientela potencial de nuestro restaurante (INEGI, 2010).

Aunado a lo anterior, encontramos que la conformación por edad en Morelia se presenta de la siguiente manera: el 39% de la población es identificada como infante (menores de 15 años), el 52% de la población es identificada como adulta (entre 15 y 59 años) y el 9% de la población corresponde a los denominados adultos mayores (60 o más años). Encontrando en este sentido, un grupo de adultos de entre 25 y 44 años equivalente al 16% de la población. Mismos que señalamos como sector de interés en nuestra segmentación.

En lo concerniente al género, Morelia tiene una relación de 91.8 hombres por cada 100 mujeres, lo que constituye un ligero desequilibrio en el sexo de los morelianos, mismo que no resulta significativo o de interés para nuestros fines.

2.3.2. Aplicación del instrumento piloto

El instrumento diseñado en base a la propuesta de Ronald N. Paul (2006), sobre la recolección de datos para la industria gastronómica y restaurantera, incluyó tres etapas: 1) adecuación y rediseño del instrumento, 2) pilotaje inicial del cuestionario y 3) aplicación del instrumento a la población seleccionada. Por lo que respecta a la adecuación y rediseño del instrumento, este incluyó ocho ítems de respuestas abiertas y cerradas, optando por la construcción de categorías mutuamente excluyentes y exhaustivas en base al instrumento original.

Toda vez que estuvo listo, se aplicó el cuestionario a un grupo de 25 familias con un promedio de 4.25 integrantes por cada una de ellas, seleccionadas por conveniencia en los centros comerciales, Altozano y Las Américas. Logrando en base a los resultados, cerrar las preguntas abiertas y reducir el número de categorías iniciales.

En este punto, lo que se encontró fue que el 32% de los encuestados procedían de la parte Norte de Morelia y el resto, 68% del Sur de la ciudad, esto se logró saber tras preguntar la colonia de procedencia de las personas, con lo cual se pudo establecer que el punto de recolección de información fue el adecuado en función del lugar donde se tiene contemplado ubicar el restaurante Thai-Want.

Siendo el género de las personas cuestionadas en un 60% mujeres y en un 40% restante hombres; entre los cuales se observó un índice de NSE correspondiente al tipo A/B en un 80% de los casos y a un C+ en el otro 20% de ellos.

En lo que a los hábitos de consumo en restaurantes respecta, podemos observar que en efecto, la dinámica de las personas de Morelia, corresponde al hábito de comer fuera de la casa. Llegando

al punto de que ninguna de las personas cuestionadas mencionó haber pasado un mes entero sin comer en algún restaurante y alcanzando un promedio de 12 días de comer fuera de casa, es decir, uno de cada tres días. Esto confirma los datos proveídos por la CANIRAC, sobre el tamaño de la industria, que en México equivalen al 10% de la actividad económica del país.

También resulto significativo el hecho de que el 92% de las personas consultadas, manifestara que el motivo de haber comido en un restaurante obedeció a un hecho cotidiano, descartando celebraciones, cumpleaños o algún otro motivo especial. Con lo cual podemos suponer que el consumo es en realidad periódico y común.

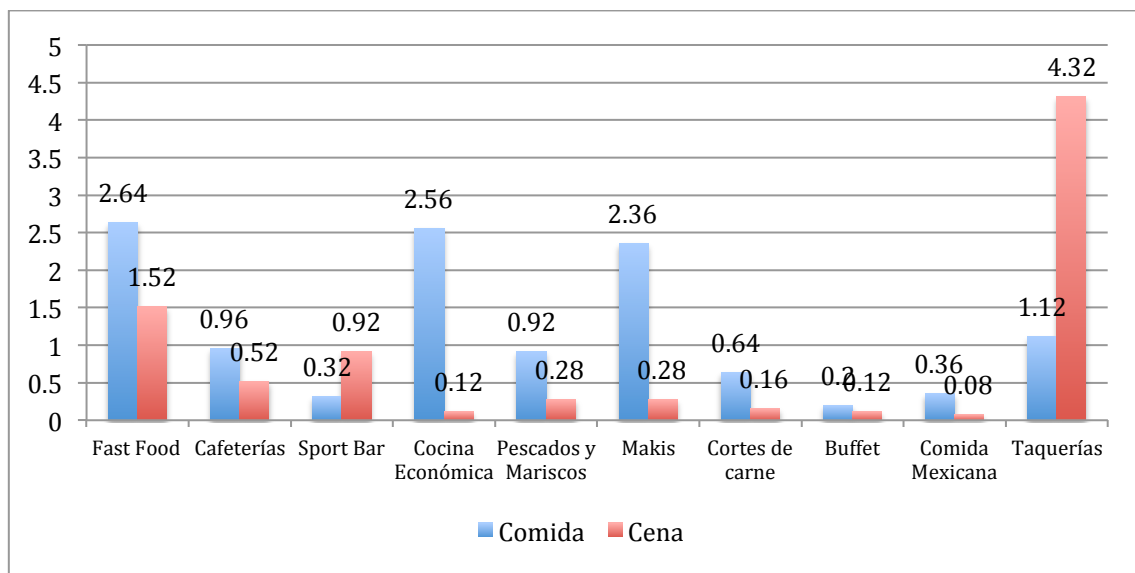


Figura 15 Restaurantes preferidos por tipo de comida en Morelia, 2012

Respecto a lo que consumen las personas cuando salen a un restaurante (Fig. 15), encontramos que de las múltiples opciones abordadas, el promedio de consumo llegó a las 2.64 visitas por mes en lo que respecta a la comida rápida (Fast Food), 2.56 en cocinas económicas y 2.36 en restaurantes de especialidad japonesa, conocidos como Makis. Lo anterior resulta de particular interés, puesto que nuestro segmento de mercado está familiarizado con el consumo de comida oriental, que si bien no es igual a la comida Tailandesa, si constituye un referente sobre lo que podrían comer.

Por lo que respecta a las cenas, el amo indiscutible en cuanto a preferencias para comer se refiere, son las taquerías, alcanzando el mayor promedio del grupo, con 4.32 visitas por mes, algo así como una vez por semana y en mucha menor medida el cenar un establecimiento de comida rápida con 1.52 visitas por mes.

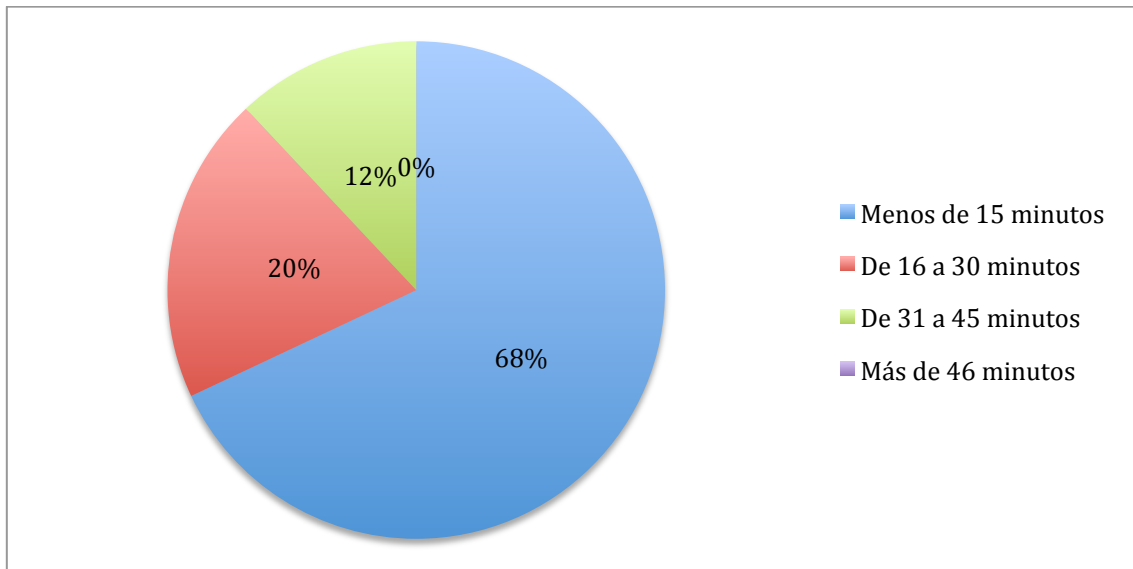


Figura 16 Distancia promedio recorrida para llegar al último restaurante que visitaron, 2012

Una constante en los textos que versan sobre el negocio restaurantero, es la importancia de la ubicación del restaurante, señalando que difícilmente una persona recorre más de 5 millas (aproximadamente 8 km) para comer (Durón García, 2006), tal afirmación se ve corroborada por el estudio preliminar, indicando que 68% de los consumidores no se desplaza más allá de 15 minutos para ir a un restaurante y de hecho, en el pilotaje, no fue posible encontrar a una persona que invirtiera más de 46 minutos en su desplazamiento para ir a comer y/o cenar (Fig. 16).

Por lo que refiere a las bebidas con las cuales suelen acompañar los alimentos las personas cuestionadas, encontramos que el 36% de ellas opta por el consumo de agua fresca al momento de comer y el 32% elige beber refrescos, en menor proporción, pero igualmente importante encon-

tramos la elección de cervezas, las cuales representan el 16% de las preferencias. Muy debajo de ellas encontramos el agua natural (4%), la coctelería (8%) y el té helado (4%).

Cabe destacar que se incluyó a partir de este estudio piloto el “té helado” entre las opciones de bebida y si bien no se eliminó el vino de mesa, en función a que su consumo en nuestro país ha crecido en los últimos diez años de unos 250 ml a 500ml (Chan, 2009), quedó claro desde esta prueba que no es una opción común entre lo que los morelianos del segmento de interés consumen habitualmente (Fig. 17).

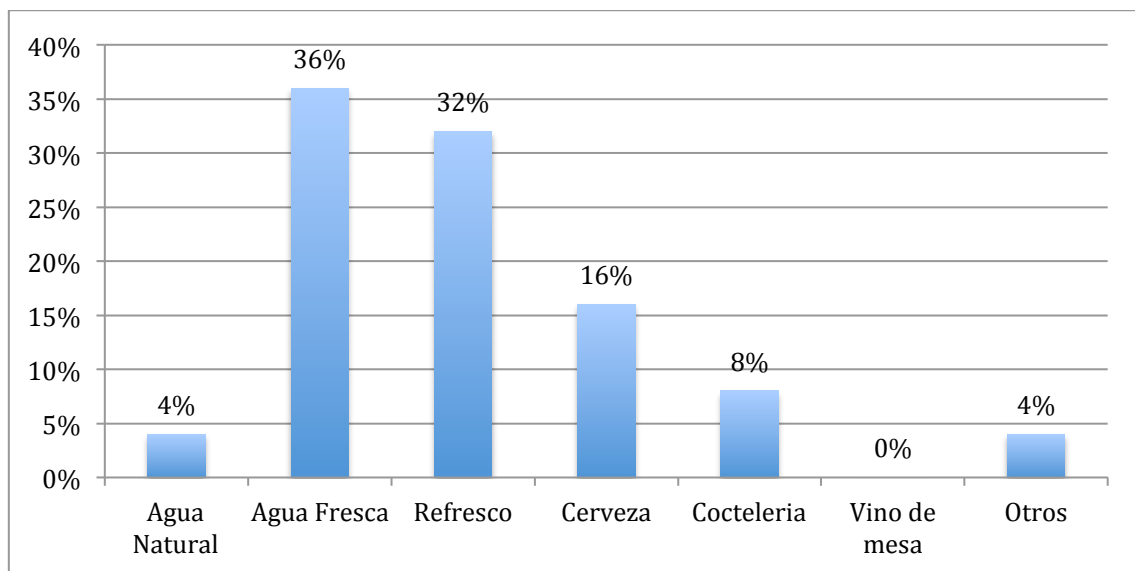


Figura 17 Bebidas consumidas la última vez que visitaron un restaurante, 2012

En cuanto al precio o cheque promedio de las personas que comen en un restaurante, podemos ver que el gasto promedio es de \$90 pesos, con una desviación estándar de \$57, en una curva de sesgo negativo. Ello supone que encontraremos en la prueba definitiva una tendencia significativa al gasto moderado al momento de salir a comer en un restaurante de manera habitual, siendo el gasto destinado para este rubro igual o inferior a los \$90 pesos (nuestra media) en el 72% de los casos.

Por lo que respecta a los lugares donde las personas prefieren comer, estos constituyen un valor referencial de carácter aspiracional, dónde con la salvedad de dos casos, ninguna de las personas consultadas en la muestra piloto acudió en el último mes a su restaurante favorito. Finalmente por lo que respecta al criterio que pesa en mayor medida al momento de elegir dónde comer, encontramos que la denominación de “rico y/o sabroso”, son el principal motor al momento de acudir a un restaurante.

2.3.3. Selección de la muestra

Toda vez que se definió el grupo de interés (Género indistinto, NSE A/B y C+, Urbanos, 25 a 44 años) y se realizó el estudio piloto (encontrando cierto nivel de homogeneidad entre los hábitos de consumo), se procedió a realizar un cálculo del tamaño muestral. Para lo cual nos auxiliamos de Heriberto López Romo (1998, pp. 49-50), quien señala que:

Con frecuencia escuchamos referencias al tamaño de la muestra como un porcentaje del universo. Sin embargo, este criterio, en principio lógico y de sentido común, es equivocado. La muestra para ser representativa no tiene que significar una determinada proporción del universo. Sólo imaginemos el caso de una ciudad de varios millones de habitantes; cualquier muestra que fuese obtenida como porcentaje de este universo sería inmanejable y altamente costosa.

De esta manera, el tamaño de una muestra no depende de manera proporcional al tamaño del universo, depende de otras condiciones. Una muestra puede ser pequeña y representativa. A este respecto se puede citar el ejemplo de la cocinera que prueba la sopa, no es necesario que pruebe grandes cantidades de sopa para saber si tiene sal. Con una porción adecuada es suficiente. De qué depende entonces el tamaño de la muestra.

Variable	Descripción
n	Tamaño de la muestra.
N	Tamaño del universo.
p	Probabilidad de ocurrencia (homogeneidad del fenómeno).
q	Probabilidad de no ocurrencia (1-p).
Me	Margen de error p precisión. Expresado como probabilidad.
Nc	Nivel de confianza o exactitud. Expresado como valor z que determina el área de probabilidad buscada.

La formula es la siguiente:

$$n = \frac{Npq}{\left[\frac{ME^2}{NC^2} (N - 1) \right] + PQ}$$

En base al resultado de nuestra segmentación, cruzando las variables Edad, NSE, Ubicación y Género, encontramos lo siguiente:

Variable	Descripción
N	38,766 personas
p	.84
q	.16
Me	+/- 5 por ciento de margen de error. Expresado como probabilidad (.05).
Nc	95% de nivel de confianza o exactitud. Expresado como valor z que determina el área de probabilidad buscada.

Al sustituir estos valores en la fórmula, quedaría como sigue:

$$n = \frac{38,766(.84)(.16)}{\left[\frac{(.05)^2}{(1.96)^2} (38,766 - 1) \right] + (.84)(.16)}$$

$$n = \frac{5,210.15}{\left[\frac{.0025}{3.8416} (38,765) \right] + .1344}$$

$$n = \frac{5,210.15}{25.36}$$

Al realizar las operaciones indicadas, el valor de n es igual a 206.

2.3.4. Diseño del cuestionario y pre-prueba

Tras tomar la decisión de ajustar el tamaño de la muestra a 206 personas y seleccionar como medio de obtención de datos, la recolección por conveniencia en centros comerciales (Asumiendo que los lugares seleccionados aglutinarían personas de NSE A/B y C+ en el 95% de los casos), se procedió a realizar el levantamiento definitivo los días 18 y 19 de febrero del 2012 en los lugares antes referidos.

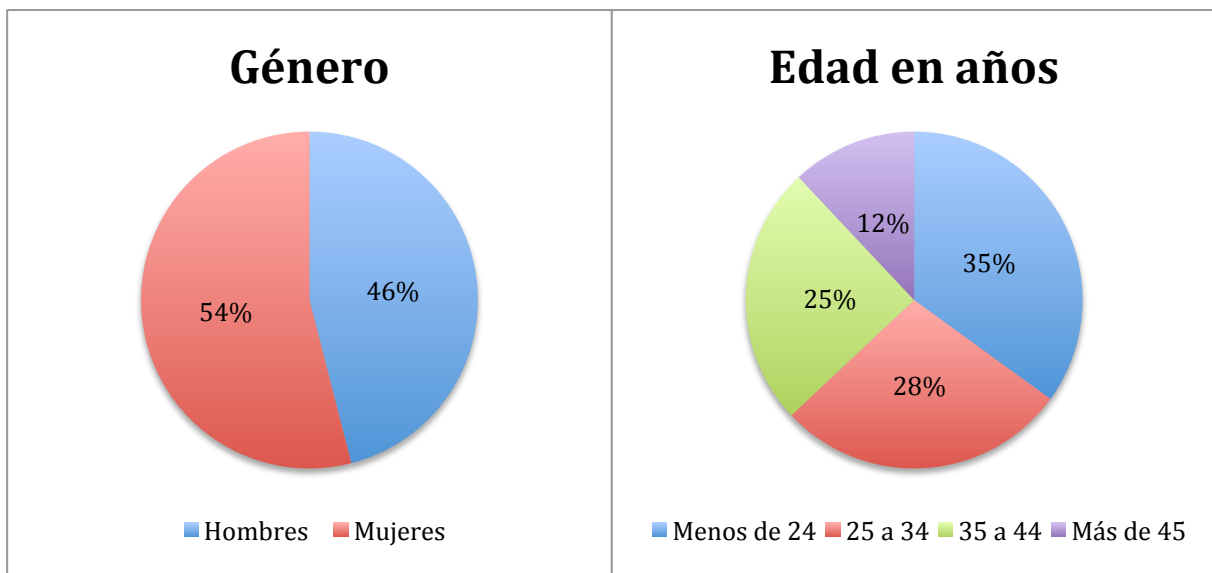


Figura 18 Edades y género de las personas encuestadas

Este ejercicio nos arrojó una ligera mayoría femenina, alcanzando un total del 53.88% de los casos que conformaron nuestra muestra (111 mujeres), frente a un 46.12% de varones. Por lo que respecta a la distribución de edad, el cuestionario se aplicó exclusivamente a mayores de edad, encontrando una prevalencia de aquellos que tienen entre 18 y 24 años como bloque mayoritario con un 34.95%, frente a los demás grupos de edad. De igual manera, el grupo menos numeroso, resultó aquel integrado por personas mayores de 45 años, que representaron el 12.14% del total de la muestra (Fig. 18).

En lo que respecta al promedio de miembros de la familia, este disminuyó ligeramente, pasando de 4.25 a 4.10, mismos que se pueden contrastar con el 3.90 arrojados en el último Censo de INEGI (2010), por lo que suponemos que el tamaño de los grupos muestral piloto y muestral definitivo son normales (aproximadamente cuatro miembros) respecto a la configuración de las familias.

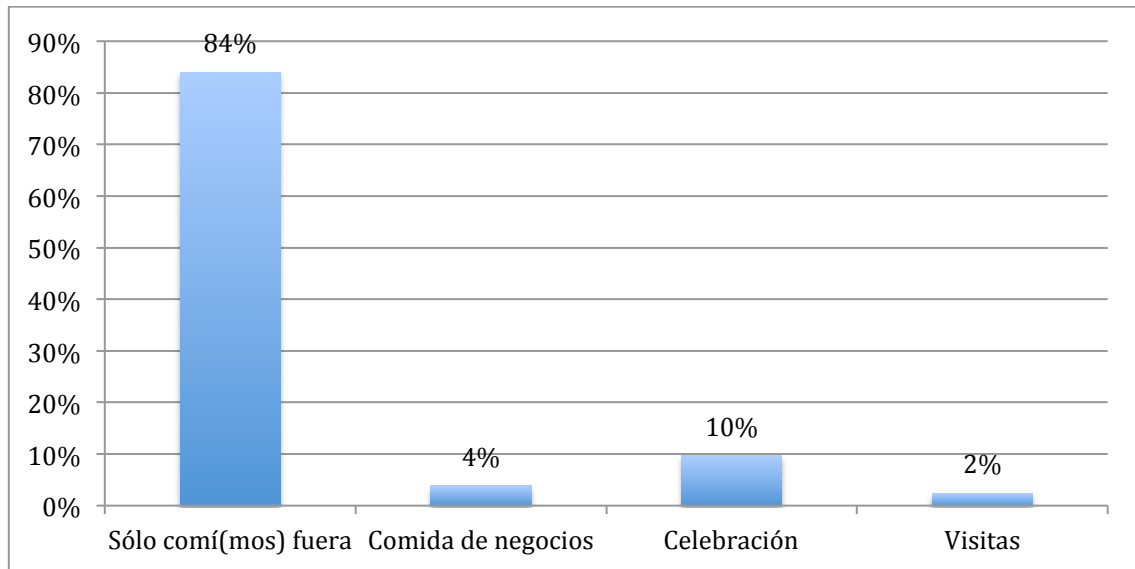


Figura 19 motivos para comer fuera de casa en la última vez que asistieron a un restaurante

Sobre los hábitos de consumo en restaurantes (Fig. 19), nuevamente no encontramos una variación significativa en lo que refiere a comer de manera cotidiana fuera de casa, hecho esperado que confirma el consumo frecuente en establecimientos de alimentos y bebidas. Lo que se vio modificado en menor grado fueron los motivos para comer fuera de casa, encontrando personas que habían celebrado algún hecho especial (9.70%), asistido a juntas de negocios (3.88%) o que habían llevado a comer fuera a alguna visita (1.94%). Pese a ello, el puesto número uno sigue siendo el bloque que de manera asidua come en restaurantes sin ningún motivo especial (84.48%). También resultó significativo el hecho de que el 92% de las personas dijera haber comido en un restaurante obedeciendo a un hecho cotidiano, descartando celebraciones, cumpleaños o algún otro motivo especial. Con lo cual podemos suponer que el consumo es periódico y común.

Por lo que refiere al lugar de procedencia de las personas, los resultados no variaron prácticamente nada de la prueba piloto, encontrando que el 32.04% de las personas que visitaron los puntos de muestreo tienen su domicilio en la zona Norte de Morelia y un 67.96% en la zona Sur de Morelia. Lo que presentó una variación menor fue la distancia (medida en función al tiempo) empleada para asistir a comer entre las personas de la muestra y la prueba piloto, variación que incrementó ligeramente el número de personas que estaban dispuestas a desplazarse más de 46 minutos para asistir a un restaurante, pasando de cero a 4.85%.

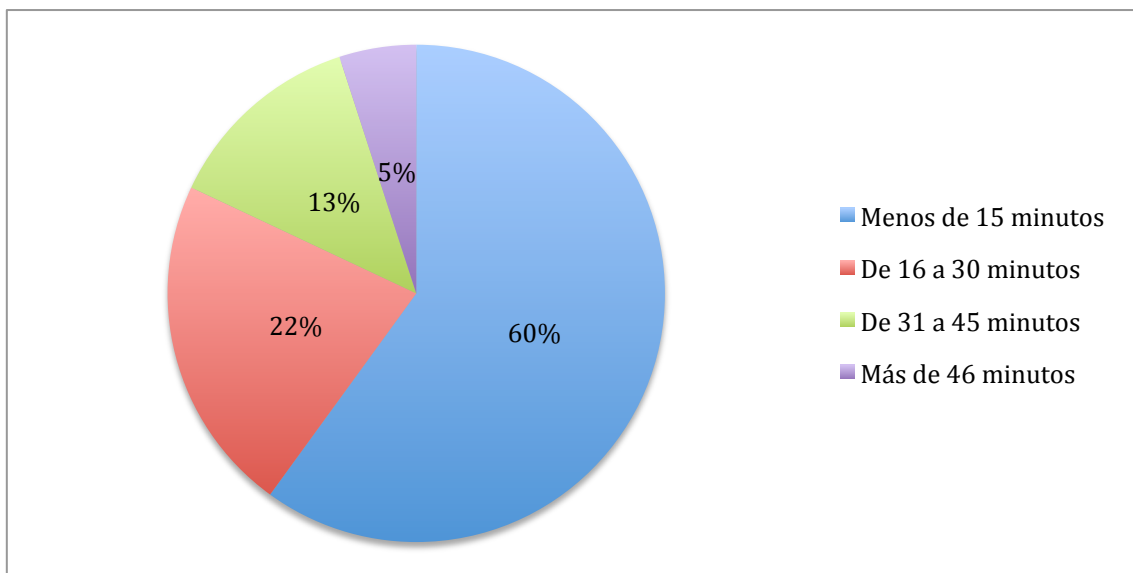


Figura 20 Distancia promedio recorrida para llegar al último restaurante que visitaron, 2012

Esta variación, así como las expresadas en los demás campos de recorrido/tiempo, pueden deberse a un ajuste natural al momento de tomar una muestra más grande o por efecto de recolectar los datos los días sábado y domingo. Pese a la variación, resulta significativo que el bloque preponderante sigue estando entre las personas que no se desplazaron más de 15 minutos para asistir a un restaurante, llegando al 60.19% de la muestra (Fig. 20). Continuando con lo que prefieren comer las personas cuando salen a un restaurante, encontramos una consistencia con los resultados piloteados. Nuevamente los promedios de consumo están principalmente en las áreas de comida rápida (2.84), cocina económica (2.56) y comida japonesa o “makis” (1.84). En este apartado los restaurantes que presentaron un alza considerable fueron los dedicados a la venta de pescados y

mariscos (pasando de 0.62 a 1.92) y a los cortes de carne (que pasaron de a 0.64 a 1.84), mientras que el Sport Bar se redujo en una proporción mínima (Fig. 21).

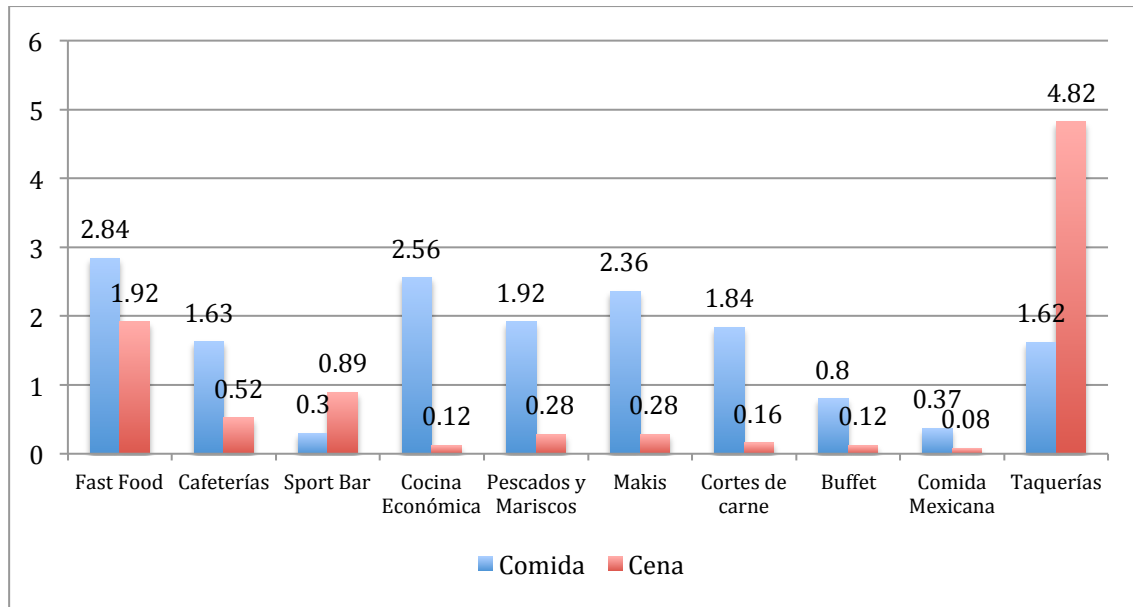


Figura 21 Restaurantes preferidos por tipo de comida en Morelia, 2012

De igual manera, las cenas siguen dominadas con amplia ventaja por las taquerías con 4.82 visitas en promedio por mes (un incremento del 11.57% respecto al piloto), lo cual valida a esta opción como la gran favorita para cenar. Por lo que refiere a las bebidas con las cuales suelen acompañar los alimentos, encontramos una variación pequeña en todos los rubros (Fig. 22), con excepción del consumo de cerveza, misma que alcanzó un 26%. Un crecimiento del 62.5% respecto a la de la muestra piloto. Que se puede interpretar como un resultado de haber realizado el estudio piloto entre semana y el levantamiento definitivo el fin de semana. El rubro coctelería disminuyó a cero y el de vino de mesa se mantuvo igualmente en cero. Son de interés los cambios en agua fresca y refresco, que presentaron ligeras variaciones en detrimento del piloto.

Es importante señalar que pese al nulo consumo de vino de mesa en el estudio, esto no es causa de desanimo respecto a la posibilidad de ofrecerlo en un futuro, pero hace necesario el plantear en específico el caso, dado el poco volumen de venta esperado y que tendría que obligar a trabajar una estrategia especial para su comercialización en nuestro restaurante. Otra área que se modificó

respecto del piloto, fue la del consumo promedio, llegando en esta ocasión hasta los \$155.5 pesos por personas con una tendencia mucho más normal (aún presenta un sesgo negativo) y una desviación estándar de \$28 pesos.

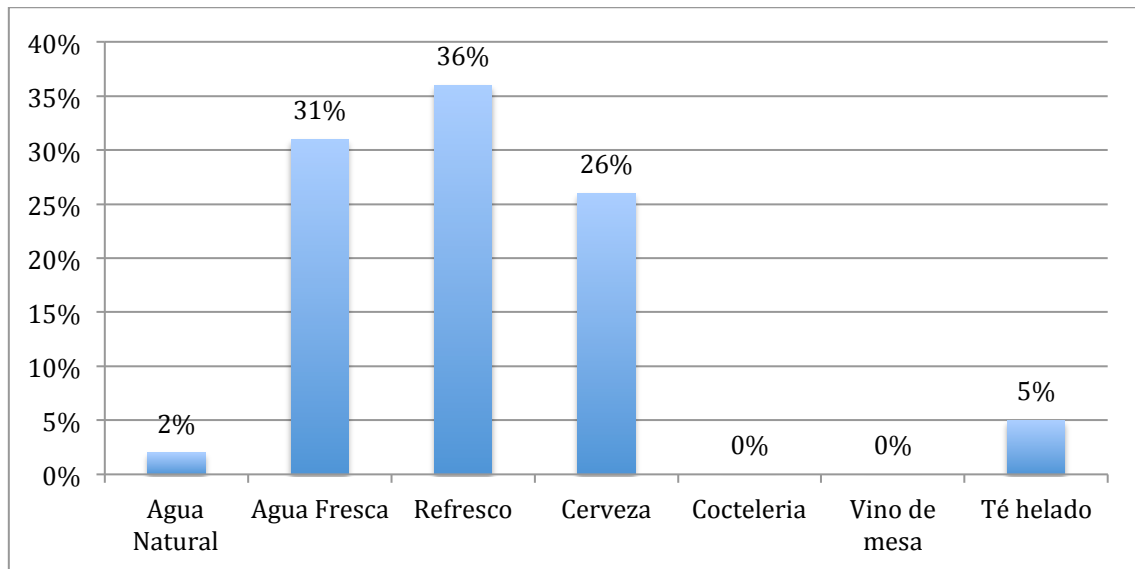


Figura 22 Bebidas consumidas la última vez que visitaron un restaurante, 2012

Este apartado es el más delicado de todos los revisados, pues marca un incremento del 72% respecto al piloto. Esto nuevamente se explica en base al día de aplicación (sábado y domingo) y a la formulación de la pregunta, que literalmente solicitaba información del último restaurante en el que habían comido. Por último, no encontramos ninguna variación en lo que refiere al elemento principal al momento de tomar la decisión de comer fuera de casa, esto se realiza en un restaurante percibido como “rico y/o sabroso”.

Toda esta información nos proporciona un marco de referencia para estimar el éxito de un restaurante en Morelia, donde si bien el tipo de comida es fundamental al momento de seleccionar el lugar, variables como el precio y la ubicación, también son fundamentales. Entendiendo que el consumo promediado oscila entre los \$99.5 y los \$211.5 pesos en el 95% de los casos; y que la distancia aproximada (medida en función de tiempo de desplazamiento) que las personas recorren para ir a comer difícilmente excede los 8 km de su casa.

2.4. Análisis de la demanda

Se conoce como demanda a la demostración de las necesidades y deseos del mercado y está condicionada por los recursos disponibles del comprador y los estímulos recibidos. Medir, explicar y pronosticar la demanda manifiestan lo importante que es el análisis de la demanda ya que una correcta medida y explicación permiten un pronóstico acertado de su comportamiento futuro.

2.4.1. El análisis de la demanda y la toma de decisiones

El análisis de la demanda toma en cuenta tres puntos fundamentales:

- a) **Medir la demanda:** Cuantificar su alcance. Tanto de la actual como de la potencial (todos los consumidores interesados en un producto servicio en particular). Esto puede hacerse de tres formas: 1) En unidad física, indicando el número de productos demandados; 2) En valor monetario, multiplicando la cantidad demandada por el precio unitario y 3) En términos de participación de mercado, relación que hay entre las ventas y el total de la demanda.
- b) **Explicar la demanda:** Identificar las variables que determinan la demanda y averiguar cómo influyen en su comportamiento así como las relaciones entre ellas. Las variables pueden ser o no controlables por las empresas. La explicación de las variables ayuda a conocer cuando la demanda puede modificarse debido a variaciones en las variables.
- c) **Pronosticar la demanda:** Conocer comportamiento actual y pasado de la demanda y de las variables que influyen en ella para tener una previsión de la demanda futura.

Como se ve en este apartado, pronosticar la demanda resulta complejo, pues implica tratar de ver que es lo que va a ocurrir en un ambiente tan dinámico y cambiante como o es el consumo de alimentos y bebidas. Sin embargo, si tomamos como referencia los datos del Consejo Nacional de Población (CONAPO, 2005), podemos estimar tres hechos ampliamente probables: 1) la población experimentará un envejecimiento en los próximos 40 años, engrosando el bloque de interés (25 a 44 años) y generando nuevas expectativas en los bloques de mayor edad, 2) el crecimiento

poblacional se mantendrá constante, aunque a un ritmo mayor, 3) el proceso de urbanización, es irreversible.

2.4.2. Enfoques y métodos de análisis y previsión de la demanda

Enfoque subjetivo: Métodos informales basados en estimaciones. Las opiniones obtenidas mediante los cuestionarios del método Delfos pueden variar de acuerdo a la forma en que se planteen las cuestiones o también de acuerdo a la forma en que los participantes comprendan la cuestión.

- a) Estimación de vendedores: Experiencia que tienen en base al conocimiento del mercado. La desventaja es que las estimaciones están sujetas a sesgos y los vendedores debido a su formación no comprenden fuerzas económicas, legales, culturales y sociales de la demanda.
- b) Jurados de opinión de ejecutivos: Estimaciones de los ejecutivos de la empresa. La desventaja es que carecen de sistematización y formalización pero aún así pueden obtenerse visiones de forma fácil y rápida.
- c) Métodos Delfos: Procedimiento para obtener una previsión de un grupo de personas expertas en algún aspecto del fenómeno que se va a pronosticar. Esto se puede hacer de tres formas: 1) de Respuesta anónima: Participantes expresan opiniones en cuestionarios anónimos; 2) de Interacción y retroacción controlada: Los participantes conocen las opiniones de los demás y formulan estimaciones nuevas de acuerdo a estas opiniones; y 3) de Respuesta estadística de grupo: Complemento de las opiniones individuales.

Por medio de un enfoque de investigación de mercados que toma de referente los antecedentes de la demanda y estudia sus condiciones actuales para generar una visión prospectiva.

- a) Intención de compra: Encuestas a consumidores potenciales para conocer la intención de compra de un determinado producto o marca formulando preguntas sobre las características y atributos del producto que se valoran, así como los factores que influyen en la decisión de

compra. La desventaja de la encuesta es que las respuestas se basan en intenciones y no siempre coinciden con el comportamiento real.

- b) Prueba del concepto y del producto: Plantear ideas del producto expresándolas en términos operativos sin que el producto exista realmente. En la prueba del producto se prueban diferentes prototipos. En los dos casos se evalúan los atributos del producto, la intención de compra, el precio que se está dispuesto a pagar, lugar donde se adquirirá, presentación o envase, etc.
- c) Prueba de mercado: Comercializar pruebas del producto definitivo en un mercado reducido, representativo del mercado real al cual se lanzará el producto. Se hace para conocer las condiciones del mercado, entorno y estrategias comerciales reales en las que se encontrará el producto cuando se comercialice de forma definitiva. Esta prueba proporciona una estimación de la compra inicial y de las primeras repeticiones pero no de compras futuras ni de la lealtad de marca.

Además de los datos de la CONAPO, podemos encontrar en la AMAI (2012), dos motivos más de interés: 1) la incorporación de la mujer en el mercado y el hábito de alimentarse fuera de casa se mantendrá constante y 2) el gusto de los consumidores por experiencias nuevas los hace susceptibles de probar cosas nuevas, cómo lo es la comida tailandesa.

En el caso de Thai-Want pronosticamos la demanda utilizando la prueba de concepto y de producto para tener una mejor idea del producto que quiere el público, el precio que está dispuesto a pagar por determinado producto, si la ubicación les parece razonable y la intención de compra (ver estudio en este mismo capítulo). Se eligió este tipo de prueba porque parece ser la más adecuada para el giro y el producto ya que la de intención de compra puede llegar a ser riesgosa por no presentar resultados claros. En cuanto a la prueba de mercado, no es fácil para la industria de alimentos comercializar pruebas de los platillos que se ofrecerán.

2.5. Análisis de la oferta de la competencia

La meta de cualquier organización es dar a los consumidores más valor que el que dan sus competidores. El valor es la diferencia entre lo que pagan los consumidores por un producto, en comparación con los beneficios que reciben. Cada día es más importante conocer nuestros competidores, ya que al tener un punto de referencia se pueden mejorar sustancialmente algunos aspectos en los que nos encontrábamos en notable desventaja. Muchas veces al emprender una idea de empresa, pensamos en cómo satisfacer al cliente, cómo hacer para vender más, como conseguiremos recursos, etc., y dejamos a un lado un factor muy importante que es el de determinar quiénes son nuestros competidores, cómo actúan y cuáles son sus características.

2.5.3. Capacidad y ubicación de la competencia

Además de conocer la distribución y nivel de posesión de los distintos productos se debe conocer la distribución geográfica del poder adquisitivo delimitando la capacidad de compra en las distintas zonas o territorios.

Según Santasmases Mestre, Sánchez Guzmán y Valderrey Villar (2003, pag.134) un área comercial es una zona o territorio geográfico que presenta características económicas homogéneas, con un centro urbano principal que atrae la mayor parte de la actividad comercial a la zona.

En Morelia Michoacán hasta la fecha no existe ningún competidor directo debido a que no opera ningún restaurante de comida tailandesa. La competencia a la que podríamos enfrentarnos serían los restaurantes de cocina oriental (china y japonesa) que existen, los cuales no son de calidad pero ofrecen bajos precios. Otros competidores serían los establecimientos de comida ubicados en la misma zona.

En Av. Camelinas se encuentra un establecimiento de comida japonesa (Sushi-Itto) con capacidad para 100 personas aproximadamente y con precios similares a los nuestros. Otro estableci-

miento de comida china (Wang Jiao Buffet) ubicado también sobre Av. Camelinas podría ser competencia por ser buffet con una amplia capacidad (150 personas aproximadamente).

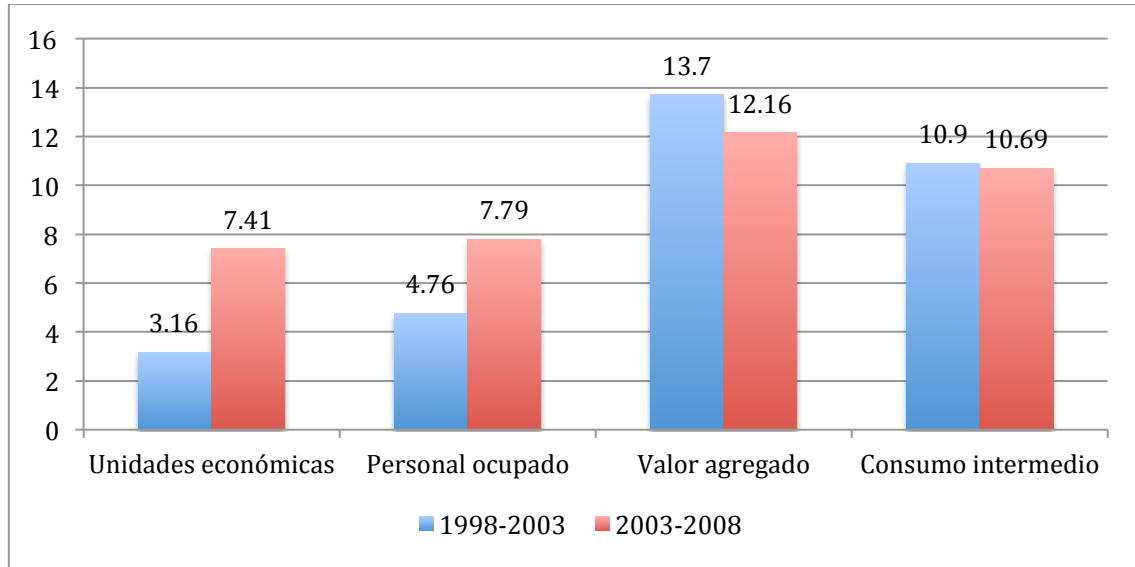


Figura 23 Crecimiento de la industria restaurantera en México, 1998-2008

A nivel macro, podemos identificar que la ciudad de Morelia cuenta con 280 establecimientos incorporados a la CANIRAC (2010) y un estimado de la propia industria establece que los negocios dedicados a la preparación de alimentos y bebidas equivalen al 10% del total de negocios. Como podemos observar en la figura 23, el negocio restaurantera en nuestro país es una industria muy dinámica con un perfil crecimiento enorme, alcanzando un crecimiento de las unidades económicas del sector de un 134% en un período de diez años, es decir, duplicándose el número de negocios dedicados a este ramo. Con el atractivo adicional de incrementar el número de trabajadores en un 64% en el mismo período, para convertirse en uno de los sectores generadores de empleo de mayor importancia en nuestro país.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M
Thai-Want	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Wang Jiao	✓	✓	✗	✗	✗	✗	✓	✓	✗	✗	✗	✗	✗
Sushi-Itto	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✓	✗	✗
Mikono Sushi bar	✓	✗	✗	✗	✗	✗	✓	✓	✗	✗	✗	✗	✗
San Miguelito	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✓	✓	✓
Lugano	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✗

Tabla 4 Análisis de la competencia directa e indirecta de Thai Want, en base a producto y ubicación.

A. Estacionamiento

B. Sanitarios

C. Capacidad para 100 personas

D. Internet inalámbrico

E. Mobiliario adecuado

F. Meseros

G. Buena ubicación

H. Promociones

I. Chef ejecutivo

J. Barra

K. Hostess

L. Valet parking

M. Cortesías

2.6. Análisis oferta-demanda

Los mercados existen y se caracterizan debido a su capacidad de compra. Por eso, es importante conocer el número de personas que componen un mercado, los ingresos que tienen, conocer su nivel de vida, cómo gastan y/o utilizan sus productos y cómo medir la capacidad de compra de dicho mercado.

2.6.1. Indicadores socioeconómicos (NSE)

Son importantes para conocer las condiciones de vida en las que viven las personas que integran el mercado al que vamos dirigidos. Los indicadores socioeconómicos se obtienen mediante Censos Generales de Población y Vivienda, en los cuales se analizan cuestiones como la cantidad de aparatos electrónicos que utilizan en casa, entre otros. Dentro de un estudio de mercado es necesario tomar en cuenta los Censos de Población y Vivienda, sobre todo los del mercado al que vamos dirigidos para conocer su estilo de vida y saber si en realidad van a consumir el producto o servicio que les estamos ofreciendo (Fig. 24).

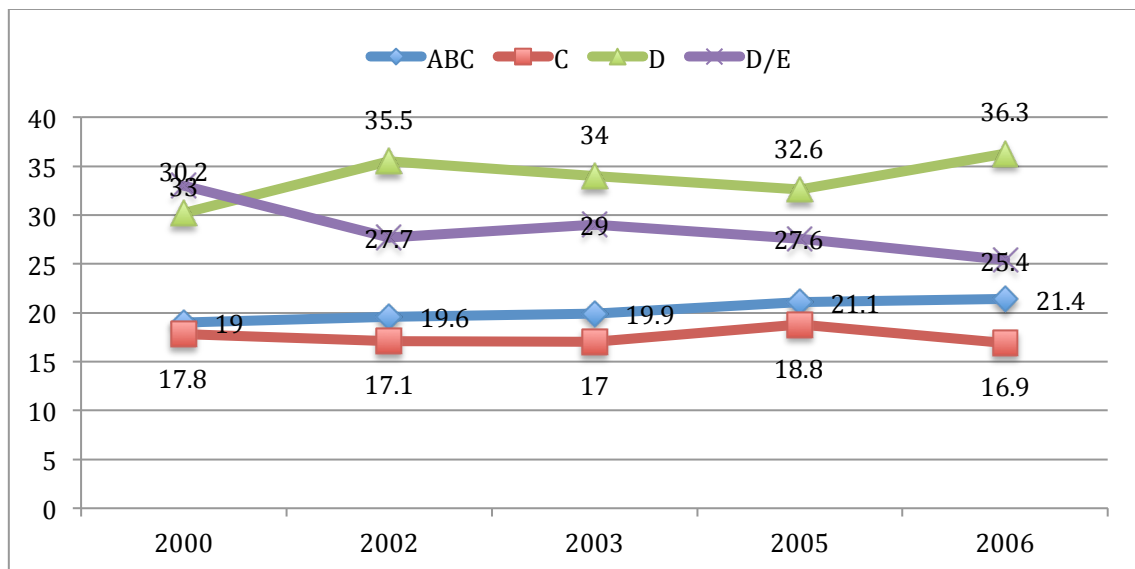


Figura 24 Evolución histórica del NSE en localidades de más de 50 mil habitantes, 2011

2.6.2. Características de los hogares e índice de Desarrollo Humano (IDH)

Es necesario conocer la estructura del gasto familiar, ya que en México el hombre sigue siendo el jefe familiar pero un porcentaje importante de hogares tienen como líder una mujer, lo cual nos lleva a considerar esta situación para poder determinar el índice de precios al consumidor.

En el contexto nacional, Michoacán ocupa la posición 28 en Índice de Desarrollo Humano (IDH), que se mide por el nivel de salud, educación e ingreso. Por su parte, la capital, Morelia mantiene un alto índice de desarrollo humano. Así lo reveló el Informe de Desarrollo Humano Michoacán 2007 elaborado por el Programa de Naciones Unidas por el Desarrollo (PNUD). Una de las ventajas de Michoacán es que no existen municipios con muy bajos niveles de desarrollo humano como lo existen en otros estados.

2.7. Conclusiones del estudio de mercado

El estudio de mercado consistió en una iniciativa empresarial con el fin de hacerse una idea sobre la viabilidad comercial de una actividad económica concreta, en nuestro caso el restaurante Thai-Want. El estudio de mercado final constó de 3 análisis:

2.7.1. Análisis del consumidor

Se estudió el comportamiento de los consumidores provenientes de un mercado específico para detectar sus necesidades de consumo y la forma en que las satisfacen. Se averiguaron sus hábitos de compra con el objetivo de obtener información que nos sirve para mejorar las técnicas de mercadotecnia para la venta del producto o servicio satisfaciendo la demanda de los consumidores en base a lo que ellos realmente quieren.

En base al análisis de la competencia podemos concluir que nuestros clientes potenciales no se desplazan más de 10 minutos para visitar el lugar donde van a comer y preferentemente consumen comida rápida, ya que no están dispuestos a esperar más de 10 minutos para obtener los ali-

mentos. Thai-Want cuenta con una excelente ubicación y el servicio de comida en tiempo es considerable de acuerdo a las necesidades de nuestros clientes.

2.7.2. Análisis de la competencia

Se analizó el conjunto de empresas con las que se comparte el mercado con un mismo producto o uno muy similar, así como su capacidad y precio además de todas sus ventajas competitivas para de una determinada forma establecer nuestras propias ventajas competitivas que superen las de los competidores.

Se desarrolló un cuadro comparativo señalando las ventajas y desventajas que pudieran tener nuestros competidores, demostrando que Thai-Want cumple con todas las características principales que analizan los clientes a la hora de visitar un restaurante.

2.7.3. Estrategias de venta

Mantener liderazgo en cuanto a la competencia en materia de costos y diferenciarnos estableciendo el valor agregado sobre el producto o servicio que brindamos para ser percibidos dentro del mercado como únicos.

Thai-Want se encuentra dentro del rango del precio promedio que los consumidores están dispuestos a pagar por una comida (\$155.50), además de tener como ventaja sobre la competencia las instalaciones, el producto novedoso y complementando con un excelente servicio.

Capítulo III Desarrollo Humano y Organizacional

El comportamiento organizacional brinda una muy útil serie de instrumentos para muchos niveles de análisis. Ayuda a los administradores a estudiar la conducta de los individuos en una organización. Contribuye asimismo a que comprendan las complejidades de las relaciones interpersonales, resultantes de la interacción de dos personas entre sí, compañeros de trabajo o superior-subordinado.

La gente compone el sistema social interno de las organizaciones. Este sistema consta de individuos y grupos, estos últimos tanto grandes como reducidos. Las personas son los seres vivos, pensantes y sensibles que trabajan en las organizaciones para cumplir sus objetivos. Cabe recordar que la razón de existir de las organizaciones es servir a las personas, mientras que la razón de existir de las personas no es servir a las organizaciones. En la figura No. 25 podemos ver los factores clave del sistema organizacional, mismos que sirven de base para el presente capítulo (Davis & Newstrom, 2002).

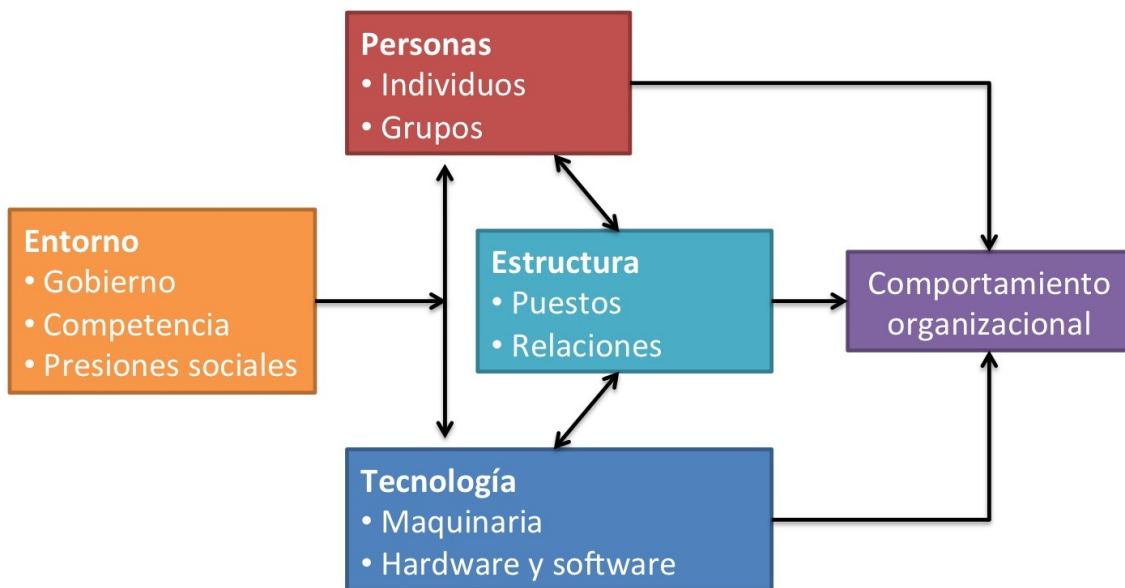


Figura 25 Factores clave del sistema organizacional

3.1. Factor Humano

Las personas componen el sistema social interno de una compañía. Este sistema esta formado por grupos grandes y pequeños. Las personas deben servir a las mismas personas, en vez de servir a las organizaciones. Los administradores actuales necesitan estar al tanto de las tendencias y modelos diversos, y estar preparados para adaptarse a ellos ya que las organizaciones humanas actuales no son las mismas del ayer (Davis & Newstrom, 2002).

De hecho, existe una nueva fuerza laboral, y las prácticas del liderazgo administrativo deben cambiar para adaptarse a las nuevas condiciones. Algunas compañías han descubierto que mostrar interés, escuchar realmente a los empleados y preocuparse por su capacidad y relaciones son clave para motivar a la fuerza laboral.

El liderazgo y el desarrollo humano, consisten en crear las condiciones necesarias para que el personal libere su potencial y haga contribuciones significativas, impulsando a la empresa a alcanzar y mantener su nivel de competitividad (García López, 2010). Ello implica reunir las siguientes características:

- **Calidad Humana:** No se puede dejar de lado el hecho de que se trabaja con seres humanos al momento de realizar las labores propias de un restaurante, tanto con el personal responsable de producir y servir los alimentos, como con el cliente que consume productos y servicios ofrecidos.
- **Satisfacción del Cliente:** Requisito indispensable para ganarse un lugar en la mente de los clientes y por ende, en el mercado meta. Es el objetivo principal de todas las áreas funcionales del restaurante. Los beneficios que podemos tener, entre otros logrando satisfacer a nuestros clientes son: que los clientes vuelvan a nuestro restaurante para consumir nuestros productos, por tanto la empresa obtiene como beneficio su lealtad así como la posibilidad de venderle nuevos productos en el futuro, un cliente satisfecho comunica a otros sus experiencias positivas con un producto o servicio y la empresa obtiene el beneficio de difusión gratuita y por último un

cliente satisfecho deja de lado la competencia y así la empresa obtiene un lugar en el mercado.

- **Gerenciamiento de la Rutina.** Incluye todos los procesos que se deben de desarrollar y verificar como parte del trabajo cotidiano de la gerencia. Este apartado es de vital importancia pues supone una supervisión mínima, pero indispensable para lograr las metas de una organización.
- **Gerenciamiento de Mejora:** Si partimos del supuesto que todos los atributos de la gerencia se han desarrollado acorde a lo previsto, se logra una cierta estabilidad que permite realizar mejoras y ajustes en el trabajo.

3.2. Estructura

La estructura define la relación formal y las funciones de las personas en las organizaciones. Se requieren diferentes puestos para realizar todas las actividades de la empresa. Todos los trabajadores deben estar relacionados de una manera estructural para coordinar el trabajo de forma efectiva.

3.2.1. Organigrama y relaciones

Un organigrama es la representación gráfica de los puestos necesarios para el desarrollo de las actividades de una empresa. La complejidad de funciones, tareas y operaciones que se han de realizar en una cocina exigen una parcelación o agrupación de misiones, bien por analogías de trabajos, por el trabajo con determinados géneros o por los utensilios e instalaciones a emplear. El objetivo que se busca es simplificar el trabajo y aumentar la eficacia. Esta distribución del trabajo requiere en el personal una mayor especialización (Fig. 26).

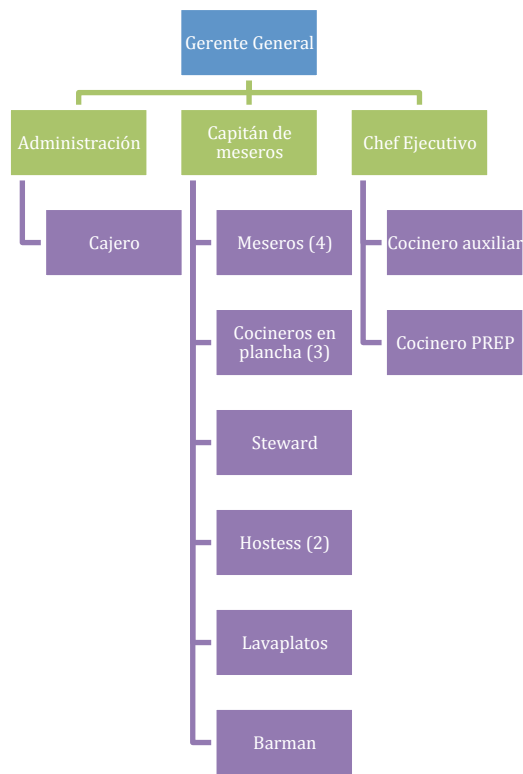


Figura 26 Organigrama propuesto para Thai Want

3.2.2. Descripción y perfiles de puesto

La descripción es un proceso que consiste en enumerar las tareas o funciones que lo conforman y lo diferencian de los demás puestos de la empresa (qué hace el ocupante, cuándo lo hace, cómo lo hace y porqué lo hace).

Forma escrita en que se consignan las funciones que deberán realizarse en un puesto; esta se puede presentar en forma genérica y analítica. Es hacer un inventario de los aspectos más importantes del puesto y de los deberes y las responsabilidades que comprende (Nacional Financiera, 2010).

Los sueldos del personal considerado para el restaurante Thai Want, fueron seleccionados por medio de un estudio de la competencia, tomando como referente la información obtenida del gerente de Applebee's Morelia (2012) y en base a los sueldos que maneja el Observatorio Laboral de la Secretaría del Trabajo y Previsión Social (2012).

Gerente general

Responsable del funcionamiento de todo el restaurante, tanto en el área operativa como administrativa. Proporciona facilidades para lograr los estándares de calidad y eficiencia establecidos y mantiene un liderazgo en todos los departamentos con los que cuenta el restaurante.

1. **Objetivo del puesto:** Programa reuniones con sus subalternos para hablar sobre servicio, administración, mercadotecnia, revisa hojas de función con el chef, supervisa la limpieza y operación en general con ayuda del capitán de meseros y el chef ejecutivo.
2. **Autonomía:** Responsabilidad conociendo sus obligaciones y cumpliéndolas, liderazgo para poder manejar un equipo de trabajo, puntualidad poniendo el ejemplo a sus subordinados y ser siempre justo con todos sus compañeros de trabajo.
3. **Perfil de puesto:** Sexo indistinto, edad de 25 a 40 años, estado civil casado preferente, administración de empresas o afín como escolaridad mínima, experiencia de

2 años en puesto similar, conocimientos específicos en servicio, administración y mercadotecnia, inglés 80%, disponibilidad de horario y buena presentación.

4. **Habilidades:** Autodisciplina, responsabilidad, honestidad, compromiso y liderazgo.
5. **Sueldo:** \$10,000.00 mensuales.

Chef ejecutivo

Encargado de inventarios, compras, dirección y control. Prepara y supervisa la elaboración de platillos en la cocina, así como en las planchas.

1. **Objetivo del puesto:** Mantener el control en la cocina y en las planchas, así como ser el principal encargado del buen funcionamiento del restaurante en general.
2. **Autonomía:** Ser puntual y responsable, conocer y cumplir sus obligaciones y deberes, mantener el orden general en todo el restaurant.
3. **Perfil de puesto:** Licenciatura en Gastronomía, dominio del idioma inglés 80% mínimo, 3 años de experiencia como chef Ejecutivo en el puesto, conocimientos de informática, contabilidad e inventarios, operación de una cocina, términos culinarios, servicio, higiene, conocimiento sobre cocina tailandesa y control de calidad y capacidad para trabajar bajo presión y en equipo. Sexo indistinto, edad de 25 a 40 años y excelente presentación.
4. **Habilidades:** Administrativas, vocación para la profesión, creatividad, liderazgo, servicio, actitud, don de mando y carisma.
5. **Sueldo:** \$9,000.00 mensuales.

Cocineros para planchas

Cada cocinero debe preparar el *mice en place* previo que utilizará para cocinar sobre la plancha. Los meseros serán auxiliares de este llevando la cuenta, montando la mesa y retirando platos sucios cuando el comensal se haya retirado.

1. **Objetivo del puesto:** Realizar las preparaciones que se servirán a los clientes directamente de la plancha. Servicio francés.
2. **Autonomía:** Mantener limpia su área de trabajo y brindar un servicio eficiente, además de encargarse de la limpieza de su área diariamente, ser puntuales y responsables de sus labores.
3. **Perfil de puesto:** Experiencia en el puesto mínima de 2 años, términos culinarios, excelente habilidad para el servicio, higiene y capacidad para trabajar bajo presión y en equipo. Género indistinto, de 24 a 34 años y buena presentación.
4. **Habilidades:** Servicio, facilidad de palabra, manejo de alimentos (percederos y no percederos, cocinar alimentos sobre la plancha, temperaturas y tiempo de cocción en la plancha).
5. **Sueldo:** \$4,600.00 mensuales.

Cocinero auxiliar del chef ejecutivo y Cocinero PREP

Encargado de preparar salsas y *mice en place* para las preparaciones calientes que se harán en la cocina, responsable de todas las preparaciones en frío, así como su respectivo *mice en place*. Principal ayudante del chef ejecutivo en las preparaciones en cocina. Debe ayudar en la limpieza de las instalaciones de cocina (parrilla, quemadores, mesas auxiliares).

1. **Objetivo del puesto:** Auxiliar al chef ejecutivo en las preparaciones en cocina, así como en toda labor que el chef le solicite (compras, inventarios)
2. **Autonomía:** Puntualidad, organización y limpieza en la cocina, auxiliar al chef ejecutivo de la mejor manera posible, presentar puntos de vista y soluciones a posibles problemas, no crear conflictos, ser responsable de su trabajo y labores.
3. **Perfil de puesto:** Experiencia en el puesto mínima de 2 años, términos culinarios, conocimiento sobre inventarios y administración, excelente habilidad para el servicio, higiene y capacidad para trabajar bajo presión y en equipo. Género indistinto, de 24 a 34 años y buena presentación.
4. **Habilidades:** Administrativas, vocación, creatividad, seguridad, confianza, servicio, actitud y responsabilidad.

5. **Sueldo:** \$ 7,000.00 mensuales.

Meseros

Encargados del servicio americano al resto de las mesas independientes y auxiliares de los cocineros en plancha ofreciéndoles las bebidas a los clientes.

1. **Objetivo del puesto:** Atender a los comensales tomando la orden, llevándoles los platos y bebidas a la mesa, llevarles la cuenta y auxiliar a los cocineros en plancha.
2. **Autonomía:** Verificar que nada les haga falta a los comensales, ser amables, ofrecer un buen servicio, ser carismáticos, responsables, puntuales, saber dar explicación del menú y las bebidas, responder cuestiones de los clientes y encargarse de dar un buen trato a los comensales.
3. **Perfil de puesto:** Experiencia como meseros mínima de 2 años, facilidad de palabra, excelente habilidad para el servicio, preparatoria terminada, capacidad para trabajar bajo presión y en equipo. Género indistinto, de 24 a 34 años y buena presentación.
4. **Habilidades:** Servicio, facilidad de palabra, seguridad, confianza y carisma.
5. **Sueldo:** \$1,850.00 más propinas.

Steward

Encargado de la limpieza general del restaurante, retirar platos muertos, lavar y mantener los baños limpios, limpiar ventanas, así como toda la limpieza externa del lugar.

1. **Objetivo del puesto:** Mantener el restaurante limpio a todas horas para mejorar la atmósfera de trabajo y contar siempre con una excelente presentación del lugar.
2. **Autonomía:** Auxiliar a los meseros a recoger los platos sucios de las mesas y planchas cada vez que un comensal termine de comer, limpiar las mesas y verificar que el piso debajo del comedor esté limpio.

3. **Perfil de puesto:** Activo, disposición de horarios, disposición de trabajo en equipo, servicial, preparatoria terminada. Género indistinto, de 21 a 30 años de edad y buena presentación.
4. **Habilidades:** Carisma, higiene, disposición, actitud y responsabilidad.
5. **Sueldo:** \$3,600.00 mensuales.

Lavaplatos

Encargado de lavar platos, cristalería, cubertería, y todo el equipo de cocina (ollas, sartenes, cucharas, cuchillos, etc.).

1. **Objetivo del puesto:** Mantener cristalería, loza y equipo de cocina limpio para cualquier necesidad de uso. Es importante lavar todo el material justo después de usarlo para darle una mayor duración y cuidado.
2. **Autonomía:** Lavar cada determinada cantidad de platos, vasos y cubiertos para que no se acumulen, lavar los utensilios de cocina inmediatamente después de que los hayan utilizado y así ayudar a mantener todo en orden para una mayor duración.
3. **Perfil de puesto:** Activo, disposición de horarios, disposición para trabajar en equipo, preparatoria terminada, carisma y responsabilidad. Género indistinto de 21 a 34 años de edad.
4. **Habilidades:** Manejo cuidadoso del equipo, higiene, disposición y actitud.
5. **Sueldo:** \$3,600.00 mensuales.

Hostess

Encargada de recibir a los comensales a la entrada del restaurante y asignarles mesa, así como entregarles la carta y asignarles mesero.

1. **Objetivo del puesto:** Recibir de la mejor manera posible a los comensales, así como brindarles un extra en cuestión de atención, ofrecerles menú del día en caso de que lo

haya, promociones o recomendaciones y encargarse de hacer las reservaciones del restaurante.

2. **Autonomía:** Atender a cada uno de los clientes cuando lleguen al restaurante, darles la bienvenida y ofrecerles mesa o asiento en la sala de espera en caso de cupo lleno.
3. **Perfil de puesto:** Excelente presentación, facilidad de palabra, servicial, carisma, actitud, disposición, responsabilidad, disposición de horarios, disposición para trabajar en equipo. Mujer, de 21 a 29 años.
4. **Habilidades:** Facilidad de palabra, carisma y actitud.
5. **Sueldo:** \$4,500.00 mensuales.

Barman

Encargado de servir todas las bebidas que los comensales ordenen.

1. **Objetivo del puesto:** Preparar y servir las bebidas que ordenen los clientes.
2. **Autonomía:** Mantener limpia su área de trabajo, lavar toda la cristalería de su área, ser responsable, puntual y preparar su miche en place.
3. **Perfil de puesto:** Responsable, puntual, saber preparar las bebidas que se ofrecerán, buena presentación, carisma, actitud, disposición de horarios y disposición de trabajar en equipo.
4. **Habilidades:** En barra preparando bebidas.
5. **Sueldo:** \$4,500.00 mensuales.

Cajero

La función del cajero está centrada en cobrar las cuentas de las mesas y estar pendiente de las comandas u ordenes tomadas por los meseros.

1. **Objetivo del puesto:** Llevar el control de las comandas y cobrar y entregar cambio.
2. **Autonomía:** Tener en orden las comandas, cobrar y entregar los cambios correctamente.

3. **Perfil de puesto:** Responsabilidad, puntualidad, disposición de horarios, buena presentación, buena presentación, actitud conocer sobre administración o contabilidad. Género indistinto de 25 a 35 años.
4. **Habilidades:** Administrativas o contables.
5. **Sueldo:** \$5,000.00.

3.3. Reglamento interno por área

Los reglamentos internos por área son normas obligatorias de carácter técnico, administrativo y disciplinario que regulan el funcionamiento de un espacio de trabajo correspondiente a la dirección, organización, seguridad, higiene y distribución de tareas, cuya observación es obligatoria para los trabajadores y patrones. Todo reglamento interno debe determinar las condiciones a que deben sujetarse los trabajadores, así como sus obligaciones y las sanciones a las cuales estarán sujetos en caso de no cumplir con dicho reglamento.

Si no existiera un reglamento de trabajo el patrón no podría imponer ninguna medida correctiva a su trabajador por no tener un documento que lo respalde. Los reglamentos de trabajo deben cumplir con una serie de requisitos para poder ser elaborados, como son que el patrón ocupe más de cinco trabajadores permanentes con aprobación sometida a la Secretaría de Trabajo y Seguridad Social (Alvarado, 2009).

En la sección de apéndice 1, podemos ver los diferentes elementos del reglamento a detalle para cada una de las áreas funcionales del restaurante. Incluyendo las obligaciones, sanciones y recomendaciones.

3.4. Programa de capacitación por área

A mayor desarrollo tecnológico en la sociedad, mayor necesidad de talento, de personas competentes técnica y emocionalmente capaces de crear, innovar, afrontar retos en los negocios, elaborar bienes y servicios de calidad y contribuir a que la organización aprenda a mantenerse en un mercado globalizado:

La tendencia es que las organizaciones se conviertan en comunidades de aprendizaje que lo generen, lo conserven y lo traduzcan en acciones de valor agregado la sobrevivencia en el mundo global y competitivo depende, en estos momentos, de la inversión que hagan las empre-

sas en intangibles, como innovación tecnológica, organización flexible y desarrollo de capital humano (Rodríguez, 2005).

TIEMPO	FUNCIÓN
Nuevo Ingreso	<ol style="list-style-type: none"> 1. Reclutamiento, selección y contratación, en base a las necesidades de cada departamento. 2. Inducción básica en base al formato establecido y canalización de capacitación con el jefe de departamento. 3. Entregar a cada empleado el horario, reglamento, organigrama y descripción y perfil de su puesto. 4. Capacitación directa del personal a su cargo.
Diario	<ol style="list-style-type: none"> 1. Supervisión directa de la limpieza del área del personal 2. Verificar puntualidad de todo el personal.
Semanal	<ol style="list-style-type: none"> 1. Autoevaluación del trabajo realizado por áreas.
Mensual	<ol style="list-style-type: none"> 1. Junta con el jefe de departamento 2. Planes de capacitación: idiomas, integración del personal, desarrollo del personal, cursos de cocina y de calidad en el servicio. 3. Motivación del personal con bonos y premios en base a la percepción del jefe inmediato 4. Calificar al personal en base a su desempeño laboral (calidad y cantidad de trabajo, potencial de desarrollo, responsabilidad, cooperación, iniciativa, asistencia, puntualidad y cumplimiento de las normas del restaurante).
Anual	<ol style="list-style-type: none"> 1. Autoevaluación del distintivo M y H previo a la renovación de los mismos.

Tabla 5. Programa de capacitación para el personal

Es importante hacer de la capacitación una cultura ligada a las prácticas profesionales de las empresas, dada su relación con la lealtad, el compromiso y el trabajo en equipo que se puede desarrollar en base a la responsabilidad y la autonomía de las áreas. En nuestro caso, el trabajo se desarrollará en tres ejes fundamentales: 1) de nuevo ingreso, 2) de mantenimiento y 3) de evaluación global (Tabla No. 5).

3.5. Horarios Gráficos

Los horarios gráficos son la representación pictórica de las horas de trabajo de los empleados. Tiempo del día durante el cual el trabajador presta sus servicios a la empresa. El horario gráfico se divide en dos, tiempo de trabajo necesario y tiempo de trabajo adicional. Dicho horario debe cumplir con las horas marcadas por la ley para cada jornada, dividir las horas de trabajo al día y a la semana.

PUESTO	11:00	12:00	13:00	14:00	15:00	16:00	17:00	18:00	19:00	20:00	21:00	22:00	23:00
1. Chef Ejecutivo	[Blue bar from 11:00 to 20:00]												
2. Gerente General						[Yellow bar from 16:00 to 23:00]							
3. Capitán de Meseros			[Green bar from 14:00 to 22:00]										
4. Administrador			[Red bar from 13:00 to 21:00]										
5. Cajero 1			[Blue bar from 13:00 to 18:00]										
6. Cajero 2								[Purple bar from 18:00 to 22:00]					
7. Hostess 1			[Pink bar from 13:00 to 18:00]										
8. Hostess 2								[Magenta bar from 18:00 to 22:00]					
9. Steward 1		[Purple bar from 12:00 to 19:00]											
10. Lavaplatos		[Dark Blue bar from 12:00 to 20:00]											
11. Cocinero auxiliar			[Green bar from 13:00 to 22:00]										
12. Cocinero Prep		[Light Blue bar from 11:00 to 20:00]											
13. Barman			[Red bar from 13:00 to 21:00]										
14. Auxiliar de barman		[Magenta bar from 11:00 to 18:00]											
15. Mesero 1		[Yellow bar from 11:00 to 17:00]											
16. Mesero 2		[Purple bar from 12:00 to 19:00]											
17. Mesero 3			[Dark Red bar from 13:00 to 21:00]										
18. Mesero 4				[Blue bar from 14:00 to 22:00]									
19. Cocinero en plancha 1		[Olive Green bar from 12:00 to 20:00]											
20. Cocinero en plancha 2		[Grey bar from 12:00 to 20:00]											
21. Cocinero en plancha 3			[Light Blue bar from 13:00 to 21:00]										

Tabla 6. Ejemplo de horarios gráficos

Capítulo IV Estudio Financiero

Un estudio financiero es la estimación de las utilidades o pérdidas, es decir, estimación de los resultados de las operaciones que se planean realizar a futuro. Tales estimaciones toman como marco de referencia el estudio de mercado y el estudio técnico (Elías, 2007).

El balance general, estado de situación o estado de posición financiera muestran información relativa a una fecha determinada sobre los recursos y obligaciones financieras de la entidad; por consiguiente, los activos en orden de su disponibilidad, revelando sus restricciones; los pasivos atendiendo a su exigibilidad, revelando sus riesgos financieros; así como el capital contable o patrimonio contable a dicha fecha.

Los estados financieros deben presentarse, por lo menos, anualmente o al término del ciclo normal de operaciones de la entidad, cuando éste sea mayor a un año. Esto no impide que se emitan estados financieros en fechas intermedias. El ciclo normal de operaciones de una entidad es el tiempo comprendido entre la adquisición de activos para su procesamiento y a la realización de los mismos derivada de su enajenación.

Por último, el objetivo del estudio financiero es determinar si es conveniente o no invertir en el proyecto en base a la rentabilidad, riesgo y tiempo en el que se estima se recuperará el capital de inversión. Considerando igualmente las necesidades de inversión, los ingresos y egresos que la empresa tendrá en el corto y mediano plazo.

En este capítulo se establecerá la estructura del capital más conveniente para nuestro restaurante, se mostrarán los balances generales para el primer año de operación y se proyectarán los resultados en un periodo de cinco años. Se determinará el punto de equilibrio por año hasta alcanzar el retorno de inversión (ROI) en un tiempo no mayor a 3 años.

4.1 Datos de la Empresa

Thai-Want es una empresa establecida como Sociedad de Responsabilidad Limitada ubicada en la Ciudad de Morelia, Michoacán como un Restaurante de comida tailandesa (Ver anexo 2, acta constitutiva).

4.2. Financiamiento

Una empresa puede ser financiada a corto o a largo plazo. El financiamiento a corto plazo es constituido por los créditos comerciales, créditos bancarios, pagarés, líneas de crédito, papeles comerciales, por medio de las cuentas por cobrar y por medio de los inventarios. En el financiamiento a largo plazo se encuentran las hipotecas, acciones, bonos y arrendamientos financieros.

Cualquiera que sea el método elegido para financiar nuestra empresa debe ser estudiado minuciosamente tomando en cuenta las ventajas, desventajas, importancia y forma de utilización para de esta manera comprender su participación dentro de las distintas actividades comerciales que diariamente se realizan. Para el caso de Thai-Want se eligió un financiamiento a largo plazo, emisión de acciones. Las acciones representan la participación patrimonial o capital de un accionista dentro de la organización a la que pertenece.

Importancia: Miden el nivel de participación y lo que corresponde a un accionista por parte de la organización a la que representa, bien sea por concepto de dividendos, derechos de los accionistas, derechos preferenciales u otros.

Ventajas: Las acciones preferentes dan el énfasis deseado al ingreso y son útiles para las negociaciones de fusión y adquisición de empresas.

Forma de utilización: Las acciones preferentes son aquellas que forman parte del capital contable de la empresa, hasta cierta cantidad, y a los activos de la misma. También hasta cierta cantidad, en caso de liquidación.

Las acciones comunes representan la participación residual que confiere al tener un derecho sobre las utilidades y los activos de la empresa, después de haberse satisfecho las reclamaciones prioritarias por parte de los accionistas preferentes. Ambos tipos de acciones se asemejan en que el dividendo se puede omitir, las dos forman parte del capital contable de la empresa y ambas tienen fecha de vencimiento.

4.2.1. Aportaciones de los socios y emisión de acciones

La emisión de acciones es uno de los métodos utilizados por las empresas para conseguir capital. Luego de la primera emisión la empresa puede continuar emitiendo acciones para aumentar su capital. Tanto la primera emisión como las posteriores se pueden realizar de manera privada o mediante oferta pública. Emitir acciones permite a las empresas recaudar capital con la venta de las mismas para afrontar nuevas inversiones y por lo tanto constituye una forma de financiamiento.

En el caso de Thai-Want, se emitirán en un primer momento 1,000 acciones con un valor de \$1,000 MN 00/100 cada una, como parte de la contribución de los socios al proyecto, proyectando recuperar la inversión en plazo no mayor a dos y entregando las ganancias procedentes del trabajo al término de 5 años.

4.2.2. Estructura financiera

Los activos representan todos los recursos con los que cuenta la empresa para realizar sus actividades diarias. Estos son:

Caja. Es todo el dinero en efectivo, es decir, billetes y monedas en nuestro poder.

Bancos. Es la suma de la disponibilidad que tenemos en todas las cuentas bancarias a favor de la empresa.

Almacenes. Por este concepto se entiende todo aquello que se encuentra en el Inventario de mercancías de la empresa para posteriormente venderlo con un margen de ganancia.

Clientes. Son las deudas que nos deben nuestros clientes, por las mercancías que ha vendido la empresa o servicios a crédito y del cual no tenemos ninguna garantía documental (pagarés, etcétera).

Deudores Diversos. Son los adeudos que se tiene con el negocio por algún concepto distinto a la venta de mercancías o servicios, como por ejemplo, un préstamo personal.

Edificios. Está constituido por el valor neto de los bienes inmuebles propiedad de la empresa.

Equipo de Transporte. Está integrado por el valor neto de los equipos que utilizamos para transportar las mercancías o para realizar las actividades de la empresa como camionetas, camiones, automóviles, etcétera.

Los pasivos son los financiamientos externos que hemos utilizado para formar estos recursos y se encuentran constituidos por:

Proveedores. Son los pasivos a favor de las empresas o personas a las que hemos comprado mercancías o servicios a crédito sin darles ninguna garantía documental.

Documentos por pagar. Representa la suma de todos los documentos y títulos de crédito a cargo del negocio, es decir, que este tiene que pagar, como letras de cambio, pagarés, etcétera.

Acreedores diversos. Son las personas a las que les debemos dinero por una causa distinta a la compra de mercancías o servicios para la realización de nuestras actividades, por ejemplo, la reparación a crédito de un automóvil.

Impuestos por pagar. Son los impuestos de la empresa que están pendientes de pago. Entre ellos se encuentran cuotas de INFONAVIT o del seguro social, predial, IVA, ISR, IETU y cualquier otro impuesto estatal.

Acreedores hipotecarios. Son todas las obligaciones que se tienen pendientes de pagar con garantía de un bien inmueble (terrenos, edificios, locales comerciales, etcétera).

Cuentas de capital. La última fuente de financiamiento de los recursos de la empresa, lo integran las cuentas de capital.

Capital Social. Son los recursos que aportaron los socios o el dueño del negocio para iniciar la empresa.

Utilidades retenidas. Son las utilidades de ejercicios anteriores y que fueron reinvertidas en el negocio para contar con mayor capital y poder crecer.

Cabe señalar que algunos empresarios japoneses tienen como filosofía no retirar un solo peso y reinvertir todas las utilidades hasta que la empresa cumpla 20 años.

ACTIVO CIRCULANTE		PASIVO CIRCULANTE	
Caja	\$ 20,000.00	Proveedores	\$ 13,600.00
Bancos	\$100,000.00	Documentos por pagar	\$ -
Almacenes	\$ 42,000.00	Acreedores diversos	\$ -
TOTAL DEL ACTIVO CIRCULANTE	\$162,000.00	Impuestos por pagar	\$ 29,400.00
		TOTAL DE PASIVO CIRCULANTE	\$ 43,000.00
ACTIVO FIJO		PASIVO FIJO	
Costo de producción	\$ 190,690.00	Acreedores hipotecarios	\$ 18,000.00
Edificio	\$2, 754, 000.00	TOTAL DE PASIVO FIJO	\$ 18,000.00
Depreciación	\$ -		
Equipo de producción	\$ 190,680.00	PASIVO DIFERIDO	
Depreciación	\$ -		\$ -
Equipo de cómputo	\$ 13,768.00	TOTAL DE PASIVOS	\$ 61,000.00
Depreciación	\$ -		
Mobiliario y equipo	596, 622.00	CAPITAL CONTABLE	
Depreciación	\$ -	CAPITAL SOCIAL	\$ 586,564.00
Equipo de oficina	\$ 9,639.00	UTILIDADES RETENIDAS	\$ -
Equipo de transporte	\$ 16,000.00	TOTAL CONTABLE	\$ 586,564.00
TOTAL DE ACTIVO FIJO	\$420,777.00	TOTAL DE PASIVO Y CAPITAL CONTBLE	\$ 647,564.00
ACTIVO DIFERIDO			
Gastos de constitución	\$ 3,825.00		
Amortizaciones	\$ -		
Seguros	\$ 8,360.00		
Amortizaciones	\$ -		
Licencias y trámites	\$ 42,602.00		
Amortizaciones	\$ -		
TOTAL DE ACTIVO DIFERIDO	\$ 64,787.00		
TOTAL DE ACTIVOS	\$ 647,564.00		

Tabla 7. Balance general inicial de Thai-Want

4.3. Presupuesto de ingresos

Los ingresos para el caso de nuestro restaurante, provendrán por concepto de la venta de alimentos y bebidas, contemplando para ello un promedio de ocupación o margen de seguridad del 50% para el primer año y un crecimiento sostenido del 5% anual de ocupación promedio, hasta llegar al 80% medio de ocupación (Tabla 8). Dichas estimaciones se realizan en base a las recomendaciones del Banco de México (2011), quien registro entre 2000 y 2007 una inflación oscilante de entre 4.0075% y 5.6051%. Dando una media de 4.8063%.

Año	Capacidad instalada	Margen de seguridad	Precio promedio	Inflación proyectada 5%	7 días de operación	51 Semanas
2012	100	50	\$120.00	6	\$ 42,000.00	\$ 2,142,000.00
2013	100	55	\$126.00	6	\$ 48,510.00	\$ 2,474,010.00
2014	100	60	\$132.00	7	\$ 55,566.00	\$ 2,833,866.00
2015	100	65	\$139.00	7	\$ 63,206.33	\$ 3,223,522.58
2016	100	70	\$146.00	7	\$ 71,471.77	\$ 3,645,060.14
2017	100	75	\$153.00	8	\$ 80,405.74	\$ 4,100,692.66
2018	100	80	\$161.00	8	\$ 90,054.43	\$ 4,592,775.78

Tabla 8. Presupuesto de ingresos a 8 años.

En base a ese promedio de ocupación, se realizó el cálculo de ventas sobre un cheque promedio de 120 pesos, con un incremento anual sostenido acorde a la evolución histórica de la inflación de 2005 a 2010, de un 5%. Contemplando una operación de siete días a la semana y 51 semanas al año, dando margen a una semana de descanso para fines de inventario, mantenimiento y feriados. Presentando una venta sostenida a partir de una base de 2 millones 142 mil pesos en su primer año de operación.

4.4 Presupuesto de egresos

Corresponde al total de egresos de dinero que tendrá la empresa durante el mismo periodo del presupuesto de ventas calculado. En él se determinan aspectos como:

- Tipo, cantidad y precio de la materia prima que se va a utilizar.
- Cantidad de empleados, total de salarios y beneficios a pagar cada mes.
- Gastos de administración (sueldos, renta, servicios, papelería y oficina, mantenimiento, etc.).
- Pago de pólizas y seguros.
- Totales mensuales a cargar por concepto de depreciación.
- Gastos promocionales (folletos, volantes, afiches, etc.) y publicidad (radio, periódico).

4.4.1. Depreciaciones

Desde el momento en que se adquiere un bien (a excepción de los terrenos), éste empieza a perder valor por el transcurso del tiempo o por el uso que se le da. Esta pérdida es conocida como depreciación y debe reflejarse contablemente con el fin de determinar el costo de bienes y servicios que se generan con dichos activos, establecer un fondo de reserva que permita reemplazar el bien al final de su vida útil, entre otros (Irizar, 2003).

La mayoría de los activos tienen una vida útil mediante un periodo finito de tiempo y en el transcurso de tal se da la pérdida de valor, llamada depreciación. Contablemente se realiza un cargo periódico a los resultados por la depreciación del bien, y en contrapartida, se crea un fondo para contar con los recursos necesarios para reemplazarlo al concluir su vida útil.

Para el caso de nuestro restaurante, se ha contemplado una inversión inicial de 354 mil pesos para construcción física y adecuación del restaurante, incluyendo un factor de depreciación de 4.11% anual y una estimación de remodelación a 8 años.

Año	Factor de depreciación	Depreciación	Valor en libros
2012		\$ -	\$ 354,000.00
2013	0.0411388	\$ 14,563.14	\$ 339,436.86
2014	0.0411388	\$ 13,964.03	\$ 325,472.84
2015	0.0411388	\$ 13,389.56	\$ 312,083.28
2016	0.0411388	\$ 12,838.73	\$ 299,244.55
2017	0.0411388	\$ 12,310.56	\$ 286,933.98
2018	0.0411388	\$ 11,804.12	\$ 275,129.86
2019	0.0411388	\$ 11,318.51	\$ 263,811.35
2020	0.0411388	\$ 10,852.88	\$ 252,958.47

Tabla 9 Depreciación del inmueble en un período de ocho años

En lo que respecta a la depreciación del mobiliario y equipo, este sufre un desgaste mayor (Arceo Sánchez & Román Lara, 2000), motivo por el cual el factor de depreciación se adecua a un 7.24% anual, sobre un presupuesto inicial de 296 mil 622 pesos.

Año	Factor de depreciación	Depreciación	Valor en libros
2012		\$ -	\$ 296,622.00
2013	0.07240063	\$ 21,475.62	\$ 275,146.38
2014	0.07240063	\$ 19,920.77	\$ 255,225.61
2015	0.07240063	\$ 18,478.49	\$ 236,747.11
2016	0.07240063	\$ 17,140.64	\$ 219,606.47
2017	0.07240063	\$ 15,899.65	\$ 203,706.83
2018	0.07240063	\$ 14,748.50	\$ 188,958.32
2019	0.07240063	\$ 13,680.70	\$ 175,277.62
2020	0.07240063	\$ 12,690.21	\$ 162,587.41
2021	0.07240063	\$ 11,771.43	\$ 150,815.98
2022	0.07240063	\$ 10,919.17	\$ 139,896.81

Tabla 10 Depreciación del mobiliario y equipo

Referente a todo el equipo de proceso del restaurante se contempló una desgaste bastante alto, por lo cual se estimo un factor de depreciación del 14.86% anual, sobre el presupuesto inicial de \$150, 240 pesos.

AÑO	FACTOR DE DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN	VALOR EN LIBROS
2012		\$-	\$ 150,240.00
2013	0.14866007	\$ 22,334.69	\$ 127,905.31
2014	0.14866007	\$ 19,014.41	\$ 108,890.90
2015	0.14866007	\$ 16,187.73	\$ 92,703.17
2016	0.14866007	\$ 13,781.26	\$ 78,921.91
2017	0.14866007	\$ 11,732.54	\$ 67,189.37
2018	0.14866007	\$ 9,988.38	\$ 57,201.00
2019	0.14866007	\$ 8,503.50	\$ 48,697.49
2020	0.14866007	\$ 7,239.37	\$ 41,458.12

Tabla 11 Depreciación del equipo de proceso

Con respecto al equipo de cómputo se ha contemplado una inversión inicial de \$13,768 pesos con un factor de depreciación anual del 20.56% estimando reemplazarlo en un periodo de 6 años.

AÑO	FACTOR DE DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN	VALOR EN LIBROS
2012		\$ -	\$ 13,768.00
2013	0.2056704	\$ 2,831.67	\$ 10,936.33
2014	0.2056704	\$ 2,249.28	\$ 8,687.05
2015	0.2056704	\$ 1,786.67	\$ 6,900.38
2016	0.2056704	\$ 1,419.20	\$ 5,481.18
2017	0.2056704	\$ 1,127.32	\$ 4,353.86

Tabla 12 Depreciación del equipo de cómputo

En referencia al equipo de oficina se contempló un presupuesto inicial de \$9,639 pesos con una depreciación anual del 18.30% estimando reemplazarlo en un periodo de 8 años.

AÑO	FACTOR DE DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN	VALOR EN LIBROS
2012		\$ -	\$ 9,639.00
2013	0.18306731	\$ 1,764.59	\$ 7,874.41
2014	0.18306731	\$ 1,441.55	\$ 6,432.87
2015	0.18306731	\$ 1,177.65	\$ 5,255.22
2016	0.18306731	\$ 962.06	\$ 4,293.16
2017	0.18306731	\$ 785.94	\$ 3,507.22
2018	0.18306731	\$ 642.06	\$ 2,865.16
2019	0.18306731	\$ 524.52	\$ 2,340.65
2020	0.18306731	\$ 428.50	\$ 1,912.15

Tabla13 Depreciación del equipo de oficina

ÁREA PRODUCTIVA

AÑOS	1	2	3	4	5	6	7	8
Edificio	\$ 13,107.00	\$ 12,568	\$ 12,050	\$ 11,555	\$ 11,079	\$10,623.70	\$10,186.65	\$ 9,767.59
Mobiliario y equipo	\$14,235.56	\$13,204.89	\$12,248.85	\$11,362.03	\$10,539.41	\$ 9,776.35	\$ 9,068.53	\$ 8,411.97
Equipo de proceso	\$22,334.69	\$19,014.41	\$16,187.73	\$13,781.26	\$11,732.54	\$ 9,988.38	\$ 8,503.50	\$ 7,239.37
SUBTOTAL	\$ 49,677	\$ 44,787	\$ 40,487	\$ 36,698	\$ 33,351	\$ 30,388	\$ 27,759	\$ 25,419

ÁREA OPERATIVA

AÑOS	1	2	3	4	5	6	7	8
Equipo de oficina	\$ 1,764.59	\$ 1,441.55	\$ 1,177.65	\$ 962.06	\$ 785.94	\$ 642.06	\$ 524.52	\$ 428.50
Equipo de cómputo	\$ 2,831.67	\$ 2,249.28	\$ 1,786.67	\$ 1,419.20	\$ 1,127.32	\$895	711.21	\$ 565.00
Edificio 10%	\$ 1,456.31	\$1,396.40	\$1,338.95	\$ 1,283.87	\$1,231.05	\$1,180.41	\$1,131.85	\$1,085.28
SUBTOTAL	\$ 6,052.57	\$ 5,087.23	\$ 4,303.27	\$ 3,665.13	\$ 3,144.30	\$ 2,717.47	\$ 2,367.58	\$ 2,078.55
TOTAL	\$ 55,730	\$ 49,874	\$ 44,790	\$ 40,363	\$ 36,495	\$ 33,106	\$ 30,126	\$ 27,497

Tabla 14 Depreciaciones

4.4.2 Amortizaciones

La amortización se refiere al proceso de distribución en el tiempo de un valor duradero. Se emplea referido a dos ámbitos, amortización de un activo y amortización de un pasivo. En ambos casos se trata de un valor con una duración que se extiende a varios periodos o ejercicios, para cada uno de los cuales se calcula una amortización, de modo que se reparte ese valor entre todos los periodos en los que permanece.

Desde el punto de vista financiero, se entiende por amortización, el reembolso gradual de una deuda. La obligación de devolver un préstamo recibido de un banco por ejemplo, se considera un pasivo cuyo importe se va integrando en varios pagos diferidos en el tiempo (Irizar, 2003).

4.4.3 Egresos de capital de trabajo

En base a la inversión de capital de trabajo se muestra desglosado en un periodo de 4 años los egresos que presentará la empresa en las áreas productiva y operativa (Fig.).

ÁREA PRODUCTIVA	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4	
	FIJOS	VARIABLES	FIJOS	VARIABLES	FIJOS	VARIABLES	FIJOS	VARIABLES
Mano de obra directa	\$ 531,829.00		\$ 531,829.00		\$ 531,829.00		\$ 531,829.00	
Gastos de mantenimiento	\$ 25,000.00		\$ 25,000.00		\$ 25,000.00		\$ 25,000.00	
Materia primas		\$250,221.00		\$ 250,221.00		\$ 250,221.00		\$ 250,221.00
Servicios 90%	\$ 85,924.00		\$ 85,924.00		\$ 85,924.00		\$ 85,924.00	
SUBTOTAL	\$ 642,753.00	\$ 250,221.00	\$ 642,753.00	\$ 250,221.00	\$ 642,753.00	\$ 250,221.00	\$ 642,753.00	\$ 250,221.00
ÁREA OPERATIVA	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4	
Mano de obra indirecta	\$ 382,739.00		\$ 382,739.00		\$ 382,739.00		\$ 382,739.00	
Gastos de administración	\$ 180,000.00		\$ 180,000.00		\$ 180,000.00		\$ 180,000.00	
Gastos de venta		\$ 24,375.00		\$ 24,375.00		\$ 24,375.00		\$ 24,375.00
Servicios 10%	\$ 9,547.00		\$ 9,547.00		\$ 9,547.00		\$ 9,547.00	
SUBTOTAL	\$ 572,286.00	\$ 24,375.00	\$ 572,286.00	\$ 24,375.00	\$ 572,286.00	\$ 24,375.00	\$ 572,286.00	\$ 24,375.00
TOTAL	\$ 1,489,635.00		\$ 1,489,635.00		\$ 1,489,635.00		\$ 1,489,635.00	

Tabla 15 Egresos capital de trabajo

4.5 Punto de equilibrio

Es el punto en donde los ingresos totales recibidos se igualan a los costos asociados con la venta de un producto. El punto de equilibrio es usado comúnmente en las empresas u organizaciones para determinar la posible rentabilidad de vender determinado producto. El punto de equilibrio nos ayuda identificar cuántas unidades se tendrán que vender para poder cubrir los costos y gastos totales, así como conocer el calor en ventas que una empresa debe alcanzar para cubrir sus costos y gastos operativos.

Para conocer el punto de equilibrio de una empresa se deben identificar los diferentes costos y gastos que intervienen en el proceso productivo. Para operar adecuadamente el punto de equilibrio es necesario comenzar por conocer que el costo se relaciona con el volumen de producción y que el gasto guarda una estrecha relación con las ventas.

En nuestro caso, considerando los gastos operativos y costos de producción, tanto fijos como variables, así como los diversos impuestos y costos administrativos expuestos en la tabla No. 15, encontramos un costo total de operación de \$ 1,489,635.00 pesos, que dividido entre los meses del año, equivale a \$124,136.58 pesos, es decir \$4,137.88 pesos de ventas diarias.

Lo anterior se cubre con la visita de 34 comensales por día a un cheque promedio de \$120.00 pesos. Es decir, si Thai Want tiene una capacidad para atender a 80 comensales, los costos de mantenimiento podrán cubrirse con 42.5% de la capacidad del restaurante. Situación que hace viable la apertura del negocio, en el cual se estima tener una rotación de 2.5 comensales por turno, logrando atender hasta 200 personas en un fin de semana.

Como ya se mencionó, tenemos contemplado una ocupación estimada del 50% del restaurante como mínimo, es decir \$4,800.00 de venta diaria. Con una expectativa de crecimiento que pretende llegar en un lapso de 5 años, hasta una venta diaria de \$21,000.00 diarios.

4.6. Flujo neto de efectivo

Se espera que los proyectos de inversión de capital generen series de flujos de efectivo después de impuestos, tras la realización de la inversión neta inicial. El proceso de estimación de los flujos de efectivo incrementales asociados con un determinado proyecto es una parte importante del proceso de presupuestos de capital.

Los presupuestos de capital se relacionan primordialmente con los flujos de efectivo netos de un proyecto en particular, o el cambio ocurrido en las entradas de efectivo menos el cambio ocurrido en las salidas de efectivo. En cualquier año durante la vida del proyecto, estos flujos pueden definirse como el cambio en depreciación, menos el cambio en la inversión de capital de trabajo neto requerido por la compañía para sustentar el proyecto (Charles Moyer, 2005).

4.7. Nómina

La nómina es el documento que se entrega mensualmente a todos los trabajadores en el que aparece el detalle del salario que recibe, junto con las deducciones que se le practican de dicho salario, ya sea por descuentos obligatorios marcados por legislación vigente o por otro tipo de descuentos como anticipos, deducciones para seguros de salud, impuestos, etc. El formato estándar de una nómina se regula por la legislación vigente y se marca una estructura y contenido mínimo que se debe respetar en todo caso.

- Datos identificativos de la empresa, dirección del centro de trabajo y código cuenta cotización en el que está el trabajador incluido.
- Datos básicos del trabajador, tipo de contrato, categoría, antigüedad en la empresa.
- Periodo de liquidación al que corresponde dicha nómina.
- Detalle de las percepciones salariales y extrasalariales que componen la retribución bruta del trabajador.
- Detalle de las deducciones que se le practican al salario bruto, bien marcadas por la legislación vigente, bien por otro tipo de deducciones que haya que aplicarle a la nómina, como anticipos o, embargos en la nómina.

- Líquido a percibir, dado que la nómina tiene consideración de documento acreditativo del pago de salarios cerrando los pagos pendientes al trabajador para el periodo estipulado.
- Detalle de las bases de cotización de la nómina, junto con el detalle de las bases del RPF.
- Lugar de emisión y firma y sello por la empresa y trabajador.

			Período de pago	Del:						Al:		
Nombre del empleado	Sueldo Básico	Días/ horas trab.	DEVENGADO									
			Básico	H.E.D.	H.E.N.	V.H.E.D.	V.H.E.N.	V.T.H.E.D.	V.T.H.E.N.	S.T.	Total Devengado	
Gerente general	\$ 10,000.00	31	\$ 322.58	0	0	\$ 38.27	\$ 76.54	\$ -	\$ -	\$ 50.00	\$ 10,050.00	
Chef ejecutivo	\$ 9,000.00	31	\$ 290.32	0	0	\$ 34.40	\$ 68.80	\$ -	\$ -	\$ 50.00	\$ 9,050.00	
Capitán de meseros	\$ 5,000.00	31	\$ 161.29	0	0	\$ 15.00	\$ 30.00	\$ -	\$ -	\$ 50.00	\$ 5,050.00	
Cajero	\$ 5,000.00	31	\$ 161.29	0	0	\$ 15.00	\$ 30.00	\$ -	\$ -	\$ 50.00	\$ 5,050.00	
Mesero 1	\$ 1,850.00	31	\$ 59.68	0	0	\$ 7.00	\$ 14.00	\$ -	\$ -	\$ 50.00	\$ 1,900.00	
Mesero 2	\$ 1,850.00	31	\$ 59.68	0	0	\$ 7.00	\$ 14.00	\$ -	\$ -	\$ 50.00	\$ 1,900.00	
Mesero 3	\$ 1,850.00	31	\$ 59.68	0	0	\$ 7.00	\$ 14.00	\$ -	\$ -	\$ 50.00	\$ 1,900.00	
Mesero 4	\$ 1,850.00	31	\$ 59.68	0	0	\$ 7.00	\$ 14.00	\$ -	\$ -	\$ 50.00	\$ 1,900.00	
Hostess 1	\$ 4,500.00	31	\$ 145.16	0	0	\$ 21.00	\$ 42.00	\$ -	\$ -	\$ 50.00	\$ 4,550.00	
Hostess 2	\$ 4,500.00	31	\$ 145.16	0	0	\$ 21.00	\$ 42.00	\$ -	\$ -	\$ 50.00	\$ 4,550.00	
Cocinero PREP	\$ 7,000.00	31	\$ 225.81	0	0	\$ 24.50	\$ 49.00	\$ -	\$ -	\$ 50.00	\$ 7,050.00	
Cocinero Auxiliar	\$ 7,000.00	31	\$ 225.81	0	0	\$ 24.50	\$ 49.00	\$ -	\$ -	\$ 50.00	\$ 7,050.00	
Cocinero en plancha 1	\$ 4,600.00	31	\$ 148.39	0	0	\$ 14.00	\$ 28.00	\$ -	\$ -	\$ 50.00	\$ 4,650.00	
Cocinero en plancha 2	\$ 4,600.00	31	\$ 148.39	0	0	\$ 14.00	\$ 28.00	\$ -	\$ -	\$ 50.00	\$ 4,650.00	
Cocinero en plancha 3	\$ 4,600.00	31	\$ 148.39	0	0	\$ 14.00	\$ 28.00	\$ -	\$ -	\$ 50.00	\$ 4,650.00	
Barman	\$ 4,500.00	31	\$ 145.16	0	0	\$ 13.50	\$ 27.00	\$ -	\$ -	\$ 50.00	\$ 4,550.00	
Steward	\$ 3,200.00	31	\$ 103.23	0	0	\$ 11.90	\$ 23.80	\$ -	\$ -	\$ 50.00	\$ 3,250.00	
Lavaplatos	\$ 3,200.00	31	\$ 103.23	0	0	\$ 11.90	\$ 23.80	\$ -	\$ -	\$ 50.00	\$ 3,250.00	

Subtotal \$ 85,000.00
Retención IMSS \$ 3,153.75
I.S.R. \$ 8,707.80
Total a pagar \$ 73,138.45

Tabla 16 Nómina de Thai Want.

Seguridad Social e Impuestos			
ISR	AFORE	IMSS Patrón	IMSS Trabajador
\$ 538.20	\$ 200.00	\$ 105.00	\$ 375.00
\$ 538.20	\$ 180.00	\$ 94.50	\$ 337.50
\$ 538.20	\$ 100.00	\$ 52.50	\$ 187.50
\$ 538.20	\$ 100.00	\$ 52.50	\$ 187.50
\$ 293.25	\$ 37.00	\$ 19.43	\$ 69.38
\$ 293.25	\$ 37.00	\$ 19.43	\$ 69.38
\$ 293.25	\$ 37.00	\$ 19.43	\$ 69.38
\$ 293.25	\$ 37.00	\$ 19.43	\$ 69.38
\$ 538.20	\$ 90.00	\$ 47.25	\$ 168.75
\$ 538.20	\$ 90.00	\$ 47.25	\$ 168.75
\$ 538.20	\$ 140.00	\$ 73.50	\$ 262.50
\$ 538.20	\$ 140.00	\$ 73.50	\$ 262.50
\$ 538.20	\$ 92.00	\$ 48.30	\$ 172.50
\$ 538.20	\$ 92.00	\$ 48.30	\$ 172.50
\$ 538.20	\$ 92.00	\$ 48.30	\$ 172.50
\$ 538.20	\$ 90.00	\$ 47.25	\$ 168.75
\$ 538.20	\$ 64.00	\$ 33.60	\$ 120.00
\$ 538.20	\$ 64.00	\$ 33.60	\$ 120.00

Retenciones	\$ 3,153.75
Aportaciones IMSS	\$ 883.05
Aportaciones AFORE	\$ 1,682.00
Salarios devengados	\$ 73,138.45
Pago de I.S.R.	\$ 8,707.80
Total de la nómina	\$ 87,565.05

4.8. Conclusiones del estudio financiero

Para determinar si el plan de negocios en su conjunto es rentable, se desarrolló un análisis de ingresos y costos operacionales, con lo que se obtuvo la proyección de resultados y el flujo neto operacional donde se observó que el negocio será rentable si logramos mantener un punto de equilibrio y/o ganancias que muestren activos para la empresa.

Elaborar un estudio financiero nos permitió hacer un pan global de la inversión conociendo el porcentaje de aportaciones de los socios y el financiamiento externo. Las proyecciones financieras ayudan a tener conocimiento de los ingresos y gastos que se tendrán en los próximos años.

Determinando el punto de equilibrio podemos saber cuánto debemos vender para no tener pérdidas y que el negocio sea rentable.

CAPÍTULO V. Estudio técnico

Podemos decir que el menú es el alma del restaurante, pues en él se muestran los platillos que tenemos disponibles para ofrecer a los clientes, una breve descripción de cómo se elaboran y el costo que se maneja al público. El menú de cualquier restaurant se determina de acuerdo al tipo de comida que se ofrece, a las instalaciones, decoración y ambientación.

5. 1. El Menú

El menú de Thai-Want fue diseñado de acuerdo a la ambientación y decoración del lugar y los platillos fueron elegidos conforme al estudio de mercado donde conocimos las preferencias que tienen nuestros clientes potenciales. Por cuestiones de espacio y agilidad en la lectura de nuestro trabajo, se decidió incluir en esta sección solamente el nombre y el precio de venta público de los platillos. Mismos que se establecieron costeadando las recetas de cada platillo. Esta información a detalle, así como el desglose de ingredientes, preparación y recomendación de montaje pueden consultarse en la sección de apéndice 5.

ENTRADAS

Onion Tempura: Aros de cebolla tempurizados \$49.00

Tong Tong: Crujientes saquitos de pasta phylo rellenos de camarón y vegetales, acompañados de salsa de melocotón. \$48.00

Spicy Thai Rice: Arroz cocinado al vapor con un toque picante y especiado. \$30.

ENSALADAS

Chicken Thai Salad: Cama de lechugas italiana y sangría, pechuga de pollo a la

parilla, vegetales y crujientes tiras de pasta phylo aderezada con salsa picante. \$91

Fruit Salad (Solo en temporada): Lechuga sangría, mango, aguacate, fresa y mandarina bañada con aderezo de lychee. \$47.00

Mango & Shrimp: Cama de lechuga italiana, camarones, mango, y aguacate bañada con vinagreta de chiles. \$105.00.

PLATOS FUERTES

Chicken Pad Thai: (Clásico) Noodles salteados con vegetales, pollo y salsa thai. \$82.00

Vegetarian Pad Thai: (Clásico) Noodles salteados con vegetales y salsa thai. \$55.00

Mango Pad Thai: (Clásico) Lomo de res salteado con vegetales y salsa de mango picante. \$165.00

Lime & Mango Pad Thai: (Clásico) Lomo de res mariando en jengibre, limón y ajo, salteado con vegetales. \$137.00

Chicken & Beef Satay: Brochetas de res y pollo con pimientos y cebolla, cocinadas al

grill y acompañadas de salsa de cacahuete picante. \$103.00

Curry Beef: Filete de res estofado con salsa de curry acompañado de guarnición de arroz al vapor. \$166.00

Khao Mangal: (Light) Pechuga de pollo sazónada y cocinada al vapor acompañado de guarnición de vegetales al vapor. \$ 95

Pineapple Chicken: Pollo estofado con leche de coco, piña y vegetales acompañado de guarnición de arroz al vapor. \$175.00.

PESCADOS Y MARISCOS

Shrimp Pad Thai: (Clásico) Noodles salteados con vegetales, camarón y salsa thai. \$127.00

Manau Shrimps: Brochetas de camarón y piña bañadas con salsa de melocotón. \$164.00

Squid Thai: Aros de calamar salteados con chile, ajo y cebolla, sazonados con salsa de pescado y salsa thai. \$ 126.00

Corvina Salvaje: Filete de corvina cocinado al horno acompañado de guarnición de vegetales al horno. \$190.00.

BEBIDAS

Green Tea Honey Ginseng: Té verde con ginseng endulzado con miel natural de abeja \$36.00

Green Tea Mandarin: Té verde con jugo de mandarina. \$36.00

Green Tea Pomegranate: (Antioxidante) Té verde con jugo de granada. \$36.00

Limonada \$32.00

Naranjada \$ 32.00

Agua natural embotellada (Ciel) \$25

Coca-cola \$32

Coca-cola light \$32

Fanta \$32

Fresca \$32

Manzana lift \$32

Modelo especial \$37

Negra Modelo \$37

Corona Light \$37

Corona clara\$37

Victoria \$37

Bud light \$42

Budweiser \$42

Frozen Limonades (fresa, mango, zarzamora y kiwi) \$34

*Refrescos y té helado incluyen refill en la compra de un platillo principal

5.2. Los Proveedores

Uno de los temas más sensibles para un negocio restaurantero es la selección y negociación con los proveedores, tomando en cuenta la necesidad de sincronizar la adquisición de materias primas con el programa de producción. Queda claro que un procedimiento de compra efectivo representa uno de los muchos factores que contribuyen a lograr la permanencia y crecimiento del negocio (Nacional Financiera, 2010). Para los fines de la producción y comercialización de alimentos y bebidas, Thai-Want tiene contemplados los siguientes proveedores en la ciudad de Morelia, Michoacán:

- Abarrotera Azteca.
- Superama.
- Comercializadora de pescados y Mariscos Soleman.
- Fomento Económico Mexicano S.A. (FEMSA).
- Grupo Modelo S.A.B. de C.V.
- Ferchy. Mercado de Abastos Morelia, Michoacán.

Cabe destacar que la selección de los proveedores se realizó en una evaluación de la capacidad, entrega, servicio y calidad de cada uno de ellos, así como de la relación costo beneficio de los mismos. Finalmente algunos más fueron seleccionados ante la necesidad de contar con un distribuidor de ingredientes poco comunes como es el caso de Superama.

El convenio o negociación con cada uno de ellos se realizará previo a la apertura del negocio con la intención de contar con un adecuado surtido de insumos que cubran todos los requerimientos del restaurante y con la posibilidad de acceder a créditos al momento de realizar los pagos. El proceso de compra se detalla en la figura 27.

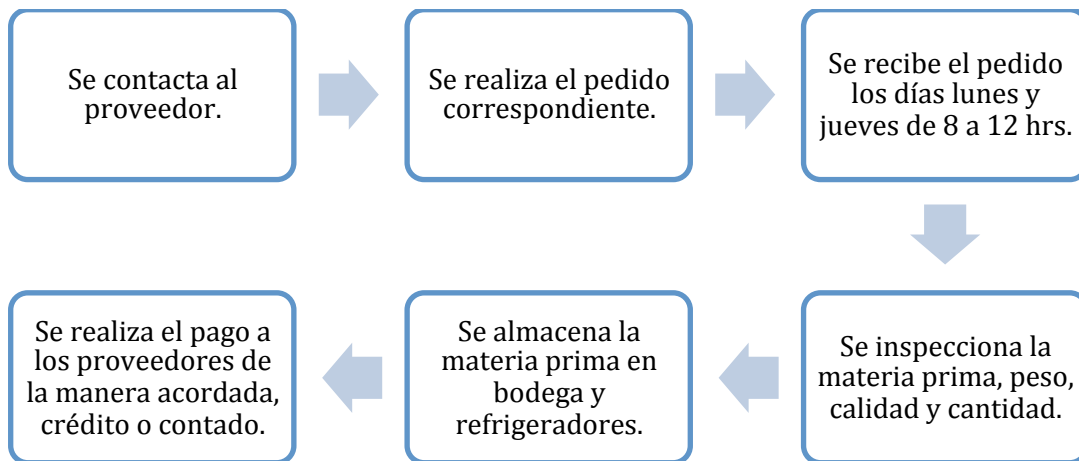


Figura 27 Proceso para realizar pedidos

5.3. Requisitos de funcionamiento

Una de las cosas que más llamó nuestra atención al momento de realizar el presente trabajo, fue la parte que refiere a los permisos para abrir un restaurante, puesto que no encontramos en las diferentes páginas web del gobierno mexicano, un manual único o guía general para saber a detalle cuales y cuantos son los requisitos específicos para conseguir dichos permisos. Estos varían mucho de ciudad a ciudad, debido a que cada municipio tiene sus propias reglamentaciones para las diferentes actividades comerciales. Aunado a los permisos o trámites federales que también deben contemplarse.

Para solventar este problema, lo primero fue hacer una relación de las autoridades encargada de suministrar las licencias de funcionamiento o permisos de apertura, para solicitar información sobre dichos requisitos. Búsqueda que integra los siguientes lugares:

Dependencias para solicitar información	Página Web
Secretaría de Economía	www.economia.gob.mx
Secretaría de Salud	www.salud.gob.mx
Secretaría del Trabajo y Previsión Social	www.stps.gob.mx
Sistema de Administración Tributaria	www.sat.gob.mx
Instituto del Fondo Nacional de la Vivienda para los Trabajadores	www.infonavit.gob.mx
Sistema de Apertura Rápida de Empresas	www.siem.gob.mx
Secretaría de Medioambiente y Recursos Naturales	www.semarnat.gob.mx
Tu Empresa	www.tuempresa.gob.mx
Gobierno del Estado de Michoacán	http://www.michoacan.gob.mx/
Ayuntamiento de Morelia	http://www.morelia.gob.mx/
Tabla 17 sitios que proporcionan información para la apertura de un restaurante	

Anteriormente los pequeños negocios solo abrían y existían prorrogas para tramitar los Permisos para abrir un restaurante o avisos de apertura, incluso las leyes de hacienda estimaban un plazo prudente de hasta un mes para conocer si el negocio decidía seguir o cerrar, actualmente las auto-

ridades han fijado diferentes reglas, así que debemos de seguirlas para que nuestro restaurante este en regla desde el inicio (Romero, 2011).

Estos trámites pueden variar e incrementarse considerablemente dependiendo de nuestro negocio y de los mismos cambios o modificaciones que constantemente se realizan en cuanto a los permisos necesarios para operar un restaurante. Sin embargo, si podemos encontrar los más importantes e inmediatos que habremos de realizar (Tabla 17). Mismos que aparecen en el apartado de anexos.

Trámite	Descripción
Registro Federal de contribuyentes	Es la inscripción que se realiza en la Secretaría de Hacienda y Crédito Público para cumplir con las obligaciones fiscales. Se considera que una persona moral inicia operaciones a partir de la fecha de la firma de la escritura de la sociedad por los socios ante un notario.
Declaración de apertura	Manifestación que deben realizar las personas físicas o morales ante la delegación o municipio que corresponda, con motivo del inicio de actividades que no requieren.
Licencia de funcionamiento	Autorización para que una persona pueda realizar en un establecimiento mercantil la actividad solicitada. Se tramita en caso de la venta de bebida alcohólicas en envase cerrado.
Alta en el SIEM	De acuerdo con la Ley de Cámaras de Comercio y a sus consideraciones las empresas están obligadas a inscribirse a través de una cámara autorizada por la Secretaría de Economía. (Sistema de Información Empresarial Mexicano)
Licencia sanitaria	Documento expedido por la Secretaría de Salud, con el cual autoriza que el establecimiento opere por haber cumplido con los requerimientos sanitarios que exige la ley.
Aviso de funcionamiento	Consiste en la presentación de un aviso por parte del propietario o representante legal del negocio ante las autoridades competentes, el cual señala que ha iniciado operaciones el establecimiento.
Licencia de anuncio	Autorización para la fijación, instalación, colocación, ampliación o modificación de anuncios permanentes. Se realiza en la delegación política o municipio correspondiente.
Contrato individual de trabajo	Celebración de un contrato individual de trabajo por escrito, entre los trabajadores y la empresa.
Registro empresarial ante el Infonavit	Información básica que la empresa proporciona a ese instituto, para efectuar las declaraciones y pagos ante el mismo.
Registro empresarial (IMSS)	Trámite por medio del cual se le solicita al instituto el registro y el número patronal correspondiente.
Inscripción padrón del impuesto sobre nóminas	Trámite por medio del cual se integra al padrón de contribuyentes de este impuesto

Tabla 17 Requisitos básicos de los trámites para el funcionamiento de un restaurante.

Conclusiones y recomendaciones del estudio

En base a todo lo anterior el estudio es válido porque se ha elaborado un estudio financiero que nos permite conocer la rentabilidad del negocio en los próximos 5 años, así como conocer cuántas personas tenemos que atender diariamente y cuánto debemos facturar para poder operar.

Se elaboró también un estudio de mercado que nos deja saber lo que nuestros clientes potenciales quieren para así satisfacer sus necesidades. En dicho estudio nos dimos cuenta que la mayoría de personas no se desplazan más de 10 minutos para ir a comer, lo cual es una ventaja para Thai-Want, debido a la excelente ubicación, también supimos lo que los consumidores están dispuestos a pagar por una comida y no se aleja de nuestro precio promedio.

Analizamos puntos importantes como nuestros competidores directos e indirectos para establecer ventajas competitivas que los clientes pudieran notar y así preferir visitar nuestro restaurante antes que el de ellos.

A la hora de elaborar el plan de negocios se contó con asesoría de expertos en el campo de la mercadotecnia, gerencia de restaurantes y cuestiones financieras, lo cual nos da la seguridad de ir en la dirección correcta con Thai-Want.

Bibliografía

- López Romo, H. (9 de Septiembre de 2008). *Nuevo índice de Nivel Socioeconómico AMAI*. Recuperado el 25 de Septiembre de 2011, de Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercado y Opinión Pública:
<http://www.amai.org/congreso/2008/memorias/ponencias/lopezromo.pdf>
- Castellanos Gaytán, C. (2007 йил 10-Abril). *Retos empresariales: cuando una idea se convierte en un buen negocio*. Retrieved 2011 йил 20-Julio from [www. tudecides.com](http://www.tudecides.com):
<http://www.tudecides.com.mx/articulos-y-casos-de-estudio/emprendedores/retos-empresariales-cuando-una-idea-se-convierte-en-un-buen-negocio.html>
- Chan, J. (Noviembre de 2009). *Consumo de Vino en México*. Recuperado el Febrero de 2012, de Vinisfera: <http://vinisfera.com/r/tema/consumo-de-vino-en-mexico>
- CANIRAC. (2010 йил Mayo). *Cifras de la industria 2010*. Retrieved 2011 йил 17-Junio from Camara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados:
<http://canirac.org.mx/la-industria/cifras-de-la-industria/640-cifras-de-la-industria.html>
- Charles Moyer, R. R. (2005). *Administración financiera contemporánea*. México, D.F.: Thomson.
- Lara Flores, E., & Lara Ramírez, L. (2009). *Primer curso de contabilidad*. DF, México: Trillas.
- Carnero, J. (2008 йил 17-Mayo). *Cocina Tailandesa*. Retrieved 2011 йил 1-October from <http://historiagastronomia.blogia.com/temas/06-tailandia.php>
- CONAPO. (2005). *El envejecimiento de la población en México: Transición demográfica en México*. Recuperado el Octubre de 2009, de Consejo Nacional de Población:
<http://www.conapo.gob.mx/publicaciones/enveje2005/enveje02.pdf>
- López Romo, H. (1998). La metodología de la encuesta. En L. J. Galindo Cáceres, *Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación* (págs. 33-73). DF, México: Pearson.
- López Romo, H. (Noviembre de 2011). *Actualización Regla AMAI NSE 8x7*. Recuperado el Febrero de 2012, de Congreso AMAI:
http://www.amai.org/congreso/2011/ponencias/heriberto_lopez.pdf
- Santesmases Mestre, M., Sánchez Guzmán, A., & Valderrey Villar, F. (2003). *Mercadotecnia: conceptos y estrategias*. DF, México: Pirámide-ITESM.
- SECTUR. (2004). *Distintivo H*. Retrieved 2012 йил 24-Febrero from http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/sect_9231_distintivo_h

Tourism Thailand. (2012). *Were to go*. Retrieved 2012 йил 24-Febrero from <http://www.tourismthailand.org/campaign/en/>

Alvarado, E. (2009 йил 09-Agosto). *La Prensa*. Retrieved Enero йил 13-2012 from <http://archivo.laprensa.hn/Suplementos/Ediciones/2009/08/09/Noticias/La-importancia-de-un-reglamento-interno>

AMAI. (2011). Recuperado el 1 de Febrero de 2011, de Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercado y Opinión Pública: <http://www.amai.org/>

Arceo Sánchez, P. M., & Román Lara, C. (Noviembre de 2000). Proyecto de inversión de restaurante bar, la estancia. *Tesis de licenciatura*. Morelia, Michoacán, México: Universidad Vasco de Quiroga.

Durón García, C. (2006). *El plan de negocios para la industria restaurantera*. DF, México: Trillas.

Durón García, C. (2008). *El restaurante como empresa*. DF, México: Trillas.

Davis, K., & Newstrom, J. (2002). *Comportamiento humano en el trabajo*. México, D.F.: McGraw-Hill.

El Gran Chef. (2007 йил 20-October). *La cocina Tailandesa*. Retrieved 2011 йил 1-October from El Gran Chef: <http://www.elgranchef.com/2007/10/20/la-cocina-tailandesa>

Eliás, L. F. (2007). *Primer curso de contabilidad*. México, D.F.: Trillas.

Estilo y Ambientación. (2010 йил 28-Julio). *Cocinas: Informe de Diseño y Decoración de Cocinas*. Retrieved 2012 йил 24-Febrero from Estilo y ambientación: <http://www.estiloambientacion.com.ar/cocinas.htm>

Estilo Ambientación. (2010). *Decoración*. Retrieved 2011 йил 29-Julio from <http://www.estiloambientacion.com.ar/>

Fleitman, J. (2010). *Cómo elaborar un plan de negocios*. Retrieved 2011 йил 20-Julio from www.pyme.com: http://www.pyme.com.mx/articulos_pyme/todoslosarticulos/como_elaborar_un_plan_de_negocios.htm

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2010). Capítulo 6. Formulación de Hipótesis. En R. Hernández Sampieri, C. Fernández Collado, & P. Baptista Lucio, *Metodología de la Investigación* (págs. 90-116). DF, México: McGraw Hill.

Hernández Bravo, J. (2008 йил 21-Septiembre). *Monografias.com*. Retrieved 2011 йил 13-
 Noviembre from Monografias.com: <http://www.monografias.com/trabajos6/mase/mase2.shtml>

Galicia, J. L. (2012 йил 4-Enero). *sectur.gob.mx*. Retrieved 2012 йил 28-Febrero from
http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/sect_9231_distintivo_h

García López, J. A. (2010). *www.consultoriapyme.org*. Retrieved 2010 йил 11-Agosto from
http://www.consultoriapyme.org.mx/index.php?option=com_content&view=article&id=7

INEGI. (Junio de 2010). *Censo de Población y Vivienda 2010*. Recuperado el Enero de 2011, de
 Instituto Nacional de Estadística y Geografía: <http://www.inegi.org.mx/>

Irizar, I. (2003). *Cómo crear una empresa: Lo que todo emprendedor debe saber*. Barcelona,
 España: Gestión 2000.

Jacobo, L. J. (2009). *El arte de iluminar bares y restaurantes*. Recuperado el 16 de Enero de
 2012, de Spectro:
<http://www.spectro.com.do/Noticias/ELARTEDEILUMINARRESTAURANTESYBARES/tabid/89/Default.aspx>

Kinnear, T., & Taylor, J. (2004). *Investigación de Mercados*. Colombia: McGraw Hill.

Kotler, P., & Armsrong, G. (2008). *Fundamentos de Marketing*. DF, México: Pearson.

Malhotra, N. K. (2008). *Investigación de Mercados*. D.F., México: Pearson education.

Nacional Financiera. (2010). *20 Pasos para iniciar o mejorar tu restaurante*. Retrieved 2012 йил
 24-Febrero from Nacional Financiera:
www.nafin.com/portalfn/get?file=/pdf/otros/20_pasos_restaurante.pdf

Paul, R. D. (2006). Conducción de la investigación de mercados: dar al cliente lo que éste quiere.
 En W. P. Fisher, *Marketing creativo para el servicio de comidas* (págs. 65-82). DF, México:
 Trillas.

País 24. (2010 йил 22-Abril). *Página web del diario País 24*. Retrieved 2011 йил 1-October
 from <http://www.pais24.com/index.php?go=n&id=36369>

Pozo, V. V. (2008). *www.scribd.com*. Retrieved 2010 йил 10-Agosto from www.scribd.com:
<http://www.scribd.com/doc/1017740/EFECTO-AMBIENTAL-DE-LA-MUSICA-EN-RESTAURANTES>

Reay, J. (2003). *Restaurantería básica*. DF, México: Trillas.

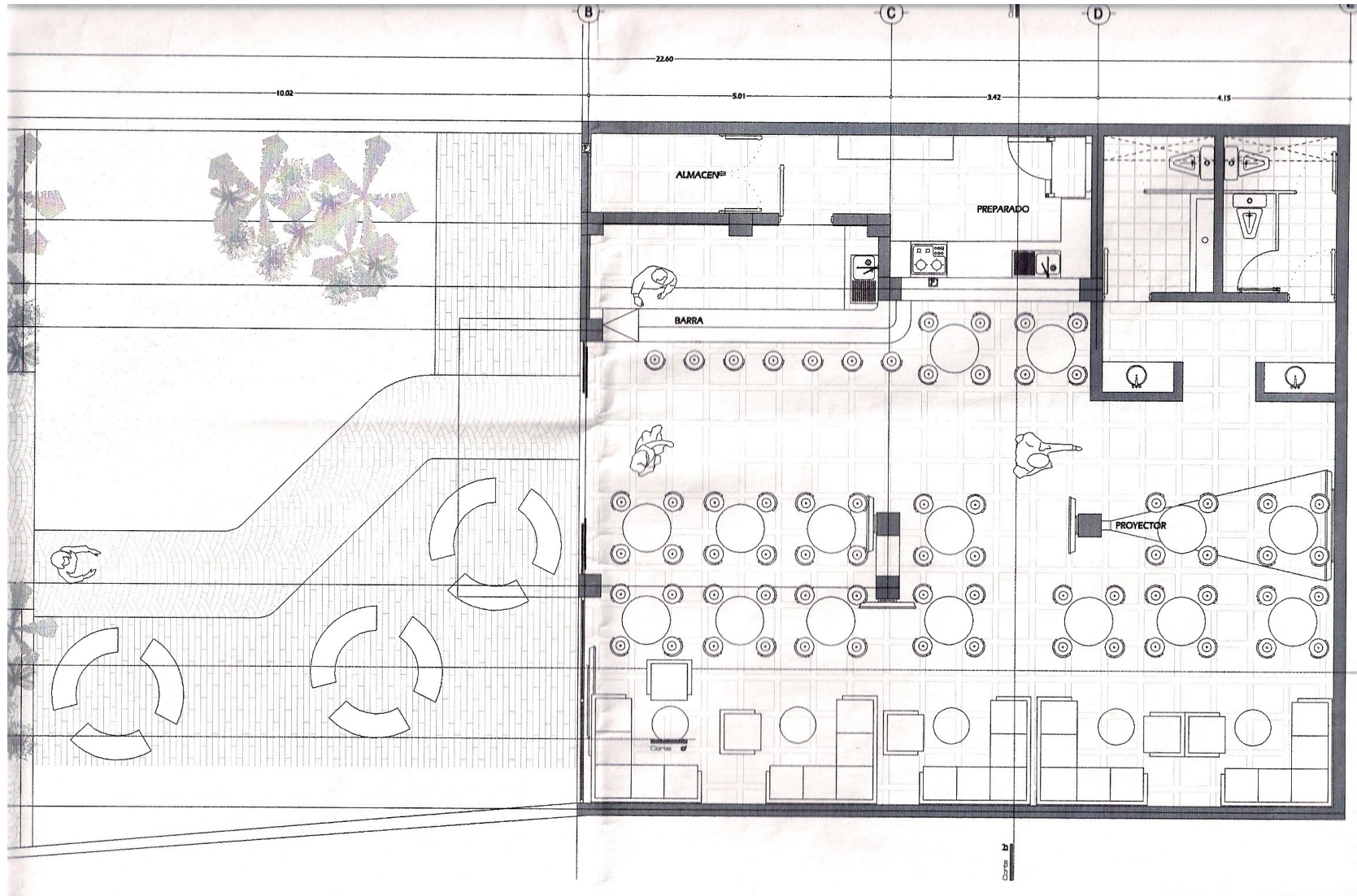
Ríos Soto, H. (Julio de 2007). *Marketing en la Industria Restaurantera*. Recuperado el 28 de Septiembre de 2011, de [OB] Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercados y de Opinión Pública: http://www.amai.org/pdfs/revista-amai/revista_9_art9.pdf

Rodríguez, J. A. (2005 йил 7-Julio). *www.degerencia.com*. Retrieved 2010 йил 15-Agosto from http://www.degerencia.com/articulo/por_que_es_importante_la_capacitacion

Romero, A. (2011 йил 17-Agosto). *Permisos para abrir un restaurante*. Retrieved 2012 йил 10-Enero from *Abrir un restaurante*: <http://abrirunrestaurante.com/permisos-para-abrir-un-restaurante/>

Apéndices

Apéndice 1 Plano propuesto de Thai-Want.



Apéndice 2 Instrumentos de recolección de datos

Apéndice 2.1 Cuestionario piloto

Buenos Días/Tardes, mi nombre es _____ y estoy realizando un estudio sobre hábitos de consumo en restaurantes, con fines informativos. ¿Podría hacerle algunas preguntas?

Lugar _____ Fecha _____ Género M ___ F ___ Edad _____

1. ¿Podría proporcionarlos el nombre de 5 lugares en los que usted comió en el último mes?

- a. _____
- b. _____
- c. _____
- d. _____
- e. _____

2. ¿Usualmente cuando come fuera de casa, lo hace solo o acompañado? _____

3. ¿Cuál fue el motivo para comer fuera de casa la última vez que lo hizo? _____

4. ¿Qué bebidas pidió la última vez que comió fuera de casa? _____

5. La última vez que comió fuera de casa, ¿Cuánto fue lo que gasto por persona en pesos \$ _____?

6. Hablando de restaurantes, ¿Cuál diría usted que es su favorito? _____

7. ¿Cuándo fue la última vez que comió en su restauran favorito? _____

8. Para usted ¿Qué es lo que resulta más importante al momento de escoger un restaurante?

- a. _____
- b. _____
- c. _____

Muchas gracias, agradecemos su valiosa cooperación para el presente trabajo.

Apéndice 2.2. Cuestionario definitivo

Buenos Días/Tardes, mi nombre es _____ y estoy realizando un estudio sobre hábitos de consumo en restaurantes, con fines informativos. ¿Podría hacerle algunas preguntas?

Colonia _____ Fecha _____ Género M ___ F ___
 Edad 24 ó menos ___ De 25 a 34 ___ De 35 a 44 ___ Más de 45 ___

1. En el último mes (en Morelia), aproximadamente cuántas veces ha:

- a. Un fast Food (McDonald's, KFC, Pizza hut, etc.).
- b. Una cafetería (Sanborn's, Vip's, El Porton, etc.)
- c. Un sport bar (Chillis, Apple Bees, Chiltepinos, etc.).
- d. Una cocina económica (comida corrida).
- e. Un restaurante de mariscos (Navegante, Salmones, etc.).
- f. "Makis"(Hospitales, Mikono, Unagi, etc.).
- g. Cortes de carnes (espadas, argentinos, americanos, etc.)
- h. Un Buffet (Sirlon Stockade, Hoteles, etc.).
- i. Restaurante de comida mexicana (La Lupita, Agustinos, etc.).
- j. Una taquería (Pioneros, Camineros, etc.).

Comido	Cenado

2. La última vez que comió fuera de casa (incluyéndolo a usted) ¿Con cuántas personas lo hizo?

Hombres _____ Mujeres _____ Niños _____ Comí solo _____

3. El motivo de comer fuera de casa obedeció a:

- a. Sólo comí(mos) fuera, sin motivo de celebración _____
- b. Comida de negocios _____
- c. Cumpleaños/Aniversario/Celebración _____
- d. Tuve visitas _____
- e. Otro _____

4. La última vez que comió fuera de casa, ¿Cuánto tiempo tardó en desplazarse hasta el restaurante?

- a. Menos de 15min. _____
- b. De 16 a 30min. _____
- c. De 31 a 45min. _____
- d. 46min. ó más _____

5. La última vez que comió fuera de casa, ¿Qué fue lo que pidió de beber en el restaurante?

- a. Agua natural _____
- b. Agua fresca _____
- c. Refresco _____
- d. Cerveza _____
- e. Coctelería _____
- f. Vino de mesa _____
- g. Otro _____

6. La última vez que comió fuera de casa, ¿Cuánto fue lo que gastó por persona? \$ _____ Pesos

7. Hablando de restaurantes, ¿Cuál diría usted que es su favorito? _____

8. Respecto a su restaurante favorito (marque solo una opción), ¿Cuál de las siguientes aseveraciones lo define mejor?

a. Atractivo:		d. Amplio:		g. De moda:	
b. Higiénico/Limpio:		e. Exclusivo:		h. Excelente/Servicio:	
c. Acogedor:		f. Económico:		i. Sabroso/rico:	

Muchas gracias, agradecemos su valiosa cooperación para el presente trabajo.

Apéndice 2.3. Cédulas de entrevista

CUESTONARIO A LA LIC. ROCIO MARTINEZ

Consultora legal y mercantil

- a) ¿Cuáles son los tipos de Sociedades Mercantiles que existen?
- b) Características de los tipos de Sociedades Mercantiles
- c) ¿Qué artículo de la Ley Federal del Trabajo marca los requisitos para constituir una Empresa?
- d) ¿Cuál es la mejor forma de repartir las acciones entre los socios de la Empresa?
- e) ¿Cuáles son las condiciones para los socios del acta constitutiva?
- f) ¿Qué duración tiene la Sociedad Mercantil constituida?
- g) ¿A qué autoridades debemos recurrir en caso de contar con algún problema legal?

CUESTIONARIO AL LAE.ALEJANDRO GUZMÁN

Gerente General del Restaurant-Bar Applebee's

- a) ¿Cuáles son las características que se toman en cuenta a la hora de elaborar los perfiles para contratar a los empleados?
- b) ¿Cuáles son los sueldos promedio que maneja el restaurant Applebee's a sus trabajadores?
- c) ¿En base a qué estableció Applebee's su menú?
- d) ¿Cómo se definieron los precios del menú?
- e) ¿Cómo son los horarios del personal?
- f) ¿Cuáles son los puntos más importantes que debemos señalar en el reglamento del personal?
- g) ¿Qué tan seguido debemos evaluar el desempeño de los trabajadores?
- h) ¿Cuándo debemos capacitar a los empleados?
- i) ¿Qué reglas de higiene maneja el restaurant Applebee's?

Apéndice 3 Reglamentos por área

REGLAMENTO DE GERENCIA

Obligaciones

- El vocabulario que se maneje dentro de la empresa, deberá ser cordial y respetuoso, quedando estrictamente prohibida cualquier palabra altisonante, tanto para el trato entre los empleados, como entre mandos superiores y sobre todo en piso, donde se encuentran los clientes.
 - El empleado deberá registrar en el reloj checador su hora de entrada y de salida, tanto de la jornada de trabajo como de sus horas de comida en una tarjeta de asistencia que se le otorgará.
 - El trabajador tiene derecho a 3 llegadas tardes en el mes que no pasen de 10 minutos de tolerancia
 - Se harán cambios flexibles en el horario, dependiendo del criterio del Gerente General a trabajadores que sean estudiantes o a madres solteras y por problemas de salud presentando comprobante medico de los mismos.
 - Cualquier anomalía o accidente que se efectuó dentro del horario de trabajo correrá por cuenta de la empresa.
 - Si existe algún problema o inconformidad se debe hablar primero con su jefe inmediato, que en el caso de gerencia es el propietario.
 - En caso de quedar imposibilitado por algún accidente, la empresa se compromete a pagarle una pensión de acuerdo al sueldo que el empleado estaba ganando en ese momento.
 - El establecimiento cuenta con botiquín que contiene todos los instrumentos necesarios para primeros auxilios, en caso de accidente grave y que el problema no pueda solucionarse ahí, el empleado será trasladado a un hospital con el que tenga convenio la empresa.
 - Conocer estadísticas, cifras y razones referentes a su inventario, ventas, ingresos, gastos, inversiones, personal, etc.
 - Tener conocimiento de la competencia, averiguar de ella cuánto sea posible para mejorar ventajas competitivas.
 - Tratar a sus trabajadores como personas, con respeto y dignidad satisfaciendo sus necesidades para que ellos hagan todo lo posible para satisfacer las suyas.
 - Hacer que cada uno en la empresa cumpla con lo que tiene asignado y un poco más.
 - Delegar pero sin dejar que otros decidan lo importante y dando seguimiento a lo que delega.
-

-
- Admitir en sus subordinados los errores, de lo contrario no saldrán de la rutina para no correr riesgos.
 - Conocer a los clientes, investigar su motivación de compra para poder satisfacer sus necesidades.
 - Escuchar a los empleados y a los clientes para conocer sus necesidades y satisfacerlas.
 - Felicitar y reconocer el esfuerzo de sus empleados para motivarlos y corregir los errores de una manera sutil.
 - Contratar al personal más capaz que esté disponible en el mercado pagándoles bien para que tengas un buen desempeño.

Restricciones

- Queda prohibido realizar cualquier tipo de acto que perjudique o dañe la imagen y prestigio de la empresa.
- Cualquier trabajador tiene estrictamente prohibido portar cualquier tipo de arma portando el uniforme de la empresa, dentro de ella y en un diámetro de 4 cuerdas a la redonda de esta.
- Queda prohibido ingerir bebidas alcohólicas, fumar o ingerir algún tipo de droga dentro del establecimiento y en horas de trabajo.
- No se permite ocasionar o seguir ningún tipo de pleito verbal y mucho menos alguna pelea, en cualquiera de las áreas dentro de la empresa.
- Cualquier miembro de la empresa tiene estrictamente prohibido aceptar algún tipo de soborno, sin excepción alguna, no importando la sencillez o gravedad del asunto que se le propicie.
- Queda prohibido en el personal el uso de aretes (excepto oídos en mujeres) y tatuajes en áreas visibles, en hombres el uso del cabello largo o peinados extravagantes en hombres y mujeres.
- Por ningún motivo y bajo ninguna circunstancia, se permitirá ningún tipo de difamación hacia cualquier miembro de la empresa.
- No llamar la atención de sus empleados en público ni de una manera grosera.

Sanciones

- Después de 3 faltas injustificadas, se procederá a la baja permanente del empleado, quedando sin ninguna responsabilidad hacia él la compañía.
 - La Honestidad es uno de nuestros más importantes valores, es por ello que será estrictamente sancionado si se llega a sorprender a algún empleado hurtando cualquier cosa del restaurante.
 - Después de llegar 3 veces tarde se le descontará un día de su sueldo y a los siguientes 3 retardos se suspenderá de sus labores.
-

-
- En caso de cualquier agresión al cliente el empleado que la haya propiciado quedara desempleado inmediatamente.
 - Cualquier falta a este reglamento ocasionara una baja temporal de 3 días sin goce de sueldo. Acumulando 2 bajas temporales la tercera procederá al despido, sin responsabilidad de la empresa hacia el trabajador.
-

REGLAMENTO DE CAPITAN DE MESEROS

Obligaciones

- El vocabulario que se maneje dentro de la empresa, deberá ser cordial y respetuoso, quedando estrictamente prohibida cualquier palabra altisonante, tanto para el trato entre los empleados, como entre mandos superiores y sobre todo en piso, donde se encuentran los clientes.
- El empleado deberá registrar en el reloj checador su hora de entrada y de salida, tanto de la jornada de trabajo como de sus horas de comida en una tarjeta de asistencia que se le otorgará.
- El trabajador tiene derecho a 3 llegadas tardes en el mes que no pasen de 10 minutos de tolerancia.
- Se harán cambios flexibles en el horario, dependiendo del criterio del Gerente General a trabajadores que sean estudiantes o a madres solteras y por problemas de salud presentando comprobante medico de los mismos.
- Cualquier anomalía o accidente que se efectuó dentro del horario de trabajo correrá por cuenta de la empresa
- Si existe algún problema o inconformidad se debe hablar primero con su jefe inmediato, si este no toma cartas en el asunto, podrá entonces pedir hablar con el Gerente General, si este no da solución, hasta entonces podrá solicitar una cita con el jefe inmediato.
- En caso de quedar imposibilitado por algún accidente, la empresa se compromete a pagarle una pensión de acuerdo al sueldo que el empleado estaba ganando en ese momento.
- El establecimiento cuenta con botiquín que contiene todos los instrumentos necesarios para primeros auxilios, en caso de accidente grave y que el problema no pueda solucionarse ahí, el empleado será trasladado a un hospital con el que tenga convenio la empresa.

Restricciones

- Queda prohibido realizar cualquier tipo de acto que perjudique o dañe la imagen y prestigio de la empresa.
-

-
- Cualquier trabajador tiene estrictamente prohibido portar cualquier tipo de arma portando el uniforme de la empresa, dentro de ella y en un diámetro de 4 cuadras a la redonda de esta.
 - Queda prohibido ingerir bebidas alcohólicas, fumar o ingerir algún tipo de droga dentro del establecimiento y en horas de trabajo.
 - No se permite ocasionar o seguir ningún tipo de pleito verbal y mucho menos alguna pelea, en cualquiera de las áreas dentro de la empresa.
 - Cualquier miembro de la empresa tiene estrictamente prohibido aceptar algún tipo de soborno, sin excepción alguna, no importando la sencillez o gravedad del asunto que se le propicie.
 - Queda prohibido en el personal el uso de aretes (excepto oídos en mujeres) y tatuajes en áreas visibles, en hombres el uso del cabello largo o peinados extravagantes en hombres y mujeres.
 - Por ningún motivo y bajo ninguna circunstancia, se permitirá ningún tipo de difamación hacia cualquier miembro de la empresa.

Sanciones

- Después de 3 faltas injustificadas, se procederá a la baja permanente del empleado, quedando sin ninguna responsabilidad hacia él la compañía.
 - La Honestidad es uno de nuestros más importantes valores, es por ello que será estrictamente sancionado si se llega a sorprender a algún empleado hurtando cualquier cosa del restaurante.
 - Después de llegar 3 veces tarde se le descontará un día de su sueldo y a los siguientes 3 retardos se suspenderá de sus labores.
 - En caso de cualquier agresión al cliente el empleado que la haya propiciado quedara desempleado inmediatamente.
 - Cualquier falta a este reglamento ocasionara una baja temporal de 3 días sin goce de sueldo. Acumulando 2 bajas temporales la tercera procederá al despido, sin responsabilidad de la empresa hacia el trabajador.
-

REGLAMENTO DE CAJA

Obligaciones

- Revisar dos veces a la hora de cobrar y entregar cambios, cualquier falla es responsabilidad del cajero.
- Ser cuidadoso del manejo del dinero y nunca dejar la caja sin vigilancia. Cualquier desplazamiento deberá realizarse con autorización del gerente.
- Realizar el corte de caja y entregar dinero completo. Cualquier falta se le cobra al cajero
- El vocabulario que se maneje dentro de la empresa, deberá ser cordial y respetuoso, quedando estrictamente prohibida cualquier palabra altisonante, tanto para el trato entre los empleados, como entre mandos superiores y sobre todo en piso, donde se encuentran los clientes.
- El empleado deberá registrar en el reloj checador su hora de entrada y de salida, tanto de la jornada de trabajo como de sus horas de comida en una tarjeta de asistencia que se le otorgará.
- El trabajador tiene derecho a 3 llegadas tardes en el mes que no pasen de 10 minutos de tolerancia.
- Se harán cambios flexibles en el horario, dependiendo del criterio del Gerente General a trabajadores que sean estudiantes o a madres solteras y por problemas de salud presentando comprobante medico de los mismos.
- Cualquier anomalía o accidente que se efectuó dentro del horario de trabajo correrá por cuenta de la empresa.
- Si existe algún problema o inconformidad se debe hablar primero con su jefe inmediato, si este no toma cartas en el asunto, podrá entonces pedir hablar con el Gerente General, si este no da solución, hasta entonces podrá solicitar una cita con el jefe inmediato.
- En caso de quedar imposibilitado por algún accidente, la empresa se compromete a pagarle una pensión de acuerdo al sueldo que el empleado estaba ganando en ese momento.
- El establecimiento cuenta con botiquín que contiene los instrumentos necesarios para primeros auxilios, en caso de accidente grave y que el problema no pueda solucionarse ahí, el empleado será trasladado a un hospital con el que tenga convenio la empresa.

Restricciones

- No pueden recibir dinero, valores u otros sin justificar mediante nota o comanda.
- No puede permitir el acceso a otras personas a la caja.
- Queda prohibido realizar cualquier tipo de acto que perjudique o dañe la imagen y prestigio de la empresa.
- No puede utilizar el efectivo para fines particulares.
- Queda prohibido divulgar información confidencial relacionada con las actividades de la empresa a la cual tenga acceso con motivo de sus funciones.
- Cualquier trabajador tiene estrictamente prohibido portar cualquier tipo de arma portando el uniforme de la empresa, dentro de ella y en un diámetro de 4 cuerdas a la redonda de esta.
- Queda prohibido ingerir bebidas alcohólicas, fumar o ingerir algún tipo de droga dentro del establecimiento y en horas de trabajo.
- No se permite ocasionar o seguir ningún tipo de pleito verbal y mucho menos alguna pelea, en cualquiera de las áreas dentro de la empresa.
- Cualquier miembro de la empresa tiene estrictamente prohibido aceptar algún tipo de soborno, sin excepción alguna, no importando la sencillez o gravedad del asunto que se le propicie.
- Queda prohibido en el personal el uso de aretes (excepto oídos en mujeres) y tatuajes en áreas visibles, en hombres el uso del cabello largo o peinados extravagantes en hombres y mujeres.
- Por ningún motivo y bajo ninguna circunstancia, se permitirá ningún tipo de difamación hacia cualquier miembro de la empresa.

Sanciones

- Después de 3 faltas injustificadas, se procederá a la baja permanente del empleado, quedando sin ninguna responsabilidad hacia él la compañía.
- La Honestidad es uno de nuestros más importantes valores, es por ello que será estrictamente sancionado si se llega a sorprender a algún empleado hurtando cualquier cosa del restaurante.

-
- Después de llegar 3 veces tarde se le descontará un día de su sueldo y a los siguientes 3 retardos se suspenderá de sus labores.
 - En caso de cualquier agresión al cliente el empleado que la haya propiciado quedara des-
empleado inmediatamente.
 - Cualquier falta a este reglamento ocasionara una baja temporal de 3 días sin goce de
sueldo. Acumulando 2 bajas temporales la tercera procederá al despido, sin responsabili-
dad de la empresa hacia el trabajador.
-

REGLAMENTO DE SERVICIO (MESEROS Y HOSTESS)

Obligaciones

- El vocabulario que se maneje dentro de la empresa, deberá ser cordial y respetuoso, quedando estrictamente prohibida cualquier palabra altisonante, tanto para el trato entre los empleados, como entre mandos superiores y sobre todo en piso, donde se encuentran los clientes.
 - El empleado deberá registrar en el reloj checador su hora de entrada y de salida, tanto de la jornada de trabajo como de sus horas de comida en una tarjeta de asistencia que se le otorgará.
 - El trabajador tiene derecho a 3 llegadas tardes en el mes que no pasen de 10 minutos de tolerancia.
 - Se harán cambios flexibles en el horario, dependiendo del criterio del Gerente General a trabajadores que sean estudiantes o a madres solteras y por problemas de salud presentando comprobante medico de los mismos.
 - Cualquier anomalía o accidente que se efectuó dentro del horario de trabajo correrá por cuenta de la empresa.
 - Si existe algún problema o inconformidad se debe hablar primero con su jefe inmediato, si este no toma cartas en el asunto, podrá entonces pedir hablar con el Gerente General, si este no da solución, hasta entonces podrá solicitar una cita con el jefe inmediato.
 - En caso de quedar imposibilitado por algún accidente, la empresa se compromete a pagarle una pensión de acuerdo al sueldo que el empleado estaba ganando en ese momento.
 - El servicio del mesero deberá ser personalizado y de calidad, tanto cocineros en plancha como meseros del servicio americano.
 - El establecimiento cuenta con botiquín que contiene todos los instrumentos necesarios para primeros auxilios, en caso de accidente grave y que el problema no pueda solucionarse ahí, el
-

empleado será trasladado a un hospital con el que tenga convenio la empresa.

Restricciones

- Queda prohibido realizar cualquier tipo de acto que perjudique o dañe la imagen y prestigio de la empresa.
- Queda prohibido divulgar información confidencial relacionada con las actividades de la empresa a la cual tenga acceso con motivo de sus funciones.
- Cualquier trabajador tiene estrictamente prohibido portar cualquier tipo de arma portando el uniforme de la empresa, dentro de ella y en un diámetro de 4 cuerdas a la redonda de esta.
- Queda prohibido ingerir bebidas alcohólicas, fumar o ingerir algún tipo de droga dentro del establecimiento y en horas de trabajo.
- No se permite ocasionar o seguir ningún tipo de pleito verbal y mucho menos alguna pelea, en cualquiera de las áreas dentro de la empresa.
- Cualquier miembro de la empresa tiene estrictamente prohibido aceptar algún tipo de soborno, sin excepción alguna, no importando la sencillez o gravedad del asunto que se le propicie.
- Queda prohibido en el personal el uso de aretes (excepto oídos en mujeres) y tatuajes en áreas visibles, en hombres el uso del cabello largo o peinados extravagantes en hombres y mujeres.
- Por ningún motivo y bajo ninguna circunstancia, se permitirá ningún tipo de difamación hacia cualquier miembro de la empresa.

Sanciones

- Después de 3 faltas injustificadas, se procederá a la baja permanente del empleado, quedando sin ninguna responsabilidad hacia él la compañía
 - La Honestidad es uno de nuestros más importantes valores, es por ello que será estrictamente sancionado si se llega a sorprender a algún empleado hurtando cualquier cosa del restaurante.
 - Después de llegar 3 veces tarde se le descontará un día de su sueldo y a los siguientes 3 retardos se suspenderá de sus labores.
 - En caso de cualquier agresión al cliente el empleado que la haya propiciado quedara desempleado inmediatamente.
 - Cualquier falta a este reglamento ocasionara una baja temporal de 3 días sin goce de sueldo. Acumulando 2 bajas temporales la tercera procederá al despido, sin responsabilidad de la empresa hacia el trabajador.
-

REGLAMENTO DE COCINA (COCINEROS)

Obligaciones

- El vocabulario que se maneje dentro de la empresa, deberá ser cordial y respetuoso, quedando estrictamente prohibida cualquier palabra altisonante, tanto para el trato entre los empleados, como entre mandos superiores y sobre todo en piso, donde se encuentran los clientes.
- El empleado deberá registrar en el reloj checador su hora de entrada y de salida, tanto de la jornada de trabajo como de sus horas de comida en una tarjeta de asistencia que se le otorgará
- El trabajador tiene derecho a 3 llegadas tardes en el mes que no pasen de 10 minutos de tolerancia.
- Se harán cambios flexibles en el horario, dependiendo del criterio del Gerente General a trabajadores que sean estudiantes o a madres solteras y por problemas de salud presentando comprobante medico de los mismos.
- Cualquier anomalía o accidente que se efectuó dentro del horario de trabajo correrá por cuenta de la empresa.
- Si existe algún problema o inconformidad se debe hablar primero con su jefe inmediato, si este no toma cartas en el asunto, podrá entonces pedir hablar con el Gerente General, si este no da solución, hasta entonces podrá solicitar una cita con el jefe inmediato.
- En caso de quedar imposibilitado por algún accidente, la empresa se compromete a pagarle una pensión de acuerdo al sueldo que el empleado estaba ganando en ese momento.
- El establecimiento cuenta con botiquín que contiene todos los instrumentos necesarios para primeros auxilios, en caso de accidente grave y que el problema no pueda solucionarse ahí, el empleado será trasladado a un hospital con el que tenga convenio la empresa.

Restricciones

- Queda prohibido realizar cualquier tipo de acto que perjudique o dañe la imagen y prestigio de la empresa.
 - Cualquier miembro de la empresa tiene estrictamente prohibido aceptar algún tipo de soborno, sin excepción alguna, no importando la sencillez o gravedad del asunto que se le propicie.
 - Queda prohibido ingerir bebidas alcohólicas, fumar o ingerir algún tipo de droga dentro del establecimiento y en horas de trabajo.
 - No se permite ocasionar o seguir ningún tipo de pleito verbal y mucho menos alguna pelea, en cualquiera de las áreas dentro de la empresa.
 - Queda prohibido en el personal el uso de aretes (excepto oídos en mujeres) y tatuajes en áreas
-

visibles, en hombres el uso del cabello largo o peinados extravagantes en hombres y mujeres.

- Por ningún motivo y bajo ninguna circunstancia, se permitirá ningún tipo de difamación hacia cualquier miembro de la empresa.

Sanciones

- Después de 3 faltas injustificadas, se procederá a la baja permanente del empleado, quedando sin ninguna responsabilidad hacia él la compañía.
- La Honestidad es uno de nuestros más importantes valores, es por ello que será estrictamente sancionado si se llega a sorprender a algún empleado hurtando cualquier cosa del restaurante.
- Después de llegar 3 veces tarde se le descontará un día de su sueldo y a los siguientes 3 retardos se suspenderá de sus labores.
- En caso de cualquier agresión al cliente el empleado que la haya propiciado quedara desempleado inmediatamente.
- Cualquier falta a este reglamento ocasionara una baja temporal de 3 días sin goce de sueldo. Acumulando 2 bajas temporales la tercera procederá al despido, sin responsabilidad de la empresa hacia el trabajador.

REGLAMENTO DE BAR

Obligaciones

- Mantener limpia el área de trabajo
- Utilizar zapatos antiderrapantes
- Ser puntual y responsable
- Realizar inventario diario para tener control sobre los ingredientes, así como pedir al encargado de almacén cualquier ingrediente que necesite registrando el término de éste.
- Ser cuidadoso con el manejo de botellas.
- Servir adecuadamente lo que se le ordene.
- El vocabulario que se maneje dentro de la empresa, deberá ser cordial y respetuoso, quedando estrictamente prohibida cualquier palabra altisonante, tanto para el trato entre los empleados, como entre mandos superiores y mucho menos en piso, donde se encuentran los clientes.
- El establecimiento cuenta con botiquín que contiene todos los instrumentos necesarios para primeros auxilios, en caso de accidente grave y que el problema no pueda solucionarse ahí, el empleado será trasladado a un hospital con el que tenga convenio la empresa.

-
- Si existe algún problema o inconformidad se debe hablar primero con su jefe inmediato, si este no toma cartas en el asunto, podrá entonces pedir hablar con el Gerente General, si este no da solución, hasta entonces podrá solicitar una cita con el jefe inmediato.
 - En caso de quedar imposibilitado por algún accidente, la empresa se compromete a pagarle una pensión de acuerdo al sueldo que el empleado estaba ganando en ese momento.
 - El empleado deberá registrar en el reloj checador su hora de entrada y de salida, tanto de la jornada de trabajo como de sus horas de comida en una tarjeta de asistencia que se le otorgará.
 - El trabajador tiene derecho a 3 llegadas tardes en el mes que no pasen de 10 minutos de tolerancia.
 - Se harán cambios flexibles en el horario, dependiendo del criterio del Gerente General a trabajadores que sean estudiantes o a madres solteras y por problemas de salud presentando comprobante medico de los mismos.
 - Cualquier anomalía o accidente que se efectuó dentro del horario de trabajo correrá por cuenta de la empresa.
 - En caso de quedar imposibilitado por algún accidente, la empresa se compromete a pagarle una pensión de acuerdo al sueldo que el empleado estaba ganando en ese momento.

Restricciones

- Queda prohibido realizar cualquier tipo de acto que perjudique o dañe la imagen y prestigio de la empresa.
 - No debe mover los tapetes antiderrapantes de su lugar.
 - Queda prohibido ingerir bebidas alcohólicas, fumar o ingerir algún tipo de droga dentro del establecimiento y en horas de trabajo.
 - Queda prohibido realizar cualquier tipo de acto que perjudique o dañe la imagen y prestigio de la empresa.
 - Cualquier trabajador tiene estrictamente prohibido portar cualquier tipo de arma portando el uniforme de la empresa, dentro de ella y en un diámetro de 4 cuerdas a la redonda de la empresa.
 - No se permite ocasionar o seguir ningún tipo de pleito verbal y mucho menos alguna pelea, en cualquiera de las áreas dentro de la empresa.
 - Por ningún motivo y bajo ninguna circunstancia, se permitirá ningún tipo de difamación hacia cualquier miembro de la empresa.
 - Cualquier miembro de la empresa tiene estrictamente prohibido aceptar algún tipo de soborno, sin excepción alguna, no importando la sencillez o gravedad del asunto que se le propicie.
-

-
- Queda prohibido en el personal el uso de aretes y tatuajes en áreas visibles, en hombres el uso del cabello largo o peinados extravagantes.

Sanciones

- En caso de cualquier agresión al cliente el empleado que la haya propiciado quedara desempleado inmediatamente.
 - La Honestidad es uno de nuestros más importantes valores, es por ello que será estrictamente sancionado si se llega a sorprender a algún empleado hurtando cualquier cosa del restaurante.
 - Cualquier falta a este reglamento ocasionara una baja temporal de 3 días sin goce de sueldo. Acumulando 2 bajas temporales la tercera procederá al despido, sin responsabilidad de la empresa hacia el trabajador.
-

REGLAMENTO PARA LAVAPLATOS

Obligaciones

- Los platos y vasos con borde en mal estado deben reportarse y retirarse.
 - Mantener los detergentes y desinfectantes lejos de los alimentos.
 - Guardar detergentes y desinfectantes en su lugar.
 - Utilizar zapatos antiderrapantes.
 - Para limpiar las máquinas de cocina hay que asegurarse de que estén desconectadas para evitar que se pongan en marcha accidentalmente.
 - Durante la limpieza de máquinas se deben seguir en todo momento las indicaciones del fabricante.
 - Evitar producir derrames y si se producen eliminarlos de inmediato.
 - Utilizar guantes para lavar las máquinas de cocina.
 - Antes de usar cualquier detergente o desinfectante se deben leer detenidamente las etiquetas con indicaciones y seguir todos los consejos de seguridad y recomendaciones.
 - Evitar salpicaduras con algún detergente o líquido de limpieza en los ojos, en caso de que suceda, lavar rápidamente con abundante agua y dar aviso a su superior en caso de que pase a mayores.
 - El vocabulario que se maneje dentro de la empresa, deberá ser cordial y respetuoso, quedando estrictamente prohibida cualquier palabra altisonante, tanto para el trato entre los
-

empleados, como entre mandos superiores y mucho menos en piso, donde se encuentran los clientes.

- El establecimiento cuenta con botiquín que contiene todos los instrumentos necesarios para primeros auxilios, en caso de accidente grave y que el problema no pueda solucionarse ahí, el empleado será trasladado a un hospital con el que tenga convenio la empresa.
- Si existe algún problema o inconformidad se debe hablar primero con su jefe inmediato, si este no toma cartas en el asunto, podrá entonces pedir hablar con el Gerente General, si este no da solución, hasta entonces podrá solicitar una cita con el jefe inmediato.
- En caso de quedar imposibilitado por algún accidente, la empresa se compromete a pagarle una pensión de acuerdo al sueldo que el empleado estaba ganando en ese momento.
- El empleado deberá registrar en el reloj checador su hora de entrada y de salida, tanto de la jornada de trabajo como de sus horas de comida en una tarjeta de asistencia que se le otorgará.
- Cualquier anomalía o accidente que se efectuó dentro del horario de trabajo correrá por cuenta de la empresa.

Restricciones

- Queda prohibido realizar cualquier tipo de acto que perjudique o dañe la imagen y prestigio de la empresa.
 - No se deben mover los tapetes antiderrapantes de su lugar original.
 - No se debe correr por el área de lavado.
 - Queda prohibido fumar, consumir bebidas alcohólicas o drogas dentro de las instalaciones.
 - No se debe maltratar el equipo u objeto que se está lavando o limpiando.
 - Cualquier trabajador tiene estrictamente prohibido portar cualquier tipo de arma portando el uniforme de la empresa, dentro de ella y en un diámetro de 4 cuerdas a la redonda de la empresa.
 - No se permite ocasionar o seguir ningún tipo de pleito verbal y mucho menos alguna pelea, en cualquiera de las áreas dentro de la empresa.
-

-
- Por ningún motivo y bajo ninguna circunstancia, se permitirá ningún tipo de difamación hacia cualquier miembro de la empresa.
 - Cualquier miembro de la empresa tiene estrictamente prohibido aceptar algún tipo de soborno, sin excepción alguna, no importando la sencillez o gravedad del asunto que se le propicie.
 - Queda prohibido en el personal el uso de aretes y tatuajes en áreas visibles (excepto aretes en los oídos las mujeres), en hombres el uso del cabello largo o peinados extravagantes en hombres y mujeres.

Sanciones

- Después de 3 faltas injustificadas, se procederá a la baja permanente de ese empleado, quedando sin ninguna responsabilidad hacia él la compañía.
- En caso de cualquier agresión al cliente el empleado que la haya propiciado quedara despedido inmediatamente.
- La Honestidad es uno de nuestros más importantes valores, es por ello que será estrictamente sancionado si se llega a sorprender a algún empleado hurtando cualquier cosa del restaurante.
- Cualquier falta a este reglamento ocasionara una baja temporal de 3 días sin goce de sueldo. Acumulando 2 bajas temporales la tercera procederá al despido, sin responsabilidad de la empresa hacia el trabajador.

REGLAMENTO DE STWARD

Obligaciones

- Evitar producir derrames y si se producen eliminarlos de inmediato.
 - Antes de usar cualquier detergente o desinfectante se deben leer detenidamente las etiquetas con indicaciones y seguir todos los consejos de seguridad y recomendaciones.
 - Evitar salpicaduras con algún detergente o líquido de limpieza en los ojos, en caso de que suceda, lavar rápidamente con abundante agua y dar aviso a su superior en caso de que pase a mayores.
 - El vocabulario que se maneje dentro de la empresa, deberá ser cordial y respetuoso, quedando estrictamente prohibida cualquier palabra altisonante, tanto para el trato entre los empleados, como entre mandos superiores y mucho menos en piso, donde se encuentran los clientes.
-

-
- El establecimiento cuenta con botiquín que contiene todos los instrumentos necesarios para primeros auxilios, en caso de accidente grave y que el problema no pueda solucionarse ahí, el empleado será trasladado a un hospital con el que tenga convenio la empresa.
 - Si existe algún problema o inconformidad se debe hablar primero con su jefe inmediato, si este no toma cartas en el asunto, podrá entonces pedir hablar con el Gerente General, si este no da solución, hasta entonces podrá solicitar una cita con el jefe inmediato.
 - En caso de quedar imposibilitado por algún accidente, la empresa se compromete a pagarle una pensión de acuerdo al sueldo que el empleado estaba ganando en ese momento.
 - El empleado deberá registrar en el reloj checador su hora de entrada y de salida, tanto de la jornada de trabajo como de sus horas de comida en una tarjeta de asistencia que se le otorgará.
 - Cualquier anomalía o accidente que se efectuó dentro del horario de trabajo correrá por cuenta de la empresa.

Restricciones

- Queda prohibido realizar cualquier tipo de acto que perjudique o dañe la imagen y prestigio de la empresa.
- Queda prohibido fumar, consumir bebidas alcohólicas o drogas dentro de las instalaciones.
- No se debe maltratar el equipo u objeto que se está lavando o limpiando.
- Cualquier trabajador tiene estrictamente prohibido portar cualquier tipo de arma portando el uniforme de la empresa, dentro de ella y en un diámetro de 4 cuerdas a la redonda de la empresa.
- No se permite ocasionar o seguir ningún tipo de pleito verbal y mucho menos alguna pelea, en cualquiera de las áreas dentro de la empresa.
- Por ningún motivo y bajo ninguna circunstancia, se permitirá ningún tipo de difamación hacia cualquier miembro de la empresa.
- Cualquier miembro de la empresa tiene estrictamente prohibido aceptar algún tipo de soborno, sin excepción alguna, no importando la sencillez o gravedad del asunto que se le propicie.
- Queda prohibido en el personal el uso de aretes y tatuajes en áreas visibles (excepto aretes en los oídos las mujeres), en hombres el uso del cabello largo o peinados extravagantes en hombres y mujeres.

Sanciones

- Después de 3 faltas injustificadas, se procederá a la baja permanente de ese empleado, quedando sin ninguna responsabilidad hacia él la compañía.
 - En caso de cualquier agresión al cliente el empleado que la haya propiciado quedara
-

desempleado inmediatamente.

- La Honestidad es uno de nuestros más importantes valores, es por ello que será estrictamente sancionado si se llega a sorprender a algún empleado hurtando cualquier cosa del restaurante.
 - Cualquier falta a este reglamento ocasionara una baja temporal de 3 días sin goce de sueldo. Acumulando 2 bajas temporales la tercera procederá al despido, sin responsabilidad de la empresa hacia el trabajador.
-

Apéndice 4 Acta constitutiva de Thai-Want

En la Ciudad de Morelia, del Estado de Michoacán de Ocampo, siendo las doce horas del día diez de Julio del dos mil once, YO, Licenciado EDUARDO CHÁVEZ Y LÓPEZ Notario Público número cuarenta y ocho en el estado de Michoacán, con ejercicio en el Distrito de Morelia y residencia en esta Ciudad, fueron presentas los señores Denisse Carolina Benítez Coronado, César Amando Chávez Mendoza y Yazmin Sarahi Benítez Coronado, quienes me expresan sus generales, las cuales haré constar más delante en este instrumento, y: -----

-----MANIFESTARON-----

PRIMERO.- Manifiestan los citados comparecientes, que han determinado ante mi fe, un Contrato de Sociedad Mercantil y constituir una SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA, bajo la denominación: “THAI-WANT”, S. de R. L.-----

SEGUNDO Siguen expresando los comparecientes, que con tal motivo solicitaron y obtuvieron el permiso correspondiente de la Secretaría de Relaciones Exteriores de Morelia, Michoacán, el cual original, y anexos, me exhiben.

YO, el Notario Público Doy Fe de tener a la visa el mencionado Permiso y sus Anexos, los cuales transcribo a continuación fielmente y los dejaré agregados al Apéndice de Documentos de este Instrumento.-----

TRANSCRIPCIÓN LEGAL: PERMISO DE LA SECRETARÍA DE RELACIONES EXTERIORES.- “Al margen superior izquierdo un sello con el Escudo Nacional, que dice: Estados Unidos Mexicanos, Secretaria de Relaciones Exteriores.- Dirección General de Asuntos Jurídicos. En la parte superior derecha, se lee: Dirección General de Asuntos Jurídicos.- Dirección de Permisos Artículo 27 Constitucional FOLIO No. 0975.- EXPEDIENTE No. 9116000648.- PERMISO No. 652.- Al centro: Morelia, Mich. A 1 de Julio del 2012.- En atención a que La C. Denisse Carolina Benítez Coronado solicitó permiso de esta Secretaría para que se constituya una: Sociedad de Responsabilidad Limitada, bajo la denominación: THAI-WANT, S. de R.L. con una duración de 99 años, cuyo Domicilio será: Av. Camelinas No. 324 Morelia, Michoacán, Capital Social: \$ 1,000,000 MN 00/100 Mínimo; Máximo ilimitado.- OBJETO SOCIAL: El que se detalla en el anexo el cual firmado y sellado forma parte integrante de este permiso, La sociedad deberá solicitar su registro y contar con la cédula turística de conformidad con lo dispuesto por el Artícu-

lo 58 de la Ley Federal de Turismo. Un sello, con el Escudo Nacional, que dice: Estados Unidos Mexicanos, Secretaría de Relaciones Exteriores.- Dirección General de Asuntos Jurídicos.- “Al reverso, se lee: y para insertar en la Escritura Constitutiva de la Sociedad, la siguiente cláusula contenida en el Artículo dos del Reglamento de la Ley Orgánica de la Fracción I del Artículo 27 de la Constitución General de la República, por medio de la cual se conviene con el Gobierno Mexicano, ante la Secretaría de Relaciones Exteriores, por los socios fundadores y los futuros que la Sociedad pueda tener, en que: “Todo extranjero que en el acto de la constitución o en cualquier tiempo ulterior adquiere un interés o participación en la sociedad, se considerará por ese simple hecho como mexicano respecto de uno y otra, y se entenderá que conviene en no invocar la protección de su Gobierno, bajo la pena, en caso de faltar a su convenio de perder dicho interés o participación en beneficio de la Nacional Mexicana”

CONCEDE al solicitante, permiso para constituir la Sociedad a condición de insertar en la Escritura Constitutiva la cláusula arriba transcrita; en la inteligencia de que, de conformidad con lo dispuesto por el artículo quinto de la Ley para promover la Inversión Mexicana y Regular la Inversión Extranjera, en relación con los artículos 2 y 6 de la propia Ley, Lo anterior se comunica con fundamento en el Artículo 27 Constitucional Fracción I, 1° de su Ley Orgánica, 17 de la Ley para promover la Inversión Mexicana y Regular la Inversión Extranjera y en los términos del Artículo 28 fracción V de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, Este permiso dejará de surtir efectos si no se hace uso del mismo dentro de los 90 días hábiles siguientes a la fecha de su expedición. SUFRAGIO EFECTIVO. NO REELECCIÓN. P. O. DEL SECRETARIO.- LIC. MANUEL DE JESUS MEDINA GAMEZ. ENCARGADO DE LA SUBDELEGACIÓN JURÍDICA. Una firma y sello de la Secretaría de Relaciones Exteriores.---

DECLARACIÓN DE PAGO DE DERECHOS POR CERTIFICACIONES, REPOSICIONES, ETC. SECRETARÍA DE RELACIONES EXTERIORES. NOMBRE, DENOMINACIÓN O RAZÓN SOCIAL.- “THAI-WANT” S. DE R. L. IV, Restaurant bar. Permiso conforme a las fracciones I y IV del Artículo 27 Constitucional \$110,000.00- No. En Rojo 2784947-----

TERCERO.-Anotado lo anterior, los comparecientes a este acto, constituyen la Sociedad Mercantil ya citada, de conformidad con las siguientes cláusulas: -----

-----CLÁUSULAS-----

CAPITULO I.-

DE LA SOCIEDAD MERCANTIL

PRIMERA.- Se constituye una Sociedad de Responsabilidad Limitada, de conformidad con la Ley General de Sociedades Mercantiles, y demás que le son aplicables de la República Mexicana, la cual se denominará: “THAI-WANT” y ésta denominación irá siempre Seguida de las palabras “Sociedad de Responsabilidad Limitada” o de sus abreviaturas, que serán S. de R. L.-----

SEGUNDA.- El domicilio de la Sociedad será la ciudad de Morelia, Michoacán.-----

TERCERA.- El objeto de la Sociedad es: -----

- a) Todo acto de comercio relacionado con la producción y venta de comida tailandesa, así como la titularidad de los derechos y sujeto de las obligaciones que a toda sociedad mexicana se le confiere.
- b) Adquirir, tomar en arrendamiento, comodato o fideicomiso, bienes muebles e inmuebles necesarios para la edificación de oficinas, almacenes, cocinas, etc...., en las cantidades estrictamente necesarias para cumplir con el objeto social.
- c) Venta de bebidas alcohólicas conforme a lo que marca la Ley.
- d) Emitir bonos, acciones, obligaciones, valores y otros títulos de crédito, con la intervención en su caso, de las instituciones señaladas por la Ley.
- e) Emitir bonos, acciones, obligaciones, valores y otros títulos de crédito, con la intervención en su caso, de las instituciones señaladas por la Ley.
- f) La ejecución de infraestructura que requiera la sociedad para el desarrollo de su objeto social entre estas, oficinas, almacenes, cocina en sus respectivos lugares de ubicación.
- g) Celebrar toda clase de contratos, ya sean civiles, mercantiles o laborales, que fueran permitidos por la Ley.
- h) En ningún caso el objeto social convenido exime a la sociedad y a sus socios de la estricta observación de las disposiciones y leyes de interés público.
- i) Otorgar garantías siempre y cuando se relacionen con la consecución de los fines de la sociedad.

CUARTA.- La duración de la Sociedad será de 99 NOVENTA Y NUEVE AÑOS, contados a partir de la fecha de firma de esta escritura.-----

CAPITULO II.-

DEL CAPITAL SOCIAL

QUINTA.- El capital Social será de \$1,000,000 Moneda Nacional mínimo, y máximo ilimitado.-----

SEXTA.- El capital Social se dividirá en 1,000 Acciones, con valor de \$1,000 00/100MN Cada una, estará representado el Capital Social por esas 1,000 Acciones, el cual ha sido totalmente suscrito y pagado por los socios, mediante la aportación que ha hecho cada uno de ellos, en efectivo.-----

SEPTIMA.- Los Títulos de las Acciones o Certificados provisionales que puedan comprender una o más Acciones, se redactará de acuerdo con el Artículo 125 de la Ley General de Sociedades Mercantiles, y se transcribirá en ellos la Cláusula Trigésima Tercera de estos Estatutos; llevarán la firma de dos Consejeros y del Administrador Único en su caso.-----

OCTAVA.- Las Acciones confieren a sus tenedores iguales derechos y obligaciones.-----

NOVENA.- En los aumentos del Capital de la Sociedad los Accionistas tendrán preferencia, si hacen valer su derecho dentro de los quince días siguientes a la fecha de la Publicación del Acuerdo respectivo en el Diario Oficial de la Federación, en el domicilio de la Sociedad.-----

DECIMA.- En los aumentos de capital, y en las Asambleas el Órgano Supremo de la Sociedad, será la Asamblea General de Accionistas.-----

DECIMA PRIMERA.- Las reducciones del Capital Social podrá llevarse a cabo por resolución de la Asamblea Extraordinaria de Accionistas, tomada en términos de esta Escritura; Los Accionistas renuncian al retiro que en derecho les conceden los artículos 220 y demás aplicables en relación con dicho derecho, contenidos en el Capítulo VIII octavo de la Ley General de Sociedades Mercantiles.-----

CAPITULO III.-

DE LAS ASAMBLEAS GENERALES DE ACCIONISTAS.-

DECIMA SEGUNDA.- Ordinarias, Se reúnen para tratar de los acuerdos relacionados con el Artículo 181 de la Ley General de Sociedades Mercantiles.-----

Si la Asamblea no pudiere celebrarse por cualquier motivo, el día señalado para su reunión, se hará una segunda convocatoria con la expresión de esa circunstancia, y en ella se resolverá sobre los asuntos indicados en la Orden del día.-----

Tratándose de Asambleas Extraordinarias, las decisiones se tomarán siempre por el voto favorable del número de accionistas que representen por lo menos el 50% del Capital Social.-----

DECIMA TERCERA.- Las Asambleas se celebrarán siempre en el domicilio social salvo lo previsto por la Ley, serán convocados por el Consejo de Administración o el Administrador Único y por el, o los Comisarios, salvo lo dispuesto por los Artículos 168. 185 y 195, de la Ley General de Sociedades Mercantiles.-----

DECIMA CUARTA.- Los Accionistas podrán hacerse representar en las Asambleas, por Mandatarios, ya sea que éstos pertenezcan o no a la junta de accionistas-----

DECIMA QUINTA.- La convocatoria podrá ser publicada en el Diario Oficial de la Federación, o en uno de los Periódicos con mayor circulación de la Ciudad de su domicilio Social.-----

CAPITULO IV

DE LA ADMINISTRACIÓN DE LA SOCIEDAD.-

DECIMA SEXTA.- La Administración de la Sociedad se confiará a un Consejo de Administración, o a un Administrador Único, según lo determine y decida la Asamblea.-----

DECIMA SÉPTIMA.- Se opta por un Consejo de Administración, éste estará integrado por el mínimo que señala la Ley, y por el máximo que determine la Asamblea que los nombre.-----

DECIMA OCTAVA.- Si se optara por el Consejo de Administración, se cuidará el derecho que tiene la minoría de designados.- se dice de designar un Consejero, de acuerdo con el Artículo 144 de la Ley General de Sociedades Mercantiles.-----

DECIMA NOVENA.- Los miembros del Consejo de Administración, o el Administrador Único en su caso, podrán ser reelectos y durarán en su cargo un año, contado a partir de la fecha de su designación, pero continuación en sus funciones hasta que se haga el nuevo nombramiento, y los designados, tomen posesión de sus cargos.-----

VIGÉSIMA.- El consejo se considerará legalmente instalado con la mayoría de los Consejeros si fueran más de dos. -----

VIGÉSIMIA PRIMERA.- En su primera Asamblea, los Accionistas designarán a los miembros del Consejo de administración, o el Administrador único, en su caso. Estos podrán ser o no accionistas; Las Actas del Consejo serán firmadas por el presidente o el Secretario.-----

VIGESIMA SEGUNDA.- El Consejo de Administración, o el Administrador Único, en su caso, tendrán las más amplias facultades para que puedan realizar los objetos sociales, y para dirigir y administrar la sociedad.-----

VIGESIMA TERCERA.- La vigilancia de las operaciones sociales se confía a uno o varios Comisarios, quienes podrán ser o no accionistas; durarán en su cargo un año contando en la misma forma y términos, a que se refiere la Cláusula Décima Novena. Se podrán designar uno o varios comisarios suplentes para substituir a los respectivos propietarios en caso de ausencia temporal o absoluta.-----

VIGÉSIMA CUARTA.- El Administrador Único, Los Consejeros, Los Gerentes y el o los Comisarios, caucionarán su manejo mediante depósitos en efectivo, fianzas, o cualquier otra garantía.

CAPITULO VI

DE LOS EJERCICIOS SOCIALES.-

VIGESIMA QUINTA.- Los Ejercicios sociales se computarán del 1º primero de Enero al 31 treinta y uno de Diciembre de cada año, con excepción del primer Ejercicio, que se computara de la fecha de la firma de la presente escritura al día 31 treinta y uno de Di-

ciembre del presente año, y del último, que se computará del día primero de Enero, al vencimiento del plazo, o de la prórroga en su caso.

CAPÍTULO VII

DEL BALANCE.-

VIGESIMA SEXTA.- El balance se practicará al final de cada ejercicio social; deberá concluirse dentro de los tres primeros meses siguientes, y ponerse a disposición de los Comisarios y de los accionistas con la anticipación que fija el artículo 173 de la Ley General de Sociedades Mercantiles en el curso de cada ejercicio social el Consejo de Administración, o el Administrador Único, podrá acordar, una o más veces, según considere conveniente, la formación de Inventarios y Balances Extraordinarios.-----

VIGÉSIMA SEPTIMA.- Una vez deducidos los gastos generales entre los que se incluyen y comprenden: Pago de honorarios a los Consejeros, Administrador Único en su caso y a los Comisarios, las utilidades para amortizaciones y castigos, e impuestos sobre la renta, se aplicarán como sigue: -----

1.- Se separará un 5% cinco por ciento para formar el fondo de reserva legal, hasta que alcance el 20% del Capital Social; dicho fondo deberá ser reconstruido en la misma forma cuando se disminuya por cualquier motivo. -----

2.- Se separarán las cantidades que la Asamblea acuerde para la formación de uno o varios fondos de reserva especial. -----

3.- Del remanente, se distribuirá entre los accionistas en proporción el número de sus acciones, la cantidad que acuerde la Asamblea.-----

VIGÉSIMA NOVENA.- Los socios fundadores no se reservarán participación alguna especial en las utilidades.-----

CAPITULO VIII

DE LA DISOLUCIÓN.-

TRIGÉSIMA.- La Sociedad se disolverá por cualquiera de las causas que fija el artículo 229 de la Ley General de Sociedades Mercantiles.-----

TRIGÉSIMA PRIMERA.- Mientras no se inscriba en la Sección de Comercio del Registro Público el nombramiento de los Liquidadores, y estos hayan entrado en funciones, los Administradores continuarán en el desempeño de sus cargos, pero no podrán iniciarse nuevas operaciones después del acuerdo de la disolución o de que se compruebe la existencia legal de éste.-----

TRIGÉSIMA SEGUNDA.- En el periodo de liquidación tendrán las mismas facultades y obligaciones que corresponde al Consejo de Administración o al Administrador Único, y él o los Comisarios acordarán la representación que les corresponde en la vida de la Sociedad.-----

CAPITULO IX.-

DISPOSICIONES GENERALES

TRIGÉSIMA TERCERA.- Todo extranjero que en el acto de la constitución o en cualquier tiempo ulterior, adquiera un interés o participación social en la sociedad, se considerará por ese simple hecho como mexicano respecto de uno y otra y se entenderá que conviene en no invocar la protección de su Gobierno bajo la pena, en caso de faltar a su convenio, de perder dicho interés o participación, en beneficio de la Nación Mexicana.-----

TRIGÉSIMA CUARTA.- La Sociedad es de nacionalidad Mexicana ya que se constituye conforme a las Leyes del país, y tiene en él, su domicilio social; se regirá por la Ley General de Sociedades mercantiles en vigor, y demás Leyes aplicables.-----

DISPOCISIONES TRANSITORIAS

PRIMERA.- Los comparecientes a esta Escritura, consideran este acto de firma de la misma, como su primera ASAMBLEA y al efecto, toman los siguientes acuerdos.-----

ADMINISTRACIÓN DE LA SOCIEDAD.-----

DENISSE CAROLINA BENITEZ CORONADO.- ADMINISTRADOR ÚNICO.-----

CÉSAR AMANDO CHÁVEZ MENDOZA.- TESORERO.-----

- Se nombra como COMISARIO, a la señora YAZMIN SARAHI BENITEZ CORONADO.-----

SEGUNDA.- De inmediato las personas antes mencionadas impuestas que fueron de los nombramientos que en ellos recayeron, aceptan sus respectivos cargos y protestan su legal y fiel desempeño.-----

TERCERA.- Los comparecientes a esta Escritura, bajo protesta de decir verdad, manifiestan que obran en la caja de la Sociedad, la cantidad de \$100,000 MN 00/100, Importe del Capital Social y de las Cauciones del Consejo de Administración y del Comisario, como sigue: -----

Socio	Número de acciones	Valor de la acción
Denisse Carolina Benitez Coronado	501 acciones	\$501,000 MN 00/100
César Amando Chávez Mendoza	249 acciones	\$249,000 MN 00/100
Yazmin Sarahi Benitez Coronado	250 acciones	\$250,000 MN 00/100
Total	1,000 acciones	\$1,000,000 MN 00/100

CUARTA.- Los otorgantes de esta Escritura manifiestan que otorgan Poder General amplísimo, para Pleitos y Cobranzas, Actos de Administración y de Dominio de Bienes, al Administrador Único y al tesorero del Consejo de Administración, para que lo ejerzan conjunta o separadamente, en los términos del Artículo 2554, dos mil quinientos cincuenta y cuatro del Código Civil vigente en el Distrito Federal y Territorios, y sus correlativos del resto de las Entidades Federativas de la República Mexicana, y en los términos que se enuncian en la Cláusula Vigésima segunda de esta escritura, con todas las facultades generales y las especiales que requieren cláusula Especial, conforma a la Ley.-

YO, Notario Público, doy Fe: de que lo inserto y relacionado, concuerda fielmente con sus originales, que tengo a la vista y a los cuales me remito, así como del conocimiento de que las generales de los mismos, que me expresaron bajo protesta de decir verdad, son:-----

DENISSE CAROLINA BENITEZ CORONADO. R.F.C. AECE-660228 Originaria y vecina de Morelia, Michoacán, con domicilio en Prolongación de Finlandia #1089, Frac Los Fresnos de 21 años de edad, -----

CÉSAR AMANDO CHAVEZ MENDOZA. R.F.C. DIMB-340222 Originario de Morelia, Michoacán, Domicilio: Rincón del oro #425 Frac Los Fresnos de 32 años de edad.-----

YAZMIN SARAHI BENITEZ CORONADO. R.F.C. YABC-670278 Originario y vecina de Morelia, Mich., con domicilio en Michelena #107, Col. Praderas de Morelia de 25 años de edad.-----

Todos los comparecientes de paso por esta ciudad, con motivo del presente negocio, son conocidos personal del suscrito Notario Público, y con capacidad legal para contratar y obligarse.

Así mismo, doy fe. De que les leí y explique el valor y fuerza legal de este Instrumento, así como de la necesidad de si Inscripción en el Registro Público de la Propiedad, Sección del Comercio, en la Ciudad de Morelia, Michoacán, a efecto de que surta el efecto o su valor, y fuerza legal y efectos frente a terceros. Y manifestaron: Que quedan debidamente enterados, que ratificaron en todas su partes esta Acta, y la firman a las once horas del día doce de Julio del dos mil doce. DOY FE: -----

TRES FIRMAS DE LOS COMPARECIENTES Y SELLO DE LA NOTARIA JUNTAMENTE CON LA FIRMA DEL SUSCRITO NOTARIO QUE AUTORIZA.-----

AUTORIZACIÓN.-

Así mismo, DOY FE de que les leí y explique el valor y fuerza legal de este Instrumento, así como de la necesidad de su inscripción en el Registro Público de la Propiedad. Enterados firman la presente. DOY FE.-----

ANTE MI:

NOTARIO PÚBLICO NUM.48.-

LIC. EDUARDO CHÁVEZ Y LÓPEZ.-

CLAVE-460719.-

Apéndice 5 Recetas estándar y costeadas del Menú Thai-Want

Anexos

Anexo 1 Programa Manejo Higiénico de los Alimentos - Distintivo H

El Distintivo “H” es un reconocimiento que otorga la Secretaría de Turismo y la Secretaría de Salud, a aquellos establecimientos fijos de alimentos y bebidas: (restaurantes en general, restaurantes de hoteles, cafeterías, fondas, etc.). Por cumplir con los estándares de higiene que marca la Norma Mexicana NMX-F605 NORMEX 2004.

El programa “H” es 100% PREVENTIVO, lo que asegura la advertencia de una contaminación que pudiera causar alguna enfermedad transmitida por alimentos; este programa contempla un programa de capacitación al 80% del personal operativo y al 100% del personal de mandos medios y altos, esta capacitación es orientada por un consultor registrado con perfil en el área químico-médico-biológica, y los conocimientos que se imparten están estructurados bajo lineamientos dictados por un grupo de expertos en la materia (Galicía, 2012).

La asesoría del consultor consiste en ofrecer al personal que labora en los establecimientos fijos de alimentos y bebidas que así lo soliciten, una serie de recomendaciones y técnicas para el lavado, desinfección, limpieza, almacenamiento, congelación, refrigeración, descongelación, higiene personal, etc. para ser implementadas como un proceso de mejora continua.

Esta información está regida por una lista de verificación que se deberá cumplir en un 90% de satisfacción y que contempla los siguientes puntos:

- Recepción de alimentos
- Almacenamiento

- Manejo de sustancias químicas
- Refrigeración y congelación
- Área de cocina
- Preparación de alimentos
- Área de servicio
- Agua y Hielo
- Servicios sanitarios para empleados
- Manejo de Basura
- Control de plagas
- Personal
- Bar

Cuando el establecimiento se sujeta a estos estándares y los cumple, la Secretaría de Turismo entrega el reconocimiento **Distintivo "H"**, mismo que tiene vigencia de un año.

Anexo 2 Distintivo M

El Distintivo “M” es el reconocimiento que la Secretaría de Turismo otorga a todas las Empresas Turísticas que han logrado implementar exitosamente el Programa de Calidad Moderniza y que avala la adopción de las mejores prácticas y una distinción de empresa turística modelo.

Este reconocimiento es entregado a las empresas al término de su implementación.

El Distintivo tiene una vigencia de un año a partir de la fecha en que la Sectur Federal lo expide y ostenta un número de folio el cual es único y permanente; Al finalizar esta vigencia las empresas que deciden renovar conservan su registro cambiando únicamente la nueva fecha de vigencia.

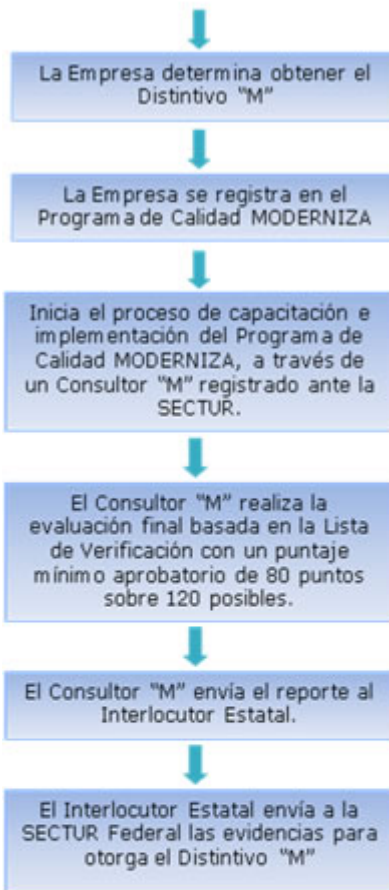
Derivado de los Lineamientos que rigen al Programa y de acuerdo a la Lista de Verificación, los elementos que se consideran para otorgar el *Distintivo “M”* a las empresas son:

- a) Calidad Humana
- b) Satisfacción del cliente
- c) Gerenciamiento de rutina
- d) Gerenciamiento de mejora
- e) Resultados

El valor para cada uno de estos elementos es de 20 puntos, aquellas Mipymes que en su proceso alcancen al menos 80 puntos de un total de 120, recibirán el Distintivo "M".

Cabe destacar que los 20 puntos adicionales a estos 5 elementos se otorgan a cada empresa participante con la asistencia y tareas encomendadas a lo largo de su proceso de certificación.

PROCEDIMIENTO PARA OBTENER EL
DISTINTIVO "M"



Anexo 3 Requisitos para la apertura de un establecimiento de alimentos y bebidas en la ciudad de Morelia

Anexo 3.1. Registro Federal de Contribuyentes (RFC)

Anexo 3.2. Declaración de apertura

Anexo 3.3. Licencia de funcionamiento

Anexo 3.4. Alta en el sistema de información empresarial mexicano (SIEM)

Anexo 3.5. Licencia Sanitaria

Anexo 3.6. Aviso de funcionamiento

Anexo 3.7. Licencia de anuncio

Anexo 3.8. Contratos individuales de trabajo

Anexo 3.9. Registro empresarial ante el INFONAVIT

Anexo 3.10. Inscripción en el padrón del impuesto sobre nóminas



Delegación: _____

Aviso de Declaración de Apertura para Establecimiento Mercantil

México D. F. a _____ de _____ del 200 _____

FOLIO

C. Jefe(a) Delegacional en _____
Presente

Bajo protesta de decir verdad, manifiesto que cumpro con los requisitos para que sea registrado mi aviso de Declaración de Apertura y que los datos que a continuación se mencionan son ciertos y se encuentran sujetos al control y verificación de la autoridad.

En caso de que los datos proporcionados resulten falsos, se me aplicarán las sanciones correspondientes.

DATOS DEL SOLICITANTE

Persona Física _____
Apellido Paterno Apellido Materno Nombre(s)

Clave de Elector de su credencial para votar del IFE _____

Domicilio para oír y recibir notificaciones y documentos.

Calle _____ No. Ext _____ No. Int. . _____

Colonia _____ Delegación _____ o Municipio _____

C.P. _____ Estado o Entidad Federativa _____

Fecha de Nacimiento _____ RFC _____

Teléfono(s) _____ e-mail _____ Nacionalidad _____

DATOS DEL ESTABLECIMIENTO MERCANTIL

Nombre Comercial del Establecimiento

Calle _____ No. Ext _____ No. Int. . _____

Colonia _____ Delegación _____ o Municipio _____

Teléfono(s) _____

Superficie ocupada por uso en m2 _____ Giro o actividad _____

Documento con el que acredita el uso de suelo _____

Uso de suelo permitido _____

Número de folio del documento _____ Fecha de expedición del documento de uso de suelo _____

Propietario Poseedor Número de personas que trabajarán en el establecimiento _____

La normatividad aplicable a la apertura de establecimientos mercantiles, establece requisitos obligatorios a determinados giros.

Le solicitamos consultar los Anexos a este formato para determinar si debe o no cumplir con dichos requisitos:

Visto Bueno de Seguridad y Operación:

Número de Folio _____ Fecha de recepción _____

Número de Registro del Director Responsable de Obra: _____

Cajones de estacionamiento:

Número de cajones requeridos _____

Lugar donde se encuentran los cajones de estacionamiento:

En el mismo establecimiento Inmueble distinto Zona: _____

Giro usado en el cálculo de cajones:

Autorización de Impacto Ambiental: Número de Folio: _____

SOLO PARA PERSONAS MORALES

Denominación o Razón Social _____

Número de la Escritura Pública Constitutiva: _____ de fecha _____

Notaría No. _____ Entidad Federativa _____ RFC _____

SOLO PARA EXTRANJEROS

Documento que acredite la legal estancia en el país:

FM2 Número del Registro Nacional de Extranjeros _____

FM3 Número del Registro Nacional de Extranjeros _____

Actividad autorizada:

Fecha de vencimiento _____

Apellido Paterno

Apellido Materno

Nombre(s)

Clave de Elector de su credencial para votar del IFE del representante legal _____

Tipo de documento con el que acredita el poder

Número de la Escritura Pública _____ de fecha _____

Notaría No. _____ Entidad Federativa _____

Persona autorizada para oír y recibir notificaciones y documentos en términos del artículo 42 de la Ley de Procedimiento Administrativo.

Este Aviso de Declaración de Apertura se recibe y se registra conforme al Acuerdo por el que se Establecen Acciones de Simplificación Administrativa para la Apertura de Establecimientos Mercantiles en el Distrito Federal.

Se apercibe al interesado que, en caso de que haya manifestado datos falsos, se hará acreedor a las sanciones aplicables de conformidad a lo establecido en la Ley para el Funcionamiento de Establecimientos Mercantiles del Distrito Federal, sin perjuicio de las demás sanciones administrativas o penales que le resulten aplicables.

Los documentos oficiales necesarios para el legal funcionamiento de su establecimiento mercantil, conforme a la normatividad aplicable vigente, deberán estar a la vista.

FUNDAMENTO JURÍDICO

- Estatuto de Gobierno del Distrito Federal.- Artículo 67 fracción II.
- Ley Orgánica de la Administración Pública del Distrito Federal.- Artículos 25 fracciones III, XV y XVII, 39 fracciones VIII y XII.
- Ley para el Funcionamiento de Establecimientos Mercantiles del Distrito Federal.- Artículos 1, 2, 3, 5 fracción II; 6 fracción II, 38, 43, 44, 45 segundo párrafo, 49 y 54.
- Ley de Procedimiento Administrativo del Distrito Federal.- Artículos 32, 35, 37, 39 fracción VI, 40, 42, 44, 49, 54, 71, 72, 73, 74 y 80.
- Ley de Fomento para el Desarrollo Económico del Distrito Federal.- Artículos 26 y 27 fracciones I, III y V.
- Reglamento Interior de la Administración Pública del Distrito Federal.- Artículo 124 fracción III.
- Acuerdo por el que se Establecen Acciones de Simplificación Administrativa para la Apertura de Establecimientos Mercantiles en el Distrito Federal.
- Acuerdo por el que se modifican y precisan las atribuciones de las Ventanillas Únicas Delegacionales.

REQUISITOS

- 1.- Formato debidamente llenado.

VIGENCIA

Indefinida.

Interesado	Representante legal (en su caso)
_____	_____
Firma	Firma

	Recibió
Nombre	_____
Cargo	_____
Fecha	_____
Firma	_____

Sello de recepción

SIN TEXTO

**C. LIC. FAUSTO VALLEJO FIGUEROA
PRESIDENTE MUNICIPAL DE MORELIA
P R E S E N T E**

Folio: _____
Sección: _____



POR ESTE CONDUCTO SOLICITO SE ME AUTORIZA EL TRÁMITE DE:

1.- REVALIDACIÓN.		5.- APERTURA.	
2.- SUSPENSIÓN DE ACTIVIDADES.		6.- REACTIVACIÓN.	
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: _____

NOMBRE DEL PROPIETARIO: _____

DOMICILIO DEL ESTABLECIMIENTO: _____ 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: _____

GENERO 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 ESTABLECIMIENTO: FRENTE _____ MTS, FONDO _____ MTS, TOTAL _____ MTS²
SUGERENCIA DE HORARIO PARA VISITAS DE INSPECCION: DE LAS _____ A LAS _____

LLENAR SOLO EN CASO DE QUE SOLICITE ALGUN CAMBIO

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

ASI 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 VERÍDICOS. 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 INFORMACIÓN.

MORELIA, MICHOACÁN, A _____ DE _____ DEL 20____.

N° DE EMPLEOS GENERADOS: _____

INVERSION ESTIMADA: \$ _____

NOMBRE Y FIRMA DEL CONTRIBUYENTE
Y/O REPRESENTANTE LEGAL.

NOTA: EXCLUSIVAMENTE PARA LOS GIROS DEL GENERO "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 DENOMINARA "DECLARACIÓN DE APERTURA".

IMPORTANTE, VER REQUISITOS AL REVERSO

ESTA SOLICITUD ES TOTALMENTE GRATUITA SE PROHÍBE SU REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL CON FINES DE LUCRO

**REQUISITOS PARA TRAMITAR LA LICENCIA MUNICIPAL DE FUNCIONAMIENTO DEL AÑO 20___,
PARA ESTABLECIMIENTOS MERCANTILES, INDUSTRIALES Y DE SERVICIO.**

REQUISITOS PARA EL TRAMITE 1 "REVALIDACIÓN"
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 *

REQUISITOS PARA EL TRAMITE 2 "SUSPENSIÓN DE ACTIVIDADES"
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

REQUISITOS PARA EL TRAMITE 3 "TRASPASO"
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")

REQUISITOS PARA EL TRAMITE 4 "CLAUSURA O CONCLUSIÓN DE ACTIVIDADES"
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

REQUISITOS PARA LOS TRAMITES 5, 6 Y 7 "APERTURA", "REACTIVACIÓN" O "CAMBIO DE DOMICILIO"	
1.- DICTAMEN DE USO DE SUELO 2.- SOLICITUD Y CUATRO COPIAS 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	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 *

REQUISITOS PARA EL TRAMITE 8 "CAMBIO DE GIRO"	
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

* 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 .

PARA REALIZAR LOS TRAMITES 5, 6 Y 7, PRIMERO SE DEBERÁ SOLICITAR EL TRAMITE A "DICTAMEN DE USO DE SUELO"

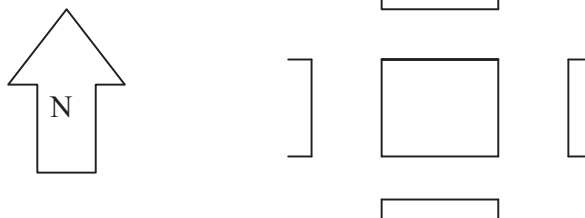
REQUISITOS PARA EL TRAMITE A "PERMISO DE DESCARGA DE AGUAS RESIDUALES"
1.- COPIA DE SOLICITUD. 2.- COPIA DEL ULTIMO RECIBO DE PAGO DEL OOPAS 3.- ESTUDIO DE LABORATORIO DE ANÁLISIS DE AGUAS RESIDUALES (PARA ESTABLECIMIENTOS QUE LO REQUIERAN)

REQUISITOS PARA EL TRAMITE B "DICTAMEN DE PROTECCIÓN AL MEDIO AMBIENTE"
1.- COPIA DE LA SOLICITUD 2.- REGISTRO DE SEMARNAT (PARA ESTABLECIMIENTOS QUE LO REQUIERAN)

REQUISITOS PARA EL TRAMITE C "VISTO BUENO DE PROTECCIÓN CIVIL"
1.- COPIA DE LA SOLICITUD NOTA: LA DIRECCIÓN DE PROTECCIÓN CIVIL LE REQUERIRÁ: - 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 ENERGÍA (PARA ESTABLECIMIENTOS CON TANQUE ESTACIONARIO DE GAS) O CARTA RESPONSIVA - Y OTROS DE ACUERDO AL TIPO DE GIRO

REQUISITOS PARA EL TRAMITE D "DICTAMEN DE USO DE SUELO"
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 ESTABLECIMIENTO. 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 IDENTIFICACIÓN

CROQUIS DE LOCALIZACIÓN





SECRETARIA DE SALUD
SUBSECRETARIA DE REGULACION Y FOMENTO SANITARIO
DIRECCION GENERAL DE SALUD AMBIENTAL

ANTES DE LLENAR ESTE FORMATO, LEA CUIDADOSAMENTE EL INSTRUCTIVO ADJUNTO

SSA-05-003 SOLICITUD DE LICENCIA SANITARIA

LLENESE CON LETRA DE MOLDE LEGIBLE O A MAQUINA

1.- DATOS DEL PROPIETARIO O RAZON SOCIAL

NOMBRE (APELLIDO PATERNO, MATERNO Y NOMBRE)		RFC	
NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL			
DOMICILIO (CALLE, NUMERO EXTERIOR, NUMERO INTERIOR O LETRA)		COLONIA	
ENTIDAD FEDERATIVA	DELEGACION O MUNICIPIO	LOCALIDAD	
CODIGO POSTAL	TELEFONO	FAX	

PARA USO EXCLUSIVO DE LA SSA		
TIPO DE MOVIMIENTO A <input type="checkbox"/> R <input type="checkbox"/>	No. DE ENTRADA	
No. ANTERIOR		
ESTABLECIMIENTO M <input type="checkbox"/> C <input type="checkbox"/>	TRAMITE N <input type="checkbox"/> E <input type="checkbox"/>	VENCIMIENTO (MES Y AÑO)
PRESENTARSE A CONOCER EL RESULTADO DE SU TRAMITE EL DIA		
D	D	M M A

2.- DATOS DEL ESTABLECIMIENTO

NOMBRE O RAZON SOCIAL DEL ESTABLECIMIENTO		RFC	
DOMICILIO (CALLE Y NUMERO)		COLONIA	
ENTIDAD FEDERATIVA	CLAVE	DELEGACION O MUNICIPIO	CLAVE
CODIGO POSTAL	TELEFONO	FAX	FECHA DE INICIO DE OPERACIONES
			D D M M A A

3.- NUMERO DE LA CLASE DE LA CLASIFICACION MEXICANA DE ACTIVIDADES Y PRODUCTOS

--	--	--	--	--	--

4.- ACTIVIDADES DEL ESTABLECIMIENTO

FIRMA DEL PROPIETARIO O REPRESENTANTE LEGAL	LUGAR Y FECHA DONDE SE EFECTUA EL TRAMITE
---------------------------------------------	-------------------------------------------



EL FORMATO SE PRESENTA EN ORIGINAL, EN CASO QUE EL INTERESADO REQUIERA COPIA, DEBERA ANEXARLA PARA EL ACUSE CORRESPONDIENTE

SSA-05-003

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: 54-80-20-00 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 AL TELEFONO 5-5-53-70-90 DE LA SUBSECRETARIA DE REGULACION Y FOMENTO SANITARIO, EN LA CIUDAD DE MEXICO, DISTRITO FEDERAL.

6.- DOCUMENTOS ANEXOS

Los documentos no deberán presentar alteraciones, raspaduras o enmendaduras

6.1 MODALIDAD: SSA-05-003-A. Para servicios urbanos de fumigación, desinfección y control de plagas.

- 6.1.1 Examen de colinesterasa en sangre del personal aplicador (original).
- 6.1.2 Croquis del local, en donde se especifiquen las áreas con que cuenta para desarrollar las actividades propias del giro solicitado (original).
- 6.1.3 Manual de seguridad sobre procedimientos de aplicación (original).
- 6.1.4 Relación de plaguicidas que se pretenden utilizar detallando :
 - 6.1.4.1 Nombre comercial.
 - 6.1.4.2 Número de registro vigente ante la Comisión Intersecretarial para el Control del Proceso y Uso de Plaguicidas, Fertilizantes y Sustancias Tóxicas que se utilizan.
- 6.1.5 Inventario del equipo de aplicación que se utilizará en los servicios que realiza la empresa.
- 6.1.6 Relación de plagas que se pretenden controlar.
- 6.1.7 Escrito con firma autógrafa del propietario del establecimiento y el responsable técnico designado, donde se indique:
 - 6.1.7.1 Datos generales del propietario del establecimiento.
 - 6.1.7.2 Datos generales del responsable técnico.
- 6.1.8 El responsable técnico deberá presentar un examen teórico que contempla los siguientes temas :
 - 6.1.8.1 Conceptos de control de plagas.
 - 6.1.8.2 Organismos plagas más comunes.
 - 6.1.8.3 Generalidades sobre plaguicidas.
 - 6.1.8.4 Seguridad en el manejo de plaguicidas.
 - 6.1.8.5 Toxicología de plaguicidas.
 - 6.1.8.6 Equipos y técnicas de aplicación.
 - 6.1.8.7 Legislación sanitaria sobre plaguicidas.

6.2 MODALIDAD : SSA-05-003-B. Para establecimientos que fabrican sustancias tóxicas o peligrosas para la salud.

- 6.2.1 Plano general del establecimiento donde se indiquen las diferentes áreas, así como el croquis de localización de éstas.
- 6.2.2 Programa de capacitación y difusión a los trabajadores.
- 6.2.3 Hoja de datos de seguridad de las sustancias tóxicas o peligrosas que se manejan en el establecimiento.
- 6.2.4 Programa de vigilancia a la salud de los trabajadores que manejan sustancias tóxicas o peligrosas.
- 6.2.5 Lista de las medidas de seguridad que se aplican en el establecimiento.
- 6.2.6 Lista del equipo para el control de contaminantes.
- 6.2.7 Lista del equipo contra incendios.
- 6.2.8 Lista de las construcciones especiales (sistemas de aspersión, detectores de humos, alarmas de detección de fugas, sistemas de captación de humos y vapores).
- 6.2.9 Cédula de información técnica de establecimientos.

6.3 MODALIDAD : SSA-05-003-C. Para establecimientos que fabrican, formulan, mezclan o envasan plaguicidas y nutrientes vegetales.

- 6.3.1 Plano general del establecimiento donde se indiquen las diferentes áreas de la planta, así como el croquis de localización de éstas.
- 6.3.2 Hoja de datos de seguridad de las sustancias tóxicas o peligrosas que se manejan en el establecimiento, así como su registro único de plaguicidas cuando proceda.
- 6.3.3 Programa de vigilancia a la salud de los trabajadores que manejan los productos y sustancias a que se refiere este título.
- 6.3.4 Programa de capacitación y difusión a los trabajadores.
- 6.3.5 Lista de las medidas de seguridad que se aplican en el establecimiento.
- 6.3.6 Lista del equipo para el control de contaminantes.
- 6.3.7 Lista del equipo contra incendios.
- 6.3.8 Lista de las construcciones especiales (sistemas de aspersión, detectores de humos, alarmas de detección de fugas, sistemas de captación de humos y vapores).
- 6.3.9 Cédula de información técnica de establecimientos.

6.4 MODALIDAD : SSA-05-003-D Para establecimientos de diagnóstico médico con rayos X (NOM-146-SSA1-1996)

- 6.4.1 Fotocopia simple del Acta Constitutiva del establecimiento o del alta ante la SHCP.
- 6.4.2 Fotocopia simple del poder notarial del representante legal, en su caso.
- 6.4.3 Memoria analítica de los blindajes y levantamiento de los niveles de radiación después de la instalación del equipo, avalada por un Asesor especializado en seguridad radiológica.
- 6.4.4 Planos o diagramas de la instalación incluyendo sus colindancias con dimensiones correspondientes a escala entre 1:100 y 1:200 y planos o diagramas de ubicación de los equipos de rayos x, procesadores de imagen y accesorios, con dimensiones correspondientes a escala entre 1:25 y 1:100 de acuerdo con lo establecido en la NOM-156-SSA1-1996 (original).
- 6.4.5 Fotocopia simple del Permiso del responsable de la operación y funcionamiento otorgado por la Secretaría de Salud, o en su caso, solicitud con requisitos y documentación completa.
- 6.4.6 Cédula de información técnica.

INSTRUCTIVO DE LLENADO

SSA-05-003 SOLICITUD DE LICENCIA SANITARIA

Este formato se utiliza para los siguientes trámites:

- | | | |
|-------------|---------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|
| MODALIDAD : | SSA-05-003-A. | Para servicios urbanos de fumigación, desinfección y control de plagas. |
| MODALIDAD : | SSA-05-003-B. | Para establecimientos que fabrican sustancias tóxicas o peligrosas para la salud. |
| MODALIDAD : | SSA-05-003-C. | Para establecimientos que fabrican, formulan, mezclan o envasan plaguicidas y nutrientes vegetales. |
| MODALIDAD : | SSA-05-003-D. | Para establecimientos de diagnóstico médico con rayos X. |

1.- DATOS DEL PROPIETARIO O RAZON SOCIAL

Indicar el nombre del propietario o razón social de la empresa de acuerdo a su registro ante la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

Indicar el Registro Federal de Contribuyentes del establecimiento (RFC) tal y como aparece en su Cédula Fiscal.

2.- DATOS DEL ESTABLECIMIENTO

Indicar nombre del propietario o razón social del establecimiento donde se procesan, almacenan, distribuyen o comercializan los productos o se proporcionan servicios de diagnóstico médico con rayos X.

Indicar el Registro Federal de Contribuyentes del establecimiento (RFC) tal y como aparece en su Cédula Fiscal.

Domicilio: Indicar la ubicación del establecimiento donde se realiza el proceso Calle, número y letra exterior e interior, delegación política o municipio correspondiente, colonia, código postal, localidad, entidad federativa, teléfono, en caso de ser foráneo indicar la Clave Lada (opcional).

Fecha de inicio de operaciones: Indicar día, mes y año.

3.- NUMERO DE LA CLASE DE LA CLASIFICACION MEXICANA DE ACTIVIDADES Y PRODUCTOS (CMAP)

Anotar la Clase CMAP que corresponda, especificado en el Acuerdo Secretarial número 141, por el que se determinan los establecimientos sujetos a Aviso de Funcionamiento, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 29 de julio de 1997.

4.- ACTIVIDADES DEL ESTABLECIMIENTO

Indicar la(s) actividad(es) específica(s) (Giro Comercial) de acuerdo a las líneas de producción o de servicios del establecimiento que corresponda(n).

Para la Modalidad: SSA-05-003-D, además, indicar la aplicación que solicita:

- 1.-Radiografía convencional
- 2.-Fluoroscopia
- 3.-Mamografía
- 4.-Panorámica dental
- 5.-Tomografía

En el recuadro inferior la firma autógrafa del propietario o representante legal.

CONSIDERACIONES GENERALES

ESTE FORMATO ES DE LIBRE REPRODUCCION, EN HOJA BLANCA TAMAÑO CARTA Y EN PAPEL BOND.

ULTIMA FECHA DE AUTORIZACION DEL FORMATO POR PARTE DE LA SUBSECRETARIA DE REGULACION Y FOMENTO SANITARIO: 08-IV-1999

ULTIMA FECHA DE AUTORIZACION DEL FORMATO POR PARTE DE LA UNIDAD DE DESREGULACION ECONOMICA : 08-IV-1999

SI EL TRAMITE SE ENVIA POR CORREO CERTIFICADO O MENSAJERIA, DEBERA HACERLO CON PORTE PAGADO PARA EL ENVIO DE LA RESOLUCION CORRESPONDIENTE.

LOS CUADROS SOMBREADOS SERAN LLENADOS POR LA SSA.

CUANDO EL SOLICITANTE DEBA ACREDITAR SU PERSONALIDAD, SOLAMENTE DEBE MOSTRAR LOS DOCUMENTOS QUE LO IDENTIFIQUEN (PODER NOTARIAL E IDENTIFICACION OFICIAL VIGENTE).

1. ACUSE DE RECIBO POR CERTIFICACIÓN O RELOJ FRANQUEADOR
(PARA USO EXCLUSIVO DE LA AUTORIDAD)



Servicio de Administración Tributaria
SECRETARÍA DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO

R-1
R1P1A03

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

3.1 CUANDO SE TRATE DE SOLICITUD COMPLEMENTARIA, INDICAR EL NÚMERO DE FOLIO ASIGNADO POR LA AUTORIDAD A LA SOLICITUD ANTERIOR:

4 DATOS DEL CONTRIBUYENTE QUE SE INSCRIBE

4.1 SÓLO TRATÁNDOSE DE PERSONAS FÍSICAS (Ver instrucciones)

APELLIDO PATERNO

APELLIDO 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 RESIDAN

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 FIDUCIARIA

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/O LETRA EXTERIOR NÚMERO Y/O LETRA INTERIOR ENTRE LAS CALLES DE Y DE

COLONIA

LOCALIDAD

MUNICIPIO O DELEGACIÓN

CÓDIGO POSTAL TELÉFONO

ENTIDAD FEDERATIVA

CORREO ELECTRÓNICO

5 DECLARO BAJO PROTESTA DE DECIR VERDAD QUE LOS DATOS CONTENIDOS EN ESTA SOLICITUD SON CIERTOS

FIRMA O HUELLA DIGITAL DEL CONTRIBUYENTE, DEL ASOCIANTE, O BIEN DEL REPRESENTANTE LEGAL, QUIEN MANIFIESTA BAJO PROTESTA DE DECIR VERDAD, QUE A ESTA FECHA EL MANDATO CON EL QUE SE OSTENTA NO LE HA SIDO MODIFICADO O REVOCADO

SE PRESENTA POR DUPLICADO

INSTRUCCIONES**DOCUMENTOS QUE SE DEBEN ACOMPAÑAR A ESTA SOLICITUD****PERSONAS FÍSICAS:**

- Solicitud de Cédula de Identificación Fiscal con Clave Única de Registro de Población (duplicado) y documento que en la misma se señala (solo en caso de personas físicas de nacionalidad mexicana por nacimiento, extranjeras residentes en el país o de nacionalidad mexicana por naturalización).
- Acta de nacimiento en copia certificada o en copia fotostática certificada por funcionario público competente o fedatario público.
- Tratándose de extranjeros con residencia en el país, el documento migratorio vigente que corresponda emitido por autoridad competente. Asimismo deberán proporcionar en su caso, copia fotostática debidamente certificada, legalizada o apostillada por autoridad competente, del documento con que acrediten su número de identificación fiscal del país en que residan cuando tengan obligación de contar con éste en dicho país.
- Tratándose de mexicanos por naturalización, carta de naturalización expedida por autoridad competente debidamente certificada o legalizada, según corresponda.

PERSONAS FÍSICAS RESIDENTES EN EL EXTRANJERO:

- Original y fotocopia del documento migratorio vigente que corresponda, emitido por la autoridad competente. El original le será devuelto previo cotejo con la copia.
- En su caso, fotocopia del documento con el que acrediten su número de identificación fiscal asignado en el país en el que residan, debidamente certificado, legalizado o apostillado según corresponda, por autoridad competente, cuando tengan obligación de contar con éste en dicho país.

PERSONAS MORALES:

- **Sociedades Mercantiles:**
- Copia certificada del documento constitutivo.
- **Personas Distintas a Sociedades Mercantiles:**
- Documento constitutivo en copia certificada o, en su caso, fotocopia de la publicación en el Órgano Oficial.
- **Asociaciones en Participación:**
- Original y fotocopia del contrato de Asociación en Participación con firma autógrafa del asociante y asociados o sus representantes legales. El original le será devuelto previo cotejo con la copia.

FIDEICOMISOS :

- Original y fotocopia del contrato de Fideicomiso con firma autógrafa del fideicomitente, fideicomisario o sus representantes legales, así como del representante legal de la institución fiduciaria. El original le será devuelto previo cotejo con la copia.

PERSONAS MORALES RESIDENTES EN EL EXTRANJERO:

- Acta o documento constitutivo (estatutos sociales, certificado de inscripción u otro que aplique de acuerdo con la legislación en el país de residencia) debidamente apostillado o certificado, según proceda. Cuando el acta o documento constitutivo conste en idioma distinto al español deberá presentar una traducción autorizada. En su caso, fotocopia del documento con el que acrediten su número de identificación fiscal asignado en el país en el que residan, debidamente certificado, legalizado o apostillado según corresponda, por autoridad competente, cuando tengan obligación de contar con éste en dicho país.

DOMICILIO:

- Los sujetos antes señalados, también deberán presentar original y fotocopia del comprobante del domicilio fiscal manifestado en el apartado 4.4, que cuente con los datos solicitados en dicho apartado: Estado de cuenta bancaria. Dicho documento no deberá tener una antigüedad mayor a dos meses.
- Recibos de pago: Último pago del impuesto predial; en el caso de pagos parciales el recibo no deberá tener una antigüedad mayor a 4 meses y tratándose de pago anual éste deberá corresponder al ejercicio en curso (este documento puede estar a nombre del contribuyente o de un tercero); último pago de los servicios de luz, teléfono o de agua, siempre y cuando dicho recibo no tenga una antigüedad mayor a 4 meses (este documento puede estar a nombre del contribuyente o de un tercero).
- Última liquidación del Instituto Mexicano del Seguro Social a nombre del contribuyente.
- Contratos de: Arrendamiento, acompañado del último recibo de pago de renta vigente que cumpla con los requisitos fiscales o bien, el contrato de subarriendo acompañado del contrato de arrendamiento correspondiente y último recibo de pago de renta vigente que cumpla con los requisitos fiscales (este documento puede estar a nombre del contribuyente o de un tercero); fideicomiso debidamente protocolizado; apertura de cuenta bancaria que no tenga una antigüedad mayor a 2 meses (este documento puede estar a nombre del contribuyente o de un tercero); servicio de luz, teléfono o agua que no tenga una antigüedad mayor a 2 meses (este documento puede estar a nombre del contribuyente o de un tercero).
- Carta de radicación o residencia expedida por los Gobiernos Estatal, Municipal o Distrito Federal, según corresponda.

IDENTIFICACIÓN:

- Además de lo anterior, la persona física o el representante legal de la persona de que se trate, deberá acompañar original y fotocopia de cualquiera de los siguientes documentos: credencial para votar del Instituto Federal Electoral, Pasaporte vigente, Cédula Profesional o, en su caso, Cartilla del Servicio Militar Nacional. El original le será devuelto previo cotejo con la copia. Tratándose de extranjeros, el documento migratorio vigente correspondiente emitido por autoridad competente.

ACREDITAMIENTO DE LA PERSONALIDAD DEL REPRESENTANTE LEGAL:

- Original y fotocopia del poder notarial o de la carta poder firmada ante dos testigos y ratificadas las firmas ante las autoridades fiscales, notario o fedatario público. El original le será devuelto previo cotejo con la copia.
- Tratándose de residentes en el extranjero con o sin establecimiento permanente en México, deberán acompañar fotocopia del documento notarial con el que haya sido designado el representante legal para efectos fiscales.
- Tratándose de los padres que ejerzan la patria potestad de menores de edad y actúen como representantes de los mismos, para acreditar la paternidad, presentarán copia certificada del acta de nacimiento del menor, expedida por el Registro Civil, así como alguno de los documentos de identificación requeridos en el punto anterior, del padre que funja como representante.

- Esta solicitud es únicamente de inscripción. En el caso de cambio de situación fiscal al RFC, deberá utilizar la Forma Fiscal R-2. Tratándose de solicitud de servicios, deberá presentarse la Forma Fiscal 5.
- Únicamente se harán anotaciones dentro de los campos para ello establecidos. En el caso de llenado a mano, se deberá utilizar letra de molde, empleando mayúsculas, a tinta negra o azul.
- Esta solicitud se deberá presentar ante los módulos de la Administración Local de Asistencia al Contribuyente que corresponda al domicilio fiscal del contribuyente.
- La solicitud de inscripción se tendrá por no presentada en el caso de que no esté debidamente llenada, o no se acompañe la documentación correspondiente.
- Los residentes en el extranjero sin establecimiento permanente en México, cuando no tengan representante legal en territorio nacional, presentarán esta solicitud junto con el anexo 9, excepto en los casos en que solo se inscriban como socios o accionistas, o bien como asociados de asociación en participación, ante el consulado mexicano más próximo al lugar de su residencia. En caso contrario, deberá presentarse de la misma forma ante la Administración Central de Recaudación de Grandes Contribuyentes.

RUBRO 2 CLAVE ÚNICA DE REGISTRO DE POBLACIÓN

- Las personas físicas que cuenten con la Clave Única de Registro de Población (CURP), la anotarán a 18 posiciones en este campo.

RUBRO 3

- Si la solicitud se presenta por primera vez (normal), se señalará con "N" el campo correspondiente.
- Cuando se presente la solicitud para completar o sustituir los datos de una solicitud anterior, se señalará con "C" el campo correspondiente, (COMPLEMENTARIA). En este caso, el contribuyente deberá proporcionar nuevamente la información solicitada en esta Forma Fiscal R-1, además de efectuar el cambio motivo de la presentación de la Solicitud de Inscripción Complementaria.
- En el caso de que se modifique la situación fiscal del contribuyente ya inscrito, en lugar de usar la Forma Fiscal R-1, se deberá presentar la Forma Fiscal R-2 "AVISOS AL REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES. CAMBIO DE SITUACIÓN FISCAL".
- **Apartado 3.1**
- Tratándose de COMPLEMENTARIA, se indicará el número de FOLIO asignado por la Autoridad en la solicitud anterior, ubicado en el cuadro correspondiente a la certificación o sello del reloj franqueador.

RUBRO 4 DATOS DEL CONTRIBUYENTE QUE SE INSCRIBE**Apartado 4.1 SOLO TRATÁNDOSE DE PERSONAS FÍSICAS**

- Las personas físicas deberán anotar su nombre completo como aparece en el acta de nacimiento expedida por el Registro Civil.
- Tratándose de personas físicas de nacionalidad extranjera residentes en México, así como de nacionalidad mexicana por naturalización, deberán anotar su nombre completo como aparece en el documento migratorio o en la carta de naturalización, según corresponda.
- Tratándose de personas físicas residentes en el extranjero con o sin establecimiento permanente en México, deberán anotar su nombre completo como aparece en el pasaporte vigente, anotando en "apellido paterno" el primero y en "apellido materno", los siguientes, en su caso.

Apartado 4.2 SOLO TRATÁNDOSE DE PERSONAS MORALES

- Las personas morales residentes en México, así como las personas morales residentes en el extranjero con o sin establecimiento permanente en México, anotarán la denominación o razón social como aparece en el documento que deben acompañar a esta solicitud, de acuerdo con el listado del cuadro que aparece al principio de esta página.
- Tratándose de contratos de asociación en participación, se anotarará el nombre, denominación o razón social del asociante, enseguida la leyenda: "Asociación en Participación, contrato número", utilizando una forma R-1 para cada contrato. El asociante asignará el número en forma progresiva, de acuerdo a la fecha de celebración de los contratos en los que participe.
- En el caso de fideicomisos, únicamente se deberá anotar el nombre del fideicomiso, utilizando una forma R-1 para cada fideicomiso.

Apartado 4.3 TRATÁNDOSE DE RESIDENTES EN EL EXTRANJERO SIN ESTABLECIMIENTO PERMANENTE EN MÉXICO

- Además de anotar en los apartados anteriores los datos de la persona física o moral que se inscribe, según se trate, anotarán en este apartado el número de identificación fiscal asignado en el país en el que residan, salvo que de conformidad con la legislación de éste, no estén obligados a contar con dicho número, asimismo, indicarán su país de residencia fiscal.

Apartado 4.4 DATOS POR FIDEICOMISO

- Deberá anotar la denominación o razón social de la fiduciaria, el RFC de la misma y el número de fideicomiso.

Apartado 4.5 DOMICILIO FISCAL DEL CONTRIBUYENTE QUE SE INSCRIBE**a) Personas físicas:**

- Actividades empresariales, el local en el que se encuentre el principal asiento de sus negocios.
- Servicios personales independientes, el local que utilicen como establecimiento permanente para el desempeño de sus actividades.
- En los demás casos, el lugar en el que tengan el asiento principal de sus actividades.

b) Personas morales:

- Tratándose de residentes en el país, el local en el que se encuentre la administración principal del negocio.
- Si se trata de establecimientos de personas morales residentes en el extranjero, se anotarará el domicilio del establecimiento en México. En el caso de varios establecimientos, el local en el que se encuentre la administración principal del negocio en el país o, en su defecto, el que designen.

6 DATOS DEL REPRESENTANTE LEGAL (Ver instrucciones)

REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES	<input type="text"/>	CLAVE ÚNICA DE REGISTRO DE POBLACIÓN	<input type="text"/>
APELLIDO PATERNO, MATERNO Y NOMBRE(S)			
<input type="text"/>			

7 DATOS GENERALES (Ver instrucciones)

7.1 FECHA DE NACIMIENTO DE LA PERSONA FÍSICA O FECHA DE FIRMA DE LA ESCRITURA CONSTITUTIVA O DOCUMENTO CONSTITUTIVO O DE LA CELEBRACIÓN DEL CONTRATO, DE ACUERDO CON EL DOCUMENTO QUE DEBE ACOMPAÑAR	AÑO	MES	DÍA	7.2 FECHA DE INICIO DE OPERACIONES	AÑO	MES	DÍA
	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>		<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

8 ACTIVIDAD PREPONDERANTE

8.1 INDIQUE LA ACTIVIDAD PREPONDERANTE A DESARROLLAR

8.2 INDIQUE EL NÚMERO DEL SECTOR AL QUE CORRESPONDE LA ACTIVIDAD PREPONDERANTE A DESARROLLAR: (Ver instrucciones)

MARQUE CON "X" SI: PRODUCE BIENES. VENDE BIENES. PRESTA SERVICIOS

8.3 REALIZARÁ ACTIVIDADES CON EL PÚBLICO EN GENERAL CONTARÁ CON MÁQUINA REGISTRADORA DE COMPROBACIÓN FISCAL

9 OTROS

9.1 MARQUE CON "X" SI SE REGISTRA EN EL RFC COMO:

<input type="checkbox"/> SOCIO O ACCIONISTA DE PERSONA MORAL (Ver instrucciones)	EN CASO DE ESTAR INSCRITA, INDIQUE EL RFC DE LA PERSONA MORAL (De ser necesario acompañar listado)	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/> ASOCIANTE DE ASOCIACIÓN EN PARTICIPACIÓN	INDIQUE EL RFC DE LA ASOCIACIÓN EN PARTICIPACIÓN (De ser necesario acompañar listado)	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/> ASOCIADO DE ASOCIACIÓN EN PARTICIPACIÓN	INDIQUE EL RFC DE LA ASOCIACIÓN EN PARTICIPACIÓN (De ser necesario acompañar listado)	<input type="text"/>

10 TRATÁNDOSE DE FUSIÓN Y ESCISIÓN DE SOCIEDADES

MARCAR CON "X" SI DERIVA DE:

FUSIÓN INDICAR RFC DE LAS SOCIEDADES FUSIONADAS (De ser necesario acompañar listado).

ESCISIÓN EN ESCISIÓN DE SOCIEDADES, SI SE TRATA DE SOCIEDAD ESCINDIDA DESIGNADA, INDICAR RFC DE LA SOCIEDAD ESCINDENTE:

11 APERTURA DE ESTABLECIMIENTO (Sólo si el domicilio es distinto al señalado en el rubro 4.4)

CALLE

NÚMERO Y/O LETRA EXTERIOR NÚMERO Y/O LETRA INTERIOR ENTRE LAS CALLES DE Y DE

COLONIA CÓDIGO POSTAL TELÉFONO

LOCALIDAD

MUNICIPIO O DELEGACIÓN

ENTIDAD FEDERATIVA CORREO ELECTRÓNICO

12 ANEXOS

MARQUE CON "X" LOS ANEXOS QUE ACOMPAÑA:

<input type="checkbox"/> ANEXO 1 Personas Morales del Régimen General y del Régimen de las Personas Morales con Fines No Lucrativos.	<input type="checkbox"/> ANEXO 4 Personas Físicas con Actividades Empresariales y Profesionales.	<input type="checkbox"/> ANEXO 7 Personas Físicas con Otros Ingresos.
<input type="checkbox"/> ANEXO 2 Personas Morales del Régimen Simplificado y sus Integrantes Personas Morales.	<input type="checkbox"/> ANEXO 5 Personas Físicas con Actividades Empresariales del Régimen Intermedio.	<input type="checkbox"/> ANEXO 8 Personas Morales y Físicas. IEPS, ISAN, ISTUV (Tenencia) y Derechos Sobre Concesión y/o Asignación Minera.
<input type="checkbox"/> ANEXO 3 Personas Físicas con Ingresos por Salarios, Arrendamiento, Enajenación y Adquisición de Bienes, Premios e Intereses.	<input type="checkbox"/> ANEXO 6 Personas Físicas con Actividades Empresariales del Régimen de Pequeños Contribuyentes.	<input type="checkbox"/> ANEXO 9 Residentes en el extranjero sin Establecimiento Permanente en México.

INSTRUCCIONES (Continuación)**RUBRO 6 DATOS DEL REPRESENTANTE LEGAL**

- Se anotarán los datos del Representante Legal cuando éste presente la solicitud en los siguientes casos:
- Tratándose de personas físicas, se proporcionarán los datos solicitados en este rubro sólo cuando tengan representante legal y éste actúe por cuenta del contribuyente.
- Tratándose de personas morales, se anotarán los datos de su representante legal. En el caso de contratos de Asociación en Participación, si el asociante es persona física se anotarán los datos de ésta.
- Si el asociante es persona moral, se deberán anotar los datos del representante legal de dicha persona moral.
- Los residentes en el extranjero con o sin establecimiento permanente en México, anotarán los datos de su representante legal residente en México, que para efectos fiscales designaron.
- Los sujetos antes mencionados se identificarán y, en su caso, acreditarán su personalidad con los documentos que acompañen a esta solicitud, de acuerdo con el listado del cuadro que aparece al principio de esta página.
- La solicitud deberá ser firmada por el contribuyente o, en su caso, por su representante legal. En el caso de que no sepan o no puedan firmar, imprimirán su huella digital.

RUBRO 7 DATOS GENERALES**Apartado 7.1 FECHA DE NACIMIENTO DE LA PERSONA FÍSICA O FECHA DE FIRMA DE LA ESCRITURA CONSTITUTIVA O DOCUMENTO CONSTITUTIVO O DE LA CELEBRACIÓN DEL CONTRATO, DE ACUERDO CON EL DOCUMENTO QUE DEBE ACOMPAÑAR.**

- Las personas físicas residentes en México y las residentes en el extranjero con o sin establecimiento permanente en México, anotarán la fecha de nacimiento que conste en el documento que deben acompañar a esta solicitud, de acuerdo con el listado del cuadro que aparece al principio de esta página.
- Las personas morales residentes en México y las residentes en el extranjero con o sin establecimiento permanente en México, anotarán la fecha en la que se firmó el documento que deben acompañar a esta solicitud de acuerdo con el listado del cuadro que aparece al principio de esta página.
- En ambos casos, utilizarán cuatro números arábigos para el año, dos para el mes y dos para el día.

Ejemplo:

Fecha de nacimiento: 1° de junio de 1972

AÑO	MES	DÍA
1972	06	01

 Fecha de firma del documento: 23 de mayo de 2002

AÑO	MES	DÍA
2002	05	23

RUBRO 8 ACTIVIDAD PREPONDERANTE**Apartado 8.2**

- De acuerdo con la actividad preponderante a desarrollar, señalada en el apartado 8.1, se deberá anotar el número del sector al que corresponda dicha actividad, conforme al siguiente listado:

1 Agricultura, ganadería, silvicultura, pesca.	4 Electricidad y distribución de gas natural.	7 Transporte, comisionistas y agencias de viajes.
2 Minería y extracción del petróleo.	5 Construcción y servicios relacionados con la misma.	8 Servicios financieros, inmobiliarias y alquiler de bienes muebles.
3 Industria manufacturera.	6 Comercio, restaurantes y hoteles.	9 Servicios comunales, sociales y personales.

Apartado 8.3

- Los contribuyentes personas físicas del régimen intermedio de las actividades empresariales, cuyos ingresos en el ejercicio rebasen de 1,750,000 pesos, estarán obligados a tener máquinas registradoras, equipos o sistemas electrónicos de comprobación fiscal.

RUBRO 9 OTROS

- Si además de las obligaciones fiscales señaladas en el (los) anexo(s) que en su caso acompañe a esta Forma Fiscal, manifiesta al RFC que se inscribe como socio o accionista, asociante o asociado de una Asociación en Participación, deberá marcar el(los) campo(s) respectivo(s) según corresponda, debiendo anotar también la(s) clave(s) de registro(s) solicitada(s). En el caso de ser socio o accionista, asociante o asociado, de más de una persona moral, deberá acompañar además del (los) anexo(s) y documento(s) respectivo(s), un escrito libre con el listado que contenga las claves del RFC de cada una de estas personas morales.

RUBRO 10 TRATÁNDOSE DE FUSIÓN Y ESCISIÓN DE SOCIEDADES

- En el caso de fusión de sociedades, la sociedad que se inscribe deberá indicar el RFC de las sociedades que desaparecen con motivo de la fusión. Si las sociedades que desaparecen son más de 3, deberá acompañar además del(de los) anexo(s) y documento(s) respectivo(s), un escrito libre con el listado que contenga las claves del RFC de cada una de las sociedades que desaparecen.
- Si se trata de la inscripción de la sociedad escindida designada, para cumplir con las obligaciones de la escidente deberá indicar el RFC de la sociedad que desaparece con motivo de la escisión.

RUBRO 12 ANEXOS

- Deberá acompañar a esta solicitud el (los) anexo(s) que corresponda(n) de acuerdo con el régimen fiscal en el que tributará, debidamente llenado(s), y marcará con "X" en este rubro el (los) campo(s) correspondiente(s) al (los) anexo(s) que acompañe.

* Para cualquier aclaración en el llenado de esta solicitud, puede obtener información de Internet en las siguientes direcciones: www.shcp.gob.mx www.sat.gob.mx asisnet@shcp.gob.mx asisnet@sat.gob.mx o comunicarse en el Distrito Federal al 5227-0297, en la zona metropolitana de Monterrey al (81) 8329-6660, en la zona metropolitana de Guadalajara al (33) 3678-7140, en Puebla (audiorespuesta) al (222) 246-45-14, en el resto del país 01-800-90-450-00 sin costo; o bien, acudir a las Administraciones Locales de Asistencia al Contribuyente. Quejas al teléfono 01-800-728-2000.

NO. RUPA

ANTES DE LLENAR ESTE FORMATO LEA CUIDADOSAMENTE EL INSTRUCTIVO, LA GUÍA Y EL LISTADO DE DOCUMENTOS ANEXOS.
LLENAR CON LETRA DE MOLDE LEGIBLE O A MÁQUINA O COMPUTADORA

1 SELECCIONE EL TIPO DE TRÁMITE Y LA MODALIDAD:

AVISO DE FUNCIONAMIENTO
 AVISO DE RESPONSABLE SANITARIO
 AVISO DE MODIFICACIÓN O BAJA DEL ESTABLECIMIENTO
 AVISO DE MODIFICACIÓN O BAJA DE RESPONSABLE SANITARIO

AVISO DE FUNCIONAMIENTO DE ESTABLECIMIENTOS DE PRODUCTOS Y SERVICIOS

AVISO DE FUNCIONAMIENTO Y DE RESPONSABLE SANITARIO DEL ESTABLECIMIENTO DE INSUMOS PARA LA SALUD

FARMACIA, BOTICA O DROGUERÍA (SIN VENTA DE MEDICAMENTOS CONTROLADOS NI PRODUCTOS BIOLÓGICOS)
 FÁBRICA DE DISPOSITIVOS MÉDICOS
 ALMACÉN DE DISPOSITIVOS MÉDICOS
 ALMACÉN DE MEDICAMENTOS NO CONTROLADOS O DE REMEDIOS HERBOLARIOS
 FÁBRICA DE REMEDIOS HERBOLARIOS

AVISO DE FUNCIONAMIENTO Y DE RESPONSABLE SANITARIO DEL ESTABLECIMIENTO DE SERVICIOS DE SALUD

ESTABLECIMIENTO DE ATENCIÓN MÉDICA QUE NO REALIZA ACTOS QUIRÚRGICOS U OBSTÉTRICOS
 CONSULTORIO
 COMERCIO AL POR MENOR DE ANTEOJOS Y ACCESORIOS
 CLÍNICA DENTAL
 LABORATORIO DE ANÁLISIS CLÍNICOS
 AMBULANCIA (SI MARCA ESTA OPCIÓN FAVOR DE REQUISITAR EL RECUADRO No. 4)
 SERVICIOS DE ASISTENCIA SOCIAL

AVISO DE FUNCIONAMIENTO Y DE RESPONSABLE SANITARIO DEL ESTABLECIMIENTO DE SALUD AMBIENTAL

ESTABLECIMIENTO QUE ALMACENA O COMERCIALIZA AL POR MAYOR DE PLAGUICIDAS
 PRODUCTOS CON LÍMITE DE METALES PESADOS
 ESTABLECIMIENTO QUE ALMACENA O COMERCIALIZA AL POR MAYOR SUSTANCIAS TÓXICAS DE USO INDUSTRIAL
 ESTABLECIMIENTO QUE ALMACENA O COMERCIALIZA AL POR MAYOR NUTRIENTES VEGETALES

CLAVE (S.C.I.A.N.)	DESCRIPCIÓN DEL S.C.I.A.N.

2 DATOS DEL PROPIETARIO:

NOMBRE DEL PROPIETARIO (PERSONA FÍSICA) O RAZÓN SOCIAL (PERSONA MORAL) _____ R.F.C. _____

C.U.R.P. _____ (DATO OPCIONAL)

CALLE, NÚMERO EXTERIOR Y NÚMERO O LETRA INTERIOR _____ COLONIA _____ DELEGACIÓN O MUNICIPIO _____

LOCALIDAD _____ CÓDIGO POSTAL _____ ENTIDAD FEDERATIVA _____

ENTRE CALLE _____ Y CALLE _____ TELÉFONO _____ FAX _____

3 DATOS DEL ESTABLECIMIENTO:

RAZÓN SOCIAL O DENOMINACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO _____ R.F.C. _____

CALLE, NÚMERO EXTERIOR Y NÚMERO O LETRA INTERIOR _____ COLONIA _____ DELEGACIÓN O MUNICIPIO _____

LOCALIDAD _____ CÓDIGO POSTAL _____ ENTIDAD FEDERATIVA _____

ENTRE CALLE _____ Y CALLE _____ TELÉFONO _____ FAX _____

HORARIO:	D	L	M	M	J	V	S	DE	A	FECHA DE INICIO DE ACTIVIDADES	DÍA	MES	AÑO
	D	L	M	M	J	V	S	DE					

REPRESENTANTE LEGAL NOMBRE _____ C.U.R.P. _____ (DATO OPCIONAL) CORREO ELECTRÓNICO _____
 PERSONA AUTORIZADA NOMBRE _____ C.U.R.P. _____ (DATO OPCIONAL) CORREO ELECTRÓNICO _____

IMPORTANTE: UTILICE UN FORMATO PARA CADA TRÁMITE Y PRESENTELO EN ORIGINAL Y COPIA SIMPLE

Utilice una cédula para cada establecimiento. Llene el formato con letra de molde.

1. DATOS GENERALES

1.1. EMPRESA Unica Matriz Sucursal Registro patronal IMSS

R.F.C. (Escriba su RFC y homoclave igual que en su registro de alta en SHCP, si es preciso CONSULTELO)

1.1.2. NOMBRE DE LA EMPRESA (Escriba el nombre de la empresa tal y como se dio de alta en la SHCP, sin abreviar, sin guiones y sin comillas)

1.1.3. CLAVE DE LA FIGURA LEGAL (Anote el código que corresponde al tipo de figura legal, conforme la relación que aparece en el reverso de esta hoja)

1.2. UBICACIÓN (Anote el código que corresponde al tipo de ubicación de la empresa, conforme la relación que aparece en el reverso de esta hoja)

Domicilio Número exterior Número Interior
Escriba **únicamente** el nombre de la calle, avenida. Por Ejemplo: Insurgentes, Reforma. Por ejemplo: 4525 Bis Por ejemplo: Piso 2 local 3
En caso de domicilio conocido poner la referencia más cercana

Calles colindantes y

Colonia o localidad Código Postal
Anote solamente el nombre de la colonia, barrio, fraccionamiento, etc.

Entidad Federativa Delegación o Municipio

Correo electrónico Clave Larga Distancia Teléfono

2. CONTACTO DE NEGOCIOS

Nombre Puesto

Clave Larga Distancia Teléfono Fax Correo electrónico

3. PERFIL GENERAL DE LA EMPRESA

3.1. SECTOR ECONOMICO Agricultura, ganadería, aprovechamiento forestal, pesca y caza

3.2. GIRO O ACTIVIDAD ECONOMICA PRINCIPAL DE LA EMPRESA Señale con una cruz las actividades principales que realice su empresa
1 Producción 2 Procesamiento 3 Transformación 4 Comercialización 5 Servicios

3.3 FECHA DE INICIO DE OPERACIONES DE LA EMPRESA (día / mes / año) / /

3.4. NUMERO DE PERSONAS QUE LABORAN EN LA EMPRESA
Fijos Temporales Total

4. OFERTA / DEMANDA

4.1 PRINCIPALES PRODUCTOS O SERVICIOS QUE OFRECE	DESTINO				TEMPORADA		VOLUMEN	UNIDAD DE MEDIDA
Descripción	<input type="checkbox"/> Local	<input type="checkbox"/> Regional	<input type="checkbox"/> Nal	<input type="checkbox"/> Exp	inicio	fin		
<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

4.2 PRINCIPALES INSUMOS O SERVICIOS QUE DEMANDA	ORIGEN				TEMPORADA		VOLUMEN	UNIDAD DE MEDIDA
Descripción	<input type="checkbox"/> Local	<input type="checkbox"/> Regional	<input type="checkbox"/> Nal	<input type="checkbox"/> Exp	inicio	fin		
<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

5. EMPRESA RURAL

5.1. ORGANIZACIÓN

5.1.1. SOCIOS MORALES Sí No TOTAL

5.1.2. TOTAL DE SOCIOS FÍSICOS
Num.de Mujeres Num.de Indígenas Mujeres
Num. de Hombres Num.de Indígenas Hombres
TOTAL TOTAL

5.1.3. LOS REPRESENTANTES DE LA EMPRESA PARTICIPAN EN: (Anote el código que corresponde al tipo de organismo al que pertenece, conforme la relación que aparece en el reverso de esta hoja)

5.1.4 TIPO DE TENENCIA DE LOS SOCIOS (Anote el código que corresponde al tipo de tenencia predominante entre los socios, conforme la relación que aparece en el reverso de esta hoja)

5.2. INTEGRACIÓN ORGANIZATIVA

5.2.1. LA EMPRESA FORMA PARTE DE UNA ORGANIZACIÓN DE 2° ó 3er NIVEL No Sí Cuál (Anote el código que corresponde al tipo de organización de 2° o 3er nivel, conforme la relación que aparece en el reverso de esta hoja)

5.2.2. PARTICIPA LA EMPRESA EN ALGÚN ESQUEMA DE ASOCIACIÓN No Sí Cuál (Anote el código que corresponde al tipo de esquema de Asociación, conforme la relación que aparece en el reverso de esta hoja)

Para mayor exactitud, escriba los caracteres alfabéticos en mayúsculas, y numéricos, evitando el contacto con los bordes de las cajas, usando bolígrafo de tinta negra o azul, como se indica en el ejemplo

	INSTITUTO DEL FONDO NACIONAL DE LA VIVIENDA PARA LOS TRABAJADORES	CARTA DE PRESENTACIÓN DEL INFORME Y ANEXOS A QUE SE REFIERE EL ARTICULO 29 FRACCION VIII PRIMER PARRAFO DE LA LEY DEL INSTITUTO DE FONDO NACIONAL DE LA VIVIENDA PARA LOS TRABAJADORES
	SUBDIRECCIÓN GENERAL DE RECAUDACION FISCAL	

DELEGACIÓN:	PARA USO EXCLUSIVO DEL INFONAVIT No. DE CONTROL:
-------------	-----------------------------------------------------

I. DATOS DEL CONTRIBUYENTE

NOMBRE O RAZON SOCIAL		REG. FED. CONT.
DOMICILIO FISCAL	CALLE:	NUMERO
COLONIA		CODIGO POSTAL TELEFONO
POBLACIÓN	COREEO ELECTRONICO:	ENTIDAD FEDERATIVA
REGISTROS PATRONALES	NUMERO DE REGISTRO	NUMERO DE TRABAJADORES
NOTA: EN CASO DE TENER MAS REGISTROS PATRONALES ANOTARLOS EN EL REVERSO		MUNICIPIO

II. DOCUMENTACIÓN DEL DICTAMEN FISCAL

EN CUMPLIMIENTO DE LO DISPUESTO EN EL ARTICULO 29 FRACCIÓN VIII PARRAFO PRIMERO DE LA LEY DEL INSTITUTO DEL FONDO NACIONAL DE LA VIVIENDA PARA LOS TRABAJADORES, SE ADJUNTA AL PRESENTE LA DOCUMENTACIÓN GENERADA EN EL DICTAMEN FISCAL CORRESPONDIENTE AL EJERCICIO

DOCUMENTACIÓN		SE ANEXA (MARCAR CON UNA X)
A)	OPINION E INFORME SOBRE LA SITUACIÓN FISCAL DEL CONTRIBUYENTE (DIGITALIZADO)	_____
B)	ACUSE DE RECIBO EN FORMA ELECTRONICA (DIGITALIZADO)	_____
C)	ANÁLISIS COMPARATIVO DE LAS SUBCUENTAS DE GASTOS (O ANALISIS COMPARATIVO DE LAS CUENTAS DEL ESTADO DE RESULTADOS. (ARCHIVO DE EXCEL)	_____
D)	RELACION DE CONTRIBUCIONES A CARGO DEL CONTRIBUYENTE EN SU CARÁCTER DE RETENEDOR (ARCHIVO DE EXCEL)	_____
E)	RELACION DE CONTRIBUCIONES POR PAGAR (ARCHIVO DE EXCEL)	_____
F)	OTROS (INDICAR CUALES)	_____
G)	DECLARACIÓN ANUAL DEL IMPUESTO SOBRE LA RENTA (PATRONES OBLIGADOS SIN TRABAJADORES) (DIGITALIZADO)	_____

PATRON O REPRESENTANTE LEGAL	
_____ NOMBRE Y FIRMA	
LUGAR Y FECHA: _____	

SE PRESENTA POR TRIPLICADO

REVERSO

I. DATOS DEL CONTRIBUYENTE

- ANOTAR EN EL ESPACIO CORRESPONDIENTE LOS DATOS SOLICITADOS
- EN CASO DE SER INSUFICIENTE EL ESPACIO DE LA CARÁTULA PARA LOS REGISTROS PATRONALES, UTILICE ESTE ESPACIO:

REGISTROS PATRONALES	NUMERO DE REGISTRO	NUMERO DE TRABAJADORES	MUNICIPIO

II. DOCUMENTACIÓN DEL DICTAMEN FISCAL

- LOS CONTRIBUYENTES OBLIGADOS A DICTAMINARSE QUE HAYAN TENIDO TRABAJADORES A SU SERVICIO DURANTE EL EJERCICIO DICTAMINADO, PRESENTARAN LOS ANEXOS SOLICITADOS EN LOS INCISOS DEL " A" AL "E".
- LOS CONTRIBUYENTES QUE NO HAYAN TENIDO TRABAJADORES A SU SERVICIO DURANTE EL EJERCICIO DICTAMINADO PRESENTARAN ADICIONALMENTE EL ANEXO SOLICITADO EN EL INCISO G).

ESTE FORMATO Y LOS ANEXOS CORRESPONDIENTES SE PRESENTARAN ANTE EL AREA DE FISCALIZACIÓN DE LA DELEGACIÓN INFONAVIT QUE CORRESPONDA A SU DOMICILIO FISCAL.

CONTRATO DE TRABAJO POR TIEMPO INDEFINIDO

CONTRATO INDIVIDUAL DE TRABAJO QUE CELEBRAN POR UNA PARTE _____, EN REPRESENTACIÓN DE LA EMPRES “THAI-WANT”, A QUIEN EN LO SUCESIVO SE DESIGNARÁ COMO “EL PATRÓN”, Y POR UNA SEGUNDA PARTE _____, A QUIEN EN LO SUCESIVO SE DESIGNARÁ COMO “EL TRABAJADOR”. CON SUJECIÓN A LAS SIGUIENTES DECLARACIONES Y CLÁUSULAS:

DECLARACIONES:

1.- Declara “El Patrón” que su negociación ubicada en Av. Camelinas #324 Col La Loma, necesita de los servicios de un(a) _____, así mismo _____ declara ser Ciudadano _____, del sexo _____, de estado civil _____, de ___ años de edad, con domicilio en la casa marcada con el número _____, de la calle _____, en la colonia _____ en la ciudad de _____, con el código postal _____.

2. Declara “El trabajador” _____ tener como domicilio la casa marcada con el número _____, de la calle _____ en la Colonia _____, en la ciudad de _____ con el código postal _____.

CLÁUSULAS:

PRIMERA.- La empresa denominada como “THAI-WANT” mediante su representante legal la ciudadana Denisse Carolina Benitez Coronado, contrata al ciudadano(a) _____, para que desempeñe la función de _____, en donde dicho trabajador deberá _____

SEGUNDA.- El trabajo se llevará a cabo dentro de las instalaciones del restaurante, llamado “THAI-WANT”, con la ubicación como se menciona en las declaraciones, en el área de _____.

TERCERA.- El trabajador estará sujeto al siguiente horario laboral: _____

CUARTA.- El trabajador percibirá un salario de \$_____() mensuales, que la serán pagados por el patrón en quincenas de \$_____ (), cada una, mediante un cheque de Nómina del Banco Nacional de México (BANAMEX), a quien se le dará dicho cheque dentro las instalaciones del restaurante.

QUINTA.- El trabajador deberá de recibir 1 mes de capacitación y adiestramiento para el óptimo desempeño de su función proporcionado por el personal del área de recursos humanos de la misma empresa, especificando como capacitación y adiestramiento que el trabajador deberá de conocer el material el cual está administrando a los comensales, y las condiciones en las que debe de otorgarlos, así como también el conocimiento del mobiliario y equipo que estará utilizando mediante el desempeño de sus funciones. El trabajador se compromete a no faltar a ninguna de sus clases de capacitación durante el mes de lo contrario se hará acreedor a una sanción.

SEXTA.- El trabajador deberá de portar el uniforme adecuado, el cual le será proporcionado por el patrón.

SÉPTIMA.- La empresa entregará al trabajador el reglamento interno de trabajo el primer día de sus labores y deberá de acatarlo en la forma en la que se le indica.

OCTAVA.- El trabajador descansará el día_____ de cada semana, y también descansará los días festivos que marque la ley federal del trabajo.

NOVENA.- En cuanto a las vacaciones, aguinaldo y demás prestaciones legales con respecto al trabajador, le serán fijados en forma proporcional a su salario de conformidad a lo señalado por la ley federal del trabajo.

Morelia Michoacán a ____ de _____ del _____.

PATRÓN

TRABAJADOR

Carolina Benitez C.

Denisse

THAI-WANT				
TIPO	P. fuerte	Porciones:	1.000	Personas: 1
Nombre: Chicken Pad Thai				
Código	Ingredientes	Cantidad	Unidad	Mise en Place
	Noodles	0.050	kg	x
	Pechuga de pollo	0.100	kg	tiras
	Salsa soya	3.000	cda	x
	Fécula de maíz	1.000	cda	x
	Ajo	1.000	dte	finamente
	Chile serrano rojo	1.000	pza	tiras
	Frijol germinado	0.050	kg	x
	Cebolla verde	1.000	pza	rodajas
	Cilantro	1.000	cda	finamente
	Cacahuete sin sal	3.000	cda	tostar,trocear
	Fondo de pollo	0.010	lt	x
	Pimienta blanca	1.000	pizca	x
	Aceite vegetal	2.000	cda	x
	Limón	1.000	pza	jugo
	Pasta de tamarindo	1.000	cdita	x
	Chile de árbol	1.000	cda	x
	Azúcar	1.000	cda	x
	Agua	3.000	cda	caliente
	0	0.000	kg	x
	0	0.000	kg	x
	0	0.000	kg	x



RECOMENDACION DE MONTAJE

ELABORACIÓN

1	Remojar noodles en agua hirviendo hasta que estén suaves
2	Ecurrir y reservar
3	Mezclar pasta de tamarindo, azúcar y chile de árbol
4	Disolver en agua caliente
5	Marinar el pollo en fécula disuelta en soya
6	En wok saltear ajo y chile con poco aceite
7	Agregar el pollo, marinada y fondo de pollo
8	Dorar el pollo de 5 a 8 minutos
9	Agregar noodles y saltear un poco
10	Agregar germen de frijol, cebolla y espolvorear pimienta
11	Agregar salsa de pescado si es necesario para el sabor
12	Servir y decorar con cilantro y cacahuates

GUARNICIONES

NOTAS ADICIONALES

ELABORACIÓN

	PRODUCTO	PROBLEMA	SOLUCION
1			
2			
3			
4			
5			
6			

REVISION CHEF

THAI-WANT						
TIPO	P. fuerte	Porciones:	1.000	Personas: 1		
Nombre:	Chicken Pad Thai					
Código	Ingredientes	Cantidad	Unidad	Mise en Place	Precio Unitario	Costo
	Noodles	0.050	kg	x	133	6.65
	Pechuga de pollo	0.100	kg	tiras	50	5
	Salsa soya	0.030	lt	x	37	1.11
	Fécula de maíz	0.005	kg	x	46	0.23
	Ajo	0.010	kg	finamente	235	2.35
	Chile serrano rojo	0.010	kg	tiras	19	0.19
	Frijol germinado	0.050	kg	x		0
	Cebolla verde	0.030	kg	rodajas		0
	Cilantro	0.005	kg	finamente	280	1.4
	Cacahuete sin sal	0.030	kg	tostar,trocea	78.9	2.367
	Fondo de pollo	0.010	lt	x	0	0
	Pimienta blanca	0.003	kg	x	846	2.538
	Aceite vegetal	0.020	lt	x	22	0.44
	Limón	0.010	kg	x	6	0.06
	Pasta de tamarindo	0.005	kg	x		0
	Chile de árbol	0.005	kg	x	170	0.85
	Azúcar	0.010	kg	x	15	0.15
	Agua	0.030	lt	caliente	0	0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0

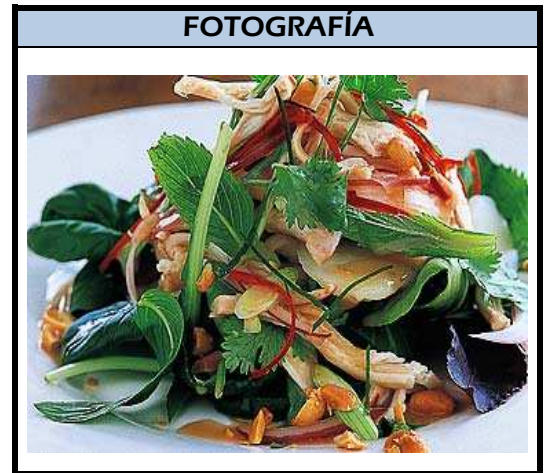


ELABORACIÓN	
1	Remojar noodles en agua hirviendo hasta que estén suaves
2	Escurrir y reservar
3	Mezclar pasta de tamarindo, azúcar y chile de árbol
4	Disolver en agua caliente
5	Marinar el pollo en fécula disuelta en soya
6	En wok saltear ajo y chile con poco aceite
7	Agregar el pollo, marinada y fondo de pollo
8	Dorar el pollo de 5 a 8 minutos
9	Agregar noodles y saltear un poco
10	Agregar germen de frijol, cebolla y espolvorear pimienta
11	Agregar salsa de pescado si es necesario para el sabor
12	Servir y decorar con cilantro y cacahuates

Sub-total	23.335
10%	25.6685
% costo	30
Costo Total	85.561667
Costo por porción	85.561667
iva (15 %)	98.395917
Precio de Venta	98.395917

VoBo.

THAI-WANT					
TIPO	Ensalada	Porciones:	1.000	Personas: 1	
Nombre:	Chicken Thai Salad				
Código	Ingredientes	Cantidad	Unidad	Mise en Place	
	Aceite vegetal	1.000	lt	x	
	Pasta phylo	0.050	kg	x	
	Pechuga de pollo	0.150	kg	tiras, asado	
	Frijol germinado	0.050	kg	x	
	Pimiento amarillo	0.100	kg	julianas	
	Pepino	0.100	kg	julianas	
	Limón	media	pza	jugo	
	Salsa de pescado	1.000	cda	x	
	Azúcar	1.000	cda	x	
	Chile serrano	1.000	pza	finamente	
	Nuez moscada	1.000	pizca	fresca, rallada	
	Jengibre	1.000	cdita	finamente	
	Menta	1.000	cdita	finamente	
	Albahaca	1.000	cdita	finamente	
	Cacahuates sin sal	0.030	kg	tostados	
	Lechuga italiana	0.050	kg	chiffonade	
	Lechuga sangría	0.050	kg	chiffonade	
	0	0.000	kg	x	
	0	0.000	kg	x	
	0	0.000	kg	x	
	0	0.000	kg	x	



RECOMENDACION DE MONTAJE

GUARNICIONES

NOTAS ADICIONALES

ELABORACIÓN

1	Calentar aceite a fuego medio y freir las tiras de wonton
2	Voltear constantemente, freir por 1 min y escurrir en papel
3	Combinar lechugas, pollo, brotes de frijol, pimiento y pepino
4	Para el aderezo, mezclar en un bowl con batidor:
5	limón, salsa de pescado, azúcar, chile, nuez moscada, jengibre,
6	menta y albahaca. Bañar ensalada con aderezo
7	Agregar tiras de wonton y cacahuates encima
8	
9	
10	
11	
12	

ELABORACIÓN

	PRODUCTO	PROBLEMA	SOLUCION
1			
2			
3			
4			
5			
6			

REVISION CHEF

THAI-WANT						
TIPO	Ensalada	Porciones:	1.000	Personas: 1		
Nombre:	Chicken Thai Salad					
Código	Ingredientes	Cantidad	Unidad	Mise en Place	Precio Unitario	Costo
	Aceite vegetal	1.000	lt	x	22	22
	Pasta phylo	0.050	kg	x		0
	Pechuga de pollo	0.150	kg	tiras, asado	50	7.5
	Frijol germinado	0.050	kg	x		0
	Pimiento amarillo	0.100	kg	julianas	49.9	4.99
	Pepino	0.100	kg	julianas	16	1.6
	Limón	0.030	kg	jugo	6	0.18
	Salsa de pescado	0.005	lt	x		0
	Azúcar	0.005	kg	x	15	0.075
	Chile serrano	0.050	kg	finamente	19	0.95
	Nuez moscada	0.002	kg	fresca, rallada	352	0.704
	Jengibre	0.010	kg	finamente	37.5	0.375
	Menta	0.001	kg	finamente		0
	Albahaca	0.001	kg	finamente		0
	Cacahuates sin sal	0.030	kg	tostados	78.9	2.367
	Lechuga italiana	0.050	kg	chiffonade	74	3.7
	Lechuga sangría	0.050	kg	chiffonade	85	4.25
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0



ELABORACIÓN	
1	Calentar aceite a fuego medio y freír las tiras de wonton
2	Voltear constantemente, freír por 1 min y escurrir en papel
3	Combinar lechugas, pollo, brotes de frijol, pimiento y pepino
4	Para el aderezo, mezclar en un bowl con batidor:
5	limón, salsa de pescado, azúcar, chile, nuez moscada, jengibre,
6	menta y albahaca. Bañar ensalada con aderezo
7	Agregar tiras de wonton y cacahuates encima
8	
9	
10	
11	
12	

Sub-total	48.691
10%	53.5601
% costo	30
Costo Total	178.533667
Costo por porción	178.533667
iva (15 %)	205.313717
Precio de Venta	205.313717

VoBo.

THAI-WANT				
TIPO	P. fuerte	Porciones:	1.000	Personas: 1
Nombre: Corvina salvaje				
Código	Ingredientes	Cantidad	Unidad	Mise en Place
	Corvina	1.000	pza	filete
	Pimiento naranja	media	pza	finamente
	Tomate deshidratado	0.050	kg	finamente
	Cebollín	3.000	pza	finamente
	Jengibre	0.500	cda	rallado
	Salsa soya	2.000	cda	x
	Cilantro	2.000	cda	finamente
	Aceite de cacahuete	2.000	cda	x
	Sal	0.003	kg	x
	Pimienta negra	0.003	kg	x
	0	0.000	kg	x
	0	0.000	kg	x
	0	0.000	kg	x
	0	0.000	kg	x
	0	0.000	kg	x
	0	0.000	kg	x
	0	0.000	kg	x
	0	0.000	kg	x
	0	0.000	kg	x
	0	0.000	kg	x
	0	0.000	kg	x



RECOMENDACION DE MONTAJE

ELABORACIÓN

1	Salpimentar la lubina
2	Poner el resto de los ingredientes encima
3	Cubrir con aluminio y hornear a 200° por 30 min.
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	
11	
12	

GUARNICIONES

NOTAS ADICIONALES

ELABORACIÓN

	PRODUCTO	PROBLEMA	SOLUCION
1			
2			
3			
4			
5			
6			

REVISION CHEF


THAI-WANT						
TIPO	P. fuerte	Porciones:	1.000	Personas: 1		
Nombre:		Corvina salvaje				
Código	Ingredientes	Cantidad	Unidad	Mise en Place	Precio Unitario	Costo
	Corvina	0.150	kg	filete	89	13.35
	Pimiento naranja	0.100	kg	finamente	49.9	4.99
	Tomate deshidratado	0.050	kg	finamente	120	6
	Cebollín	0.005	kg	finamente		0
	Jengibre	0.500	cda	rallado	37.5	18.75
	Salsa soya	0.010	lt	x	37	0.37
	Cilantro	0.005	kg	finamente	280	1.4
	Aceite de cacahuete	0.010	lt	x	194	1.94
	Sal	0.003	kg	x	5	0.015
	Pimienta negra	0.003	kg	x	590	1.77
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0



ELABORACIÓN	
1	Salpimentar la lubina
2	Poner el resto de los ingredientes encima
3	Cubrir con aluminio y hornear a 200° por 30 min.
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	
11	
12	

Sub-total	48.585
10%	53.4435
% costo	30
Costo Total	178.145
Costo por porción	178.145
iva (15 %)	204.86675
Precio de Venta	204.86675

VoBo.

THAI-WANT							
TIPO	Ensalada	Porciones:	1.000	Personas: 1			
Nombre:	Fruit Salad						
Código	Ingredientes	Cantidad	Unidad	Mise en Place	Precio Unitario	Costo	
	Mango	0.050	kg	cubos	12	0.6	
	Fresa	0.050	kg	cuartos	25	1.25	
	Mandarina	0.050	kg	supremas	8	0.4	
	Aguacate	0.050	kg	cubos	40	2	
	Cebollín	0.005	kg	finamente		0	
	Lechuga sangría	0.020	kg	trocear	85	1.7	
	Sal	0.003	kg	x	5	0.015	
	Pimienta negra	0.003	kg	x	590	1.77	
	Tallarines	0.050	kg	cocidos	16	0.8	
	Pechuga de pollo	0.050	kg	asada	50	2.5	
	ADEREZO	0.000	kg	x		0	
	Pimienta roja	0.001	kg	triturar	793	0.793	
	Cebolla	0.010	kg	finamente	14.9	0.149	
	Perejil	0.005	kg	finamente	285	1.425	
	Limón	0.010	kg	juco	6	0.06	
	Aceite de oliva	0.005	lt	x	100	0.5	
	Chile jalapeño	0.020	kg	brunoise	16.5	0.33	
	Ajo	0.005	kg	finamente	235	1.175	
	Lychee	0.050	kg	pelar,cortar		0	
			kg	x		0	
			kg	x		0	

ELABORACIÓN	
1	Para el aderezo mezclar todos los ingredientes y refrigerar 3 hrs minimo
2	Mezclar todos los ingredientes de la ensalada y bañar con el aderezo
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	
11	
12	

Sub-total	15.467
10%	17.0137
% costo	30
Costo Total	56.7123333
Costo por porción	56.7123333
iva (15 %)	65.2191833
Precio de Venta	65.2191833

VoBo.

NOMBRE DEL ALUMNO				
TIPO		Porciones:	10.000	Personas
Nombre:				FECHA:
Código	Ingredientes	Cantidad	Unidad	Mise en Place
	Mango	0.050	kg	cubos
	Fresa	0.050	kg	cuartos
	Mandarina	0.050	kg	supremas
	Aguacate	0.050	kg	cubos
	Cebollín	0.005	kg	finamente
	Lechuga sangría	0.020	kg	trocear
	Sal	0.003	kg	x
	Pimienta negra	0.003	kg	x
	Tallarines	0.050	kg	cocidos
	Pechuga de pollo	0.050	kg	asada
	ADEREZO	0.000	kg	x
	Pimienta roja	1.000	pza	triturar
	Cebolla	1.000	cdita	finamente
	Perejil	1.000	cdita	finamente
	Limón	1.000	cdita	jugo
	Aceite de oliva	una y media	cdita	x
	Chile jalapeño	media	pza	brunoise
	Ajo	1.000	dte	finamente
	Lychee	3.000	pza	pelar,cortar
	0	0.000	kg	x
	0	0.000	kg	x



RECOMENDACION DE MONTAJE

ELABORACIÓN	
1	Para el aderezo mezclar todos los ingredientes y refrigerar 3 hrs minimo
2	Mezclar todos los ingredientes de la ensalada y bañar con el aderezo
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	
11	
12	

GUARNICIONES

NOTAS ADICIONALES

ELABORACIÓN		
PRODUCTO	PROBLEMA	SOLUCION
1		
2		
3		
4		
5		
6		

REVISION CHEF

THAI-WANT				
TIPO	P. fuerte	Porciones:	1.000	Personas: 1
Nombre: Pineapple Chicken				
Código	Ingredientes	Cantidad	Unidad	Mise en Place
	Arroz jasmin	0.030	kg	x
	Piña	0.150	kg	cubos
	Pasta de curry rojo	0.005	kg	x
	Leche de coco	0.200	lt	x
	Pechuga de pollo	0.250	kg	tiras
	Salsa de pescado	1.000	cdita	x
	Azúcar	1.000	pizca	x
	Brotos de bambú	0.050	kg	x
	Pimiento verde	0.050	kg	julianas
	Pimiento rojo	0.050	kg	julianas
	Cebolla	0.030	kg	pluma
	Sal	0.005	kg	x
	Pimienta	0.005	kg	x
	Aceite de maní	0.050	lt	x
	Menta	1.000	hoja	chiffonade
	0	0.000	kg	x
	0	0.000	kg	x
	0	0.000	kg	x
	0	0.000	kg	x
	0	0.000	kg	x
	0	0.000	kg	x



RECOMENDACION DE MONTAJE

ELABORACIÓN	
1	Hervir el arroz con el doble de agua, bajar el fuego y cocinar tapado
2	Mezclar la pasta de curry con la mitad de la leche de coco
3	Pasar a un wok y agregar el resto de la leche de coco
4	Agregar pollo sazonado, salsa de pescado y brotes de bambú
5	Dejar hervir y cocinar 15 min hasta que el pollo este listo
6	Agregar pimientos y cebolla y cocinar por 10 min más
7	Cuando los pimientos estén suaves retirar del fuego
8	Rectificar sazón y agregar la piña y menta
9	Mezclar bien y servir acompañado del arroz
10	
11	
12	

GUARNICIONES

NOTAS ADICIONALES

ELABORACIÓN		
PRODUCTO	PROBLEMA	SOLUCION
1		
2		
3		
4		
5		
6		

REVISION CHEF

THAI-WANT						
TIPO	P. fuerte	Porciones:	1.000	Personas: 1		
Nombre:	Pineapple Chicken					
Código	Ingredientes	Cantidad	Unidad	Mise en Place	Precio Unitario	Costo
	Arroz jasmin	0.030	kg	x	18	0.54
	Piña	0.150	kg	cubos	17	2.55
	Pasta de curry rojo	0.005	kg	x		0
	Leche de coco	0.200	lt	x	50	10
	Pechuga de pollo	0.250	kg	tiras	50	12.5
	Salsa de pescado	0.005	lt	x		0
	Azúcar	0.003	kg	x	15	0.045
	Brotos de bambú	0.050	kg	x		0
	Pimiento verde	0.050	kg	julianas	28.9	1.445
	Pimiento rojo	0.050	kg	julianas	38.5	1.925
	Cebolla	0.030	kg	pluma	14.9	0.447
	Sal	0.005	kg	x	5	0.025
	Pimienta	0.005	kg	x	590	2.95
	Aceite de maní	0.050	lt	x	194	9.7
	Menta	0.001	kg	chiffonade		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0



ELABORACIÓN	
1	Hervir el arroz con el doble de agua, bajar el fuego y cocinar tapado
2	Mezclar la pasta de curry con la mitad de la leche de coco
3	Pasar a un wok y agregar el resto de la leche de coco
4	Agregar pollo sazonado, salsa de pescado y brotes de bambú
5	Dejar hervir y cocinar 15 min hasta que el pollo este listo
6	Agregar pimientos y cebolla y cocinar por 10 min más
7	Cuando los pimientos estén suaves retirar del fuego
8	Rectificar sazón y agregar la piña y menta
9	Mezclar bien y servir acompañado del arroz
10	
11	
12	

Sub-total	42.127
10%	46.3397
% costo	30
Costo Total	154.465667
Costo por porción	154.465667
iva (15 %)	177.635517
Precio de Venta	177.635517

VoBo.

THAI-WANT							FOTO
TIPO	P. fuerte	Porciones:	1.000	Personas: 1			
Nombre:		Shrimp Pad Thai					
Código	Ingredientes	Cantidad	Unidad	Mise en Place	Precio Unitario	Costo	
	Noodles	0.050	kg	x	133	6.65	
	Camarón	0.100	kg	limpios	165	16.5	
	Cebolla morada	0.030	kg	pluma	14.5	0.435	
	Ajo	0.010	kg	finamente	235	2.35	
	Chile serrano rojo	0.020	kg	tiras	19	0.38	
	Huevo	0.050	kg	x	18	0.9	
	Frijol germinado	0.050	kg	x		0	
	Sal	0.005	kg	x	5	0.025	
	Pimienta	0.005	kg	x	590	2.95	
	Cebolla verde	0.030	kg	finamente		0	
	Cilantro	0.005	kg	finamente	280	1.4	
	Cacahuates sin sal	0.030	kg	tostar, trocea	78.9	2.367	
	Aceite de cacahuete	0.020	lt	x	194	3.88	
	Pasta de tamarindo	0.005	kg	x		0	
	Agua	0.050	lt	caliente	0	0	
	Salsa de pescado	0.005	lt	x		0	
	Chile de árbol	0.005	kg	molido	170	0.85	
	Azúcar morena	0.010	kg	x	15	0.15	
	Fondo de pollo	0.010	lt	x	0	0	
			kg	x		0	
			kg	x		0	

ELABORACIÓN	
1	Remojar noodles en agua hirviendo hasta que estén suaves
2	Disolver pasta de tamarindo en agua caliente
3	Agregar chile molido, salsa de pescado y azúcar
4	En wok con poco aceite saltear cebolla morada, chile serrano y ajo
5	Agregar camarones y cocinar hasta que estén rosas
6	En el centro agregar un poco más de aceite y quebrar el huevo
7	Batirlo y cocinarlo y agregar los noodles y la salsa de tamarindo
8	Cocinar por 5 min moviendo constantemente
9	Agregar frijol germinado, saltear de 1 a 2 min
10	Retirar del fuego, agregar pimienta, cebolla, cilantro y cacahuete
11	
12	

Sub-total	38.837
10%	42.7207
% costo	30
Costo Total	142.402333
Costo por porción	142.402333
iva (15 %)	163.762683
Precio de Venta	163.762683

VoBo.

THAI-WANT					
TIPO	P. fuerte	Porciones:	1.000	Personas: 1	
Nombre: Shrimp Pad Thai					
Código	Ingredientes	Cantidad	Unidad	Mise en Place	
	Noodles	0.050	kg	x	
	Camarón	0.100	kg		limpios
	Cebolla morada	0.030	kg		pluma
	Ajo	1.000	dte		finamente
	Chile serrano rojo	1.000	pza		tiras
	Huevo	1.000	pza	x	
	Frijol germinado	0.050	kg	x	
	Sal	0.005	kg	x	
	Pimienta	0.005	kg	x	
	Cebolla verde	1.000	pza		finamente
	Cilantro	1.000	cda		finamente
	Cacahuates sin sal	3.000	cda		tostar, trocear
	Aceite de cacahuete	2.000	cda	x	
	Pasta de tamarindo	1.000	cdita	x	
	Agua	3.000	cda		caliente
	Salsa de pescado	1.000	cdita	x	
	Chile de árbol	1.000	cda		molido
	Azúcar morena	1.000	cda	x	
	Fondo de pollo	2.000	cda	x	
	0	0.000	kg	x	
	0	0.000	kg	x	

FOTOGRAFÍA

RECOMENDACION DE MONTAJE

ELABORACIÓN	
1	Remojar noodles en agua hirviendo hasta que estén suaves
2	Disolver pasta de tamarindo en agua caliente
3	Agregar chile molido, salsa de pescado y azúcar
4	En wok con poco aceite saltear cebolla morada, chile serrano y ajo
5	Agregar camarones y cocinar hasta que estén rosas
6	En el centro agregar un poco más de aceite y quebrar el huevo
7	Batirlo y cocinarlo y agregar los noodles y la salsa de tamarindo
8	Cocinar por 5 min moviendo constantemente
9	Agregar frijol germinado, saltear de 1 a 2 min
10	Retirar del fuego, agregar pimienta, cebolla, cilantro y cacahuete
11	
12	

GUARNICIONES

NOTAS ADICIONALES

ELABORACIÓN		
PRODUCTO	PROBLEMA	SOLUCION
1		
2		
3		
4		
5		
6		

REVISION CHEF

THAI- WANT				
TIPO	Guarnición	Porciones:	1.000	Personas: 1
Nombre: Spicy Thai Rice				
Código	Ingredientes	Cantidad	Unidad	Mise en Place
	Arroz jasmín	media	tza	x
	Cebolla verde	1.000	pza	rodajas
	Chile serrano rojo	1.000	pza	rodajas
	Cilantro	1.000	cda	finamente
	Jengibre	1.000	cdita	finamente
	Mantequilla	1.000	cda	x
	Tomillo	media	cdita	x
	Sal	0.005	kg	x
	Limón	1.000	pza	jugo
	Albahaca	2.000	hojas	chiffonade
	0	0.000	kg	x
	0	0.000	kg	x
	0	0.000	kg	x
	0	0.000	kg	x
	0	0.000	kg	x
	0	0.000	kg	x
	0	0.000	kg	x
	0	0.000	kg	x
	0	0.000	kg	x
	0	0.000	kg	x
	0	0.000	kg	x
	0	0.000	kg	x
	0	0.000	kg	x
	0	0.000	kg	x
	0	0.000	kg	x
	0	0.000	kg	x
	0	0.000	kg	x
	0	0.000	kg	x



RECOMENDACION DE MONTAJE

ELABORACIÓN	
1	Cocinar arroz con todos los ingrediente,s excepto limón
2	Agregar una taza y media de agua
3	Dejar hervir y mover una o 2 veces
4	Bajar fuego, tapar y cocinar de 15 a 20 min
5	Retirar del fuego y agregar jugo de limón
6	Mezclar con un tenedor
7	
8	
9	
10	
11	
12	

GUARNICIONES

NOTAS ADICIONALES

ELABORACIÓN		
PRODUCTO	PROBLEMA	SOLUCION
1		
2		
3		
4		
5		
6		

REVISION CHEF

THAI-WANT						
TIPO	Guarnición	Porciones:	1.000	Personas: 1		
Nombre:	Spicy Thai Rice					
Código	Ingredientes	Cantidad	Unidad	Mise en Place	Precio Unitario	Costo
	Arroz jasmin	0.030	kg	x	18	0.54
	Cebolla verde	0.010	kg	rodajas		0
	Chile serrano rojo	0.010	kg	rodajas	16.5	0.165
	Cilantro	0.005	kg	finamente	280	1.4
	Jengibre	0.005	kg	finamente	37.5	0.1875
	Mantequilla	0.010	kg	x	60	0.6
	Tomillo	0.003	kg	x	585	1.755
	Sal	0.005	kg	x	5	0.025
	Limón	0.010	kg	jugo	6	0.06
	Albahaca	0.001	kg	chiffonade		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0



ELABORACIÓN	
1	Cocinar arroz con todos los ingrediente,s excepto limón
2	Agregar una medida y media más de agua
3	Dejar hervir y mover una o 2 veces
4	Bajar fuego, tapar y cocinar de 15 a 20 min
5	Retirar del fuego y agregar jugo de limón
6	Mezclar con un tenedor
7	
8	
9	
10	
11	
12	

Sub-total	4.7325
10%	5.20575
% costo	30
Costo Total	17.3525
Costo por porción	17.3525
iva (15 %)	19.955375
Precio de Venta	19.955375

VoBo.

THAI-WANT						
TIPO	P. fuerte	Porciones:	1.000	Personas: 1		
Nombre:		Squid Thai				
Código	Ingredientes	Cantidad	Unidad	Mise en Place	Precio Unitario	Costo
	Calamar	0.200	kg	aros	129	25.8
	Cebolla blanca	0.100	kg	brunoisse	14.9	1.49
	Cebolla verde	0.050	kg	rodajas		0
	Tomate	0.100	kg	concassé	16	1.6
	Ajo	0.010	kg	finamente	235	2.35
	Salsa de pescado	0.005	lt	x		0
	Salsa thai de chile	0.005	lt	x		0
	Aceite vegetal	0.010	lt	x	22	0.22
	Azúcar	0.005	kg	x	15	0.075
	Chile serrano rojo	0.020	kg	rodajas	16.5	0.33
	Albahaca	0.001	kg	chiffonade		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0



ELABORACIÓN	
1	En wok calentar aceite y saltear ajo, chile y cebollas
2	Agregar tomate y calamares. Saltear
3	Sazonar con salsa de pescado y salsa thai de chile
4	Por ultimo agregar azúcar y albahaca
5	Rectificar sazón y agregar salsa de pescado si es necesario
6	
7	
8	
9	
10	
11	
12	

Sub-total 31.865
 10% 35.0515

 % costo 30
 Costo Total 116.838333
 Costo por porción 116.838333
 iva (15 %) 134.364083

 Precio de Venta 134.364083

VoBo.

THAI-WANT				
TIPO	P. fuerte	Porciones:	1.000	Personas: 1
Nombre: Squid Thai				
Código	Ingredientes	Cantidad	Unidad	Mise en Place
	Calamar	0.200	kg	aros
	Cebolla blanca	un cuarto	pza	brunoisse
	Cebolla verde	1.000	pza	rodajas
	Tomate	1.000	pza	concassé
	Ajo	1.000	dte	finamente
	Salsa de pescado	0.005	lt	x
	Salsa thai de chile	0.005	lt	x
	Aceite vegetal	0.010	lt	x
	Azúcar	0.005	kg	x
	Chile serrano rojo	1.000	pza	rodajas
	Albahaca	3.000	hojas	chiffonade
	0	0.000	kg	x
	0	0.000	kg	x
	0	0.000	kg	x
	0	0.000	kg	x
	0	0.000	kg	x
	0	0.000	kg	x
	0	0.000	kg	x
	0	0.000	kg	x
	0	0.000	kg	x
	0	0.000	kg	x
	0	0.000	kg	x
	0	0.000	kg	x



RECOMENDACION DE MONTAJE

ELABORACIÓN	
1	En wok calentar aceite y saltear ajo, chile y cebollas
2	Agregar tomate y calamares. Saltear
3	Sazonar con salsa de pescado y salsa thai de chile
4	Por ultimo agregar azúcar y albahaca
5	Rectificar sazón y agregar salsa de pescado si es necesario
6	
7	
8	
9	
10	
11	
12	

GUARNICIONES

NOTAS ADICIONALES

ELABORACIÓN		
PRODUCTO	PROBLEMA	SOLUCION
1		
2		
3		
4		
5		
6		

REVISION CHEF

THAI-WANT						
TIPO	Entrada	Porciones:	1.000	Personas: 1		
Nombre:	Tong Tong					
Código	Ingredientes	Cantidad	Unidad	Mise en Place	Precio Unitario	Costo
	Pasta phylo	0.050	kg	x		0
	Camarón U8	0.030	kg	limpios	165	4.95
	Frijol germinado	0.010	kg	x		0
	Cebolla	0.010	kg	pluma	14.9	0.149
	Zanahoria	0.010	kg	julianas	11.5	0.115
	Harina	0.010	kg	x	9	0.09
	Mantequilla	0.010	kg	x	60	0.6
	Melocotón	0.030	kg	trocear	36.5	1.095
	Vino blanco seco	0.020	lt	x	106	2.12
	Almibar de melocotón	0.010	lt	x	0	0
	Sal	0.003	kg	x	5	0.015
	Pimienta	0.003	kg	x	590	1.77
	Aceite vegetal	0.010	lt	x	22	0.22
	Huevo	0.030	kg	yema	18	0.54
	Vinagre blanco	0.010	lt	x	8	0.08
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0

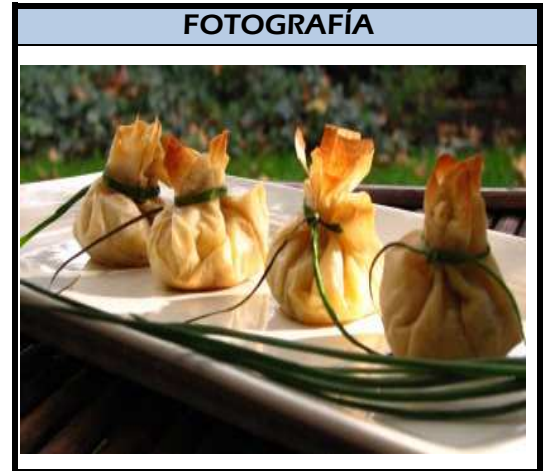


ELABORACIÓN	
1	Trocear los camarones y sazonar
2	Calentar aceite y saltear vegetales. Agregar camarones y sazonar
3	Cortar pasta phylo en cuadros de 5cmx5cm
4	Agregar relleno y cerrar en forma de saquitos
5	Barnizar con huevo y llevar a fritura profunda
6	Para la salsa hacer una bechamel
7	Procesar melocotón, vino, vinagre y almibar
8	Agregar a la bechamel, terminar salsa y recificar sabor
9	Bañar los saquitos de pasta phylo con la salsa
10	
11	
12	

Sub-total	11.744
10%	12.9184
% costo	30
Costo Total	43.0613333
Costo por porción	43.0613333
iva (15 %)	49.5205333
Precio de Venta	49.5205333

VoBo.

THAI-WANT				
TIPO	Entrada	Porciones:	1.000	Personas: 1
Nombre: Tong tong				
Código	Ingredientes	Cantidad	Unidad	Mise en Place
	Pasta phyllo	0.050	kg	x
	Camarón U8	0.030	kg	limpios
	Frijol germinado	0.010	kg	x
	Cebolla	0.010	kg	pluma
	Zanahoria	0.010	kg	julianas
	Harina	0.010	kg	x
	Mantequilla	0.010	kg	x
	Melocotón	0.030	kg	trocear
	Vino blanco seco	0.020	lt	x
	Almibar de melocotón	0.010	lt	x
	Sal	0.003	kg	x
	Pimienta	0.003	kg	x
	Aceite vegetal	0.010	lt	x
	Huevo	0.030	kg	yema
	Vinagre blanco	0.010	lt	x
	0	0.000	kg	x
	0	0.000	kg	x
	0	0.000	kg	x
	0	0.000	kg	x
	0	0.000	kg	x
	0	0.000	kg	x



RECOMENDACION DE MONTAJE

ELABORACIÓN	
1	Trocear los camarones y sazonar
2	Calentar aceite y saltear vegetales. Agregar camarones y sazonar
3	Cortar pasta phyllo en cuadros de 5cmx5cm
4	Agregar relleno y cerrar en forma de saquitos
5	Barnizar con huevo y llevar a fritura profunda
6	Para la salsa hacer una bechamel
7	Procesar melocotón, vino, vinagre y almibar
8	Agregar a la bechamel, terminar salsa y recificar sabor
9	Bañar los saquitos de pasta phyllo con la salsa
10	
11	
12	

GUARNICIONES

NOTAS ADICIONALES

ELABORACIÓN		
PRODUCTO	PROBLEMA	SOLUCION
1		
2		
3		
4		
5		
6		

REVISION CHEF

THAI-WANT						
TIPO	P. fuerte	Porciones:	1.000	Personas: 1		
Nombre:	Vegetarian Pad Thai					
Código	Ingredientes	Cantidad	Unidad	Mise en Place	Precio Unitario	Costo
	Noodles	0.050	kg	x	133	6.65
	Huevo	0.050	kg	x	18	0.9
	Ajo	0.020	kg	finamente	235	4.7
	Cebolla morada	0.020	kg	pluma	14.5	0.29
	Col china	0.050	kg	chiffonade	8	0.4
	Frijol germinado	0.030	kg	x		0
	Cebolla verde	0.030	kg	rodajas		0
	Cilantro	0.005	kg	finamente	280	1.4
	Cacahuete sin sal	0.020	kg	tostar,trocear	78.9	1.578
	Pasta de tamarindo	0.005	kg	x		0
	Agua	0.030	lt	x	0	0
	Salsa soya	0.010	lt	x	37	0.37
	Chile de árbol	0.005	kg	molido	170	0.85
	Azúcar	0.010	kg	x	15	0.15
	Fondo de vegetales	0.010	lt	x	0	0
	Aceite vegetal	0.010	lt	x	22	0.22
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0

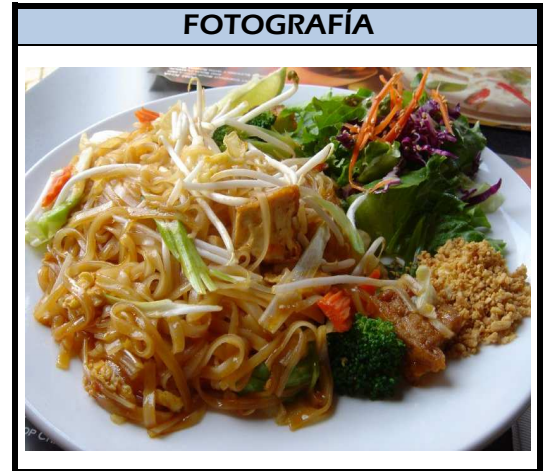


ELABORACIÓN	
1	Remojar noodles en agua caliente hasta que estén suaves
2	Ecurrir y reservar
3	Disolver pasta de tamarindo en agua caliente
4	Agregar chile molido y azúcar. Reservar
5	En wok con poco aceite saltear ajo y cebolla
6	Agregar col y fondo. Saltear hasta que la col esté suave
7	En el centro del wok agregar un poco más de aceite
8	Quebrar el huevo y revolver. Agregar noodles
9	Saltear todo de 1 a 2 min. Agregar germen y salsa de tamarindo
10	Retirar del fuego y agregar soya o salsa de pescado para sabor
11	Servir con cilantro y cacahuates en cima
12	

Sub-total	17.508
10%	19.2588
% costo	30
Costo Total	64.196
Costo por porción	64.196
iva (15 %)	73.8254
Precio de Venta	73.8254

VoBo.

THAI-WANT				
TIPO	P. fuerte	Porciones:	1.000	Personas: 1
Nombre: Vegetarian Pad Thai				
Código	Ingredientes	Cantidad	Unidad	Mise en Place
	Noodles	0.050	kg	x
	Huevo	1.000	pza	x
	Ajo	1.000	dte	finamente
	Cebolla morada	0.020	kg	pluma
	Col china	0.050	kg	chiffonade
	Frijol germinado	0.030	kg	x
	Cebolla verde	1.000	pza	rodajas
	Cilantro	0.005	kg	finamente
	Cacahuete sin sal	3.000	cda	tostar,trocear
	Pasta de tamarindo	1.000	cdita	x
	Agua	3.000	cda	x
	Salsa soya	1.000	cda	x
	Chile de árbol	1.000	cda	molido
	Azúcar	1.000	cda	x
	Fondo de vegetales	2.000	cda	x
	Aceite vegetal	2.000	cda	x
	0	0.000	kg	x
	0	0.000	kg	x
	0	0.000	kg	x
	0	0.000	kg	x
	0	0.000	kg	x



RECOMENDACION DE MONTAJE

ELABORACIÓN	
1	Remojar noodles en agua caliente hasta que estén suaves
2	Ecurrir y reservar
3	Disolver pasta de tamarindo en agua caliente
4	Agregar chile molido y azúcar. Reservar
5	En wok con poco aceite a fuego medio saltear ajo y cebolla
6	Agregar col y fodfo. Saltear hasta que la col esté suave
7	En el centro del wok agregar un poco más de aceite
8	Quebrar el huevo y revolver. Agregar noodles
9	Saltear todo de 1 a 2 min. Agregar germen y salsa de tamarindo
10	Retirar del fuego y agregar soya o salsa de pescado para sabor
11	Servir con cilantro y cacahuates en cima
12	

GUARNICIONES

NOTAS ADICIONALES

ELABORACIÓN		
PRODUCTO	PROBLEMA	SOLUCION
1		
2		
3		
4		
5		
6		

REVISION CHEF

THAI-WANT				
TIPO	Ensalada	Porciones:	1.000	Personas: 1
Nombre:	Chicken & Beef Salada			
Código	Ingredientes	Cantidad	Unidad	Mise en Place
	Pechuga de pollo	0.100	kg	tiras
	Filete de res	0.100	kg	tiras
	Cacahuates	0.050	kg	tostados
	Ajo	1.000	cdita	finamente
	Aceite de oliva	1.000	cda	x
	Aceite vegetal	1.000	cda	x
	Salsa soya	2.000	cda	x
	Cilantro	2.000	cda	finamente
	Chile jalapeño	1.000	pza	brunoise
	Pimienta negra	0.003	kg	x
	Pinchos de madera	2.000	pza	remojar en agua
	ESENCIA	0.000	kg	x
	Paprika	1.000	cda	x
	Sal	1.000	cdita	x
	Ajo en polvo	media	cdita	x
	Pimienta negra	media	cdita	x
	Cebolla en polvo	media	kg	x
	Pimienta de cayena	media	kg	x
	Orégano seco	media	kg	x
	Tomillo seco	media	kg	x
	0	0.000	kg	x



RECOMENDACION DE MONTAJE

GUARNICIONES

NOTAS ADICIONALES

ELABORACIÓN	
1	Para la esencia mezclar todos los ingredientes a fondo
2	Marinar el pollo y el filete con la esencia
3	Procesar cacahuete, aceites, soya, jalapeño y cilantro
4	Mezclar hasta que esté suave. Sazonar
5	Introducir el filete y el pollo en los palos de madera por separado
6	Colocar brochetas en bowl o platon para marinar
7	Rociar marinada a las brochetas, usar una brocha para cubrirlas bien
8	Dejar marinando las brochetas durante la noche
9	Cocinar brochetas en grill de 2 a 3 min por cada lado
10	Poner en plato para servir, rociar con aceite de oliva
11	Decorar con un poco de cilantro picado
12	

ELABORACIÓN		
PRODUCTO	PROBLEMA	SOLUCION
1		
2		
3		
4		
5		
6		

REVISION CHEF

THAI-WANT						
TIPO	P.fuerte	Porciones:	1.000	Personas: 1		
Nombre:	Chicken & Beef Satay					
Código	Ingredientes	Cantidad	Unidad	Mise en Place	Precio Unitario	Costo
	Pechuga de pollo	0.100	kg	tiras	50	5
	Filete de res	0.100	kg	tiras	274	27.4
	Cacahuates	0.050	kg	tostados	78.9	3.945
	Ajo	0.010	kg	finamente	235	2.35
	Aceite de oliva	0.005	lt	x	100	0.5
	Aceite vegetal	0.005	lt	x	22	0.11
	Salsa soya	0.010	lt	x	37	0.37
	Cilantro	0.005	kg	finamente	280	1.4
	Chile jalapeño	0.030	kg	brunoise	16.5	0.495
	Pimienta negra	0.003	kg	x	590	1.77
	Pinchos de madera	2.000	pza	remojarse en agua		0
	ESENCIA		kg	x		0
	Paprika	0.005	kg	x	336	1.68
	Sal	0.003	kg	x	5	0.015
	Ajo en polvo	0.003	kg	x	366	1.098
	Pimienta negra	0.003	kg	x	590	1.77
	Cebolla en polvo	0.003	kg	x	321	0.963
	Pimienta de cayena	0.003	kg	x	793	2.379
	Orégano seco	0.003	kg	x	821	2.463
	Tomillo seco	0.003	kg	x	585	1.755
			kg	x		0



ELABORACIÓN	
1	Para la esencia mezclar todos los ingredientes a fondo
2	Marinar el pollo y el filete con la esencia
3	Procesar cacahuete, aceites, soya, jalapeño y cilantro
4	Mezclar hasta que esté suave. Sazonar
5	Introducir el filete y el pollo en los palos de madera por separado
6	Colocar brochetas en bowl o platon para marinar
7	Rociar marinada a las brochetas, usar una brocha para cubrirlas bien
8	Dejar marinando las brochetas durante la noche
9	Cocinar brochetas en grill de 2 a 3 min por cada lado
10	Poner en plato para servir, rociar con aceite de oliva
11	Decorar con un poco de cilantro picado
12	

Sub-total	55.463
10%	61.0093
% costo	30
Costo Total	203.364333
Costo por porción	203.364333
iva (15 %)	233.868983
Precio de Venta	233.868983

VoBo.

THAI-WANT						
TIPO	P. fuerte	Porciones:	1.000	Personas: 1		
Nombre:	Curry Beef					
Código	Ingredientes	Cantidad	Unidad	Mise en Place	Precio Unitario	Costo
	Harina	0.150	kg	x	9	1.35
	Sal	0.005	kg	x	5	0.025
	Pimienta	0.005	kg	x	590	2.95
	Filete de res	0.250	kg	tiras	274	68.5
	Aceite de mani	0.010	lt	x	194	1.94
	Cebolla	0.020	kg	pluma	14.9	0.298
	Ajo	0.005	kg	finamente	235	1.175
	Curry en polvo	0.005	kg	x	440	2.2
	Fondo de res	0.100	lt	x	0	0
	Tomate	0.050	kg	puré	16	0.8
	Arroz	0.020	kg	x	18	0.36
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0



ELABORACIÓN	
1	Mezclar harina con sal y pimienta
2	Pasar la carne por la mezcla
3	Calentar aceite y dorar la carne
4	Agregar 2 cdas más de aceite
5	Agregar cebolla y ajo y saltear
6	Cubrir carne con fondo de res y cocinar a fuego lento tapado una hora
7	Agregar el jugo de tomate
8	Cocinar el arroz al vapor con sal
9	Servir la carne con el arroz
10	
11	
12	

Sub-total 79.598
 10% 87.5578

% costo 30
 Costo Total 291.859333
 Costo por
 porción 291.859333
 iva (15 %) 335.638233

Precio de
 Venta **335.638233**

VoBo.

THAI-WANT				
TIPO	P.fuerte	Porciones:	1.000	Personas: 1
Nombre: Curry Beef				
Código	Ingredientes	Cantidad	Unidad	Mise en Place
	Harina	0.150	kg	x
	Sal	0.005	kg	x
	Pimienta	0.005	kg	x
	Filete de res	0.250	kg	tiras
	Aceite de maní	0.010	lt	x
	Cebolla	media	pza/chica	pluma
	Ajo	1.000	dte	finamente
	Curry en polvo	0.005	kg	x
	Fondo de res	0.100	lt	x
	Tomate	2.000	pza	puré
	Arroz	0.020	kg	x
	0	0.000	kg	x
	0	0.000	kg	x
	0	0.000	kg	x
	0	0.000	kg	x
	0	0.000	kg	x
	0	0.000	kg	x
	0	0.000	kg	x
	0	0.000	kg	x
	0	0.000	kg	x
	0	0.000	kg	x



RECOMENDACION DE MONTAJE

GUARNICIONES

NOTAS ADICIONALES

ELABORACIÓN	
1	Mezclar harina con sal y pimienta
2	Pasar la carne por la mezcla
3	Calentar aceite y dorar la carne
4	Agregar cebolla y ajo y saltear
5	Cubrir carne con fondo de res y cocinar a fuego lento tapado una hora
6	Agregar el jugo de tomate
7	Cocinar el arroz al vapor con sal
8	Servir la carne con el arroz
9	
10	
11	
12	

ELABORACIÓN		
PRODUCTO	PROBLEMA	SOLUCION
1		
2		
3		
4		
5		
6		

REVISION CHEF

THAI-WANT						
TIPO	P- fuerte	Porciones:	1.000	Personas:	1	
Nombre:	Khao mangal					
Código	Ingredientes	Cantidad	Unidad	Mise en Place	Precio Unitario	Costo
	Pechuga de pollo	0.250	kg	filete	50	12.5
	Ajo	0.010	kg	finamente	235	2.35
	Jengibre	0.020	kg	rallado	37.5	0.75
	Aceite de maní	0.050	lt	x	194	9.7
	Zanahoria	0.050	kg	julianas	11.5	0.575
	Calabacita italiana	0.050	kg	julianas	19	0.95
	Sal	0.005	kg	x	5	0.025
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0



ELABORACIÓN	
1	Triturar ajo y jengibre hasta obtener una pasta
2	Sofreír con aceite de maní y dejar reposar media hora
3	Salpimentar el pollo y cocinar al vapor
4	Cuando el pollo este a medio punto agregar vegetales
5	Cortar la pechuga en tiras y mezclar con la pasta
6	
7	
8	
9	
10	
11	
12	

Sub-total 26.85
 10% 29.535
 % costo 30
 Costo Total 98.45
 Costo por porción 22.4
 iva (15 %) 25.76

Precio de Venta

THAI-WANT

TIPO	P. fuerte	Porciones:	1.000	Personas: 1	
Nombre: Khao Mangal					
Código	Ingredientes	Cantidad	Unidad	Mise en Place	
	Pechuga de pollo	0.250	kg	filete	
	Ajo	1.000	dte	finamente	
	Jengibre	media	cda	rallado	
	Aceite de mani	0.050	lt	x	
	Zanahoria	1.000	pza	julianas	
	Calabacita italiana	1.000	pza	julianas	
	Sal	0.005	kg	x	
	0	0.000	kg	x	
	0	0.000	kg	x	
	0	0.000	kg	x	
	0	0.000	kg	x	
	0	0.000	kg	x	
	0	0.000	kg	x	
	0	0.000	kg	x	
	0	0.000	kg	x	
	0	0.000	kg	x	
	0	0.000	kg	x	
	0	0.000	kg	x	
	0	0.000	kg	x	
	0	0.000	kg	x	
	0	0.000	kg	x	

FOTOGRAFÍA



RECOMENDACION DE MONTAJE

ELABORACIÓN

1	Triturar ajo y jengibre hasta obtener una pasta
2	Sofreír con aceite de mani y dejar reposar media hora
3	Salpimentar el pollo y cocinar al vapor
4	Cuando el pollo este a medio punto agregar vegetales
5	Cortar la pechuga en tiras y mezclar con la pasta
6	
7	
8	
9	
10	
11	
12	

GUARNICIONES

NOTAS ADICIONALES

ELABORACIÓN

	PRODUCTO	PROBLEMA	SOLUCION
1			
2			
3			
4			
5			
6			

REVISION CHEF

THAI-WANT						
TIPO	P. fuerte	Porciones:	1.000	Personas: 1		
Nombre:	Lime & Mango Pad					
Código	Ingredientes	Cantidad	Unidad	Mise en Place	Precio Unitario	Costo
	Lomo de res	0.250	kg	tiras	119	29.75
	Jengibre	0.010	kg	triturar	37.5	0.375
	Limón	0.010	kg	jugo	6	0.06
	Ajo	0.005	kg	triturar	235	1.175
	Mango verde	0.100	kg	julianas	12	1.2
	Zanahoria	0.100	kg	julianas	11.5	1.15
	Pimiento amarillo	0.100	kg	julianas	49.9	4.99
	Cebolla	0.050	kg	x	14.9	0.745
	Pimienta negra	0.005	kg	x	590	2.95
	Aceite de oliva	0.010	lt	x	100	1
	Sal	0.005	kg	x	5	0.025
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0



ELABORACIÓN	
1	Hacer una pasta con el jengibre, ajo y limón. Sazonar
2	Sazonar el lomo y bañar con la pasta
3	Dejar marinar 30 min por lo menos
4	Saltear y cuando la carne este a medio punto agregar vegetales:
5	Zanahoria, mango, pimiento y cebolla
6	Rectificar sazon y servir
7	
8	
9	
10	
11	
12	

Sub-total	43.42
10%	47.762
% costo	30
Costo Total	159.206667
Costo por porción	159.206667
iva (15 %)	183.087667
Precio de Venta	183.087667

VoBo.

THAI-WANT					
TIPO	P. fuerte	Porciones:	1.000	Personas: 1	
Nombre: Lime & Mango Pad					
Código	Ingredientes	Cantidad	Unidad	Mise en Place	
	Lomo de res	0.250	kg	tiras	
	Jengibre	1.000	cda	triturar	
	Limón	1.000	pza	jugo	
	Ajo	1.000	dte	triturar	
	Mango verde	0.100	kg	julianas	
	Zanahoria	0.100	kg	julianas	
	Pimiento amarillo	0.100	kg	julianas	
	Cebolla	0.050	kg	x	
	Pimienta negra	0.005	kg	x	
	Aceite de oliva	0.010	lt	x	
	Sal	0.005	kg	x	
	0	0.000	kg	x	
	0	0.000	kg	x	
	0	0.000	kg	x	
	0	0.000	kg	x	
	0	0.000	kg	x	
	0	0.000	kg	x	
	0	0.000	kg	x	
	0	0.000	kg	x	
	0	0.000	kg	x	
	0	0.000	kg	x	
	0	0.000	kg	x	



RECOMENDACION DE MONTAJE

ELABORACIÓN

1	Hacer una pasta con el jengibre, ajo y limón. Sazonar
2	Sazonar el lomo y bañar con la pasta
3	Dejar marinar 30 min por lo menos
4	Saltear y cuando la carne este a medio punto agregar vegetales:
5	Zanahoria, mango, pimiento y cebolla
6	Rectificar sazón y servir
7	
8	
9	
10	
11	
12	

GUARNICIONES

NOTAS ADICIONALES

ELABORACIÓN

	PRODUCTO	PROBLEMA	SOLUCION
1			
2			
3			
4			
5			
6			

REVISION CHEF

THAI-WANT						
TIPO	Entrada	Porciones:	1.000	Personas: 1		
Nombre:	Manau Shrimps					
Código	Ingredientes	Cantidad	Unidad	Mise en Place	Precio Unitario	Costo
	Cmarón U8	0.100	kg	limpios	165	16.5
	Piña	0.050	kg	cutos	17	0.85
	Melocotón	0.300	kg	trocear	36.5	10.95
	Vino blanco seco	0.200	lt	x	106	21.2
	Vinagre blanco	0.010	lt	x	8	0.08
	Mantequilla	0.020	kg	x	60	1.2
	Harina	0.020	kg	x	9	0.18
	Almibar de melocotón	0.020	lt	x	0	0
	Ajo	0.030	kg	finamente	235	7.05
	Aceite vegetal	0.050	lt	x	22	1.1
	Sal	0.005	kg	x	5	0.025
	Pimienta negra	0.005	kg	x	590	2.95
	Mantequilla	0.020	kg	x	60	1.2
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0

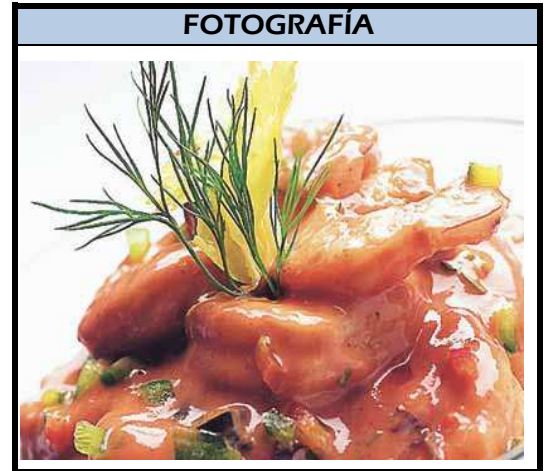


ELABORACIÓN	
1	Sazonar camarones con sal y pimienta
2	Calentar aceite y 20gr de mantequilla. Dorar un poco el ajo
3	Saltear los camarones, rectificar sazón
4	Agregar la piña al final y mezclar. Apagar
5	Para la salsa hacer una bechamel
6	Procesar melocotón, vino, vinagre y almibar
7	Agregar a la bechamel, terminar salsa y recificar sabor
8	Hacer brochetas de camarón con piña y acompañar con la salsa
9	
10	
11	
12	

Sub-total	63.285
10%	69.6135
% costo	30
Costo Total	232.045
Costo por porción	232.045
iva (15 %)	266.85175
Precio de Venta	266.85175

VoBo.

THAI-WANT				
TIPO	Entrada	Porciones:	1.000	Personas: 1
Nombre: Manau Shrimps				
Código	Ingredientes	Cantidad	Unidad	Mise en Place
	Cmarón U8	0.100	kg	limpios
	Piña	0.050	kg	cutos
	Melocotón	0.300	kg	trocear
	Vino blanco seco	0.200	lt	x
	Vinagre blanco	0.010	lt	x
	Mantequilla	0.020	kg	x
	Harina	0.020	kg	x
	Almibar de melocotón	0.020	lt	x
	Ajo	0.030	kg	finamente
	Aceite vegetal	0.050	lt	x
	Sal	0.005	kg	x
	Pimienta negra	0.005	kg	x
	Mantequilla	0.020	kg	x
	0	0.000	kg	x
	0	0.000	kg	x
	0	0.000	kg	x
	0	0.000	kg	x
	0	0.000	kg	x
	0	0.000	kg	x
	0	0.000	kg	x
	0	0.000	kg	x
	0	0.000	kg	x



RECOMENDACION DE MONTAJE

ELABORACIÓN	
1	Sazonar camarones con sal y pimienta
2	Calentar aceite y 20gr de mantequilla
3	Saltear los camarones, rectificar sazón
4	Agregar la piña al final y mezclar. Apagar
5	Para la salsa hacer una bechamel
6	Procesar melocotón, vino, vinagre y almibar
7	Agregar a la bechamel, terminar salsa y recificar sabor
8	Hacer brochetas de camarón con piña y acompañar con la salsa
9	
10	
11	
12	

GUARNICIONES

NOTAS ADICIONALES

ELABORACIÓN		
PRODUCTO	PROBLEMA	SOLUCION
1		
2		
3		
4		
5		
6		

REVISION CHEF

THAI-WANT						
TIPO	Ensalada	Porciones:	1.000	Personas: 1		
Nombre:	Mango & Shrimp					
Código	Ingredientes	Cantidad	Unidad	Mise en Place	Precio Unitario	Costo
	Camarón U8	0.100	kg	x	165	16.5
	Ajo	0.030	kg	finamente	235	7.05
	Mantequilla	0.020	kg	x	60	1.2
	Aceite vegetal	0.020	kg	x	22	0.44
	Sal	0.005	kg	x	5	0.025
	Pimienta	0.005	kg	x	590	2.95
	Mango	0.050	kg	cubos	12	0.6
	Aguacate	0.050	kg	cubos	40	2
	Lechuga italiana	0.030	kg	trocear	74	2.22
	Chile morita	0.005	kg	finamente	155	0.775
	Chile de árbol seco	0.005	kg	finamente	170	0.85
	Chile guajillo	0.005	kg	finamente	570	2.85
	Coco fresco	0.050	kg	rallado	12.8	0.64
	Aceite vegetal	0.030	lt	x	22	0.66
	Vinagre blanco	0.010	kg	x	8	0.08
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0



ELABORACIÓN	
1	Sazonar camarones con sal y pimienta
2	Calentar aceite y mantequilla
3	Saltear los camarones, rectificar sazón. Dorar un poco el ajo
4	Para la vinagreta retirar semillas de los chiles y picar finamente
5	Mezclar todos los ingredientes y agregar el vinagre
6	Incorporar aceite en hilo batiendo constantemente. Sazonar
7	Mezclar ingredientes de la ensalada y bañar con vinagreta
8	
9	
10	
11	
12	

Sub-total	38.84
10%	42.724
% costo	30
Costo Total	142.413333
Costo por porción	142.413333
iva (15 %)	163.775333
Precio de Venta	163.775333

VoBo.

THAI-WANT				
TIPO	Ensalada	Porciones:	1.000	Personas: 1
Nombre: Mango & Shrimp				
Código	Ingredientes	Cantidad	Unidad	Mise en Place
	Camarón U8	0.100	kg	x
	Ajo	0.030	kg	finamente
	Mantequilla	0.020	kg	x
	Aceite vegetal	0.020	kg	x
	Sal	0.005	kg	x
	Pimienta	0.005	kg	x
	Mango	0.050	kg	cutos
	Aguacate	0.050	kg	cutos
	Lechuga italiana	0.030	kg	trocear
	Chile morita	1.000	pza	finamente
	Chile de árbol seco	1.000	pza	finamente
	Chile guajillo	1.000	pza	finamente
	Coco fresco	0.050	kg	rallado
	Aceite vegetal	3.000	cda	x
	Vinagre blanco	1.000	cda	x
	0	0.000	kg	x
	0	0.000	kg	x
	0	0.000	kg	x
	0	0.000	kg	x
	0	0.000	kg	x
	0	0.000	kg	x



RECOMENDACION DE MONTAJE

ELABORACIÓN	
1	Sazonar camarones con sal y pimienta
2	Calentar aceite y mantequilla
3	Saltear los camarones, rectificar sazon. Dorar un poco el ajo
4	Para la vinagreta retirar semillas de los chiles y picar finamente
5	Mezclar todos los ingredientes y agregar el vinagre
6	Incorporar aceite en hilo batiendo constantemente. Sazonar
7	Mezclar ingredientes de la ensalada y bañar con vinagreta
8	
9	
10	
11	
12	

GUARNICIONES

NOTAS ADICIONALES

ELABORACIÓN		
PRODUCTO	PROBLEMA	SOLUCION
1		
2		
3		
4		
5		
6		

REVISION CHEF

THAI-WANT						
TIPO	P.fuerte	Porciones:	1.000	Personas: 1		
Nombre:	Mango Pad Thai					
Código	Ingredientes	Cantidad	Unidad	Mise en Place	Precio Unitario	Costo
	Lomo de res	0.250	kg	tiras	119	29.75
	Sal	0.005	kg	x	5	0.025
	Pimienta	0.005	kg	x	590	2.95
	Aceite de oliva	0.010	lt	x	100	1
	Chile de árbol	0.005	kg	x	170	0.85
	Chile morita	0.005	kg	x	155	0.775
	Chile guajillo	0.005	kg	x	570	2.85
	Aceite de oliva	0.030	lt	x	100	3
	Vinagre balsámico	0.010	lt	x	108	1.08
	Mango maduro	0.020	kg	trocear	12	0.24
	Curry en polvo	0.001	kg	x	440	0.44
	Zanahoria	0.050	kg	julianas	11.5	0.575
	Pimiento verde	0.050	kg	julianas	28.9	1.445
	Cebolla	0.050	kg	pluma	14.9	0.745
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0



ELABORACIÓN	
1	Para la salsa licuar chiles sin semillas con mango y curry
2	Agregar un poco de agua si es necesario. Sazonar y reservar
3	Salpimentar el lomo y saltear
4	Cuando la carne esté a medio punto agregar vegetales:
5	zanahoria, pimiento y cebolla
6	Si es necesario agregar un poco más de aceite para sofreír
7	Sazonar y agregar la salsa, mezclar bien y apagar
8	
9	
10	
11	
12	

Sub-total	45.725
10%	50.2975
% costo	30
Costo Total	167.658333
Costo por porción	167.658333
iva (15 %)	192.807083
Precio de Venta	192.807083

VoBo.

THAI-WANT				
TIPO	P. fuerte	Porciones:	1.000	Personas: 1
Nombre: Mango Pad Thai				
Código	Ingredientes	Cantidad	Unidad	Mise en Place
	Lomo de res	0.250	kg	tiras
	Sal	0.005	kg	x
	Pimienta	0.005	kg	x
	Aceite de oliva	0.010	lt	x
	Chile de árbol	1.000	pza	x
	Chile morita	1.000	pza	x
	Chile guajillo	1.000	pza	x
	Aceite de oliva	3.000	cda	x
	Vinagre balsámico	1.000	cda	x
	Mango maduro	0.020	kg	trocear
	Curry en polvo	0.001	kg	x
	Zanahoria	0.050	kg	julianas
	Pimiento verde	0.050	kg	julianas
	Cebolla	0.050	kg	pluma
	0	0.000	kg	x
	0	0.000	kg	x
	0	0.000	kg	x
	0	0.000	kg	x
	0	0.000	kg	x
	0	0.000	kg	x
	0	0.000	kg	x
	0	0.000	kg	x



RECOMENDACION DE MONTAJE

ELABORACIÓN	
1	Para la salsa licuar chiles sin semillas con mango y curry
2	Agregar un poco de agua si es necesario. Sazonar y reservar
3	Salpimentar el lomo y saltear
4	Cuando la carne esté a medio punto agregar vegetales:
5	zanahoria, pimiento y cebolla
6	Si es necesario agregar un poco más de aceite para sofreir
7	Sazonar y agregar la salsa, mezclar bien y apagar
8	
9	
10	
11	
12	

GUARNICIONES

NOTAS ADICIONALES

ELABORACIÓN		
PRODUCTO	PROBLEMA	SOLUCION
1		
2		
3		
4		
5		
6		

REVISION CHEF

THAI-WANT						
TIPO	Entrada	Porciones:	1.000	Personas: 1		
Nombre:	Onion Tempura					
Código	Ingredientes	Cantidad	Unidad	Mise en Place	Precio Unitario	Costo
	Cebolla	0.200	kg	aros	14.9	2.98
	Aceite vegetal	0.500	lt	x	22	11
	Harina	0.200	kg	x	9	1.8
	Fécula de maíz	0.100	kg	x	46	4.6
	Polvo para hornear	0.003	kg	x	61	0.183
	Sal	0.005	kg	x	5	0.025
	Agua mineral	0.500	lt	x	5	2.5
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0



ELABORACIÓN	
1	Remojar aros de cebolla en agua fria de 10 a 15 min.
2	Calentar aceite para freír a 360°F
3	Mezclar harina, fécula, royal y sal
4	Agregar agua mineral poco a poco hasta lograr consistencia
5	Debe quedar una mezcla espesa pero manejable
6	Pasar aros por tempura y freír hasta que estén dorados
7	
8	
9	
10	
11	
12	

Sub-total	23.088
10%	25.3968
% costo	30
Costo Total	84.656
Costo por porción	84.656
iva (15 %)	97.3544
Precio de Venta	97.3544

VoBo.

THAI-WANT				
TIPO	Entrada	Porciones:	1.000	Personas: 1
Nombre: Onion Tempura				
Código	Ingredientes	Cantidad	Unidad	Mise en Place
	Cebolla	1.000	pza	aros
	Aceite vegetal	0.500	lt	x
	Harina	0.200	kg	x
	Fécula de maíz	0.100	kg	x
	Pollo para hornear	0.003	kg	x
	Sal	0.005	kg	x
	Agua mineral	0.500	lt	x
	0	0.000	kg	x
	0	0.000	kg	x
	0	0.000	kg	x
	0	0.000	kg	x
	0	0.000	kg	x
	0	0.000	kg	x
	0	0.000	kg	x
	0	0.000	kg	x
	0	0.000	kg	x
	0	0.000	kg	x
	0	0.000	kg	x
	0	0.000	kg	x
	0	0.000	kg	x

FOTOGRAFÍA

RECOMENDACION DE MONTAJE

--

GUARNICIONES

--

NOTAS ADICIONALES

--

ELABORACIÓN

	PRODUCTO	PROBLEMA	SOLUCION
1			
2			
3			
4			
5			
6			

REVISION CHEF

--

THAI-WANT						
TIPO	Bebida	Porciones:	1.000	Personas: 1		
Nombre:	Green tea honey ginseng					
Código	Ingredientes	Cantidad	Unidad	Mise en Place	Precio Unitario	Costo
	Té verde	0.010	kg	x	235	2.35
	Agua	0.250	lt	caliente	0	0
	Limón	0.020	kg	jugo	6	0.12
	Miel de abeja	0.010	kg	x	15	0.15
	Extracto de ginseng	0.100	lt	x		0
	Hielo	0.020	kg	cubos	2	0.04
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0



ELABORACIÓN	
1	Agregar té al agua caliente, tapar y dejar reposar una hr
2	Agregar miel para que se disuelva
3	Agregar jugo de limón, extracto y hielo
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	
11	
12	

Sub-total	2.66
10%	2.926
% costo	30
Costo Total	9.75333333
Costo por porción	9.75333333
iva (15 %)	11.2163333
Precio de Venta	11.2163333

VoBo.

THAI-WANT					
TIPO	Bebida	Porciones:	1.000	Personas: 1	
Nombre: Green Tea Honey Ginseng					
Código	Ingredientes	Cantidad	Unidad	Mise en Place	
	Té verde	0.010	kg	x	
	Agua	0.250	lt		caliente
	Limón	0.020	kg		jugo
	Miel de abeja	0.010	kg	x	
	Extracto de ginseng	0.100	lt	x	
	Hielo	0.020	kg		cubos
	0	0.000	kg	x	
	0	0.000	kg	x	
	0	0.000	kg	x	
	0	0.000	kg	x	
	0	0.000	kg	x	
	0	0.000	kg	x	
	0	0.000	kg	x	
	0	0.000	kg	x	
	0	0.000	kg	x	
	0	0.000	kg	x	
	0	0.000	kg	x	
	0	0.000	kg	x	
	0	0.000	kg	x	
	0	0.000	kg	x	
	0	0.000	kg	x	
	0	0.000	kg	x	



RECOMENDACION DE MONTAJE

ELABORACIÓN

1	Agregar té al agua caliente, tapar y dejar reposar una hr
2	Agregar miel para que se disuelva
3	Agregar jugo de limón, extracto y hielo
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	
11	
12	

GUARNICIONES

NOTAS ADICIONALES

ELABORACIÓN

	PRODUCTO	PROBLEMA	SOLUCION
1			
2			
3			
4			
5			
6			

REVISION CHEF

THAI-WANT						
TIPO	Bebida	Porciones:	1.000	Personas: 1		
Nombre:	Green tea mandarin					
Código	Ingredientes	Cantidad	Unidad	Mise en Place	Precio Unitario	Costo
	Té verde	0.010	kg	x	235	2.35
	Jugo de mandarina	0.100	lt	x	12	1.2
	Hielo	0.020	kg	cubos	2	0.04
	Agua	0.250	lt	x	0	0
	Mandarina	0.010	kg	supremas	8	0.08
	Menta	0.001	kg	hojas		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0



ELABORACIÓN	
1	Hervir agua, apagar y agregar el té. Reposar 5 min.
2	Dejar enfriar y agregar el jugo de mandarina
3	Agregar supremas de mandarina y hojas de menta al vaso
4	Agregar té y hielo
5	
6	
7	
8	
9	
10	
11	
12	

Sub-total	3.67
10%	4.037
% costo	30
Costo Total	13.456667
Costo por porción	13.456667
iva (15 %)	15.4751667
Precio de Venta	15.4751667

VoBo.

THAI-WANT				
TIPO	Bebida	Porciones:	1.000	Personas: 1
Nombre: Green Tea Mandarin				
Código	Ingredientes	Cantidad	Unidad	Mise en Place
	Té verde	1.000	sobre	x
	Jugo de mandarina	0.100	lt	x
	Hielo	3.000	pza	cubos
	Agua	0.250	lt	x
	Mandarina	3.000	gajos	supremas
	Menta	2.000	hojas	x
	0	0.000	kg	x
	0	0.000	kg	x
	0	0.000	kg	x
	0	0.000	kg	x
	0	0.000	kg	x
	0	0.000	kg	x
	0	0.000	kg	x
	0	0.000	kg	x
	0	0.000	kg	x
	0	0.000	kg	x
	0	0.000	kg	x
	0	0.000	kg	x
	0	0.000	kg	x
	0	0.000	kg	x



RECOMENDACION DE MONTAJE

ELABORACIÓN

1	Hervir agua, apagar y agregar el té. Reposar 5 min.
2	Dejar enfriar y agregar el jugo de mandarina
3	Agregar supremas de mandarina y hojas de menta al vaso
4	Agregar té y hielo
5	
6	
7	
8	
9	
10	
11	
12	

GUARNICIONES

NOTAS ADICIONALES

ELABORACIÓN

	PRODUCTO	PROBLEMA	SOLUCION
1			
2			
3			
4			
5			
6			

REVISION CHEF

THAI-WANT						
TIPO	Bebida	Porciones:	1.000	Personas: 1		
Nombre:	Green Tea Pomegranate					
Código	Ingredientes	Cantidad	Unidad	Mise en Place	Precio Unitario	Costo
	Té verde	0.010	kg	x	235	2.35
	Jugo de granada	0.100	lt	x	50	5
	Hielo	0.050		cubos	2	0.1
	Agua	0.250	lt	x	0	0
	Menta		kg	hojas		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0



ELABORACIÓN	
1	Hervir agua, apagar y agregar el té. Reposar 5 min.
2	Dejar enfriar y agregar el jugo de granada
3	Agregar hojas de menta al vaso, agregar té y hielo
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	
11	
12	

 Sub-total 7.45
 10% 8.195

% costo 30

Costo Total 27.316667

 Costo por
 porción 27.316667
 iva (15 %) 31.414167

 Precio de
 Venta 31.414167

VoBo.

THAI-WANT					
TIPO	Bebida	Porciones:	1.000	Personas: 1	
Nombre: Green te Pomegranate					
Código	Ingredientes	Cantidad	Unidad	Mise en Place	
0	Té verde	2.000	bolsitas	x	
0	Jugo de granada	0.100	lt	x	
0	Hielo	0.050	kg		cubos
0	Agua	0.250	lt	x	
0	Menta	0.000	hojas	x	
0		0.000	kg	x	
0		0.000	kg	x	
0		0.000	kg	x	
0		0.000	kg	x	
0		0.000	kg	x	
0		0.000	kg	x	
0		0.000	kg	x	
0		0.000	kg	x	
0		0.000	kg	x	
0		0.000	kg	x	
0		0.000	kg	x	
0		0.000	kg	x	
0		0.000	kg	x	
0		0.000	kg	x	
0		0.000	kg	x	
0		0.000	kg	x	
0		0.000	kg	x	



RECOMENDACION DE MONTAJE

ELABORACIÓN	
1	Hervir agua, apagar y agregar el té. Reposar 5 min.
2	Dejar enfriar y agregar el jugo de granada
3	Agregar hojas de menta al vaso, agregar té y hielo
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	
11	
12	

GUARNICIONES

NOTAS ADICIONALES

ELABORACIÓN		
PRODUCTO	PROBLEMA	SOLUCION
1		
2		
3		
4		
5		
6		

REVISION CHEF

THAI-WANT						
TIPO	Bebida	Porciones:	1.000	Personas: 1		
Nombre:	Limonada					
Código	Ingredientes	Cantidad	Unidad	Mise en Place	Precio Unitario	Costo
	Limón	0.050	kg	jugo	6	0.3
	Agua mineral	0.200	lt	x	5	1
	Azúcar	0.020	kg	x	15	0.3
	Hielo	0.050	kg	cubos	2	0.1
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0



ELABORACIÓN	
1	Diluir azúcar en el jugo de limón
2	Pasar a un vaso, agregar agua mineral y hielo
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	
11	
12	

Sub-total	1.7
10%	1.87
% costo	30
Costo Total	6.23333333
Costo por porción	6.23333333
iva (15 %)	7.16833333
Precio de Venta	7.16833333

VoBo.

THAI-WANT				
TIPO	Bebida	Porciones:	1.000	Personas: 1
Nombre: Limonada				
Código	Ingredientes	Cantidad	Unidad	Mise en Place
	Limón	5.000	pza	jugo
	Agua mineral	0.200	lt	x
	Azúcar	2.000	cda	x
	Hielo	3.000	pza	cubos
0		0.000	kg	x
0		0.000	kg	x
0		0.000	kg	x
0		0.000	kg	x
0		0.000	kg	x
0		0.000	kg	x
0		0.000	kg	x
0		0.000	kg	x
0		0.000	kg	x
0		0.000	kg	x
0		0.000	kg	x
0		0.000	kg	x
0		0.000	kg	x
0		0.000	kg	x
0		0.000	kg	x
0		0.000	kg	x



RECOMENDACION DE MONTAJE

ELABORACIÓN

- Diluir azúcar en el jugo de limón
- Pasar a un vaso, agregar agua mineral y hielo
-
-
-
-
-
-
-
-
-
-
-

GUARNICIONES

NOTAS ADICIONALES

ELABORACIÓN

	PRODUCTO	PROBLEMA	SOLUCION
1			
2			
3			
4			
5			
6			

REVISION CHEF

THAI-WANT						
TIPO	Bebida	Porciones:	1.000	Personas:	1	
Nombre:	Naranjada					
Código	Ingredientes	Cantidad	Unidad	Mise en Place	Precio Unitario	Costo
	Naranja	0.100	lt	jugo	12	1.2
	Agua mineral	0.200	lt	x	5	1
	Azúcar	0.010	kg	x	15	0.15
	Hielo	0.050	kg	cubos	2	0.1
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0
			kg	x		0



ELABORACIÓN	
1	Diluir azúcar en jugo de narnaja
2	Poner en un vaso y agregar agua mineral y hielo
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	
11	
12	

Sub-total	2.45
10%	2.695
% costo	30
Costo Total	8.98333333
Costo por porción	8.98333333
iva (15 %)	10.3308333
Precio de Venta	10.3308333

VoBo.

THAI-WANT				
TIPO	Bebida	Porciones:	1.000	Personas: 1
Nombre: Naranjada				
Código	Ingredientes	Cantidad	Unidad	Mise en Place
	Naranja	1.000	pz	jugo
	Agua mineral	0.200	lt	x
	Azúcar	2.000	cda	x
	Hielo	3.000	pza	cubos
0		0.000	kg	x
0		0.000	kg	x
0		0.000	kg	x
0		0.000	kg	x
0		0.000	kg	x
0		0.000	kg	x
0		0.000	kg	x
0		0.000	kg	x
0		0.000	kg	x
0		0.000	kg	x
0		0.000	kg	x
0		0.000	kg	x
0		0.000	kg	x
0		0.000	kg	x
0		0.000	kg	x
0		0.000	kg	x
0		0.000	kg	x
0		0.000	kg	x
0		0.000	kg	x



RECOMENDACION DE MONTAJE

ELABORACIÓN	
1	Diluir azúcar en jugo de naranja
2	Poner en un vaso y agregar agua mineral y hielo
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	
11	
12	

GUARNICIONES

NOTAS ADICIONALES

ELABORACIÓN			
	PRODUCTO	PROBLEMA	SOLUCION
1			
2			
3			
4			
5			
6			

REVISION CHEF

El programa "H" es un elemento estratégico de la Secretaría de Turismo que incide directamente en la promoción turística de México ante el mundo.

La calidad de los servicios también considera la calidad de los alimentos, incluyendo la inocuidad de los mismos.

El programa "H" tiene como propósito fundamental:

- a) Disminuir la incidencia de enfermedades transmitidas por los alimentos (ETA's) en los turistas nacionales y extranjeros
- b) Mejorar la imagen internacional de País en materia de prevención y control de las ETA's.

Los establecimientos que cumplen con los estándares de higiene del programa, obtienen el Distintivo "H", reconocimiento que otorga la SECTUR.

El programa surge en 1988 e inicia sus actividades operativas en 1990.

El 23 de Mayo de 2001, el programa "H" se publica en el Diario Oficial como Norma Mexicana NMX-F-605-NORMEX-2004 , Manejo Higiénico en el Servicio de Alimentos preparados para la obtención del Distintivo "H", con las ventajas de que maneje su carácter voluntario y establece un marco jurídico y criterios uniformes para su obtención.

Para obtener el Distintivo "H" se requiere cumplir con los siguientes requisitos:

- a). Contar, como mínimo con el 80% del personal operativo y el 100% del personal de mandos medios capacitados en el curso "Manejo Higiénico de los Alimentos" impartido por instructores registrados por la Secretaría de Turismo.
- b). Cumplir con los requisitos de higiene de alimentos que están definidos en la lista de verificación del programa "H".
- c). Una vez obtenido el Distintivo "H", tiene vigencia de un año, por lo que deberá solicitarse su renovación al término del mismo.-

La SECTUR cuenta con un grupo de instructores registrados en un padrón; distribuidos en todo el país. Cuando un establecimiento ha tomado la determinación de participar en el programa, la SECTUR le envía la relación de instructores a fin de que usted seleccione al que mas le convenga.

El instructor registrado se encargara de impartir el curso de capacitación y de desarrollar las estrategias, para cumplir con los requisitos.

La SECTUR diseñó los cursos de capacitación que se requieren en tres niveles:

1.- Nivel operativo: Para personal de cocina: 10 Horas de duración

2.- Nivel medios: Para chefes y Supervisores, Dueños, Gerentes, Directores: 4 Horas de duración.

3.- Instructores: Para personas con carrera terminada en el área químico-medico-biológica. 24 Horas

Los requisitos que debe cumplir un establecimiento están descritos en la lista de verificación que se presenta a continuación:

LISTA DE VERIFICACIÓN.

RECEPCIÓN DE ALIMENTOS.

- a) Pisos, paredes y techos de fácil limpieza y en buen estado.
- b) Coladeras en buen estado y sin estancamientos. Ausencia de malos olores.
- c) Cuenta con iluminación que permite verificar el estado de las materias primas.
- d) Focos o fuentes de luz con protección.
- e) Báscula completa, limpia y sin presencia de oxidación en la parte de contacto con los alimentos. Se desinfecta antes y después de su uso.
- f) Envases de alimentos limpios e íntegros: libres de rupturas, abolladuras, sin señales de insectos o materia extraña con fecha de caducidad o consumo preferentemente vigente.
- g) Los termómetros para medir la temperatura interna de los alimentos se ajustan todos los días, cuando se caen o cuando se cambia bruscamente de temperatura.
-Se verifica su funcionamiento.
-Se limpian y desinfectan antes de su uso.
- h) La entrega de productos se planea de antemano y se inspecciona inmediatamente de acuerdo a las características organolépticas establecidas en el inciso 5.8 de la norma.
- i) Verifican las temperaturas para cada producto (llevan registros): Refrigerados máximo a 4°C o inferior / Congelados a -18°C o inferior.
- j) No hay alimentos o recipientes con alimentos colocados sobre el piso.
- k) El área del vehículo del proveedor que esta en contacto con los alimentos se mantiene limpia.
- l) Los alimentos congelados se reciben sin signos de descongelación o recongelación.
- m) Los productos perecederos que se reciban enhielados, no están en contacto directo con el hielo.

ALMACENAMIENTO.

- a) Pisos. Paredes y techos de fácil limpieza y en buen estado.
- b) coladeras en buen estado y sin estancamientos. Ausencia de malos olores.
- c) Cuenta con iluminación que permite verificar el estado de las materias primas.
- d) Cuenta con ventilación. En caso de ser natural cuenta con mallas de protección en buen

estado.

- e) Focos o fuentes luz con protección.
- f) Sin materias primas, alimentos o recipientes colocados sobre el piso.
- g) Anaqueles de superficie inerte, limpios y en buen estado.
- h) Se aplica el procedimiento PEPS (alimentos fechados e identificados)
- i) Recipientes y envases limpios de superficie inerte, en buen estado, cubiertos y en orden.
- j) Latas sin abombamientos, abolladuras o corrosión.
- k) Alimentos sin presencia o rastros de plaga o mohos.
- l) Los alimentos rechazados están marcados y separados del resto de los alimentos, teniendo para ello un área específica e identificada.

MANEJO DE PRODUCTOS QUIMICOS.

- a) Área limpia y seca.
- b) Plaguicidas identificados, en sus envases originales y almacenados bajo llave.
- c) Almacenamiento de productos de limpieza, desinfectantes y otros productos químicos en un lugar delimitado debidamente identificado y separado de cualquier área de manejo o almacenamiento de alimentos.
- d)
 1. productos químicos en recipientes exclusivos, etiquetados y cerrados.
 2. control estricto en la distribución y uso de los mismos.
 3. indicar su toxicidad, empleo y medidas en caso de contacto o ingestión.
 4. mostrar hojas de seguridad y fichas técnicas.

REFRIGERADORES.

- a) Temperatura interna de los alimentos máximo 4°C.
- b) Los termómetros para medir la temperatura de los alimentos se ajustan todos los días, cuando se caen o cuando se cambia bruscamente de temperatura.
 - Se verifica su funcionamiento.
 - Se limpian y desinfectan antes de su uso.
- c) Termómetro de la unidad limpio, visible, funcionando y en buen estado.
- d) Equipo limpio y en buen estado. (puertas, empaques, anaqueles y componentes)
- e) Alimentos en recipientes íntegros, limpios y cerrados, conforme al apéndice normativo. No se guardan diferentes tipos de alimentos en un mismo recipiente.
- f) Se aplica el procedimiento PEPS. (alimentos fechados e identificados)
- g) Alimentos crudos colocados en la parte inferior del refrigerador.
- h) Registros de temperaturas internas de los alimentos.
- i) Registros de temperaturas de unidad.

CÁMARAS DE REFRIGERACIÓN.

- a) Temperatura interna del alimento máximo a 4°C.
- b) Los termómetros para medir la temperatura de los alimentos se ajustan todos los días, cuando se caen o cuando se cambia bruscamente de temperatura.
 - è Se verifica su funcionamiento.
 - è Se limpian y desinfectan antes de su uso.
- c) termómetro de la unidad limpio, visible, funcionando y en buen estado.
- d) Pisos, paredes y techos de fácil limpieza y en buen estado.

- e) Coladeras en buen estado y sin estancamiento. Ausencia de malos olores.
- f) Focas o fuentes de luz con protección.
- g) Puertas, empaques, anaqueles y componentes en buen estado.
- h) Puertas, empaques y anaqueles limpios.
- i) Se aplica el procedimiento PEPS. (alimentos fechados e identificados)
- j) Alimentos en recipientes íntegros, limpios y cerrados, conforme al apéndice normativo. No se guardan diferentes tipos de alimentos en un mismo recipiente.
- k) Sin alimentos o recipientes colocados directamente sobre el piso.
- l) Alimentos crudos colocados en la parte inferior o separado.
- m) En caso de tener producto alimenticio rechazado debe estar claramente identificado como tal y separado del resto de los alimentos, pudiendo tener para ello una área específica, eliminándose lo antes posible.
- n) Registros de temperaturas internas de los alimentos.
- o) Registros de temperaturas de las unidades.

CONGELACIÓN.

- a) Temperaturas de los alimentos a -18°C o inferior.
- b) Los termómetros para medir la temperatura de los alimentos se ajustan todos los días, cuando se caen o cuando se cambia bruscamente de temperatura.
 - è Se verifica su funcionamiento.
 - è Se limpian y desinfectan antes de su uso.
- c) Termómetro de la unidad limpio, visible, funcionando y en buen estado.
- d) Equipo limpio y en buen estado.
- e) Alimentos en recipientes íntegros, limpios y cerrados, conforme al apéndice normativo. No se guardan diferentes tipos de alimentos en un mismo recipiente.
- f) *Se aplica el procedimiento PEPS. (alimentos fechados e identificados)
- g) Alimentos crudos colocados en la parte inferior del congelador.
- h) De ser un congelador horizontal:
 - Orden y acomodo de los alimentos.
- i) Registros de temperaturas de los alimentos.
- j) Registros de temperaturas de la unidad.

CÁMARAS DE CONGELACIÓN.

- a) Temperatura de los alimentos a 18°C o inferior.
- b) Los termómetros para medir la temperatura de los alimentos se ajustan todos los días, cuando se caen o cuando se cambia bruscamente de temperatura.
 - Se verifica su funcionamiento.
 - Se limpian y desinfectan antes de su uso.
- c) Termómetro de la unidad limpio, visible, funcionando en buen estado.
- d) Sin alimentos ni recipientes colocados directamente sobre el piso.
- e) Se aplica el procedimiento PEPS. (alimentos fechados e identificados).
- f) Alimentos crudos colocados en la parte inferior o separado.
- g) Alimentos en recipientes íntegros, limpios y cerrados, conforme al apéndice normativo. No se guardan diferentes tipos de alimentos en un mismo recipiente.
- h) Pisos, paredes y techos de fácil limpieza y en buen estado.
- i) Coladeras en buen estado y sin estancamiento. Ausencia de malos olores.

- j) Focos o fuentes de luz con protección.
- k) Puertas, empaques, anaqueles y componentes en buen estado.
- l) Puertas, empaques, anaqueles y componentes limpios.
- m) Los alimentos rechazados están marcados y separados del resto de los alimentos, pudiendo tener para ello un área específica e identificada.
- n) Registros de temperaturas de los alimentos.
- o) Registros de temperaturas de la unidad.

AREA DE COCINA.

- a) Pisos, paredes y techos de fácil limpieza y en buen estado.
- b) Coladeras en buen estado y sin estancamientos. Ausencia de malos olores.
- c) Focos y fuentes de luz con protección.
- d) superficies de contacto con alimentos como: licuadoras, rebanadoras, procesadoras, mezcladoras, peladoras, molinos, se lavan y desinfectan después de su uso. Se desarmen, lavan y desinfectan por lo menos cada 24 horas (cuando aplique) o al final de cada jornada.
- e) Estufas, hornos, planchas, salamandras, freidoras, marmitas, vaporeras, mesas calientes, etc., limpias en todas sus partes, sin cochambre y en buen estado.
- f) Campanas y/o extractores sin cochambre y en buen estado.
- g) En caso de contar con instalaciones de aire acondicionado o tuberías en alto estar libre de goteos.
- h) Cuenta con ventilación que evita el calor excesivo y la condensación del vapor. En caso de ser natural, cuenta con mallas de protección.
- i) Instalaciones exclusivas para el lavado de artículos de limpieza.
- j) El área de preparación de alimentos cuenta por lo menos con una estación exclusiva para el lavado de manos. Esta equipada con jabón líquido antibacteriana, cepillo en solución desinfectante, toallas desechables o secadora de aire de paro automático. en caso de usar toallas desechables cuenta con un bote para basura con bolsa de plástico cualquier dispositivo o acción que evite el contacto directo de las manos con el bote de basura.
- k) Tablas para picar, de acuerdo al apéndice normativo.
- l) Solo se emplean utensilios de superficie inerte.
- m) Las tablas, cuchillos y utensilios se lavan y desinfectan después de su uso.
- n) Utilizan trapos exclusivos para limpieza de mesa y superficies de trabajo.
- o) *Los trapos utilizados en el área de preparación de alimentos se lavan y desinfectan después de su uso.
- p) Carros de servicio, entrepaños, gavetas y repisas limpios y en buen estado.
- q) Almacenan utensilios en un área específica y limpia.
- r) Limpian y desinfectan mesas de trabajo antes y después de su uso. En procesos continuos no exceden las dos horas.
- s) El lavado manual de loza, cubiertos y utensilios se realiza según el procedimiento descrito en los puntos 5.7.9.1 al 5.7.9.5 de la norma.
- t) Lavan y desinfectan utensilios.
- u) Las temperaturas de la maquina lavalozas son las especificadas por el fabricante y/o del proveedor de productos químicos.
- v) Enjuagan los utensilios antes de introducirlos en la maquina.
- w) La carga de utensilios es adecuada a la capacidad de la maquina.
- x) El sistema de secado de utensilios se realiza como lo indican los puntos 5.7.9.5 de la

norma.

- y) Los botes de basura cuentan con bolsa de plástico y están tapados mientras no estén en uso continuo.
- z) Realizan la limpieza conforme al programa establecido.

PREPARACION DE ALIMENTOS.

a) Los alimentos de origen vegetal se lavan en forma individual o en manojos pequeños con agua potable, estropajo o cepillo (si es necesario), jabón o detergente, se enjuagan con agua potable y desinfectan.

b) Se planea de antemano la descongelación de alimentos por medio de:

1. Refrigeración.
2. Horno de microondas, siguiendo de inmediato la cocción del alimento.
3. Como parte del proceso de cocción.

En casos excepcionales se descongela a chorro de agua potable, a una temperatura máxima de 20°C evitando estancamientos.

c) No se sirven pescados, mariscos, ni carnes crudas.

En caso de los establecimientos en los que se sirven alimentos crudos, o a base de huevo crudo se especifica en la carta o menú que el platillo se sirve bajo consideración del comensal y el riesgo que esto implica.

d) Temperaturas mínimas internas de cocción:

- El cerdo y carne molida a 69°C por 15 segundos mínimos.
- Aves o carnes rellenas a 74°C por 15 segundos mínimo.
- El resto de los alimentos arriba de 63°C por 15 segundos mínimo.

e) Los alimentos son recalentados rápidamente a una temperatura interna mínima de 74°C por 15 segundos mínimos.

f) Los alimentos preparados que no se van a servir de inmediato se someten a un proceso de enfriamiento rápido, máximo 4 horas.

g) Los alimentos descongelados, no se vuelven a congelar.

h) Se usan utensilios que minimizan el contacto directo de las manos con el alimento, tales como cucharones, pinzas, tenedores, etc.

i) El personal se lava las manos antes de manipular alimentos, vajilla limpia y después de cualquier situación que implique contaminación.

j) En caso de usar guantes, se exige el lavado de manos antes de colocárselos. Estos son desechables y se cambian después de cada interrupción.

AREA DE SERVICIO.

a) Alimentos fríos listos para servirse y buffet a una temperatura máxima de 7°C o inferior.

b) Alimentos calientes listos para servirse y buffet a una temperatura mínima de 60°C

c) Los alimentos preparados y listos para servirse están cubiertos antes de iniciar el servicio.

d) Los utensilios de servicio no se tocan por la parte que entra en contacto con los alimentos o con la boca del comensal.

e) Los alimentos envasados en porción individual cumplen con las instrucciones del fabricante para su conservación, y una vez utilizadas se desechan.

f) Mantel y servilletas limpios.

g) Área y estaciones de servicio limpias y funcionando.

h) El área del vehículo que este en contacto con los alimentos esta limpia.

- i) Los alimentos listos para servirse, se transportan en recipientes cerrados o envases desechables.
- j) Los alimentos preparados que se transportan, no se exponen a la zona de peligro de temperaturas por más de dos horas.

AGUA Y HIELO

- a) Agua potable con un rango de 0,2 a 1,5 mg/ L (ppm) de cloro residual o análisis microbiológico por lo menos una vez al mes.
- b) Registros de potabilidad de agua.
- c) Hielo para consumo humano elaborado con agua purificada y /o potable.
- d) Se cuenta con registros de mantenimiento de equipo de potabilización y/o purificación de agua y maquina de hielo.
- e) El deposito de hielo esta limpio.
- f) Utensilios exclusivos para hielo, limpios y desinfectados.

SERVICIOS SANITARIOS PARA EMPLEADOS.

- a) Área limpia.
- b) Cuenta con:
 - Lavabo.
 - Agua corriente.
 - Jabón liquido antibacteriano.
 - Toallas desechables o secadora de aire.
 - Bote para basura provisto de una bolsa de plástico y tapa oscilante, de pedal o cualquier otro dispositivo o acción que evite contaminación.
 - El WC cuenta con:
 - Agua corriente.
 - Papel sanitario.
 - Bote para basura provisto de una bolsa plástica y tapa oscilante, de pedal o cualquier dispositivo o acción que evite contaminación.
- c) cuenta con casilleros o un área especifica para colocar objetos personales.

MANEJO DE BASURA.

- a) Área general de basura limpia y separada del área de alimentos. Contenedores limpios, en buen estado con tapa. (con bolsa de plástico según el caso).
- b) Se evita la acumulación excesiva de basura, en las áreas de manejo de alimentos .los depósitos se lavan y desinfectan al final de la jornada.

CONTROLDE PLAGAS.

- a) Ausencia de plagas.
- b) Se tiene contratado un servicio profesional para el control de plagas presentando:
 - Licencia federal sanitaria expedida por la autoridad correspondiente.
 - Hojas de seguridad del producto utilizado.
 - Programa del control de plagas.
 - Registros e informes que amparen el servicio durante los últimos tres meses.
 - Contrato de servicio vigente.
- c) Ausencia de trampas con cebos y lámparas de luz ultravioleta de atracción de choque

eléctrico, en el área de manejo de alimentos.

PERSONAL.

- a) Apariencia pulcra.
- b) Uniforme limpio y completo.
- c) Cabello cubierto completamente con cofia, red o turbante.
- d) Manos limpias, uñas recortadas y sin esmalte.
- e) El personal afectado con infecciones respiratorias, gastrointestinales o cutáneas, no labora en el área de preparación y servicio de alimentos.
- f) El personal no utiliza joyas (reloj, pulseras, anillos, aretes, etc.) u otro objeto ornamental en cara, orejas, cuello, manos, ni brazos.
- g) El personal cuenta con capacitación impartida por un instructor con registro vigente ante la SECTUR.
- h) El personal no fuma, come, mastica o bebe en el área de preparación de alimentos.

BAR.

- a) Area limpia.
- b) Utilizan cucharón y/o pinzas limpias y desinfectadas para servir hielo.
- c) No enfrían botellas en hielo con el que se preparan bebidas.
- d) Lavan y desinfectan las licuadoras y mezcladoras después de su uso. Al final de la jornada se desarmen para lavarlas y desinfectarlas.
- e) El personal cuenta con las facilidades para lavarse y desinfectarse las manos.

DISTITIVO H

El programa “H” es un elemento estratégico de la Secretaría de Turismo que incide directamente en la promoción turística de México ante el mundo.

La calidad de los servicios también considera la calidad de los alimentos, incluyendo la inocuidad de los mismos.

El programa “H” tiene como propósito fundamental:

- a) Disminuir la incidencia de enfermedades transmitidas por los alimentos (ETA´s) en los turistas nacionales y extranjeros
- b) Mejorar la imagen internacional de País en materia de prevención y control de las ETA´s.

Los establecimientos que cumplen con los estándares de higiene del programa, obtienen el Distintivo “H”, reconocimiento que otorga la SECTUR.

El programa surge en 1988 e inicia sus actividades operativas en 1990.

El 23 de Mayo de 2001, el programa "H" se publica en el Diario Oficial como Norma Mexicana NMX-F-605-NORMEX-2004 , Manejo Higiénico en el Servicio de Alimentos preparados para la obtención del Distintivo "H", con las ventajas de que maneje su carácter voluntario y establece un marco jurídico y criterios uniformes para su obtención.

Para obtener el Distintivo "H" se requiere cumplir con los siguientes requisitos:

a). Contar, como mínimo con el 80% del personal operativo y el 100% del personal de mandos medios capacitados en el curso "Manejo Higiénico de los Alimentos" impartido por instructores registrados por la Secretaría de Turismo.

b). Cumplir con los requisitos de higiene de alimentos que están definidos en la lista de verificación del programa "H".

c). Una vez obtenido el Distintivo "H", tiene vigencia de un año, por lo que deberá solicitarse su renovación al término del mismo.-

La SECTUR cuenta con un grupo de instructores registrados en un padrón; distribuidos en todo el país. Cuando un establecimiento ha tomado la determinación de participar en el programa, la SECTUR le envía la relación de instructores a fin de que usted seleccione al que mas le convenga.

El instructor registrado se encargara de impartir el curso de capacitación y de desarrollar las estrategias, para cumplir con los requisitos.

La SECTUR diseñó los cursos de capacitación que se requieren en tres niveles:

1.- Nivel operativo: Para personal de cocina: 10 Horas de duración

2.- Nivel medios: Para chefes y Supervisores, Dueños, Gerentes, Directores: 4 Horas de duración.

3.- Instructores: Para personas con carrera terminada en el área químico-medico-biológica. 24 Horas

Los requisitos que debe cumplir un establecimiento están descritos en la lista de verificación que se presenta a continuación:

LISTA DE VERIFICACIÓN.

RECEPCIÓN DE ALIMENTOS.

- a) Pisos, paredes y techos de fácil limpieza y en buen estado.
- b) Coladeras en buen estado y sin estancamientos. Ausencia de malos olores.
- c) Cuenta con iluminación que permite verificar el estado de las materias primas.
- d) Focos o fuentes de luz con protección.

- e) Báscula completa, limpia y sin presencia de oxidación en la parte de contacto con los alimentos. Se desinfecta antes y después de su uso.
- f) Envases de alimentos limpios e íntegros: libres de rupturas, abolladuras, sin señales de insectos o materia extraña con fecha de caducidad o consumo preferentemente vigente.
- g) Los termómetros para medir la temperatura interna de los alimentos se ajustan todos los días, cuando se caen o cuando se cambia bruscamente de temperatura.
 - è Se verifica su funcionamiento.
 - è Se limpian y desinfectan antes de su uso.
- h) La entrega de productos se planea de antemano y se inspecciona inmediatamente de acuerdo a las características organolépticas establecidas en el inciso 5.8 de la norma.
- i) Verifican las temperaturas para cada producto (llevan registros): Refrigerados máximo a 4°C o inferior / Congelados a -18°C o inferior.
- j) No hay alimentos o recipientes con alimentos colocados sobre el piso.
- k) El área del vehículo del proveedor que esta en contacto con los alimentos se mantiene limpia.
- l) Los alimentos congelados se reciben sin signos de descongelación o recongelación.
- m) Los productos perecederos que se reciban enhielados, no están en contacto directo con el hielo.

ALMACENAMIENTO.

- a) Pisos. Paredes y techos de fácil limpieza y en buen estado.
- b) coladeras en buen estado y sin estancamientos. Ausencia de malos olores.
- c) Cuenta con iluminación que permite verificar el estado de las materias primas.
- d) Cuenta con ventilación. En caso de ser natural cuenta con mallas de protección en buen estado.
- e) Focos o fuentes luz con protección.
- f) Sin materias primas, alimentos o recipientes colocados sobre el piso.
- g) Anaqueles de superficie inerte, limpios y en buen estado.
- h) Se aplica el procedimiento PEPS (alimentos fechados e identificados)
- i) Recipientes y envases limpios de superficie inerte, en buen estado, cubiertos y en orden.
- j) Latas sin abombamientos, abolladuras o corrosión.
- k) Alimentos sin presencia o rastros de plaga o mohos.
- l) Los alimentos rechazados están marcados y separados del resto de los alimentos, teniendo para ello un área específica e identificada.

MANEJO DE PRODUCTOS QUIMICOS.

- a) Área limpia y seca.
- b) Plaguicidas identificados, en sus envases originales y almacenados bajo llave.
- c) Almacenamiento de productos de limpieza, desinfectantes y otros productos químicos en un lugar delimitado debidamente identificado y separado de cualquier área de manejo o almacenamiento de alimentos.
- d)
 1. productos químicos en recipientes exclusivos, etiquetados y cerrados.
 2. control estricto en la distribución y uso de los mismos.
 3. indicar su toxicidad, empleo y medidas en caso de contacto o ingestión.

4. mostrar hojas de seguridad y fichas técnicas.

REFRIGERADORES.

- a) Temperatura interna de los alimentos máximo 4°C.
- b) Los termómetros para medir la temperatura de los alimentos se ajustan todos los días, cuando se caen o cuando se cambia bruscamente de temperatura.
 - è Se verifica su funcionamiento.
 - è Se limpian y desinfectan antes de su uso.
- c) Termómetro de la unidad limpio, visible, funcionando y en buen estado.
- d) Equipo limpio y en buen estado. (puertas, empaques, anaqueles y componentes)
- e) Alimentos en recipientes íntegros, limpios y cerrados, conforme al apéndice normativo. No se guardan diferentes tipos de alimentos en un mismo recipiente.
- f) Se aplica el procedimiento PEPS. (alimentos fechados e identificados)
- g) Alimentos crudos colocados en la parte inferior del refrigerador.
- h) Registros de temperaturas internas de los alimentos.
- i) Registros de temperaturas de unidad.

CÁMARAS DE REFRIGERACIÓN.

- a) Temperatura interna del alimento máximo a 4°C.
- b) Los termómetros para medir la temperatura de los alimentos se ajustan todos los días, cuando se caen o cuando se cambia bruscamente de temperatura.
 - è Se verifica su funcionamiento.
 - è Se limpian y desinfectan antes de su uso.
- c) termómetro de la unidad limpio, visible, funcionando y en buen estado.
- d) Pisos, paredes y techos de fácil limpieza y en buen estado.
- e) Coladeras en buen estado y sin estancamiento. Ausencia de malos olores.
- f) Focas o fuentes de luz con protección.
- g) Puertas, empaques, anaqueles y componentes en buen estado.
- h) Puertas, empaques y anaqueles limpios.
- i) Se aplica el procedimiento PEPS. (alimentos fechados e identificados)
- j) Alimentos en recipientes íntegros, limpios y cerrados, conforme al apéndice normativo. No se guardan diferentes tipos de alimentos en un mismo recipiente.
- k) Sin alimentos o recipientes colocados directamente sobre el piso.
- l) Alimentos crudos colocados en la parte inferior o separado.
- m) En caso de tener producto alimenticio rechazado debe estar claramente identificado como tal y separado del resto de los alimentos, pudiendo tener para ello una área específica, eliminándose lo antes posible.
- n) Registros de temperaturas internas de los alimentos.
- o) Registros de temperaturas de las unidades.

CONGELACIÓN.

- a) Temperaturas de los alimentos a -18°C o inferior.
- b) Los termómetros para medir la temperatura de los alimentos se ajustan todos los días, cuando se caen o cuando se cambia bruscamente de temperatura.
 - è Se verifica su funcionamiento.
 - è Se limpian y desinfectan antes de su uso.

- c) Termómetro de la unidad limpio, visible, funcionando y en buen estado.
- d) Equipo limpio y en buen estado.
- e) Alimentos en recipientes íntegros, limpios y cerrados, conforme al apéndice normativo. No se guardan diferentes tipos de alimentos en un mismo recipiente.
- f) *Se aplica el procedimiento PEPS. (alimentos fechados e identificados)
- g) Alimentos crudos colocados en la parte inferior del congelador.
- h) De ser un congelador horizontal:
 - è Orden y acomodo de los alimentos.
- i) Registros de temperaturas de los alimentos.
- j) Registros de temperaturas de la unidad.

CÁMARAS DE CONGELACIÓN.

- a) Temperatura de los alimentos a 18°C o inferior.
- b) Los termómetros para medir la temperatura de los alimentos se ajustan todos los días, cuando se caen o cuando se cambia bruscamente de temperatura.
 - è Se verifica su funcionamiento.
 - è Se limpian y desinfectan antes de su uso.
- c) Termómetro de la unidad limpio, visible, funcionando en buen estado.
- d) Sin alimentos ni recipientes colocados directamente sobre el piso.
- e) Se aplica el procedimiento PEPS. (alimentos fechados e identificados).
- f) Alimentos crudos colocados en la parte inferior o separado.
- g) Alimentos en recipientes íntegros, limpios y cerrados, conforme al apéndice normativo. No se guardan diferentes tipos de alimentos en un mismo recipiente.
- h) Pisos, paredes y techos de fácil limpieza y en buen estado.
- i) Coladeras en buen estado y sin estancamiento. Ausencia de malos olores.
- j) Focos o fuentes de luz con protección.
- k) Puertas, empaques, anaqueles y componentes en buen estado.
- l) Puertas, empaques, anaqueles y componentes limpios.
- m) Los alimentos rechazados están marcados y separados del resto de los alimentos, pudiendo tener para ello un área específica e identificada.
- n) Registros de temperaturas de los alimentos.
- o) Registros de temperaturas de la unidad.

AREA DE COCINA.

- a) Pisos, paredes y techos de fácil limpieza y en buen estado.
- b) Coladeras en buen estado y sin estancamientos. Ausencia de malos olores.
- c) Focos y fuentes de luz con protección.
- d) superficies de contacto con alimentos como: licuadoras, rebanadoras, procesadoras, mezcladoras, peladoras, molinos, se lavan y desinfectan después de su uso. Se desarmán, lavan y desinfectan por lo menos cada 24 horas (cuando aplique) o al final de cada jornada.
- e) Estufas, hornos, planchas, salamandras, freidoras, marmitas, vaporeras, mesas calientes, etc., limpias en todas sus partes, sin cochambre y en buen estado.
- f) Campanas y/o extractores sin cochambre y en buen estado.
- g) En caso de contar con instalaciones de aire acondicionado o tuberías en alto estar libre de goteos.
- h) Cuenta con ventilación que evita el calor excesivo y la condensación del vapor. En caso

de ser natural, cuenta con mallas de protección.

- i) Instalaciones exclusivas para el lavado de artículos de limpieza.
- j) El área de preparación de alimentos cuenta por lo menos con una estación exclusiva para el lavado de manos. Esta equipada con jabón líquido antibacteriana, cepillo en solución desinfectante, toallas desechables o secadora de aire de paro automático. en caso de usar toallas desechables cuenta con un bote para basura con bolsa de plástico cualquier dispositivo o acción que evite el contacto directo de las manos con el bote de basura.
- k) Tablas para picar, de acuerdo al apéndice normativo.
- l) Solo se emplean utensilios de superficie inerte.
- m) Las tablas, cuchillos y utensilios se lavan y desinfectan después de su uso.
- n) Utilizan trapos exclusivos para limpieza de mesa y superficies de trabajo.
- o) *Los trapos utilizados en el área de preparación de alimentos se lavan y desinfectan después de su uso.
- p) Carros de servicio, entrepaños, gavetas y repisas limpios y en buen estado.
- q) Almacenan utensilios en un área específica y limpia.
- r) Limpian y desinfectan mesas de trabajo antes y después de su uso. En procesos continuos no exceden las dos horas.
- s) El lavado manual de loza, cubiertos y utensilios se realiza según el procedimiento descrito en los puntos 5.7.9.1 al 5.7.9.5 de la norma.
- t) Lavan y desinfectan utensilios.
- u) Las temperaturas de la maquina lavalozas son las especificadas por el fabricante y/o del proveedor de productos químicos.
- v) Enjuagan los utensilios antes de introducirlos en la maquina.
- w) La carga de utensilios es adecuada a la capacidad de la maquina.
- x) El sistema de secado de utensilios se realiza como lo indican los puntos 5.7.9.5 de la norma.
- y) Los botes de basura cuentan con bolsa de plástico y están tapados mientras no estén en uso continuo.
- z) Realizan la limpieza conforme al programa establecido.

PREPARACION DE ALIMENTOS.

- a) Los alimentos de origen vegetal se lavan en forma individual o en manojos pequeños con agua potable, estropajo o cepillo (si es necesario), jabón o detergente, se enjuagan con agua potable y desinfectan.
- b) Se planea de antemano la descongelación de alimentos por medio de:
 - 1. Refrigeración.
 - 2. Horno de microondas, siguiendo de inmediato la cocción del alimento.
 - 3. Como parte del proceso de cocción.En casos excepcionales se descongela a chorro de agua potable, a una temperatura máxima de 20°C evitando estancamientos.
- c) No se sirven pescados, mariscos, ni carnes crudas.
En caso de los establecimientos en los que se sirven alimentos crudos, o a base de huevo crudo se especifica en la carta o menú que el platillo se sirve bajo consideración del comensal y el riesgo que esto implica.
- d) Temperaturas mínimas internas de cocción:
 - è El cerdo y carne molida a 69°C por 15 segundos mínimos.

- è Aves o carnes rellenas a 74°C por 15 segundos mínimo.
- è El resto de los alimentos arriba de 63°C por 15 segundos mínimo.
- e) Los alimentos son recalentados rápidamente a una temperatura interna mínima de 74°C por 15 segundos mínimos.
- f) Los alimentos preparados que no se van a servir de inmediato se someten a un proceso de enfriamiento rápido, máximo 4 horas.
- g) Los alimentos descongelados, no se vuelven a congelar.
- h) Se usan utensilios que minimizan el contacto directo de las manos con el alimento, tales como cucharones, pinzas, tenedores, etc.
- i) El personal se lava las manos antes de manipular alimentos, vajilla limpia y después de cualquier situación que implique contaminación.
- j) En caso de usar guantes, se exige el lavado de manos antes de colocárselos. Estos son desechables y se cambian después de cada interrupción.

AREA DE SERVICIO.

- a) Alimentos fríos listos para servirse y buffet a una temperatura máxima de 7°C o inferior.
- b) Alimentos calientes listos para servirse y buffet a una temperatura mínima de 60°C
- c) Los alimentos preparados y listos para servirse están cubiertos antes de iniciar el servicio.
- d) Los utensilios de servicio no se tocan por la parte que entra en contacto con los alimentos o con la boca del comensal.
- e) Los alimentos envasados en porción individual cumplen con las instrucciones del fabricante para su conservación, y una vez utilizadas se desechan.
- f) Mantelería y servilletas limpias.
- g) Área y estaciones de servicio limpias y funcionando.
- h) El área del vehículo que este en contacto con los alimentos esta limpia.
- i) Los alimentos listos para servirse, se transportan en recipientes cerrados o envases desechables.
- j) Los alimentos preparados que se transportan, no se exponen a la zona de peligro de temperaturas por más de dos horas.

AGUA Y HIELO

- a) Agua potable con un rango de 0,2 a 1,5 mg/ L (ppm) de cloro residual o análisis microbiológico por lo menos una vez al mes.
- b) Registros de potabilidad de agua.
- c) Hielo para consumo humano elaborado con agua purificada y /o potable.
- d) Se cuenta con registros de mantenimiento de equipo de potabilización y/o purificación de agua y maquina de hielo.
- e) El deposito de hielo esta limpio.
- f) Utensilios exclusivos para hielo, limpios y desinfectados.

SERVICIOS SANITARIOS PARA EMPLEADOS.

- a) Área limpia.
- b) Cuenta con:
 - è Lavabo.
 - è Agua corriente.
 - è Jabón líquido antibacteriano.

- è Toallas desechables o secadora de aire.
- è Bote para basura provisto de una bolsa de plástico y tapa oscilante, de pedal o cualquier otro dispositivo o acción que evite contaminación.
- è El WC cuenta con:
 - è Agua corriente.
 - è Papel sanitario.
- è Bote para basura provisto de una bolsa plástica y tapa oscilante, de pedal o cualquier dispositivo o acción que evite contaminación.
- c) cuenta con casilleros o un área específica para colocar objetos personales.

MANEJO DE BASURA.

- a) Área general de basura limpia y separada del área de alimentos. Contenedores limpios, en buen estado con tapa. (con bolsa de plástico según el caso).
- b) Se evita la acumulación excesiva de basura, en las áreas de manejo de alimentos .los depósitos se lavan y desinfectan al final de la jornada.

CONTROLDE PLAGAS.

- a) Ausencia de plagas.
- b) Se tiene contratado un servicio profesional para el control de plagas presentando:
 - è Licencia federal sanitaria expedida por la autoridad correspondiente.
 - è Hojas de seguridad del producto utilizado.
 - è Programa del control de plagas.
 - è Registros e informes que amparen el servicio durante los últimos tres meses.
 - è Contrato de servicio vigente.
- c) Ausencia de trampas con cebos y lámparas de luz ultravioleta de atracción de choque eléctrico, en el área de manejo de alimentos.

PERSONAL.

- a) Apariencia pulcra.
- b) Uniforme limpio y completo.
- c) Cabello cubierto completamente con cofia, red o turbante.
- d) Manos limpias, uñas recortadas y sin esmalte.
- e) El personal afectado con infecciones respiratorias, gastrointestinales o cutáneas, no labora en el área de preparación y servicio de alimentos.
- f) El personal no utiliza joyas (reloj, pulseras, anillos, aretes, etc.) u otro objeto ornamental en cara, orejas, cuello, manos, ni brazos.
- g) El personal cuenta con capacitación impartida por un instructor con registro vigente ente la SECTUR.
- h) El personal no fuma, come, mastica o bebe en el área de preparación de alimentos.

BAR.

- a) Area limpia.
- b) Utilizan cucharón y/o pinzas limpias y desinfectadas para servir hielo.
- c) No enfrían botellas en hielo con el que se preparan bebidas.
- d) Lavan y desinfectan las licuadoras y mezcladoras después de su uso. Al final de la

jornada se desarman para lavarlas y desinfectarlas.

- e) El personal cuenta con las facilidades para lavarse y desinfectarse las manos.