

REPOSITORIO ACADÉMICO DIGITAL INSTITUCIONAL

Plan de negocios: “La Mandorla”

Autor: Oscar García Vázquez

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

**Nombre del asesor:
Hugo Jaramillo Estrada**

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

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

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





ESCUELA DE GASTRONOMÍA

Plan de negocios: "LA MANDORLA"

TESINA

Que para obtener el título de:
LICENCIADO EN GASTRONOMÍA

PRESENTA

OSCAR GARCÍA VÁZQUEZ

ASESOR

C.P. HUGO JARAMILLO ESTRADA

CLAVE: 16PSU0108E

ACUERDO: LIC100416

MORELIA, MICHOACÁN

MAYO, 2012.

Agradecimientos

A mi madre por siempre
creer en mí...

A mi padre por su lucha incesante.

A mi familia por apoyarme tanto.

Al sututem y al suiicatmi por su apoyo.

A todas mis amistades.

A Dios por hacerme tan afortunado.

ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN

LA INDUSTRIA RESTAURANTERA EN MÉXICO.....	5
EL VINO EN MÉXICO	6
LA MANDORLA RESTAURANTE	6

ANTECEDENTES

1.1 LA APARICION DEL RESTAURANTE	7
1.2 RESTAURANTE.....	8
1.3 TIPOS DE RESTAURANTE	8
1.3.1. RESTAURANTE GOURMET.....	8
1.3.2. RESTAURANTE DE ESPECIALIDADES	8
1.3.3. RESTAURANTE FAMILIAR	9
1.3.4. RESTAURANTE DE CONVENIENCIA	9
1.4 GOURMET.....	9
1.5 GASTRONOMÍA	10
1.6 COCINAS MADRE	10

PROBLEMA

1.7 IDENTIFICACIÓN DE PROBLEMAS	11
1.7.1. CLIENTES	11
1.7.2. COMPETENCIA	12
1.7.3. INCUMPLIMIENTO DE MANUALES OPERATIVOS	12
1.7.4.UBICACION.....	12

OBJETIVOS Y PROPÓSITOS

1.8.1 OBJETIVO PARTICULAR	14
1.8.2. OBJETIVOS GENERALES DEL ESTABLECIMIENTO	14
1.8.3. JUSTIFICACIÓN.....	15

CAPITULO I EL CONCEPTO DEL RESTAURANTE

1.1 EL CONCEPTO DEL RESTAURANTE

1.1.1. TIPO DE ESTABLECIMIENTO	19
1.1.2 DENOMINACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO	20
1.1.3 ZONAS	20
1.1.4. CLIENTES SUFICIENTES – COMPETENCIAS	20

1.2 IMAGEN E IDENTIDAD CORPORATIVA

1.2.0. SLOGAN.....	21
1.2.2. LOGOTIPO	23
1.2.2. AMBIENTACIÓN	23
1.2.2.1. DECORACIÓN	25
1.2.2.2. CRISTALERÍA Y PLAQUE.....	25
1.2.2.3. MUEBLES	26
1.2.2.4. ILUMINACIÓN	26
1.2.2.5. MÚSICA	27

1.2.3. APARIENCIA FÍSICA DEL PERSONAL	28
1.2.3.1. PERSONAL COCINA	29
1.2.3.2 PERSONAL SERVICIO	30
1.1 POLITICAS BASICAS Y DIRECTRICES	
1.3.1. MISIÓN	32
1.3.2. VISIÓN	32
1.3.3. VALORES	32
1.3.4. FILOSOFÍA.....	32
1.4 TIPO DE SERVICIO	33
1.5 AREAS FUNCIONALES DEL ESTABLECIMIENTO	
1.5.1 PLANO ARQUITECTÓNICO DEL RESTAURANTE	36
1.5.2 COCINA	39
1.5.3 BARRA Y COMEDOR	40
1.5.4 ALMACÉN	
1.5.4.1 DE EQUIPO	41
1.5.4.2 DE ALIMENTOS	42
1.5.4.3 DE LIMPIEZA	43
1.5.5 BAÑOS	44
1.5.6 ESTACIONAMIENTO.....	44
1.6 MARCO JURÍDICO LEGAL.	
1.6.1 PERMISOS DE APERTURA	45
1.6.2 CONTRATO	46
CAPITULO II DESARROLLO HUMANO	
2.1 LIDERAZGO EMPRESARIAL Y DESARROLLO HUMANO	48
2.2 ORGANIGRAMA	49
2.3 DESCRIPCIÓN Y PERFILES DE PUESTO	50
2.4 SUELDOS Y PRESTACIONES	64
2.5 REGLAMENTO INTERNO POR ÁREA	65
2.5.1 REGLAMENTO GENERAL	65
2.5.2 REGLAMENTO ÁREA COCINA	66
2.5.3 REGLAMENTO ÁREA SERVICIO	67
2.6 POLÍTICAS POR ÁREA.....	68
2.6.1 POLÍTICAS DE LA EMPRESA	68
2.6.2 POLÍTICAS EN COCINA	69
2.6.3 POLÍTICAS EN SERVICIO	70
2.7 PROGRAMA DE CAPACITACIÓN	71
2.7.1 CAPACITACIÓN EN EL PERSONAL DE COCINA	71
1.7.2 CAPACITACIÓN EN EL PERSONAL DE SERVICIO.....	72
2.8 HORARIOS GRÁFICOS POR ÁREA.....	73
CAPITULO III SATISFACCIÓN AL CLIENTE	

3.1 SEGMENTACIÓN DE MERCADOS	75
3.2 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	77
3.3 MEZCLA DE MERCADOTECNIA	84
3.3.1 PRODUCTO	84
3.3.2 PLAZA	85
3.3.3 PRECIO	86
3.3.4 PROMOCIÓN	87
 CAPITULO IV GERENCIA Y ADMINISTRACIÓN	
4.1 BALANCE GENERAL INICIAL	90
4.1.1 PRESUPUESTO DE VENTA	91
4.1.2 PRESUPUESTO DE MATERIA PRIMA	91
4.1.3 NÓMINA	91
4.1.4 GASTO DE OPERACIÓN	91
4.1.5 GASTO DE ADMINISTRACIÓN	91
4.1.6 PRESUPUESTO DE COSTO DE VENTAS	91
4.1.7 ESTADO DE RESULTADO PROFORMA	91
4.2 BALANCE GENERAL PROYECTADO	91
4.3 ESTANDARIZACIÓN DE PROCESOS	91
4.3.1 MANUALES OPERATIVOS.....	92
 CONCLUSIONES Y TRABAJO FUTURO	
5.1 CONCLUSIONES	99
 FORMATOS ANEXOS	
RECETAS, SUB RECETAS Y RECETAS COMPLEMENTARIAS.....	102
LISTA DE INSUMOS	147
EQUIPO MAYOR, MENOR, UTENSILIOS Y MOBILIARIO DE COCINA Y COMEDOR.....	149
COSTEO DE CONSUMIBLES.....	175
FORMATO DE RECETA	178
FACTURA.....	179
INVENTARIOS.....	180
SOLICITUD DE INSUMOS	184
ORDEN DE COMPRA.....	187
MUEBLES.....	190
PERMISOS Y LICENCIAS PARA LA APERTURA.....	192
 APÉNDICES	
APENDICE A: CONTRATO DE TRABAJO.....	201
APÉNDICE B: ENCUESTA	205
APENDICE C: EVALUACION DEL PERSONAL.....	206
APENDICE D: CHECK LIST PRODUCCION COCINA.....	208
ANEXO 2: FORMATOS FINANCIEROS.....	210

SOMOS LO QUE COMEMOS
(Hipócrates)

INTRODUCCIÓN

Desde hace aproximadamente 20 años comienza una revolución gastronómica, debido a que se convierte la necesidad física en una forma de vida. La sociedad se interesa por la buena comida, comienza la globalización de los productos culinarios; y esto nos lleva a la creación de restaurantes de especialidades o fusión.

Se cambian las perspectivas de los alimentos gracias a la exigencia de la clientela gastronómica. “Alimentos producidos en masa para dar paso a los alimentos producidos para las masas”¹

La sociedad con anterioridad se preocupara por comer, ahora se comienza a identificar el gusto por la comida, se convierte en una condición el saber de qué se está alimentando el cuerpo humano.

La sociedad comienza a cambiar su dieta para mejorar la calidad de vida.

El salir a comer a un restaurante se convierte de un evento para celebrar en una cotidianidad. Cada vez son más los clientes de los restaurantes que usan las instalaciones gastronómicas como centro de negocios, lugares para socializar y en esencia un lugar donde satisfacer con buen gusto el placer de comer.

¹Álzate, Jaime. Administración y costos de cocina, Jaime álzate editor, 1998.

LA INDUSTRIA RESTAURANtera EN MÉXICO

Como lo cita la escritora mexicana Loeza, “LOS RESTAURANTES reflejo de la evolución como sociedad mexicana”²; la sociedad mexicana ha sufrido una evolución positiva hacia la gastronomía, se ha creado un interés colectivo entre las personas a empaparse de más información culinaria y a conocer nuevos y diferentes establecimientos de los que ya era común visitar.

Es importante señalar que la UNESCO (organización de las naciones unidas para la ciencia, la educación y la cultura) en mayo del 2003 se proclama la gastronomía de México como “PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL DE LA HUMANIDAD”³, lo cual nos responsabiliza a conservar nuestras riquezas gastronómicas y al mismo tiempo estar inmersos en las nuevas tendencias culinarias.

Parte del desarrollo gastronómico en los últimos 10 años ahora ya son más de 420,000 restaurantes en la república mexicana. Dato que nos indica la importancia de esta industria y la afectación positiva que se da en la sociedad mexicana.

Ya en la profesionalización de este rubro tan importante y atendiendo a la necesidad de una de una reglamentación sanitaria para la manipulación higiénica de los alimentos, la SECTUR (secretaría de turismo) crea el 21 de mayo del 2001, la norma **NMX-F-605-NORMEX-2000**, que posteriormente fue denominada “**DISTINTIVO H**” (hace referencia a la higiene del establecimiento) para mejorar y controlar la calidad de los servicios de alimentos y bebidas

²Loeza, gourmet.com revista (2007)

EL VINO EN MÉXICO

Considerados como vinos elegantes, con un cuerpo definido y llenos de sustancias minerales con sabores exquisitos; el vino mexicano está bien posicionado y compite con reconocidos vinos a nivel mundial, incluso vinos del viejo mundo que tienen DOC (denominación de origen controlado). La industria vinícola de nuestro país ha llegado a un éxito bien reconocido, lo cual induce a la creación de la cultura del vino en la sociedad mexicana; enriqueciendo la calidad de los servicios de alimentos y bebidas.

El consumo per cápita del vino en México aumenta considerablemente en los últimos diez años en 2003 se consumían 200 mililitros por año, cifra que aumenta en el 2005 a 340 mililitros por año; y alcanza en el 2007 los 500 mililitros. Por ende se comienza a generar el desarrollo buscado ya que el vino siempre se asociara con los alimentos.

Los restaurantes en México establecen en sus cartas de alimentos, apartados exclusivos para el vino, ofreciendo al cliente un nuevo horizonte para lograr una buena experiencia gastronómica.

“LA MANDORLA RESTAURANTE”

El plan de negocios denominado “La mandorla” dedica sus esfuerzos a la proliferación de la cocina tradicional italiana, ofreciendo alimentos con un alto estándar de calidad a precios honestos en un ambiente sencillo y acogedor.

Con una adecuada infraestructura para la buena manipulación de alimentos y un servicio de calidad; “La mandorla” se establece en la ciudad de Morelia, contando con un comedor para el servicio de 80 personas. En cuanto a los alimentos la mandorla ofrece una carta de más de 20 platillos y 13 bebidas que se divide en entradas, ensaladas, pizzas, sopas, pastas, postres, bebidas alcohólicas, bebidas no alcohólicas y vinos.

“La mandorla” propone un concepto esencial de la buena comida, dejando atrás ese concepto de asistir a restaurantes en ocasiones especiales y hacer gastos exagerados.

ANTECEDENTES

“El hombre con la agricultura, una limitada caza y la recolección de frutos silvestres encuentra su forma de vivir.”

Cuando el hombre descubre el fuego y lo controla, comienza una nueva etapa en la historia del hombre y la relación con los alimentos. Empieza a deshidratar alimentos para su conservación, cocina los alimentos para transformar sus propiedades y resaltar algunas características físico-químicas de los alimentos, descubren nuevos sabores y esto los lleva a la búsqueda incesante de nuevas combinaciones para desarrollar su gusto.

LA APARICIÓN DEL RESTAURANTE

“Venite ad me omnis qui stomacho laboratis, et ego restaurabo vos”³

“Venid a mi estómagos fatigaos que yo os restauraré”

“Vengan a mi estómagos atrofiados que los restauraré”

Es aquí donde aparece por primera vez y ha perdurado hasta nuestros días; la palabra RESTAURANTE, dicha en 1765 por un mesonero francés llamado Boulanger Carpentier que decide abrir en París una casa de comidas; la primera en la historia, donde servían alimentos listos para comer en una oferta muy limitada en la cual servían aves muy condimentadas, huevos y consomés.”³

Boulanger trata de atraer personas con la necesidad de comida y con la poca voluntad para transformar los alimentos.

³María del Carmen Morfin Herrera. Administración de comedor y bar.2004. Trillas. 1ªE. Mex. Pag 14

En 1800 comienza hacer furor en la zona europea donde se crea el primer restaurante del mundo; a comer fuera de casa ya que el hotelero Cesar Ritz se dedico a transformar la necesidad del comer, en una toda una experiencia. El servicio era de alta calidad y cuidaba hasta el más mínimo detalle.

RESTAURANTE

Es un establecimiento donde se transforman y venden alimentos para consumirse ahí mismo. El termino proveniente de restaurare que significa recuperar o restaurar.

Los antecedentes denotan la necesidad únicamente de alimentarse y no sobrepasan de un lugar que prepara y sirve alimentos; lo cual en la actualidad se ha convertido en una organización profesional con recursos técnicos, humanos, tecnológicos, financieros y materiales los cuales se unen para lograr una verdadera experiencia gastronómica.

TIPOS DE RESTAURANTE

Según Torruco (1987) existen 4 tipos de restaurante:

1. Restaurante gourmet

Establecimiento con un lujo particular que ofrece manjares para personas con un gusto delicado. Generalmente estos establecimientos no tienen una rotación de clientes tan grande ya que sus platillos se hacen al momento y sus productos son de la más alta calidad.

2. Restaurante de especialidades

Establecimiento delimitado por el tipo de comida que ofrece, regularmente estos restaurantes se enfocan en comida del mar, productos cárnicos de res; o eligen alguna de las cocinas internacionales. Se caracterizan por crear platillos balanceados, ricos y muy vistosos.

3. Restaurante familiar

Establecimiento que ofrece platillos estandarizados a precios moderados. Regularmente estos restaurantes pertenecen a franquicias o a cadenas restauranteras.

“Sus alimentos tienen un control de calidad pero no son platillos espectaculares”.⁴

4. Restaurante de conveniencia

Establecimiento en el cual se elabora comida generalmente autóctona de la zona geográfica donde se encuentran; los productos son por temporada y van cambiando conforme al clima. Se caracteriza por ofrecer platillos a un precio bajo, con excelente sabor y presentación.

GOURMET

- Máxime (2003) define gourmet como: arte culinario expuesto en porciones pequeñas con una presentación rebuscada, técnicas de cocción innovadoras y productos de un alto estándar
- “Persona capaz de juzgar y degustar la succulencia de un platillo o bebida”⁵
- Persona con gusto delicado y exquisito; dotado con un paladar refinado y un gusto especial por la comida y un buen servicio
- “Régimen social que indica productos de la más alta calidad y establecimientos que lleven los mejores estándares en el proceso de transformación”

⁴Miguel Torruco y Manuel Ramírez, servicios turísticos, diana, Mex. 1987, Pag 89

⁵María del Carmen Morfin Herrera. Administración de comedor y bar.2004.Trillas. 1ªE. Mex. Pag 15

GASTRONOMÍA

- “Palabra de origen griego que proviene de gáster o gastros que significa vientre o estomago y nemein que significa gobernar o digerir”.⁶
- “Gastronomía tratado que se encarga de estudiar la relación entre el hombre y su cultura, enfocado no siempre a los alimentos sino al entorno donde se desarrolla el ser humano”⁷
- “Estudio o tratado de la relación entre el hombre y su alimentación”⁸
- Gastronomía es la relación dialéctica entre el ser humano y los alimentos acompañado de la fusión de la ciencia y el arte aplicado esencialmente a lograr experiencias y no tan solo cubrir la necesidad física.

COCINAS MADRE

- ❖ FRANCESA
- ❖ ESPAÑOLA
- ❖ ITALIANA
- ❖ MEXICANA
- ❖ ASIÁTICA

Las cocinas madre son las cocinas emblemáticas de la CULINARIA MUNDIAL siendo de estas las principales aportaciones a la gastronomía.

⁶María del Carmen Morfin Herrera. Administración de comedor y bar.2004. Trillas. 1ªE. Pag 15

⁷www.wikipedia.es/wiki/gastronomia

⁸Graciela Martínez de Flores, introducción a la historia de la gastronomía, 2ª ed. Mex Pag.156

Culinaria mundial (2009) menciona las características de las cocinas madre

1. Son las más inventivas.
2. Se les atribuye la creación de métodos de cocción, corte, conservación, etc.
3. Investigan científicamente los productos alimenticios.
4. Explotan las situaciones climáticas y geográficas para hacer productos únicos.
5. Están ricas de idea y tradición.

PROBLEMA

IDENTIFICACIÓN DE PROBLEMAS

1. Clientes

El mas critico de los problemas es la ausencia de clientes, el cliente moreliano está acostumbrado a un buen precio aunque tenga que sacrificar la comodidad y el buen servicio.

Los clientes son la base fundamental para el éxito de un restaurante

Estrategias para la obtención y mantenimiento de los clientes:

- La mejor recomendación de un lugar es la de un cliente satisfecho, pero ¿cómo la mandorla obtendrá esos clientes que nos recomendaran? El desafío es la obtención de clientes por medio de una campaña mercadológica y una promoción estratégica y continua.
- Una promoción puede ser un arma de doble filo, ya que podemos acostumbrar al cliente a obtener más producto por menos de su dinero; y cuando la promoción termine lo hará con ella el cliente. Por ende mandorla tendrá una promoción semanal constante, para tener una clientela cautiva. Es decir un día a la semana se va regalar un tanto por ciento del producto comprado.

2. Competencia

Los dos establecimientos que consideramos como competencias directas por la especialidad culinaria que ofertan son, “La Pasta Nostra” y “Emilianos” los cuales ofrecen comida Italiana con un servicio americano, pero se encuentran en puntos opuestos a la ubicación de “La mandorla”. Una competencia indirecta es el centro gastronómico la huerta que se ubica a unos metros en la zona comercial de plaza la huerta, con un aproximado de 6 establecimientos de alimentos y bebidas; no oferta comida italiana entre sus productos; pero si tiene un número importante en afluencia de clientes.

El desafío no es robar la clientela del centro gastronómico, el objetivo es atraer nuevos clientes y que estos crezcan considerablemente en los primeros quince días de operación.

3. Incumplimiento de manuales operativos en cocina

Un problema importante pero fácil de solucionar es cuando los recursos humanos en una cocina no cumplen con los lineamientos de operación y ejecución de servicios gastronómicos.

Una solución objetiva es la adecuada capacitación con antelación a la apertura, la reglamentación y supervisión de la actividad laboral o la sustitución de los recursos humanos

4. Ubicación

La ubicación es un problema menor, el darnos a conocer será un reto; pero las estrategias mercadológicas, la excelencia en los alimentos y el buen servicio serán características esenciales de “la mandorla” que lo llevaran al éxito.

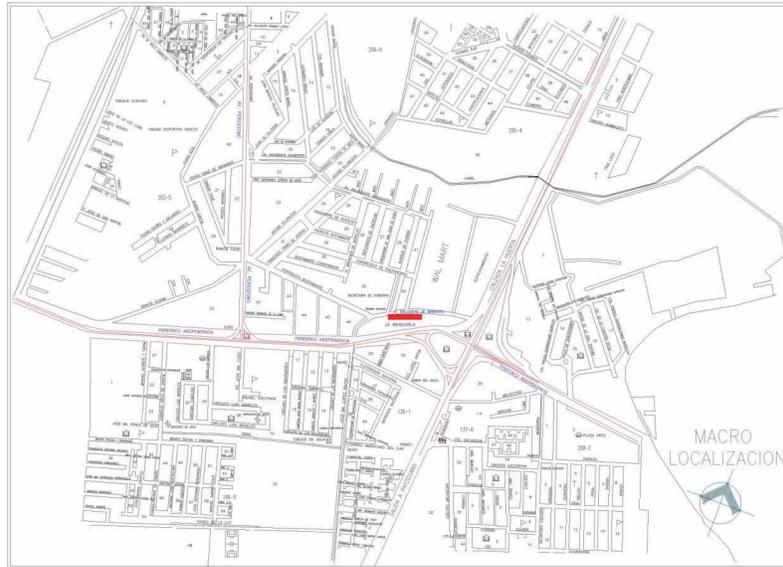


Fig. 1 Macro localización

Dirección: Calle. Encuentro de Maravatio #3755 Col. Rinconada del valle. (Fig. 1)

La ubicación también es un punto estratégico en el plan de negocios: el restaurante se encuentra dentro de una mancha urbana con algunas zonas residenciales y un conjunto de centros comerciales que atraerán la clientela del restaurante

OBJETIVOS Y PROPÓSITOS

OBJETIVO PARTICULAR

El objetivo de planear un restaurante es crear un conjunto de ideas para la operación de la empresa y se obtenga una rentabilidad deseada que conlleve a la satisfacción económica del establecimiento.

Con la elaboración del plan de negocios nos daremos cuenta de la viabilidad del proyecto al experimentar previamente algunos de los problemas más suscitados cuando se crea un ente económico. Determinar los planes de acción y alternativas que nos ayuden a la prevención y solución de algunos problemas que no se hayan contemplado.

Crear las metas específicas a corto y largo plazo según los elementos que arrojen algunos estudios previos a la apertura del restaurante.

El plan de negocios se encarga de programar el espacio idóneo para el desarrollo y aprovechamiento de los recursos materiales, humanos, financieros y tecnológicos; tomando en cuenta algunos aspectos metodológicos para lograr algunas metas más que económicas. Calculando todos escenarios negativos y positivos para atacarlos o aprovecharlos.

OBJETIVOS GENERALES DEL ESTABLECIMIENTO

Crear una empresa que genere rendimientos. Que la empresa afecte positiva y directamente en la economía de más de 25 personas y empujar al desarrollo económico de la ciudad.

Convertirse en un parte aguas en la cultura gastronómica de la ciudad, animar a la clientela a probar nuevos productos, preparaciones y combinaciones. Tener la responsabilidad de ofrecer siempre los productos de mayor calidad con un concepto fácil de comprender.

Estimar el crecimiento no solo en cantidad. El éxito de la empresa será crecer en calidad y lograr hacer de “La Mandorla” un restaurante de experiencias extraordinarias.

Preparar chefs de calidad para la integración en mercados gastronómicos globales como hotelería de gran turismo, restaurantes de 5 tenedores, comedores industriales de gran importancia, etc.

Aplicar, explotar y promover los productos locales, ya que ellos nos llevarán a mejorar costos de producción y precios de venta.

Crear la cultura de salir a restaurantes a cubrir la necesidad alimentaria e incursionar en el mundo del vino.

JUSTIFICACIÓN

La industria restaurantera se ostenta entre las más importantes dentro de la economía de la república mexicana, según estadísticas del Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática (INEGI) en marzo del 2003, el 9.8% del gasto familiar está dedicado para el sector de la industria restaurantera.

En los últimos tres años crece de manera considerable los restaurantes en la ciudad de Morelia, esto nos lleva a una competencia que mejora la calidad de los productos, servicios y precios.

Los restaurantes de origen en la ciudad se ven obligados a la renovación de sus platillos, a la oferta innovadora de productos, a la mejora de precios debido a la división de clientes en busca de nuevas experiencias.

La sociedad moreliana comienza a estar dispuesta a descubrir nuevas cosas en cuanto a la gastronomía se refiere y si los proyectos convencen; los morelianos los toman como propios y se convierten en clientes fieles. Como claro ejemplo están los restaurantes de especialidades chinas, japonesas, los asados argentinos, la cocina moreliana evolutiva, restaurantes de cocina internacional, la incursión de la hotelería moreliana en proyectos gastronómicos, etc.

La ciudad de Morelia es considerada como uno de los principales destinos turísticos sin playa en nuestro país y sede de diversos festivales de índole internacional.

Con los últimos datos del INEGI, Michoacán aparece entre los primeros 5 estados de la república mexicana percapita, con una suma de 8,192 establecimientos que ofrecen alimentos y bebidas; solo rebasados por estados similares como Puebla, Veracruz y Jalisco.

¿Por qué crear un restaurante de especialidades italianas en Morelia?

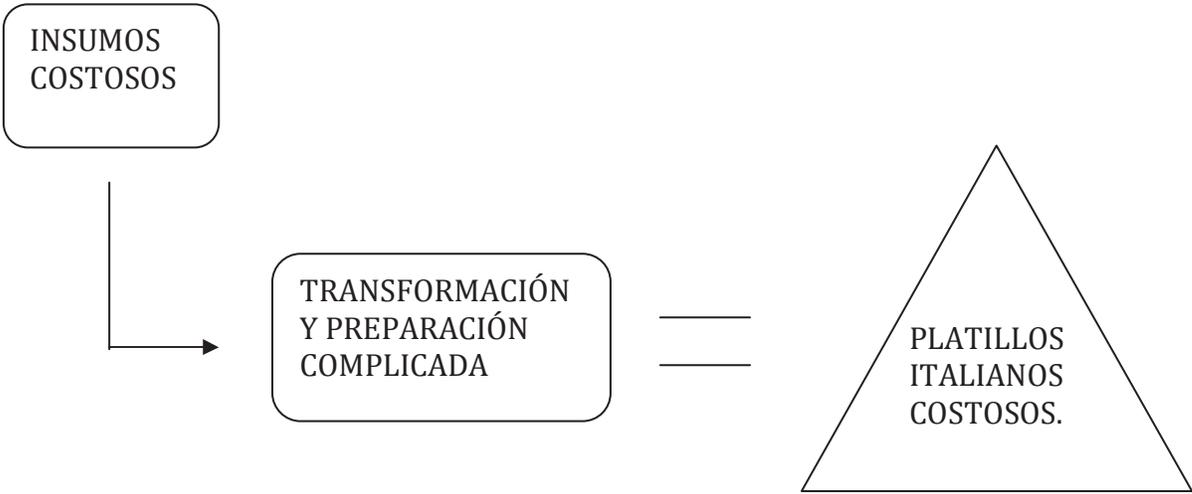
¡La cocina italiana! Me encanta...

La creación de mandorla se debe a la necesidad de la sociedad moreliana que vive en el este de la ciudad, a visitar restaurantes de especialidades italianas, de manera que logren encontrar productos a un buen precio, con excelente servicio y una muy buena calidad.

Los restaurantes de cocina italiana son visitados con bastante concurrencia; su comida es bien aceptada por la población 7 de cada 10 personas lo prefieren, y generalmente los comensales que gustan de asistir a restaurantes italianos están dispuestos a pagar el precio del establecimiento, aunque no siempre son precios convenientes.

La cocina italiana está sobrevalorada “económicamente” en la ciudad de Morelia gracias a un trinomio de conceptos erróneos que se ejemplifica de la siguiente manera:

La creencia errónea de la clientela que argumenta insumos costosos, transformación complicada = a precios altos.



La mandorla será un parte aguas entre los restaurantes de especialidades italianas, ya que ofrecerá cocina tradicional italiana con algunas adaptaciones, productos de calidad a precios convenientes para el público en general y un espacio cómodo y acogedor

Responsablemente combinaremos la calidad en el producto, en el servicio y el precio.

La cocina italiana tradicional no se ha dado a conocer, por ende “la mandorla” fusiona la cocina moderna y algunos ingredientes no de origen italiano para la buena aceptación en la sociedad moreliana; no dejando los métodos tradicionales para lograr platillos de excelencia.

CAPITULO I:

EL CONCEPTO DEL RESTAURANTE

INTRODUCCIÓN: el primer capítulo el cual se explica el tipo, la categoría y el giro en general del establecimiento, así como el logotipo de la empresa que es una parte fundamental de ubicación psicológica para nuestros clientes.

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

De forma concisa se muestra la ubicación geográfica del establecimiento, así como los planos arquitectónicos con todas las áreas dispuestas en la construcción.

“LA MANDORLA”

RISTORANTE ITALIANO

1.1.1- La mandorla es un restaurante de especialidades italianas, enfocado a la combinación de cocina tradicional y lo contemporáneo de la gastronomía, algunas implementaciones tecnológicas, montajes innovadores y cocina de autor por temporadas.

Restaurante con una capacidad de servicio de 80 personas, está repartido de la siguiente manera:

No. Mesas	Capacidad de comensales
12	4
4	2
4	6

Servicio a la carta distribuida en 4 tiempos

- Antipasti (entradas o ensaladas)
- Primi piati (plato principal)
- Contorno (guarniciones o platillos secundarios)
- Dulci (postres)
- Vini (vino)

Con un tipo de servicio americano sin estándares generales en tiempo de servicio de alimentos ya que algunos platillos se hacen al momento. Con un cheque promedio de 210 pesos en un menú de 3 tiempos con una bebida.

1.1.2.- ENTE ECONÓMICO DEDICADO AL DESARROLLO Y SERVICIO DE PRODUCTOS VITALES.

La mandorla dedica su esfuerzo a lograr excelencia en la cultura gastronómica gracias a una combinación de calidad en los productos, correctas prácticas en la manipulación en los alimentos, un precio conveniente y como valor agregado un servicio de primera.

Dirigido a personas que gustan comer fuera de casa, con poder de adquisición de medio a medio – alto; dirigido también a personas que gustan de probar nuevas combinaciones; se puede adaptar como centro de negocios y la terraza es un lugar ideal para ocasiones especiales.

1.1.3.- ZONAS

El establecimiento se encuentra en una zona estratégicamente concurrida, ya que a tres km a la redonda se encuentran 5 zonas residenciales (Jardines del toreo, Cosmos, Los pinos, Torremolinos, Riviera I y II) con un poder adquisitivo medio- alto, a unos cuantos metros se encuentra uno de los más importantes centros comerciales de la ciudad, con lo cual nos asegura una zona de tránsito concurrida pero moderada al no ser una avenida.

1.1.4.- CLIENTES SUFICIENTES – COMPETENCIA

Llevando a cabo un estudio de mercado se puede afirmar el éxito del restaurante; la mejor apuesta de “La mandorla” será la excelencia de sus productos y las recomendaciones de cliente en cliente.

Con no menos de 5 zonas residenciales con una considerable suma de habitantes, se puede establecer que la afluencia de clientes en el restaurante será la adecuada, Los clientes llegaran por una estrategia mercadológica pero se tendrán cautivos gracias a una adecuada calidad en el servicio gastronómico.

La competencia en cuanto a servicios de alimentos es mucha, encontramos aproximadamente 8 establecimientos que son competencia potencial, pero no son competencia directa, sirven alimentos prefabricados y lo mas similar son establecimientos que venden solamente pizza.

En la “La mandorla” se fabrican pastas frescas, las masas y el pan se elaboran de manera artesanal, sin la utilización de maquinas para batir ni maquinas de fermentación inducida, valor agregado que tendrán cautivos a los clientes.

1.2 IMAGEN E IDENTIDAD CORPORATIVA



Fig. 2 Logotipo “La mandorla”

Slogan: *hacemos de la hora de la comida una experiencia inolvidable...*

HACEMOS DE LA HORA DE LA COMIDA UNA EXPERIENCIA INOLVIDABLE

“LA MANDORLA” en español la almendra... este nombre se debe a la mitología que nombra un pequeño sol aceitoso envuelto de roca que atrae el éxito.



En la historia de la religión católica es un marco de forma oval (fig. 2.1) donde aparecen personajes importantes como Jesucristo y la virgen maría forma que refleja estabilidad. Para la arquitectura romántica es una esfera celeste donde solo se podía representar imágenes divinas.

Fig. 2.1 forma oval católica

1.2.1. EL LOGOTIPO



El logotipo del restaurante son un par de almendras con cascarilla que refleja sobriedad como lo es el concepto del restaurante; y se determina ya que asegura la estabilidad y el éxito en el trabajo según la religion catolica.

1.2.2 AMBIENTACIÓN

El restaurante “La mandorla” está ambientado de una manera sencilla pero elegante, está inclinado a la ambientación rustica, con sillas y mesas de madera, para hacer lo más tradicional el ambiente del lugar. La barra y contra barra del restaurante están elaboradas con maderas talladas y terminadas en colores mate.



Fig. 3 Ambientaciones del restaurante “La mandorla”



Fig. 4 Ambientación “La mandorla”

Es una construcción acogedora por la zona comercial en donde está situado el establecimiento. La ambientación sugiere tranquilidad debido a los colores utilizados (blanco en las paredes, blanco hueso en el piso y color madera nogal en nuestras mesas y sillas), la luz es amarilla y en algunos lugares del restaurante es menos intensa.

La arquitectura del restaurante está pensada para lograr una experiencia confortable en un ambiente agradable que invita a quedarte.

1.2.2.1. DECORACIÓN

La decoración de “La mandorla” es rustica en su totalidad y contiene elementos decorativos, como candelabros, cuadros de pintores italianos y algunas esculturas que aluden a la cultura italiana.

Está cuidadosamente decorado ya que no es un lugar saturado de elementos decorativos; “siempre lo sencillo será lo más elegante”. Logramos decorar con equipo de cocina antiguo, vitrales, cuadros, lienzos, floreros, mesas rusticas, etc. Para que los clientes a la hora de visitar el restaurante se envuelvan del ambiente que se ha creado para ello.

1.2.2.2. PLAQUE Y CRISTALERIA

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

En cuanto a la cristalería, se utilizan vasos y copas fabricados con cristal, ya que es más elegante que el vidrio y con un buen proceso de limpieza es un buen indicador de un buen manejo higiénico de los instrumentos.

La loza que se emplea en el servicio de alimentos es de porcelana, ya que asegura su durabilidad y por su color blanco otorga un buen espacio para el punto focal del platillo.

1.2.2.3. MUEBLES

Las sillas son de madera, tienen un acabado de pintura en color nogal mate; tiene un cojín forrado de una tela roja que armoniza con los colores de la decoración del restaurante. (fig. 1 anexo)

Las mesa son de igual tono que las sillas con color nogal en acabado mate, con un terminado rustico; y tendrán capacidad para dos-cuatro (fig. 3 anexo) y seis personas (fig. 2 anexo)

Las mesas de pared que tendrán el objetivo de decorar, serán mesas que tiene un uso anterior, son mesas apolilladas por efectos del tiempo; esto hace más atractivo a elemento decorativo.

Este tipo de mesas tendrán dos funciones, uno decoración y dos; serán equipo de almacenaje; por ejemplo la mesa de los cajones (fig. 4 anexos) será utilizada para guardar el plaque limpio. El mueble que tiene compartimentos (fig. 5 anexo) tendrá la función de almacenar manteles de mesa, servilletas, velas, etc. En esencia equipo para el montaje de las mesas y servicio.

1.2.2.4. ILUMINACIÓN

Cuando se habla de un restaurante, la primera impresión que se recibe es la arquitectura y la iluminación del lugar, que aunque no sean el principal atractivo tratándose de un negocio gastronómico, generará el nivel de confort que se ofrece.

El uso de la luz será una herramienta imprescindible para crear el espacio adecuado dando al restaurante la personalidad y clima deseado; incluso logrando recrear el estado de ánimo de los comensales y su permanencia.

Hablando de iluminación natural, el local contará con diversos puntos positivos y negativos respecto al tema, ya que se cuenta con zonas con buena absorción luminosa, como lo es el acceso y la terraza y existen áreas como la planta alta donde se dependerá de efectos de luz para crear las sensaciones deseadas.

Adentrándose un poco a algunas sensaciones generales se puede hacer referencia a una iluminación intensa y estática, la cual invitará a una comida rápida y sin distracciones, siendo este tipo de luz usada en ocasiones de festividades que requieren de una rotación constante de los clientes. Sin embargo el uso de una iluminación con más efectos y cambios de tenue a luz media, y colocando luminarias de centro de mesa y luz indirecta en paredes y techo, será la más utilizada creando la sensación de participar en una degustación tranquila, desarrollándose atmósferas cálidas y sensuales entre los comensales.

1.2.2.5. MUSICA

La música es una parte fundamental de la ambientación proyectada en “La mandorla” restaurante, con temas baladas, algunos temas tradicionales de la cultura italiana, bossa nova y algunos temas de antaño adaptados a música lounge o chill out.

Interpretes italianos utilizados en “La mandorla” restaurante:

- Antonello Benedetti
- Vasco Rossi
- Richard Hawley
- Eros Ramazotti
- Jovanotti
- Andrea Bocelli
- Algunas orquestas italianas

Todo, desde una consola que tiene bien distribuido el sonido con 6 bocinas repartidas estratégicamente para que ambiente, y no perturbe la actividad de la clientela; al contrario que la música acompañe y potencialice su experiencia.

1.2.3 APARIENCIA FÍSICA DEL PERSONAL

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

PERSONAL DE COCINA

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

- **Filipina blanca:** (que indica pulcritud) una filipina de broche cruzado y una sola línea de botones; que tenga en la espalda una rejilla que ventile al cocinero. (fig. 5)
- **Un pantalón de cocina:** elaborado con tela de gabardina de color negro. (fig. 6)
- **Mandil largo:** hasta los tobillos y de color negro (fig. 7)
- **Limpiones blancos:** (1 largo, 2 cortos) el largo servirá para tomar platos calientes y colocarlos en la zona de servicio de meseros, o para tomar equipo caliente; los limpiones cortos servirán para colocar tablas y limpiar de manera constante sus áreas de trabajo.
- **Gorro de chef:** los chefs y cocineros tendrán siempre que utilizar una red para contener el pelo, y de igual manera tendrán que usar un gorro blanco. (fig. 9)
- **Zapato de cocina:** antiderrapantes de color negro (fig.8)



Fig. 5 Filipina blanca



Fig.6 Pantalón de cocina



Fig.7 Mandil largo



Fig. 8 Zapatos de cocina



Fig. 9 Gorro de chef

PERSONAL DE SERVICIO

La experiencia histórica de la industria restaurantera nos indica que el personal de servicio tiene que ser una persona amable, culta y tener una etiqueta distinguida y buen porte.

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

- **Pantalón negro:** pantalón de vestir de color negro (fig. 10)
- **Camisa blanca:** camisa de vestir que tendrá la característica de ser de mangas largas y tendrá bordados de manera elegante logotipos (fig. 11)
- **Chaleco negro:** chaleco negro elegante bordado. (fig. 12)

- **Zapato negro:** zapato de charol. (fig. 13)
- **Corbata negra.** (fig. 14)
- **Mandil:** corto con incisiones en tela, de color negro. (fig. 15)



Fig. 10 Pantalón



Fig. 11 Chaleco



Fig. 12 Camisa



Fig. 13 Zapato negro



Fig. 14 Corbata



Fig. 15 Mandil

1.3. POLÍTICAS BÁSICAS Y DIRECTRICES

El restaurante “la mandorla” estará posicionado entre los restaurantes italianos numero uno de la ciudad de Morelia. Tendrá el reconocimiento de su distinguida clientela y será un lugar obligado a visitar por los turistas; gracias al éxito de sus recetas y un excelente servicio.

Será parte de las propuestas prometedoras en cuanto a gastronomía a nivel nacional. Y tendrá como fundamento la invención de platillos, cuidando a detalle las viejas mezclas y preparaciones tradicionales.

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



1.3.1 MISIÓN: lograr la perfecta combinación entre nuestros platillos y el vino, un ambiente acogedor, música que encanta y un servicio de calidad; son los elementos más importantes para la satisfacción de nuestros clientes.

1.3.2 VISIÓN: estar posicionado dentro de los mejores restaurantes de la ciudad; tener una atención excepcional y crear una proliferación de la buena cocina; proponer una interacción obligada con los alimentos y el vino.

1.3.3 VALORES:

HONESTIDAD: Servir siempre ingredientes de la más alta calidad, respetando la relación precio - producto con un alto estándar en su transformación.

Respeto a los productos naturales; adecuadas técnicas de conservación, utilizando las mejores y más innovadoras técnicas culinarias.

RESPONSABILIDAD: tener siempre un sentido de responsabilidad en la toma de decisiones, ya que son estas las que dirigen el rumbo de la empresa. De igual manera responsablemente cumplir con las obligaciones creadas con los trabajadores de la empresa para una estabilidad y mejorar su calidad de vida.

1.3.4. FILOSOFÍA

La filosofía empresarial de “la mandorla” es, en un enfoque económico, el conjunto los pasos a seguir por el personal para el logro de los ideales comunes:

1. El capital humano es la fuente más importante del éxito empresarial
2. Cuando la sociedad descansa y festeja, es cuando nosotros más trabajamos.
3. En esencia la atención al cliente y su fidelidad serán el sostén de nuestro negocio, distinguiendo su satisfacción como el principal logro del servicio, lo económico vendrá inmerso en la acción.

4. Explotar y promover el talento culinario de todos y cada uno de sus trabajadores; la retroalimentación es la base para lograr la excelencia.
5. Identificar y aplicar la fórmula adecuada para que los clientes obtengan beneficios a la salud y logremos combatir en una gran medida, la enfermedad del siglo XXI llamada obesidad.
6. Capacitar a la sociedad por medio de festivales gastronómicos, conferencias culinarias, congresos, etc. Para la mayor aceptación de cocinas internacionales, fusión y de autor; en cada uno de los individuos, creando con ello una consciencia para la evaluación de los servicios gastronómicos y fomentando el interés a concurrir a los establecimientos de alimentos y bebidas.
7. Ser pacientes en cuanto al éxito del negocio y cuando se logre, no caer en la soberbia, multiplicar esfuerzos para la reproducción de escenarios que favorezcan el crecimiento de la empresa.
8. Estar a la vanguardia en tendencias culinarias sin olvidar el estilo del restaurante.

1.4. TIPO DE SERVICIO

El tipo de servicio de alimentos y bebidas, se determina generalmente por el giro del restaurante, o de manera particular adaptándose a los medios geográficos y de cultura del entorno.

“Existen en el rubro gastronómico tres grandes divisiones en los tipos de servicio:

- **SERVICIO FRANCES**
- **SERVICIO AMERICANO**
- **SERVICIO RUSO**

Aunque de manera informal y no bien reconocidos por los manuales de protocolo también figuran los siguientes:

- SERVICIO INGLES
- AUTO SERVICIO (SELF SERVICE)
- JAPONES

Es importante mencionar el significado de cada uno de los tres más importantes tipos de servicio:

SERVICIO FRANCES: servicio utilizado en restaurantes de cinco tenedores, se caracteriza por el lujo y la excelencia. Los alimentos son servidos en platonos de plata decorados cuidadosamente hasta el más mínimo detalle. Se utiliza de manera constante el gueridon para transformar los productos enfrente del comensal y sea más interesante la experiencia.

La secuencia de este servicio comienza con el trayecto de fuentes servidas desde la cocina, presentando al cliente por su lado izquierdo a nivel de la mesa para que este sirva la ración deseada. En el caso de las sopas el mesonero tiene la facultad de servir el producto con los límites que el comensal le indique.

Los instrumentos ya no utilizados se retiran del mismo lado donde se ha servido con anterioridad.

SERVICIO RUSO: los platillos se presentan en fuentes desde la cocina, por el lado izquierdo el mesonero sirve la cantidad deseada por el comensal, y los platos y vasos sucios se retiran por el lado derecho.

La diferencia con el servicio francés es que el producto se muestra de manera natural antes de cortarlo.

SERVICIO AMERICANO: es el servicio más utilizado gracias a los beneficios de control de porciones, presentaciones y temperaturas de los platillos.”⁹

⁹María del Carmen Morfin Herrera. Administración de comedor y bar.2004. Trillas. 1ªE. Mex. Pag 131,132.

“Es un servicio rápido que requiere de una gran habilidad tanto del equipo de cocina como de los elementos de servicio. Y funciona de la siguiente manera: los platillos se sirven del lado izquierdo y los platos y cubiertos sucios se retiran del lado derecho, las bebidas se sirven del lado derecho (fig. 21) y se retiran por el mismo.”¹⁰

El restaurante “La mandorla” decide utilizar el servicio americano, contemplando diferentes factores:

- Por el tipo de restaurante que es.
- Por el control de calidad, porción y decoración que se puede tener en cocina.
- Por el entorno en el que está establecido “La mandorla”.
- Por los objetivos planteados en cuanto a la calidad en el servicio.
- Por la cantidad de clientes y la rotación en las mesas del restaurante.



Fig. 16-A servicio americano



Fig. 16-B servicio americano

¹⁰ María del Carmen Morfin Herrera. Administración de comedor y bar.2004. Trillas. 1ªE. Mex. Pag 131,132

Nuestros meseros responsablemente tienen una buena actitud en el servicio, siendo el servicio personalizado la única forma en la que podemos decirle nuestros clientes lo importantes que son para nosotros.

1.5. Áreas funcionales del establecimiento.

1.5.1 Plano arquitectónico del restaurante



Fig. 17 Plano general y con medidas.



Fig. 18 planta baja “La mandorla” restaurante



Fig. 19 primer nivel "La mandorla"

1.5.2. COCINA



Fig. 20 Cocina

La cocina es el espacio dispuesto para la recepción y transformación de los alimentos. Es el lugar más importante del restaurante.

El equipo de cocina se distribuye optimizando cada espacio del área en cocina. En la parte de atrás de la cocina se encuentra una línea compuesta de plancha, grill, freidora, hornillas y una mesa de trabajo. En la pared de la derecha se encuentra el horno de piedra. (fig. 21)

En la parte del centro de la cocina, se encuentra una mesa de trabajo dual, en forma de isla; en un extremo de esta mesa se encuentra otra mesa de trabajo dispuesta para la cocina fría y del lado opuesto se encuentran el refrigerador y congelador.

En el espacio que se encuentra en contacto con la estación de servicio de meseros, se encuentra la zona caliente o de servicio de platillos. En esta zona se dispone una mesa de trabajo para colocar y servir los platos que se llevaran al comensal.



Fig. 21 Horno de piedra

En la parte de la derecha de la cocina, se encuentra la estación de lavado, que cuenta con dos trenes de tarjas, un anaquel para equipo de cocina y platos; y delimitando el refrigerador y congelador se encuentran dos anaqueles a un costado que sirven para almacenaje de productos alimenticios.

Y por ultimo en la parte derecha del fondo de la cocina se encuentra el almacén de alimentos, el cual se encuentra con una ventilación, lo que ayuda a mantener un ambiente fresco.

1.5.3. BARRA Y COMEDOR



Fig. 22 Barra

La barra es donde se elaboran toda la variedad de bebidas que se ofrecen en la carta. Dispone de peldaños para almacenar como exhibidor las botellas de licores y destilados que se utilizan.



Fig. 23 Comedor

El comedor es el espacio dispuesto para la ingesta de alimentos y bebidas de un restaurante; en “La mandorla” se utilizan muebles de tipo rustico para acondicionar el comedor; cuenta con 20 mesas y 80 sillas.

1.5.4. ALMACÉN

El almacén es un espacio físico que se construye con el objetivo de almacenar, diferentes tipos de equipo, materiales o consumibles

La infraestructura de un almacén está regida por diferentes elementos:

1. Tipo de establecimiento
2. Tamaño del establecimiento
3. Rotación del producto del establecimiento
4. Ubicación del establecimiento
5. Giro del establecimiento

En el caso del almacén del restaurante “La mandorla” tendrá tres diferentes tipos de almacén:

- De equipo
- De alimentos
- De limpieza

1.5.4.1. EQUIPO

Este almacén está dispuesto de forma cuadrada dentro de la cocina, con una medida de dos metros por lado; omitiendo la construcción de una pared para la circulación del personal que use el equipo.

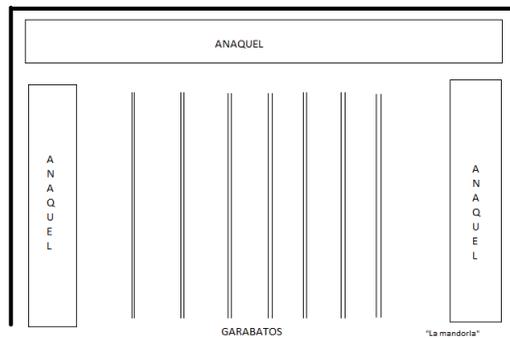


Fig. 24 Plano almacén de equipo

1.5.4.2. DE ALIMENTOS

Es necesario mencionar que los ingredientes que se almacenan por un tiempo prolongado son insumos de abarrotes, como harina, azúcar, sal, sazonadores, condimentos, hierbas deshidratadas, alimentos enlatados, etc. Productos que requieren de una luz natural indirecta y una temperatura constante entre los 16 y los 20 grados centígrados.

Los anaqueles están elaborados con acero inoxidable para una mayor higiene en el almacenamiento de los productos.

Y está dividido de la siguiente forma:

- Panadería
- Sazonadores y especias
- Pastas
- Deshidratados
- Enlatados y tetra pack
- Conservas y purés.
- Bar.

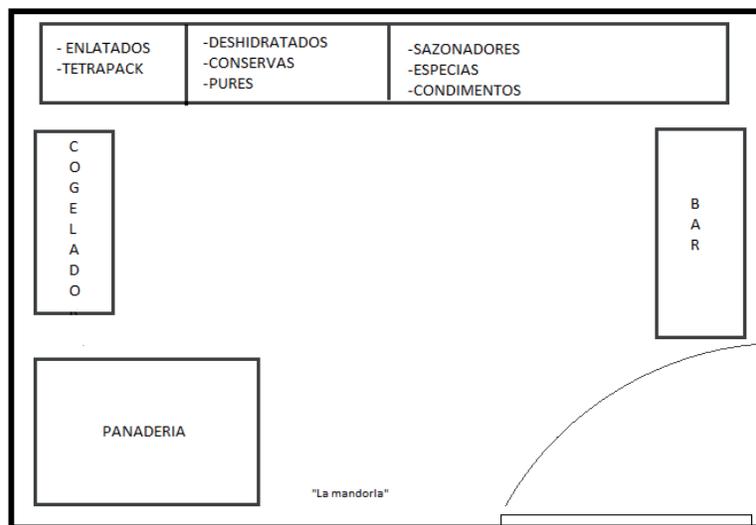


Fig. 25 Plano de almacén de alimentos.



Fig. 26 Almacén de alimentos



Fig. 27 Almacén de bar

1.5.4.3. ALMACÉN DE LIMPIEZA

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

Elementos de limpieza almacenados:

- Escobas
- Trapeadores
- Recogedores
- Cubetas
- Detergentes
- Sosa para cocina
- Desengrasantes
- Papel absorbente
- Rollos de papel para baño
- Pastillas aromáticas
- Jabón para manos
- Servilletas



Fig. 28 Almacén de limpieza

1.5.5. BAÑOS

Los baños que ofrecen un servicio sanitario están ubicados en la planta baja para uso de todos los comensales dividido en dos partes, una para caballero y el otro para damas; teniendo el retrete delimitado y el lavamanos en la parte exterior del espacio para aquellos clientes que solo disponen a lavarse las manos.

1.5.6. ESTACIONAMIENTO

“La mandorla restaurante” cuenta con 14 cajones de estacionamiento; y en festividades relevantes contamos con servicio de valet parking. Cabe mencionar que la empresa no se hace responsable de robo parcial o total del vehículo, así como de cualquier acontecimiento negativo que sufra la unidad. Lo anterior estará anunciado en un marco de 2 x 1 m. en la parte alta del 1^{er} cajón del estacionamiento, legible para todos los clientes que usen de este servicio.

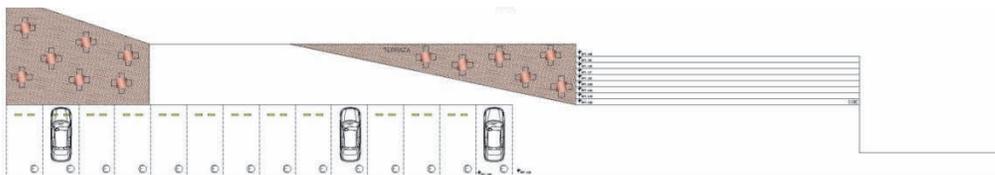


Fig. 29 Estacionamiento

1.6. MARCO JURÍDICO – LEGAL

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

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

1.6.1 PERMISOS PARA LA APERTURA DE UN ESTABLECIMIENTO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS.

1. Inscripción de la sociedad al Registro Federales de Contribuyentes (anexo dirección electrónica y ejemplo del alta).

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

2. Inscripción al Instituto Mexicano del Seguro Social (formatos anexos)

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

3. Aviso de alta a la secretaria de salud pública (formato anexo)

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

4. Visto bueno de protección civil. (formato anexo)

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

5. Licencia de funcionamiento por el H. Ayuntamiento (formato anexo)

Trámite municipal que tiene como objetivo dar licencia de venta de alimentos, bebidas no alcohólicas, bebidas alcohólicas y licores.

1.6.2 CONTRATO

El contrato que se utilizará en “La mandorla” será individual de trabajo por tiempo indeterminado, ya que asegura la estabilidad laboral del trabajador la cual es una parte fundamental para un buen desarrollo personal del mismo.

El contrato individual de trabajo será para los trabajadores del establecimiento, para un cumplimiento jurídico que ampare el cumplimiento de las dos partes, con un beneficio y obligación dual ya que el trabajador asegurará el cumplimiento patronal por conceptos de sueldos, prestaciones, vacaciones, aguinaldo, seguridad social, fomento a la vivienda, etc. Y el patrón asegurará la asistencia, pertinencia, labor, desempeño, etc. en el lugar de labores del trabajador.

CAPÍTULO II

DESARROLLO HUMANO

INTRODUCCIÓN: en este capítulo se muestran y describen todos los recursos humanos que dispone el establecimiento para su operación. Se explica de manera detallada los perfiles de puesto en las áreas de cocina y servicio; así como los sueldos y prestaciones que goza cada trabajador por el servicio prestado.

Se establecen los reglamentos y políticas de la empresa, y se hace una planeación para la capacitación del personal.

2.1 LIDERAZGO EMPRESARIAL Y DESARROLLO HUMANO

M. Stogdill (2002) define al liderazgo empresarial como el proceso de dirigir las actividades laborales de los miembros de un grupo y de influir en ellas.

En la planeación de “La mandorla” como un ente empresarial nos olvidamos de aquellas direcciones impositivas que generan confusión, temor y represión; por el contrario, usamos un modelo de convencimiento; creemos que el trabajador trabaja más y mejor cuando tiene libertad de labores, si salir de los lineamientos previamente establecidos.

Es decir el trabajador de “La mandorla” hace su labor por que el la quiere hacer, no por imposición patronal, siendo la mayor motivación del trabajador su estabilidad en el empleo y una recategorización de puestos superiores vacantes de acuerdo a desempeño laboral.

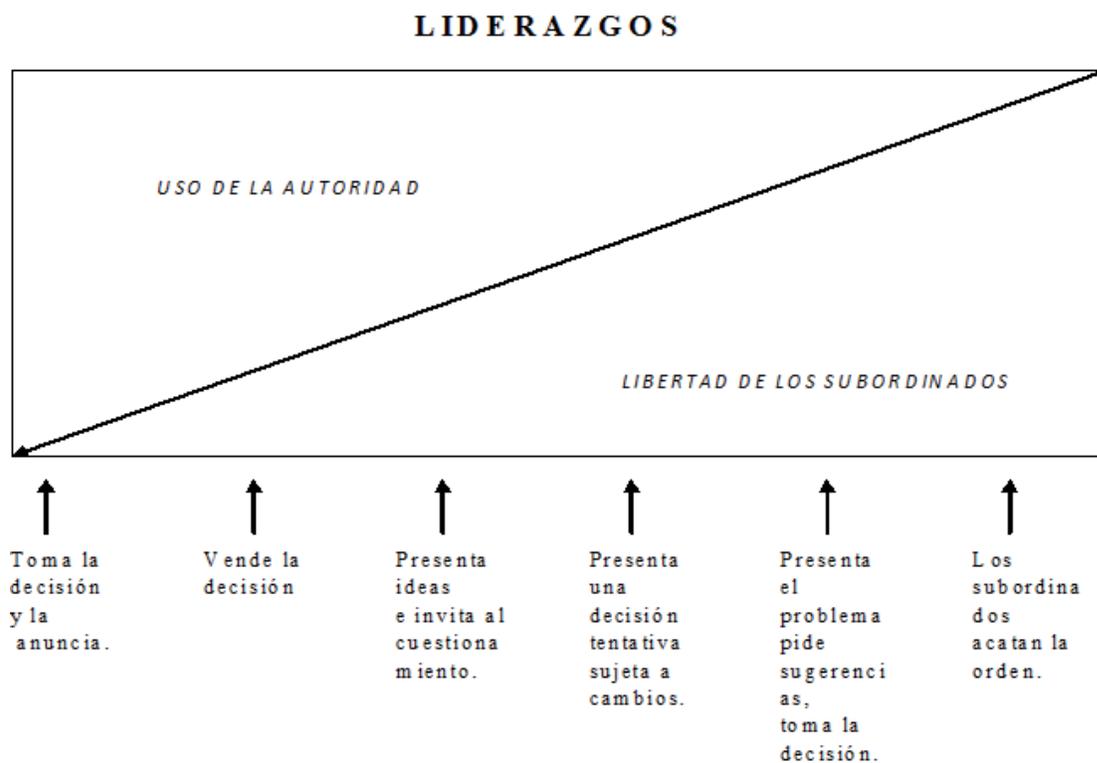


Fig. 30 Analisis de liderazgo (Ralph M. Stogdill)

DESARROLLO HUMANO

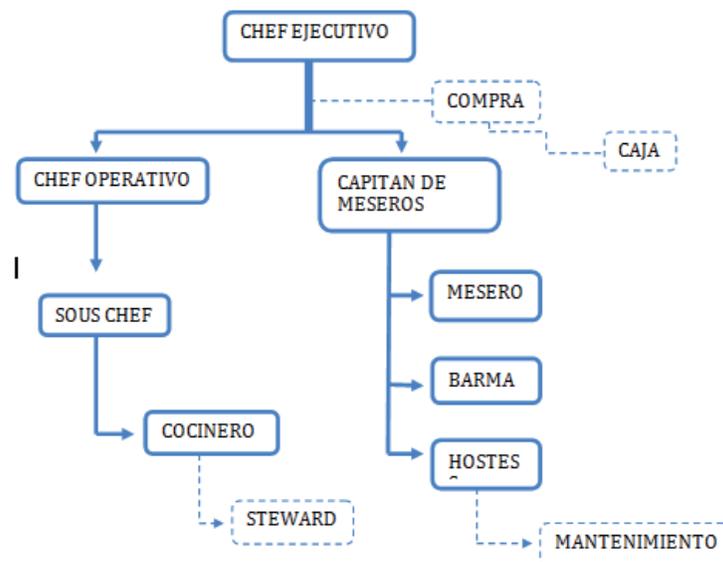
El desarrollo humano en “La mandorla” será la parte fundamental del éxito y mejora de vida de sus empleados. Aplicaremos una dinámica de comunicación y crecimiento personal, fomentaremos los elementos básicos de ética profesional y valores.

En “La mandorla” sabemos que cuando el trabajador es escuchado, apoyado, guiado, capacitado, impulsado, etc. elevan su satisfacción personal alcanzando un crecimiento interno; lo que asegura el crecimiento profesional y empresarial.

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

El personal de servicio y de apoyo deberá tener una experiencia mínima de 1 año en cualquier tipo de establecimiento de alimentos y bebidas o similar.

2.2 ORGANIGRAMA



2.3 DESCRIPCION Y PERFILES DE PUESTOS

PUESTO	CHEF EJECUTIVO
CARACTERISTICAS DE LA JORNADA LABORAL	A tiempo completo: la jornada laboral será de 48 horas semanales, prestadas de martes a domingo siendo el lunes el día de descanso. Por la naturaleza del trabajo la contratación será por tiempo indeterminado en apego a la ley federal del trabajo; la disposición del horario será flexible a las necesidades empresariales.
ACADEMIA	El chef ejecutivo tendrá que tener título y/o cedula profesional de estudios de licenciatura de cualquier rama.
EXPERIENCIA	Deberá tener mínimo dos años de experiencia comprobables como chef operativo o al menos un año como chef ejecutivo de establecimientos similares.
OTROS	Sexo: masculino, deberá ser casado, radicar en la ciudad de Morelia y contar con carta de no antecedentes penales.
DESCRIPCION DE ACTIVIDADES	<p>Administrar los recursos financieros, humanos y tecnológicos. Proponer menús. Dirigir el equipo de cocina y servicio.</p> <p>Dirigir el área de producción del Restaurante.</p> <p>Logística de eventos.</p> <p>Compras.</p> <p>Estandarización de procesos.</p> <p>Costos.</p> <p>Control de la calidad y rendimiento del Restaurante.</p>
HABILIDADES	<p>Creativo, talentoso e inventivo.</p> <p>Liderazgo.</p> <p>Valores cívicos y humanos</p> <p>Don de mando.</p> <p>Presencia organizacional.</p> <p>Elaboración de manuales operativos.</p> <p>Experiencia directiva.</p> <p>Conocimientos especializados.</p>

CONDICIONES Y RIESGOS	<p>El chef ejecutivo labora en condiciones de estrés, presión, atención al cliente y manejo de personal. El trabajo se realizará tanto en oficina como en la cocina bajo los siguientes riesgos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Riesgos de seguridad personal. • Riesgos sanitarios. • Afectación a la salud. • Riesgos legales. (por mal aplicación al marco jurídico)
-----------------------	---

PUESTO	CHEF OPERATIVO
CARACTERISTICAS DE LA JORNADA LABORAL	A tiempo completo: la jornada laboral será de 48 horas semanales, prestadas de martes a domingo siendo el lunes el día de descanso. Por la naturaleza del trabajo la contratación será por tiempo indeterminado en apego a la ley federal del trabajo; la disposición del horario será flexible a las necesidades empresariales.
ACADEMIA	El chef operativo preferentemente deberá tener estudios de licenciatura en cualquier rama, o mínimo título de una carrera técnica en alimentos y bebidas.
EXPERIENCIA	Deberá tener al menos dos años de experiencia como cocinero mayor A o sous chef; o en su defecto al menos 1 año como chef operativo comprobables.
OTROS	Sexo masculino; de preferencia deberá ser casado, radicar en la ciudad de Morelia y contar con carta de no antecedentes penales.
DESCRIPCION DE ACTIVIDADES	<p>Mide los tiempos y movimientos del departamento de cocina</p> <p>Organiza al personal para ofrecer un servicio de calidad.</p> <p>Dirige la producción previa al servicio.</p> <p>Contabilizar los ingredientes.</p> <p>Planea la producción.</p> <p>Evalúa el servicio de alimentos</p>

	<p>Opera el servicio de alimentos y bebidas.</p> <p>Elabora formatos de requisición de materias primas.</p> <p>Administra y capacita al personal.</p>
HABILIDADES	<p>Conocimientos técnicos y teóricos.</p> <p>Liderazgo.</p> <p>Valores cívicos y humanos.</p> <p>Don de mando.</p> <p>Presencia organizacional.</p> <p>Experiencia en el servicio.</p> <p>Aplicación de manuales operativos.</p> <p>Manejo de personal de servicio.</p>
CONDICIONES Y RIESGOS	<p>El chef operativo realizará un trabajo subordinado; bajo constante estrés y manejo del personal. El trabajo se realiza en cocina y en servicio.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Riesgos de seguridad personal • Riesgos sanitarios. • Riesgos psicológicos. <p>Riesgos económicos (al perecer, sobre cocinar, tirar o mal manipular producto)</p>

PUESTO	SOUS CHEF
CARACTERISTICAS DE LA JORNADA LABORAL	A tiempo completo: la jornada laboral será de 48 horas semanales, prestadas de martes a domingo siendo el lunes el día de descanso. Por la naturaleza del trabajo la contratación será por tiempo indeterminado en apego a la ley federal del trabajo; la disposición del horario será flexible a las necesidades empresariales.
ACADEMIA	El chef operativo preferentemente deberá tener estudios de licenciatura en cualquier rama, o mínimo título de una carrera técnica en alimentos y bebidas.
EXPERIENCIA	Deberá tener al menos dos años de experiencia como cocinero mayor A o sous chef; o en su defecto al menos 1 año como sous chef en establecimientos similares.
OTROS	Sexo: masculino, edad: no mayor a 30 años, radicar en la ciudad de Morelia, contar con carta de no antecedentes penales y certificado médico de buena salud.
DESCRIPCION DE ACTIVIDADES	<p>Auxiliar el Chef operativo en sus labores.</p> <p>Califica los estándares de calidad.</p> <p>Operar los tiempos del servicio.</p> <p>Opera el servicio de alimentos y bebidas.</p> <p>Elabora estrategias de producción.</p> <p>Liderar a su personal de cocina para su optimización laboral.</p> <p>Crear platillos que sean vistosos, sabrosos y de gran gusto.</p> <p>Lograr una excelencia en el servicio.</p>
HABILIDADES	<p>Don de mando.</p> <p>Ética profesional.</p> <p>Reconocimiento y administración de insumos y consumibles.</p> <p>Conocimientos técnicos culinarios.</p>

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

PUESTO	COCINERO
CARACTERISTICAS DE LA JORNADA LABORAL	A tiempo completo: la jornada laboral será de 36 horas semanales, prestadas de martes a domingo siendo el lunes el día de descanso. Por la naturaleza del trabajo la contratación será por tiempo indeterminado en apego a la ley federal del trabajo; la disposición del horario será flexible a las necesidades empresariales.
ACADEMIA	El cocinero preferentemente deberá tener título de una carrera técnica en alimentos y bebidas; o mínimo haber obtenido el certificado de un curso de cocina.
EXPERIENCIA	Deberá tener una experiencia comprobable mínima de dos años como cocinero, o ser pasante de la Lic. en gastronomía.
OTROS	Sexo: masculino, edad: no mayor a 30 años, radicar en la ciudad de Morelia, contar con carta de no antecedentes penales.
DESCRIPCION DE ACTIVIDADES	<p>Producción de los alimentos</p> <p>Limpieza (área cocina)</p> <p>Traslado de insumos de almacén a cocina</p> <p>Operar el servicio de alimentos.</p>

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

PUESTO	STEWARD
CARACTERISTICAS DE LA JORNADA LABORAL	A tiempo completo: la jornada laboral será de 36 horas semanales, prestadas de martes a domingo siendo el lunes el día de descanso. Por la naturaleza del trabajo la contratación será por tiempo indeterminado en apego a la ley federal del trabajo; la disposición del horario será flexible a las necesidades empresariales.
ACADEMIA	No aplica
EXPERIENCIA	El stewart de preferencia deberá tener mínimo 6 meses de experiencia comprobable en establecimientos similares.
OTROS	Sexo: masculino, edad: no mayor a 30 años, radicar en la ciudad de Morelia y contar con carta de no antecedentes penales.
DESCRIPCION DE ACTIVIDADES	<p>Lavar loza y equipo</p> <p>Limpiar pisos y paredes</p> <p>Limpieza general del restaurante.</p>

HABILIDADES	<p>Conocer las variedades de loza, cristalería y plaque.</p> <p>Actitud positiva y de servicio</p> <p>Buena higiene personal</p> <p>Saber utilizar instrumentos de limpieza</p> <p>Sabes manejar las maquinas lava loza</p>
CONDICIONES Y RIESGOS	<p>El trabajo se realizara en todo el Restaurante</p> <ul style="list-style-type: none"> • Riesgos de seguridad • Riesgos de higiene • Riesgos psicológicos • Riesgos asociados a la salud

PUESTO	CAJERO
CARACTERISTICAS DE LA JORNADA LABORAL	<p>A tiempo completo: la jornada laboral será de 48 horas semanales, prestadas de martes a domingo siendo el lunes el día de descanso. Por la naturaleza del trabajo la contratación será por tiempo indeterminado en apego a la ley federal del trabajo; la disposición del horario será flexible a las necesidades empresariales.</p>
ACADEMIA	NO APLICA
EXPERIENCIA	<p>Deberá tener una experiencia comprobable mínima de 6 meses como cajera, o ser pasante de la carrera de contabilidad.</p>
OTROS	<p>Sexo: masculino, edad: no mayor a 30 años, radicar en la ciudad de Morelia y contar con carta de no antecedentes penales.</p>

DESCRIPCION DE ACTIVIDADES	<p>Garantizar las operaciones de la unidad de caja, Entrega y custodia de dinero en efectivo Verificar las comandas electrónicas, bar, cocina y servicio Cobrar las ordenes Repartir las propinas Reportar los ingresos y egresos financieros.</p>
HABILIDADES	<p>Tutelar los intereses de la empresa. Conocimientos matemáticos. Disciplina Ser ordenado</p>
CONDICIONES Y RIESGOS	<p>El trabajo se realizará en el lugar dispuesto para la caja registradora ya que es aquí donde se dispone del dinero en efectivo.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Riesgos de seguridad • Riesgos psicológicos

PUESTO	CONTABILIDAD Y COMPRAS
CARACTERISTICAS DE LA JORNADA LABORAL	<p>A tiempo completo: la jornada laboral será de 48 horas semanales, prestadas de martes a domingo siendo el lunes el día de descanso. Por la naturaleza del trabajo la contratación será por tiempo indeterminado en apego a la ley federal del trabajo; la disposición del horario será flexible a las necesidades empresariales.</p>
ACADEMIA	<p>Deberá contar con un título de Lic. en contabilidad.</p>
EXPERIENCIA	<p>Preferentemente deberá contar con una experiencia mínima de 6 meses en un puesto similar o ser pasante de contabilidad en proceso de titulación.</p>
OTROS	<p>Sexo: masculino o femenino, edad: no mayor a 50 años, radicar en la ciudad de Morelia y contar con carta de no</p>

	<p>antecedentes penales.</p> <p>Ser una persona honesta.</p>
DESCRIPCION DE ACTIVIDADES	<p>Proveer al restaurante de lo necesario para su funcionamiento</p> <p>Se encarga de llevar el control de los estados financieros del restaurante</p> <p>Regula la entrada y salida de dinero.</p> <p>Asiste al área en cocina para realizar las compras.</p> <p>Realiza la orden de compra a los diferentes proveedores.</p>
HABILIDADES	<p>Conocimientos de contabilidad</p> <p>Realización de programas contables.</p> <p>Programación de inventarios e insumos.</p> <p>Disciplina</p>
CONDICIONES Y RIESGOS	<p>El trabajo de desarrollará en la oficina, teniendo como único riesgo a la salud el estrés por la cantidad de exactitud en su labor.</p>

PUESTO	MANTENIMIENTO
CARACTERISTICAS DE LA JORNADA LABORAL	<p>A tiempo completo: la jornada laboral será de 48 horas semanales, prestadas de martes a domingo siendo el lunes el día de descanso. Por la naturaleza del trabajo la contratación será por tiempo indeterminado en apego a la ley federal del trabajo; la disposición del horario será flexible a las necesidades empresariales.</p>
ACADEMIA	NO APLICA
EXPERIENCIA	<p>El personal de mantenimiento deberá tener preferentemente un mínimo de 6 meses de experiencia comprobable en un puesto similar</p>

OTROS	Sexo: masculino, edad: no mayor a 45 de años y que cuente con una carta de no antecedentes penales.
DESCRIPCION DE ACTIVIDADES	Limpieza continua de áreas comunes del restaurante Mantenimiento preventivo y correctivo en general En caso de no tener actividades de mantenimiento, estará apoyando en actividades de limpieza al personal de servicio.
HABILIDADES	Disciplina Ser proactivo Conocimientos básicos de electricidad, plomería y reparación de maquinas.
CONDICIONES Y RIESGOS	El personal de mantenimiento desarrollara su labor en todo el establecimiento exceptuando la cocina. asumiendo los siguientes riesgos: <ul style="list-style-type: none"> • Riego de seguridad personal • Riesgo a la salud

PUESTO	MESERO
CARACTERISTICAS DE LA JORNADA LABORAL	A tiempo completo: la jornada laboral será de 36 horas semanales, prestadas de martes a domingo siendo el lunes el día de descanso. Por la naturaleza del trabajo la contratación será por tiempo indeterminado en apego a la ley federal del trabajo; la disposición del horario será flexible a las necesidades empresariales.
ACADEMIA	NO APLICA
EXPERIENCIA	El mesero deberá tener una experiencia mínima comprobable de un año en establecimientos similares.

OTROS	Sexo: masculino, edad: no mayor a 40 de años y que cuente con una carta de no antecedentes penales.
DESCRIPCION DE ACTIVIDADES	Tomar las órdenes de los comensales. Acompañar en todo momento al cliente para que su visita en el restaurante sea grata. Llevar los platillos y bebidas ordenadas por los comensales en tiempo y orden. Limpieza general del restaurante excepto cocina.
HABILIDADES	Cortes Conocimientos generales de servicio americano Disciplinado Educado Buena actitud de servicio.
CONDICIONES Y RIESGOS	El mesero desarrollara su trabajo en el área de cocina y en el área de servicio teniendo como riesgos: <ul style="list-style-type: none"> • Riego de seguridad personal • Riesgo a la salud

PUESTO	CAPITAN DE MESEROS
CARACTERISTICAS DE LA JORNADA LABORAL	A tiempo completo: la jornada laboral será de 48 horas semanales, prestadas de martes a domingo siendo el lunes el día de descanso. Por la naturaleza del trabajo la contratación será por tiempo indeterminado en apego a la ley federal del trabajo; la disposición del horario será flexible a las necesidades empresariales.
ACADEMIA	NO APLICA
EXPERIENCIA	El capitán de meseros deberá tener una experiencia mínima de 2 años como capitán de meseros o al menos 3 años como mesero en restaurantes similares en operación y cantidad de comensales.

OTROS	Sexo: masculino, edad: no mayor a 40 de años y que cuente con una carta de no antecedentes penales.
DESCRIPCION DE ACTIVIDADES	Dirige las actividades del personal de servicio y apoyo Asegurarse que el comensal sea atendido lo antes posible Controlar la calidad del servicio.
HABILIDADES	Liderazgo. Valores cívicos y humanos Don de mando. Experiencia directiva. Conocimientos especializados en cuanto a la calidad en el servicio. Conocimientos culinarios en general.
CONDICIONES Y RIESGOS	El capitán de meseros desarrollara su jornada de trabajo en el comedor del restaurante y en el área de servicio ubicada en cocina teniendo como riesgos: <ul style="list-style-type: none"> • Riesgos de salud

PUESTO	HOSTESS
CARACTERISTICAS DE LA JORNADA LABORAL	A tiempo completo: la jornada laboral será de 48 horas semanales, prestadas de martes a domingo siendo el lunes el día de descanso. Por la naturaleza del trabajo la contratación será por tiempo indeterminado en apego a la ley federal del trabajo; la disposición del horario será flexible a las necesidades empresariales.
ACADEMIA	NO APLICA
EXPERIENCIA	NO APLICA, la hostess se capacita previa apertura del restaurante.
OTROS	Sexo: femenino, edad: no mayor de 30 años, peso: no mayor a 65 kg, altura: no menor a 1.70 cm, excelente presentación y contar con carta de no antecedentes penales.
DESCRIPCION DE ACTIVIDADES	Dar la bienvenida a los clientes Dar una buena impresión inicial al comensal En algunas ocasiones la hostess deberá hacer labor de convencimiento al cliente para la captación de los clientes. Asegurarse que el comensal sea atendido lo antes posible
HABILIDADES	Buena presentación Facilidad de palabra Amabilidad Actitud de servicio Tener conocimiento específico de la carta del menú
CONDICIONES Y RIESGOS	La hostess realizará su jornada de trabajo en el comedor (a la entrada del restaurante) asumiendo riesgos de salud.

PUESTO	BARMAN
CARACTERISTICAS DE LA JORNADA LABORAL	A tiempo completo: la jornada laboral será de 48 horas semanales, prestadas de martes a domingo siendo el lunes el día de descanso. Por la naturaleza del trabajo la contratación será por tiempo indeterminado en apego a la ley federal del trabajo; la disposición del horario será flexible a las necesidades empresariales.
ACADEMIA	NO APLICA
EXPERIENCIA	El barman deberá tener un mínimo de 1 año siendo encargado de barra o “barman”.
OTROS	Sexo: masculino, edad: no mayor a 40 de años y que cuente con una carta de no antecedentes penales.
DESCRIPCION DE ACTIVIDADES	<p>Servicio de bebidas</p> <p>Elaboración de garnituras</p> <p>Elaboración de inventarios</p> <p>Requisición de materia prima</p> <p>Limpieza del área del bar.</p>
HABILIDADES	<p>Conocimientos de cocteleria.</p> <p>Creativo</p> <p>Buena presentación</p> <p>Ordenado</p> <p>Facilidad de palabra</p> <p>Ser rápido</p>
CONDICIONES Y RIESGOS	<p>El cocinero realizará un trabajo subordinado que se desarrollara en el área de bar:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Riesgos de seguridad personal. • Riesgos de salud

2.4 SUELDOS Y PRESTACIONES

“**Salario:** es la retribución económica que proporciona el patrón al trabajador por su trabajo.”¹¹

El salario se integra con los pagos hechos en efectivo por cuota diaria, gratificaciones, percepciones, habitación, primas, comisiones, prestaciones en especie y cualquiera otra cantidad o prestación que se entregue al trabajador por su trabajo

El sueldo está por encima de lo establecido en la ley federal del trabajo y de acuerdo al tabulador de la comisión nacional de salarios mínimos del 1° de enero del 2012.

PRESTACIONES: El trabajador tendrá derecho a todas de las prestaciones que establece la ley federal de trabajo, la ley del seguro social y del Infonavit.

PUESTO	CANTIDAD	SUELDO MENSUAL
Chef ejecutivo	1	\$ 11,000
Chef operativo	1	\$ 6,500
Sous chef	1	\$ 4,200
Cocinero	4	\$ 3,000 (12,000)
Steward	1	\$ 2,000
Barman	1	\$3,500
Capitán de meseros	1	\$ 4,000
Cajero/a	1	\$ 2,600
Contabilidad y compras	1	\$ 3,500
Mantenimiento	1	\$2,400
Meseros	5	\$ 2,400(14,000)
Hostess	1	\$ 2,000
Total de nomina		\$ 69,700

¹¹ Ley federal del trabajo

2.5 REGLAMENTO INTERNO POR ÁREA

REGLA: “conjunción de reglas estrictas y especificas creadas por una autoridad para regir una actividad”¹²

2.5.1. REGLAMENTO GENERAL

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

¹²Diccionario Manual de la Lengua Española Vox. 2007 Larousse Editorial.

2.5.2. REGLAMENTO EN COCINA

1. Tendrán una tolerancia de 10 minutos después de su hora de entrada
2. El uniforme se compondrá de pantalón de cocina negro, filipina blanca, gorro de chef, red, mandil negro y zapatos negros antiderrapantes.
3. El aseo personal deberá de ser estrictamente diario; uñas cortas, uniforme limpio y buen porte.
4. Sin barba y bigote, maquillaje, perfumes muy aromáticos, relojes, pulseras, aretes, collares o cualquier accesorio.
5. Correcta aplicación del sistema pEpS.
6. Correcta manipulación higiénica de alimentos
7. Mantendrá el área de cocina en excelentes condiciones de limpieza e inocuidad.
8. El servicio de alimentos no deberá rebasar los 15 minutos después de haber tomado la orden.
9. Respetar el orden de las comandas por tiempos.
10. Controlar las temperaturas de los platillos fríos o calientes.
11. Separar los desperdicios orgánicos para su posterior uso en compostas.
12. Todos aquellos desperdicios que haya dejado el cliente en el plato se depositaran sin excepción en los contenedores de desperdicios.
13. Es responsabilidad de quien lo usa la limpieza y almacenaje del cuchillo.

2.5.3. REGLAMENTO EN SERVICIO

1. El uniforme se compondrá de pantalón negro, camisa blanca, corbata, zapatos negros, chaleco y mandil corto.
2. El aseo personal deberá de ser estrictamente diario.
3. Es responsabilidad compartida del personal de servicio y del personal de mantenimiento la limpieza general del restaurante (excepto cocina)
4. El personal de servicio no tiene la facultad de juzgar las opiniones o sugerencias del cliente.
5. El personal de servicio será un acompañante del cliente en el servicio gastronómico.
6. No imponer o sugerir el pago de propina por el servicio.
7. Aplicar el protocolo del servicio americano.
8. Respetar el orden de servicio en cuanto a la llegada de los clientes.

2.6 POLITICAS POR ÁREA

“Las políticas empresariales son lineamientos flexibles que se ejercen por parte de los trabajadores de una empresa para un buen funcionamiento”¹³; y su objetivo principal es eliminar la incertidumbre y crear escenarios para el cumplimiento de los objetivos. Estas tendrán un punto de flexibilidad sujeto a las circunstancias o acontecimientos que puedan surgir en la operación o en el exterior del negocio.

2.61. POLÍTICAS DE LA EMPRESA

- La empresa cumplirá con las normas de higiene en la transformación de alimentos y bebidas.
- El restaurante mejorara constantemente para asegurar la permanencia y éxito futuro del negocio.
- La empresa destinara todos los desperdicios orgánicos para su transformación y beneficio al medio ambiente.
- El restaurante contribuirá con el desarrollo cultural en el ámbito gastronómico y enológico.
- El restaurante promoverá el consumo y explotación positiva de los productos locales.
- La empresa apoyara de manera directa y sin fines de lucro a toda campaña o programa que impulse el desarrollo social.

¹³ Manual para elaborar manuales de políticas y procedimientos, ed. Panorama, 1996

- “La mandorla” repartirá sus propinas de la siguiente manera:

PORCENTAJE EN PROPINA	EMPLEADO
5%	CAPITAN DE MESEROS
50%	MESEROS
25%	COCINA
10%	BARMAN
5%	CAJA
5%	HOSTES

2.6.2. POLÍTICAS EN COCINA

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

2.6.3. POLÍTICAS EN SERVICIO

- Respeto, unidad, buen trato y compañerismo con todo el personal.
- Excelencia en el trato y atención al cliente
- Calidad en el servicio de alimentos y bebidas.
- Ética de oficio.
- Evaluación del desempeño cada seis meses
- Mantener el área de servicio en cocina y del comedor en óptimas condiciones.
- El servicio de alimentos no deberá rebasar los 15 minutos y el servicio de bebidas los 5 minutos después de haber tomado la orden.

2.7 PROGRAMA DE CAPACITACIÓN

“Todo trabajador tiene derecho a capacitación o adiestramiento que permita elevar su nivel de vida y productividad.”¹⁴

2.7.1. CAPACITACIÓN EN COCINA

- Asistencia obligatoria en días laborales de al menos uno y máximo dos trabajadores, siempre y cuando el trabajo lo permita; a congresos, simposios o festivales gastronómicos.
- Capacitación por parte de protección civil para la prevención y extinción de incendios.
- Capacitación por parte de la secretaria de salud para la “uso y manejo higiénico de los alimentos”
- Capacitación por empresas proveedoras de insumos como “Sigma alimentos”, “Nestlé Food Service” y “Rich”
- Capacitación por parte de “Moreco” para el almacenamiento y desecho de residuos especiales como el aceite de cocina, el aceite de maquinas, detergentes, etc.
- Capacitación por parte de “Puratos” para la utilización de aditivos, pectinas, mejorante y grasas para conservación del pan.
- Curso de capacitación de especialidad continúa de gastronomía por parte del “ICATMI” con duración de 1 año.
- Certificación del oficio por parte del “CECATI” en la especialidad de panadería
- Curso de capacitación por parte de “CASA DOMEQ”, “VINOS MARZEL” y “LA CETTO” para la identificación, aplicación y armonía de los vinos para cocinar.

¹⁴ Ley federal del trabajo

2.7.2. CAPACITACIÓN PARA EL PERSONAL DEL SERVICIO

Los trabajadores de servicio de “La mandorla” podrán asistir a la capacitación en horas laborales, siempre que se haya convenido de esa manera con el capacitador, el trabajador y el patrón.

- Curso de capacitación por parte del “Instituto Maurer” continúa con duración de 1 año, en el oficio de mesero.
- Curso de capacitación por parte del Maitre “Gonzalo Villa” calidad en el servicio.
- Curso de protocolo y etiqueta
- Curso de venta sugerida en carta de vinos impartido por “Casa Torres”, Casa domeq”, “La cetto”
- Curso de vino para dummies, documento impreso.
- Curso de cocina para aficionados ofertado por el “Icatmi”.
- Capacitación continúa de intercambio y visitas laborales a otras empresas restauranteras.

CAPITULO III

SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

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

3.1 SEGMENTACIÓN DE MERCADOS

El mercado son “los consumidores reales y potenciales de un producto o servicio”¹⁵

Existen en la mercadotecnia varios tipos de servicios que es importante señalar y posteriormente describir los más importantes para nuestro plan de negocios.

- **Mercado del consumidor**

Es aquel donde los bienes y servicios son rentados o comprados por individuos para su uso personal.

- **Mercado del productor o industrial**

Está formado por individuos y organizaciones que adquieren productos, materias primas y servicios para la producción de otros bienes.

- **Mercado del revendedor**

Conformado por personas y organismos que obtienen utilidades por revender o rentar bienes o servicios a otros, también conocido como de distribuidores o comerciales.

- **Mercado de servicios**

Son todas las personas físicas o morales que prestan un servicio de cualquier índole como las tiendas de autoservicio, agencia de viajes, líneas aéreas, etc.

¹⁵Maubert, Mercadotecnia, 2ª ed., editorial trillas, 2006 Mex. Pag. 29

SEGMENTACIÓN DE MERCADO: “división del mercado total en submercados o grupos significativos de compradores o posibles compradores”¹⁶

Mercado base: La segmentación de “La mandorla” está hecha principalmente por el mercado del consumidor, que a su vez asume que la división estará dirigida hacia un mercado domestico o nacional. Es decir, nuestro restaurante en un inicio no proyecta a corto ni a largo plazo el crecimiento empresarial a escalas internacionales por lo cual el criterio de división se ubica en un mercado nacional.

El grado de concentración geográfica que presenta la zona donde está ubicado el restaurante “La mandorla” aproxima los 4,838 habitantes; se encuentra en una zona concurrida que tiene buena afluencia de transportes, está rodeada de conjuntos residenciales de gran tamaño y con las capacidades económicas a donde vamos dirigidos.

Mercado meta: “La mandorla” está dirigido a un segmento de la población con un nivel socioeconómico medio, que tenga entre 16 y 60 años de edad, sexo indistinto, que tenga ocupaciones laborales o domesticas, y que tenga el lugar de residencia o laboral a 5 km de distancia a la redonda.

Una gran parte de los clientes de “La mandorla” tendrán un estilo de vida de buenos hábitos alimenticios, gente de negocios, personas que gusten de salir a disfrutar de sus alimentos a restaurantes, que tengan hábitos de consumo y practiquen constantemente las nuevas experiencias sensoriales.

¹⁶ Maubert, Mercadotecnia, 2ª ed., editorial trillas, 2006 Mex. Pag. 30

3.2 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

“Proceso sistemático de recopilación e interpretación de hechos y datos que sirven a la dirección de una empresa para tomar decisiones adecuadas y establecer una correcta política de mercado”.¹⁷

La investigación de mercados utilizada en “La mandorla” restaurante, será de tipo *concluyente*, ya que deseamos obtener información que nos ayude a seleccionar la línea de acción para el logro de nuestros objetivos.

Pasos para la investigación de mercados.

a) DETERMINAR EL OBJETIVO

Investigar que aceptación tiene la cocina italiana en la población Moreliana, si es que los morelianos conocen y saben ingerir los diferentes platillos de la cocina tradicional italiana, si los morelianos salen a comer a restaurantes y cuando lo hacen cuanto están dispuestos a pagar por este servicio de alimentos.

b) INVESTIGACIÓN PRELIMINAR

Los restaurantes de especialidades italianas en la ciudad de Morelia cumplen con las necesidades culinarias de los clientes, pero como una condición de todos ellos, ofrecen platillos costosos y una fusión extraña para una mejor aceptación en la clientela.

Los morelianos tienen una limitada cultura gastronómica italiana, por los pocos establecimientos que ofertan de manera autentica esta especialidad.

c) DETERMINAR LA HIPÓTESIS

Los morelianos tienen un alto porcentaje de aceptación en los restaurantes de especialidades italianas, una gran parte de ellos no tienen el conocimiento de la verdadera cocina tradicional italiana. Salen a comer a restaurantes consuetudinariamente y disponen de un buen porcentaje de sus ingresos para este tipo de industrias de alimentos y bebidas.

¹⁷“Laura Fisher” Maubert, Mercadotecnia, 2ª ed., editorial trillas, 2006 Mex. Pag. 133

d) MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

El método de investigación utilizado para la obtención de información será el del cuestionario con una mezcla de formatos de preguntas en el cual podemos mencionar que en su mayoría son las de opción múltiple, pero encontramos dicotómicas y de escala.

El tipo de muestreo para elegir a los encuestados será una mezcla de los tipos estratificado y polietapico, es decir tomaremos como estratificado personas que tengan una edad aproximada entre los 16 y los 60 años de edad y ambos sexos; y polietapico ya que elegiremos la zona de ubicación del restaurante por manzanas para aplicar nuestras encuestas.

e) DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA Y EL UNIVERSO

La muestra se llevara a cabo en la zona de ubicación del restaurante con un total de 100 encuestas.

f) DISEÑO DEL CUESTIONARIO

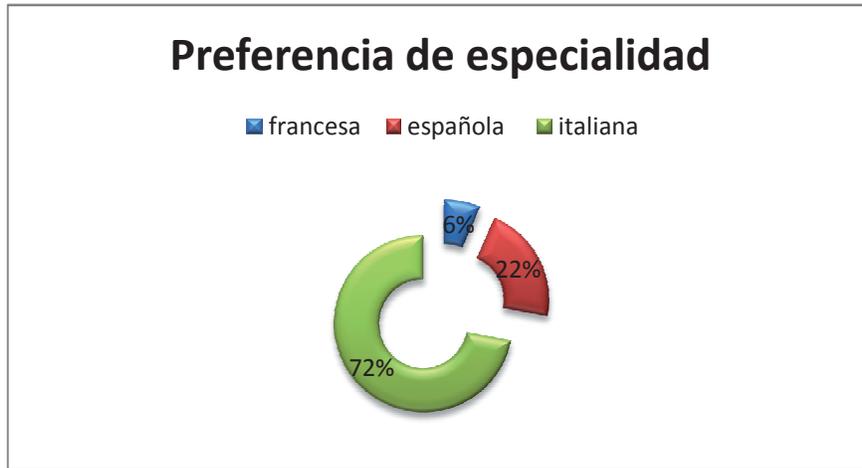
El cuestionario que se va emplear en la investigación, será para obtener información concreta, confiable y concisa de las preferencias en cuanto a las especialidades culinarias que se ofertan en Morelia; la concurrencia de la clientela local, el cheque promedio, entre otros.

La aplicación de las encuestas será en la zona de influencia y serán 100 encuestas.

*Cuestionario (formatos anexos)

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LA MUESTRA

1.-¿Que especialidad de cocina prefiere?



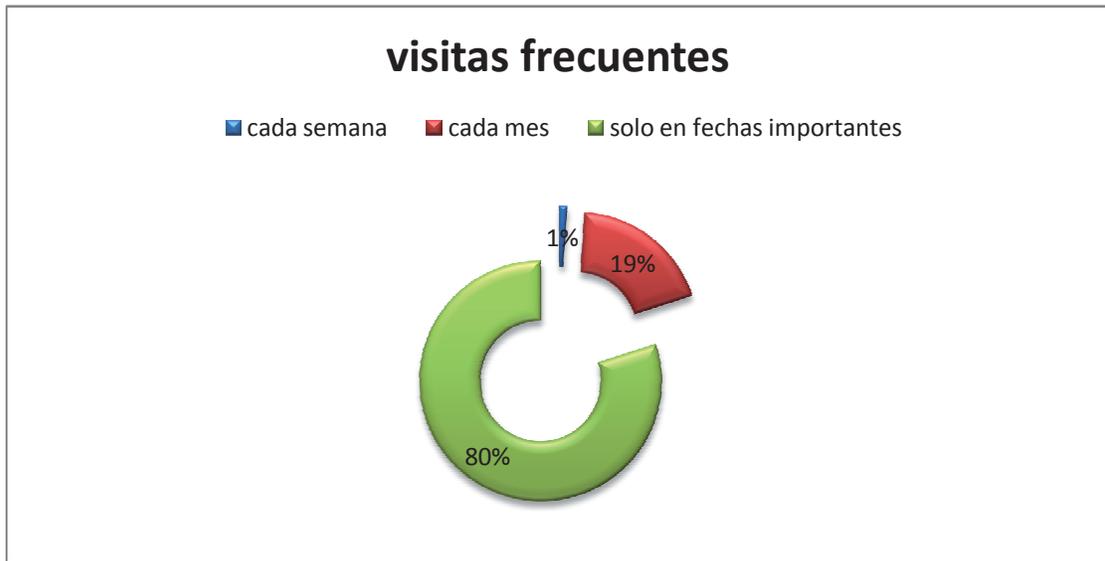
Conclusión: existe un alto porcentaje de personas que prefieren las especialidades italianas para la ingesta de alimentos, lo cual nos indica la oportunidad de éxito en el establecimiento.

2.-¿ Conoce usted la comida italiana?



Conclusión: se observa que 5 de cada 10 personas conocen la comida italiana, lo que pone en evidencia la proliferación de esta cultura en cuanto a la gastronomía en nuestra ciudad, indica que existe un antecedente de la especialidad culinaria y de manera directa proponemos platillos a buenos precios, excelente calidad y un buen servicio; para el resto de la población.

3.- ¿Con que frecuencia visita restaurantes de comida italiana?



Conclusión: el 80% de los encuestados solo asisten a restaurantes en fechas importantes, lo cual indica la oportunidad de influenciar a la población y crear una cultura de frecuentar más los establecimientos de alimentos y bebidas.

4.- ¿Al nombrarle un restaurante de comida italiana, que es lo se le viene a la mente en cuanto a comida se refiere?



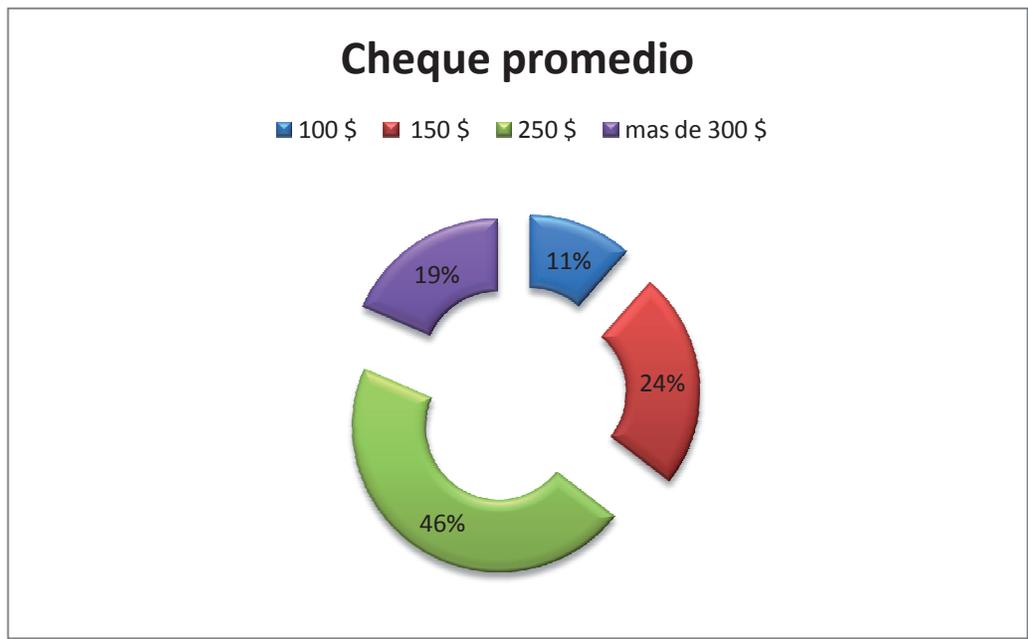
Conclusión: el 68% de los encuestados manifestó que el primero y en algunos casos el único concepto referente a la cocina italiana que conocen son las pastas, lo que evidencia el potencial del restaurante a proponer platillos diferentes.

5.- ¿Usted cuando visita un restaurante italiano sabe comer una pasta al dente?



Conclusiones: la mayoría de los encuestados desconocen el termino de cocción en la pasta denominado "al dente". La labor de "La mandorla" será instruir antes del pedido a los clientes para que conozcan las texturas y sabores que se pueden lograr cuando tienen adecuadas cocciones los alimentos.

6.- Cuando visitas un restaurante italiano con un menú de tres tiempos incluyendo una copa de vino tinto o blanco, ¿Cuánto estas dispuesto a pagar?



Conclusiones: existe un alto porcentaje que nos indica que están dispuestos a pagar un promedio de 250 pesos, sin embargo es importante señalar que este precio es un tope máximo.

7.- ¿Cuántos restaurantes de comida italiana conoce en Morelia?



Conclusiones: el 56% de los encuestados manifestó que solo conocen 1 establecimiento de comida italiana, lo cual potencializa la captación de clientes debido a que los encuestados están limitados por la falta de restaurantes de esta especialidad.

8.- ¿Qué opinas de los precios, productos y servicio que ofrecen los restaurantes de especialidades italianas en Morelia?



Conclusión: la mayoría de los encuestados opinan que la relación entre precio, producto y servicio de alimentos en restaurantes italianos, son regulares; esto nos impulsa a crear un restaurante con una excelente relación entre precio – producto; con un servicio personalizado y de calidad.

g) CONCLUSIONES GENERALES

Concluimos en las oportunidades de éxito de la empresa “La mandorla” con excelentes niveles de aceptación debido a los resultados que muestran las graficas de las encuestas. Nos indica la necesidad de la población por la inducción a la industria de alimentos y bebidas, proponer las formas adecuadas de la ingesta de los productos, y muestran en plenitud los platillos tradicionales verdaderamente italianos.

Existe una gran inquietud y buenas propuestas de las personas, al momento de hacer llenar las encuestas; hay muchas personas con buena disposición de aprender a comer correctamente y conocer platillos de la cocina italiana, pero argumentan que los restaurantes de antaño se relajan por la clientela cautiva de la que gozan y se olvidan de la inducción de los nuevos clientes de los restaurantes. Tenemos la responsabilidad de proponer una nueva cultura culinaria.

3.3 MEZCLA DE MERCADOTECNIA

“La mezcla de mercadotecnia o marketing mix son las herramientas o variables que se disponen para cumplir con los objetivos de una empresa, estas herramientas son esencialmente las 4 p”¹⁸:

- Producto
- Precio
- Plaza
- Promoción.

3.3.1. PRODUCTO

“Cualquier objeto tangible o intangible que puede ofrecerse en un mercado para atraer la atención del público y lograr su adquisición o consumo”¹⁹ pueden comprender objetos físicos, servicios, organizaciones, planeaciones e ideas.

El producto en el restaurante “La mandorla” es un producto formal, compuesto de dos partes, principia con un producto tangible que son los alimentos y bebidas y culmina con el servicio de este. El producto en la mandorla tiene las siguientes características:

- Calidad: tiene un buen control de calidad desde la adquisición de la materia prima, la recepción, su manipulación, la transformación y por último el servicio del alimento.
- Cualidades de los alimentos: los productos que utiliza “La mandorla” son de la mas alta calidad y los más frescos del mercado, se caracterizan por ser platillos con excelentes presentaciones, con aromas encantadores y sabores exquisitos.

¹⁸ Stanton, Etzel, Walker, fundamentos de marketing, 13ª edición, McGrawHill, Pag. 274

¹⁹ Maubert, Mercadotecnia, 2ª ed., editorial trillas, 2006 Mex. Pag. 51

- Estilo: los platillos de “La mandorla” son platillos elaborados con un exhausto cuidado en su proceso de transformación (manejo higiénico de los alimentos, y buen sazón); aplicamos en algunos de nuestros platillos el sistema de montaje E.U.P.F.A. (equilibrio, unidad, punto focal, flujo y altura) para cautivar a nuestros clientes; y proponemos la interacción de la cocina tradicional italiana con algunos toques de autor.

3.3.2. PLAZA

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

Tipos de plaza

1. Para productos de consumo

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

2. Para productos industriales.

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

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

Entendiendo que el mesero no es intermediario ya que no compra el producto y lo revende a un costo mayor, ni obtiene ganancias directas por la venta del producto, el mesero es solo un medio de servicio dentro de la plaza.

La plaza está ubicada dentro del lugar de producción, la cocina es donde se fabrica el producto y el comedor es la plaza establecida para la venta.

3.3.3. PRECIO

Precio: “cuantificar y expresar el valor de los artículos en una transacción de mercados.”²⁰

El precio es un elemento que se relaciona directamente con las utilidades de la empresa, para hacer si quiera una idea no formal de un producto, una de las partes fundamentales es el precio.

$$\text{UTILIDADES} = \text{INGRESOS TOTALES} - \text{COSTOS TOTALES}$$

El precio tiene un impacto importante en la psicología del cliente, ya que no siempre los precios bajos aseguran la venta de un producto; cuando se aumenta los precios de un producto se enfatiza en la calidad e incrementa el prestigio del mismo.

Para fijar el precio, tiene que tener algunos elementos:

- Costo

Es todo aquel dinero pagado para la operación de un establecimiento. En el caso del restaurante son los costos de insumos y se agregan los gastos como lo son el gas, agua, luz, salarios, etc.

- Oferta

Cantidad de producto que ofrece el establecimiento, en el caso de “la mandorla” según la planificación en días festivos y fines de semana, se estará produciendo platillos para 200 personas.

²⁰ Maubert, Mercadotecnia, 2ª ed., editorial trillas, 2006 Mex. Pag. 105

- Demanda

Maubert (2006) define como demanda a la cantidad de producto que los clientes están dispuestos a comprar; en el caso particular de “La mandorla”, haciendo un análisis de ventas mensual, concluiremos cuanto y cuáles son los platillos que se está adquiriendo consecutivamente.

Para establecer los precios de los platillos que oferta “La mandorla” nos guiamos por los siguientes conceptos:

- 1. Precios orientados al costo: basado en determinar el costo y el gasto y agregar la utilidad** (agregar un cantidad al costo del producto)
- 2. Precios del margen de beneficio** (agregar un porcentaje al costo del producto)

Los precios de “La mandorla” serán generalmente precios que se componen de la suma del costo de producción, mas el 20% de gastos varios (como gas, agua, luz, etc.) mas el 100% de la suma de costo y el gasto, por concepto de utilidad, y por ultimo la suma del 16% de I.V.A.

Algunos platillos de “La mandorla” no tendrán la pasada reglamentación en cuanto al precio; serán aquellos platillos que tienen un bajo costo de producción y tienen una buena demanda del cliente los que tendrán un porcentaje mayor de utilidad que oscila en el 150% y el 200%

3.3.4. PROMOCIÓN

“La promoción es la comunicación con individuos, grupos u organizaciones que busca de manera directa o indirecta intercambiar información y persuadirlos para que faciliten la aceptación del producto”.²¹

²¹ Maubert, Mercadotecnia, 2ª ed., editorial trillas, 2006 Mex. Pag. 11

MEZCLA DE PROMOCIÓN

Cárdenas (2001) define a la mezcla de promoción como: la mezcla de métodos promocionales que se utilizan para promover un producto; y sus elementos aplicados en “La mandorla” son:

1. Publicidad

Publicidad de productos con publicidad pionera, es la publicidad del restaurante con la finalidad de informar al cliente del giro del negocio, las comodidades, los productos que ofrecemos y estimular la demanda.

2. Venta personal

Otorga información personal del restaurante para lograr persuadir al cliente y que entre a la plaza dispuesto a la compra del producto.

3. Relaciones publicas

Es una comunicación personal específica donde, de manera masiva anunciaremos los productos del restaurante, por medio de propaganda que contenga nombre, fotografía y precio de los platillos más representativos de “La mandorla”

4. Promoción de venta

Será en esta parte donde “La mandorla” tendrá la más grande adquisición de clientes, por medio de descuentos por apertura y muestras gratis.

5. Mercadotecnia directa

Se proyectaran cupones en pastas de 3x2, demostraciones, festivales, etc. Para goce y disfrute de nuestros clientes, para sobre satisfacer sus necesidades ofreciendo un valor agregado a nuestros productos; Cupones (anexos).

CAPITULO IV

GERENCIA Y ADMINISTRACIÓN

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

4.1 BALANCE GENERAL INICIAL

BALANCE GENERAL AL INICIO DEL EJERCICIO		
ACTIVO CIRCULANTE		
Caja	\$ 2,000	
Bancos	\$ 60,000	
Inventarios	\$ 116,340	
Depositos en garantia	\$ 37,500	
TOTAL		\$ 215,840
ACTIVO FIJO		
mobiliario y equipo	\$ 1,306,658	
TOTAL	\$	\$ 1,306,658
TOTAL ACTIVO		\$ 1,522,498
PASIVO		
Proveedores	\$ 116,340	
Acreedores diversos	\$ 906,158	
TOTAL PASIVO		\$ 1,022,498.12
Capital		\$ 500,000
TOTAL PATRIMONIO		\$ 500,000
TOTAL PASIVO MAS CAPITAL		\$ 1,522,498

- 4.1.1 Presupuesto de venta (anexo en formatos financieros)
- 4.1.2 Presupuesto de materia prima (anexo en formatos financieros)
- 4.1.3 Nómina (anexo en formatos financieros)
- 4.1.4 Gasto de operación (anexo en formatos financieros)
- 4.1.5 Gasto de administración (anexo en formatos financieros)
- 4.1.6 Presupuesto de costo de ventas (anexo en formatos financieros)
- 4.1.7 Estado de resultado proforma (anexo en formatos financieros)
- 4.2 Balance general proyectado. (anexo en formatos financieros)

MANUAL OPERATIVO DEL ÁREA DE COCINA

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

		<p>(mesa lista o preproducción) de servicio de alimentos de las diferentes áreas en cocina.</p> <ul style="list-style-type: none">• El chef operativo, el sous chef y los cocineros llevaran a cabo el servicio de alimentos.• El servicio de alimentos no debe de rebasar los 12 minutos después de haber recibido la comanda.• El servicio deberá de llevar un orden cronológico, la primera mesa que ordene será la primera mesa que se sirva.• Los platillos que contengan cocción, los platos deberán de tener una temperatura de 60 grados centígrados, los platillos que sean fríos los platos deberán de tener una temperatura de 4 grados centígrados.• El chef ejecutivo deberá de dar el visto bueno a todos los elementos que componen los platillos, así como las temperaturas de servicio y el montaje de platillos.• El sous chef y los cocineros deberán de hacer labores de limpieza y ordenamiento en equipo mayor de cocina, pisos, paredes, anaqueles y almacén; para un control de la higiene dentro de cocina.• El chef operativo revisara las actividades de limpieza de cocina en general.• El sous chef elaborara las requisiciones de insumos, de acuerdo a los diferentes elementos que integran las ventas.• El chef operativo confirmara las solicitudes de insumos y elaborara las órdenes de compra de materias primas.• El chef ejecutivo ordenará, la compra de materias primas para los días posteriores.
--	--	--

3.-	OPERACIÓN EN COCINA CALIENTE Y PIZZAS	<ul style="list-style-type: none"> • Las pastas se cocinan al momento para ofrecer cocciones adecuadas. • Las salsas deberán de estar en mise & place, pero se elaboraran diario. • Las guarniciones deberán de estar elaboradas previa a la operación del servicio. • Las masas se almacenaran porcionadas, aceitadas y sin tapar en refrigeración de 4 grados centígrados sin tapar. • Las piezas de queso deberán rallarse diariamente.
-----	---------------------------------------	---

MANUAL OPERATIVO AREA SERVICIO		
1.-	EQUIPO DISPUESTO PARA EL SERVICIO	<ul style="list-style-type: none"> • El personal de servicio deberá contar con todos sus utensilios y uniforme. • El comedor deberá encontrarse en óptimas condiciones de limpieza. • Las mesas de plaque deberán encontrarse llenas con plaque limpio y trapeado. • El personal de servicio tendrá total dominio de la carta de alimentos y bebidas. • Deberá de estar marcada la mesa (lista para servir los alimentos) • Los manteles y servilletas deberán de encontrarse limpios y doblados. • Los saleros, pimenteros, vinagreras y aceiteras, son responsabilidad del equipo de servicio y tendrán que estar completamente llenas.

2.-	RECEPCIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE.	<ul style="list-style-type: none"> • La hostess deberá recibir e instalar a cliente según sus necesidades o preferencia. • De inmediato el capitán de meseros se presentara, dará la bienvenida al cliente, se pondrá a sus órdenes y proporcionará la muestra de la carta de alimentos y bebidas. • Se debe mostrar la carta carta comenzando por las mujeres y culminando con el anfitrión; la carta deberá mostrarse abierta. • Unos minutos después (considerando que el cliente haya visto de forma adecuada la carta) se ofrece cualquier tipo de aperitivo, entrada o ensalada, contemplando las sugerencias de los jefes de cocina. • En caso de que el cliente ordene aperitivos o entradas para toda la mesa, de inmediato se pasara la orden a cocina; y hará una sugerencia de bebidas, generalmente vino. • En este intervalo es cuando se sirven las bebidas. • Ya servidos los aperitivos y algunas bebidas en caso de que se le hayan ordenado, se dispondrá el mesero a tomar la orden de alimentos. • La toma de orden no deberá rebasar los 5 minutos desde que se comienza hasta que se culmina, salvo en ocasiones de mesas muy grandes. • Inmediatamente servidos en cocina los alimentos, deberán llevarse a la mesa para su consumo. • Ya servidos alimentos y bebidas, asegurarse de la conformidad de los clientes antes de hacer la ingesta. • Finalizado el consumo de alimentos y bebidas, retirar los platos conforme al servicio americano.
-----	----------------------------------	---

		<ul style="list-style-type: none"> • Cuando los comensales terminan de comer y deciden permanecer por más tiempo, el mesero deberá mantener la mesa limpia, y estar atento al servicio. • Por último cuando el cliente ordene la cuenta, será en ese momento cuando se hace la solicitud de cobro a caja, se lleva a la mesa con la cuenta dirigida al anfitrión, y se retira. • Hasta no ver pagada la cuenta el mesero asiste a la mesa para retirarla y hacer la solicitud de cobro en caja; posteriormente la regresa a la mesa con su ticket de compra, factura o cambio. Despidiéndose y agradeciendo su visita, el capitán de meseros, acompañan al cliente hasta la puerta enunciando su pronta visita.
3.-	EL BAR	<ul style="list-style-type: none"> • Las bebidas ordenadas no deberán rebasar los 4 minutos después de llegada la comanda al bar.

MANUAL OPERATIVO AREA ADMINISTRATIVA Y DE APOYO

1.-	MANTENIMIENTO	<ul style="list-style-type: none">• A su llegada el personal se encargara de los detalles de limpieza en comedor y sanitarios.• Posteriormente se limpiara el estacionamiento así como la parte exterior del restaurante.• En horas pico de servicio de alimentos y bebidas, apoyara al personal de servicio con la limpieza del piso de las mesa y de la zona del bar.• Antes del servicio de cenas deberá limpiar de nuevo el salón del comedor y los sanitarios.• Eventualmente se encargará de mantenimiento preventivo y correctivo en general del restaurante.
2	CAJA	<ul style="list-style-type: none">• Solicitar a la administración efectivo para cambios• Limpieza del área.• Bitácora de reservaciones.• Limpieza de carpetas de cuenta• Cobro de cuentas• Finalmente, corte de caja por escrito firmado por el chef ejecutivo y chef operativo
3	CONTABILIDAD Y COMPRAS	<ul style="list-style-type: none">• Confirmación y recepción de compras con el proveedor y chef operativo.• Actividades de contabilidad• Pagos a lista de proveedores• Elaboración de compras• Elaboración de nomina y pagos.

CAPITULO V
CONCLUSIONES Y TRABAJO FUTURO

1.1 CONCLUSIONES

La población moreliana, está dispuesta a conocer las propuestas de los nuevos restaurantes de la ciudad.

La planificación de negocios “La mandorla” dirige los esfuerzos a un objetivo muy bien fundamentado y lo logra; creando un ente económico que genere utilidades y mejore la calidad de vida de sus empleados.

La aplicación de todos los manuales operativos, la estandarización de procesos, el compromiso diario del trabajador, la calidad de los ingredientes y una buena manipulación de los productos, son la parte esencial del éxito del restaurante.

Con la elaboración del plan de negocios denominado “La mandorla”, se crea una estrategia de venta para atacar a los segmentos de mercado que son una realidad en la ciudad. Pero solo pasado el primer trimestre se puede saber cómo se comporta el mercado al que se está dirigido, y aun, elaborando una planificación mercadológica influyen factores que dirigen el rumbo de la empresa, como la economía de la ciudad, los acontecimientos políticos y sociales que se puedan suscitar, las ferias, las convenciones, etc. las cuales no se contemplan en la mezcla de mercadotecnia y son un punto fundamental para generar estrategias alternas que nos ayuden a lograr los objetivos.

En conclusión “La mandorla” cumple con sus objetivos no solo empresariales; inculca una cultura gastronómica en la ciudad, inicia con una propuesta vinícola para la comprensión de los clientes, participa en diferentes eventos de carácter social y mejora la calidad de vida de sus empleados y sus familias.

Los estados financieros de “La mandorla” reflejan un éxito empresarial, ya que nos indica una recuperación de más del 60% de la inversión inicial, en el primer año de vida de la empresa.

TRABAJO FUTURO

La sociedad ha evolucionado sin embargo es necesario proteger las raíces y las tradiciones, en el caso de “La mandorla” rescatamos las recetas tradicionales de la cocina italiana.

No obstante creemos en la necesidad de proponer nuevos platillos y renovarnos para tener cautiva y enamorada a la clientela de “La mandorla”.

Proponer una vez al año una carta de alimentos y bebidas renovada conforme a las temporadas y tendencias culinarias, sin perder la esencia tradicional.

Para un éxito continuo se debe mantener siempre la calidad de los ingredientes, mejorar día a día el servicio, conformar un equipo de cocina capacitado y proactivo, y buscar integrar una nueva clientela en el restaurante.

Optimizar principalmente los recursos naturales y humanos. Mantener en constante mejora los recursos materiales, financieros y tecnológicos para mantenernos a la vanguardia en todos los aspectos empresariales.

Crear en diferentes puntos de la republica mexicana nuevos espacios de éxito “La mandorla”...

FORMATOS ANEXOS

Subrecetas y recetas complementarias.

MARGARITA				
Destilado	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Costo por porcion
tequila	0.059	lt	210	12.39
jarabe	0.015	lt	18	0.27
limon	1	pz	1	1
hielo	0.085	kg	1.8	0.063
				0
				0
				0
				0
				0
				0
PRECEDIMIENTO			TOTAL	13.723
<p>Licuar todos los ingredientes hasta lograr una textura frozen, servir en copa margarita escarchada con sal fina.</p>				
GIN & TONIC				
Destilado	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Costo por porcion
london gin	0.059	lt	120	7.08
agua quinada	0.2	lt	24	4.8
limon	1	pz	1	1
petalos de romero	2	pz	0.3	0.6
hielo	0.02	kg	1.8	0.036
				0
				0
				0
				0
PRECEDIMIENTO			TOTAL	12.88
<p>mezclar todos los ingredientes directo en el vaso, servir con un gamish de limon en un vaso old fashion.</p>				

DAIQUIRI DE FRESA				
Destilado	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Costo por porcion
ron	0.059	lt	145	8.555
jugo de limon	1	pz	1	1
azucar	0.28	kg	10.5	2.94
fresa	0.06	kg	18	1.08
hielo	0.035	kg	1.8	0.063
				0
				0
				0
				0
				0
PRECEDIMIENTO			TOTAL	13.575
<p>licuar todos los ingredientes hasta obtener una consistencia frozen, servir en copa martinera con un espiral de limon.</p>				
PIÑA COLADA				
Destilado	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Costo por porcion
ron	0.059	lt	145	8.555
crema de coco	0.04	lt	87	3.48
jugo de piña	0.1	pz	19	1.9
hielo	0.035	kg	1.8	0.063
piña	1	pz	0.8	0.8
cereza	1	pz	0.6	0.6
				0
				0
				0
				0
PRECEDIMIENTO			TOTAL	13.998
<p>licuar todos los ingredientes y servir en copa pera con un triangulo de piña y una cereza</p>				

MOJITO CUBANO				
Destilado	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Costo por porcion
ron	0.059	lt	145	8.555
yerbabuena	0.001	kg	24	0.024
azucar	0.4	pz	10.5	4.2
hielos	0.02	kg	1.8	0.036
agua mineral	0.18	lt	14	2.52
				0
				0
				0
				0
				0
PRECEDIMIENTO			TOTAL	12.815
<p>machacar directo en un vaso old fashion, la yerbabuena y el azucar cuidando que la hoja no se rempa, agregar los hielos el ron y el agua</p>				
MARTINI LA MANDORLA				
Destilado	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Costo por porcion
ginebra	0.059	oz	200	11.8
amaretto	0.04	lt	223	8.92
hielo	0.02	pz	1.8	0.036
almendra	1	pz	0.9	0.9
				0
				0
				0
				0
				0
				0
PRECEDIMIENTO			TOTAL	21.656
<p>en shaker mezclar la ginebra, el amaretto y el hielo. Servir en copa martinera con la almendra.</p>				

INSUMOS

LISTA DE INSUMOS EN COCINA		
leche	cocoa	chile de árbol
agua	crema para batir	fresa
levadura	polvo para hornear	yerbabuena
azúcar	cerezas marrasquino	hierbas italianas
harina	helado de vainilla	paprika
pasta pené	cebolla	maíz enchilado
pasta espagueti	ajo	vinagre balsámico
pasta fettuccine	manzana	miel
café gourmet	calabaza	mostaza
azúcar glas	zanahoria	salmón ahumado
canela en polvo	jitomate bola	alcaparras
sal	jitomate guaje	aceitunas
pimienta	albahaca	aceite de maíz
nuez moscada	perejil	aceite de canola
masa hojaldre	cilantro	aceite de oliva
carne molida de res	limón	mantequilla vegetal
carne molida de puerco	pimiento morrón rojo	mantequilla
vino blanco	pimiento morrón verde	margarina
vino tinto	brócoli	huevo
vinagre blanco	rábano	tocino
jitomatito cherry	cebolla morada	jamón
fécula de maíz	echalote	prosciutto di Parma
orégano	piña	chorizo
puré de tomate	nuez	salami cocido
chícharo	almendra fileteada	salami curado
cocoa	almendra entera	queso crema
queso mozzarella fresco	chile jalapeño	queso Pecorino
espinaca	apio	queso manchego
pollo	poro	queso gorgonzola
crema de leche	champiñones	queso parmesano
		queso mozzarella

LISTA DE INSUMOS BAR		
jugo de piña	coca cola	gisons (gin)
José cuervo (tequila)	sprite	azúcar
agua mineral	fanta	jarabe natural
agua natural	manzana light	granadina
agua quinada	crema de coco	bacardi blanco (ron)

EQUIPO MAYOR, MENOR, UTENSILIOS Y MOBILIARIO DE COCINAY
COMEDOR

PLAQUE Y CRISTALERÍA

FOTOGRAFÍA	CANTIDAD	NOMBRE	ESPECIFICACIONES	PRECIO	
				Unitario	Total
	180	platos trinche	Porcelana	64,50	11,610
	180	platos entremés	Porcelana	33,80	6,084
	180	platos postre	porcelana	29,90	5,382
	180	plato sopero	Bowl porcelana	75	13,500
	180	platos planos cuadrado	Porcelana	87,50	15,750
	180	platos para pasta	porcelana	45	8,100

	180	cucharas soperas	acero inox	11,50	2,070
	180	tenedor de servicio	acero inox	11	1,980
	180	cuchillo presentación	acero inox	11,50	2,070
	180	tenedor para ensalada	acero inox	11	1,980
	180	cuchara cafetera	acero inox	9	1,620
	180	cuchillo para carne	acero inox	14,50	2,139
	120	cuchillo para mantequilla	acero inox	9,80	1,176
	180	vaso	high-ball	15	2,700

	120	Copas	vino tinto	19,40	2,328
	120	copas	vino blanco	19,40	2,328
	80	copa	Martinetas	37	2,960
	100	Vaso	old fashion	14,30	1430
	100	Copa	Pera	17,50	1,750
TOTAL				\$ 86,957	

EQUIPO DE COCINA

FOTOGRAFIA	CANTIDAD	NOMBRE	ESPECIFICACIONES	PRECIO	
				UNITARIO	TOTAL
	1	Horno	De piedra con piso refractario	32,000	32,000
	2	Mesas de trabajo	Acero inox 80 x 2m	8,200	16,400
	1	Mesa de trabajo dual	Acero inox 180 x 3 m	17,300	17,300
	1	Batidora	30 lt.	12,400	12,400
	1	Batidoras	5 lt.	3,200	3,200

	30	charolas para pan	Lisas	83,50	2,505
	30	Discos para pizz	Perforadas Grande	87,80	2,634
	2	Budineras	Grande	425	850
	2	Budineras	Mediana	370	740
	1	Olla de pasta	Grande	1,700	1,700
	2	Olla	Alta 20 lt.	1,200	2,400

	1	Máquina para pasta	Industrial	3,200	3,200
	2	Budineras	Chica	320	640
	4	Cazo cónico	Grande	250	1,000
	4	Cazo cónico	Mediana	230	920
	4	Cazo cónico	Chica	200	800
	2	Vaporeras	15 lt.	870	1,740

	1	olla exprés	30 lt.	2,800	2,800
	1	Congelador	Horizontal	13,000	13,000
	1	Refrigerador	Vertical	12,500	12,500
	1	Plancha	marca sansón	8,700	8,700
	1	Grill	marca sansón	9,200	9,200
	1	Freidora	sansón industrial	12,430	12,430

	1	fila de lavado	3 bloques	21,400	21,400
	1	Maquina lava losa	2 canastillas	12,980	12,980
	5	Rack	Escurreidor	730	3,650
	6	Anaquele	Almacén	4,500	27,000
	5	Garabatos	Líneas de a metro	800 x M.	4,000
	6	Sartén grande	Acero inox	286	1,716
	6	sartén grande	teflón vasconia acero	325	1,950

	6	sartén mediano	teflón vasconia acero	300	1,200
	6	sartén chico	teflón vasconia acero	285	1,710
	1	Salamandras	Industriales	10,800	10,800
	1	campanas (ducto, motor)	extracción	23,750	23,750
	2	motores de licuadora	oster 2 velocidades	380	760
	6	vasos de licuadora de cristal con tapa	Oster	200	1,200
	1	Tablas	Roja	180	180

	3	Tablas	Blanca	180	540
	1	Tablas	Verde	180	180
	1	Tablas	Amarilla	180	180
	1	Tablas	Azul	180	180
	1	cuchillo chef 22"	Roja	165	165
	3	cuchillo chef 22"	Blanca	165	495
	1	cuchillo chef 22"	Verde	165	165

	1	cuchillo chef 22"	Amarilla	165	165
	1	cuchillo chef 22"	Azul	165	165
	15	cuchara grande	Perforadas	87	1,305
	15	cuchara grande	Lisas	83	1,245
	20	Cucharas	Para prueba	8	160
	20	Tenedores	Para prueba	8	160

	20	Bowl	Grande	130	2,600
	20	Bowl	Mediano	108	2,160
	20	Bowl	Chico	87	1,740
	2	Espátula	Codada de pastelería	74	148
	2	Espátula	para plancha	98	196
	10	Escofiers	Acero inox	234	2,340
	8	Globos	Grandes	112	896

	8	Miserables	Silicón grande	68	544
	3	Rallador	4 lados	54	112
	5	Brochas	Silicon	50	250
	4	Pinzas	Grandes	45	180
	2	Pinzas chicas	Con puntas de goma	128	256
	8	cucharon 16 oz	para cocina	113	904
	5	Espumaderas	Finas	74	370

	1	Rodillo	De madera	315	315
	1	pasa puré	acero inox	645	645
	2	Coladores	Grande	134	264
	2	Coladores	Mediano	105	210
	2	Coladores	Chico	75	150
	2	Chinoas	Grande	235	470
	2	chinoas	Mediano	197	394

	2	Raspas de metal	Estándar	76	152
	1	Tamiz	Para Azúcar glass	87	87
	10	Raspas de plástico	Macizo	3	30
	1	Bascula digital	40 kg	1,100	1,100
	4	Extinguidores	Dióxido de carbono	500	2,000

TOTAL \$ 789.439.00

EQUIPO DE BAR

FOTOGRAFIA	CANTIDAD	NOMBRE	ESPECIFICACIONES	PRECIO	
				UNITARIO	TOTAL
	1	barra y contra barra	Madera	50,000	50,000
	1	Refrigerador	Bajo barra	10,000	10,000
	2	Licadoras de bar	Frozen	1,700	3,400
	2	vasos mezcladores (shaker)	Grandes	200	400
	2	Bailarinas	Para mezclar	87	174

	2	Giger (medidor de onzas)	1 y 2 oz	150	300
	2	Tablas para picar	Blancas	180	360
	2	cuchillos mondadores	Victorinox	70	140
	1	Picahielos	Profesional	120	120
	2	Descorchadores	2 tiempos	45	90
	1	kit para escarchar	3 pisos	300	300
	2	coladores para bar	Chicos	80	160

	2	Embudos	Estándar	40	80
	1	tapetes antiderrapantes para vaso	Platico	150	150
	1	kit de torres para lavar vaso	3 torres	400	400
	1	Abrelatas	Acero inox	100	100
	5	Mamilas	Grandes	35	175
TOTAL					\$ 66,349

EQUIPO DE SERVICIO

FOTOGRAFIA	CANTIDAD	NOMBRE	ESPECIFICACIONES	PRECIO	
				UNITARIO	TOTAL
	5	Charolas	Chica	96	480
	2	Caballote	Compas de madera	190	380
	250	Servilleta	De tela	9.50	2,375
	120	Anillos para servilleta	De madera	12	1,440
	48	Cubre mantel	Cuadros rojos	75	3,600

	24	Salero	Vidrio	23	552
	24	Pimentero	vidrio	23	552
	2	Ensaladera	Madera con cuchara y tenedor	360	720
	24	Mesas	Madera	430	10,320
	80	Sillas	Madera acojinada	340	27,200
	4	Bancos	Madera	780	3,120

	24	Vinagrera	Vidrio	47	1,128
	24	Aceitera	Vidrio	47	1,128
	50	Mamilas	Medianas	35	1,750
	24	Velas	Decorativas	18	432
				TOTAL	\$ 55,177

EQUIPO DE LIMPIEZA

FOTOGRAFIA	CANTIDAD	NOMBRE	ESPECIFICACIONES	PRECIO	
				UNITARIO	TOTAL
	2	Cubetas	Con prensa	480	960
	4	Escobas	Estándar	28	112
	1	Plumero	Corto	65	65
	1	Plumero	Largo	55	55
	1	Karcher	2 lanzas	2,300	2,300

	1	Escalera	Tres peldaños	400	400
	4	Trapeadores	Estándar	34	136
				Total	\$ 4,028

EQUIPO DEL RESTAURANTE

FOTOGRAFIA	CANTIDAD	NOMBRE	ESPECIFICACIONES	PRECIO	
				UNITARIO	TOTAL
	1	Camioneta	Nissan	145,000	157,430
				Total	\$157,430

EQUIPO DE OFICINA

FOTOGRAFIA	C A N T I D A D	NOMBRE	ESPECIFICACIONES	PRECIO	
				UNITARIO	TOTAL
	1	Escritorio	Estándar	1,150	1,150
	1	Equipo de cómputo	De escritorio	5,000	5,000
	1	Impresora	Laser	2,450	2,450
	1	Silla principal	Confort	1,430	1,430

	2	Sillas secundarias	Estándar	230	460
	6	Archivero Lefort	Estándar	180	1,080
	2	Tijeras	Estándar	63	126
	1	Guillotina	Estándar	580	580
	1	Engrapadora	Estándar	135	135
	1	Perforadora	Estándar	178	178
	1	Caja registradora	Estándar	2,200	2,200

	1	Calculadora	Grande	135	135
				Total	\$ 14,924

Total de activo fijo: \$1, 169,304

Total con I.V.A. \$ 1, 356,392.64

COSTEO DE CONSUMIBLES

COSTEO DE SUMINISTROS			
Nombre	Cantidad	Precio unitario	Precio total
papel higiénico	95	\$ 1.80	\$ 171.00
franelas	20	\$ 4.20	\$ 84.00
piedra pómez	4	\$ 3.20	\$ 12.80
fibra de aluminio	20	\$ 2.50	\$ 50.00
aromatizante ambiental	4	\$ 28.30	\$ 113.20
cloro	16	\$ 3.80	\$ 60.80
sosa caustica no toxica	8	\$ 12.00	\$ 96.00
detergente	4	\$ 5.80	\$ 23.20
desengrasante	8	\$ 14.00	\$ 112.00
aromatizador neutro	12	\$ 32.00	\$ 384.00
liquido para trapear pisos	24	\$ 6.00	\$ 144.00
jabón de tocador	8	\$ 8.30	\$ 66.40
jabón multiusos	16	\$ 4.00	\$ 64.00
brillo para muebles	2	\$ 69.00	\$ 138.00
detergente para vidrios	3	\$ 45.00	\$ 135.00
papel absorbente	24	\$ 7.90	\$ 189.60

bolsa de plástico	120	\$ 0.80	\$ 96.00
fibras verdes	30	\$ 1.50	\$ 45.00
pastillas sanitarias	8	\$ 6.00	\$ 48.00
gel antibacterial	4	\$ 35.00	\$ 140.00
lápiz	20	\$ 2.00	\$ 40.00
lapicero	20	\$ 1.80	\$ 36.00
tóner negro	2	\$ 285.00	\$ 570.00
tóner de color	2	\$ 289.00	\$ 578.00
hojas carta	1	\$ 65.00	\$ 65.00
hojas oficio	1	\$ 68.00	\$ 68.00
folders	100	\$ 0.90	\$ 90.00
clips	1	\$ 5.00	\$ 5.00
broche de pinza	30	\$ 0.40	\$ 12.00
archivero lefort	6	\$ 85.00	\$ 510.00
plumón	2	\$ 12.00	\$ 24.00
comandero	5	\$ 65.00	\$ 325.00
rollo de maquina	2	\$ 24.00	\$ 48.00
			\$ 2,173.00

BITACORA DE VISITAS

		"LA MANDORLA"	
		BITACORA DE VISITAS	
#	NOMBRE O EMPRESA	NO. INMITADOS	HORA
1			
2			
3			
4			
5			
6			
7			
8			
9			
10			
11			
12			
13			
14			
15			
16			
17			
18			
19			
		FECHA: 23/11/2012	

FACTURA

Serie	Folio	Fecha
A-2	253245	12/03/2012

Certificado:	102466750000005
No. De aprobación	231345

Emisor
Razón social: La Mandorla Restaurante Colonia: Rinconada del Valle C.P. 58190 Población: Morelia R.F.C. LMR150512

Receptor
Razón social: Colonia: C.P. Población: R.F.C.

Cantidad	Unidad	Descripción	Precio unitario	Importe
Cantidad con letra			Sub total	
			IVA	
			Total	



Cadenadigital:Lamandorlarestaurante.EncuentrodeMaravatio375
5.col.Rinconadadelvalle.CP58190.

Este documento es una impresión digital.

INVENTARIOS

INVENTARIO DE EQUIPO MAYOR Y MENOR DE COCINA			FECHA:	
CANTIDAD	EQUIPO	CANTIDAD EXISTENTE	BAJA x DEPRECIACIÓN	TOTAL
1	Horno			
2	Mesas de trabajo			
1	Mesa de trabajo dual			
1	Batidora 30 Lt			
1	Batidoras 5 lt			
30	charolas para pan			
30	Discos para pizza			
2	Budineras			
2	Budineras			
2	Olla de pasta			
1	Olla			
2	Máquina para pasta			
4	Budineras			
4	Cazo cónico gde			
4	Cazo cónico med			
2	Cazo cónico ch			
1	Vaporeras			
1	olla exprés			
1	Congelador			
1	Refrigerador			
1	Plancha			
1	Grill			
1	Freidora			
1	fila de lavado			
5	Maquina lava losa			
6	Rack			
5	Anaqueles			
6	Garabatos			
6	Sartén grande (teflón)			
6	sartén grande (acero inox)			
6	sartén mediano			
1	sartén chico			
1	Salamandras			
2	campanas (ducto, motor)			
6	motores de licuadora			
1	vasos de licuadora de cristal con tapa			
3	Tablas blanca			
1	Tablas roja			
1	Tablas verde			
1	Tablas azul			
1	Tablas amarilla			

3	cuchillo chef 22" blanco			
1	cuchillo chef 22" azul			
1	cuchillo chef 22" amarillo			
1	cuchillo chef 22" rojo			
2	cuchillo chef 22" rojo			
15	cuchara grande			
20	cuchara grande			
20	Cucharas			
20	Tenedores			
20	Bowl gde			
20	Bowl med			
20	Bowl ch			
2	Espátula			
2	Espátula			
10	Escofiers			
8	Globos			
8	Miserables			
3	Rallador			
5	Brochas			
4	Pinzas			
2	Pinzas chicas			
8	cucharon 16 oz			
5	Espumaderas			
1	Rodillo			
1	pasa puré			
2	Coladores gde.			
2	Coladores med.			
2	Coladores			
2	Chinoas			
2	chinoas			
2	Raspas de metal			
1	Tamiz			
10	Raspas de plástico			
1	Bascula digital			
4	Extinguidores			

INVENTARIO DE EQUIPO MAYOR Y MENOR DE BAR			FECHA:	
CANTIDAD	EQUIPO	CANTIDAD EXISTENTE	BAJA x DEPRECIACIÓN	TOTAL
1	Barra y contra barra			
1	Refrigerador			
2	Licuadoras de bar			
2	Vasos mezcladores (shaker)			
2	Bailarinas			
2	Giger (medidor de onzas)			
2	Tablas para picar			
2	Cuchillos mondadores			
1	Picahielos			
2	Descorchadores			
1	Kit para escarchar			
2	Coladores para bar			
2	Embudos			
1	Tapetes antiderrapantes para vaso			
1	kit de torres para lavar vaso			
1	Abrelatas			
5	Mamilas			

INVENTARIO DE EQUIPO MAYOR Y MENOR DE SERVICIO Y MANTENIMIENTO			FECHA:	
CANTIDAD	EQUIPO	CANTIDAD EXISTENTE	BAJA x DEPRECIACIÓN	TOTAL
5	Charolas			
2	Caballote			
100	Servilleta			
80	Anillos para servilleta			
24	Cubre mantel			
24	Salero			
24	Pimentero			
2	Ensaladera			
24	Mesas			
80	Sillas			
4	Bancos			
24	Vinagrera			
24	Aceitera			
50	Mamilas			
24	Velas			

INVENTARIO DE EQUIPO MAYOR Y MENOR DE LIMPIEZA			FECHA:	
CANTIDAD	EQUIPO	CANTIDAD EXISTENTE	BAJA x DEPRECIACIÓN	TOTAL
2	Cubetas			
4	Escobas			
1	Plumero			
1	Plumero			
1	Karcher			
1	Escalera			
4	Trapeadores			

INVENTARIO DE EQUIPO MAYOR Y MENOR DE OFICINA			FECHA:	
CANTIDAD	EQUIPO	CANTIDAD EXISTENTE	BAJA x DEPRECIACIÓN	TOTAL
1	Escritorio			
1	Equipo de computo			
1	Impresora			
1	Silla principal			
2	Sillas secundarias			
6	Archivero Lefort			
2	Tijeras			
1	Guillotina			
1	Engrapadora			
1	Perforadora			
1	Calculadora			

SOLICITUD DE INSUMOS

SOLICITUD DE INSUMOS		COCINA	
Fecha de solicitud:		Fecha y hora de entrega:	
INGREDIENTE	CANTIDAD SOLICITADA	UNIDAD	OBSERVACIONES
leche	20	Lt	Tetra pack
agua			
levadura			
azúcar			
harina			
pasta pené			
pasta espagueti			
pasta fettuccine			
café gourmet			
azúcar glas			
canela en polvo			
sal			
pimienta			
nuez moscada			
masa hojaldre			
carne molida de res			
carne molida de puerco			
vino blanco			
vino tinto			
vinagre blanco			
jitomatito cherry			
fécula de maíz			
orégano			
puré de tomate			
chícharo			
cocoa			
crema para batir			
polvo para hornear			
cerezas marrasquino			
helado de vainilla			
cebolla			
ajo			
manzana			
calabaza			
zanahoria			
jitomate bola			
jitomate guaje			
albahaca			

perejil			
cilantro			
limón			
pimiento morrón rojo			
pimiento morrón verde			
brócoli			
rábano			
cebolla morada			
echalote			
piña			
nuez			
almendra fileteada			
almendra entera			
chile jalapeño			
apio			
poro			
champiñones			
chile de árbol			
fresa			
yerbabuena			
hierbas italianas			
paprika			
maíz enchilado			
vinagre balsámico			
miel			
mostaza			
salmón ahumado			
alcaparras			
aceitunas			
aceite de maiz			
aceite de canola			
aceite de oliva			
manteca vegetal			
mantequilla			
margarina			
huevo			
tocino			
jamón			
prosciutto di Parma			
chorizo			
salami cocido			

RECIBIDO:

SOLICITUD DE INSUMOS		BAR	
fecha de solicitud:		fecha y hora de entrega:	
INGREDIENTE	CANTIDAD SOLICITADA	UNIDAD	OBSERVACIONES
jugo de piña	2	lt	jumex
José cuervo (tequila)			
agua mineral			
agua natural			
agua quinada			
coca cola			
sprite			
fanta			
manzana light			
crema de coco			
gisons (gin)			
azúcar			
jarabe natural			
granadina			
almendra entera			

RECIBIDO:

ORDEN DE COMPRA

PROVEEDORES	
NOMBRE	CONTACTO
FERCHY "ABASTOS"	44-33-98-05-13
COTSCO	3-13-65-27
POLLERIA "VILLALON"	3-26-40-84
PAPELERIA "MATI"	3-89-23-18
VINOS EL MEJOR	3-12-22-22
QUIMICOS PARA LA LIMPIEZA	3-34-37-39

Proveedor	FERCHY "MERCADO DE ABASTOS"					
ABARROTES, FRUTAS Y VERDURAS						
ELABORO: Chef Roman Lemus						
ORDEN DE COMPRA DE INSUMOS COCINA				FECHA: 10 DE FEBRERO		
NOMBRE	Precio		cantidad	lt	kg	pz
manzana	\$ 23.00	\$ 92.00	4	x		
calabaza	\$ 10.00	\$ 20.00	2	x		
zanahoria	\$ 6.00	\$ 18.00	3	x		
jitomate bola	\$ 18.00	\$ 36.00	2	x		
jitomate guaje	\$ 5.00	\$ 35.00	7	x		
albahaca	\$ 8.00	\$ 24.00	3			x
perejil	\$ 6.00	\$ 18.00	3			x
cilantro	\$ 6.00	\$ 18.00	3			x
limon	\$ 4.00	\$ 8.00	2	x		
pimiento morron rojo	\$ 23.00	\$ 11.50	0.5	x		
pimiento morron verde	\$ 20.00	\$ 10.00	0.5	x		
brocoli	\$ 14.00	\$ 14.00	1			x
rabano	\$ 9.00	\$ 9.00	1			x
cebolla morada	\$ 12.00	\$ 12.00	1	x		
piña	\$ 22.00	\$ 22.00	1			x
nuez	\$ 180.00	\$ 180.00	1	x		
chile jalapeño	\$ 14.00	\$ 28.00	2	x		
apio	\$ 18.00	\$ 18.00	1			x
poro	\$ 12.00	\$ 12.00	1			x
champiñones	\$ 42.00	\$ 42.00	1	x		

chile de arbol	\$ 59.00	\$ 59.00	1	x	
fresa	\$ 12.00	\$ 12.00	1	x	
yerbabuena	\$ 6.00	\$ 6.00	1		x
hierbas italianas	\$ 23.00	\$ 23.00	1		x
paprika	\$ 68.00	\$ 68.00	1		x
miel	\$ 66.00	\$ 66.00	1	x	
mostaza	\$ 78.00	\$ 78.00	1		x
salmon ahumado	\$ 215.00	\$ 215.00	1	x	
alcaparras	\$ 23.00	\$ 92.00	4		x
aceitunas	\$ 18.00	\$ 72.00	4		x
aceite de maiz	\$ 22.00	\$ 88.00	4	x	
aceite de canola	\$ 24.00	\$ 96.00	4	x	
aceite de oliva	\$ 103.00	\$ 103.00	1	x	
manteqa vegetal	\$ 24.00	\$ 288.00	12	x	
mantequilla	\$ 43.00	\$ 86.00	2	x	
margarina	\$ 38.00	\$ 76.00	2	x	
huevo	\$ 1.00	\$ 60.00	60		x
tocino	\$ 66.00	\$ 132.00	2	x	
espinaca	\$ 12.00	\$ 48.00	4		x
pollo	\$ 39.00	\$ 312.00	8		x
azucar	\$ 10.00	\$ 440.00	44		
harina	\$ 7.00	\$ 308.00	44		
pasta penne	\$ 23.00	\$ 460.00	20		x
pasta spaguetti	\$ 32.00	\$ 640.00	20		x
canela en polvo	\$ 45.00	\$ 45.00	1		x
sal	\$ 6.00	\$ 72.00	12	x	
pimienta	\$ 67.00	\$ 67.00	1		x
nuez moscada	\$ 123.00	\$ 123.00	1	x	
masa holaldre	\$ 21.00	\$ 105.00	5	x	
carne molida de res	\$ 66.00	\$ 528.00	8	x	
carne molida de puerco	\$ 88.00	\$ 704.00	8	x	
jitomato chery	\$ 45.00	\$ 45.00	1		x
fecula de maiz	\$ 13.00	\$ 13.00	1		x
oregano	\$ 68.00	\$ 68.00	1	x	
pure de tomate	\$ 16.00	\$ 320.00	20	x	
chicharo	\$ 12.00	\$ 24.00	2	x	
cocoa	\$ 78.00	\$ 78.00	1	x	
helado de vainilla	\$ 40.00	\$ 200.00	5	x	
	Total		\$6,847.50		

PROVEEDOR	VINOS EL MEJOR					
VINOS, LICORES Y MEZCLADORES DE BAR						
ELABORO: BARTENDER MIGUEL ROBLES						
ORDEN DE COMPRA DE INSUMOS BAR			FECHA: 8 DE MAYO			
NOMBRE	Precio		cantidad	lt	kg	pz
bacardi (ron)	\$ 145.00	\$ 580.00	4	x		
gibsons (gin)	\$ 120.00	\$ 480.00	4	x		
jose cuervo (tequila)	\$ 210.00	\$ 840.00	4	x		
agua mineral	\$ 14.00	\$ 504.00	36	x		
agua natural	\$ 21.00	\$ 84.00	4	x		
agua qui nada	\$ 24.00	\$ 144.00	6			x
coca cola	\$ 6.00	\$ 180.00	30	x		x
sprite	\$ 6.00	\$ 180.00	30			x
fanta	\$ 6.00	\$ 180.00	30			x
manzana lighth	\$ 6.00	\$ 180.00	30			x
crema de coco	\$ 87.00	\$ 1,044.00	12	x		
	Total					
		\$4,396.00				

PROVEEDOR	QUIMICOS PARA LA LIMPIEZA					
CONSUMIBLES DEL AREA DE LIMPIEZA						
ELABORO: ROLANDO FARIAS						
ORDEN DE COMPRA DE LIMPIEZA			FECHA: 30 DE JULIO			
NOMBRE	Precio		cantidad	lt	kg	pz
doro	\$ 3.80	\$ 114.00	30	x		
desengrasante	\$ 8.00	\$ 192.00	24	x		
aromatizador neutro	\$ 12.00	\$ 72.00	6			x
maestro limpio	\$ 24.00	\$ 576.00	24	x		
papel sanitario	\$ 95.00	\$ 285.00	3			x
brillo para muebles	\$ 98.00	\$ 196.00	2	x		
papel absorbente	\$ 7.90	\$ 284.40	36			x
bolsa de plastico	\$ 120.00	\$1,440.00	12			x
	Total					
		\$3,159.40				

PROVEEDOR	PAPELERIAS "MATI"					
CONSUMIBLES DEL AREA DE OFICINA						
ELABORO: C.P. LUIS LOAEZA GARCIA						
ORDEN DE COMPRA DE OFICINA			FECHA: 13 DE ABRIL			
NOMBRE	Precio		cantidad	lt	kg	pz
lapiz	\$ 2.00	\$ 40.00	20			x
lapicero	\$ 1.80	\$ 36.00	20			x
hojas carta	\$ 65.00	\$ 65.00	1			x
hojas oficio	\$ 68.00	\$ 68.00	1			x
folders	\$ 0.90	\$ 90.00	100			x
dips	\$ 5.00	\$ 5.00	1			x
broche de pinza	\$ 0.40	\$ 12.00	30			x
archivero leford	\$ 85.00	\$ 510.00	6			x
rollo de maquina	\$ 24.00	\$ 48.00	2			x
	Total					
		\$ 874.00				

PROVEEDOR	COTSCO					
INSUMOS DE COCINA						
ELABORO: Chef Roman Lemus						
ORDEN DE COMPRA DE OFICINA			FECHA: 15 DE ENERO			
NOMBRE	Precio		cantidad	lt	kg	pz
proscuitto di parma	\$ 290.00	\$ 145.00	0.5	x		
chorizo	\$ 64.00	\$ 192.00	3	x		
salami cocido	\$ 48.00	\$ 144.00	3	x		
salami curado	\$ 98.00	\$ 196.00	2	x		
queso crema	\$ 90.00	\$ 540.00	6	x		
queso pecorino	\$ 78.00	\$ 234.00	3	x		
queso mozzarella fresco	\$ 68.00	\$ 272.00	4	x		
jugo de piña	\$ 19.00	\$ 456.00	24	x		
azucar	\$ 10.50	\$ 63.00	6	x		
jarabe natural	\$ 18.00	\$ 432.00	24	x		
pasta penne	\$ 23.00	\$ 460.00	20			
pasta spaguetti	\$ 32.00	\$ 640.00	20			
granadina	\$ 26.00	\$ 156.00	6	x		
al mendra entera	\$ 140.00	\$ 140.00	1	x		
		\$ 4,070.00				

MUEBLES

	<p>Fig. 1 Modelo de silla</p>
	<p>Fig. 2 Modelo de mesa para 6</p>
	<p>Fig. 3 Modelo de mesa para 2-4</p>
	<p>Fig. 4 Mesa decorativa</p>
	<p>Fig. 5 Mueble para servicio (almacén de servilletas y manteles)</p>

PERMISOS Y LICENCIAS PARA LA APERTURA

LICENCIA MUNICIPAL DE FUNCIONAMIENTO

El Lic. Fausto Vallejo Figueroa **PRESIDENTE MUNICIPAL DE MORELIA**, con Fundamento en los artículos 32 inciso B, fracción XIII; 49 fracciones II y XVII y 53 fracciones VIII y XI de la Ley Orgánica Municipal del Estado de Michoacán de Ocampo y 118 de la Ley de Hacienda Municipal, expide, para el año:

LICENCIA MUNICIPAL DE FUNCIONAMIENTO
DEL GENERO "C"

Revalidación **2010**
10/11/2010 C 15097
No. 15097

A: **SANCHEZ AYALA ADRIANA**

COMO TITULAR DE LA MISMA, PARA QUE FUNCIONE CON UN HORARIO DE:
de 12:00 a 3:00 hrs del día siguiente de Lun-Dom

UBICADO EN LA CALLE: ENCUENTRO DE MARAVATIO 3755 B RINCONADA DEL VALLE

EN EL ESTABLECIMIENTO DENOMINADO:

PARA QUE DURANTE EL PRESENTE AÑO, DESARROLLE LA ACTIVIDAD DE:
RESTAURANTE-BAR DE MORELIA, MICH.

El titular de la presente está obligado a revalidar la presente durante el primer trimestre del próximo año, además de cumplir estrictamente las disposiciones legales, fiscales y las contenidas en los Reglamentos Municipales vigentes.

Morelia, Michoacán, a **24 de Noviembre de 2010**

LIC. FAUSTO VALLEJO FIGUEROA
PRESIDENTE MUNICIPAL

LIC. JAVIER VALDESPINO GARCIA
SECRETARIO

FOLIO 5625

DIRECCION DE INSPECCION Y VIGILANCIA

VISTO BUENO
No. FOLIO **121289**
de 1506

H AYUNTAMIENTO
DIRECCION DE INSPECCION Y VIGILANCIA
MORELIA, MICH

SOLICITUD DE APERTURA AL H. AYUNTAMIENTO

PRESIDENTE MUNICIPAL DE MORELIA
PRESENTE:

Folio: 5625
Sector: C



DISECCIÓN DE INSPECCIÓN Y VIGILANCIA
DEPARTAMENTO DE TRÁMITE Y CONTROL

POR ESTE CONDUCTO SOLICITO SE ME AUTORIZE EL TRÁMITE DE:

1.- REVALIDACIÓN.	5.- APERTURA.	<input checked="" type="checkbox"/>
2.- SUSPENSIÓN DE ACTIVIDADES.	6.- REACTIVACIÓN.	<input type="checkbox"/>
3.- TRASPASO, CAMBIO DE NOMBRE O RAZÓN SOCIAL.	7.- CAMBIO DE DOMICILIO.	<input type="checkbox"/>
4.- CLAUSURA O CONCLUSIÓN DE ACTIVIDADES.	8.- CAMBIO DE GIRO.	<input type="checkbox"/>

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

NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO: "La Manderla"
 NOMBRE DEL PROPIETARIO: Oscar García Varquez
 DOMICILIO DEL ESTAB.: Invento de Maravatio # 3755 No. EXT. 3755 No. INT. "C"
 COLONIA: Hnos. Lopez Rayon C.P. 58190 TEL.:
 ENTRE LAS CALLES DE: Av. Independencia Norte y Av. La Horqueta
 LOCALIDAD: Morelia NÚM. PREDIAL: R.F.C.:
 GIRO O ACTIVIDAD: Restaurante Bar. CAJONES DE ESTACIONAMIENTO: 8
 UBICACIÓN DE ESTACIONAMIENTO: el mismo por frente.
 GÉNERO DE LICENCIA "A" BLANCA () "B" VERDE () "C" ROJA (X) No DE LICENCIA: 15097

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

MEDIDAS DEL ESTAB.: FRENTE _____ MTS. FONDO _____ MTS. TOTAL _____ MTS2
 SUGERENCIA DE HORARIO PARA VISITAS DE INSPECCIÓN: DE LAS 12:00 hrs. ALAS 3:00 hrs.

LLENAR SOLO EN CASO DE QUE SOLICITE ALGÚN CAMBIO

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

ASI COMO SOLICITO SE ME OTORQUE EL:

A. DICTAMEN DE USO DE SUELO.	FOLIO No.
B. DICTAMEN DE PROTECCIÓN AL MEDIO AMBIENTE.	FOLIO No.
C. VISTO BUENO DE PROTECCIÓN CIVIL.	FOLIO No.
D. PERMISO DE DESCARGA DE AGUAS RESIDUALES (OOPAS).	FOLIO No.

DECLARO BAJO PROTESTA DE DECIR VERDAD QUE TODOS LOS DATOS ASENTADOS EN ESTE FORMATO DE SOLICITUD SON REALES Y VERIDICOS, QUE EL ESTABLECIMIENTO FUNCIONA Y/O FUNCIONARÁ 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 8 DE Marzo DEL 20 12

No DE EMPLEOS GENERADOS: 14
 INVERSIÓN ESTIMADA: \$ 680,000

Oscar García Varquez
 NOMBRE Y FIRMA DEL CONTRIBUYENTE
 Y/O REPRESENTANTE LEGAL

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

IMPORTANTE, VER REQUISITOS AL REVERSO

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

INSCRIPCIÓN DEL TRABAJADOR AL SEGURO SOCIAL

INSTITUTO MEXICANO DEL SEGURO SOCIAL SERVICIOS DE AFILIACION-VIGENCIA DE DERECHOS			INSTITUTO DEL FONDO NACIONAL DE LA VIVIENDA PARA LOS TRABAJADORES			AFIL-02
AVISO DE INSCRIPCIÓN DEL TRABAJADOR			I. M. S. S. CLAVE DE ARGUMENTO	TIPO DE CONTRATACIÓN DEL TRABAJADOR PERMANENTE 1 EVENTUAL 2 EVENTUAL CONST. 3		NUMERO DE SEGURIDAD SOCIAL DEL TRABAJADOR 10 DÍGITOS DÍG. VER. CLAVE ÚNICA DE REGISTRO DE POBLACION O REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES
NUMERO DE REGISTRO PATRONAL			NOMBRE COMPLETO DEL TRABAJADOR (SIN ABREVIATURAS)			
APELLIDO PATERNO		APELLIDO MATERNO		NOMBRE (S)		
SALARIO BASE DE COTIZACIÓN \$	TIPO DE SALARIO	FIJO 0	VARIABLE 1	MIXTO 2	EXCLUSIVO IMSS	
FECHA DE INGRESO AL TRABAJO	MASC. 1	FEM. 2	EN CASO DE JORNADA O SEMANA REDUCIDA ANOTAR LOS DIAS QUE LABORA O EL HORARIO	OCUPACION DEL TRABAJADOR	FECHA Y HORA DE RECEPCION DE ESTE AVISO EN EL IMSS	
DIA (2 DIG.)	MES (2 DÍGITOS)	AÑO (4 DÍG.)	SEXO	FECHA DE NACIMIENTO		
LUGAR DE NACIMIENTO (ESTADO)	NOMBRE DEL PADRE (AUN FINADO)	NOMBRE DE LA MADRE (AUN FINADA)	MUNICIPIO	ENTIDAD	C.P.	U. M. F.
DOMICILIO DEL TRABAJADOR	CALLE Y/O MANZANA	NUMERO	COLONIA Y/O POBLACION	MUNICIPIO	ENTIDAD	C.P.
NOMBRE, DENOMINACION, RAZON SOCIAL DEL PATRON O SUJETO OBLIGADO	UBICACION DEL CENTRO DE TRABAJO	CALLE Y/O MANZANA	NUMERO	COLONIA Y/O POBLACION	MUNICIPIO	ENTIDAD
FIRMA DEL PATRON, SUJETO OBLIGADO O SU REPRESENTANTE LEGAL (ANOTAR CARGO)	FIRMA O HUELLA DEL TRABAJADOR	EXTEMPORANEO	1			

LOS MOVIMIENTOS QUE AMPARA ESTE FORMATO SURTEN EFECTO TANTO PARA EL IMSS COMO PARA EL INFONAVIT CONFORME A SUS RESPECTIVAS LEYES.
CAPTURA/AVISOS ORIGINALES CONSERVE ESTE DOCUMENTO PARA CUALQUIER ACLARACION.

INSTITUTO MEXICANO DEL SEGURO SOCIAL SERVICIOS DE AFILIACION-VIGENCIA DE DERECHOS			INSTITUTO DEL FONDO NACIONAL DE LA VIVIENDA PARA LOS TRABAJADORES			AFIL-02
AVISO DE INSCRIPCIÓN DEL TRABAJADOR			I. M. S. S. CLAVE DE ARGUMENTO	TIPO DE CONTRATACIÓN DEL TRABAJADOR PERMANENTE 1 EVENTUAL 2 EVENTUAL CONST. 3		NUMERO DE SEGURIDAD SOCIAL DEL TRABAJADOR 10 DÍGITOS DÍG. VER. CLAVE ÚNICA DE REGISTRO DE POBLACION O REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES
NUMERO DE REGISTRO PATRONAL			NOMBRE COMPLETO DEL TRABAJADOR (SIN ABREVIATURAS)			
APELLIDO PATERNO		APELLIDO MATERNO		NOMBRE (S)		
SALARIO BASE DE COTIZACIÓN \$	TIPO DE SALARIO	FIJO 0	VARIABLE 1	MIXTO 2	EXCLUSIVO IMSS	
FECHA DE INGRESO AL TRABAJO	MASC. 1	FEM. 2	EN CASO DE JORNADA O SEMANA REDUCIDA ANOTAR LOS DIAS QUE LABORA O EL HORARIO	OCUPACION DEL TRABAJADOR	FECHA Y HORA DE RECEPCION DE ESTE AVISO EN EL IMSS	
DIA (2 DIG.)	MES (2 DÍGITOS)	AÑO (4 DÍG.)	SEXO	FECHA DE NACIMIENTO		
LUGAR DE NACIMIENTO (ESTADO)	NOMBRE DEL PADRE (AUN FINADO)	NOMBRE DE LA MADRE (AUN FINADA)	MUNICIPIO	ENTIDAD	C.P.	U. M. F.
DOMICILIO DEL TRABAJADOR	CALLE Y/O MANZANA	NUMERO	COLONIA Y/O POBLACION	MUNICIPIO	ENTIDAD	C.P.
NOMBRE, DENOMINACION, RAZON SOCIAL DEL PATRON O SUJETO OBLIGADO	UBICACION DEL CENTRO DE TRABAJO	CALLE Y/O MANZANA	NUMERO	COLONIA Y/O POBLACION	MUNICIPIO	ENTIDAD
FIRMA DEL PATRON, SUJETO OBLIGADO O SU REPRESENTANTE LEGAL (ANOTAR CARGO)	FIRMA O HUELLA DEL TRABAJADOR	EXTEMPORANEO	1			

LOS MOVIMIENTOS QUE AMPARA ESTE FORMATO SURTEN EFECTO TANTO PARA EL IMSS COMO PARA EL INFONAVIT CONFORME A SUS RESPECTIVAS LEYES.
CAPTURA/AVISOS ORIGINALES CONSERVE ESTE DOCUMENTO PARA CUALQUIER ACLARACION.

INFORMACIÓN DE LA HOJA DE INSCRIPCIÓN DEL IMSS

IMPORTANTE PARA EL PATRON

- PARA LA INTEGRACION DEL SALARIO CONSIDERE LOS ART'S. 27, 28, 29, 30 Y 32 DE LA LEY DEL SEGURO SOCIAL Y 29 DE LA LEY DEL INFONAVIT.
- LAS INSCRIPCIONES DE LOS TRABAJADORES QUE YA TIENEN NUMERO DE SEGURIDAD SOCIAL PODRAN PRESENTARSE MEDIANTE DISPOSITIVOS MAGNETICOS, SOLICITE MAYOR INFORMACION EN EL IMSS.

IMPORTANTE PARA EL TRABAJADOR

A PARTIR DE ESTA FECHA, HA QUEDADO USTED INSCRITO CON DERECHO A RECIBIR LAS PRESTACIONES DE LAS LEYES DEL IMSS E INFONAVIT, UNA VEZ REUNIDAS LAS CONDICIONES ESTABLECIDAS EN ELLAS.

RECUERDE QUE EL NUMERO DE SEGURIDAD SOCIAL QUE SE LE HA ASIGNADO ES UNICO E INTRANSFERIBLE Y DEBERA PROPORCIONARLO CADA VEZ QUE SOLICITE ALGUN TRAMITE ANTE LOS INSTITUTOS O ANTE LA AFORE DE SU ELECCION.

PARA LA OBTENCION DEL SERVICIO MEDICO, DEBERA USTED ACUDIR A LA UNIDAD DE MEDICINA FAMILIAR QUE APARECE ANOTADA EN ESTE AVISO PARA QUE LE SEA ENTREGADA SU TARJETA DE AFILIACION Y SU TARJETA DE CITAS MEDICAS.

PARA EL REGISTRO DE SUS BENEFICIARIOS LEGALES DEBERA CUMPLIR CON LOS REQUISITOS QUE ESTABLECE LA LEY DEL SEGURO SOCIAL, ADEMAS DE PRESENTAR LOS SIGUIENTES DOCUMENTOS:

- | | |
|--|---|
| • ESPOSA (O):
• CONCUBINA (RIO): (CON HIJOS PROCREADOS)
(SIN HIJOS PROCREADOS) | • COPIA CERTIFICADA DEL ACTA DE MATRIMONIO CIVIL.
• COPIA CERTIFICADA DEL ACTA DE NACIMIENTO DE UNO DE LOS HIJOS
• COMPROBACION DE CONVIVENCIA Y DEPENDENCIA ECONOMICA CON EL ASEGURADO, MINIMA DE 5 AÑOS. |
| • HIJOS: (HASTA LOS 16 AÑOS)
(DE 16 A 25 AÑOS) | • COPIA CERTIFICADA DEL ACTA DE NACIMIENTO.
• COPIA CERTIFICADA DEL ACTA DE NACIMIENTO Y COMPROBANTE DE LA ESCUELA DEL SISTEMA EDUCATIVO NACIONAL, DONDE REALIZA ESTUDIOS, QUE INDIQUE INICIO Y TERMINO DEL CICLO ESCOLAR. |
| • PADRES: | • COPIA CERTIFICADA DEL ACTA DE NACIMIENTO DEL ASEGURADO Y COMPROBACION DE CONVIVENCIA Y DEPENDENCIA ECONOMICA CON EL ASEGURADO. |

PARA TODO TRAMITE Y SOLICITUD DE PRESTACIONES DEBE PRESENTAR LA TARJETA DE AFILIACION.

- IMPORTANTE:**
- CUALQUIER CAMBIO DE DOMICILIO COMUNIQUELO AL I.M.S.S., A TRAVES DE LA UNIDAD DE MEDICINA FAMILIAR DE SU ADSCRIPCION.
 - REVISE QUE SU SALARIO ESTE CORRECTAMENTE ANOTADO, YA QUE ES LA BASE PARA OTORGARLE LOS BENEFICIOS QUE ESTABLECEN LAS LEYES DEL SEGURO SOCIAL Y DEL INFONAVIT.

IMPORTANTE PARA EL PATRON

- PARA LA INTEGRACION DEL SALARIO CONSIDERE LOS ART'S. 27, 28, 29, 30 Y 32 DE LA LEY DEL SEGURO SOCIAL Y 29 DE LA LEY DEL INFONAVIT.
- LAS INSCRIPCIONES DE LOS TRABAJADORES QUE YA TIENEN NUMERO DE SEGURIDAD SOCIAL PODRAN PRESENTARSE MEDIANTE DISPOSITIVOS MAGNETICOS, SOLICITE MAYOR INFORMACION EN EL IMSS.

IMPORTANTE PARA EL TRABAJADOR

A PARTIR DE ESTA FECHA, HA QUEDADO USTED INSCRITO CON DERECHO A RECIBIR LAS PRESTACIONES DE LAS LEYES DEL IMSS E INFONAVIT, UNA VEZ REUNIDAS LAS CONDICIONES ESTABLECIDAS EN ELLAS.

RECUERDE QUE EL NUMERO DE SEGURIDAD SOCIAL QUE SE LE HA ASIGNADO ES UNICO E INTRANSFERIBLE Y DEBERA PROPORCIONARLO CADA VEZ QUE SOLICITE ALGUN TRAMITE ANTE LOS INSTITUTOS O ANTE LA AFORE DE SU ELECCION.

PARA LA OBTENCION DEL SERVICIO MEDICO, DEBERA USTED ACUDIR A LA UNIDAD DE MEDICINA FAMILIAR QUE APARECE ANOTADA EN ESTE AVISO PARA QUE LE SEA ENTREGADA SU TARJETA DE AFILIACION Y SU TARJETA DE CITAS MEDICAS.

PARA EL REGISTRO DE SUS BENEFICIARIOS LEGALES DEBERA CUMPLIR CON LOS REQUISITOS QUE ESTABLECE LA LEY DEL SEGURO SOCIAL, ADEMAS DE PRESENTAR LOS SIGUIENTES DOCUMENTOS:

- | | |
|--|---|
| • ESPOSA (O):
• CONCUBINA (RIO): (CON HIJOS PROCREADOS)
(SIN HIJOS PROCREADOS) | • COPIA CERTIFICADA DEL ACTA DE MATRIMONIO CIVIL.
• COPIA CERTIFICADA DEL ACTA DE NACIMIENTO DE UNO DE LOS HIJOS
• COMPROBACION DE CONVIVENCIA Y DEPENDENCIA ECONOMICA CON EL ASEGURADO, MINIMA DE 5 AÑOS. |
| • HIJOS: (HASTA LOS 16 AÑOS)
(DE 16 A 25 AÑOS) | • COPIA CERTIFICADA DEL ACTA DE NACIMIENTO.
• COPIA CERTIFICADA DEL ACTA DE NACIMIENTO Y COMPROBANTE DE LA ESCUELA DEL SISTEMA EDUCATIVO NACIONAL, DONDE REALIZA ESTUDIOS, QUE INDIQUE INICIO Y TERMINO DEL CICLO ESCOLAR. |
| • PADRES: | • COPIA CERTIFICADA DEL ACTA DE NACIMIENTO DEL ASEGURADO Y COMPROBACION DE CONVIVENCIA Y DEPENDENCIA ECONOMICA CON EL ASEGURADO. |

PARA TODO TRAMITE Y SOLICITUD DE PRESTACIONES DEBE PRESENTAR LA TARJETA DE AFILIACION.

- IMPORTANTE:**
- CUALQUIER CAMBIO DE DOMICILIO COMUNIQUELO AL I.M.S.S., A TRAVES DE LA UNIDAD DE MEDICINA FAMILIAR DE SU ADSCRIPCION.
 - REVISE QUE SU SALARIO ESTE CORRECTAMENTE ANOTADO, YA QUE ES LA BASE PARA OTORGARLE LOS BENEFICIOS QUE ESTABLECEN LAS LEYES DEL SEGURO SOCIAL Y DEL INFONAVIT.

INSCRIPCIÓN DEL PATRÓN AL IMSS

INSTITUTO MEXICANO DEL SEGURO SOCIAL SERVICIOS DE AFILIACION-VIGENCIA DE DERECHOS		INSTITUTO DEL FONDO NACIONAL DE LA VIVIENDA PARA LOS TRABAJADORES		AFIL-01													
AVISO DE INSCRIPCIÓN PATRONAL O DE MODIFICACION EN SU REGISTRO		<table border="1"> <tr> <th colspan="2">EXCLUSIVO IMSS</th> </tr> <tr> <td>TIPO DE:</td> <td>CLAVE MUNICIPIO:</td> </tr> <tr> <td>MOV. CAUSA:</td> <td>ARGUMENTO:</td> </tr> </table>		EXCLUSIVO IMSS		TIPO DE:	CLAVE MUNICIPIO:	MOV. CAUSA:	ARGUMENTO:	<table border="1"> <tr> <td colspan="2">NUMERO DE REGISTRO PATRONAL</td> </tr> <tr> <td>10 DIGITOS</td> <td>DIG. VER.</td> </tr> <tr> <td colspan="2">REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES</td> </tr> </table>		NUMERO DE REGISTRO PATRONAL		10 DIGITOS	DIG. VER.	REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES	
EXCLUSIVO IMSS																	
TIPO DE:	CLAVE MUNICIPIO:																
MOV. CAUSA:	ARGUMENTO:																
NUMERO DE REGISTRO PATRONAL																	
10 DIGITOS	DIG. VER.																
REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES																	
NOMBRE, DENOMINACION, RAZON SOCIAL DEL PATRON O SUJETO OBLIGADO				EXCLUSIVO IMSS													
EN CASO DE PERSONA FISICA (NOMBRES): APELLIDO PATERNO APELLIDO MATERNO				FECHA Y HORA DE RECEPCION DE ESTE AVISO EN EL IMSS													
ACTIVIDAD O GIRO DE LA EMPRESA																	
		EXCLUSIVO IMSS EN SEGUROS ESPECIALES		FECHA DE LA CAUSA DEL AVISO													
CLASE DE REGISTRO MARQUE CON UNA "X" EL SUJETO	FRACCION	PRIMA	MES	FORMA PAGO	S.S.T. IDENTIF. CONVENIO												
					DIA (2 DIG.) MES (2 DIG.) AÑO (4 DIG.)												
DOMICILIO DEL PATRON																	
CALLE Y/O MANZANA		NUMERO		COLONIA Y/O POBLACION													
MUNICIPIO		ENTIDAD		C.P.													
MARQUE CON UNA "X" LA CAUSA DE PRESENTACION DE ESTE AVISO																	
<input type="checkbox"/> A ALTA PATRONAL	<input type="checkbox"/> B REANUACION ACTIVIDADES	<input type="checkbox"/> C CAMBIO DOMICILIO O CIRCUNSCRIPCION	<input type="checkbox"/> D CAMBIO NOMBRE O RAZON SOCIAL	<input type="checkbox"/> E SUSTITUCION PATRONAL	<input type="checkbox"/> F DUBLICIDAD												
<input type="checkbox"/> G BAJA	<input type="checkbox"/> H HUELGA	<input type="checkbox"/> I PACO	<input type="checkbox"/> J LEGAL	<input type="checkbox"/> K TERMINO	<input type="checkbox"/> L INEXISTENTE												
IMPORTANTE: LEA LAS INSTRUCCIONES AL REVERSO				DELEGACION SUBDELEGACION													
NOMBRE Y FIRMA DEL PATRON, SUJETO OBLIGADO O SU REPRESENTANTE LEGAL																	

LOS MOVIMIENTOS QUE AMPARA ESTE FORMATO SURTEN EFECTO TANTO PARA EL IMSS COMO PARA EL INFONAVIT CONFORME A SUS RESPECTIVAS LEYES. CONSERVE ESTE DOCUMENTO PARA CUALQUIER ACLARACION.

INSTITUTO MEXICANO DEL SEGURO SOCIAL SERVICIOS DE AFILIACION-VIGENCIA DE DERECHOS		INSTITUTO DEL FONDO NACIONAL DE LA VIVIENDA PARA LOS TRABAJADORES		AFIL-01													
AVISO DE INSCRIPCIÓN PATRONAL O DE MODIFICACION EN SU REGISTRO		<table border="1"> <tr> <th colspan="2">EXCLUSIVO IMSS</th> </tr> <tr> <td>TIPO DE:</td> <td>CLAVE MUNICIPIO:</td> </tr> <tr> <td>MOV. CAUSA:</td> <td>ARGUMENTO:</td> </tr> </table>		EXCLUSIVO IMSS		TIPO DE:	CLAVE MUNICIPIO:	MOV. CAUSA:	ARGUMENTO:	<table border="1"> <tr> <td colspan="2">NUMERO DE REGISTRO PATRONAL</td> </tr> <tr> <td>10 DIGITOS</td> <td>DIG. VER.</td> </tr> <tr> <td colspan="2">REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES</td> </tr> </table>		NUMERO DE REGISTRO PATRONAL		10 DIGITOS	DIG. VER.	REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES	
EXCLUSIVO IMSS																	
TIPO DE:	CLAVE MUNICIPIO:																
MOV. CAUSA:	ARGUMENTO:																
NUMERO DE REGISTRO PATRONAL																	
10 DIGITOS	DIG. VER.																
REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES																	
NOMBRE, DENOMINACION, RAZON SOCIAL DEL PATRON O SUJETO OBLIGADO				EXCLUSIVO IMSS													
EN CASO DE PERSONA FISICA (NOMBRES): APELLIDO PATERNO APELLIDO MATERNO				FECHA Y HORA DE RECEPCION DE ESTE AVISO EN EL IMSS													
ACTIVIDAD O GIRO DE LA EMPRESA																	
		EXCLUSIVO IMSS EN SEGUROS ESPECIALES		FECHA DE LA CAUSA DEL AVISO													
CLASE DE REGISTRO MARQUE CON UNA "X" EL SUJETO	FRACCION	PRIMA	MES	FORMA PAGO	S.S.T. IDENTIF. CONVENIO												
					DIA (2 DIG.) MES (2 DIG.) AÑO (4 DIG.)												
DOMICILIO DEL PATRON																	
CALLE Y/O MANZANA		NUMERO		COLONIA Y/O POBLACION													
MUNICIPIO		ENTIDAD		C.P.													
MARQUE CON UNA "X" LA CAUSA DE PRESENTACION DE ESTE AVISO																	
<input type="checkbox"/> A ALTA PATRONAL	<input type="checkbox"/> B REANUACION ACTIVIDADES	<input type="checkbox"/> C CAMBIO DOMICILIO O CIRCUNSCRIPCION	<input type="checkbox"/> D CAMBIO NOMBRE O RAZON SOCIAL	<input type="checkbox"/> E SUSTITUCION PATRONAL	<input type="checkbox"/> F DUBLICIDAD												
<input type="checkbox"/> G BAJA	<input type="checkbox"/> H HUELGA	<input type="checkbox"/> I PACO	<input type="checkbox"/> J LEGAL	<input type="checkbox"/> K TERMINO	<input type="checkbox"/> L INEXISTENTE												
IMPORTANTE: LEA LAS INSTRUCCIONES AL REVERSO				DELEGACION SUBDELEGACION													
NOMBRE Y FIRMA DEL PATRON, SUJETO OBLIGADO O SU REPRESENTANTE LEGAL																	

LOS MOVIMIENTOS QUE AMPARA ESTE FORMATO SURTEN EFECTO TANTO PARA EL IMSS COMO PARA EL INFONAVIT CONFORME A SUS RESPECTIVAS LEYES. CONSERVE ESTE DOCUMENTO PARA CUALQUIER ACLARACION.

TRAMITE DE FUNCIONAMIENTO A LA SECRETARIA DE SALUD.



Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios

AVISO DE FUNCIONAMIENTO, DE RESPONSABLE SANITARIO Y DE MODIFICACIÓN O BAJA



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, BÓTICA 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 _____

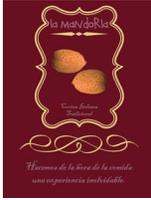
PERSONA AUTORIZADA NOMBRE _____ C.U.R.P. _____ (DATO OPCIONAL) _____ CORREO ELECTRÓNICO _____

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

CARTA PARA EL VISTO BUENO DE PROTECCIÓN CIVIL

RESTAURANTE ITALIANO TRADICIONAL

Morelia Michoacán 4 abril del 2012



Asunto: solicitud de visita a un establecimiento
que que para su operación requiere
una instalación de gas.

Orión Acuña Velázquez

Director de protección civil del estado de Michoacán.

P R E S E N T E

Por medio de la presente me permito solicitar su visita al establecimiento “La mandorla restaurante” ubicado en encuentro de Maravatio #3755 col. Rinconada del valle, con un horario de visita de 10:00 a 15:00 horas; para obtener su visto bueno en la instalación de gas que se requiere para la operación de nuestra empresa de alimentos y bebidas; que se realizo por parte del ingeniero civil Juan Pablo Vázquez Millán

Sin más por el momento reciba de mi parte un cordial saludo.

Chef propietario

Oscar García Vázquez

C.c.p. archivo

APENDICE A

CONTRATO DE TRABAJO

CONTRATO INDIVIDUAL DE TRABAJO POR TIEMPO INDETERMINADO que celebran por una parte “*La mandorla restaurante*” a quien en lo sucesivo se denominara “*El restaurante*”, representado por el C. *Oscar García Vázquez* en su carácter de *propietario*, y por la otra el C. *Juan López Pérez*, que por su propio derecho por ser trabajador de la empresa en lo sucesivo se le denominara “*el trabajador*”; contrato que se celebra al tenor de las siguientes declaraciones y clausulas.

DECLARACIONES

Por sus generales, los contratantes declaran lo siguiente:

“La Empresa”:

I.- Ser una persona física, constituida conforme a las leyes del país, como se acredita con la escritura pública número **274534-3245**, pasada ante la fe del licenciado **Ricardo Olmos Lombera**, y el Notario Público número **12** en esta ciudad.

II.- Estar representada en la firma del presente contrato por el C. **Oscar García Vázquez** en su carácter de **propietario** en la empresa.

III.- Tener su domicilio en encuentro de maravatio 3755, C.P. 58190 en la CD. De Morelia Michoacán

IV. Contar con Registro Federal de Contribuyentes **LMD823G702**.

“El Trabajador”:

I.- Que cuenta con capacidad jurídica para celebrar los contratos y obligarse a prestar sus servicios profesionales, así como, con los conocimientos y experiencia profesionales requeridos que más adelante se precisaran como objeto del presente contrato.

Que es de **nacionalidad mexicana**, nacido *el 23 de febrero de 1978*, con R.F.C **LOPJ780223**, con domicilio para recibir notificaciones en la calle **Acatita de Bajan #56 col. Fovisste Morelos C.P. 58036 de esta ciudad.**

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

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

CLÁUSULAS

PRIMERA.- VIGENCIA DEL CONTRATO el presente contrato se celebra por tiempo indeterminado, *“el restaurante”* contrata a *“El Trabajador”* por tiempo determinado, y por un período de *tres meses* que comprenden del *1 de enero al 31 de marzo del 2012* para que preste sus servicios *en cocina* desempeñando el puesto de *cocinero*.

SEGUNDA.- “OBJETO DEL CONTRATO *“El Trabajador”* debido a la naturaleza del trabajo a desempeñar, llevando funciones *técnicas y de servicio en cocina*, de acuerdo con los *objetivos, metas y organización establecido en “el restaurante”*

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

CUARTA.- LUGAR DE TRABAJO *“El Trabajador”* se obliga a prestar al *“el restaurante”* sus servicios, bajo su dirección y dependencia; debiendo desempeñarlos en **ENCUENTRO DE MARAVATIO 3755 COL. RINCONADA DEL VALLE, de la ciudad de Morelia.** *“el restaurante”* suministrara todo el equipo necesario para que lleve a cabo el cumplimiento de sus funciones, quedando estas bajo su resguardo, por lo que en caso de

pérdida, daño intencional o mal uso de ello, tendrá que reponer o pagar el precio a que se coticen en el mercado.

QUINTA.- LA JORNADA DE TRABAJO El horario de labores de *“El Trabajador”* será de *11:00 a 17:00 horas, de martes a domingo de cada semana, y siendo el lunes su día de descanso*; conviniendo *“el trabajador”* con *“el restaurante”* que en cualquier momento el mismo puede ser modificado de acuerdo con las necesidades de la compañía, pudiendo *“El restaurante”* establecer dicho horario bajo cualquiera de las modalidades señaladas en el artículo 59 de la Ley Federal del Trabajo.

SEXTA.- FORMA Y MONTO DEL SALARIO *“El Trabajador”* disfrutará de un salario de *\$3,000 tres mil pesos* moneda nacional, el cual le será dividido en dos quincenas cubierto *los días 15 y el último día* de cada mes en el domicilio del *“El restaurante”*, y el cual ya incluye la proporción correspondiente a los séptimos días y días de descanso obligatorio, adicionando la prima vacacional y como concepto no ligado al salario el reparto de las propinas.

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

SEPTIMA.- TRABAJO EXTRAORDINARIO *“El Trabajador”* no podrá laborar tiempo extraordinario de trabajo, sin previa autorización por escrito que *“El restaurante”* le otorgue por conducto de sus representantes.

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

NOVENA.-AGUINALDO *“El trabajador”* percibirá un aguinaldo anual de 15 días de salario, el cual se cubrirá de manera proporcional al tiempo de los servicios prestados a *“El restaurante”* durante dicho período y antes de los 20 días del mes de diciembre.

DECIMA.- **DERECHOS DE AUTOR** las partes convienen que, si con motivo de la prestación de servicio y actividad objeto del presente contrato, se promuevan obras de carácter cultural, artística o de creación, **“El restaurante”** será el titular de los derechos de autor o premios conseguidos.

DÉCIMA PRIMERA.- **CAPACITACION “El Trabajador”** se obliga a participar en los cursos de capacitación y adiestramiento que **“El restaurante”** le indique para el mejor conocimiento y desarrollo de sus aptitudes, mismos que podrán impartirse dentro y/o fuera de la jornada de labores.

DÉCIMA SEGUNDA.- Lo no previsto por este contrato se regirá por las disposiciones previstas en la Ley Federal del Trabajo así como por el Reglamento Interior de Trabajo que rige en **“El restaurante”** en caso de existir este último.

DÉCIMA TERCERA.- **“El Restaurante”** y **“El Trabajador”**, aceptan expresamente que en caso de existir controversias legales en cualquier materia entre ambas partes, se someterán al texto de este contrato y a los tribunales del domicilio de **“El restaurante”**.

Leído que fue el presente contrato por quienes en él intervienen, lo ratifican en todas y cada una de sus partes y lo suscriben a su más entera conformidad por triplicado, entregándose copia del mismo al **“El Trabajador”** para los fines legales que a éste convengan, **en la ciudad de Morelia Michoacán a 1 de enero del 2012**

“El Trabajador”

“La Empresa”

C. JUAN LOPEZ PEREZ

C. OSCAR GARCIA VAZQUEZ

TESTIGOS

C.P. Y L.A.E

L.D.M. ANA TEJEDA VELAZQUEZ

ANTONIO CHAVEZ GUZMAN

*Las letras señalas en negritas y cursivas son datos modificables en cada reproducción contractual.

APENDICE C

EVALUACION DEL PERSONAL

La contratación de un trabajador, será de acuerdo a la más alta calificación en los formatos de evaluación. La siguiente descripción señala la ponderación que se llevara a cabo:

- a) “Superior” es la máxima calificación que se concede al empleado sobresaliente.
- b) “Bueno” destaca en forma natural que hace un trabajo plenamente satisfactorio, desarrolla su labor por encima de los demás empleados.
- c) “Regular” indica que el desempeño del empleado es aceptable.
- d) “Inferior” refleja claramente al empleado mediocre.

APELLIDO PATERNO	APELLIDO MATERNO	NOMBRE
PUESTO	PONDERACIÓN GENERAL	

	INFERIOR	REGULAR	BUENO	SUPERIOR
CALIDAD EN EL TRABAJO	<input type="checkbox"/> Resultados algunas veces fructíferos. Frecuentemente requiere revisión. Denota falta de empeño en la labor.	<input type="checkbox"/> Resultados generalmente fructíferos. Raras veces requiere revisión y verificación. Denota buen juicio y empeño en la labor.	<input type="checkbox"/> Resultados generalmente muy fructíferos. Denota un buen desempeño y preparación constante.	<input type="checkbox"/> Resultados siempre fructíferos. Denota juicio elevado y excelencia en la labor.
Ponderación:	OBSERVACIONES :			

	INFERIOR	REGULAR	BUENO	SUPÈRIOR
CANTIDAD EN EL TRABAJO	<input type="checkbox"/> Frecuentemente los resultados son inferiores al volumen de trabajo.	<input type="checkbox"/> Cumple con el volumen de trabajo requerido.	<input type="checkbox"/> Cumple y frecuentemente excede el volumen de trabajo requerido.	<input type="checkbox"/> Casi siempre excede el volumen de trabajo requerido.
Ponderación:	OBSERVACIONES :			

	INFERIOR	REGULAR	BUENO	SUPÈRIOR
PUNTUALIDAD EN EL TRABAJO	<input type="checkbox"/> Resultados algunas veces tardíos. Frecuentemente no son completados en el tiempo exigido.	<input type="checkbox"/> Resultados generalmete completados en el tiempo exigido.	<input type="checkbox"/> Resultados generalmente son completados y con frecuencia antes del tiempo exigido.	<input type="checkbox"/> Resultados generalmente son completados antes del tiempo exigido.
Ponderación:	OBSERVACIONES :			

	INFERIOR	REGULAR	BUENO	SUPÈRIOR
CONOCIMIENTO Y HABITOS DEL TRABAJO	<input type="checkbox"/> No conoce su propio puesto, necesita aprender mucho. Carece de un sistema para trabajar.	<input type="checkbox"/> Entiende mas o menos su trabajo pero le falta mas por aprender. Su sitema de trabajo es aceptable.	<input type="checkbox"/> Entiende completamente sus labores . su sistema de trabajo es cuidadoso y eficiente	<input type="checkbox"/> Conoce bastante su puesto y los relacionados a este. Excelentes costumbres laborales.
Ponderación:	OBSERVACIONES :			

ANEXO 2: FORMATOS FINANCIEROS

PRESUPUESTO DE VENTA MENSUAL/ANUAL													
Concepto / mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	TOTAL ANUAL
Entradas													
papa paprika	109	125	100	97	124	107	108	111	118	108	112	131	1348
crustini siciliano	99	114	91	88	113	97	98	101	107	98	102	119	1229
pecorino al pesto	86	99	79	77	98	85	86	88	93	86	89	104	1070
carpaccio de salmón	77	88	71	68	88	75	76	78	83	76	79	92	952
hogazas	176	202	162	157	201	172	174	180	190	174	181	211	2181
Unidades Totales	547	629	503	487	624	536	542	558	591	542	564	657	6780
Concepto / mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	TOTAL ANUAL
ENSALADAS													
caprese	77	88	102	117	134	154	178	204	235	270	311	357	2227
al pesto de albahaca	38	44	51	58	67	77	89	102	117	135	155	179	1114
Unidades Totales	115	132	152	175	201	232	266	306	352	405	466	536	3341
Concepto / mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	TOTAL ANUAL
SOPAS													
crema de manzana y almendra	96	110	127	146	168	193	222	255	294	338	388	447	2784
Unidades Totales	96	110	127	146	168	193	222	255	294	338	388	447	2784
Concepto / mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	TOTAL ANUAL
PIZZAS													
napolitana	80	92	106	122	140	161	185	213	245	281	324	372	2320
mexicana	61	70	80	92	106	122	141	162	186	214	246	283	1763
hawaiana	61	70	80	92	106	122	141	162	186	214	246	283	1763
blanca	58	66	76	88	101	116	133	153	176	203	233	268	1670
Ingresos Totales	259	298	343	394	453	521	600	689	793	912	1049	1206	7517

Concepto / mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	TOTAL ANUAL
PASTAS													
lassagne	90	103	118	136	157	180	207	238	274	315	362	417	2599
rauidis de espinaca y pollo	77	88	102	117	134	154	178	204	235	270	311	357	2227
carbonara	96	110	127	146	168	193	222	255	294	338	388	447	2784
bolognesa	83	96	110	127	146	167	192	221	255	293	337	387	2413
primavera cremosa	54	63	72	83	95	109	126	145	166	191	220	253	1578
arabiata	67	77	89	102	118	135	155	179	206	236	272	313	1949
al buro	70	81	93	107	123	142	163	187	215	248	285	328	2042
putanesca	64	74	85	97	112	129	148	170	196	225	259	298	1856
alfredo	90	103	118	136	157	180	207	238	274	315	362	417	2599
5 quesos	51	59	68	78	90	103	118	136	157	180	207	238	1485
Unidades Totales	742	854	982	1129	1296	1493	1717	1975	2271	2612	3003	3454	21531
POSTRES													
pastel de zanahoria	160	184	212	243	280	322	370	426	489	563	647	744	4640
tiramisu	179	206	237	273	313	360	415	477	548	630	725	834	5197
canelones	182	210	241	277	319	367	422	485	558	642	738	849	5290
Unidades Totales	522	600	690	793	912	1049	1206	1387	1596	1835	2110	2427	15127
VINOS													
Casa grande	54	63	72	83	95	109	126	145	166	191	220	253	1578
YA	19	22	25	29	34	39	44	51	59	68	78	89	557
amarone	29	33	38	44	50	58	67	77	88	101	117	134	835
barbbliro	19	22	25	29	34	39	44	51	59	68	78	89	557
Unidades Totales	122	140	161	185	213	245	281	323	372	428	492	566	3527
BEBIDAS ALCOHOL													
martini de almendras	42	48	55	63	73	84	96	111	127	146	168	194	1206
margarita	58	66	76	88	101	116	133	153	176	203	233	268	1670
piña colada	58	66	76	88	101	116	133	153	176	203	233	268	1670
daiquiri de fresa	70	81	93	107	123	142	163	187	215	248	285	328	2042
gin & tonic	22	26	30	34	39	45	52	60	69	79	91	104	650
mojito cubano	80	92	106	122	140	161	185	213	245	281	324	372	2320
cerveza	182	210	241	277	319	367	422	485	558	642	738	849	5290
Unidades Totales	512	589	677	779	895	1030	1184	1362	1566	1801	2071	2382	14849

Concepto / mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	TOTAL ANUAL
BEBIDAS													
refrescos	1299	1494	1718	1976	2272	2613	3005	3456	3974	4570	5256	6044	37679
agua	221	254	292	336	386	444	511	587	675	777	893	1027	6404
Unidades Totales	1520	1748	2010	2312	2658	3057	3516	4043	4650	5347	6149	7072	44083

PRESUPUESTO DE MATERIA PRIMA

Concepto / mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	TOTAL ANUAL
Entradas													
papa paprika	\$1,916.62	\$2,204.11	\$1,763.29	\$1,705.79	\$2,184.95	\$1,878.29	\$1,897.45	\$1,954.95	\$2,069.95	\$1,897.45	\$1,974.12	\$2,299.94	\$23,746.98
crustini siciliano	\$2,423.65	\$2,787.20	\$2,229.76	\$2,157.05	\$2,762.97	\$2,375.18	\$2,399.42	\$2,472.13	\$2,617.55	\$2,399.42	\$2,496.36	\$2,908.39	\$30,029.08
pecorino al pesto	\$3,448.40	\$3,965.66	\$3,172.53	\$3,069.07	\$3,931.17	\$3,379.43	\$3,413.91	\$3,517.36	\$3,724.27	\$3,413.91	\$3,551.85	\$4,138.06	\$42,725.64
carpaccio de salmon	\$1,177.80	\$1,354.48	\$1,083.58	\$1,048.25	\$1,342.70	\$1,154.25	\$1,166.03	\$1,201.36	\$1,272.03	\$1,166.03	\$1,213.14	\$1,413.37	\$14,593.00
hogazas	\$5,381.38	\$6,188.58	\$4,950.87	\$4,789.42	\$6,134.77	\$5,273.75	\$5,327.56	\$5,489.00	\$5,811.89	\$5,327.56	\$5,542.82	\$6,457.65	\$66,675.25
Costos Totales	\$14,347.85	\$16,500.03	\$13,200.02	\$12,769.59	\$16,356.55	\$14,060.90	\$14,204.37	\$14,634.81	\$15,495.68	\$14,204.37	\$14,778.29	\$17,217.42	\$177,769.90

Concepto / mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	TOTAL ANUAL
ENSALADAS													
caprese	\$1,763.02	\$2,027.47	\$2,331.60	\$2,681.33	\$3,083.53	\$3,546.06	\$4,077.97	\$4,689.67	\$5,393.12	\$6,202.09	\$7,132.40	\$8,202.26	\$51,130.54
al pesto de albahaca	\$773.75	\$895.56	\$1,029.90	\$1,184.38	\$1,362.04	\$1,566.35	\$1,801.30	\$2,071.50	\$2,382.22	\$2,739.55	\$3,150.49	\$3,623.06	\$22,585.11
Costos Totales	\$2,541.77	\$2,923.04	\$3,361.49	\$3,865.72	\$4,445.58	\$5,112.41	\$5,879.27	\$6,761.17	\$7,775.34	\$8,941.64	\$10,282.89	\$11,825.32	\$73,715.65

Concepto / mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	TOTAL ANUAL
SOPAS													
crema de manzana y almendra	\$2,952.58	\$3,395.46	\$3,904.78	\$4,490.50	\$5,164.07	\$5,938.68	\$6,829.49	\$7,853.91	\$9,032.00	\$10,386.80	\$11,944.82	\$13,736.54	\$85,629.63
Costos Totales	\$2,952.58	\$3,395.46	\$3,904.78	\$4,490.50	\$5,164.07	\$5,938.68	\$6,829.49	\$7,853.91	\$9,032.00	\$10,386.80	\$11,944.82	\$13,736.54	\$85,629.63

Concepto / mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	TOTAL ANUAL
PIZZAS													
napolitana	\$4,524.48	\$5,203.15	\$5,983.62	\$6,881.17	\$7,913.34	\$9,100.35	\$10,465.40	\$12,035.21	\$13,840.49	\$15,916.56	\$18,304.05	\$21,049.65	\$131,217.46
mexicana	\$3,864.69	\$4,444.39	\$5,111.05	\$5,877.71	\$6,759.37	\$7,773.27	\$8,939.27	\$10,280.16	\$11,822.18	\$13,595.51	\$15,634.83	\$17,980.06	\$112,082.49
hawaiana	\$3,742.85	\$4,304.28	\$4,949.92	\$5,692.40	\$6,546.26	\$7,528.20	\$8,657.43	\$9,956.05	\$11,449.46	\$13,166.88	\$15,141.91	\$17,413.19	\$108,548.83
blanca	\$3,500.24	\$4,025.27	\$4,629.06	\$5,323.42	\$6,121.94	\$7,040.23	\$8,096.26	\$9,310.70	\$10,707.30	\$12,313.40	\$14,160.41	\$16,284.47	\$101,512.70
Costos Totales	\$15,632.26	\$17,977.09	\$20,673.66	\$23,774.71	\$27,340.91	\$31,442.05	\$36,158.36	\$41,582.11	\$47,819.43	\$54,992.34	\$63,241.19	\$72,727.37	\$453,361.49
PASTAS													
lassagne	\$3,037.44	\$3,493.06	\$4,017.01	\$4,619.57	\$5,312.50	\$6,109.38	\$7,025.78	\$8,079.65	\$9,291.60	\$10,685.34	\$12,288.14	\$14,131.36	\$88,090.82
ravolis de espinaca y pollo	\$2,169.45	\$2,494.86	\$2,869.09	\$3,299.46	\$3,794.38	\$4,363.53	\$5,018.06	\$5,770.77	\$6,636.39	\$7,631.84	\$8,776.62	\$10,093.11	\$62,917.56
carbonara	\$4,429.44	\$5,093.86	\$5,857.93	\$6,736.62	\$7,747.12	\$8,909.19	\$10,245.56	\$11,782.40	\$13,549.76	\$15,582.22	\$17,919.56	\$20,607.49	\$123,461.15
bolognesa	\$3,076.07	\$3,537.48	\$4,068.10	\$4,678.32	\$5,380.07	\$6,187.08	\$7,115.14	\$8,182.41	\$9,409.77	\$10,821.24	\$12,444.42	\$14,311.08	\$89,211.17
primavera cremosa	\$2,918.02	\$3,355.72	\$3,859.08	\$4,437.94	\$5,103.63	\$5,869.17	\$6,749.55	\$7,761.98	\$8,926.28	\$10,265.22	\$11,805.00	\$13,575.75	\$84,627.33
arabiata	\$2,630.48	\$3,025.05	\$3,478.81	\$4,000.63	\$4,600.72	\$5,290.83	\$6,084.45	\$6,997.12	\$8,046.69	\$9,253.69	\$10,641.75	\$12,238.01	\$76,288.21
al burro	\$1,890.66	\$2,174.26	\$2,500.40	\$2,875.46	\$3,306.78	\$3,802.80	\$4,373.22	\$5,029.20	\$5,783.58	\$6,651.12	\$7,648.78	\$8,796.10	\$54,832.36
putanesca	\$3,554.30	\$4,087.45	\$4,700.57	\$5,405.65	\$6,216.50	\$7,148.97	\$8,221.32	\$9,454.52	\$10,872.70	\$12,503.60	\$14,379.14	\$16,536.01	\$103,080.74
alfredo	\$2,981.53	\$3,428.76	\$3,943.07	\$4,534.53	\$5,214.71	\$5,996.92	\$6,896.46	\$7,930.93	\$9,120.57	\$10,488.65	\$12,061.95	\$13,871.24	\$86,469.33
5 quesos	\$3,749.07	\$4,311.43	\$4,958.14	\$5,701.87	\$6,557.14	\$7,540.72	\$8,671.82	\$9,972.60	\$11,468.49	\$13,188.76	\$15,167.07	\$17,442.14	\$108,729.25
Costos Totales	\$30,436.45	\$35,001.92	\$40,252.21	\$46,290.04	\$53,233.55	\$61,218.58	\$70,401.37	\$80,961.57	\$93,105.81	\$107,071.68	\$123,132.43	\$141,602.30	\$882,707.93
POSTRES													
pastel de zanahoria	\$4,337.28	\$4,987.87	\$5,736.05	\$6,596.46	\$7,585.93	\$8,723.82	\$10,032.39	\$11,537.25	\$13,267.84	\$15,258.01	\$17,546.72	\$20,178.72	\$125,788.35
tiramisu	\$5,586.74	\$6,424.75	\$7,388.46	\$8,496.73	\$9,771.24	\$11,236.93	\$12,922.47	\$14,860.84	\$17,089.96	\$19,653.46	\$22,601.48	\$25,991.70	\$162,024.75
canelones	\$3,405.77	\$3,916.64	\$4,504.13	\$5,179.75	\$5,956.72	\$6,850.23	\$7,877.76	\$9,059.42	\$10,418.34	\$11,981.09	\$13,778.25	\$15,844.99	\$98,773.09
Costos Totales	\$13,329.79	\$15,329.26	\$17,628.65	\$20,272.95	\$23,313.89	\$26,810.97	\$30,832.62	\$35,457.51	\$40,776.14	\$46,892.56	\$53,926.44	\$62,015.41	\$386,586.19

Concepto / mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	TOTAL ANUAL
VINOS													
Casa grande	\$6,800.00	\$7,820.00	\$8,993.00	\$10,341.95	\$11,893.24	\$13,677.23	\$15,728.81	\$18,088.14	\$20,801.36	\$23,921.56	\$27,509.79	\$31,636.26	\$197,211.34
XA	\$1,881.60	\$2,163.84	\$2,488.42	\$2,861.68	\$3,290.93	\$3,784.57	\$4,352.26	\$5,005.09	\$5,755.86	\$6,619.24	\$7,612.12	\$8,753.94	\$54,569.54
amarone	\$5,011.20	\$5,762.88	\$6,627.31	\$7,621.41	\$8,764.62	\$10,079.31	\$11,591.21	\$13,329.89	\$15,329.38	\$17,628.78	\$20,273.10	\$23,314.06	\$145,333.16
barcolino	\$3,379.20	\$3,886.08	\$4,468.99	\$5,139.34	\$5,910.24	\$6,796.78	\$7,816.29	\$8,988.74	\$10,337.05	\$11,887.61	\$13,670.75	\$15,721.36	\$98,002.43
Costos Totales	\$17,072.00	\$19,632.80	\$22,577.72	\$25,964.38	\$29,859.03	\$34,337.89	\$39,488.57	\$45,411.86	\$52,223.64	\$60,057.18	\$69,065.76	\$79,425.63	\$495,116.47
Concepto / mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	TOTAL ANUAL
BEBIDAS ALCOHOL													
martini de almendras	\$1,080.77	\$1,242.88	\$1,429.32	\$1,643.71	\$1,890.27	\$2,173.81	\$2,499.88	\$2,874.86	\$3,306.09	\$3,802.01	\$4,372.31	\$5,028.16	\$31,344.07
margarita	\$948.33	\$1,090.58	\$1,254.16	\$1,442.29	\$1,658.63	\$1,907.42	\$2,193.54	\$2,522.57	\$2,900.95	\$3,336.09	\$3,836.51	\$4,411.99	\$27,503.05
piña colada	\$966.99	\$1,112.04	\$1,278.84	\$1,470.67	\$1,691.27	\$1,944.96	\$2,236.70	\$2,572.21	\$2,958.04	\$3,401.75	\$3,912.01	\$4,498.81	\$28,044.29
chiquiri de fresa	\$1,146.39	\$1,318.35	\$1,516.11	\$1,743.52	\$2,005.05	\$2,305.81	\$2,651.68	\$3,049.43	\$3,506.84	\$4,032.87	\$4,637.80	\$5,333.47	\$33,247.33
gin & tonic	\$346.21	\$398.15	\$457.87	\$526.55	\$605.53	\$696.36	\$800.81	\$920.94	\$1,059.08	\$1,217.94	\$1,400.63	\$1,610.72	\$10,040.79
mojito cubano	\$1,229.76	\$1,414.22	\$1,626.36	\$1,870.31	\$2,150.86	\$2,473.49	\$2,844.51	\$3,271.19	\$3,761.86	\$4,326.14	\$4,975.07	\$5,721.32	\$35,665.09
cerveza	\$1,751.04	\$2,013.70	\$2,315.75	\$2,663.11	\$3,062.58	\$3,521.97	\$4,050.26	\$4,657.80	\$5,356.47	\$6,159.94	\$7,083.93	\$8,146.52	\$50,783.08
Costos Totales	\$7,469.49	\$8,589.91	\$9,878.40	\$11,360.16	\$13,064.19	\$15,023.81	\$17,277.39	\$19,869.00	\$22,849.34	\$26,276.75	\$30,218.26	\$34,751.00	\$216,627.70
Concepto / mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	TOTAL ANUAL
BEBIDAS													
refrescos	\$11,536.90	\$13,267.43	\$15,257.54	\$17,546.18	\$20,178.10	\$23,204.82	\$26,685.54	\$30,688.37	\$35,291.63	\$40,585.37	\$46,673.18	\$53,674.16	\$334,589.22
agua	\$1,324.80	\$1,523.52	\$1,752.05	\$2,014.86	\$2,317.08	\$2,664.65	\$3,064.34	\$3,523.99	\$4,052.59	\$4,660.48	\$5,359.55	\$6,163.49	\$38,421.41
Costos Totales	\$12,861.70	\$14,790.95	\$17,009.59	\$19,561.03	\$22,495.19	\$25,869.46	\$29,749.88	\$34,212.37	\$39,344.22	\$45,245.86	\$52,032.73	\$59,837.64	\$373,010.63
GRAN TOTAL	\$116,643.89	\$134,140.47	\$148,486.54	\$168,349.08	\$195,272.96	\$219,814.77	\$250,821.33	\$286,744.31	\$328,421.60	\$374,069.18	\$428,622.82	\$493,138.63	\$3,144,525.58

PRESUPUESTO DE VENTA TOTAL

Concepto / mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	TOTAL ANUAL
Entradas													
papa paprika	\$4,460.80	\$5,129.92	\$4,103.94	\$3,970.11	\$5,065.31	\$4,371.58	\$4,416.19	\$4,550.02	\$4,817.66	\$4,416.19	\$4,594.62	\$5,352.96	\$55,269.31
crustini siciliano	\$5,753.60	\$6,616.64	\$5,293.31	\$5,120.70	\$6,559.10	\$5,638.53	\$5,696.06	\$5,868.67	\$6,213.89	\$5,696.06	\$5,926.21	\$6,904.32	\$71,287.10
pecorino al pesto	\$8,035.20	\$9,240.48	\$7,392.38	\$7,151.33	\$9,160.13	\$7,874.50	\$7,954.85	\$8,195.90	\$8,678.02	\$7,954.85	\$8,276.26	\$9,642.24	\$99,556.13
carpaccio de salmon	\$2,764.80	\$3,179.52	\$2,543.62	\$2,460.67	\$3,151.87	\$2,709.50	\$2,737.15	\$2,820.10	\$2,965.96	\$2,737.15	\$2,847.74	\$3,317.76	\$34,255.87
hogazas	\$12,496.00	\$14,370.40	\$11,496.32	\$11,121.44	\$14,245.44	\$12,246.08	\$12,371.04	\$12,745.92	\$13,495.68	\$12,371.04	\$12,870.88	\$14,995.20	\$154,825.44
Ingresos Totales	\$33,510.40	\$38,536.96	\$30,829.57	\$29,824.26	\$38,201.86	\$32,840.19	\$33,175.30	\$34,180.61	\$36,191.23	\$33,175.30	\$34,515.71	\$40,212.48	\$415,193.86
ENSALADAS													
caprese	\$4,147.20	\$4,769.28	\$5,484.67	\$6,307.37	\$7,253.48	\$8,341.50	\$9,592.73	\$11,031.63	\$12,686.38	\$14,589.34	\$16,777.74	\$19,294.40	\$120,275.71
al pesto de albahaca	\$1,843.20	\$2,119.68	\$2,437.63	\$2,803.28	\$3,223.77	\$3,707.33	\$4,263.43	\$4,902.95	\$5,638.39	\$6,484.15	\$7,456.77	\$8,575.29	\$53,455.87
Ingresos Totales	\$5,990.40	\$6,888.96	\$7,922.30	\$9,110.65	\$10,477.25	\$12,048.83	\$13,856.16	\$15,934.58	\$18,324.77	\$21,073.49	\$24,234.51	\$27,869.69	\$173,731.59
SOPAS													
crema de manzana y almendra	\$6,912.00	\$7,948.80	\$9,141.12	\$10,512.29	\$12,089.13	\$13,902.50	\$15,987.88	\$18,386.06	\$21,143.97	\$24,315.56	\$27,962.90	\$32,157.33	\$200,459.52
Ingresos Totales	\$6,912.00	\$7,948.80	\$9,141.12	\$10,512.29	\$12,089.13	\$13,902.50	\$15,987.88	\$18,386.06	\$21,143.97	\$24,315.56	\$27,962.90	\$32,157.33	\$200,459.52

Concepto / mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	TOTAL ANUAL
PIZZAS													
napolitana	\$10,560.00	\$12,144.00	\$13,965.60	\$16,060.44	\$18,469.51	\$21,239.93	\$24,425.92	\$28,069.81	\$32,303.28	\$37,148.77	\$42,721.09	\$49,129.25	\$306,257.61
mexicana	\$8,998.40	\$10,348.16	\$11,900.38	\$13,685.44	\$15,738.26	\$18,099.00	\$20,813.85	\$23,935.92	\$27,526.31	\$31,655.26	\$36,403.55	\$41,864.06	\$260,968.60
hawaiana	\$8,694.40	\$9,998.56	\$11,498.34	\$13,223.10	\$15,206.56	\$17,487.54	\$20,110.68	\$23,127.28	\$26,596.37	\$30,585.82	\$35,173.70	\$40,449.75	\$252,152.10
bianca	\$8,121.60	\$9,339.84	\$10,740.82	\$12,351.94	\$14,204.73	\$16,335.44	\$18,785.75	\$21,603.62	\$24,844.16	\$28,570.78	\$32,856.40	\$37,784.86	\$235,539.94
Ingresos Totales	\$36,374.40	\$41,830.56	\$48,105.14	\$55,320.92	\$63,619.05	\$73,161.91	\$84,136.20	\$96,756.63	\$111,270.12	\$127,960.64	\$147,154.74	\$169,227.95	\$1,054,918.25
PASTAS													
lassagne	\$7,078.40	\$8,140.16	\$9,361.18	\$10,765.36	\$12,380.17	\$14,237.19	\$16,372.77	\$18,828.68	\$21,652.99	\$24,900.94	\$28,636.06	\$32,931.49	\$205,285.40
ravioles de espinaca y pollo	\$5,068.80	\$5,829.12	\$6,703.49	\$7,709.01	\$8,865.36	\$10,195.17	\$11,724.44	\$13,483.11	\$15,505.58	\$17,831.41	\$20,506.12	\$23,582.04	\$147,003.65
carbonara	\$10,368.00	\$11,923.20	\$13,711.68	\$15,768.43	\$18,133.70	\$20,853.75	\$23,981.81	\$27,579.09	\$31,715.95	\$36,473.34	\$41,944.34	\$48,235.99	\$300,669.29
bolognesa	\$7,155.20	\$8,228.48	\$9,462.75	\$10,882.16	\$12,514.49	\$14,391.66	\$16,550.41	\$19,032.97	\$21,887.92	\$25,171.11	\$28,946.77	\$33,288.79	\$207,512.73
primavera cremosa	\$6,800.00	\$7,820.00	\$8,993.00	\$10,341.95	\$11,893.24	\$13,677.23	\$15,728.81	\$18,088.14	\$20,801.36	\$23,921.56	\$27,509.79	\$31,636.26	\$197,211.34
arabiata	\$6,115.20	\$7,032.48	\$8,087.35	\$9,300.45	\$10,695.52	\$12,299.85	\$14,144.83	\$16,266.55	\$18,706.54	\$21,512.52	\$24,739.39	\$28,450.30	\$177,351.00
al burro	\$4,435.20	\$5,100.48	\$5,865.55	\$6,745.38	\$7,757.19	\$8,920.77	\$10,258.89	\$11,797.72	\$13,567.38	\$15,602.48	\$17,942.86	\$20,634.29	\$128,628.20
putanesca	\$8,256.00	\$9,494.40	\$10,918.56	\$12,556.34	\$14,439.80	\$16,605.76	\$19,096.63	\$21,961.12	\$25,255.29	\$29,043.59	\$33,400.12	\$38,410.14	\$239,437.77
alfredo	\$6,988.80	\$8,037.12	\$9,242.69	\$10,629.09	\$12,223.45	\$14,056.97	\$16,165.52	\$18,590.35	\$21,378.90	\$24,585.73	\$28,273.59	\$32,514.63	\$202,666.85
5 quesos	\$8,704.00	\$10,009.60	\$11,511.04	\$13,237.70	\$15,223.35	\$17,506.85	\$20,132.88	\$23,152.81	\$26,625.73	\$30,619.60	\$35,212.53	\$40,494.41	\$252,430.51
Ingresos Totales	\$70,969.60	\$81,615.04	\$93,857.30	\$107,935.89	\$124,126.27	\$142,745.22	\$164,157.00	\$188,780.55	\$217,097.63	\$249,662.27	\$287,111.61	\$330,178.36	\$2,058,236.73
POSTRES													
pastel de zanahoria	\$10,080.00	\$11,592.00	\$13,330.80	\$15,330.42	\$17,629.98	\$20,274.48	\$23,315.65	\$26,813.00	\$30,834.95	\$35,460.19	\$40,779.22	\$46,896.11	\$292,336.81
tiramisu	\$13,081.60	\$15,043.84	\$17,300.42	\$19,895.48	\$22,879.80	\$26,311.77	\$30,258.54	\$34,797.32	\$40,016.91	\$46,019.45	\$52,922.37	\$60,860.72	\$379,368.21
canelones	\$8,025.60	\$9,229.44	\$10,613.86	\$12,205.93	\$14,036.82	\$16,142.35	\$18,563.70	\$21,348.26	\$24,550.49	\$28,233.07	\$32,468.03	\$37,338.23	\$232,755.78
Ingresos Totales	\$31,187.20	\$35,865.28	\$41,245.07	\$47,431.83	\$54,546.61	\$62,728.60	\$72,137.89	\$82,958.57	\$95,402.36	\$109,712.71	\$126,169.62	\$145,095.06	\$904,480.80

PRESUPUESTO DE NOMINA											
Puesto	Cantidad	Salario mensual	Total	Salario Anual	SDI (1,0452)	Afore (2%)	Infonavit (5%)	2% sobre nomina	IMSS	prima vacacional	prima dominical
Chef ejecutivo	1	\$ 11,000.00	\$ 11,000.00	\$ 132,000.00	\$ 377.99	\$ 226.79	\$ 566.99	\$ 220.00	\$ 141.75	\$ 687.50	\$ 94.50
Chef operativo	1	\$ 6,500.00	\$ 6,500.00	\$ 78,000.00	\$ 223.36	\$ 134.01	\$ 335.04	\$ 130.00	\$ 83.76	\$ 406.25	\$ 55.84
Sous chef	1	\$ 4,200.00	\$ 4,200.00	\$ 50,400.00	\$ 144.32	\$ 86.59	\$ 216.49	\$ 84.00	\$ 54.12	\$ 262.50	\$ 36.08
Cocinero	4	\$ 3,000.00	\$ 12,000.00	\$ 144,000.00	\$ 103.09	\$ 61.85	\$ 154.63	\$ 240.00	\$ 38.66	\$ 187.50	\$ 25.77
Stewart	2	\$ 2,000.00	\$ 4,000.00	\$ 48,000.00	\$ 68.73	\$ 41.24	\$ 103.09	\$ 80.00	\$ 25.77	\$ 125.00	\$ 17.18
Barman	1	\$ 3,500.00	\$ 3,500.00	\$ 42,000.00	\$ 120.27	\$ 72.16	\$ 180.40	\$ 70.00	\$ 45.10	\$ 218.75	\$ 30.07
Capitán de meseros	1	\$ 4,000.00	\$ 4,000.00	\$ 48,000.00	\$ 137.45	\$ 82.47	\$ 206.18	\$ 80.00	\$ 51.54	\$ 250.00	\$ 34.36
Cajero/a	1	\$ 2,600.00	\$ 2,600.00	\$ 31,200.00	\$ 89.34	\$ 53.61	\$ 134.01	\$ 52.00	\$ 33.50	\$ 162.50	\$ 22.34
Contabilidad y compras	1	\$ 3,500.00	\$ 3,500.00	\$ 42,000.00	\$ 120.27	\$ 72.16	\$ 180.40	\$ 70.00	\$ 45.10	\$ 218.75	\$ 30.07
Mantenimiento	1	\$ 2,400.00	\$ 2,400.00	\$ 28,800.00	\$ 82.47	\$ 49.48	\$ 123.71	\$ 48.00	\$ 30.93	\$ 150.00	\$ 20.62
Meseros	5	\$ 2,800.00	\$ 14,000.00	\$ 168,000.00	\$ 96.22	\$ 57.73	\$ 144.32	\$ 280.00	\$ 36.08	\$ 175.00	\$ 24.05
Hostess	1	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	\$ 24,000.00	\$ 68.73	\$ 41.24	\$ 103.09	\$ 40.00	\$ 25.77	\$ 125.00	\$ 17.18
TOTAL	21	\$ 47,500.00	\$ 69,700.00	\$ 836,400.00	\$ 1,632.23	\$ 979.34	\$ 2,448.35	\$ 1,394.00	\$ 612.09	\$ 2,988.75	\$ 412.06
				Total mensual de prestaciones		\$ 8,814.58					
				Total salario		\$ 69,700.00					
				Total salario mas prestaciones		\$ 78,514.58					
				Total anual		\$942,174.93					

PRESUPUESTO DE VENTAS INICIAL- *PRODUCT MIX*

Fecha: 1 - 7 de noviembre 2012

Producto		MAR	ME	JUE	VIE	SAB	DOM	TOTAL
ENTRADAS	total	12	18	19	33	41	48	171
papa paprika		2	3	4	7	9	9	34
crustini siciliano		3	4	2	4	8	10	31
pecorino al pesto		0	3	2	6	7	9	27
carpaccio de salmon		3	2	3	4	4	8	24
hogazas		4	6	8	12	13	12	55
ENSALADAS	total	4	6	6	5	6	9	36
caprese		2	4	3	5	4	6	24
ensalada al pesto		2	2	3	0	2	3	12
SOPAS	total	3	4	6	4	7	6	30
crema de manzana y almendra		3	4	6	4	7	6	30
PIZZAS	total	9	11	11	11	18	21	81
napolitana		2	4	3	4	7	5	25
mexicana		2	3	4	2	4	4	19
hawaiiana		3	2	2	3	4	5	19
bianca		2	2	2	2	3	7	18
PASTAS	total	25	22	33	49	45	58	232
lassagne		1	2	3	8	7	7	28
raviolis de espinaca y pollo		2	1	1	8	6	6	24
carbonara		3	0	5	7	6	9	30
bolognesa		2	3	3	8	4	6	26
primavera cremosa		3	2	3	3	2	4	17
arabiata		4	2	2	2	5	6	21
al burro		3	4	3	2	5	5	22
putanesca		2	2	4	3	3	6	20
alfredo		2	4	6	5	5	6	28
5 quesos		3	2	3	3	2	3	16
POSTRES	total	21	14	19	25	36	48	163
pastel de zanahoria		6	5	5	8	12	14	50
tiramisu		8	6	6	8	12	16	56
canelonnes		7	3	8	9	12	18	57
VINO	total	6	5	4	5	9	9	38
Casa grande		2	2	3	2	4	4	17
XA		1	0	1	1	2	1	6
amarone		3	2	0	0	2	2	9
barbolino		0	1	0	2	1	2	6
ALCOHOLICAS	total	17	17	14	25	37	50	160
martini de almendra		3	2	0	1	3	4	13
margarita		2	2	1	3	4	6	18
piña colada		3	1	2	4	3	5	18
daiquiri de fresa		2	2	3	4	6	5	22
gin & tonic		0	1	0	3	1	2	7
mojito cubano		1	1	1	6	8	8	25
cerveza		6	8	7	4	12	20	57
BEBIDAS NO ALOHOLICAS	total	57	65	74	82	95	102	475
refrescos		48	52	67	69	80	90	406
agua		9	13	7	13	15	12	69

COSTO POTENCIAL ALIMENTOS Y BEBIDAS

Mes NOVIEMBRE							
Elaboró CH-EF EJECUTIVO							
Producto	Cant	Precio con iva	Precio sin iva	Venta Total	Costo Unitario	Costo Total	% Costo
ENTRADAS							
papa paprika	112	40.87	35.23	4,579.96	14.68	17.62	50%
crustini siciliano	102	56.68	48.86	5,791.56	20.36	24.43	50%
pecorino al pesto	89	92.60	79.82	8,240.29	33.26	39.91	50%
capaccio de salmon	79	35.58	30.67	2,814.48	12.78	15.34	50%
hogazas	181	70.94	61.15	12,859.34	25.48	30.58	50%
ENTRADAS				34,285.63	106.56	127.87	
ENSALADAS							
caprese	311	53.26	45.91	16,547.17	19.13	22.96	50%
ensalada al pesto	155	47.05	40.56	7,309.13	16.90	20.28	50%
ENSALADAS				23,856.30	36.03	43.24	
SOPAS							
crema de manzana y almendra	388	71.35	61.51	27,685.32	25.63	30.76	50%
SOPAS				27,685.32	25.63	30.76	
PIZZAS							
napolitana	324	131.21	113.11	42,465.38	47.13	56.56	50%
mexicana	246	147.47	127.13	36,272.81	52.97	63.56	50%
hawaiana	246	142.82	123.12	35,129.23	51.30	61.56	50%
blanca	233	140.98	121.54	32,852.15	50.64	60.77	50%
PIZZAS				146,719.57	202.04	242.45	
PASTAS							
lassagne	362	78.65	67.80	28,508.48	28.25	33.90	50%
raviolis de espinaca y pollo	311	65.54	56.50	20,361.76	23.54	28.25	50%
carbonara	388	107.04	92.28	41,573.37	38.45	46.14	50%
bolognesa	337	85.78	73.94	28,871.06	30.81	36.97	50%
primavera cremosa	220	124.44	107.28	27,387.61	44.70	53.64	50%
arrabiata	272	90.81	78.29	24,688.85	32.62	39.14	50%
al burro	285	62.31	53.71	17,745.18	22.38	26.86	50%
putanesca	259	128.84	111.07	33,359.61	46.28	55.54	50%
alfredo	362	77.20	66.55	27,983.72	27.73	33.28	50%
5 quesos	207	169.88	146.45	35,187.61	61.02	73.22	50%
PASTA				285,667.25	355.78	426.94	
POSTRES							
pastel de zanahoria	647	62.89	54.22	40,708.38	22.59	27.11	50%
tiramisu	725	72.33	62.35	52,435.42	25.98	31.18	50%
canelones	738	43.32	37.34	31,965.54	15.56	18.67	50%
POSTRE				125,109.35	64.13	76.96	
BEBIDAS							
refrescos	5256	25.75	22.20	135,352.22	7.40	8.88	40%
agua embotellada	893	13.92	12.00	12,434.17	5.00	6.00	50%
BEBIDAS				147,786.39	12.40	14.88	
BEBIDAS ALCOHÓLICAS							
martini de almendra	168	60.27	51.96	10,143.76	21.65	25.98	50%
margarita	233	38.20	32.93	8,900.70	13.72	16.46	50%
piña colada	233	38.95	33.58	9,075.86	13.99	16.79	50%
daiquiri de fresa	285	37.78	32.57	10,759.70	13.57	16.28	50%
gin & tonic	91	35.86	30.91	3,249.46	12.88	15.46	50%
mojito cubano	324	35.66	30.74	11,542.15	12.81	15.37	50%
cerveza	738	22.27	19.20	16,434.73	8.00	9.60	50%
BEBIDAS ALCOHOLICAS				70,106.36	96.62	115.94	
VINOS							
Casa grande	220	290.00	250.00	63,822.72	125.00	125.00	50%
XA	78	227.36	196.00	17,660.12	98.00	98.00	50%
amarone	117	403.68	348.00	47,033.59	174.00	174.00	50%
bardolino	78	408.32	352.00	31,716.14	176.00	176.00	50%
BEBIDAS				160,232.57	573.00	573.00	
TOTAL DE VENTAS				1,021,448.73			

BALANCE GENERAL AL INICIO DEL EJERCICIO

ACTIVO CIRCULANTE		
Caja	\$ 2,000	
Bancos	\$ 60,000	
Inventarios	\$ 116,340	
Depositos en garantia	\$ 37,500	
TOTAL		\$ 215,840
ACTIVO FIJO		
mobiliario y equipo	1356392.64	
TOTAL	\$	\$ 1,356,393
TOTAL ACTIVO		\$ 1,572,233
PASIVO		
Proveedores	\$ 116,340	
Acreedores diversos	\$ 955,893	
TOTAL PASIVO		\$ 1,072,232.64
Capital		\$ 500,000
TOTAL PATRIMONIO		\$ 500,000
TOTAL PASIVO MAS CAPITAL		\$ 1,572,233

BALANCE GENERAL AL 31 DE DICIEMBRE			
ACTIVO CIRCULANTE			
Caja		\$ 4,700	
Bancos		\$ 295,662	
Inversiones en valores		\$ 200,000	
Inventarios		\$ 116,644	
TOTAL			\$ 617,006
ACTIVO FIJO			
Mobiliario y equipo		\$ 1,356,393	
equipo de reparto		\$ 70,000	
Depreciacion	15%	-\$ 203,459	
TOTAL			\$ 1,222,934
TOTAL ACTIVO			\$ 1,839,940
PASIVO			
Proveedores		\$ 227,199	
Cuentas por pagar		\$ 62,235	
TOTAL PASIVO			\$ 289,434
Capital		\$ 500,000	
Utilidad del Ejercicio		\$ 1,050,506	
TOTAL PATRIMONIO			\$ 1,550,506
TOTAL PASIVO MAS CAPITAL			\$ 1,839,940

ESTADO DE RESULTADOS DEL 1 ENERO AL 31 DE DICIEMBRE

ESTADO DE RESULTADOS			
+	Ingresos por actividades		6,333,326
-	Descuentos y bonificaciones		31,667
	Otros ingresos en la venta		50,313
=	Ingresos operativos netos		6,351,972
-	Costo de venta		3,144,526
=	Resultado bruto		3,207,447
-	Gastos de ventas		942,175
-	Gastos de administración		823,907
=	Utilidad de Operación		1,441,365
+	Ingresos financieros		0
-	Gastos financieros		5,429
+	Ingresos extraordinarios		0
-	Gastos extraordinarios		0
-	Otros gastos		385
-	Otros productos		0
=	Resultado antes de impuesto a las ganancias		1,436,321
-	Impuesto a las ganancias		430,896
=	Utilidad Neta		1,005,425

INDICE DE FIGURAS	PAG.
FIGURAS	
1. Macro localización	13
2. Logotipo “La mandorla”	21
3. Ambientaciones del restaurante	23
4. Ambientación “La mandorla”	24
5. Filipina blanca	29
6. Pantalón de cocina	29
7. Mandil largo	29
8. Zapatos	29
9. Gorro de chef	29
10. Pantalón de servicio	30
11. Chaleco	30
12. Camisa	30
13. Zapato negro	30
14. Corbata	30
15. Mandil negro	30
16. Servicio americano (A-B)	35
17. Plano general	36
18. Planta baja	37
19. Primer nivel	38
20. Cocina	39
21. Horno de piedra	39
22. Barra	40
23. Comedor	40
24. Plano de almacén de equipo	41
25. Plano de almacén de alimentos	42
26. Almacén de alimentos	43
27. Almacén de bar	43
28. Almacén de limpieza	43
29. Estacionamiento	44
30. Analisis de liderazgo	48

Referencias y Bibliografía.

- Cocina italiana, Sonoma, ed. 5. 2010
- Dato aproximado del total de la población en Morelia (INEGI) entre el número de zonas similares.
- Investigación de mercados “La mandorla”, grafica de preferencia de especialidades culinarias.
- Larousse gastronomique, 2011.
- Ley federal del trabajo 2011
- Recuperado de: www.canirac.org.mx/20110713cifrasdelsector
- Recuperado de: www.ema.org.mx/ENCUENTROdistintivoH.pdf (entidad mexicana de la acreditación)
- Recuperado de: www.es.wikipedia.org/wiki/Mandorla
- Recuperado de: www.imchef.org/que-es-gourmet/
- Recuperado de: www.jornada.unam.mx/2002/03/01/peruno
- Recuperado de: www.redpol.azc.uam.mx/descargas/numero2/2vino.pdf
- Revista día 7, 3ª de noviembre del 2010, # 43

BIBLIOGRAFIA

- Jeni Wright y Eric Jrevillé, Le Cordón Bleu, Blume, 2ª Ed. 2008
- Carlos Augusto, María Días, Felipe Duran, Karen Guerrero, Jonathan Duran; Ciencia y Tecnología de los Alimentos, Grupo Latino, 1ª Ed., 2006
- Paulina Monroy y Graciela M. de flores, Introducción a la Gastronomía, Limusa, 1 Ed. 2011.
- Graciela M. Flores y Marcela Gonzales, Iniciación en las Técnicas Culinarias, Limusa, 2ª Ed. 2008
- Graciela M. de Flores, Arte Culinario, Limusa, 2ª Ed., 2008
- Stanton, Walker, fundamentos de marketing, McGrawHill, 13ª edition, 2003.
- Maubert, Mercadotecnia, editorial trillas, 2ª Ed., 2006.
- Jaime Álzate, Administración y costos de cocina, Jaime álzate editor, 8 Ed. 1998.

- María del Carmen Morfin Herrera. Administración de comedor y bar. Trillas. 1ªE, 2004.
- Miguel Torruco y Manuel Ramírez, Servicios Turísticos, Diana, 4 Ed., 1987.
-