

REPOSITORIO ACADÉMICO DIGITAL INSTITUCIONAL

“EL ITACATE”

Autor: Ana Lucrecia Torres Torres

**Tesis presentada para obtener el título de:
Licenciado en Gastronomía**

**Nombre del asesor:
Ileri Tzitziki Jacobo Villaseñor**

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

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

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





ESCUELA DE GASTRONOMÍA

Plan de negocios: “EL ITACATE”

TESINA

Que para obtener el título de:

LICENCIADO EN GASTRONOMÍA

PRESENTA

ANA LUCRECIA TORRES TORRES

ASESOR

MTRA. IRERI TZITZIKI JACOBO VILLASEÑOR

CLAVE: 16P500108E

ACUERDO: LIC100416

Morelia, Michoacán.

Febrero 2015.

Dedicatoria

El señor fue mi apoyo. Me liberó... me salvó porque me ama.

2 Sm 22 ¹⁹⁻²⁰

Agradezco a DIOS, por permitirme llegar a este momento especial rodeada de su amor y sabiduría, por darme la gracia de la fe firme en su palabra.

“Por su amor de padres siempre fiel, por ustedes que han hecho más de lo imposible para lograr uno de mis grandes sueños, les agradezco el regalo de la vida. A ti papá por mostrarme el valor para salir adelante y que con constancia y perseverancia puedo conseguir lo que anhelo. A ti mamá por corregir mis faltas y celebrar mis triunfos, por enseñarme que los obstáculos se logran con fortaleza y sensatez. Los amo.”

“ A ustedes mis hermanos, por estar siempre en los buenos y en los malos momentos, por demostrar que no importa cual sea el plan en nuestras vidas ya que siempre que nos necesitemos estaremos juntos. Por su apoyo y amistad los amo”

“A mi apoyo incondicional, por aparecer y permanecer en mi corazón, mente y vida. Por mostrarme que nada es imposible si vamos de la manos de Dios, por sacrificar tu tiempo para ayudarme a lograr mis metas. A ti por ser un pilar esencial al inicio y culminación de mi carrera, por tu amor incondicional. Mi gran compañero, te amo.”

“A mis ángeles de la guarda por cuidar mis paso. A ti señora la que me demostró que la vida se vive cada día como si fuese el último, a derramar el amor de Dios a quien más lo necesita sin esperar que nos sea devuelto, por nunca desfallecer pese a las pruebas que nos manda nuestro padre. Porque se que estas muy orgullosa de mi, cuenta con que siempre estas en mi mente como una gran mujer”

INTRODUCCIÓN	5
1. ANTECEDENTES	5
1.1 NACIMIENTO DE LOS RESTAURANTES:	5
1.2 ÉPOCA MODERNA	6
2. PROBLEMA DE LA SOCIEDAD:	7
3. OBJETIVO Y PROPÓSITOS	8
3.1 PROPÓSITO PREVIO A LA APERTURA	9
3.2 CORTO PLAZO (1 A 6 MESES)	9
3.3 MEDIANO PLAZO (1 AÑO)	9
3.4 LARGO PLAZO (2 A 5 AÑOS)	10
4. JUSTIFICACIÓN.	10
CAPÍTULO I. CONCEPTO DEL RESTAURANTE	12
1. PLAN DE NEGOCIOS	12
2. TIPO Y CATEGORÍA DEL ESTABLECIMIENTO	13
3. IMAGEN E IDENTIDAD CORPORATIVA	17
3.1. <i>Logotipo</i>	17
3.2. <i>Ambientación</i>	18
3.2.1. <i>Decoración</i>	21
3.2.2. <i>Plaque y loza</i>	21
3.2.3. <i>Muebles</i>	22
3.2.4. <i>Música</i>	23
3.2.5. <i>Iluminación</i>	23
3.2.5. <i>Sistema de comanda</i>	24
3.3. <i>Apariencia física del personal</i>	30
<i>Chef ejecutivo</i>	30
<i>Ayudante de cocina</i>	32
<i>Personal de limpieza</i>	33
<i>Cajera</i>	34
4. POLÍTICAS BÁSICAS Y DIRECTRICES	35
4.1. <i>Visión</i>	35
4.2. <i>Misión</i>	35
4.3. <i>Valores</i>	35
4.4. <i>Filosofía</i>	35
5. TIPO DE SERVICIO	36
7. MARCO JURÍDICO LEGAL	37
8. ÁREAS FUNCIONALES DEL ESTABLECIMIENTO	39
8.1. <i>Plano arquitectónico</i>	39
8.2. <i>Imágenes 3D</i>	40
CAPITULO II. DESARROLLO HUMANO	44
2.1. LIDERAZGO Y DESARROLLO HUMANO	44
2.1. ORGANIGRAMA Y LÍNEA DE MANDO	45
2.1. DESCRIPCIÓN Y PERFIL DE PUESTOS	46
2.1.1. <i>Chef ejecutivo</i>	46
2.1.2. <i>Ayudante de cocina</i>	46
2.1.3. <i>Cajera/repcionista</i>	47
2.1.4. <i>Personal de limpieza</i>	47
2.2. SUELDOS Y PRESTACIONES	48

2.2.1. <i>Nomina</i>	50
2.3. REGLAMENTO INTERNO POR ÁREA	51
2.3.2. <i>Acceso a la cocina</i>	52
2.3.3. <i>Área de comedor</i>	52
2.4. POLÍTICAS DE LA EMPRESA	53
2.5. PROGRAMA DE CAPACITACIÓN	53
2.6. HORARIOS GRÁFICOS POR ÁREA	54
2.6.1. <i>Dirección</i>	54
2.6.2. <i>Área de cocina</i>	54
2.6.3. <i>Área comedor y limpieza</i>	54
2.7. MANUAL OPERATIVO	55
2.7.1. <i>Funciones por área</i>	56
2.7.1. <i>Dirección</i>	56
CAPITULO III. SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	64
3.1. SEGMENTACIÓN DE MERCADO	64
3.2. INVESTIGACIÓN DE MERCADO	64
3.2.1. <i>Encuesta.</i>	65
3.2.2. <i>Resultados gráficos</i>	67
3.3. MEZCLA DE MERCADOTECNIA	74
3.3.1. <i>Precio</i>	74
3.3.2. <i>Producto</i>	76
3.3.3. <i>Plaza</i>	78
3.3.4. <i>Promoción</i>	80
CAPITULO IV. EQUIPO DE TRABAJO.	82
4.1. MOBILIARIO.	82
4.2. ELECTRODOMÉSTICOS.	82
4.3. UTENSILIOS .	84
4.4. MATERIAL INDISPENSABLE Y DE APOYO.	87
4.5. TOTAL DE INVERSIÓN EN EQUIPO DE TRABAJO	89
CAPITULO V. ADMINISTRACIÓN Y GERENCIA	90
5.1. INVERSIONES	90
5.2. ESTADO DE RESULTADOS	91
CAPITULO VI. CONCLUSIÓN GENERAL	92
CAPITULO VII. BIBLIOGRAFÍA	93
CAPITULO VIII. ANEXOS	94

Introducción

1. Antecedentes

1.1 Nacimiento de los restaurantes:

La REVOLUCIÓN FRANCESA trajo consigo el nacimiento de los restaurantes iniciando en esta época el primero de ellos llamado “BOULAGER” o mejor conocido como **Champ d’Oiseaux**, en el que se servían *caldos restauradores* en el año 1765. Los Cocineros que servían a la nobleza fueron obligados a abandonar a sus amos entre ellos el reconocido primer chef llamado Antoine Beauvilliers en el año 1782.

Para el año 1936 se inaugura “Bellinghausen” el primer restaurante en México, en el cual se servían platillos alemanes haciendo alusión a la procedencia de su dueño. Este restaurante tuvo gran aceptación entre la clase alta de la sociedad mexicana ya que estos tenían gran gusto y preferencia por la comida Europea, destacando básicamente la variedad de los platillos del viejo continente.

En el año de 1940 otro restaurante llamado “BIARRITZ” que tenía como dueños a una familia del estado mexicano de Oaxaca se posiciono como favorito de los mexicanos por sus famosa tortas.

Pasado el tiempo los restaurantes Mexicanos adquirieron poco a poco cocina personalizada de acuerdo al estado y región donde se ubicaban. Ejemplo de ellos es la fonda de Santa Clara en el estado de Puebla famosa por los chiles en nogada desde 1965 y desde entonces sigue consintiendo a sus comensales y cuenta con varias sucursales dentro del mismo estado.

En la década de los 70’s los restaurantes mexicanos se regionalizaron de acuerdo a la zona del país donde surgieron, un ejemplo de ello es el estilo Tex-Mex (mexicano-estadounidense). Los cuales nacieron en la frontera y aun se encuentran vigentes, no solo en

su región sino en varias partes de la república convertidas en franquicias y esto debido al gran flujo de migrantes.¹

1.2 Época Moderna

“Ciertamente para relacionar la gastronomía con la vida ultra rápida de nuestros días me he visto obligado, por la fuerza de la realidad, a suprimir los zócalos, a crear nuevos métodos de servicio simplificado, pero ni el servicio ni la cocina se han modificado profundamente. Toda innovación aparece como la perversión de una primera perfección” Auguste Escoffier.²

Comenzando la década de los 80's y debido a los nuevos estilos de vida de la sociedad los restaurantes fueron adquiriendo forma, especialidades, tamaños, etc. Todo esto para dar gusto y aplicarse a las necesidades del cliente, naciendo así las franquicias de comida rápida las cuales hasta la actualidad han tenido un total y completo éxito. En el año de 1985 se inaugura en la ciudad de México el primer Mc Donald's con gran éxito y rápido posicionamiento en toda la república mexicana y hasta hoy en día es uno de los principales establecimientos de comida rápida. Al éxito de Mc Donald's nacieron competencia de franquicias como: Kentucky, Burger King, Subway, etc. los cuales obtuvieron también un gran éxito trayendo además un alto porcentaje de ingresos al país así como una amplia gama de productos y marcas de comida rápida. Cabe destacar que los restaurantes que ofrecían comida completa por su parte también fueron creciendo y adquiriendo más especificaciones por parte de los cliente que deseaban comer sano, que por ese momento podía parecer una comida a la moda, pero que sin embargo se convirtió en una necesidad por el cliente.

¹ Libro: Historia de la gastronomía. Nestor Lujan. Plaza & Janes editores,S.A. Pagina: 9-73.

² Libro: historia de la cocina y de los cocineros. Técnicas culinarias y practicas de mesa en Francia, de la edad media a nuestros días. J-P Poulain E. Neirinck. Editorial Zendrera Zariquiey. Pagina 131.

2. Problema de la sociedad:

Fenómenos socioeconómicos como el trabajo femenino, jornadas continuas, modo de urbanización de las grandes ciudades, aumento en precios de la canasta básica, han sido los principales factores que han implicado en el grande trabajo tanto del hombre como de la mujer, lo que ha llevado grandes cambios en cuanto a la alimentación y a la dieta diaria.

Entre ellos encontramos algunas de las consecuencias siguientes:

- La simplificación de la comida tradicional: la comida clásica que en un principio estaba organizada en entrada, plato con guarnición, queso, postre y café se a reducido a entrada, plato fuerte y postre.
En las poblaciones de activos urbanizados la comida estructurada completa es consumida solo por el 50% de la comida del medio día y menos del 40% de la cena.
- El aumento del número de tomas alimentarias cotidianas: las comidas organizadas y clasificadas con número preciso son: desayuno, comida y cena, dejando a un lado los tentempiés o consumiendo en lugar de ellos barras energéticas o galletas de algún tipo.
- Disminución del grupo: debido a la disminución o la reducción de la estructura familiar y a los distintos horarios de **rutina** diaria se a dado paso al individualismo lo cual influye de manera sustancial en la preparación y consumo de los alimentos en el hogar.

³Actualmente los mexicanos nos encontramos ante dos grandes problemas llamados sobre peso y obesidad, que de acuerdo a las estadísticas proporcionadas por la secretaria de salud expedida por el Gobierno del estado mexicano son los siguientes:

³ http://promocion.salud.gob.mx/dgps/descargas1/estrategia/Estrategia_con_portada.pdf

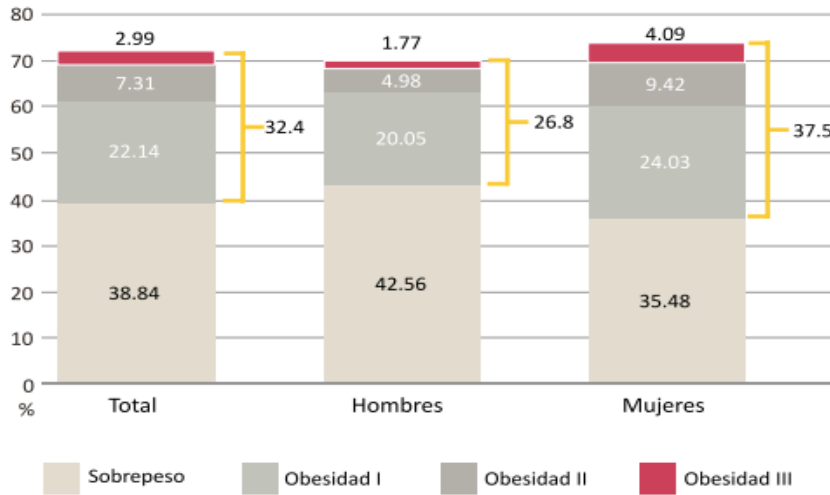


Figure 1 Datos sobre peso y obesidad

Debido al inmenso problema de la obesidad y el sobre peso, es importante tomar en cuenta las consecuencias a las que estamos propensos al no llevar una alimentación adecuada.

Como son:

- Falta de balance energético
- Un estilo de vida poco activa
- Los genes y los antecedentes familiares
- Mala alimentación

Tomando en cuenta las menciones anteriores, este plan de negocios esta diseñando un establecimiento que ayudará a las personas a la hora de adquirir alimentos de manera: rápida, sana, de buena calidad, de tipo casera y de manera practica.

3. Objetivo y propósitos

Diseñar un plan de negocios ideal para la ciudad de Morelia que cumpla con los requisitos ideales para el óptimo funcionamiento y crecimiento del mismo, que se encuentre ubicado en una zona de transito de empleados y oficinistas con el fin de ofrecer el mejor servicio de alimentación y nutrición al menor costo y en el menor tiempo, obteniendo con ello, comida casera desde la comodidad de su auto con los objetivos y funciones siguientes:

- Agilizar el proceso de elaboración de la comida.
- Atender de manera personalizada de acuerdo al menú de elección.
- Ser reconocidos por ser un establecimiento innovador en servicios de alimentación.
- Ser un establecimiento único en su contenido.

Además de los anteriores se presentan a continuación los propósitos previos a la apertura, y a un corto, mediano y largo plazo.

3.1 Propósito previo a la apertura

- Equipar el establecimiento.
- Realizar y diseñar estrategias de publicidad y promociones.
- Reclutar y seleccionar al personal.
- Estudiar el mercado al que va dirigido el establecimiento.
- Elaborar menú de acuerdo a las necesidades del mercado meta.

3.2 Corto plazo (1 a 6 meses)

- Posicionar el establecimiento como la alternativa única en el mercado al que va dirigido.
- Dar seguimiento a las necesidades diarias de los clientes.
- Evitar, lo mejor posible, la rotación de personal.

3.3 Mediano plazo (1 año)

- Mantener a los clientes para que estos nos recomienden.
- Implementar estrategias nuevas para seguir dándonos a conocer.
- Recuperar por un 50% la inversión del establecimiento.
- Obtener estabilidad de personal, proveedores y clientes.

3.4 Largo plazo (2 a 5 años)

- Recuperar a 100% la inversión del establecimiento.
- Planear la posibilidad de abrir una nueva sucursal dentro de la misma ciudad o fuera de ella.
- Ser competencia para los restaurantes mejores posicionados de la ciudad.

4. Justificación.

Según Domenec Biosca Vidal *“Los restaurantes se alimentan de los clientes provenientes de dos zonas:*

1. *Zona Primaria: son los clientes que se viven, trabajan, pasean o divierten en una circunferencia cuyo radio es como máximo de <<cinco minutos>> a pie del restaurante.*
2. *Zona Secundaria: La componen el resto de los clientes.”*⁴

Con el paso de los años los seres humanos hemos evolucionado en todos los sentidos no solo física sino mental y laboralmente; pasamos de ser una sociedad donde el hombre proveía y la mujer se quedaba en casa a cuidar de los hijos a realizar más actividades entre ellas a elaborar los alimentos. En la actualidad tanto hombres como mujeres se han integrado al mundo laboral en busca de mejor oportunidades, cambiando así la organización familiar y con esto disminuyo la ingesta de alimentos elaborados en casa y preparados del día.

El establecimiento esta diseñado para solventar las necesidades alimenticias de las personas que gustan de la comida casera y no cuentan con el tiempo necesario para prepararla, calentarla o desplazarse a comer a casa.

⁴ Libro de 100 ideas para atraer clientes a un restaurante, Domenec Biosca Vidal. En su capítulo 2-. Los tipos de clientes de un restaurante en los 90's

Algunos de los beneficios del establecimiento serán:

- Rapidez a la hora de comer.
- Reducción del tiempo y distancia para llegar al establecimiento.
- Comida nutritiva y elaborada al instante sin bajarse del automóvil.
- Rotación diario en el menú.
- Calidad, higiene y frescura en la preparación de alimentos.
- Tiempo para realizar pendientes externos o del trabajo.
- Convivencia con las demás personas.

CAPÍTULO I. CONCEPTO DEL RESTAURANTE

1. Plan de negocios

El plan de negocios es un documento de análisis con información ordenada para toma de decisiones sobre llevar a la práctica una idea, iniciativa o proyecto de un negocio. Tiene entre características ser un documento ejecutivo, demostrativo de un nicho área de oportunidad, en el que se evidencie la rentabilidad, así como la estrategia a seguir para generar un negocio viable⁵.

Ya se mencionó en el análisis de los problemas en la sociedad, las causas por las cuales generalmente se llega al sobre peso y obesidad, nos enfocaremos ahora en la mala alimentación, la cual nace principalmente por falta de tiempo al comer, saltarse comidas, ingerir los alimentos muy rápido y sin masticar de manera adecuada, consumir comida rápida con alto contenido calórico y poco saludable.

El plan de negocios del establecimiento es ideal para las personas que disponen de menos de dos horas para sus alimentos y que se preocupan por comer sanamente, que gustan de comer con el sazón de casa, todo esto sin sacrificar comodidad y precio.

Contará con 3 diferentes menús diarios los cuales incluyen entrada, guarnición y postre. Se pretende manejar para la facilidad las opciones diarias en forma de combo o a la preferencia de cliente el cual podrá elegirlos en tres pantallas que estarán distribuida estratégicamente y que contarán con la información clara y precisa de cada uno de los combos.

En el libro de 100 ideas para atraer clientes a un restaurante. Domenec Biosca Vidal, nos dice que la comida para llevar tiene que ofrecer a sus clientes:

⁵Mejía Canizal, José Antonio. "unidad 6. integración del plan de negocios",[en línea]. Noviembre 2013 [noviembre del 2013]. Disponible en la Web: <http://es.scribd.com/doc/204922972/unidad-6-integracion-del-plan-de-negocios-docx>

1. *Una presentación atractiva*
2. *Su conservación*
3. *Un envase seguro*
4. *Un precio atractivo*
5. *Explicaciones claras para acabar de preparar por el cliente⁶. Ç*

Tomando en cuenta los posibles panoramas con los que se puede encontrar “el itacate” podremos visualizar el punto en el cual el establecimiento como tal no funcione del todo en sus principales puntos como es la entrada y salida de vehículos desde el cual se podría ordena, ante esta problemática la resolución más viable sería el amplia miento en el área de comensal con mesas y sillas de modo que no sea solo la barra de alimentos.

2. Tipo y categoría del establecimiento

El concepto de este establecimiento tiene como base la comida rápida, dándole toques específicos como son: comida casera preparada al instante y lista para llevar, atendido directamente en su automóvil y haciendo eficiente el flujo de clientes.

Consiste en dar al cliente otra perspectiva de los establecimiento de comida mostrando que al contar con poco tiempo se puede comer, rápido, rico y sano. “Comida rápida” sería el concepto que nos ayude a definir poco a poco las características del establecimiento de este plan de negocios, haciendo hincapié en que comida rápida y chatarra no son sinónimos, para lo cual en este establecimiento se demostrará un concepto diferente a lo que se tiene.

Quedando entonces como definición más clara del tipo de establecimiento: “cocina casera con los beneficios y ventajas de una comida rápida”

Uno de los cuestionamientos que son de suma importancia a la previa apertura de un establecimiento es: ¿Por qué comprar en “el itacate”?

⁶ Libro de 100 ideas para atraer clientes a un restaurante, Domenec Biosca Vidal. En su capítulo 2-. Los tipos de clientes de un restaurante en los 90’s.

“el itacate” es un establecimiento con una serie de características entre las cuales destacan:

- Establecimiento en el cual podrá pasar adquirir sus alimentos directamente con su auto.
- En el se venderá comida casera.
- Se presentarán un menú de tres tiempos en el que incluirá: entrada, plato fuerte, postre y bebida.
- Contará con un horario de comida solamente, sin pasar por alto la posibilidad de ampliar a desayuno.
- “el itacate” no solo es para personas que tengan auto, ya que cuenta con una barra para consumir alimentos dentro del establecimiento, señalando que su giro principal es la comida para llevar.

Imagina que trabajas en un horario de 9:00 am a 2:00pm y de 4:00 pm a 8:00 pm, contando con dos horas para preparar y consumir alimentos, viviendo de lado a lado de la ciudad.

Te encuentras con uno de os siguientes inconvenientes:

1. Vivir lejos del lugar de trabajo.
2. Contar con dos o menos horas para comer diariamente.
3. No contar con alguna persona la cual prepare alimentos para comer o llevar al trabajo.
4. Gustar de comer como en casa.

Entre otras.

“el itacate” es ideal para cual persona con cualquiera de estos problemas o requerimientos diarios a la hora de consumir alimentos.

Definición 1:

El concepto comida rápida (del inglés conocido también como Fast food) es un estilo de alimentación donde el alimento se prepara y sirve para consumir rápidamente en establecimientos especializados (generalmente callejeros) o a pie de calle.⁷

⁷ <http://www.deperu.com/abc/restaurantes/477/fast-food-comida-rapida>

El concepto de fast food en sus siglas en inglés, con traducción al español como: “comida rápida” genera una gran controversia al relacionar directamente el nombre con comida chatarra, poco saludable, generadora de enfermedades, etc. Sin embargo no es así. El fast-food es conocido en todo el mundo y en cada destino se le da una definición diferente y una amplia gama de alimentos desfilan de esta definición. Como lo es el Reino Unido, donde se le conoce a la comida creativa, saludable además de competitiva como Fast food.

Definición 2:

*El **Fast Food** se introduce en nuestras vidas en la misma medida en que la sociedad se vuelve apresurada, una sociedad de ocio y bienestar en la que cada vez se vive más de prisa, pero en la que no se quiere prescindir de nada, por lo que hay que sacar tiempo al tiempo, y muchas veces ese ahorro se busca en la comida. Pero de hecho este concepto ya lo encontramos en épocas tan lejanas como en la antigua Roma, una sociedad que también vivía abocada al ocio, por lo que los puestos callejeros ofrecían alimentos para ser consumidos por la calle o durante los espectáculos.*⁸

El artículo publicado por el profesor universitario de turismo *Albert Blasco Peris*, creado en el año 2009, nos relata claramente la visión de lo que es un fast food, señalando y haciendo hincapié sobre la comida rápida y el concepto que se le da a este mostrando además ciertas características que diferencian este tipo de establecimiento de otros.

*Los establecimientos de Fast Food, también llamados de comida rápida, suministran alimentos de rápida elaboración, por lo que su proceso productivo debe ser ágil y sencillo, convirtiéndose además el consumidor en su propio camarero al solicitar su pedido en un mostrador y tener que transportar el alimento hasta la mesa y, muchas veces, volviendo a transportar la bandeja con los restos hasta un lugar previamente establecido. Así pues tres son los factores que hacen que puedan ofrecer unos (relativos) bajos precios: rapidez en la elaboración, proceso productivo ágil y sencillo, y ausencia de servicio*⁹.

⁸Blasco Peris, Albert "FAST-FOOD, SLOW-FOOD, FAST-GOOD", [en línea]. Mayo [28 de mayo 2009]. Disponible en la Web: http://www.gestionrestaurantes.com/llegir_article.php?article=347

⁹ Blasco Peris, Albert "FAST-FOOD, SLOW-FOOD, FAST-GOOD", [en línea]. Mayo [28 de mayo 2009]. Disponible en la Web:

Al ser productos elaborado rápido y momentáneamente nos encontramos con un concepto variado de lo que ya se conoce como comida rápida, los platillos elaborados dentro del establecimiento tiene como objetivo la atracción del cliente por comer como en casa de manera rápida y con la facilidad de entrar directamente con un automóvil. Teniendo la posibilidad de poder consumir alimentos dentro del mismo establecimiento si así se desea.

En principio cabe decir que el Fast Food no tiene porque ofrecer productos de baja calidad, ya que por ejemplo una hamburguesa, el icono por excelencia de este tipo de oferta y con cuyo producto se asocia demasiadas veces este estilo de alimentación, puede elaborarse con carne de primera o de menor calidad, por lo que el precio puede resentirse. Como habitualmente el Fast Food ofrece precios relativamente económicos, muchas veces son calificados de comida basura, y aunque este método gastronómico, que para muchos se ha convertido en todo un estilo de vida, se introdujo en Europa procedente de Estados Unidos. Por lo tanto Fast-Food es sinónimo de rapidez y de elaboración sencilla, pero no necesariamente de comida basura.

Alimentos para llevar: se caracteriza por vender al público alimentos preparados de acuerdo al menú que ya está establecido y computarizado, que no serán consumidos dentro del establecimiento y se envuelven en material desechable.

Barra para comer dentro del establecimiento: la barra de establecimiento está diseñada para las personas que deseen comer dentro de “el itacate” ya sea porque cuentan con poco tiempo a la hora de consumir alimentos o el traslado a casa es muy largo.

3. Imagen e identidad corporativa

3.1. Logotipo

El logotipo y nombre del establecimiento están basados en la idea y giro principal del establecimiento el cual se describirá a continuación:

“el itacate”: palabra procedente del náhuatl, provisión, mochila que en México le conocemos comúnmente a esta palabra como “comida para llevar” haciendo alusión a que regularmente en las fiestas o reuniones familiares en México la persona anfitriona al ver que se retiraba la gente esta le decía “¿Te pongo un “el itacate”?” lo cual significaba entregar un paquete en el que ponía un poco de comida la cual se había degustado en la reunión o fiesta.¹⁰

“el itacate” como se decidió nombrar a este establecimiento tiene la idea de adquirir su comida y llevarla a casa o a lugar de preferencia, para lo cual se diseñó la siguiente arca y diseño, explicando brevemente el porqué de cada imagen.

- **Eslogan y logotipo:** “Con el sabor de casa” el eslogan nace del tipo de comida que en “el itacate” se maneja, comida casera y hecha como en casa.



LOGOTIPO
DISEÑO: MARCA PARA EL TACUETE

Figure 2 Logotipo y eslogan

- **Símbolo:** el símbolo consta de tres pequeñas bolsas, diseñadas de distinta forma y color las cuales unidas crean un diseño en tercera dimensión. Esta bolsa tiene como significado y primera idea señalar que dentro de ella se colocan los alimentos que serán llevados para consumir en su lugar de preferencia.



SÍMBOLO
DISEÑO: MARCA PARA EL TACUETE

Figure 3 Símbolo

¹⁰ [http://etimologias.dechile.net/?el itacate](http://etimologias.dechile.net/?el+itacate).
[http://lexicoon.org/es/el itacate](http://lexicoon.org/es/el+itacate).

- **Patrón:** el patrón es una mazorca de maíz en tamaño pequeño y varias repeticiones en distintas posiciones de ellas. Esto demostrando que dentro del “el itacate” se venderá comida mexicana y su raíz nacerá de ella.

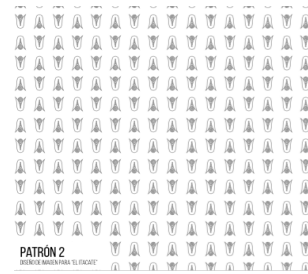


Figure 4 Patrón

- **Nombre, eslogan y diseño final:**



Figure 5 Logo final

3.2. Ambientación

En la ambientación se desarrollan los puntos como: decoración, sonidos (música), colores, plaqué y loza, iluminación tanto del área de cocina como del área de comedor, almacenes, muebles, baños. El establecimiento contará con dos áreas, área de comensales y área de entrada y salida de vehículos.

Área de vehículos

La entrada de vehículos es del lado derecho de la Avenida Camelinas en el cual se encuentra el estacionamiento. Este cuenta con espacio para 2 autos a la hora de ordenar y capacidad para tres autos en espera situados en el estacionamiento.

Lo que visualiza directamente el vehículo al entrar a realizar su pedido son las pantallas de menú. En las cuales se mostrarán tres diferentes combos los cuales serán diferentes cada día. “el itacate” contará con tres entradas, platos fuertes, postre distintos diariamente. Las cuales estarán formados en combos, pero sin embargo se podrán mezclar a la elección y preferencia del cliente.

A su lado derecho y del lado de conductor se encontrará la recepción en la cual se le podrá asesorar en cualquier duda, además de que se le tomará la orden deseada por el cliente.

Los pasos para adquirir alimentos serán de la siguiente forma:

1. La orden o pedido se tomara a la entrada del vehículo en la recepción, ahí de encontrará una persona la cual tomará la orden. Se indicará que combo desea o de que manera formará su menú.
2. Al avanzar el vehículo se encontrará con una barra de opciones para las guarniciones, en las que la persona indicada proporcionara la que le cliente decida.
3. En el tercer paso será el pago y entrega de alimentos.
4. Salida de vehículo será por a venida camelinas

El área vehicular contara con una pérgolas de madera el cual estará separado en áreas específicas en las que el cliente será atendido por el personal esto para prevenir el calor acumulado en esa zona. El piso será de asfalto libre de desniveles o topes.

Las fachadas del establecimiento serán de la siguiente forma y diseño.

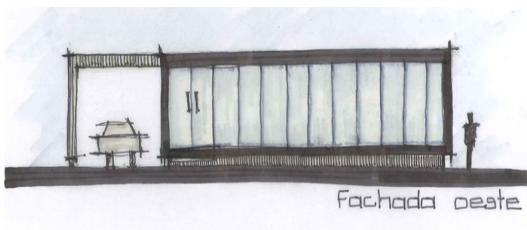


Figure 6 Fachada

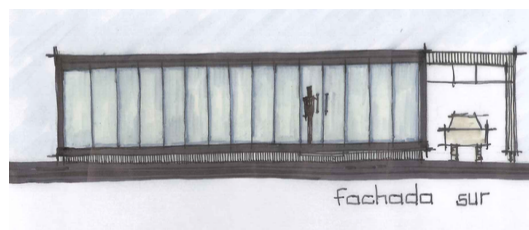


Figure 7 Fachada

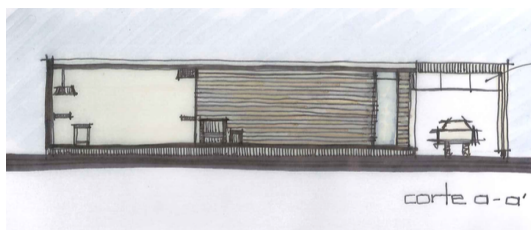


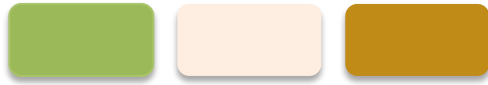
Figure 9 Fachada



Figure 8 Fachada

El área de comensal:

Contará con una barra para comer y once bancos, decoración minimalista en la que se presenta colores como: Verde agua, detalles en café y beige.



La fachada del establecimientos se prevé específicamente cristal en amplios ventanales visibles al público tanto dentro y fuera del establecimiento.

- **Recepción:** Al entrar a la recepción el comensal será atendido directamente por una recepcionista la cual le indicará en donde se encuentran situadas las pantallas con los menús y combos del día. La recepción cuenta con un sillón de espera desde el cual podrá ser atendido o realizar el pedido.
- **Barra de comensal:** Frente a la recepción se encuentra la barra en la que el comensal podrá degustar los alimentos si así lo desea. Esta cuenta con 11 bancos, vista hacia y desde la Avenida Camelinas además de una vista especial al lugar donde se preparan lo alimentos, es decir, la cocina.
- **Estacionamiento para comensales:** Este se encontrará situado por la entrada del comensal, el cual tendrá espacio de dos autos estacionados.
- **Sanitarios:** Al fondo se encontraran situados los sanitarios que tendrán como primera vista los lavabos de manera independiente y dotados de artículos para la higiene personal, contando de igual manera con sanitarios separados hombre y mujer.
- **Salida del comensal:** Al final del establecimiento se encuentra la salida de los comensales. Esta puerta se encuentra conectada hacia la avenida camelinas.



Figure 10 Interior

3.2.1. Decoración

Será una decoración minimalista con toques rústicos, constará solamente de la barra donde se comerá y sus respectivos bancos para comensales. Pintura basada en tres colores: verde agua, beige y café claro, además de sillones de espera para el cliente. La decoración en específico pretende dar una imagen de calidez y limpieza.





3.2.2. Plaque y loza

El plaque y la loza de igual manera será de lo más sencillo, contará con desechable para: postres, agua, comida, guarnición y entrada.

El empaque o desechable será orgánico que claramente no es el concepto básico del establecimiento sin embargo no esta de por demás el cuidado de la naturaleza. Estos serán proporcionados al cliente ya que el cliente llevará y consumirá los alimentos ahí adquiridos a su lugar de preferencia.

Para los clientes que ahí deseen consumir sus alimentos o menú diario, tendrán como losa la misma que se otorga al cliente que lleva sus alimentos a casa, trabajo, oficina, etc.

Véase en la siguiente tabla de contenidos.

Plaque y loza			
Modelo	Características	Imagen	Precio unitario
Vaso especial de bebidas para llevar	Vaso especial de bebidas para llevar, cuenta con capacidad de 500 mil. Tapadera de rosca la cual cierra al girar. Material biodegradable y 100 % reciclable.		\$5.00
Plato especial de sopas y cremas	Plato con capacidad de 300 mil. Material biodegradable y 100 % reciclable. Tapadera de un solo cierre al tapar.		\$3.00
Plato separador de platos fuertes.	Plato con tres compartimentos, tapa de presillas. Material biodegradable y 100 % reciclable. Capacidad de tres alimentos.		\$4.00
Plato especial de postres	Plato especial de postres. Ideal para cualquier tipo de postre. Capacidad de 100 mil. Material biodegradable y 100 % reciclable. Tapa adherible.		\$2.00
		TOTALES	\$14.00

3.2.3. Muebles

Los muebles que se encuentran dentro del establecimiento son bancos para el área de comedor que contará solo de una barra con espacio para 11 personas, 11 bancos. Además de asientos rústicos lo cuales estarán situados en la recepción y a la salida de los sanitarios que tendrán como función la comodidad del cliente a la hora de esperar estos dos servicios.

Véase a continuación:



Figure 12 Sillón



Figure 11 Sillón

3.2.4. Música

Se escuchara música Mexicana, haciendo un énfasis en la comida mexicana. Como son: El trio de los panchos, Los Dandys, las Jilgerillas, Chayito Valdez.

3.2.5. Iluminación

Contará con lámparas en forma redonda que cubran el foco, luz blanquecina tipo led. Las cuales estarán de igual manera en el área de comedor, así como el área de cocina, almacén, entrada y salida de vehículos, baños de servicio, baños de comensales.

Véase a continuación.

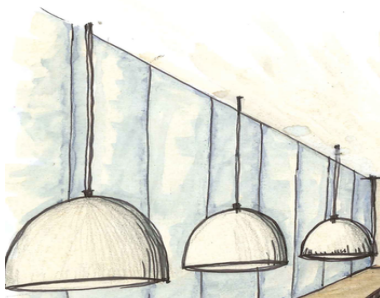


Figure 14 Iluminación



Figure 13 Iluminación

3.2.5. Sistema de comanda

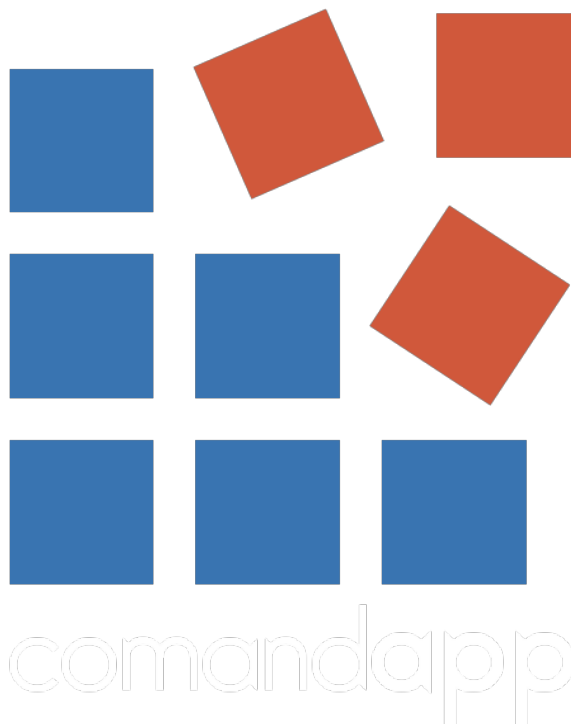
Para el sistema de comandas se usara uno que ya esta en existencia y que fue seleccionado de modo que pudiera ser adaptable para las necesidades de “el itacate” ya que la realización de un sistema especial y adecuado para el establecimiento implicaría un costo extra para este establecimiento. Se muestra a continuación una breve explicación del funcionamiento de el sistema de comandas llamado: Comandapp

Sistema de comanda electrónica

Las tecnologías de la información y la comunicación conocidas como TIC, han cambiado el mundo entero. La industria restaurantera es una de las industrias que se ha metido de lleno en la innovación y en la tecnología, todo con el fin de hacer que los costos sean menores y que al mismo tiempo, los comensales tengan el mejor servicio posible.

Comandapp

Se opta por implementar el sistema de comanda electrónica Comandapp que permite manipular los contenidos mostrados en las pantallas, el pedido de los comensales en tiempo real, gestionar inventarios y cortes de caja.



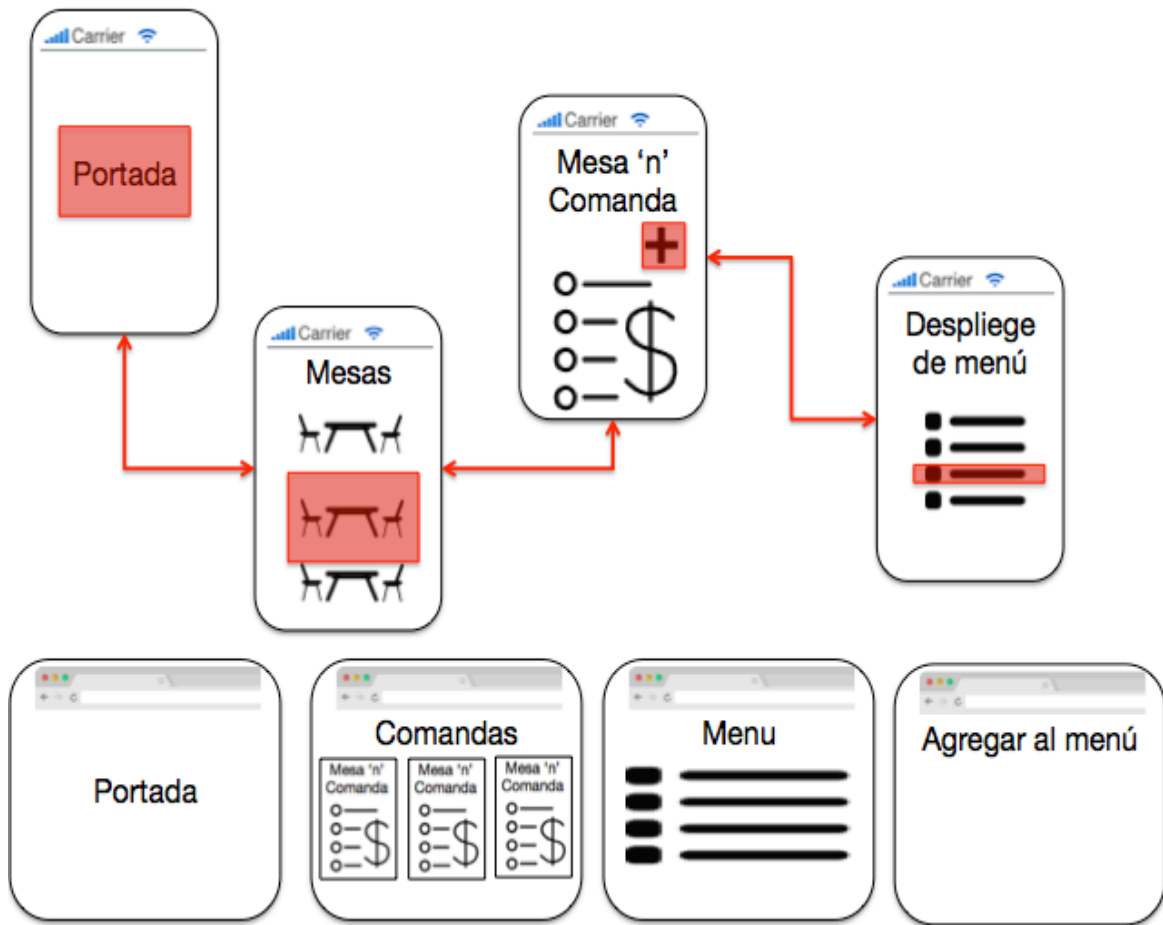
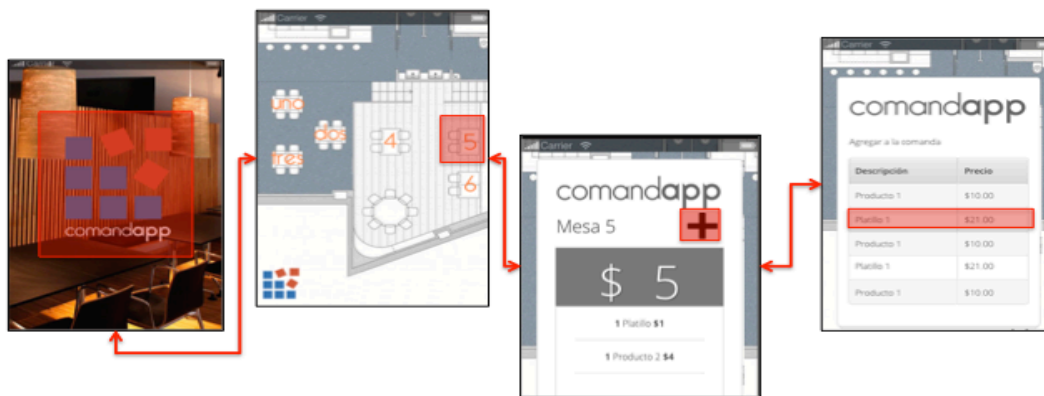
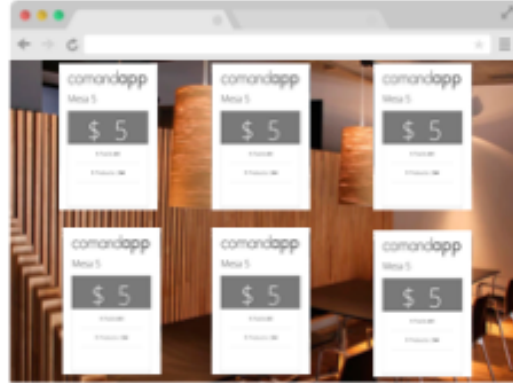
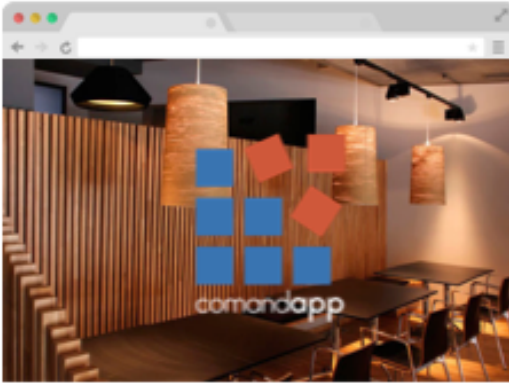


Diagrama de flujo de datos



Prototipos para la aplicación



Itempedido	Precio
Producto 1	\$100
Mesa 1	\$100
Mesa 2	\$50
Mesa 3	\$50

Captura de pantallas de la interfaz web

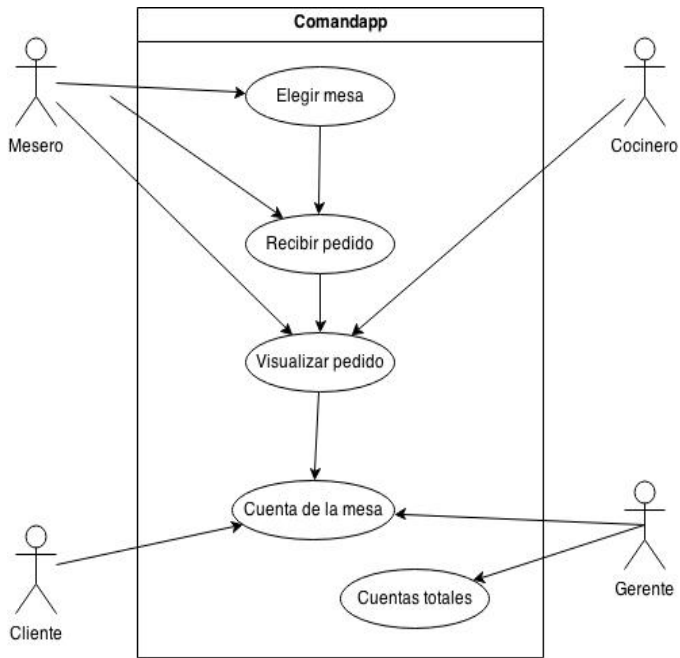
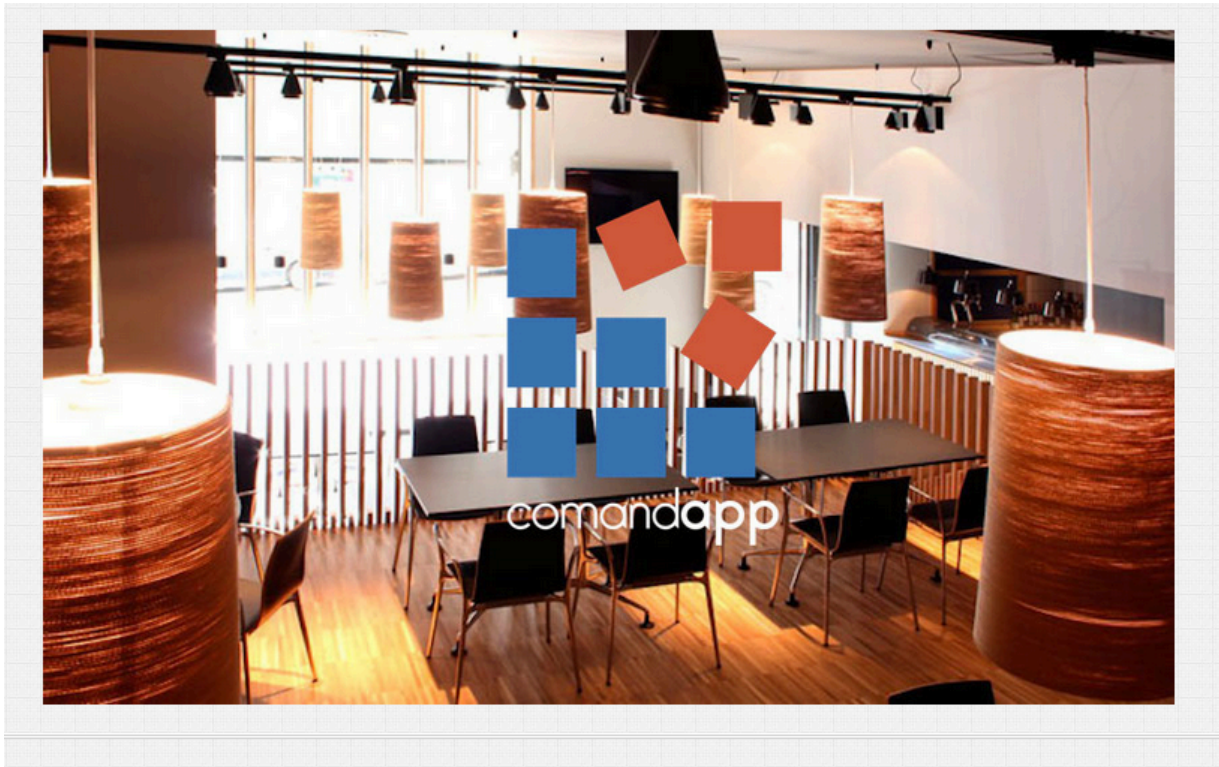


Diagrama básico de caso de uso

Capturas de pantallas



Capturas de pantallas de la interfaz web



comandapp

Mesa 1	Mesa 2	Mesa 3	Mesa 4
\$ 74	\$ 130	\$ 40	\$ 34
1 Chilaquiles / Huevo \$20	1 Hot-Cakes (2) \$20	1 Hot-Cakes (2) \$20	1 Moka Blanco Grande \$34
1 Hot-Cakes (2) \$20	1 Hot-Cakes (2) \$20	1 Hot-Cakes (2) \$20	
1 Galletas con cafe \$34	1 algo \$90		

Mesa 5	Mesa 6
\$	\$ 20
	1 Chilaquiles / Huevo \$20

Menú



		Descripción	Precio
Eliminar	Editar	Chilaquiles / Huevo	\$20
Eliminar	Editar	Hot-Cakes (2)	\$20
Eliminar	Editar	Moka Blanco Grande	\$34
Eliminar	Editar	Galletas con cafe	\$34




The screenshot shows a modal dialog box titled "Agregar al menú" overlaid on a dimmed view of the menu management interface. The dialog contains two input fields: "Descripción" with the value "Galletas con cafe" and "Precio" with the value "34". At the bottom of the dialog are two buttons: "Guardar" (highlighted in orange) and "Cancelar". The background interface shows the "Menú" header, a red plus icon, and a table with menu items and their prices.

		Descripción	Precio
Eliminar	Editar	Chilaquiles / Huevo	\$20
Eliminar	Editar	Hot-Cakes (2)	\$20
Eliminar	Editar	Moka Blanco Grande	\$34
Eliminar	Editar	Galletas con cafe	\$34

3.3. Apariencia física del personal


La apariencia del personal es importante para el establecimiento ya que es parte fundamental para el funcionamiento del mismo. La limpieza, pulcritud además de la imagen del personal son partes importantes dentro del establecimiento para lograr una buena imagen de esté.


Chef ejecutivo

Uniforme	Descripción	Imagen
Filipina	<ul style="list-style-type: none">• Color negra• Manga $\frac{3}{4}$• Algodón / Poliéster• Bolsa a los costados	
Mandil	<ul style="list-style-type: none">• Mandil negro• Extra largo• Doble vista• Algodón/poliéster• Bolsa en la parte delantera	
Pantalón	<ul style="list-style-type: none">• Mascota, blanco y negro• Algodón/poliéster• Bolsos en la parte delantera y de cada lado• Elástico en la cintura	



Red	<ul style="list-style-type: none"> • Red negra • Elástico • Perforaciones extra chicas 	
Cofia	<ul style="list-style-type: none"> • Gorro negro redondo • Elástico • Algodón/ poliéster • Elástico y cinta de amarre 	
Zapato	<ul style="list-style-type: none"> • Negro • Suela antiderrapante • Resistente al aceite caliente • Sin perforaciones 	


Ayudante de cocina

Uniforme	Descripción	Imagen
Filipina	<ul style="list-style-type: none">• Color blanco• Manga corta• Algodón / Poliéster• Bolsa a los costados	
Mandil	<ul style="list-style-type: none">• Mandil blanco• Corto• Doble vista• Algodón/poliéster• Bolsa en la parte delantera	
Pantalón	<ul style="list-style-type: none">• Mascota, blanco y negro• Algodón/poliéster• Bolsos en la parte delantera y de cada lado• Elástico en la cintura	
Red	<ul style="list-style-type: none">• Red negra• Elástico• Perforaciones extra chicas	

Cofia	<ul style="list-style-type: none"> • Gorro negro redondo • Elástico • Algodón/ poliéster • Elástico y cinta de amarre 	
Zapato antiderrapante	<ul style="list-style-type: none"> • Negro • Suela antiderrapante • Resistente al aceite caliente • Sin perforaciones 	

Personal de limpieza

Uniforme	Descripción	Imagen
Camisa polo	<ul style="list-style-type: none"> • Playera tipo polo • Color verde bandera • Manga corta • Algodón/poliéster • Sin marca o diseños 	
Pantalón	<ul style="list-style-type: none"> • Pantalón de vestir • café claro • algodón • con bolsos 	

Zapato negro	<ul style="list-style-type: none"> • Zapato negro • Vestir sin tacón • antiderrapante. • Industrial. 	
--------------	--	---

Cajera

Uniforme	Descripción	Imagen
Camisa polo	<ul style="list-style-type: none"> • Playera tipo polo • Color verde bandera • Manga corta • Algodón/poliéster • Sin marca o diseños 	
Pantalón	<ul style="list-style-type: none"> • Pantalón de vestir • café claro • algodón con bolsos 	
Zapato negro	<ul style="list-style-type: none"> • Zapato negro • Vestir sin tacón • antiderrapante. • “”Industrial 	

4. Políticas básicas y directrices

4.1. Visión

“Ser un establecimiento dedicado a la venta de alimentos de manera rápida y casera. Único en su ramo, capaz de dar al cliente las necesidades que este tiene al consumir sus alimentos.”

4.2. Misión

“Proveer a los clientes con poco tiempo a la hora de comer: alimentos caseros y de manera rápida con la comodidad de entrar directamente con su auto, proporcionando así tiempo para convivir con los suyos”

4.3. Valores

Son cinco los Valores más destacados de “el itacate” y que nos distinguen de los demás establecimientos dedicados al servicio de alimentos son:

- **Responsabilidad:** al prepara y entregar a la hora acordada y de acuerdo a la orden que el cliente prefirió.
- **Calidad:** preparar los alimentos con insumos de calidad y frescura así como mantener la receta de la misma manera en cada platillo.
- **Excelencia:** administrar cada recurso dentro del establecimiento para mantener en función de la mejor manera todos y cada uno de los elementos que conforman el negocio.
- **Honestidad:** trabajar de manea transparente para los clientes, mostrando así seguridad ala hora de decidir que comer.
- **Dedicación:** crear día con día los platillos con pasión y entrega para la satisfacción del cliente.

4.4. Filosofía

La filosofía de este establecimiento esta basada en trabajar en equipo para lograr un mejor funcionamiento del cada una de las partes del mismo. Prepara alimentos de manera personalizada amable y de calidad, destacando en cada platillo la organización del establecimiento y manejando los recursos de este.

5. Tipo de servicio

Servicio dedicado a ofrecer comida casera preparada al momento que se ordena, teniendo la opción de elegir cualquier combo ya establecido o comida de mejor agrado, teniendo como principal atractivo el ordenar en ventanilla directamente con su automóvil sin bajarse de él, así mismo la entrega de la orden deseada y el cobro de la misma. Cuenta con tres diferentes opciones en los tres tiempos de la comida además de tres opciones de guarnición para el plato fuerte.

Teniendo también como opción el consumo de alimentos dentro del establecimiento con un espacio para once personas, las cuales ordenarán de manera directa al personal encargado en la recepción, el cual proporcionará los alimentos ordenados en la barra de cocina.

Este servicio es de contacto directo de personal a cliente todo esto de manera amable y cordial, teniendo como prioridad el tiempo del cliente y la calidad de los platillos.

Contando con un espacio para tres autos dentro del establecimiento y en fila para esperar turno tres más, además de contar con estacionamiento para dos vehículos si se desea consumir los alimentos dentro de “el itacate”.

Dentro del establecimiento cuenta con una sola cocina con dos islas de trabajo, área de almacenes y de recepción de alimentos, área de limpieza y de atención al cliente, dentro del personal cuenta con: un chef ejecutivo, ayudante de cocina A, ayudante de cocina B, personal de limpieza, cajera y recepcionista, los cuales estarán altamente capacitados para lograr la mayor satisfacción al cliente.

El horario de apertura será a las 1:00 pm y la hora de cerrar será a las 4:30 pm.

Teniendo en cuenta que el personal entrará a trabajar a las 11:00 am contando con dos horas para preparar alimentos, tiempo suficiente para preparar producción recordando que la mayoría de ellos serán elaborados al instante y teniendo como hora de salida las 5:00 pm. Cumpliendo con una jornada laboral de 6 horas de lunes a sábado.

7. Marco jurídico legal

Según el Ayuntamiento de Morelia. Situado en Allende No. 403 Col. Centro Morelia, Michoacán. Son 21 los tramites necesarios para abrir un establecimiento dedicado al servicio y preparación de alimentos. Los cuales varían según el estado, municipio, etc.

Los cuales son aplicables según las características de cada establecimiento.

- Certificado de uso de suelo.
Se necesita tener el acta constitutiva del establecimiento, este permiso debe de ser autorizado y requerido para el uso o explotación de una parte de la ciudad.
- Licencia de construcción.
Este permiso es necesario en caso de construir un establecimiento o para la remodelación de un local ya existente.
- Declaración de apertura (sin venta de vinos y licores) .
Declaración que se hace ya sea persona física o moral. En la cual hace contar a las autoridades que se inician actividades comerciales o derivados de un establecimiento mercantil..

Ambientación del lugar:

- Pago de cuota al IMSS.
- Alineamiento y número oficial y constancia de seguridad estructural.
- Estudio de Impacto Ambiental.
-

Hacienda:

- Permiso de enseres en vía pública.
- Seguro de responsabilidad civil.
- Dictamen de control patrimonial.
- Aviso de alta en la SHCP.
- Aviso de apertura a la Secretaría de Salud.
- Permiso de anuncio.

Registro de la empresa:

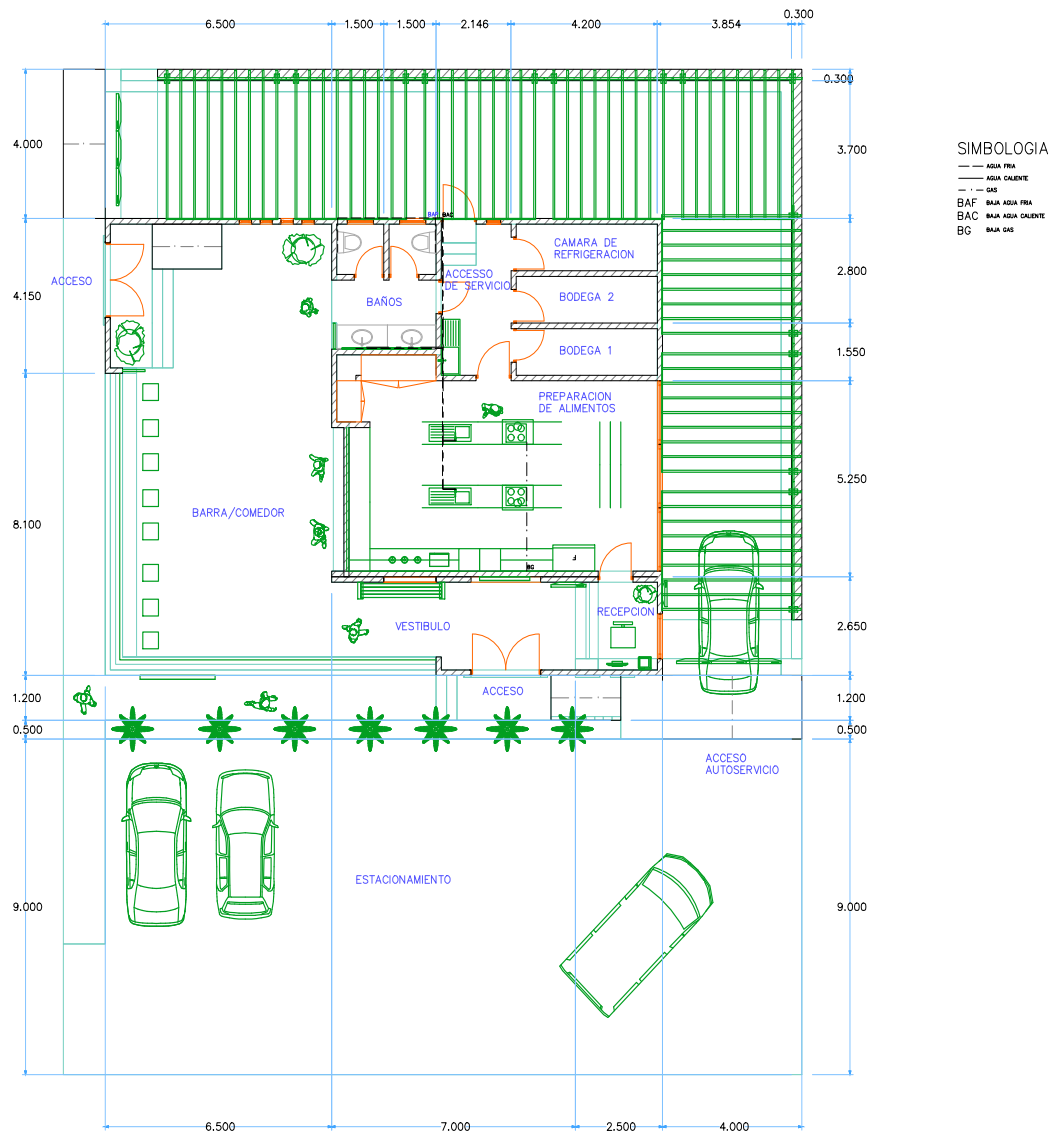
- Inscripción al SIEM.
- Registro de descargada de aguas residuales.
- Registro de fuente fija.
- Licencia de funcionamiento en materia de ecología.

Anuncios:

- Programa de protección civil.
- Licencia de anuncios.
- Responsiva de gas y planos isométricos (cuando se tiene el servicio de gas estacionario).

8. Áreas funcionales del establecimiento

8.1. Plano arquitectónico



8.2. Imágenes 3D

Las imágenes que a continuación se muestran son las representaciones del establecimiento en tercera dimensión las cuales fueron elaboradas en programas especiales sin dejar pasar ni un detalle del proyecto “el itacate”.

- **Fachadas**



Figure 16 Plano 3D fachada



Figure 15 Plano 3D fachada



Figure 17 Plano 3D fachada

- Interiores

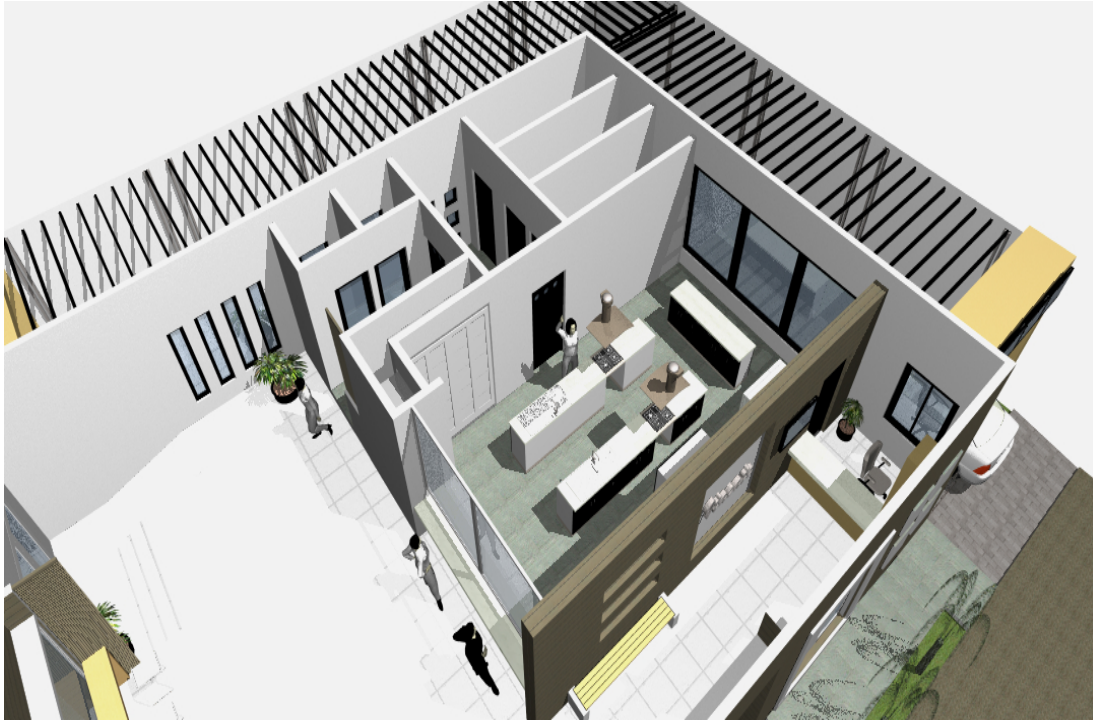


Figure 19 Plano 3D interior



Figure 18 Plano 3D interior



Figure 20 Plano 3D interior



Figure 21 Plano 3D interior



Figure 22 Plano 3D interior



Figure 23 Plano 3D interior

CAPITULO II. DESARROLLO HUMANO

2.1. Liderazgo y desarrollo humano

Etimológicamente, su raíz está en el vocablo inglés leader, que significa 'líder', y se compone con el sufijo "-azgo", que indica condición o estado.

El liderazgo es lo que caracteriza a un líder. Un líder, por su parte, es una persona que dirige o funda, crea o junta un grupo, gestiona, toma la iniciativa, promueve, motiva, convoca, incentiva y evalúa a un grupo, ya sea en el contexto empresarial, militar, industrial, político, educativo, etc., aunque básicamente puede aparecer en cualquier contexto de interacción social.¹¹

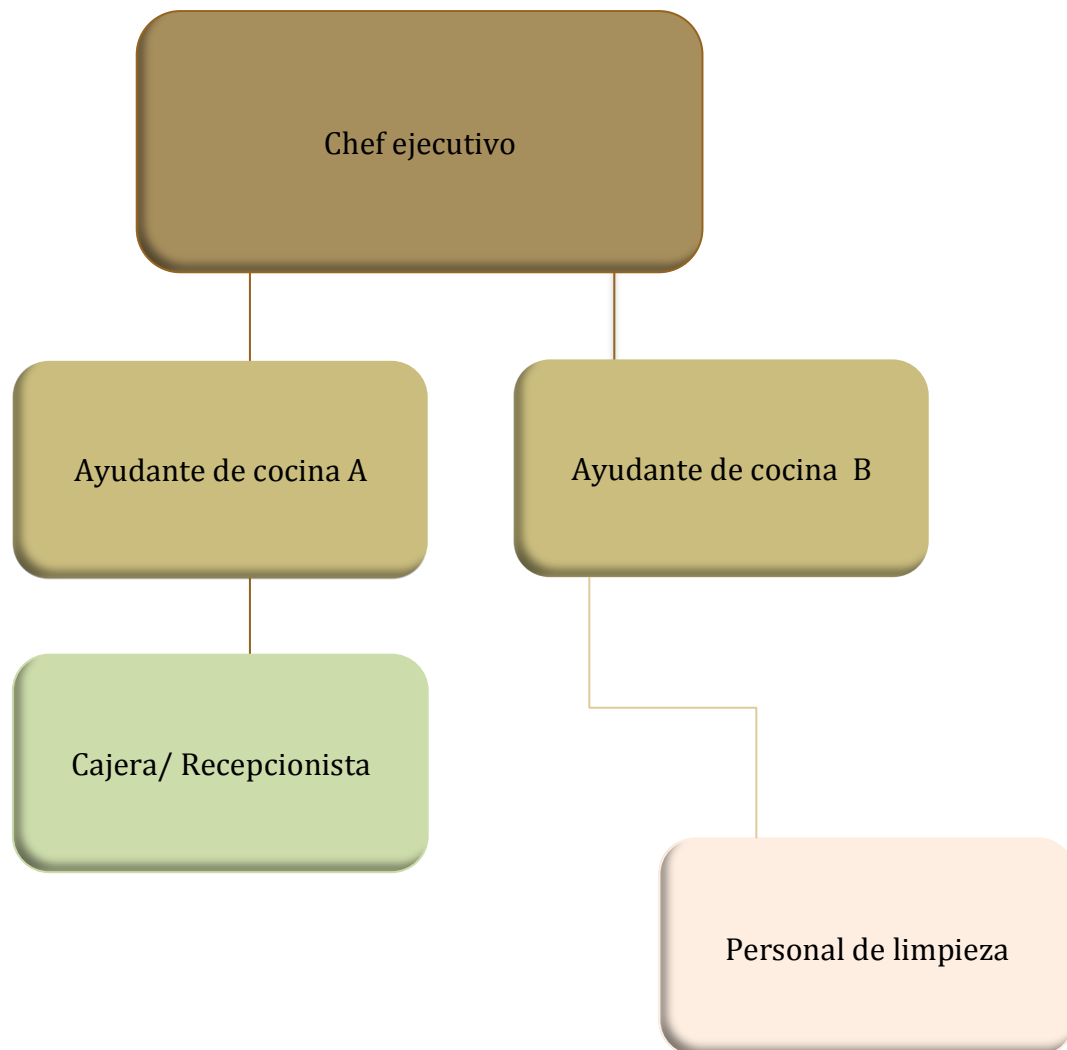
Tener dentro de una empresa, proyecto, familia, establecimiento, etc. Una persona con liderazgo es una de las cosas más importantes dentro de estas ya que proyecta y otorga organización y buen manejo de los recursos tanto materias, económicos y humanos. Dentro de éste establecimiento tenemos como líder y persona principal al chef ejecutivo, como segunda orden los ayudantes de cocina A y B.

Al ser un establecimiento con poco personal la organización será más sencilla al tener cada quien tareas específicas dentro de su área.

El desarrollo humano será de lo más importante dentro del establecimiento y en cada personal ya que cada uno se desarrollará de manera individual en su área dando así un trabajo en quipo que logrará la mayor optimización en todos los recursos del establecimiento.

¹¹ <http://www.significados.info/liderazgo/>

2.1. Organigrama y línea de mando



2.1. Descripción y perfil de puestos

2.1.1. Chef ejecutivo

Requisitos	Perfil de puestos	Funciones
<ul style="list-style-type: none">• Sexo: Indistinto• Edad: 22 años 40• Experiencia: 1 años mínimo	Licenciatura en Gastronomía, orden, buena presentación, puntualidad, conocimiento y experiencia en elaboración de menús, requisición, área caliente, área fría, repostería, y panadería, voz de mando, proactivo.	Supervisar áreas de trabajo, manejo adecuado de los utensilios y maquinaria del establecimiento, elaborar menú, requisición, orden de compra. cooperar con el gerente general para la elaboración de menú, balance, requisición. Registrar

2.1.2. Ayudante de cocina

Requisitos	Perfil de puestos	Funciones
<ul style="list-style-type: none">• Sexo: Indistinto (Preferencia mujer)• Edad: 22 años 40• Experiencia: 6 meses a 1 año mínimo	Licenciatura en Gastronomía o carrera técnica de gastronomía. Buena presentación, puntualidad, conocimiento y experiencia en cocina caliente, área fría, repostería, y panadería, proactivo.	Supervisar su área de trabajo, manejo adecuado de los utensilios y maquinaria del establecimiento, trabajar y verificar junto con el chef los menús y requisición. Elaborar reportes de deterioro o mantenimiento de los utensilios y maquinaria. Recibir y verificar entrega de mercancía de proveedores. Limpieza y desinfección de insumos.

2.1.3. Cajera/recepcionista

Requisitos	Perfil de puestos	Funciones
<ul style="list-style-type: none">• Sexo: Indistinto (preferencia mujer)• Edad: 18 a 35 años• Experiencia: 6 meses en atención a cliente.	Preparatoria terminada, conocimientos de corte de caja, administración. Buena presentación, facilidad de palabra, trato amable con las personas, proactivo.	Supervisar su área de trabajo. Toma de orden de los clientes, entrega de pedido a los clientes. Registrar asistencia, hora de entrada y salida del personal. Elaborar corte de caja, recibir y dar informes llamadas de clientes o proveedores. Realiza comanda para cocina.

2.1.4. Personal de limpieza

Requisitos	Perfil de puestos	Funciones
<ul style="list-style-type: none">• Sexo: Indistinto• Edad: 18 a 35 años• Experiencia: 6 meses mínimo.	Preparatoria como mínimo grado de estudio. Persona ordenada, proactivo, responsable, discreto, rápido y de buen carácter.	Lavado de loza y utensilios, limpieza de baños, área de comedor, cocina. Almacenes cada que sea necesario, refrigerador y demás áreas del establecimiento.

2.2. Sueldos y prestaciones

De acuerdo a la “Ley Federal Del trabajo”. Se entiende que:

*“Artículo 80.- Trabajador es la persona física que presta a otra, física o moral, un trabajo personal subordinado.”*¹²

“Artículo 10.- Patrón es la persona física o moral que utiliza los servicios de uno o varios trabajadores.”

“Artículo 82.- Salario es la retribución que debe pagar el patrón al trabajador por su trabajo.

Artículo 83.- El salario puede fijarse por unidad de tiempo, por unidad de obra, por comisión, a precio alzado o de cualquier otra manera.

Tratándose de salario por unidad de tiempo, se establecerá específicamente esa naturaleza. El trabajador y el patrón podrán convenir el monto, siempre que se trate de un salario remunerador, así como el pago por cada hora de prestación de servicio, siempre y cuando no se exceda la jornada máxima legal y se respeten los derechos laborales y de seguridad social que correspondan a la plaza de que se trate. El ingreso que perciban los trabajadores por esta modalidad, en ningún caso será inferior al que corresponda a una jornada diaria”.

Cuando hablamos de salarios y prestaciones estamos hablando de leyes establecidas que nos rigen. Para esto tenemos la “Ley Federal Del trabajo”.

De acuerdo a esta ley las jornadas de trabajo se dividen en:

- Jornada diurna: entre las seis y las veinte horas, con un total de ocho horas diarias.
- Jornada nocturna: Esta comprendida entre las veinte y las seis horas , comprendiendo un total de 7 horas diarias como máximo.
- Jornada mixta: comprende periodos de trabajo de la jornada diurna y nocturna, con la característica y cumpliendo con que el periodo nocturno no sea mayor de tres horas y media. Esta jornada puede tener una duración de siete horas y media.

¹² Ley federal Del Trabajo.

Las horas extra serán pagadas si no se cumple con las jornadas de trabajo que estipula la Ley Federal Del trabajo. Estas serán pagadas doble cuando sean necesarias. Y haciendo notar que el trabajador no está obligado a quedarse en la unidad si este no lo desea.

Los días de descanso serán los días domingos, cumpliendo con la ley donde nos dice que por cada 6 días trabajados los trabajadores tienen derecho a un día de descanso con el pago correspondiente como si se hubiera trabajado.

- Vacaciones: estas serán únicamente para los trabajadores que cuenten con un año de labores dentro del establecimiento. Si cumplen con estas características las vacaciones serán de 6 días sin labores. Los cuales serán tomados de forma continua y que aumentará en dos días laborables, hasta llegar a doce, por cada año subsecuente de servicios. Al completar un periodo de 4 años dentro de la empresa el periodo de vacaciones aumentará en dos días por cada 5 de servicio como lo indica la siguiente tabla

Años Trabajados	Días de Vacaciones
1	6
2	8
3	10
4	12
5	14
6	14
7	14
8	14
9	14
10	16
11	16
12	16
13	16

- Prima vacacional: Para la prima vacacional los trabajadores tienen derecho como mínimos del 25% sobre el salario que le corresponde al periodo de vacacione.
- Aguinaldo este se pagará como mínimo 15 días de salario por año, que serán pagados antes de cada 20 de Diciembre.

2.2.1. Nomina

Puesto	Salario mensual	Total	Salario anual	SDI
Chef ejecutivo	\$7,500.00	\$7,500.00	\$90,000.00	\$250.00
Ayudante de cocina (2)	\$4,500.00	\$9,000.00	\$108,000.00	\$150.00
Cajera/Recepcionista	\$3,000.00	\$3,000.00	\$36,000.00	\$100.00
Personal de limpieza	\$2,700.00	\$2,700.00	\$32,400.00	\$90.00
Totales	\$17,700.00	\$22,200.00	\$266,400.00	\$590.00

Afore 2 %	Infonavit 5%	2% Sobre nomina	IMSS 28%	Total
\$50.00	\$125.00	\$50.00	\$70.00	\$7,796.00
\$30.00	\$75.00	\$30.00	\$42.00	\$9,179.00
\$20.00	\$50.00	\$20.00	\$28.00	\$3,121.00
\$18.00	\$45.00	\$18.00	\$25.20	\$2,810.20
Totales	\$295.00	\$118.00	\$165.20	\$22,906.20

2.3. Reglamento interno por área

El reglamento será dirigido por el chef ejecutivo el mismo será el encargado de sancionar y castigar al personal si las reglas estipulas no se cumplen, el reglamento estará dividido en área de cocina y área de comedor, este será dado a conocer al personal del establecimiento al ser contratado y en las capacitaciones del personal.

Según la “Ley Federal Del Trabajo” los reglamentos tendrán las siguientes características:

Artículo 422.- Reglamento interior de trabajo es el conjunto de disposiciones obligatorias para trabajadores y patrones en el desarrollo de los trabajos en una empresa o establecimiento.

No son materia del reglamento las normas de orden técnico y administrativo que formulen directamente las empresas para la ejecución de los trabajos.

Artículo 423.- El reglamento contendrá:

- I. Horas de entrada y salida de los trabajadores, tiempo destinado para las comidas y períodos de reposo durante la jornada;*
- II. Lugar y momento en que deben comenzar y terminar las jornadas de trabajo;*
- III. Días y horas fijados para hacer la limpieza de los establecimientos, maquinaria, aparatos y útiles de trabajo;*
- IV. Días y lugares de pago;*
- V. Normas para el uso de los asientos o sillas a que se refiere el artículo 132, fracción V;*
- VI. Normas para prevenir los riesgos de trabajo e instrucciones para prestar los primeros auxilios;*
- VII. Labores insalubres y peligrosas que no deben desempeñar los menores y la protección que deben tener las trabajadoras embarazadas;*
- VIII. Tiempo y forma en que los trabajadores deben someterse a los exámenes médicos, previos o periódicos, y a las medidas profilácticas que dicten las autoridades;*
- IX. Permisos y licencias;*
- X. Disposiciones disciplinarias y procedimientos para su aplicación. La suspensión en el trabajo, como medida disciplinaria, no podrá exceder de ocho días. El trabajador tendrá derecho a ser oído antes de que se aplique la sanción; y*

*XI. Las demás normas necesarias y convenientes de acuerdo con la naturaleza de cada empresa o establecimiento, para conseguir la mayor seguridad y regularidad en el desarrollo del trabajo.*¹³

2.3.2. Acceso a la cocina

El reglamento general para la entrada a cocina debe de ser respetado por todos y cada uno de los miembros que hagan uso de ella. Las cuales serán dadas a conocer al momento de la contratación y deberá ser firmado de enterado por los mismos miembros.

- Limpieza e higiene personal diaria.
- No usar accesorios como: reloj, pulsera, anillos aretes, collares etc.
- Sin maquillaje, uñas sin esmalte y cortas.
- Uniforme completo además de contar con una cuchara y tenedor para la prueba de alientos.
- No se debe usar perfume, loción, crema con brillos o perfume.
- Hombres rasurados.
- Lavar las manos diariamente antes de iniciar actividades, usando jabón y desinfectante para bacterias.
- Seguir proceso y punto del distintivo “H”.

2.3.3. Área de comedor

- Limpieza e higiene personal diaria.
- Portar uniforme completo.
- Sin maquillaje en exceso, uñas largas.
- Lavar y desinfectar manos antes de iniciar labores.
- Limpiar área de trabajo antes de comenzar labores.

¹³ Ley federal del trabajo

2.4. Políticas de la empresa

- La tolerancia a la hora de entrada para el personal es de 5 minutos, en caso de no ser así contara con una amonestación, a las tres amonestaciones se sancionara de acuerdo a la orden del chef ejecutivo.
- El trato de trabajador a trabajador será con respeto, así como también con el cliente y demás personas con contacto al establecimiento..
- Se usará de acuerdo al manual adecuadamente todos y cada uno de los utensilios, maquinaria y equipo del establecimiento
- No se permitirán cualquier tipo de relación dentro de la empresa que no sea de trabajador a trabajador.
- No se permite la visita de familiares o amigos durante la hora de trabajo.

2.5. Programa de capacitación

Las capacitaciones de los empleados serán impartidas por el chef ejecutivo, estas estarán divididas en área de cocina y área de atención al cliente.

Las capacitaciones serán tomadas por todos los miembros de la empresa y estas serán impartidas anualmente. Así como cada 6 meses dependiendo la importancia de la capacitación.

Dentro de las capacitaciones que se realizar serán:

- Programa de distintivo “H”.
- Programa de distintivo “M”.
- Programa “punto limpio”.
- Sistema PEPS y UEPS.
- Atención al cliente.
- Manejo de costos y gastos.

2.6. Horarios gráficos por área

2.6.1. Dirección

	Entrada	Salida
Chef ejecutivo	11:00 am	5:00 pm

2.6.2. Área de cocina

	Entrada	Salida
Ayudante de cocina B	11:00 am	5:00 pm
Ayudante de cocina B	11:00 am	5:00 pm

2.6.3. Área comedor y limpieza

	Entrada	Salida
Cajera/Recepcionista	11:00 am	5:00 pm
Personal de limpieza	11:00 am	5:00 pm

2.7. Manual operativo

Un manual operativo o de procedimientos es el documento que contiene la descripción de actividades que deben seguirse en la realización de las funciones de una unidad administrativa.

- Facilita las labores de auditoría, la evaluación, control interno y su vigilancia.
- La conciencia en los empleados y en sus jefes de que el trabajo se está realizando o no adecuadamente.
- Auxiliar en la inducción del puesto y al adiestramiento y capacitación del personal ya que describen en forma detallada las actividades de cada puesto.
- Permitirá conocer el funcionamiento interno.
- Para el análisis o revisión de los procedimientos de un sistema
- Aumenta la eficiencia de los empleados, indicándoles lo que deben hacer y cómo deben hacerlo.
- Ayuda a la coordinación de actividades y evitar duplicidades.

¿Por qué es importante definir el trabajo del personal?

- No se desperdicia tiempo ya que con la asignación de tareas evitamos que se realicen dos o varias veces más las tareas que requieran los establecimientos.
- No se desperdicia dinero
- Esfuerzos innecesarios los cuales pueden ser utilizados para la atención del cliente.
- Fácil supervisión y control de tareas de los trabajadores.

Capacitación

En la capacitación se debe enseñar a las personas involucradas lo que tienen que realizar en su puesto de manera que se describan los requerimientos diarios de su puesto.

Control y seguimiento del manual operativo

Es importante comprobar que el manual operativo diseñado para el establecimiento cumpla y mantenga su nivel de calidad y realización del mismo.

2.7.1. Funciones por área

2.7.1. Dirección

2.7.1.1. *Chef ejecutivo*

- Programar horarios del personal del establecimiento con sus días libres y vacaciones anuales.
- Tomar las decisiones del establecimiento .
- Supervisar horas extras.
- Revisar y controlar reportes generados en todas las áreas del establecimientos.
- Elaborar informe de ventas semanal.
- Revisar y elaborar menús.
- Controlar la presentación e higiene del personal que labora en el establecimiento.
- Atender a clientes que soliciten información del establecimiento.
- Se encarga del pago a proveedores.
- Archivar y documentar la información del establecimiento.

2.7.1. Procedimientos generales de servicio dentro del área de cocina.

Operaciones de limpieza, utensilios y equipo previo a la apertura	<ul style="list-style-type: none">• Se muestran en cada área las especificaciones de limpieza y trato de los utensilios y limpieza de ellos.• Los utensilios, superficies, equipos, se limpian y mantienen con los productos señalados además de la ropa adecuada.• Las instrucciones de seguridad, uso y manipulación de los productos e limpieza se cumplen teniendo en cuenta su posible toxicidad y contaminación medioambiental.• Al presentar o contar con una anomalía de debe comunicar con puntualidad a las persona encargada.
Servicio de alimentos y bebidas	<ul style="list-style-type: none">• Procurar la máxima rapidez y eficacia al otorgar al cliente sus alimentos.• Tramitar las comandas a partir de las instrucciones recibidas por el cliente.• Mostrar una correcta actitud de servicio.• Transportar los alimentos en forma y momento adecuado.
Operaciones después de servicio.	<ul style="list-style-type: none">• Supervisar y desconectar los equipos de servicios.• Cerrar el local.• Limpiar y desinfectar los utensilios y quipos de cocina.• Desconectar las maquinas y realizar un mantenimiento preventivo.

2.7.1.1. Especificaciones del área de cocina

Área de cocina	
Responsable	Ayudante de cocina “A”
Entrada	11:00 am
Salida	5:00 pm
Uniforme	Filipina, mandil, pantalón, red, cofia y zapato antiderrapante. (para mayores especificaciones del uniforme ir a: apariencia física del personal 3.3. Apartado: ayudante de cocina)
Actividades diarias	<ul style="list-style-type: none"> • Checar hora de entrada • Supervisar área de trabajo, cocina y almacenes. • Verificar y checar con el chef ejecutivo las recetas del día. • Recibir, supervisar y almacenar de acuerdo a las especificaciones la mercancía por parte de los proveedores. • Ayudante de cocina “A” esta encargado de la elaboración de: entradas y guarniciones. • Elaborar un mise and place de las recetas que a el le competen. • Las recetas de las entradas y guarniciones deben de estar listas a la 1:30 pm del día. • En su isla contará con los recipientes que están diseñados para colocar la comida que será proporcionada al cliente y llevada por el mismo. • Tiene la tarea de servir la comida: entrada, plato fuerte, postre y bebida, la cual proporcionara al cliente en la ventanilla de salida, la cual será supervisada por la cajera y cobrada por la misma. • Limpieza y desinfección de su área de trabajo así como de el área de refrigeración y congelación.

	<ul style="list-style-type: none"> • El ayudante de cocina “A” esta obligado ayudar en caso de ser necesario y contando con disponibilidad al ayudante de cocina “B”. • Prever si los insumos necesarios para el día siguiente y sus recetas se encuentran en condiciones para disponer de ellos. • En caso de ser necesario elaborará platillos o mise and place desde ese día para el día siguiente. • Checar a la hora de salida
Jefe inmediato	Chef ejecutivo

Área de cocina	
Responsable	Ayudante de cocina “B”
Entrada	11:00 am
Salida	5:00 pm
Uniforme	Filipina, mandil, pantalón, red, cofia y zapato antiderrapante. (para mayores especificaciones del uniforme ir a: apariencia física del personal 3.3. Apartado: ayudante de cocina)
Actividades diarias	<ul style="list-style-type: none"> • Checar hora de entrada • Supervisar área de trabajo. • Verificar y controlar niveles y temperaturas de refrigeración y congelación. • Verificar y checar con el chef ejecutivo las recetas del día. • Verificar que la entrada de comandas funcione correctamente. • Ayudante de cocina “B” esta encargado de la

	<p>elaboración de: Plato fuerte, bebida y postre.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Elaborar un mise and place de las recetas que a el le competen. • Las recetas de postres y bebidas deben de estar listas a la 1:30 pm del día. De acuerdo son los platos fuertes, estos deberán de ser preparados en su momentos, de ser necesario deberán esta listos a la 1:30 pm. • Otorgara los platillos ya elaborados al ayudante de cocina “A” él cual los empacará y otorgará a la recepcionista. • Tiene la tarea de servir la comida: entrada, plato fuerte, postre y bebida, la cual proporcionara al cliente en la ventanilla de salida, la cual será supervisada por la cajera y cobrada por la misma. • Limpieza y desinfección de su área de trabajo así como de el área de secos y recepción de mercancía. • El ayudante de cocina “B” esta obligado ayudar en caso de ser necesario y contando con disponibilidad al ayudante de cocina “A”. • Prever si los insumos necesarios para el día siguiente y sus recetas se encuentras en condiciones para disponer de ellos. • En caso de ser necesario elaborará platillos o mise and place desde ese día para el día siguiente. • Checar a la hora de salida
Jefe inmediato	Chef ejecutivo

Cajera/recepcionista			
Responsable	Cajera/recepcionista		
Entrada	11:00 am		
Salida	5:00 pm		
Uniforme	Camisa polo, pantalón, zapato antiderrapante, (para mayores especificaciones del uniforme ir a: apariencia física del personal 3.3. Apartado: cajera)		
Actividades diarias	<ul style="list-style-type: none"> • Checar hora de entrada • Supervisar área de trabajo. • Supervisar que las comandas estén en buenas condiciones. • Checar computadoras. • Verificar y checar con el chef ejecutivo los combos que serán presentados en el día. • Verificar que el mando de comandas funcione correctamente. • Si la recepción es del lado de comedor aplicara el mismo procedimiento que de ventanilla a auto. • La recepcionista tiene que interactuar directamente son el cliente por lo que el manual con el que ella cuenta de saludo y despedida se presenta a continuación: <table border="1" style="width: 100%; margin-top: 10px;"> <tbody> <tr> <td style="width: 50%;">Saludo y recepción del cliente</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> • Buenas tardes bienvenido a “el itacate”. • Mi nombre es:.. En que puedo ayudarle, estoy a sus ordenes . • Puedo tomar su orden. (Especificar y aclarar al cliente dudas y detalles de los combos) • Mencionar promociones </td> </tr> </tbody> </table>	Saludo y recepción del cliente	<ul style="list-style-type: none"> • Buenas tardes bienvenido a “el itacate”. • Mi nombre es:.. En que puedo ayudarle, estoy a sus ordenes . • Puedo tomar su orden. (Especificar y aclarar al cliente dudas y detalles de los combos) • Mencionar promociones
Saludo y recepción del cliente	<ul style="list-style-type: none"> • Buenas tardes bienvenido a “el itacate”. • Mi nombre es:.. En que puedo ayudarle, estoy a sus ordenes . • Puedo tomar su orden. (Especificar y aclarar al cliente dudas y detalles de los combos) • Mencionar promociones 		

		<ul style="list-style-type: none"> • Repetir lo que el cliente ordeno para verificar la comanda antes de ser enviada a cocina. • Su pedido fue enviado a cocina, a final de la ventanilla y a la entrega de sus alimentos será cobrado su combo. 	
	Despedida y entrega de pedido	<ul style="list-style-type: none"> • Su pedido fue (repetir pedido) • Sería por favor \$. • ¿Cuenta con alguna promoción? ¿Le gustaría adquirir una de nuestras promociones? • Hasta luego, le atendió... que tenga un excelente día. 	
	<ul style="list-style-type: none"> • En la ventanilla de cobro y entrega de alimentos, la recepcionista presentara y repetirá el pedido al cliente para corroborar que sea lo que realmente se pidió así como la cuenta final. • Recibir el pedido al ayudante de cocina "A". • Cobrar y entregar al cliente su ticket. • Aplicar promociones. • Al final del día elaborará corte de caja. • Registrar la hora de entrada y salida del demás personal. • Recibir y otorgar información a posibles clientes o proveedores. 		
Jefe inmediato	Chef ejecutivo		

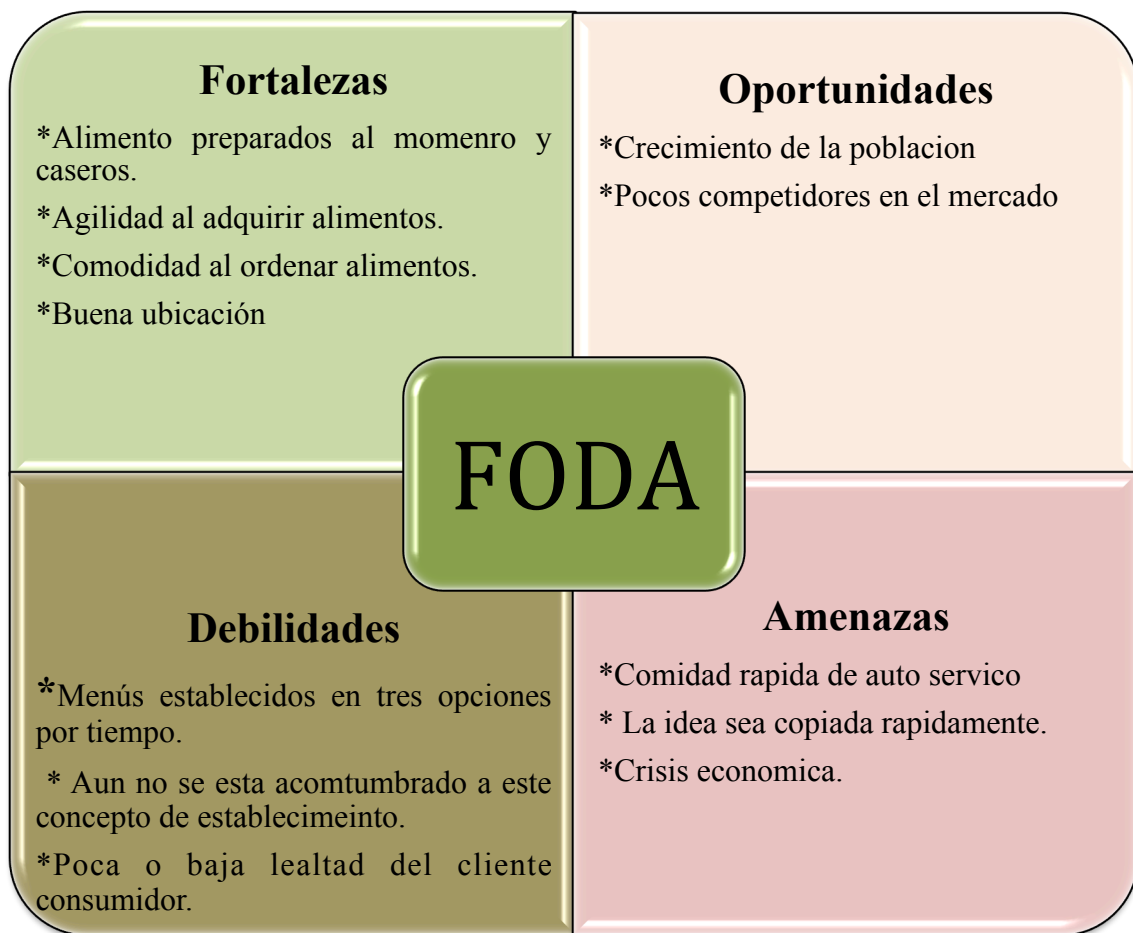
Personal de limpieza	
Responsable	Personal de limpieza
Entrada	11:00 am
Salida	5:00 pm
Uniforme	Camisa polo, pantalón, zapato antiderrapante, (para mayores especificaciones del uniforme ir a: apariencia física del personal 3.3. Apartado: personal de limpieza)
Actividades diarias	<ul style="list-style-type: none"> • Checar hora de entrada • Supervisar área de trabajo. • Verificar si cuenta con el material indispensable para su trabajo. • Ordenar y limpiar el área de comedor, barra, baños y pisos. • Limpiar y ordenar área de estacionamientos, entrada y salida de los vehículos. • Limpiar y ordenar la recepción. • Limpiar y ordenar la recepción de alimentos. • Lavar losa y utensilios de cocina al final del día. • Realizar limpieza profunda semanalmente. • Ordenar utensilios y quipo de cocina. • Checar si cuenta con material necesario para el día siguiente. • Sacar basura de los depósitos. • Checar hora de salida
Jefe inmediato	Chef ejecutivo

CAPITULO III. SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

3.1. Segmentación de mercado

*Los **sondeos de mercado** ayudan a conocer el tipo de comida que consume con frecuencia el grupo meta, el gasto que destina para comer fuera de casa, el tiempo que dispone para comer y el tiempo que necesita para comer. Los platillos y bebidas deben ser productos innovadores con características propias , que satisfagan las motivaciones de compra y representan símbolos, aspectos aspiraciones y costumbres.¹⁴*

3.2. Investigación de mercado



3.2.1. Encuesta.

Estudio de Mercado: Plan de negocios

La siguiente encuesta esta elaborada para saber si el presente plan de negocios es satisfactorio para el cliente. Este proyecto es realizado para la titulación de la carrera de gastronomía de la Universidad Vasco De Quiroga.

Edad _____ Ocupación _____

SI NO

Marca con una "X" la respuesta deseada.

- | | | |
|--|--------------------------|--------------------------|
| 1. ¿Cuenta con automóvil propio? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 2. ¿La empresa donde labora cuenta con comedor industrial? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 3. ¿Cuenta con horario de comida diario? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 4. ¿Le agrada la idea de un establecimiento de comida rápida cacera, en la cual pasa directamente con su auto? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Marque la respuesta que más se apegue a su realidad. (solo una opción)

1. ¿Cuánto tiempo dispone para el consumo de alimentos?
- | | | | |
|---------|--------------------------|---------|--------------------------|
| 30 min. | <input type="checkbox"/> | 1:30 | <input type="checkbox"/> |
| 1 Hora | <input type="checkbox"/> | 2 horas | <input type="checkbox"/> |

2. ¿Qué tipo de comida le agrada más?

Comida Mexicana	<input type="checkbox"/>	Comida Italiana	<input type="checkbox"/>
Comida Oriental	<input type="checkbox"/>	Pescados y mariscos	<input type="checkbox"/>

3. ¿Cada cuando come en establecimientos de comida?

<input type="checkbox"/> Siempre (todos los días)	<input type="checkbox"/> A veces (3 veces a la semana)
<input type="checkbox"/> Casi siempre(4 veces a la semana)	<input type="checkbox"/> Nunca (No como fuera de casa)

4. ¿Cuánto estaría dispuesto a gastar en un menú completo para la comida?

\$50	<input type="checkbox"/>	\$60	<input type="checkbox"/>	\$70	<input type="checkbox"/>
------	--------------------------	------	--------------------------	------	--------------------------

La presente encuesta fue elaborada en una de las aplicaciones de Google la cual se llama “drive” presentada con el siguiente icono:



Creando un formulario de ocho preguntas de opción múltiple, elaboradas de forma concreta tomando en cuenta preguntas claves para el estudio de mercados, estas fueron enviadas vía internet, en distintas redes sociales a personas se sabe cuentan con uno o más de los presentados problemas anteriormente.

Véase el siguiente link el cual fue enviado a los posibles clientes:
<https://docs.google.com/forms/d/1PQoYSjfJm2iHZBUeFH18rPzSwaJj1chRgK63JUfiUU/viewform>

Obteniendo un resultado de 100 encuestas las cuales se registraron en una hoja de calculo la cual se presenta en el apartado de anexos.

El análisis de las respuestas se muestra en el apartado: resultados gráficos 3.2.2.

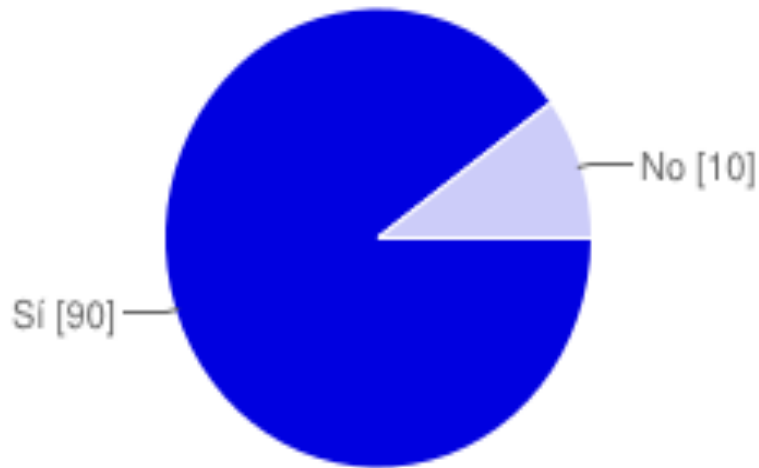
3.2.2. Resultados gráficos

Los resultados que arrojan las encuestas son de gran ayuda para los establecimientos, ya que ayudan a tener conocimiento de lo que el cliente necesita. Analizaremos que tan favorable o no favorable será un establecimiento con ese concepto en dicha zona. Analizando y obteniendo resultados se podrá tomar decisiones que ayudarán a cometer los menores errores posibles.

Las encuestas se realizaron a 100 personas de la ciudad de Morelia Michoacán. Se designo un área específica en la cual se realizaron dichas encuestas, periférico paseo de la republica 2461. Camelinas 58290 Morelia, Michoacán. Con una distancia de 100 metros a la redonda. Las encuestas han sido elaboradas con el fin de conocer lo que la gente necesita de acuerdo a su vida diaria. Para lo cual se elaboraron las preguntas más importantes para la apertura del establecimiento en donde las personas respondieron de la siguiente manera.

- 1) **EDAD:** La edad específica a la cual nos estamos dirigiendo en el mercado es de los 19 a los 42 años de edad. Teniendo por entendido que nuestro mercado es variado en la edad ya que los alimentos que “el itacate” son ideales para cualquier tipo de edad.
- 2) **Ocupación:** al arrojar los resultados de esta pregunta se da a conocer que el 90 % de los entrevistado es una persona profesional la cual cuenta con un trabajo en alguna institución cercana a dicha zona. Además haciendo hincapié que el 10% restante son estudiantes los cuales también podrían ser un mercado importante para este establecimiento.

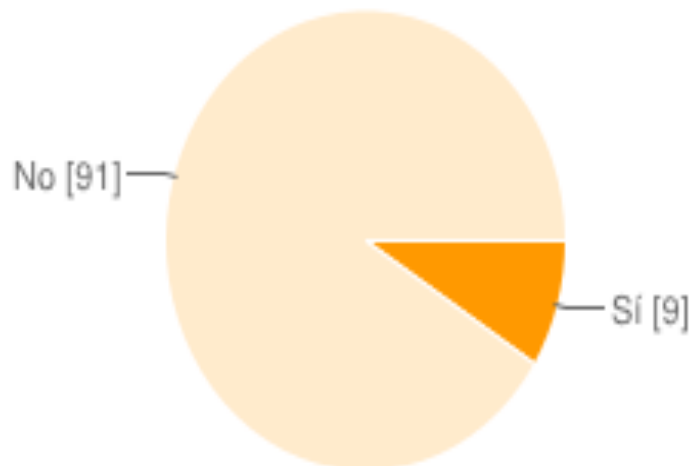
3) ¿Cuenta con automóvil propio?



Obteniendo como resultado que el 90 % de los encuestados cuenta con automóvil. Y teniendo un 10% como respuesta un NO cuento con automóvil propio.

Este resultado da como resultado FAORABLE para el giro de “el itacate”, ya que, específicamente es ideal para la gente que cuenta con su automóvil y puede pasar directamente, Al tener la comodidad de ser entendido desde su auto.

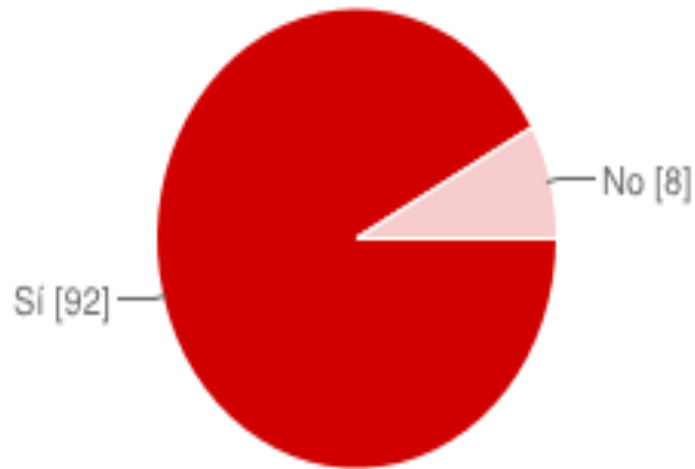
4) ¿La empresa donde labora cuenta con comedor industrial?



La siguiente pregunta y sus resultados ayuda a tener una idea base si el cliente acudirá a la hora de comida a nuestro establecimiento además de saber en que lugar podrá adquirir

nuestros alimentos. Este resultado es de gran ayuda al saber que el 91% de los encuestados no cuenta con un lugar en el cual podrá comer de manera correcta.

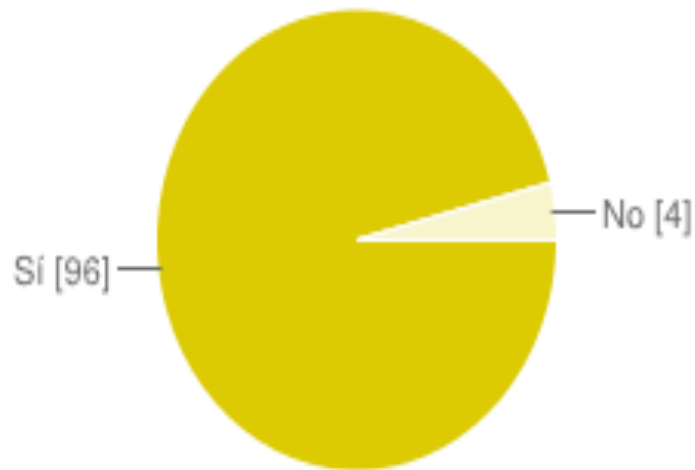
5) ¿Cuenta con horario de comida?



Esta resultados ayuda a “el itacate” a saber en horarios es más viable la apertura del establecimiento, además de saber si el cliente cuenta con horario específico y diario a la hora consumir sus alimentos.

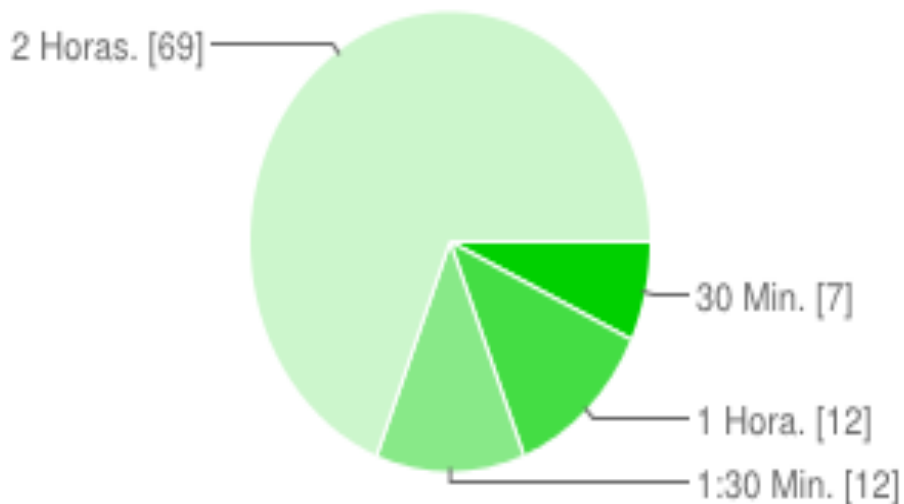
Teniendo como resultado que un 92% de los encuestados cuenta con horario de comida y un 8% No cuenta con horario de comida. Al analizar dicho resultado nos damos cuenta que los resultados son FAVORABLES de acuerdo al concepto de “el itacate”.

6) ¿Le agrada la idea de un establecimiento de comida rápida, en la cual para directamente con su auto?



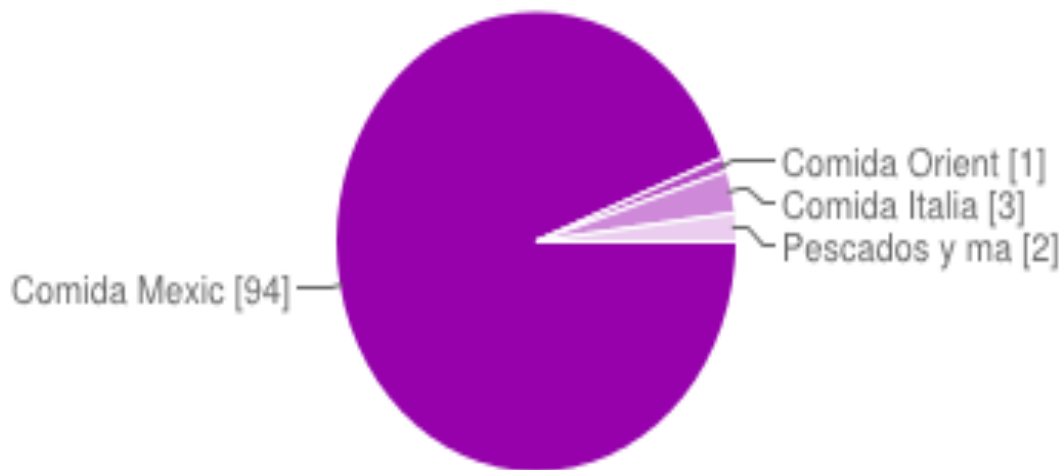
La anterior pregunta es lo más concreta y directa posible que nos ayuda en gran parte a tener un resultado sobre la aceptación o rechazo de los consumidores para nuestro establecimiento. Se obtuvo un resultado FAVORABLE para el concepto de “el itacate”. Contando con un SÍ un 96 % y un NO 4%. Lo cual nos ayuda a darnos cuenta que el concepto es aceptable por los clientes de la zona.

7) ¿Cuánto tiempo dispone para el consumo de alimentos?



La pregunta que se ostromo anteriormente nos resulta muy importante dentro del establecimiento porque nos da a conocer varias cosas, Una de ellas es de cuanto tiempo dispone el cliente a la hora de consumir sus alimentos y la otra para saber de cuanto tiempo cuenta “el itacate” para la preparación de los alimentos. Arrojando como resultado que un 69% cuenta con la mayor cantidad de tiempo que son 2 hrs. para el consumo de alimentos. Lo cual es FAVORABLE para el establecimiento ya que ayuda a otorgar a tiempo platillos elaborados al momento y entregados a tiempo para que el cliente tenga tiempo de sobra para desplazarse a consumirlos a su lugar de preferencia.

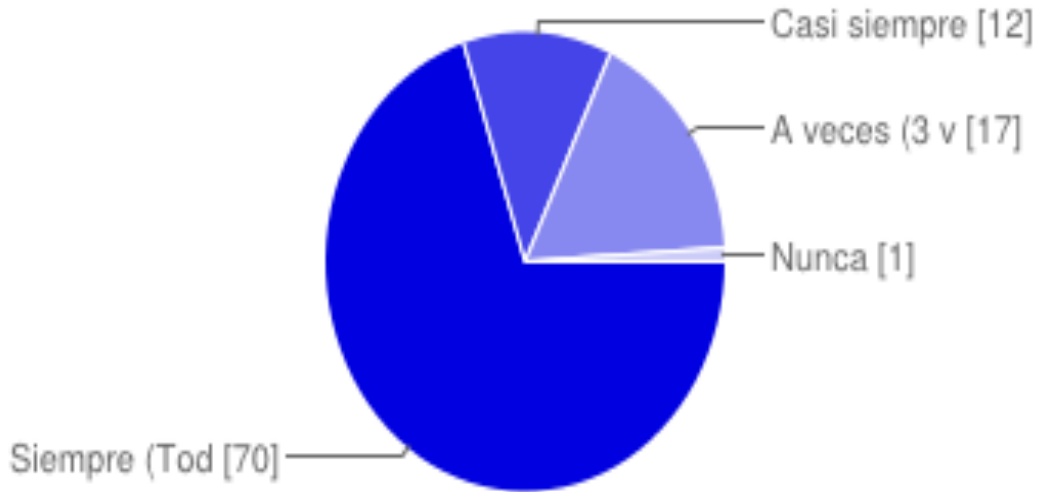
8) ¿Qué tipo de comida le agrada más?



La pregunta sobre la comida preferida del consumidor nos ayudará a saber si nuestro mercado tiene gusto por la comida de “el itacate”.

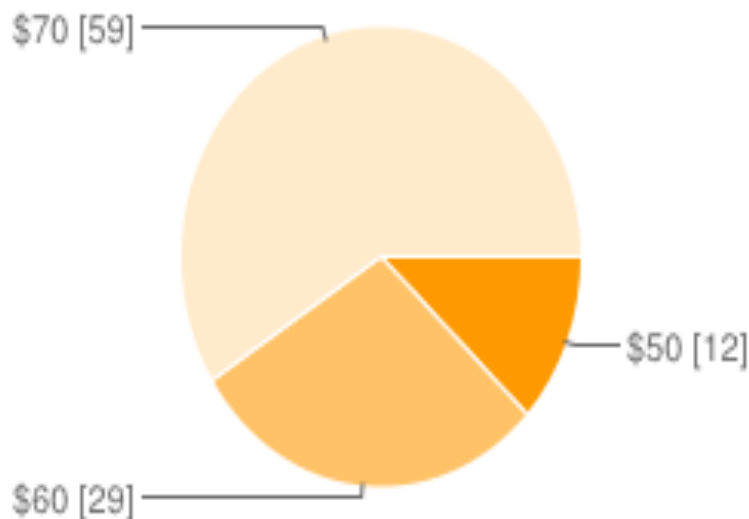
Arrojando así una respuesta FAVORABLE para “el itacate”, ya que al dedicarnos específicamente a la comida mexicana y haciendo referencia a que en “el itacate” se come como en casa, nos enfocamos en la comida mexicana, contando con un 94% de aceptación por esta comida.

9) ¿Cada cuando come en un establecimiento de comida?



La pregunta anterior nos ayuda a conocer que tan frecuente comen en establecimientos de comida las personas cercanas a la zona. Los resultados son FAVORABLES para “el itacate” ya que en su mayoría y un 70% de las personas encuestadas comen todos los días fuera de casa, lo que podrá ayudar a tener mejores ventas. Teniendo como resultado también que el 12 % de personas encuestadas come por lo menos tres veces fuera de casa. Los cuales también son parte importante dl establecimiento. Lo que resultará la creación de promociones ideales para las personas que deseen y tengan el gusto de comer diariamente en “el itacate”.

10) ¿Cuánto estaría dispuesto a gastar en un menú completo para la comida?



Esta pregunta es una de las más importantes para el establecimiento ya que nos ayuda a resumir una de las partes más importantes de cada negocio. La importancia del precio del que estarían dispuestos a pagar por un menú completo nos da un resultado FAVORABLE para “el itacate” ya que, con un porcentaje mayor con 59 % estarían dispuestos a pagar \$70.00 pesos, que son ideales para completar un menú de comida diaria, en el que se incluya, entrada, plato fuerte y postre, además de su respectiva bebida. Lo que es una de las respuestas más importantes ya que da a conocer que es un precio establecido el cual generara ganancias para el negocio “el itacate”.

En la siguiente grafica se el numero de respuestas diarias y la frecuencia con la que el posible cliente resolvía la encuesta brindaba. Cabe mencionar que la grafica representa evidencia clave de la encuesta presenta.



3.3. Mezcla de mercadotecnia

3.3.1. Precio

El precio es un pago que se realiza por un bien o servicio. Para centrarnos en lo más importante del precio es necesario analizar a la competencia, al ser uno de los puntos clave al establecer el precio en cualquier bien o servicio.

Mostrando como principal competencia los establecimientos de auto servicio. Que aunque no ofrecen el mismo menú, si cuentan con auto servicio que es uno de las características específicas de “el itacate”.

Entre la competencia que destaca dentro de la zona es:

“McDonald's ”,



“Burger King”



“subway”



“blatt salat haus”



los cuales cuenta con un menú específico en comida rápida, señalando que aunque no es algo que se presume comer a diario o de gran balance nutritivo, este cuenta con precios accesibles a todo el público, además de promociones y en su mayoría se encuentran situados en varias partes de la ciudad de Morelia.

Las cadenas de comida rápida ya posicionadas en el mercado, se da por entendido que tienen precios establecidos, los cuales variaran un poco según el tipo de moneda. Los precios que maneja la competencia van desde \$49.00 el cual incluye un menú de comida que consiste en unas papas fritas, hamburguesa y bebida o en otro caso va desde los \$50.00 a los \$60.00 el cual incluye, papas, bebida y un baguete de 15 cm con los ingredientes deseados.

Dentro de la competencia también se muestran las ensaladas “blatt salat haus” las cuales al ser nutritivas en todos sus contenidos y platillos, son la competencia más cercana a “el itacate” Sin embargo y aunque sus platillos son nutritivos no venden el mismo tipo de comida que “el itacate” aunque muestra características similares al establecimiento, este cuenta con ciertos detalles distintos.

Cabe destacar que en las encuestas realizadas para la previa apertura de “el itacate” se cuestionó sobre ¿Cuánto estarían dispuestos a pagar por un menú completo? A lo cual en su mayoría y con un 59% de 100 entrevistados, respondieron que el precio ideal para un menú como el que ofreceremos en “el itacate” es de \$70.00. El cual es un poco más elevado al precio que tiene la competencia sin embargo el menú que se maneja en “el itacate” es más completo y con la proporción adecuada para un menú de comida.

3.3.2. Producto

3.3.2.1. Menú

El menú de un restaurante es uno de los puntos más importantes y que se le debe prestar más atención dentro de un establecimiento, ya que es la forma en la que el restaurante se da a conocer y se presenta con el cliente. En el menú o carta se muestra al cliente o comensal que es lo que se ofrece en el establecimiento, que tipo de comida, los platillos, precios, ingredientes e incluso pueden contener imágenes de los platillos.

Es importante que el menú o carta tenga una buena imagen y diseño ya que en otras cosas “la carta de presentación del restaurante al cliente”.

Para “el itacate” se establecerá un menú el cual irá rotando semanalmente, es decir, el platillo que consuman un día lunes a la siguiente semana lo podrán consumir otro día de la semana. El menú se podrá elegir en las tres presentaciones diarias de los combos a elección del cliente o así mismo contará con las mismas opciones de entrada, plato fuerte, postre y bebida.

Los proveedores son de gran importancia para el establecimiento ya que se eligen de manera que proveen los mejores productos y de calidad para el cliente, así como los mejores precios del mercado. Los que se han elegido en “el itacate” son:

- Superama
- Mercado San Juan
- FerChy
- Trico
- Más sabor

A continuación se mostrará de que manera se han conformado los combos además de una lista del menú seccionado por entradas, platos fuerte, bebida y postre.

	Entrada P.U.	Plato fuerte P.U.	postre P.U.		Precio total	Precio al público
Combo 1	Crema de zanahoria \$13.23	Chiles rellenos con queso \$19.80	Crema de limón \$17.01		\$50.01	\$70.00
Combo 2	Caldo tlalpeño \$17.12	Flautas de pollo \$18.61	Pastel de zanahoria \$19.14		\$54.87	\$70.00
Combo 3	Sopa de codito \$14.13	Fajitas de pollo \$28.24	Duraznos y manzanas en almíbar.		\$49.06	\$70.00

				\$6.69	
Combo 4	Consomé de res \$16.60	Tinga poblana \$25.38	Natilla bicolor \$12.62	\$54.6	\$70.00
Combo 5	Sopa de tortilla \$9.36	Albóndigas de res \$19.69	Flan ligero de manzana \$14.39	\$43.44	\$70.00
Combo 6	Sopa de verdura \$7.65	Lasaña ligera \$15.83	Niño envuelto \$8.75	\$32.23	\$70.00
Combo 7	Sopa de pollo con elote \$10.00	Espagueti con atún \$9.46	Vasos de café \$7.44	\$26.9	\$70.00
Combo 8	Pozole blanco con pollo \$12.95	Pechuga empanizada \$24.65	Rosquitas de canela \$11.77	\$49.37	\$70.00
Combo 9	Sopa combinada \$9.71	Pescado con rajas \$20.95	Delicias marmoleadas \$9.38	\$40.04	\$70.00
Combo 10	Crema de cilantro \$7.55	Pollo piña y coco \$14.19	Budín de zanahoria \$6.19	\$27.93	\$70.00
Combo 11	Sopa de espinacas con pasta \$9.63	Tacos dorados de pescado \$19.26	Copa de vainilla y nueces \$8.71	\$37.6	\$70.00
Combo 12	Sopa campesina \$8.80	Plato mixto \$19.51	Bavaresa de zarzamora \$7.57	\$35.88	\$70.00
Combo 13	Pozole de elote \$7.57	Chicharrón con frijol al chipotle \$17.06	Mantecada de plátano \$5.96	\$30.59	\$70.00
Combo 14	Frijoles puercos \$9.75	Chayotes empanizados \$15.96	Panecitos de zarzamora \$9.17	\$34.88	\$70.00
Combo 15	Caldo de pollo con espinacas y arroz \$7.32	Pechugas a la crema \$13.15	Pastel de vainilla con betún de café \$11.14	\$31.61	\$70.00
Combo 16	Caldo gallego \$7.43	Dobladas de pescado \$14.73	Gelatina de naranja con durazno \$5.22	\$27.38	\$70.00
Combo 17	Sopa de fideo \$5.52	Alambre \$19.91	Flan casero \$10.89	\$36.32	\$70.00
Combo 18	Sopa de lentejas \$7.53	Pechuga a la cordón blue \$18.48	Fresas con crema \$11.40	\$37.41	\$70.00

Guarniciones	Costeo
Arroz casero	\$1.95
Ensalada verde	\$3.13
Frijoles refritos	\$5.57

3.3.3. Plaza

El plan de negocios “el itacate” cuenta como primera referencia de localización en la ciudad de Morelia Michoacán. con una población total de 729,279 según datos del INEGI¹⁵.



FIGURA. 24 Mapa Morelia

Centrándome en: Periférico paseo de la republica 2461. Camelinas 58290 Morelia, Michoacán.

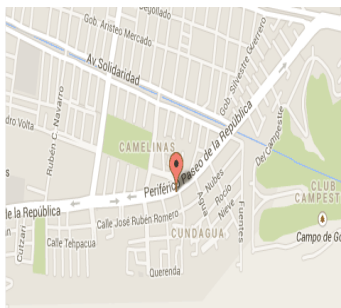


Figure 25 Mapa

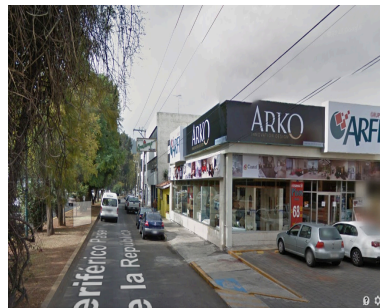


Figure 26 Mapa

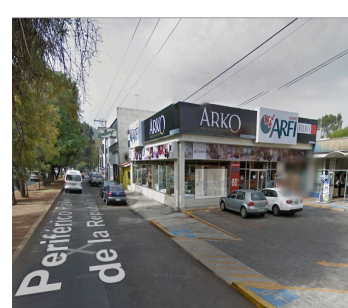


Figure 27 Mapa

¹⁵ <http://www3.inegi.org.mx/sistemas/Movil/MexicoCifras/mexicoCifras.aspx?em=16053&i=e&tema=est>

Teniendo a la redonda distintos negocios ya establecidos con horario de oficina, es decir, horario de comida especialmente de 2 horas. Lo cual es ideal para el establecimiento ya que es diseñado para personas con horario de comida y poco tiempo para consumir los alimentos.

El local ubicado en la zona cuenta con las características ideales, el cual solo necesitaría de pequeñas modificaciones.



Figure 27 Local fachada



Figure 29 Local interior

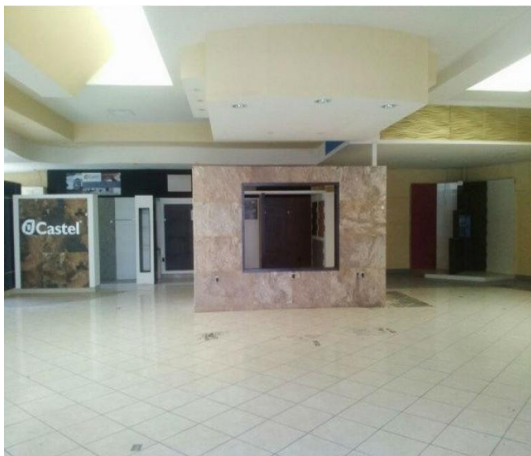


Figure 30 Local interior

3.3.4. Promoción

*Se trata de una serie de técnicas integradas en el plan de marketing, cuya finalidad consiste en alcanzar una serie de objetivos específicos a través de diferentes estímulos y acciones limitadas en el tiempo y dirigidas a un target determinado. El objetivo de una promoción es ofrecer al consumidor un incentivo para la compra o adquisición de un producto o servicio a corto plazo, lo que se traduce en un incremento puntual de las ventas.*¹⁶

Las promociones son de gran importancia para los establecimientos al ser un atractivo para el cliente “el itacate” contará con las promoción

- **Tarjeta puntos:** esta promoción consta en entregar al cliente en su primer visita al establecimiento una tarjeta la cual al consumir un combo o el combo del día generará un sello estos tendrán valor al conseguir sellos. Es decir, por cada combo adquirido se otorga un sello, al conseguir cuatro sellos ósea cuatro combos la entrada del quinto combo será gratis para el cliente.



Figure 31 Tarjeta puntos

- **Invita a un amigo:** si se invita a un amigo del cual no se tenga registro en “el itacate” este obtendrá una bebida gratis, si el amigo invitado regresa al día siguiente o cualquier día que reste de la semana tendrá como promoción su postre gratis, si este amigo invita a alguien más del que no se tenga registro en el transcurso de la semana obtendrá un 50% de descuento en su combo. Para e nuevo amigo se

¹⁶ <http://www.marketing-xxi.com/promocion-117.htm>

comenzaran aplicar las promociones desde el descuento del postres hasta el 50 % de descuento en combo siguiendo con las reglas establecidas.

- **Monedero electrónico:** este monedero consiste en recargar con dinero la tarjeta “el itacate” la cual contiene dinero el cual podrá ser utilizado única y exclusivamente en este establecimiento. Consta en recargar mensualmente dicha cantidad de dinero la cual al adquirir su combo será descontada de la tarjeta sin ser necesario pagar en efectivo. La tarjeta se recarga directamente en el establecimiento “el itacate” y se descuenta su dinero directamente en el mismo. Con esta tarjeta se genera un 10% de descuento en cada compra que se haga.




Figure 32 Monedero electrónico







CAPITULO IV. EQUIPO DE TRABAJO.

4.1. Mobiliario.

MOBILIARIO					
Modelo	Características	Imagen	Piezas	Precio unitario	Precio total
Banco	Banco importado marca RAK, estructura reforzada, con concha en madera de haya con acabo laminado.		10	\$250.00	\$2500.00
Bote basura	Modulo de desperdicios marca RAK, estructura de triplay, con laminado plástico.		1	\$900.00	\$900.00
Barra/Comedor	Barra comedor de madera contemporánea con un toque escandinavo limpio		1	\$10000.00	\$10000.00
				TOTALES	\$13400.00

4.2. Electrodomésticos.

ELECTRODOMÉSTICOS					
Modelo	Características	Imagen	Piezas	Precio unitario	Precio total
Pantalla	Pantalla plasma LG, 51" HD RCA		3	\$5999.00	\$17997.00

Batidora	Modelo: profesional 550 plus, marca Kitchen aid, Tazón de elevación con capacidad de 5 litros acero inoxidable, gancho, globo y paleta.		1	\$10999.00	10999.00
Licuadora	Licuadora Hamilton Beach, 12 velocidades, 700 watts de potencia, Capacidad 3 tazas.		2	\$1450.00	\$2900.00
Microondas	NE-1054F Panasonic 70 usos máximo por día en jornada de 8 horas Temporizador digital de 99:99 min 10 botones programables 20 memorias Potencia de 1,000 Watts. Manija tipo "Grab & Go".		1	\$17000.00 0	\$17000.0 0
Refrigerador/ Congelador	1240 mm anchura, Acero inoxidable AISI 304, Capacidad: 1000 Lts. Temperatura de trabajo 0/10°C. 4 puertas, Primera parte congelación, Segunda parte refrigeración.		1	\$23000.00	\$23000.0 0
Caja de cobro	Operación como equipo de control de entradas, salidas o pago. Cobro y emisión de tickets de rotación. Cobro y emisión de tickets preventa. Búsqueda de tickets perdidos. Cobro de excedidos y renovaciones de abonados. Recarga y emisión de tarjetas monedero (por usos).		1	\$10540.00	\$10540.0 0
Computadora	Computadora de escritorio Lenovo C24057315556, BLANCA		1	\$5999.00	\$5999.00
				TOTALE S	\$88435.0 0

4.3. Utensilios .

UTENSILIOS					
Modelo	Características	Imagen	Piezas	Precio unitario	Precio total
Sartén	Sartén acero inoxidable, 28 cm		4	\$64.00	\$256.00
Sartén	Sartén acero inoxidable, 20 cm		4	\$62.00	\$248.00
Coludo	Coludo aluminio grueso, 2.5 lt.		6	\$210.00	\$1260.00
Vapórela	Vapórela, 28 cm, Acero inoxidable. Tapa y canastilla.	 Vaporera 28 cm.	4	\$300.00	\$1200.00
Colador	colador mediano, acero inoxidable, con mango		2	\$88.00	\$176.00
Rallador	Rallador, 4 caras, acero inoxidable, multiusos.		2	\$56.00	\$112.00

Exprimidor	Exprimidor de naranja, Acero inoxidable		1	\$124.00	\$124.00
Olla express	Olla express presto, 8 L. Plata.		1	\$949.00	\$949.00
Cuchillo Chef	Cuchillo Para Chef Profesional 20 Cms Marca Victorinox Hm4		2	\$549.00	\$1098.00
Cuchillo filetero	Cuchillo filetero victorinox		2	\$360.00	\$720.00
Cuchillo mondador	Cuchillo mondador marca victorinox		1	\$160.00	\$160.00
Cuchillo Cierra	Cuchillo profesional para pan, filo ondulado victorinox		1	\$210.00	\$210.00
Cucharon	Cucharon acero inoxidable 8 oz.		4	\$23.00	\$92.00
Espátula	Espátula acero inoxidable. 25 cm		1	\$95.00	\$95.00



Espátula mango	Espátula con mango		6	\$46.00	\$270.00
Espátula panadería	Espátula acero inoxidable, ideal para masas de panadería y repostería.		1	\$24.00	\$24.00
Espátulas/ Miserables	Espátulas de silicona Paquete		1	\$250.00	\$250.00
Cuchara	Cucharas y tenedores de acero inoxidable. Paquete. Marca winco		4	\$60.00	\$240.00
Moldes	Molde repostería y panadería, fácil desmolde. Paquete antiadherente		1	\$2300.00	\$2300.00
Cucharas	Cucharas y bascula de repostería. Paquete		1	\$345.00	\$345.00
Pinzas	Pinza 30 cm. Acero inoxidable		2	\$23.00	\$46.00

Rodillo	Paquete de rodillos para panadería y repostería.		1	\$360.00	\$360.00
Tabla para picar	Tablas de colores para picar, plástico. Paquete.		1	\$470.00	\$470.00
Charola	Charola de panadería y repostería, Acero inoxidable. Paquete		1	\$560.00	\$560.00
Manga	Mangas y ducas, cople. Lona.		1	\$197.00	\$197.00
				TOTALES	\$11762.00

4.4. Material indispensable y de apoyo.

MATERIAL INDISPENSABLE Y DE APOYO					
Modelo	Características	Imagen	Piezas	Precio unitario	Precio total
Estufa modelo: ECO. Sanon	Acero inoxidable. 6 quemadores, 6 válvulas para gas PFX105G/7. horno fullsize		2	\$35250.00	\$70500.00

Plancha	Acero inoxidable. Quemador "H". Flama continua.		1	\$9890.00	\$9890.00
Mesa de trabajo	Mesa de trabajo en acero inoxidable. Con alzarina		2	\$1990.00	\$3980.00
Mesa de trabajo	Mesa de trabajo acero inoxidable, Luz eléctrica barra superior. Cajonera a tres espacios.		2	\$2500.00	\$5000.00
Tostador	Tostador comercial. Placa de acero gruesa de 8m m para la retención superior del calor.		1	\$2400.00	\$2400.00
Estantería de carga ligera	Estantería de carga ligera. 300 kg por repisa.		4	\$246.00	\$984.00
Estantería carga pesada			2	\$445.00	\$980.00
Vitrina en encimera/ refrigerada	Plato frío cristal curvado con la cruz foodbar bobina de aleta No se suministra la unidad de refrigeración, Medio sartenes tamaño 65mm incluido		1	\$3590.00	\$3590.00

	Construcción de acero inoxidable con marco tubular, Luz fluorescente del techo Termómetro				
Tarja	Mesa de lavado con 1 tarja al centro. Acero inoxidable tipo 304 grado alimenticio. Llave de agua importado.		2	\$1378.00	\$2756.00
Estantería	Estantería para utensilio de cocina. Rejilla ideal para escurrimiento.		1	\$2980.00	\$2980.00
				TOTALES	\$10306.00

4.5. Total de inversión en equipo de trabajo

Mobiliario	\$13,400.00
Electrodomésticos	\$88,435.00
Utensilios	\$11,762.00
Material indispensable y de apoyo	\$103,060.00
TOTALES	\$216,657.00

CAPITULO V. ADMINISTRACIÓN Y GERENCIA

5.1. Inversiones

Concepto	Suma
Licencia de funcionamiento	\$29,550.00
Tramites	\$22,000.00
Remodelación	\$150,000.00
Mobiliario	\$13,400.00
Equipamiento	\$203,257.00
Capital de trabajo	\$150,000.00
Operación inicial	\$100,000.00
Total	\$568,207.00

5.2. Estado de resultados

El estado de resultados muestra detalladamente los ingresos, gastos y los beneficios o pérdidas que se generan en una empresa en un periodo determinado.

En el apartado de ventas se fueron incrementando en un 0.5% cada año el cual también fue agregado en los demás apartados, para obtener los impuestos se reviso la pagina oficial del SAT en el apartado tarifas del ISR 2015 la cual basada en el limite inferior y limite exterior de la utilidad que da la operación se manifiesta el 30% para los impuestos.

	2015	2016	2017	2018	2019
Ventas	\$1,512,000.00	\$1,587,600.00	\$1,666,980.00	\$1,750,329.00	\$1,837,845.45
Costo de venta	\$492,840.00	\$517,482.00	\$543,356.10	\$570,523.91	\$599,050.10
Utilidad bruta	\$1,019,160.00	\$1,070,118.00	\$1,123,623.90	\$1,179,805.10	\$1,238,795.35
Gastos de operación	\$388,600.00	\$438,065.55	\$459,968.83	\$482,967.27	\$507,115.63
agua	\$35,000.00	\$36,750.00	\$38,587.50	\$40,516.88	\$42,542.72
Luz	\$40,000.00	\$42,000.00	\$44,100.00	\$46,305.00	\$48,620.25
Renta	\$20,000.00	\$40,000.05	\$42,000.05	\$44,100.06	\$46,305.06
gas	\$20,000.00	\$21,000.00	\$22,050.00	\$23,152.50	\$24,310.13
Teléfono	\$7,200.00	\$7,560.00	\$7,938.00	\$8,334.90	\$8,751.65
Sueldos	\$266,400.00	\$279,720.00	\$293,706.00	\$308,391.30	\$323,810.87
limpieza	\$10,510.00	\$11,035.50	\$11,587.28	\$12,166.64	\$12,774.97
Utilidad de operación	\$630,560.00	\$632,052.45	\$663,655.07	\$696,837.83	\$731,679.72
Impuestos	\$189,168.00	\$189,615.74	\$199,096.52	\$209,051.35	\$219,503.92
Utilidad neta	\$441,392.00	\$442,436.72	\$464,558.55	\$487,786.48	\$512,175.80

CAPITULO VI. CONCLUSIÓN GENERAL

La realización del plan de negocios sirvió como una guía fundamental para la futura creación de establecimiento, cumpliendo así el objetivo general.

Uno de los objetivos generales era la creación de un plan de negocios el cual fuera factible y agradable a posibles clientes, tomando en cuenta las distintas adversidades del día a día.

Este plan de negocios esta listo para su realización, ya que la información presentada es verídica y capturada de una forma minuciosa, en él se recaudo mediante un sondeo información sobre lo que el cliente necesita y espera de un nuevo establecimiento así como aspectos lo más relevantes los cuales influyen en el procedimiento de apertura y desarrollo del establecimiento.

Este plan de negocios además de ser una herramienta útil para la apertura del mismo, sirve de guía para la previa apertura de otros establecimientos ya que en el se manifiestan paso a paso el desarrollo e implementación de los distintos puntos necesarios como son: problemas que actualmente presenta la sociedad, concepto del establecimientos, tipo y categoría del establecimiento, imagen e identidad corporativa, políticas básicas y directrices, tipo de servicio, marco jurídico legal, áreas funcionales del establecimiento, sueldos y prestaciones, mediar la satisfacción del cliente, trabajar y analizar el mobiliario, equipo de cocina, utensilios, presupuestos, costeos de recetas, promociones, precios, mercadotecnia y ventas, entre otros.

Con todo esto y a lo largo del desarrollo de este trabajo se puede observar lo importante de la planeación en cuanto a negocios se refiere. Contar con un plan de negocios planeado de forma estratégica puede llevar a tener un gran éxito en su apertura y periodo de vida exitoso.

CAPITULO VII. BIBLIOGRAFÍA

- Libro: Historia de la gastronomía. Nestor Lujan. Plaza & Janes editores,S.A.
- Libro: historia de la cocina y de los cocineros. Técnicas culinarias y practicas de mesa en Francia, de la edad media a nuestros días. J-P Poulain E. Neirinck. Editorial Zendreras Zariquiey.
- Libro de 100 ideas para atraer clientes a un restaurante, Domenec Biosca Vidal. En su capitulo 2-. Los tipos de clientes de un restaurante en los 90's.
- Mejía Canizal, José Antonio. "unidad 6. integración del plan de negocios",[en línea]. Noviembre 2013 [noviembre del 2013]. Disponible en la Web: <http://es.scribd.com/doc/204922972/unidad-6-integracion-del-plan-de-negocios-docx>
- Blasco Peris, Albert "FAST-FOOD, SLOW-FOOD, FAST-GOOD",[en línea]. Mayo [28 de mayo 2009]. Disponible en la Web: http://www.gestionrestaurantes.com/llegir_article.php?article=347
- Blasco Peris, Albert "FAST-FOOD, SLOW-FOOD, FAST-GOOD",[en línea]. Mayo [28 de mayo 2009]. Disponible en la Web: http://www.gestionrestaurantes.com/llegir_article.php?article=347
- <http://www.significados.info/liderazgo/>
- Ley federal Del Trabajo.
- <http://www.distform.com/mesas-de-trabajo-de-acero-inoxidable>
- <http://www.bakan.com.mx/index.php/es/restaurantes>
- http://www.gestionrestaurantes.com/llegir_article.php?article=347
- <http://www.servinox.com.mx/catalogo/index.php>
- <http://www.rak.com.mx/mesas.php#>
- <http://www.sectur.gob.mx/tramites-y-servicios/certificacion-turistica/distintivo-h/>
- <http://www.sectur.gob.mx/tramites-y-servicios/certificacion-turistica/distintivo-m/>
- <http://www.sectur.gob.mx/tramites-y-servicios/certificacion-turistica/punto-limpio/>

CAPITULO VIII. ANEXOS