



**Universidad  
Latina**

**UNIVERSIDAD LATINA S.C.**

**INCORPORADA A UNAM.**

---

---

**DISEÑO DE UN SISTEMA O PROYECTO PARA UNA ORGANIZACIÓN**

**“PLAN DE NEGOCIOS DE LA EMPRESA: FLAIR POP GASTRO  
BAR”**

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:**

***LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN***

**P R E S E N T A:**

**DIEGO MÉNDEZ ROBLES**

**ASESOR: LIC. MARÍA DE LOS ANGELES PÉREZ VARGAS**

**MÉXICO, D.F. 2014**



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

# INDICE

|   |    |
|---|----|
| CAPITULO I .....  | 5  |
| PRESENTACION DEL ESTUDIO .....                              | 5  |
| 1.1. Planteamiento del problema. ....                       | 5  |
| 1.2. Objetivo general. ....                                 | 5  |
| 1.3. Objetivo especifico. ....                              | 5  |
| 1.4. Pregunta de investigación. ....                        | 5  |
| 1.5. Justificación. ....                                    | 6  |
| CAPITULO II.....  | 7  |
| 2. MARCO TEORICO.....                                       | 7  |
| 1.1 EL PLAN DE NEGOCIOS .....                               | 7  |
| 2.1.1 Qué es un Plan de Negocios.....                       | 7  |
| 2.1.2 Para qué sirve un Plan de Negocio.....                | 7  |
| 2.1.3 Contenido de un plan de negocios.....                 | 8  |
| 1.2 LA INDUSTRIA RESTAURANTERA.....                         | 10 |
| 2.2.1 La Industria Restaurantera en México. ....            | 10 |
| 2.2.2. Evolución de la industria en México .....            | 11 |
| 2.2.3. Los Orígenes de la Industria Restaurantera. ....     | 12 |
| 2.2.4. En México .....                                      | 12 |
| CAPITULO III .....  | 14 |
| 3. PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA UN GASTRO-BAR..... | 14 |
| 1. EL PLAN DE NEGOCIOS .....                                | 14 |
| 3.1. La Empresa. ....                                       | 14 |
| 3.1.1. Nombre: .....  | 14 |
| 3.1.2. .Historia .....                                      | 14 |
| 3.1.3. Giro de la empresa.....                              | 14 |
| 3.1.4. Tamaño: .....  | 15 |

|         |   |    |
|---------|---|----|
| 3.2.    | Plan estratégico.....                   | 15 |
| 3.2.1.  | MISIÓN.....                             | 15 |
| 3.2.2.  | VISIÓN .....                            | 15 |
| 3.2.3.  | VALORES.....                            | 15 |
| 3.2.4.  | OBJETIVOS .....                         | 16 |
| 3.2.5   | FODA.....                               | 17 |
| 3.3.    | PLAN DE ADMINISTRACIÓN .....            | 18 |
| 3.3.1.  | Estructura organizacional.....          | 18 |
| 3.3.2.  | Organigrama General del Gastro-Bar..... | 19 |
| 3.3.    | DESCRIPCION DE PUESTOS .....            | 20 |
| 3.4.1.  | DESCRIPCION DE PUESTOS .....            | 21 |
| 3.4.2.  | DESCRIPCION DE PUESTOS .....            | 22 |
| 3.4.3.  | DESCRIPCION DE PUESTOS .....            | 23 |
| 3.4.4.  | DESCRIPCION DE PUESTOS .....            | 24 |
| 3.4.5.  | DESCRIPCION DE PUESTOS .....            | 25 |
| 3.4.6.  | DESCRIPCION DE PUESTOS .....            | 26 |
| 3.4.7.  | DESCRIPCION DE PUESTOS .....            | 27 |
| 3.4.8.  | DESCRIPCION DE PUESTOS .....            | 28 |
| 3.4.9.  | DESCRIPCION DE PUESTOS .....            | 29 |
| 3.4.10. | DESCRIPCION DE PUESTOS.....             | 30 |
| 3.4.11. | DESCRIPCION DE PUESTOS .....            | 31 |
| 3.4.12. | DESCRIPCION DE PUESTOS.....             | 32 |
| 3.4.13. | DESCRIPCION DE PUESTOS .....            | 33 |
| 3.4.14. | DESCRIPCION DE PUESTOS .....            | 34 |
| 3.4.15. | DESCRIPCION DE PUESTOS .....            | 35 |
| 3.4.16. | DESCRIPCION DE PUESTOS .....            | 36 |
| 3.5.17. | DESCRIPCION DE PUESTOS .....            | 37 |
| 2       | PLAN DE MERCADOTECNIA.....              | 38 |
| 4.1.    | Nombre del negocio:.....                | 38 |
| 4.2.    | Logo del Negocio:.....                  | 38 |
| 4.3.    | Slogan: .....                           | 38 |
| 4.4.    | Producto:.....                          | 39 |

|        |  |    |
|--------|--|----|
| 4.4.1. | Producto:.....   | 40 |
| 4.4.2. | Producto:.....   | 41 |
| 4.4.3. | Costeo de algunos alimentos .....  | 41 |
| 4.4.4  | Producto:.....   | 42 |
| 4.5.   | Precio: .....  | 43 |
| 4.5.1. | Costeo de algunas las bebidas:.....  | 43 |
| 4.6.   | Plaza .....  | 44 |
| 4.7.   | Promoción:.....  | 45 |
| 4.8.   | Análisis de Mercado.....   | 46 |
| 4.9.   | Perfil del consumidor.....   | 48 |
| 4.10.  | Estudio de mercado .....   | 49 |
| 3      | PLAN DE PRODUCCIÓN .....   | 60 |
| 5.1.   | INSUMOS y PROVEEDORES .....  | 60 |
| 5.2.   | LOCALIZACIÓN DE LA PLANTA .....  | 64 |
| 5.3.   | DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA.....   | 65 |
| 5.4.   | DESCRIPCIÓN DEL EQUIPO.....  | 66 |
| 5.5.   | CAPACIDAD DE LA PLANTA .....   | 68 |
| 4      | PLAN FINANCIERO DE FLAIR POP .....   | 75 |
|        | Para la constitución del Gastro Bar se requiere de la siguiente Normatividad establecida | 76 |
|        | ANEXOS .....   | 80 |
|        | Ley General de Sociedades Mercantiles .....  | 87 |
|        | PERMISOS LEGALES .....   | 88 |

# **CAPITULO I**

## **PRESENTACION DEL ESTUDIO**

### **1.1. Planteamiento del problema.**

En la actualidad existen demasiados lugares donde la gente pueda consumir alimentos y bebidas para satisfacer sus necesidades, pese a ello, no se ha cubierto en su totalidad el mercado real y potencial de este servicio, teniendo la oportunidad para nuevos empresarios de un negocio similar, pero con una ventaja competitiva que le permita incursionar en este tipo de empresas.

En un mercado tan competitivo como el de la industria restaurantera, la creación de una empresa requiere un plan de negocios que permita hacer más sólida la estructura administrativa de la misma, para ofrecer a sus clientes productos con calidad, higiene y un servicio de excelencia. A los inversionistas seguridad en su patrimonio.

### **1.2. Objetivo general.**

Diseñar un plan de negocios para la creación de un Gastro-Bar con gastronomía urbana artesanal.

### **1.3. Objetivo específico.**

Mostrar las características y contenido de un plan de negocios.

Asegurarse que el Gastro-Bar tenga sentido financiero y operativo antes de su puesta en marcha.

Determinar las estrategias para establecer el desarrollo del plan de negocios.

Mencionar los antecedentes de la industria restaurantera Mexicana.

Dar a conocer que una empresa de la industria restaurantera es una buena opción.

Costear el proyecto.

Presentar el proceso productivo de la empresa.

### **1.4. Pregunta de investigación.**

¿Es factible la creación de un Gastro-Bar de gastronomía urbana artesanal ubicado en la zona sur, específicamente en San Ángel, de la Ciudad de México?

### **1.5. Justificación.**

Al analizar las diferentes opciones de negocios potenciales, se optó por la creación del Gastro-Bar “Flair Pop en San Ángel”, al sur de la Ciudad de México. Se maximiza la condición de ganar-ganar entre los socios y a su vez ofrecer a las personas una nueva alternativa de alimentos, con el auténtico sabor de la cocina urbana.

Este Gastro-Bar vendrá a concretar el sueño de un estudiante universitario. Con este plan se hace una evaluación formal de los requisitos, los riesgos y comunicación que permitirá crear un restaurante donde el cliente pueda consumir alimentos preparados de manera artesanal con ingredientes de muy buena calidad, de los cuales destaca las hamburguesas de autor, a un buen precio.

## CAPITULO II

### 2. MARCO TEORICO

#### 1.1 EL PLAN DE NEGOCIOS

##### 2.1.1 Qué es un Plan de Negocios.

Un plan de negocios es un documento en donde planteas lo que deseas para tu negocio, como los planes, los objetivos, estrategias, tácticas y financieros para darlos a conocer a los inversionistas.

Para el autor Greg Balanko-Dickson “un plan de negocios es un instrumento que se utiliza para documentar el propósito y los proyectos del propietario respecto a cada aspecto del negocio”.<sup>1</sup>

De acuerdo a lo mencionado anteriormente seria que un plan de negocios contiene:

“Metas + investigación + estrategia = Plan de Negocios.”<sup>2</sup>

Asimismo, en el libro “Como crear una empresa exitosa”, del autor Richard Lueke, un plan de negocios es “un documento que explica una oportunidad de negocio, identifica el mercado en que se va a servir y proporciona detalles sobre cómo la organización emprendedora planea seguirla”<sup>3</sup>.

Esto quiere decir que las metas son las que se tienen que lograr en un determinado tiempo, la investigación es el conocer cómo se va a llevar a cabo la estrategia para poder llegar a la planeación de negocios.

##### 2.1.2 Para qué sirve un Plan de Negocio.

Según el autor Greg Balanko-Dickson “Un Plan de Negocios sirve para comunicar los planes, estrategias y tácticas a sus administradores, socios e inversionistas. También se emplea cuando se solicitan créditos empresariales”<sup>4</sup>

---

<sup>1</sup> Balanko-Dickson Greg, “**CÓMO PREPARAR UN PLAN DE NEGOCIOS EXITOSO**”, 1° Edición en español, Edit. Mc Graw Hill, México D.F., Año 2008, Pág. 6

<sup>2</sup> Ídem

<sup>3</sup> Lueke Richard, “**CÓMO CREAR UNA EMPRESA EXITOSA**”, 2° edición, Edit. Deusto, Año 2006, pp. 267, Pág. 68.

<sup>4</sup> Balanko-Dickson Greg, “**CÓMO PREPARAR UN PLAN DE NEGOCIOS EXITOSO**”, 1° Edición en español, Edit. Mc Graw Hill, México D.F., Año 2008.

Para “**Flair Pop**” un Plan de Negocios es útil para la apertura del negocio, ya que la información que contiene sirve para futuros inversionistas y para obtener un financiamiento con el banco.

El plan de negocios nos ha ayudado a saber cómo es que funciona un negocio, que documentación se debe de tener para poder abrir tal negocio, así como la estructura de la organización y la clasificación de la misma.

### 2.1.3 Contenido de un plan de negocios.

El autor Greg Balanko-Dickson plantea que un plan de negocios “contiene tanto objetivos estratégicos como tácticos, y puede ser informal o formal”.<sup>5</sup>

Según el autor Greg Balanko-Dickson un plan de negocios contiene diez secciones que se relacionan entre sí, las cuales se mencionan a continuación:

1. **Análisis de la industria:** describe las tendencias, perspectivas de demanda, barreras al acceso y crecimiento, efecto innovación y de la tecnología, efecto de la economía, papel del gobierno y salud financiera de la industria.
2. **Análisis del mercado:** identifica las tendencias que prevalecen en el mercado, tamaño de éste, análisis de la competencia, participación de mercado proyectada y cómo tomará las decisiones respecto de los productos y servicios que ofrecerá.
3. **Productos y servicios:** define los insumos, mezcla de ventas, costos y ganancias, ampliación de servicios, posicionamiento de producto y ciclo de vida del producto/servicio.
4. **Descripción de negocios:** describe a la empresa. Lo cual incluye su marca, identidad, visión, misión, ética, metas y estructura legal.
5. **Estrategia de marketing:** explica cómo utilizará la ubicación canales de distribución, ventas, fijación de precios y posicionamiento en el mercado. Esta sección también incluye una muestra o descripción de herramientas de ventas y marketing (sitio en la red, tele marketing, folletos, sistemas de ventas, etc.) que usted utilizara para lograr participación de mercado.

---

<sup>5</sup> ídem.

6. **Operaciones y administración:** proporciona detalles sobre cómo planea administrar el negocio, lo cual incluye la estructura organizacional, responsabilidades y servicios profesionales.
7. **Plan financiero:** incluye copias de estados financieros anteriores (si los hubiera) y proyecciones financieras proforma, lo incluye costos de arranque, balance general, estado de resultados, flujo de caja y análisis de estabilidad.
8. **Plan de implementación:** aquí es donde usted explica como utilizara el personal de sistemas, comunicación, contabilidad, equipo, software, oficina, mobiliario, accesorios, terreno y edificios, así como investigación y desarrollo.
9. **Plan de contingencia:** identifica todos los riesgos potenciales (pasivo, terminación de contrato etc.) y su plan para reducir o eliminar los riesgos o las amenazas identificadas; por ejemplo, como manejará las emergencias, accidentes graves o desastres.
10. **Resumen ejecutivo:** el resumen ejecutivo siempre se escribe al final pero aparece como la primera pagina del plan.<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup> Balanko-Dickson Greg, "CÓMO PREPARAR UN PLAN DE NEGOCIOS EXITOSO", 1ª Edición en español, Edit. Mc Graw Hill, México D.F., Año 2008, Pág. 4-5.

## 1.2 LA INDUSTRIA RESTAURANTERA

### 2.2.1 La Industria Restaurantera en México.

La industria restaurantera es de gran importancia para México no sólo porque es altamente intensiva en mano de obra, sino porque cuenta con una amplia cadena de proveeduría y es la segunda fuente de empleos directos e indirectos en nuestro país.<sup>7</sup>

**“Por cada platillo que genera la industria restaurantera,  
Se activan 63 ramas productivas de la economía”**



**“...y el total de ventas anuales de la Industria  
Restaurantera el 77.5%son alimentos  
y 13.5%por bebidas alcohólicas”<sup>8</sup>**

Además de generar esta importante derrama económica, el sector también es un motor social y cultural. En el 2010, la cocina mexicana fue reconocida por la Unesco como “patrimonio cultural inmaterial de la humanidad”.<sup>9</sup>

Por otro lado, al ser rica en estilos, ingredientes, sabores, conceptos y tendencias, esta actividad es campo fértil para la innovación y la creatividad. En los últimos años, los chefs mexicanos han lanzado nuevas propuestas que hoy son reconocidas a nivel internacional.<sup>10</sup>

También son de destacar los corredores gastronómicos que han surgido en las principales ciudades del país, como la Ciudad de México (en las colonias, Condesa, Polanco, Coyoacán, San Ángel y el Centro Histórico). Allí se han constituido espacios seguros para el esparcimiento, las reuniones familiares, los negocios, los festejos y, en definitiva, la integración social y cultural.<sup>11</sup>

---

<sup>7</sup> Cynthia Jaramillo, “ENTREPRENEUR GUÍAS DE NEGOCIOS RESTAURANTEROS”, 1° Edición Edit. Impresiones Aéreas, México D.F. Año, 2011, Pág. 2.

<sup>8</sup> Ídem.

<sup>9</sup> Ibídem.

<sup>10</sup> Ibídem.

<sup>11</sup> Ibídem.

## 2.2.2. Evolución de la industria en México

El panorama de la industria restaurantera en México durante los últimos años muestran las siguientes cifras según datos de la CANIRAC.<sup>12</sup>

| <b>Industria Restaurantera Mexicana</b>   |                       |                       |  |
|---|-----------------------|-----------------------|--|
| CANAIRAC define a la industria restaurantera como: "El ente que engloba todas las actividades relacionadas con los alimentos preparados, incluyendo la comida para llevar y la bebidas" |                       |                       |  |
|   | 2000                  | 2003                  | Actual   |
| Establecimientos  | 250,000               | 221,249               | 243,000, establecimientos formales, de los cuales, el 96% son PYMES.                 |
| Empleos directos  | 500,000               | 813,413               | 850,MIL, de los cuales:55% Mujeres, 45% Hombres.<br>Empleos indirectos 2,2 Millones. |
| Ventas  | \$145,000<br>Millones | \$145,000<br>Millones | \$154,000 millones   |
| Participación en el PIB Nacional.   | 2.35%                 | 2.38%                 | 2.20%<br>Igual a la construcción, arriba que la Hotelería y el Textil.               |
| Participación en el PIB Turístico.  | 23.40%                | 23.6%                 | 23.10%   |

La industria es un pilar importante de las cadenas productivas del mercado interno Nacional pues impacta en 63% de la 80 ramas productivas.

*FUENTE*"ENTREPRENEUR GUÍAS DE NEGOCIOS RESTAURANTEROS",

| <b>Principales Entidades del País</b> |        |
|---------------------------------------|--------|
| <i>Según números de Restaurantes.</i> |        |
| Distrito Federal:                     | 36,000 |
| Estado de México:                     | 28,451 |
| Jalisco:                              | 17,969 |
| Veracruz:                             | 16,971 |
| Puebla:                               | 11,980 |
| Guanajuato:                           | 10,482 |
| Oaxaca:                               | 10,232 |
| Michoacán:                            | 9,733  |
| Chiapas:                              | 9,483  |
| Guerrero:                             | 8,98   |

Los que registran menor número de establecimientos son:  
Tlaxcala, Baja California Sur y Colima.

*FUENTE*"ENTREPRENEUR GUÍAS DE NEGOCIOS RESTAURANTEROS",

<sup>12</sup> Cynthia Jaramillo, "ENTREPRENEUR GUÍAS DE NEGOCIOS RESTAURANTEROS", 1° Edición Edit. Impresiones Aéreas, México D.F. Año, 2011, Pág. 6

### 2.2.3. Los Orígenes de la Industria Restaurantera.

Los restaurantes son creaciones modernas, que tienen que ver con los antiguos establecimientos de comida. En Europa, hasta mediados del siglo XVIII las tabernas eran el lugar de reunión de quienes, tras un día de trabajo, deseaban evadirse de su vida cotidiana bebiendo y comiendo bocadillos. Asistía gente común, delincuentes y trabajadores de toda clase.<sup>13</sup>

En Francia y España en las tabernas y ventas sólo se podía vender vino, hasta que un día de 1765, un negociante parisino de apellido Boulanger se le ocurrió ofrecer también algo que calentara los estómagos de sus visitantes, y los tonificara cuando el vino los llevara a una situación al límite. De esta forma podría vender más vino y hacer más atractivo su negocio.<sup>14</sup>

Boulanger puso encima de la puerta un cartel con la palabra *restaurants* (francés) o *restoratives*, y un texto que decía “que vengan todos aquellos cuyos estómagos gritan de angustia, yo los restauraré”. Esta frase hacía referencia al caldo reparador que preparaba, y que dio origen a la palabra con la que se conoce este negocio gastronómico.<sup>15</sup>

La frase pronto se hizo famosa y los comensales empezaron a referirse al local como restaurante, término que acabó por designar al sitio donde se acude a comer y a disfrutar del arte de la gastronomía en cualquier lugar del mundo.<sup>16</sup>

### 2.2.4. En México

En el siglo XVI en la Nueva España se inicio el negocio de la comida. México fue el primer país en América Latina que inicio y reglamento el negocio público de alojamiento y comida. El 1 de diciembre de 1525, el ayuntamiento de la Ciudad de México autorizo, a Pedro Hernández Paniagua para que abriera en su casa un mesón.<sup>17</sup>

Este fue el primer establecimiento que pudo vender vino, carne y “otras cosas necesarias”. Al mesón se añadieron el bodegón, tienda donde se guisaba y daban de comer viandas ordinarias; la cantina; el figón, la casa donde se guisaba y vendían viandas a bajo costo; la fonda; la hostería; la posada; la taberna y las ventas.<sup>18</sup>

---

<sup>13</sup> Cynthia Jaramillo, “ENTREPRENEUR GUÍAS DE NEGOCIOS RESTAURANTEROS”, 1° Edición Edit. Impresiones Aéreas, México D.F. Año, 2011, Pág. 8

<sup>14</sup> Ídem.

<sup>15</sup> Ibídem.

<sup>16</sup> Ibídem

<sup>17</sup> Ibídem, Pág. 8,9.

<sup>18</sup> Ibídem.

La calle de Mesones, en la Ciudad de México, evoca aún aquellos viejos tiempos. En 1785, se instaló el primer café en la esquina de Tacuba y Monte de Piedad.<sup>19</sup>

A partir del siglo XIX, las fondas se fueron reformando, adoptando la palabra francesa de moda restaurant, que se aplica a los comercios dedicados a “restaurar” las energías de los comensales por medio de alimentos.<sup>20</sup>

Con la llegada de Porfirio Díaz a la presidencia, la influencia de Francia fue determinante en este giro, ya que llegaron profesionales gastronómicos franceses que favorecieron de manera contundente la importancia de nuevos y selectos productos alimenticios. También durante esta época surgieron restaurantes de abolengo, como la Casa Prendes, en 1892; la Hosteria de Santo Domingo y las tres fondas de Santa Anita. En 1936, el cocinero del Kaiser Guillermo de Alemania funda el Bellinghausen y, en 1940, José Inés Loredó funda el Tampico Club y nace también el restaurante Arroyo.<sup>21</sup>

---

<sup>19</sup> *Ibidem.*

<sup>20</sup> *Ibidem.*

<sup>21</sup> *Ibidem.*

## CAPITULO III

### 3. PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA UN GASTRO-BAR

#### 1. EL PLAN DE NEGOCIOS

##### 3.1. La Empresa.

Es una empresa que se dedica a ofrecer Alimentos y Bebidas en la zona sur del Distrito Federal.

##### 3.1.1. Nombre:

Flair Pop

##### 3.1.2. .Historia

Flair Pop nace el día 17 de Noviembre de 2012 como un concepto innovador, todo comenzó por la añoranza de sentir el calor de los fogones las bebidas y la plática en la mesa llena de amigos, de los sabores memorables y los espacios donde se pudiera comer bien y pasarla mejor.

Esta idea es creada para satisfacer las necesidades de los **Foodie** (término inglés para clase particular de aficionados a la comida y la bebida) fanáticos de los alimentos y bebidas de entre 25 y 45 años, quienes buscan que cada comida se vuelva una experiencia gastronómica.

El objetivó principal del Gastrobar se centra en una atmósfera de diversión y entretenimiento se focaliza en la vigilancia de la calidad y preparación de los alimentos ofrecidos, comparándose a los grandes restaurantes. Los platos pueden ser sofisticados y se puede pedir buenos cocteles y cervezas al igual que un restaurante.

La razón principal del nombre: **Flair Pop** es por la idea del **flair** del arte de impresionar sirviendo como en la película *Coctail*, y en la de *Coyote Ugly*, **pop** es por la cultura y la referencia popular a la comida urbana que servimos.

##### 3.1.3. Giro de la empresa

De servicios

#### **3.1.4. Tamaño:**

Pequeña empresa.  
FUENTE: NAFINSA

### **3.2. Plan estratégico.**

#### **3.2.1. MISIÓN**

Proporcionar un servicio de bebidas innovadoras y entretenimiento a clientes locales, al turismo nacional y al extranjero, en un ambiente alegre y cordial ofreciendo la más alta relación valor-precio con productos de calidad.

#### **3.2.2. VISIÓN**

Ser líder en el mercado, dentro del giro de la coctelería, distinguimos por la calidad de nuestras bebidas, así como de los valores y tradiciones que nos caracterizan.

#### **3.2.3. VALORES**

##### **Y ACTITUD EN EL SERVICIO**

Trabajamos para que tengas una agradable experiencia en todos los sentidos.

##### **Y HUMILDAD**

Sabemos que siempre podemos mejorar mientras conservemos la actitud de aprender de nuestras experiencias.

##### **Y RESPONSABILIDAD**

Conoce nuestro compromiso con la sociedad.

##### **Y EFICACIA**

Fomentamos el trabajo en equipo para lograr los objetivos.

##### **Y CREATIVIDAD**

Realizamos campañas y eventos con el objetivo de llamar tu atención y tal vez arrancarte una sonrisa.

##### **Y EMPATÍA**

Realizamos encuestas y sondeos para conocer tus gustos y necesidades porque eres la razón de nuestro trabajo.

##### **Y RESPETO**

Estamos comprometidos con la conservación de las buenas costumbres y las tradiciones regionales.

### **3.2.4. OBJETIVOS**

- ∩ Ser un establecimiento generador de empleo, a partir del año 2015, con un margen del 10% de rotación
- ∩ Ofrecer una alternativa diferente del Bar Tradicional a los jóvenes.
- ∩ Hacer que nuestros cocteles y comida sean innovadores y llamativos llenos de sabor y sensaciones más placenteras para el paladar de nuestros clientes.
- ∩ Brindar un ambiente cálido a nuestro cliente, ofreciendo la mejor atención a nuestros de forma atenta y confiable.

### 3.2.5 FODA

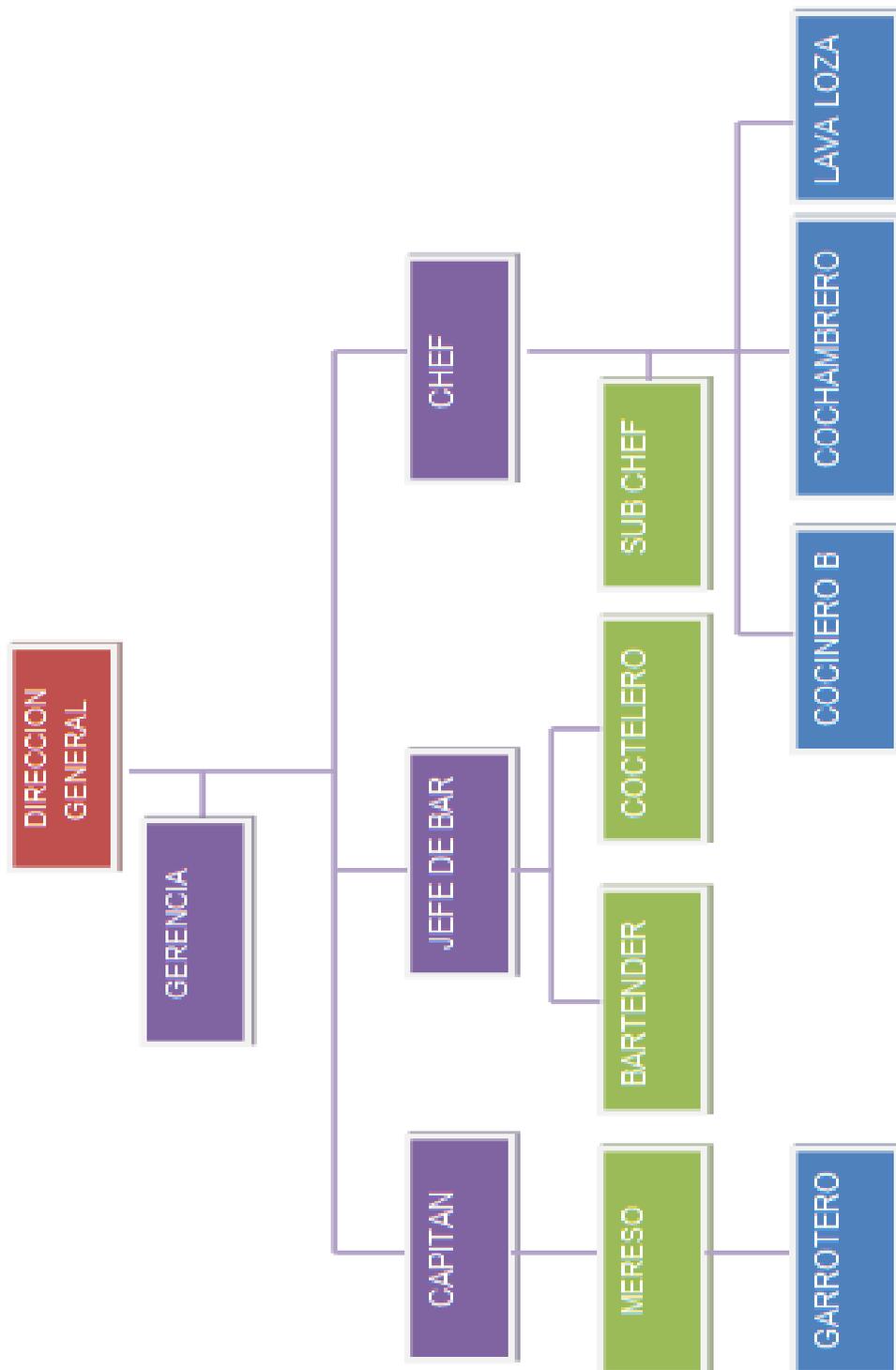


### **3.3. PLAN DE ADMINISTRACIÓN**

#### **3.3.1. Estructura organizacional.**

1. Dirección
2. Gerente
3. Legal
4. Administrativo
5. Capital Humano
6. Contabilidad
7. Chef
8. Jefe de Bar
9. Sub Chef
10. Capitán
11. Caja
12. Hostes
13. Bartender
14. Cocinero B
15. Coctelero
16. Mesero
17. Garrotero
18. Barback
19. Cochambrero
20. Lava loza

### 3.3.2. Organigrama General del Gastro-Bar.



### 3.3. DESCRIPCION DE PUESTOS

#### DATOS GENERALES

|                              |                 |
|------------------------------|-----------------|
| <b>Nombre del Puesto:</b>    | Gerente General |
| <b>Nombre de la Persona:</b> |                 |
| <b>Área o Departamento:</b>  | Gerencia        |

#### RESPONSABILIDADES

1. Supervisión Total- Administrativo y Operativo.
2. Cubrir necesidades generales.
3. Ver con el contador necesidades y requerimientos para el negocio. Así como el status contable del negocio.
4. Buscar más y mejores proveedores.

##### Operación:

1. Hablar cada semana sobre la operación con los coordinadores.
2. Dar seguimiento a las actividades que se quedaron pendientes de realizar, checar que se hayan realizado en su totalidad.
3. Conocer las nuevas necesidades del negocio y de su personal.
4. Planear la ejecución de la misma y checar que se realicen correctamente.
5. Lograr una atmosfera de calidad y de buen equipo de trabajo.
6. Comprar lo que se requiera.

##### Administrativo:

1. Permisos
  - Del lugar para la delegación
  - Pago de luz agua etc...
  - Extintores
  - Requisitos de hacienda, etc.(contador).
2. Personal.
  - Seguro social
  - Pagos en tiempo

#### PERFIL

##### Aspectos Académicos

- **General:** Licenciatura
- **Especialización:** Carrera Afin

##### Aspectos Académicos

- **General:** Licenciatura.
- **Especialización:** Administración de Alimentos y Bebidas
- **Experiencia en el puesto:** 2 años

##### Experiencia Laboral

- **En el ramo:** 2 años
- **Lineal a puesto:** 3 años

##### Perfil del Candidato

- **SEXO:** indiferente
- **EDAD:** 25-40
- **ESTADO CIVIL:** indiferente.

**NACIONALIDAD:** indiferente

#### PRESTACIONES

- Sueldo Base \$15,000
- Vacaciones
- Aguinaldo
- Seguridad social (IMSS)
- Descanso de un día (con movilidad)

**Anexo**

**NOMBRE Y FIRMA**

**ELABORÓ:**

**REVISÓ:**

**AUTORIZÓ:**

### 3.4.1. DESCRIPCION DE PUESTOS

#### DATOS GENERALES

|                              |                 |
|------------------------------|-----------------|
| <b>Nombre del Puesto:</b>    | Asistente legal |
| <b>Nombre de la Persona:</b> |                 |
| <b>Área o Departamento:</b>  | Legal           |

#### RESPONSABILIDADES

1. Supervisión Total en lo Legales.
2. Proporcionar accesoria Legal.
3. Representar legalmente a la Empresa.
4. Tramitar y resolver en tiempo y forma todo los registros y licencias.

**Operación:**

Revisión de documentos, coordinar y hacer seguimiento a los trámites legales.

**Administrativo:**

1. Permisos
  - Licencias de construcción
  - Certificado de uso de suelo
  - Servicio de aguas residuales
  - Licencia de funcionamiento

#### PERFIL

**Aspectos Académicos**

- **General:** Licenciatura.
- **Experiencia en el puesto:** 2 años

**Experiencia Laboral**

- **En el ramo:** 2 años

**Perfil del Candidato**

- **SEXO:** indiferente
- **EDAD:** 25-40
- **ESTADO CIVIL:** indiferente.

**NACIONALIDAD:** indiferente

#### PRESTACIONES

- Sueldo Base \$7,000
- Vacaciones
- Aguinaldo
- Seguridad social (IMSS)

Anexo

NOMBRE Y FIRMA

|                 |                |                  |
|-----------------|----------------|------------------|
| <b>ELABORÓ:</b> | <b>REVISÓ:</b> | <b>AUTORIZÓ:</b> |
|-----------------|----------------|------------------|

### 3.4.2. DESCRIPCION DE PUESTOS

#### DATOS GENERALES

|                              |                          |
|------------------------------|--------------------------|
| <b>Nombre del Puesto:</b>    | Asistente Administrativo |
| <b>Nombre de la Persona:</b> |                          |
| <b>Área o Departamento:</b>  | Administrativo           |

#### RESPONSABILIDADES

1. Supervisión Total- Administrativo y Operativo.
2. Cubrir necesidades generales.
3. Ver con el contador necesidades y requerimientos para el negocio. Así como el status contable del negocio.
4. Buscar más y mejores proveedores.

##### Operación:

1. Hablar cada semana sobre la operación con los coordinadores.
2. Dar seguimiento a las actividades que se quedaron pendientes de realizar, checar que se hayan realizado en su totalidad.
3. Conocer las nuevas necesidades del negocio y de su personal.
4. Lograr una atmosfera de calidad y de buen equipo de trabajo.
5. Comprar lo que se requiera.

##### Administrativo:

1. Personal.
- Seguro social
  - Pagos en tiempo

#### PERFIL

##### Aspectos Académicos

- **General:** Licenciatura.
- **Experiencia en el puesto:** 1 años

##### Experiencia Laboral

- **En el ramo:** 1 años

##### Perfil del Candidato

- **SEXO:** indiferente
- **EDAD:** 25-40
- **ESTADO CIVIL:** indiferente.
- **NACIONALIDAD:** indiferente

#### PRETACIONES

- Sueldo Base \$5,000
- Vacaciones
- Aguinaldo
- Seguridad social (IMSS)
- Descanso de un día (con movilidad)

Anexo

NOMBRE Y FIRMA

ELABORÓ:

REVISÓ:

AUTORIZÓ:

### 3.4.3. DESCRIPCION DE PUESTOS

#### DATOS GENERALES

|                              |                           |
|------------------------------|---------------------------|
| <b>Nombre del Puesto:</b>    | Reclutamiento y Selección |
| <b>Nombre de la Persona:</b> |                           |
| <b>Área o Departamento:</b>  | Capital Humano            |

#### RESPONSABILIDADES

1. Garantizar la captación del personal mejor calificado para desempeñar los cargos vacantes.

##### Operación:

1. Planificar, coordinar y controlar la búsqueda y selección de personal.
2. Recibir, clasificar y tramitar las solicitudes de ingreso de nuevo personal.
3. Evaluar y controlar el cumplimiento de los requisitos mínimos para el ingreso del personal.
4. Realizar las entrevistas de preselección al igual que la aplicación de las pruebas de conocimiento, habilidades y destrezas específicas.
5. Efectuar la inducción al personal que ingresa.
6. Planificar a corto y mediano plazo las necesidades del personal.

##### Administrativo:

1. Personal
  - Clasificar solicitudes.
  - Tramites.
  - Entrevistas.

#### PERFIL

##### Aspectos Académicos

- **General:** Licenciatura.
- **Experiencia en el puesto:** 12años

##### Experiencia Laboral

- **En el ramo:** 1años

##### Perfil del Candidato

- **SEXO:** indiferente
- **EDAD:** 25-40
- **ESTADO CIVIL:** indiferente.
- **NACIONALIDAD:** indiferente

#### PRESTACIONES

- Sueldo Base \$7,000
- Vacaciones
- Aguinaldo
- Seguridad social (IMSS)
- Descanso de un día (con movilidad)

Anexo

NOMBRE Y FIRMA

ELABORÓ:

REVISÓ:

AUTORIZÓ:

### 3.4.4. DESCRIPCION DE PUESTOS

#### DATOS GENERALES

|                              |              |
|------------------------------|--------------|
| <b>Nombre del Puesto:</b>    | Finanzas     |
| <b>Nombre de la Persona:</b> |              |
| <b>Área o Departamento:</b>  | Contabilidad |

#### RESPONSABILIDADES

1. Responder por la adecuada presentación y entrega oportuna de los balances, anexos e informes exigidos por la gerencia.
2. Realizar análisis de la información contable con el fin de brindar información que ayude a la toma de decisiones por parte de la Gerencia.
3. Colaborar para que haya un adecuado flujo de información soporte de la contabilidad.
4. Presentar Estados Financieros en las fechas establecidos.

##### Operación:

1. Elaborar los Estados Financieros mensuales y anuales con sus respectivos anexos, efectuando el análisis de los resultados de cada uno de los estados financieros mensuales y anuales con el fin de evaluar la razonabilidad de las cifras, la rentabilidad del negocio y los resultados económicos de la empresa.
2. Elaborar las declaraciones de impuestos mensuales de retención.
3. Elaborar y verificar el adecuado cumplimiento de obligaciones fiscales de los pagos.
4. Revisar y registrar la información de inventarios de acuerdo con el sistema de costeo vigente y su correspondiente registro contable.
5. Llevar el control de las cuentas por pagar y anticipos a proveedores.
6. Revisión mensual de la nómina.

##### Administrativo:

1. Contable
  - Estados Financieros.
  - Flujos de efectivo.
  - Nómina.

#### PERFIL

##### Aspectos Académicos

- **General:** Licenciatura.
- **Experiencia en el puesto:** 12 años

##### Experiencia Laboral

- **En el ramo:** 1 años

##### Perfil del Candidato

- **SEXO:** indiferente
- **EDAD:** 25-40
- **ESTADO CIVIL:** indiferente.
- **NACIONALIDAD:** indiferente

#### PRESTACIONES

- Sueldo Base \$15,000
- Vacaciones
- Aguinaldo
- Seguridad social (IMSS)
- Descanso de un día (con movilida)

Anexo

NOMBRE Y FIRMA

ELABORÓ:

REVISÓ:

AUTORIZÓ:

### 3.4.5. DESCRIPCION DE PUESTOS

#### DATOS GENERALES

|                              |           |
|------------------------------|-----------|
| <b>Nombre del Puesto:</b>    | Capitán   |
| <b>Nombre de la Persona:</b> |           |
| <b>Área o Departamento:</b>  | Servicios |

#### RESPONSABILIDADES

1. Es responsable de todos los meseros y del perfecto funcionamiento del salón comedor.
2. Responsable de supervisar, organizar y dirigir la operación del restaurante para el servicio, siempre en función a la misión de nuestra empresa y buscando la satisfacción total de nuestros clientes.

##### Operación:

1. Programa y supervisa el trabajo del personal a su cargo.
2. Elabora reportes de puntualidad, aseo, asistencia, y disciplina del personal a su cargo.
3. Verifica la calidad del servicio en base a las normas y procedimientos del establecimiento.
4. Atiende quejas de los clientes.
5. Debe conocer perfectamente los ingredientes y preparación de los platillos que se tienen en la carta.
6. Supervisa la calidad, rapidez, cortesía y continuidad en el servicio.
7. Mantiene buena comunicación con el personal a su cargo.

#### PERFIL

##### Aspectos Académicos

- **General:** Medio superior, Técnico,
- **Especialización:** Carrera Afín

##### Experiencia Laboral

- **En el ramo:** 2 años
- **Lineal al puesto:** 1 año

##### Aspecto Social

- **SEXO:** indiferente
- **EDAD:** 25-40
- **ESTADO CIVIL:** indiferente.
- **NACIONALIDAD:** indiferente.

#### PRETACIONES

- Sueldo Base \$2,000 mas propinas
- Vacaciones
- Aguinaldo
- Seguridad social (IMSS)
- Descanso de un día (con movilidad)

Anexo

NOMBRE Y FIRMA

ELABORÓ:

REVISÓ:

AUTORIZÓ:

### 3.4.6. DESCRIPCION DE PUESTOS

#### DATOS GENERALES

|                              |           |
|------------------------------|-----------|
| <b>Nombre del Puesto:</b>    | Cajero    |
| <b>Nombre de la Persona:</b> |           |
| <b>Área o Departamento:</b>  | Servicios |

#### RESPONSABILIDADES

1. Persona responsable de asegurar el correcto cobro de cuentas y atención a los clientes.  
**Operación:**

1. Cobrar en todas las forma de pago (efectivo y tarjeta de crédito)
2. Entregar invariablemente nota de ventas y factura para los clientes que así lo requieran.
3. Registrar todas las ventas en el formato de ingresos.
4. Elaborar corte de caja en el cambio de turno y entregar a la cajera del turno vespertino con el formato establecido.
5. Atender e informar al cliente lo que necesite saber de nuestros productos y servicios.
6. Mantener en excelente presentación su área de trabajo.
7. Apoyar a la dirección en cualquier actividad de mejor que se requiera.
8. Aplicar el reglamento interno de acuerdo a las situaciones que lo ameriten.

#### PERFIL

##### Aspecto Académico

- **General:** Medio Superior
- **Especialidad:** Carrera Afín

##### Experiencia Laboral

- **En el ramo:** 1 año

**Puesto lineal:** 2 años

##### Aspecto Social

- **SEXO:** Indiferente
- **EDAD:** 22-40
- **ESTADO CIVIL:** Indiferente
- **NACIONALIDAD:** Indiferente

#### PRESTACIONES

- Sueldo Base \$3,000
- Vacaciones
- Aguinaldo
- Seguridad social (IMSS) Descanso de un día (con movilidad)

Anexo

**NOMBRE Y FIRMA**

|                 |                |                  |
|-----------------|----------------|------------------|
| <b>ELABORÓ:</b> | <b>REVISÓ:</b> | <b>AUTORIZÓ:</b> |
|-----------------|----------------|------------------|

### 3.4.7. DESCRIPCION DE PUESTOS

#### DATOS GENERALES

|                              |           |
|------------------------------|-----------|
| <b>Nombre del Puesto:</b>    | Mesero    |
| <b>Nombre de la Persona:</b> |           |
| <b>Área o Departamento:</b>  | Servicios |

#### RESPONSABILIDADES

1. Persona responsable de la atención a los clientes.

**Operativo:**

1. Conocer y aplicar el sistema para elaborar las ordenes.
2. Presentar la comanda a los cocineros para que salga el plato.
3. Servir los alimentos en la mesa.
4. Conocer y aplicar los diferentes tipos de servicio utilizados en la mesa.
5. Recoger los platos sucios.
6. Presentar al cliente la cuenta para que se efectúe su pago.
7. Asistir al cliente al momento de retirarse del restaurante.
8. Observar que los clientes no olviden ningún objeto y hacer su respectiva devolución.
9. Hacer limpieza de las mesas, estaciones de servicio, ceniceros, etc.
10. Hacer el adecuado montaje de las mesas.
11. Conocer el correcto manejo de la loza y cristalería para evitar quebrarlos.
12. Es responsable de tener surtidas las estaciones de servicio con todo lo necesario: sal, azúcar, salsas, cubiertos, servilletas, etc.
13. Presentarse al cliente con amabilidad y cortesía (No tutear al cliente).

#### PERFIL

**Aspecto Académico**

- **General:** Nivel Básico o Medio Superior
- **Especialización:** Carrera Afín.

**Experiencia Laboral**

- **En el ramo:** 6 meses
- **En puesto lineal:** ninguno

**Aspecto Social**

- **SEXO:** Indiferente
- **EDAD:** 18-35
- **ESTADO CIVIL:** Indiferente
- **NACIONALIDAD:** Indiferente

#### PRESTACIONES

- Sueldo Base \$1,500 mas propinas
- Vacaciones
- Aguinaldo
- Seguridad social (IMSS)
- Descanso de un día (con movilidad)

Anexo

NOMBRE Y FIRMA

ELABORÓ:

REVISÓ:

AUTORIZÓ:

### 3.4.8. DESCRIPCION DE PUESTOS

#### DATOS GENERALES

|                              |           |
|------------------------------|-----------|
| <b>Nombre del Puesto:</b>    | Seguridad |
| <b>Nombre de la Persona:</b> |           |
| <b>Área o Departamento:</b>  | Seguridad |

#### RESPONSABILIDADES

1. Persona responsable de la protección y vigilancia de bienes inmuebles y de las personas que se encuentran adentro.

**Operativo:**

1. Efectuar controles de identidad en el acceso o en el interior
2. Verificar que siempre reine el orden en el establecimiento.
3. Los guardias de seguridad de mantener la seguridad de las personas en un área específica.
4. Vigilar y reportar actividades sospechosas.
5. Retirar a los intrusos de la propiedad.

#### PERFIL

**Aspecto Académico**

- **General:** Nivel Básico o Medio Superior

**Aspecto Social**

- **SEXO:** Indiferente
- **EDAD:** 18-35
- **ESTADO CIVIL:** Indiferente
- **NACIONALIDAD:** Indiferente

#### PRESTACIONES

- Sueldo Base \$1,500
- Vacaciones
- Aguinaldo
- Seguridad social (IMSS)
- Descanso de un día (con movilidad)

Anexo

**NOMBRE Y FIRMA**

**ELABORÓ:**

**REVISÓ:**

**AUTORIZÓ:**

### 3.4.9. DESCRIPCION DE PUESTOS

#### DATOS GENERALES

|                              |             |
|------------------------------|-------------|
| <b>Nombre del Puesto:</b>    | Jefe de Bar |
| <b>Nombre de la Persona:</b> |             |
| <b>Área o Departamento:</b>  | Barra       |

#### RESPONSABILIDADES

1. Persona responsable de supervisar, organizar y dirigir la operación del bar y buscando la satisfacción total de nuestros clientes. Responsable de administrar los recursos de la empresa tanto en materia prima, como en insumos y en recursos humanos.

##### Operativo:

1. Cuidar de la limpieza de la barra.
2. Preparar y servir o hacer servir los tragos ordenados.
3. Supervisar la labor de sus ayudantes.
4. Preparar los cócteles y tragos.
5. Realizar los inventarios diarios de licores, cervezas, colas, aguas, granadina, al comenzar y terminar el turno de trabajo

##### Administrativo:

1. Contable
  - Control del stock
  - Análisis operativo de costos
  - Compras
  - Manejo de proveedores-
  - Recepción de mercancía.

#### PERFIL

##### Aspectos Académicos

- **General:** Medio superior, Técnico, Licenciatura.
- **Especialización:** Diplomados o cursos de coctelería y Carrera Afín.

##### Experiencia Laboral

- **En el ramo:** 2 años
- **En puesto lineal:** 2 años

##### Aspecto Social

- **SEXO:** indiferente
- **EDAD:** 25-40
- **ESTADO CIVIL:** indiferente.

**NACIONALIDAD:** indiferente

#### PRESTACIONES

- Sueldo Base \$2,000 mas propinas
- Vacaciones
- Aguinaldo
- Seguridad social (IMSS)
- Descanso de un día (con movilidad)

Anexo

**NOMBRE Y FIRMA**

**ELABORÓ:**

**REVISÓ:**

**AUTORIZÓ:**

### 3.4.10. DESCRIPCION DE PUESTOS

#### DATOS GENERALES

|                              |           |
|------------------------------|-----------|
| <b>Nombre del Puesto:</b>    | Bartender |
| <b>Nombre de la Persona:</b> |           |
| <b>Área o Departamento:</b>  | Barra     |

#### RESPONSABILIDADES

1. Persona responsable la operación del bar y buscando la satisfacción total de nuestros clientes.

**Operativo:**

1. Montaje de la barra.
2. Servicio al comensal.
3. Tallado de fruta.
4. Preparación de las decoraciones.

#### PERFIL

**Aspecto Académico**

- **General:** Medio superior, Técnico, Licenciatura.
- **Especialización:** Diplomados o Cursos de coctelería y Carrera Afín.

**Experiencia Laboral**

- **General:** 2 años
- **Lineal al puesto:** 2 años

**Aspecto Social**

- **SEXO:** indiferente
- **EDAD:** 25-40
- **ESTADO CIVIL:** indiferente.
- **NACIONALIDAD:** indiferente.

#### PRESTACIONES

- Sueldo Base \$1,500 mas propinas
- Vacaciones
- Aguinaldo
- Seguridad social (IMSS)
- Descanso de un día (con movilidad)

Anexo

NOMBRE Y FIRMA

ELABORÓ:

REVISÓ:

AUTORIZÓ:

### 3.4.11. DESCRIPCION DE PUESTOS

#### DATOS GENERALES

|                              |           |
|------------------------------|-----------|
| <b>Nombre del Puesto:</b>    | Coctelero |
| <b>Nombre de la Persona:</b> |           |
| <b>Área o Departamento:</b>  | Barra     |

#### RESPONSABILIDADES

1. Persona responsable la operación del bar y buscando la satisfacción total de nuestros clientes.

**Operación:**

1. Montaje de la barra.
2. Servicio al comensal.
3. Realizar las esterificaciones
4. Realizar la gelificación
5. Realizar las espumas frías
6. Realizar los aires

#### PERFIL

**Aspectos Académicos**

- **General:** Medio superior, Técnico, Licenciatura.
- **Especialización:** Diplomados o Cursos de coctelería y Carrera Afín.

**Experiencia Laboral**

- **En el ramo:** 2 años

**Puesto lineal:** 2 años

**Aspecto Social**

- **SEXO:** indiferente
- **EDAD:** 25-40
- **ESTADO CIVIL:** indiferente.
- **NACIONALIDAD:** indiferente.

#### PRESTACIONES

- Sueldo Base \$1,500 mas propinas
- Vacaciones
- Aguinaldo
- Seguridad social (IMSS)
- Descanso de un día (con movilidad)

Anexo

NOMBRE Y FIRMA

|                 |                |                  |
|-----------------|----------------|------------------|
| <b>ELABORÓ:</b> | <b>REVISÓ:</b> | <b>AUTORIZÓ:</b> |
|-----------------|----------------|------------------|

### 3.4.12. DESCRIPCION DE PUESTOS

#### DATOS GENERALES

|                              |         |
|------------------------------|---------|
| <b>Nombre del Puesto:</b>    | Barback |
| <b>Nombre de la Persona:</b> |         |
| <b>Área o Departamento:</b>  | Barra   |

#### RESPONSABILIDADES

1. Persona responsable la operación del bar y limpieza del bar.

**Operativo:**

1. Responsable de la limpieza general de la cocina.
2. Es responsable de la limpieza de los vasos así como de las áreas a su cargo.
3. Conoce las preparaciones de bebidas a fin de auxiliar al bartender y coctelero cuando sea necesario.
4. En caso de que se requiera prestará su ayuda en el bar en las actividades que se le encomienden.

#### PERFIL

**Aspectos Académicos**

- **General:** Medio superior, Técnico, Licenciatura, Cursos de coctelería y Carrera Afín.

**Experiencia Laboral**

- **En el ramo:** ninguna

**Lineal al puesto:** ninguna

**Aspecto Social**

- **SEXO:** indiferente
- **EDAD:** 18-30
- **ESTADO CIVIL:** indiferente
- **NACIONALIDAD:** indiferente

#### PRESTACIONES

- Sueldo Base \$1,500 mas propinas
- Vacaciones
- Aguinaldo
- Seguridad social (IMSS)Descanso de un día (con movilidad)

Anexo

**NOMBRE Y FIRMA**

|                 |                |                  |
|-----------------|----------------|------------------|
| <b>ELABORÓ:</b> | <b>REVISÓ:</b> | <b>AUTORIZÓ:</b> |
|-----------------|----------------|------------------|

### 3.4.13. DESCRIPCION DE PUESTOS

#### DATOS GENERALES

|                              |        |
|------------------------------|--------|
| <b>Nombre del Puesto:</b>    | Chef   |
| <b>Nombre de la Persona:</b> |        |
| <b>Área o Departamento:</b>  | Cocina |

#### RESPONSABILIDADES

1. Persona responsable de supervisar, organizar y dirigir la operación de la cocina, y buscando la satisfacción total de nuestros clientes. Responsable de administrar los recursos de la empresa tanto en materia prima, como en insumos y en recursos humanos.
- Operativo: Operativo:**
1. Responsable de la preparación de alimentos de acuerdo a la receta estándar previamente elaborada.
  2. Creación de platillos.
- Administrativo:**
1. Personal
    - Supervisa y/o establece Horarios y días de descanso reportándolos a la Administración.
    - Supervisión de la higiene de cocina y del personal a su cargo.
  2. Costos:
    - Inventarios
    - Costos de recetas.
    - Colaboración para establecer máximos y mínimos en el almacén.
    - Establece estándares de compra, en coordinación con el gerente de alimentos y bebidas y el jefe de compras.

#### PERFIL

- Aspecto Académico**
- **General:** Medio superior, Superior, Técnico, Licenciatura
  - **Especialización:** Carrera Afín
- Experiencia Laboral**
- **En el ramo:** 2 años
  - **Lineal al puesto:** 2 años
- Aspecto Social**
- **SEXO:** Indiferente
  - **EDAD:** 22-40
  - **ESTADO CIVIL:** Indiferente
  - **NACIONALIDAD:** Indiferente

#### PRESTACIONES

- Sueldo Base \$2,500 mas propinas
- Vacaciones
- Aguinaldo
- Seguridad social (IMSS)
- Descanso de un día (con movilidad)

Anexo

NOMBRE Y FIRMA

|                 |                |                  |
|-----------------|----------------|------------------|
| <b>ELABORÓ:</b> | <b>REVISÓ:</b> | <b>AUTORIZÓ:</b> |
|-----------------|----------------|------------------|

### 3.4.14. DESCRIPCION DE PUESTOS

#### DATOS GENERALES

|                              |          |
|------------------------------|----------|
| <b>Nombre del Puesto:</b>    | Sub Chef |
| <b>Nombre de la Persona:</b> |          |
| <b>Área o Departamento:</b>  | Cocina   |

#### RESPONSABILIDADES

1. Persona responsable de supervisar, organizar y dirigir la operación de la cocina, y buscando la satisfacción total de nuestros clientes.

**Operativo: Operativo:**

1. Responsable de la preparación de alimentos de acuerdo a la receta estándar previamente elaborada.
2. Creación de platillos.

**Administrativo:**

1. Personal:
  - Supervisa y/o establece Horarios y días de descanso reportándolos a la Administración.
  - Supervisión de la higiene de cocina y del personal a su cargo.
2. Costos:
  - Inventarios
  - Auxiliar en análisis de costos de producción
  - Costos de recetas
  - Colaboración para establecer máximos y mínimos en el almacén.

#### PERFIL

**Aspecto Social**

- **General:** Medio superior, Superior, Técnico, Licenciatura
- **Especialización:** Carrera Afín.

**Experiencia Laboral**

- **En el ramo:** 2 años
- **Lineal al puesto:** 2 años

**Aspecto Social**

- **SEXO:** Indiferente
- **EDAD:** 22-40
- **ESTADO CIVIL:** Indiferente
- **NACIONALIDAD:** Indiferente

#### PRESTACIONES

- Sueldo Base \$2,000 mas propinas
- Vacaciones
- Aguinaldo
- Seguridad social (IMSS)
- Descanso de un día (con movilidad)

Anexo

NOMBRE Y FIRMA

ELABORÓ:

REVISÓ:

AUTORIZÓ:

### 3.4.15. DESCRIPCION DE PUESTOS

#### DATOS GENERALES

|                              |            |
|------------------------------|------------|
| <b>Nombre del Puesto:</b>    | Cocinero B |
| <b>Nombre de la Persona:</b> |            |
| <b>Área o Departamento:</b>  | Cocina     |

#### RESPONSABILIDADES

1. Persona responsable de la preparación y manejo de alimentos.

**Operativo:**

1. Realizar el mise en place del día.
2. Prepara los alimentos de acuerdo a la receta estándar.
3. Realiza ciertas labores de limpieza de su área de trabajos.

#### PERFIL

**Aspecto Académico**

- **General:** Medio superior, Superior, Técnico, Licenciatura
- **Especialización:** Carrera Afin.

**Experiencia Laboral**

- **En el ramo:** 1 años
- **Lineal al puesto:** 1:año

**Aspecto Social**

- **SEXO:** Indiferente
- **EDAD:** 22-40
- **ESTADO CIVIL:** Indiferente
- **NACIONALIDAD:** Indiferente

#### PRESTACIONES

- Sueldo Base \$1,500 mas propinas
- Vacaciones
- Aguinaldo
- Seguridad social (IMSS)
- Descanso de un día (con movilidad)

Anexo

NOMBRE Y FIRMA

|                 |                |                  |
|-----------------|----------------|------------------|
| <b>ELABORÓ:</b> | <b>REVISÓ:</b> | <b>AUTORIZÓ:</b> |
|-----------------|----------------|------------------|

### 3.4.16. DESCRIPCION DE PUESTOS

#### DATOS GENERALES

|                              |             |
|------------------------------|-------------|
| <b>Nombre del Puesto:</b>    | Cochambrero |
| <b>Nombre de la Persona:</b> |             |
| <b>Área o Departamento:</b>  | Cocina      |

#### RESPONSABILIDADES

1. Persona responsable de la limpieza de los utensilios de cocina.

**Operativo:**

1. Responsable de la limpieza de los utensilios de cocina.
2. Realiza ciertas labores de limpieza de su área de trabajos y de la cocina

#### PERFIL

**Aspecto Académico**

- **General:** Básico
- **Especialización:** No

**Objetivo del Puesto**

- Mantener aseadas las áreas de cocina y loza

**Descripción Específica del Puesto**

- Lavar baños, lavar loza, limpiar cocina

**Aspecto Social**

- **SEXO:** Indiferente
- **EDAD:** 18-35
- **ESTADO CIVIL:** Indiferente
- **NACIONALIDAD:** Indiferente

#### PRESTACIONES

- Sueldo Base \$800 mas propinas
- Vacaciones
- Aguinaldo
- Seguridad social (IMSS)
- Descanso de un día (con movilidad)

Anexo

**NOMBRE Y FIRMA**

**ELABORÓ:**

**REVISÓ:**

**AUTORIZÓ:**

### 3.5.17. DESCRIPCION DE PUESTOS

#### DATOS GENERALES

|                              |           |
|------------------------------|-----------|
| <b>Nombre del Puesto:</b>    | Lava loza |
| <b>Nombre de la Persona:</b> |           |
| <b>Área o Departamento:</b>  | Cocina    |

#### RESPONSABILIDADES

1. Persona responsable de la limpieza de la loza y plaque que llega a la cocina.

**Operativo:**

1. Responsable de la limpieza de la loza y el plaque.
2. Realiza ciertas labores de limpieza de su área de trabajos y de la cocina.

#### PERFIL

**Aspecto Académico**

- **General:** Básico
- **Especialización:** No

**Objetivo del Puesto**

- Mantener aseadas las áreas de cocina y loza

**Descripción Específica del Puesto**

- Lavar baños, lavar loza, limpiar cocina

**Aspecto Social**

- **SEXO:** Indiferente
- **EDAD:** 18-35
- **ESTADO CIVIL:** Indiferente
- **NACIONALIDAD:** Indiferente

#### PRESTACIONES

- Sueldo Base \$800 mas propinas
- Vacaciones
- Aguinaldo
- Seguridad social (IMSS)
- Descanso de un día (con movilidad)

Anexo

NOMBRE Y FIRMA

ELABORÓ:

REVISÓ:

AUTORIZÓ:

## 2 PLAN DE MERCADOTECNIA

### 4.1. Nombre del negocio:

**Flair Pop:** El nombre de flair pop surge por el concepto que se maneja de la película Coctel, que es el flair el arte de impresionar sirviendo, y el pop de la cultura popular.

### 4.2. Logo del Negocio:

El diseño del logo de la empresa Flair Pop es una remembranza a la modalidad de preparar las bebidas realizando acrobacias, es un espectáculo para el entretenimiento del cliente



### 4.3. Slogan:

**“La energía cósmica del buen beber”.**

**Energía cósmica:** se refiere al ambiente y al espacio que se le brinda al cliente, que se siente en un ambiente lleno de amabilidad y energía para pasar un buen rato.

**Buen beber:** se refiere a la preparación y creación de las bebidas, que se le brinda al cliente, es elaborada de una forma espectacular que no necesariamente tiene que ser una bebida colorida para que sea excepcional.

#### **4.4. Producto:**

Menú de productos: Ofrecemos una docena de hamburguesas de Autor, creaciones originales, también la clientela puede crear su propia hamburguesa con el tipo de pan, carne aderezo, e ingredientes de su antojo. Otros productos que se ofrecen papas a la francesa, alitas, fish & chips dedos de queso se caracterizan por su recreación ya tradicional a convertirlos en únicos e innovadores.

#### 4.4.1. Producto:

| <b>Las nuestras...</b> |   | <b>ENTRE PANES</b> |
|------------------------|---|--------------------|
| <b>La Clásica</b>      | Hamburguesa de sirlon calidad Angus con queso monterrey jack, jitomate, cebolla, lechuga pepinillos.  |                    |
| <b>A la Cerveza</b>    | Hamburguesa de sirlon calidad Angus glaseada con reducción a la cerveza, chiles toreados, lechuga fresca, aguacate y aro de cebolla en tempura. |                    |
| <b>Pibe</b>            | Hamburguesa de sirlon calidad Angus queso manchego, chorizo argentino, jitomate, lechuga y chimichurri  |                    |
| <b>BBQ</b>             | Hamburguesa de sirlon calidad Angus queso chedarr, salsa BBQ, tocino jitomate y aro de cebolla.   |                    |
| <b>Chipotle</b>        | Hamburguesa se sirlon calidad Angus tocino, jitomate cebolla caramelizada, aderezo mayo/chipotle.   |                    |

#### 4.4.2. Producto:

| <b>Las tuyas...</b>   |   | <b>ARMA TU HAMBURGESA</b>   |   |
|---|---|---|---|
| <p style="text-align: center;"><b>Elige tu tipo de carne (160 grs.)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sirlon calidad Angus</li> <li>• Pollo</li> </ul>   | <p style="text-align: center;"><b>Elige tu PAN</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Brioche artesanal</li> <li>• Integral ligero</li> </ul>   | <p style="text-align: center;"><b>Escoge un QUESO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cheddar</li> <li>• Monterrey jack</li> <li>• Mozzarella</li> <li>• Manchego</li> <li>• Blue chees</li> </ul> | <p style="text-align: center;"><b>Elige hasta 4 COMPLEMENTOS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Jitomate</li> <li>• Pepinillos</li> <li>• Cebolla</li> <li>• Cebolla caramelizada</li> <li>• Chiles toreados</li> <li>• Mescla de lechugas</li> </ul> |
| <p style="text-align: center;"><b>Complementos PREMIUM</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aro de cebolla</li> <li>• Aguacate</li> <li>• Pimientos rostizados</li> <li>• Tocino</li> <li>• Piña al grill</li> <li>• Chorizo argentino</li> </ul> | <p style="text-align: center;"><b>Salsa PREMIUM</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Teriyaki/piña grillada</li> <li>• BBQ</li> <li>• Mostaza antigua</li> <li>• Mayo/chipotle</li> </ul> | <p><b>**Todas nuestras hamburguesas son preparadas artesanalmente**</b></p>   |   |

#### 4.4.3. Costeo de algunos alimentos

| Producto     | Costo | Margen de utilidad | Precio |
|--------------|-------|--------------------|--------|
| Papas flair  | 17    | 50 %               | 69     |
| Fish & Chips | 56    | 60 %               | 121    |
| La clásica   | 34    | 52%                | 99     |
| A la cerveza | 45    | 60%                | 124    |
| BBQ          | 47    | 67%                | 135    |

#### 4.4.4 Producto:

Otro de nuestros productos es la bebida, cuya característica principal es: la mixología proponemos una forma de consumo nueva es una mezcla de diferentes bebidas en diferentes proporciones que contienen licores, frutas, flores, hierbas, helados y cualquier otro ingrediente comestible. Para su preparación.

| <b>BEBIDAS</b>       |                  |
|----------------------|------------------|
| Y Refrescos          | <b>CERVEZAS</b>  |
| Y Agua embotellada   | <b>De Barril</b> |
| Y Limonada o Naranja | Y Tarro          |
| Y Jugos              | Y Bola           |
| Y CUYA               | Y Litro          |
| <b>COCTELERIA</b>    | <b>Botella</b>   |
| Y Piña colada        | Y Indio          |
| Y Bull               | Y Sol            |
| Y Mojito             | Y Heineken       |
| Y Luces de la habana | Y Bohemia Clara  |
| Y Sex on the Beach   | Y Bohemia Oscura |
| Y Caipirinha         | Y XX Lager       |
| Y Lagartija          | Y XX Ámbar       |
| Y Diablo             |                  |
| Y Alfonso XIII       |                  |
| Y Medias de Seda     |                  |
| Y Limonada Eléctrica |                  |
| Y Tom Collins        |                  |
| Y Muppet             |                  |

#### 4.5. Precio:

Los precios se obtuvieron por las pruebas de rendimiento y la receta estándar, y haciendo investigación, en relación a los precios que ofrecen, los restaurantes alrededor y por la zona, los clientes que la frecuentan y que viven ahí pueden pagar los precios, por su nivel socioeconómico.

| <h1>MENÚ</h1>           |  |       |
|-------------------------|--|-------|
| <b>Papas Flair</b>      | Deliciosas papas a la francesa perfectamente doradas a acompañadas de 6 diferentes aderezos de la casa   | \$69  |
| <b>Fish &amp; Chips</b> | Pescado de temporada rebozados en cerveza y vodka, acompañados de papas fritas caseras y dip de la casa.                                       | \$121 |
| <b>Mix Pop</b>          | Deliciosa combinación de boneless, alitas, dedos de queso y fish & chips   | \$230 |
| <b>La Clásica</b>       | Hamburguesa de sirlon calidad Angus con queso monterrey jack, jitomate, cebolla, lechuga pepinillos.   | \$99  |
| <b>A la Cerveza</b>     | Hamburguesa de sirlon calidad Angus glaseada con reducción a la cerveza chiles toreados, lechuga fresca, aguacate y aro de cebolla en tempura. | \$124 |
| <b>BBQ</b>              | Hamburguesa de sirlon calidad Angus queso cheddar, salsa BBQ, tocino, jitomate y aro de cebolla.   | \$135 |
| <h1>BEBIDAS</h1>        |  |       |
| <b>Bull</b>             | Jugo de limón, agua mineral, cerveza oscura  | \$65  |
| <b>Mojito</b>           | Jugo de limón, azúcar, hierbabuena agua mineral, ron blanco.   | \$75  |
| <b>Caipirinha</b>       | Limonas, azúcar, agua mineral, ron blanco  | \$74  |

#### 4.5.1. Costeo de algunas las bebidas:

| Producto                 | Costo     | Margen de utilidad | Precio     |
|--------------------------|-----------|--------------------|------------|
| <b>Rojo Mexicano</b>     | <b>22</b> | <b>50 %</b>        | <b>83</b>  |
| <b>R Cocteil</b>         | <b>24</b> | <b>56%</b>         | <b>100</b> |
| <b>Diablo</b>            | <b>17</b> | <b>62%</b>         | <b>63</b>  |
| <b>Limonada Electric</b> | <b>27</b> | <b>52%</b>         | <b>67</b>  |
| <b>Sex on the Bich</b>   | <b>31</b> | <b>64%</b>         | <b>110</b> |

#### 4.6. Plaza

La ubicación del negocio es en Áltavista, esquina Santa Catarina, colonia San Ángel Inn, Delegación Álvaro Obregón



San Ángel cuenta con una atmosfera tradicional, se puede encontrar un gran atractivo de todo tipo, está alrededor de centros culturales, y cuenta con los varios comercios tradicionales.

- ☞ Ubicación de local: SAN ÁNGEL
- ☞ El local en diseño atmósfera:

El objetivó principal del Gastrobar se centra en una atmósfera de diversión y entretenimiento, centrado en la vigilancia de la calidad y preparación de los alimentos ofrecidos, comparándose a los grandes restaurantes. Los platos pueden ser sofisticados y se puede pedir buenos cocteles y cervezas al igual que un restaurante.

La razón principal del nombre: **Flair Pop** es por la idea del *flair* del arte de impresionar sirviendo como en la película *Coctail*, y en la de *Coyote Ugly*, **pop** es por la cultura y la referencia popular a la comida urbana que servimos.

#### 4.7. Promoción:

**Las estrategias promocionales que se llevaran a cabo en Flair Pop son las siguientes:**

- Establecer una comunicación con el mercado meta:
- Actualizar constantemente el menú (sacar platillos por temporada y bebidas)
- Formar un *networking* (red de contactos profesionales) colegas proveedores y empresarios importantes del rubro.
- Eventos especiales:
  - ☒ *Soptopenning*: Se realiza cuando se hace la apertura del negocio la cual se realiza una semana antes de la apertura ya sea un jueves, viernes o sábado invitando a la 3 parte del negocio (proveedores, vecinos, gente del medio como chefs y asesores).
  - ☒ *Open House*: abrir con una promoción, tarjetas lealtad.
  - ☒ Días festivos: festejar con los invitados de una manera original
  - ☒ Juegos y concursos: realizar juegos y temáticas

Entrevista con medios de comunicación: revista y medios especializados, como las revistas Donde ir, Chilango, El Gourmet etc...

Publicidad de boca en boca:

- ☒ Contactar a personas influyentes.
- ☒ identificar a los clientes más asiduos para que formen de un grupo exclusivo donde serán los primeros en conocer las novedades del negocio.
- ☒ Contactar a los periodistas especializados en bebidas y gastronomía.
- ☒ Recompensar a los clientes por dar a conocer el negocio
  
- ☒ Fuerza de ventas.
- ☒ Promotores.
- ☒ Anuncios: En revistas especializadas Donde ir, Chilango, El Gourmet, y rentar un camión para la publicidad del negocio
- ☒ Marketing directo.
- ☒ Relaciones públicas.
- ☒ Internet.
- ☒ Redes sociales.

#### 4.8. Análisis de Mercado.

##### **Mercado actual**

El consumidor actual posee un conocimiento básico de la cocina, busca algo más, se centra en factores como el servicio y la relación precio-calidad.<sup>22</sup>

Esto en parte debido a la gran cantidad de restaurantes, y otro poco a que existen consumidores más informados. La educación es resultado del boom, que inicio hace tiempo, por las escuelas y programas de gastronomía.<sup>23</sup>

Hablando del segmento socio-económicos medios, tenemos consumidores preocupados por un estilo de vida más sano, esto a raíz de la difusión de un problema sumamente grave en la sociedad mexicana: la obesidad. Así que este segmento se inclina por una comida nutritiva de mayor variedad y mejor gusto.<sup>24</sup>

##### **Demanda actual**

Las tendencias en el mundo de la gastronomía y los restaurantes son muy cambiantes y sólo conceptos bien definidos, que logran identificarse con los deseos y expectativas de la mayoría de los comensales son los que sobreviven y se posicionan entre sus preferencias. No obstante, nuevas ideas nacen cada día, así que debes estar atento a cómo evoluciona el mercado.<sup>25</sup>

- ☞ **Un solo plato o ingrediente:** propuestas de menú reducidos a un solo ingrediente común para su preparación. Un ejemplo son los basados en carne de avestruz.<sup>26</sup>
- ☞ **Cocina asiática:** la clase media ha tenido un papel activo en el consumo de esta tendencia, que ofrece sabores provenientes del oriente, pero con platillos poco tradicionales que mezclan la cocina hindú, china y japonesa.<sup>27</sup>

---

<sup>22</sup> Cynthia Jaramillo, "ENTREPRENEUR GUÍAS DE NEGOCIOS RESTAURANTEROS", 1° Edición Edit. Impresiones Aéreas, México D.F. Año, 2014, Pág. 12

<sup>23</sup> Ídem.

<sup>24</sup> Íbidem.

<sup>25</sup> Íbidem.

<sup>26</sup> Íbidem.

<sup>27</sup> Íbidem

- ∩ **Ordenes virtuales:** es una nueva alternativa de servicio en la que dispositivos de alta tecnología, como tablets, son utilizados para que los comensales observen el menú de formato multimedia.<sup>28</sup>
- ∩ **Personalización:** es dejarles personalizar las características de sus platillos a través de la elección de ingredientes o técnicas de cocción de los mismos.<sup>29</sup>
- ∩ **Platillos gourmet en unidades móviles:** es una alternativa atractiva para aumentar las ventas de un negocio. Sin embargo hacerlo con comida gourmet es una idea que se ha vuelto popular, sobre todo en Estados Unidos.<sup>30</sup>
- ∩ **Salud:** aquí los menús señalan cuántas calorías o beneficios tiene un platillo o un ingrediente, como en los productos, donde se deben incluir todas las características nutrimentales de los mismos.<sup>31</sup>
- ∩ **Fusión 2.0:** se trata de platillos o productos gastronómicos que amalgaman dos cocinas. Por ejemplo, Californiana y Hawái.<sup>32</sup>
- ∩ **Cocina molecular:** consiste en deconstruir o separar platillos con el fin de ofrecer al comensal una experiencia diferente en el paladar.<sup>33</sup>
- ∩ **Alimentos con experiencia:** aquí los comensales están inmersos en la cultura y experiencia de la comida. Esta tendencia es impulsada por la comida de la calle.<sup>34</sup>
- ∩ **Casual dining:** restaurante que generalmente se especializan en un tipo de cocina, como la italiana, francesa o mexicana, entre otras.<sup>35</sup>
- ∩ **Fast casual:** ofrece un servicio limitado o son del tipo restaurante cafetería. Su servicio es estándar y los servicios de mesa son más rápidos.<sup>36</sup>

---

<sup>28</sup> Marisol García Fuentes, “ENTREPRENEUR ABRE UN NEGOCIO GASTRONÓMICO” Edición Especial, Impresiones Aéreas , México D.F. año 2013, Pág. 13

<sup>29</sup> Ídem.

<sup>30</sup> Ídem.

<sup>31</sup> Ídem.

<sup>32</sup> Marisol García Fuentes, “ENTREPRENEUR ABRE UN NEGOCIO GASTRONÓMICO” Edición Especial, Impresiones Aéreas , México D.F. año 2013, Pág. 14

<sup>33</sup> Ídem

<sup>34</sup> Ídem.

<sup>35</sup> Ídem.

<sup>36</sup> Ídem.

#### **4.9. Perfil del consumidor**

Esta idea es creada para satisfacer las necesidades de los **Foodie** (término inglés para clase particular de aficionados a la comida y la bebida).

**Sexo:**

Hombres y Mujeres

**Edad:**

De 18 a 45 años fanáticos de los alimentos y bebidas

**Nivel socioeconómico:**

B+, B y C+ (alta, media alta y media)

**Gustos:**

- Prefiere la comida artesanal y saludable
- Que los alimentos sean orgánicos y saludables
- Tomar bebidas preparadas en formas diferentes.

#### 4.10. Estudio de mercado

Se realizó una encuesta con un Universo de 80,000 habitantes en la Colonia San Ángel Inn, de las cuales se obtuvo una muestra de 190 personas y el 40% de las encuestas, con la aplicación de 70 cuestionarios aplicados a personas y de ellas el 50% prefieren asistir a lugares donde se vende comida y bebidas.

#### FORMULA

(Universo no cuantificable)

$$n = Z^2 pq / E^2$$

Z= nivel de confianza 90%

p= variabilidad positiva 50%

q= grado de error 10%

$$n = (1.6465^2)(0.5)(0.5) / 0.10^2$$

$$n = 68$$

70 cuestionarios

**INVESTIGACIÓN DE MERCADO  
CUESTIONARIO**

**Sexo:** \_\_\_\_\_ **Correo electrónico:** \_\_\_\_\_

**Edad:** \_\_\_\_\_ **Delegación donde vive:** \_\_\_\_\_

**Ocupación:** \_\_\_\_\_

**Objetivo de la encuesta:** El Principal objetivo de esta encuesta es conocer su opinión acerca de la comida artesanal y la mixología.

**Instrucciones:** Subraye el inciso que dé respuesta a la pregunta que consideres conveniente.

**1. ¿Conoces que es un Gastro-Bar?**

- A. si
- B. no

**2. ¿Conoces la cocina de barrio?**

- A. Mucho
- B. poco
- C. nada

**3. ¿Con que frecuencia asistes aun bar?**

- A. 2 o más veces por semana
- B. 1 vez por semana
- C. 2 veces al mes
- D. una vez al mes

**4. ¿Te gustaría conocer la comida de barrio artesanal?**

- A. Mucho
- B. Más o menos
- C. poco
- D. nada

**5. ¿Con quién sueles salir a Bares?**

- A. Amigos
- B. Familia
- C. Compañeros de Trabajo
- D. Pareja
- E. Solo

**6. ¿Aproximadamente cuanto gastas en cada visita a un bar?**

- A. \$100 o menos

- B. \$150
- C. \$200
- D. \$300 o más

**7. La mayoría de las veces, ¿Por qué visitas un bar?**

- A. Placer
- B. Negocios
- C. Festejos
- D. Necesidad de comer

**8. ¿Cuánto tiempo aproximadamente permaneces en un bar?**

- A. menos de una hora
- B. de una a dos horas
- C. más de dos horas

**9. ¿Qué es lo más importante para ti cuando visitas un restaurante-bar?**

- A. decoración y ambiente
- B. alimentos y bebidas
- C. precio

**10. ¿Qué tipos de bebidas consumes con mayor frecuencia?**

- A. cerveza
- B. cocteles
- C. tragos largos
- D. bebidas sin alcohol

**11. ¿Con qué frecuencia visitas San Ángel?**

- A. cada semana
- B. 2 o más veces por semana
- C. Una vez al mes
- D. 2 o más veces al mes

**12. ¿Por qué motivo visitas San Ángel?**

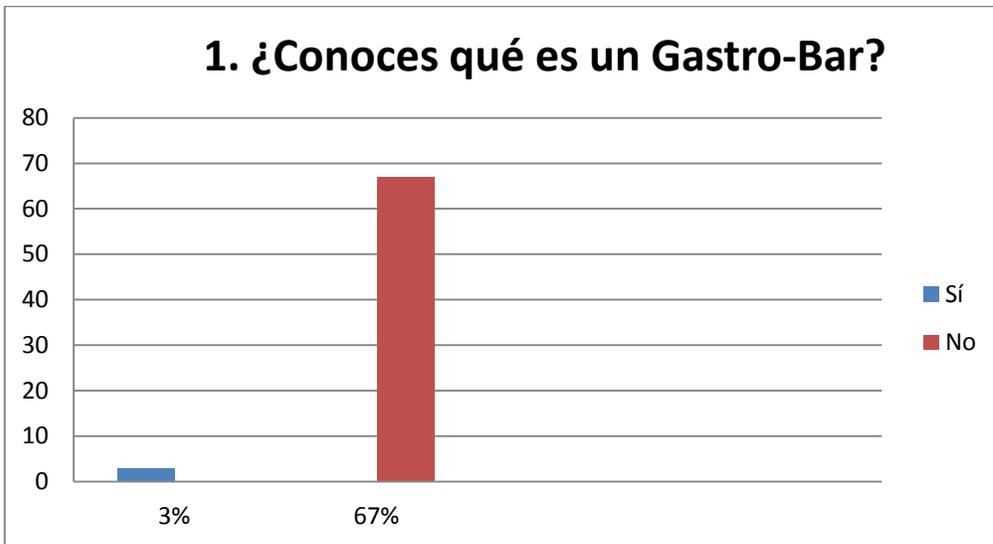
- A. diversión
- B. trabajo
- C. para conocer
- D. de compras

**13. ¿Te gustaría comer en un Gastro –Bar en el cual además de degustar una excelente comida urbana artesanal, pudieras conocer el trabajo de jóvenes artistas?**

- A. si
- B. no
- C.

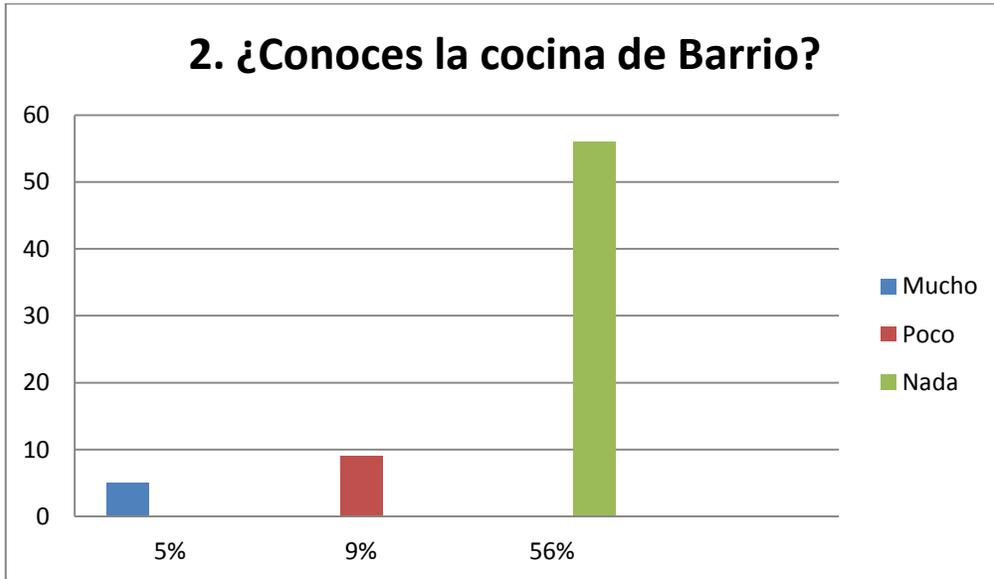
Una vez aplicada la encuesta, se obtuvieron los siguientes resultados:

**Graficas.**

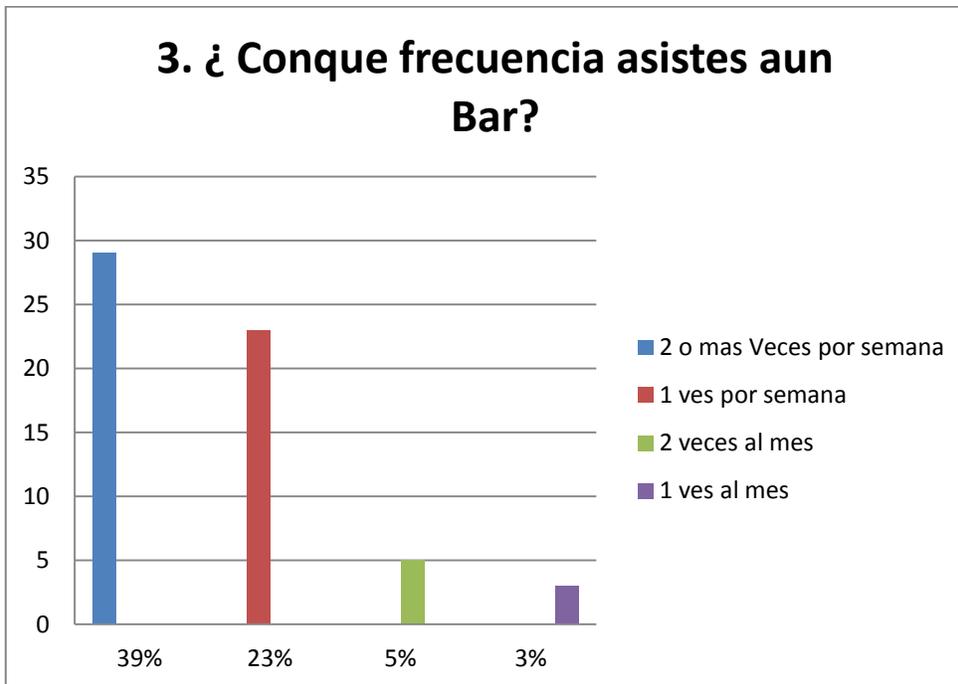


**Del total de encuestados un porcentaje muy alto NO tiene conocimiento de qué es un Gastro Bar.**

## Graficas.

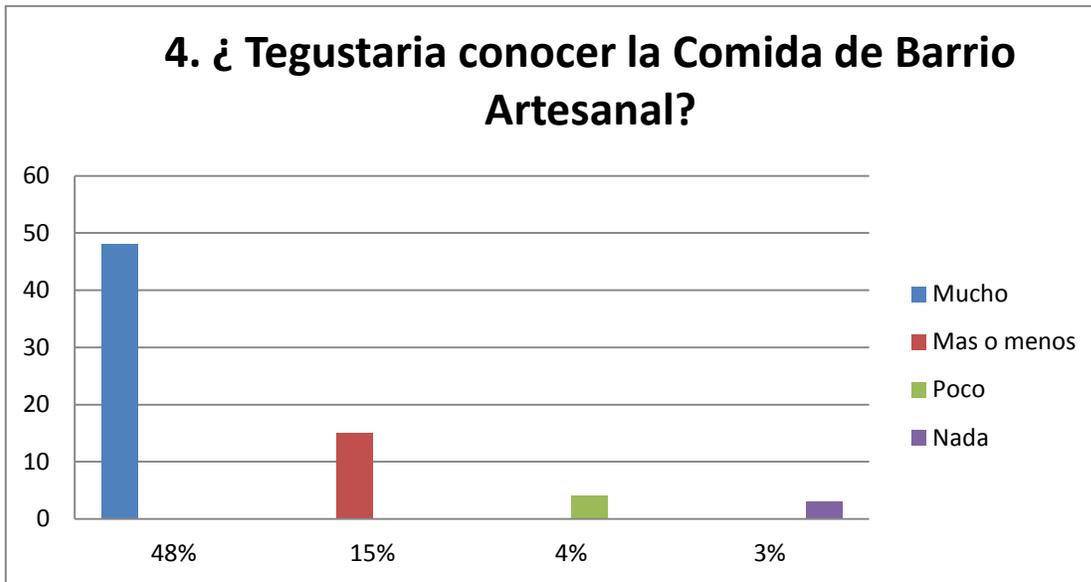


Del total de encuestados un porcentaje muy alto NO tiene conocimiento de la cocina de Barrio.

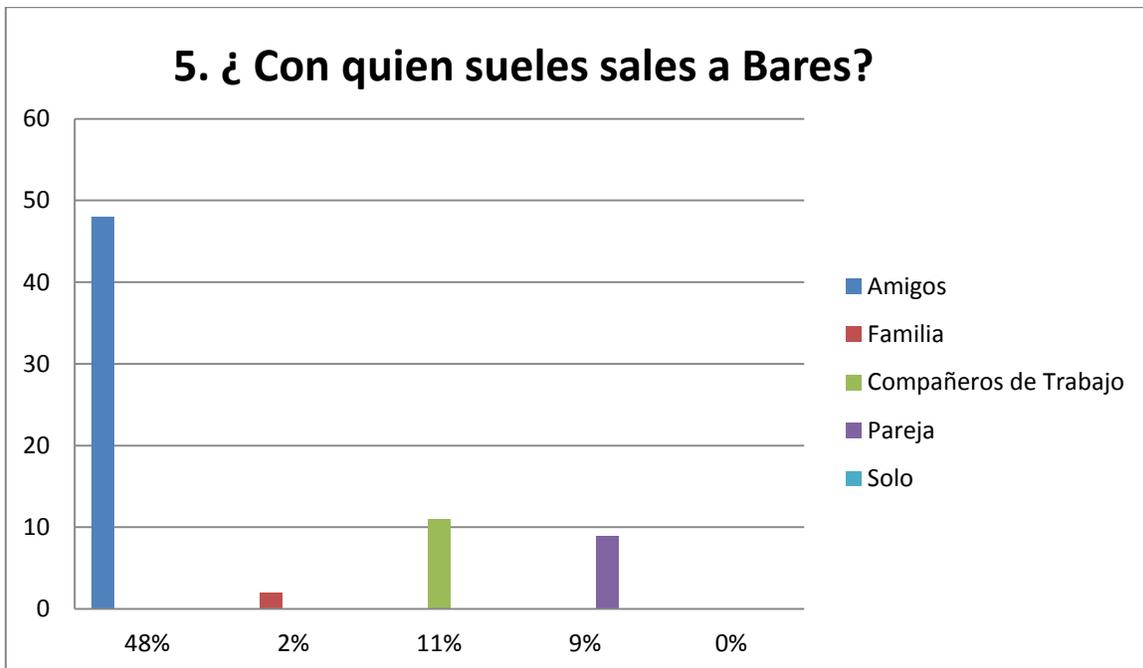


Del total de encuestados el 39 porciento asiste 2 o más veces por semana aun bar.

## Graficas.



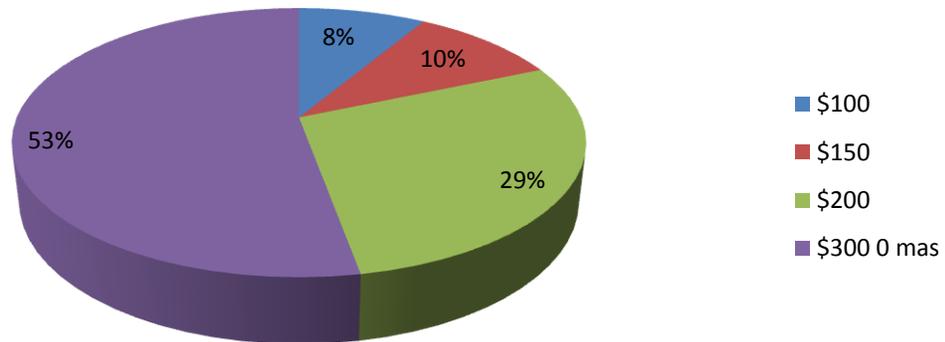
Del total de encuestados un porcentaje alto le gustaría conocer la comida de barrio artesanal.



Del total de encuestados un porcentaje alto suele salir con amigos a los bares.

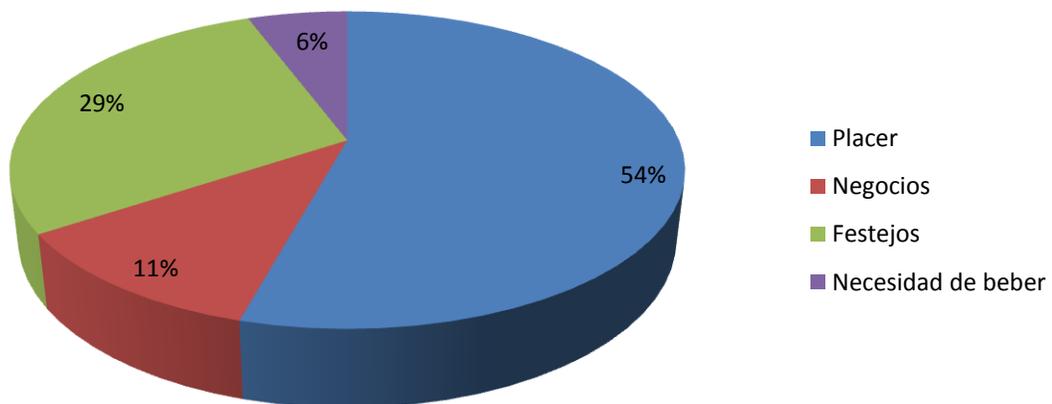
**Graficas.**

**6.¿Aproximadamente cuanto gastas en cada visita a un bar?**



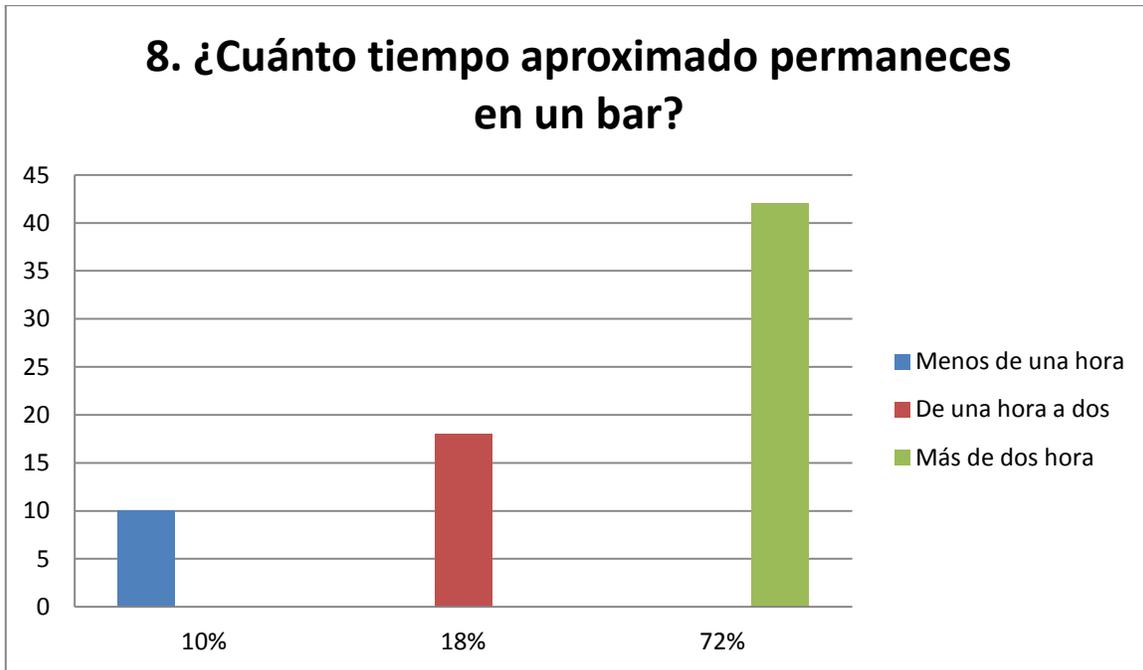
**Del total de encuestados un 53 por ciento gasta 300 o más pesos, cuando visitan un bar.**

**7. La mayoría de las veces ¿Por qué visitas un bar?**

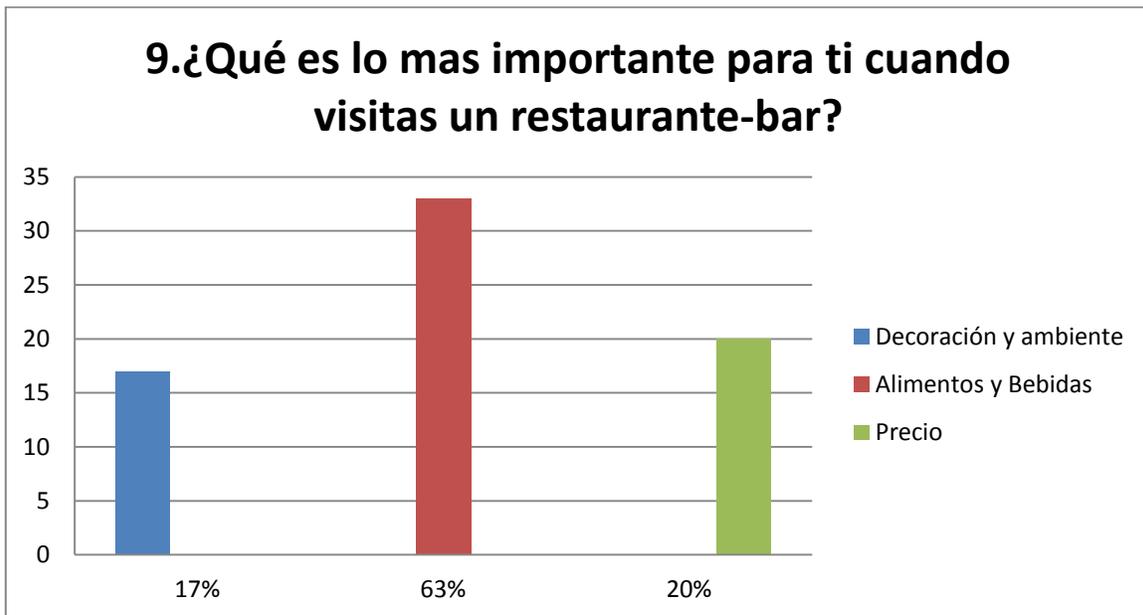


**Del total de encuestados un 54 por ciento visita un bar por placer.**

## Graficas.

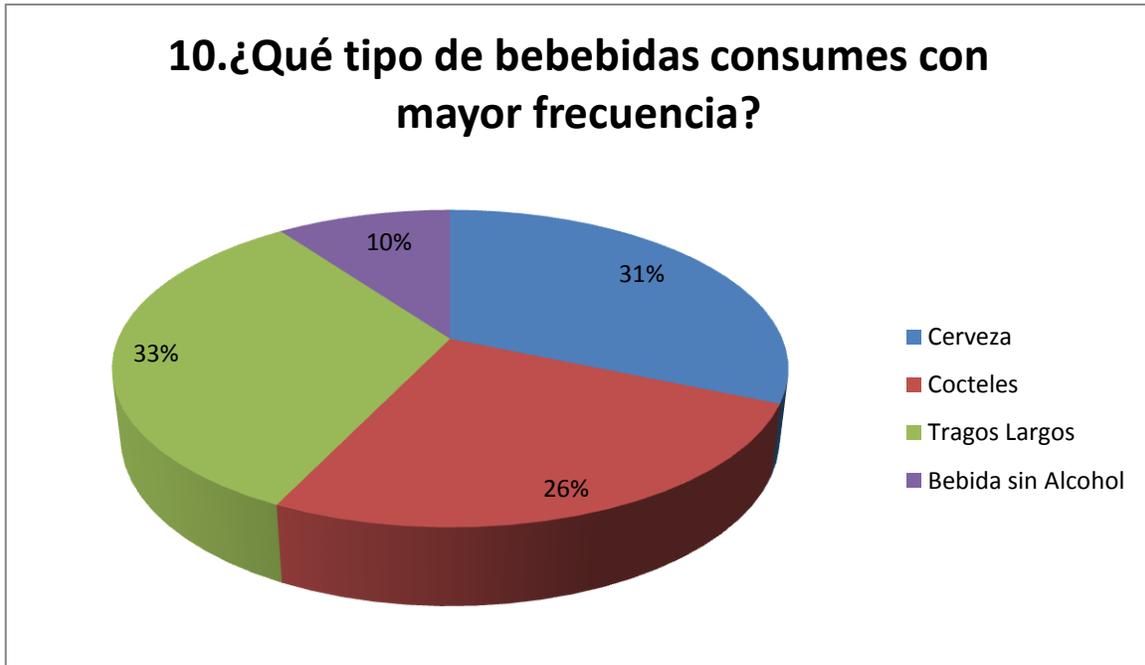


Del total de encuestados un porcentaje alto permanece más de 2 horas en un bar.

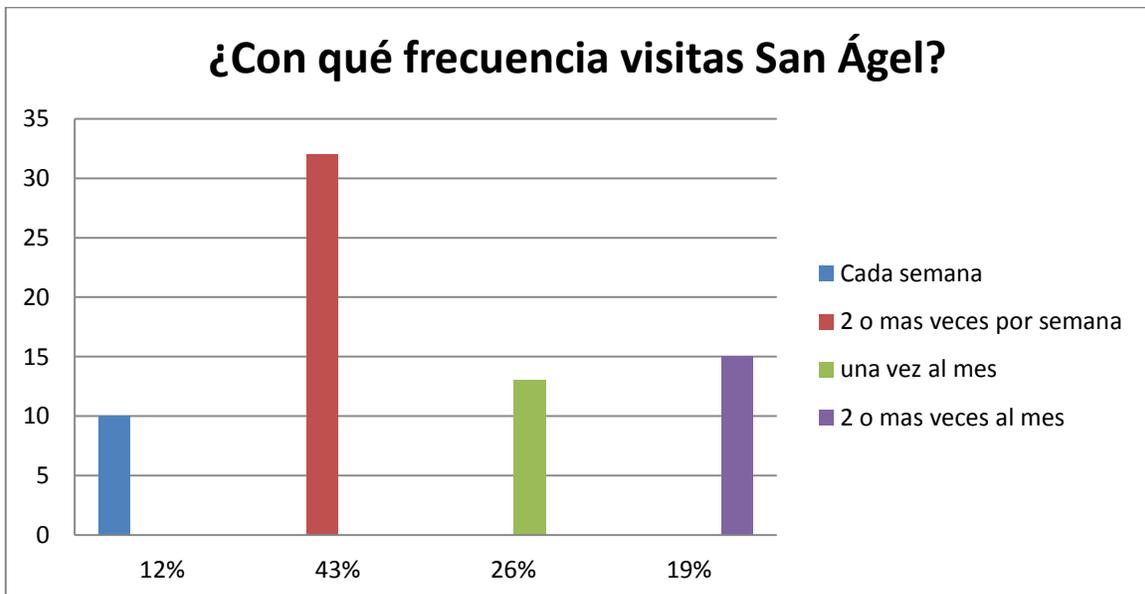


Del total de encuestados un 63 por ciento lo que les importa cuando visitan un restaurante-bar son los alimentos y bebidas.

**Graficas.**

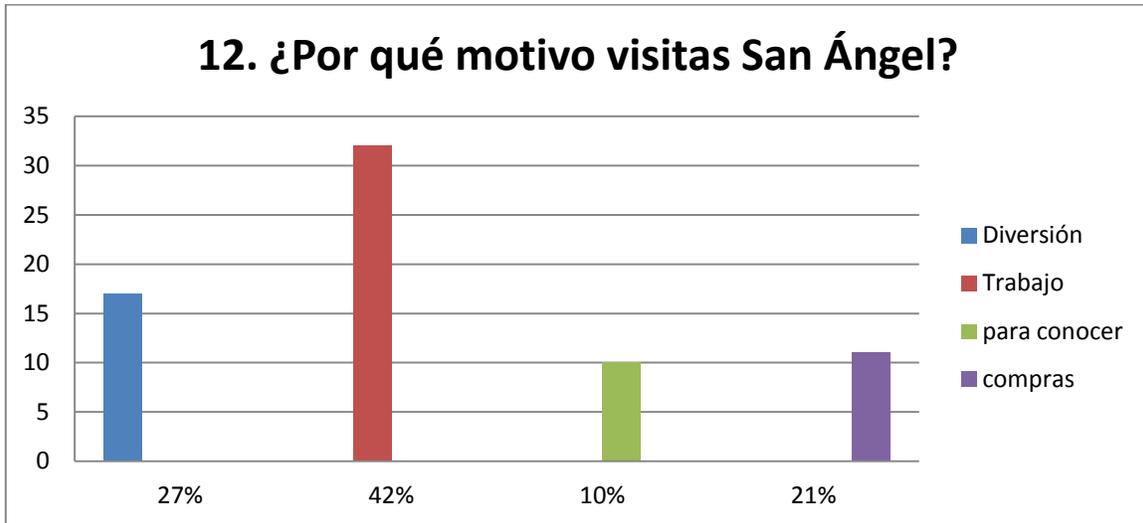


**Del total de encuestados un 33 peciento consume tragos largos y un 31 porciento cerveza.**

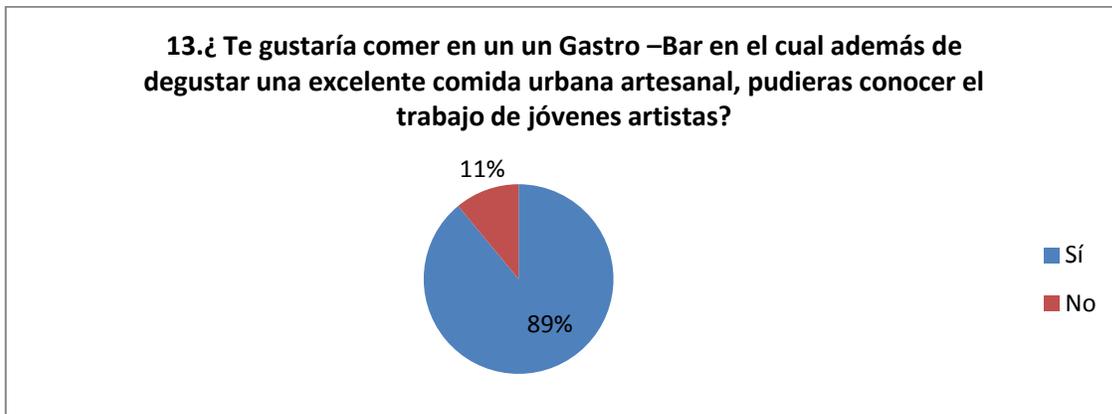


**Del total de encuestados un 43 por ciento visita cada semana San Ángel.**

**Graficas.**



**Del total de encuestados un 42 por ciento visita San Ángel por trabajo.**



**Del total de encuestados un porcentaje muy alto les gustaría conocer el trabajo de jóvenes artistas.**

Tabulación:

| Pregunta | A  | B  | C  | D  | Total |
|----------|----|----|----|----|-------|
| 1        | 3  | 97 | 0  | 0  | 100   |
| 2        | 5  | 9  | 86 | 0  | 100   |
| 3        | 49 | 43 | 5  | 3  | 100   |
| 4        | 78 | 18 | 4  | 3  | 100   |
| 5        | 78 | 2  | 11 | 9  | 100   |
| 6        | 6  | 7  | 40 | 47 | 100   |
| 7        | 48 | 8  | 40 | 4  | 100   |
| 8        | 10 | 18 | 72 | 0  | 100   |
| 9        | 17 | 63 | 20 | 0  | 100   |
| 10       | 32 | 19 | 33 | 16 | 100   |
| 11       | 12 | 43 | 26 | 19 | 100   |
| 12       | 27 | 42 | 10 | 21 | 100   |
| 13       | 89 | 11 | 0  | 0  | 100   |

Conclusión de la Investigación de Mercado:

Con las encuestas realizadas se llego a las siguientes conclusiones:

- Un porcentaje muy alto (49%) asiste 2 o más veces a un bar por lo que las posibilidades de excito son altas.
- Las personas encuestadas están dispuestas hacer un consumo considerable y a permanecer por más de 2 horas en el bar.
- En el caso de las bebidas la preferencia se encuentra en los tragos largos y en la cerveza, bebidas que estarán disponibles en el Gatro Bar.
- En un futuro Gastro Bar podrá tener un espacio donde muestre el trabajo de jóvenes Artistas, ya que las personas encuestadas manifestaron su gusto por para están en un lugar para comer, beber y combinarlo con el arte.

### 3 PLAN DE PRODUCCIÓN

#### 5.1. INSUMOS y PROVEEDORES

##### JUGOS Y REFRESCOS

| <b>Refrescos</b>  | <b>Aguas</b>   | <b>Jugos</b>   |
|---|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Coca-Cola</li></ul>   | <ul style="list-style-type: none"><li>• Agua Embotella da Ciel</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Jugo de Naranja</li></ul>  |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Coca-Cola Light</li></ul>   | <ul style="list-style-type: none"><li>• Agua Mineral Ciel</li></ul>      | <ul style="list-style-type: none"><li>• Jugo de Piña</li></ul>     |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Coca-Cola Zero</li></ul>  | <ul style="list-style-type: none"><li>• Agua Quina Ciel</li></ul>        | <ul style="list-style-type: none"><li>• Jugo de Toronja</li></ul>  |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Sprite</li></ul>  |  | <ul style="list-style-type: none"><li>• Jugo de Tomate</li></ul>   |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Fanta</li></ul>   |  | <ul style="list-style-type: none"><li>• Jugo de Uva</li></ul>      |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Fresca</li></ul>  |  | <ul style="list-style-type: none"><li>• Jugo de Arándano</li></ul> |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Manzana Lift</li></ul>  |  | <ul style="list-style-type: none"><li>• Jugo de Durazno</li></ul>  |
| <b>Proveedores</b>  |  |  |
| Coca-Cola FEMSA: Calz. De Tlalpan 3000, el reloj, México, C.P 0460, DF.<br>Tel: (55) 5617 1170                    |  |  |
| El Zorro Abarrotero: Mazatzin 8 Col. Adolfo Ruíz Cortines C.P. 04630<br>Coyoacán, México D.F. Tel: (55) 5245 2720 |  |  |

## CERVEZAS

| <b>Cerveza de botella</b>   |                   |
|---|-------------------|
| • Corona Extra  | • Corona Light    |
| • León  | • Modelo Especial |
| • Modelo Light  | • Montejo         |
| • Negra Modelo  | • Pacifico        |
| • Victoria  | • Budweiser       |
| • Bud Light   | • Carlsberg       |
| <b>Cerveza de barril</b>  |                   |
| • Modelo especial   | • Negra Modelo    |
| Cervecería Modelo: Xochimilco 4756, División del Norte Infonavit, Xochimilco.<br>Tel: 9138 9990                   |                   |
| Cervecería Modelo: Poniente 116 718, Industria Vallejo, Gustavo A. Madero, Ciudad de México. Tel: 01 55 5368 0112 |                   |

## LICORES

| <b>Destilados</b>   |   |
|---|---|
| <b>Ron</b>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bacardi Blanco</li> <li>• Bacardi Añejo</li> <li>• Appleton Blanco</li> <li>• Appleton Statr</li> <li>• Capitan Morgan</li> <li>• Havana Blanco</li> <li>• Havana 7 años</li> <li>• Malibu</li> </ul>  |
| <b>Brandy</b>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Azteca de Oro</li> <li>• Don Pedro</li> <li>• Fundador</li> <li>• Terry Centenario</li> <li>• Torre X</li> </ul>   |
| <b>Cognacs</b>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Courvoisier V.S.O.P</li> <li>• Hennessy V.S.O.P</li> <li>• Martell V.S.O.P</li> </ul>  |
| <b>Ginebra</b>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Beefeater</li> <li>• Bombay</li> <li>• Tanqueray</li> </ul>  |
| <b>Tequila</b>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cazadores Blanco</li> <li>• Cazadores Reposado</li> <li>• Centenario Azul</li> <li>• Centenario Añejo</li> <li>• Cuervo Especial</li> <li>• Cuervo Tradicional</li> <li>• Don Julio Reposado</li> <li>• Herradura Reposado</li> <li>• Jimador</li> <li>• Hornitos</li> </ul> |
| <b>Vodkas</b>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Absolut Azul</li> <li>• Absolut Citron</li> <li>• Absolut Mandarin</li> <li>• Absolut Mango</li> <li>• Eristoff</li> <li>• Smirnoff</li> <li>• Stolichnaya</li> <li>• Wyborowa</li> </ul>  |
| <b>Whisky</b>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Buchanan´s 12</li> <li>• Chivas 12 años</li> <li>• Dewar´s 12</li> <li>• J&amp;B</li> <li>• Johnnie Walker Red</li> <li>• Johnnie Walker Black</li> <li>• Jack Daniel´s</li> <li>• Jim Beam</li> <li>• Jameson</li> </ul>  |
| <b>Proveedores</b>  |   |
| <p>La Castellana: Miguel Ángel de Quevedo, esq. Melchor Ocampo, Coyoacán, D.F.<br/> Tels.(55) 5554 1170/(55) 5554 1171<br/> coyoacan@lacastellana.com</p> |   |
| <p>Bodegas Alianza: Av Aztecas 847, col Ajusco, Tlalpan, D.F.</p>   |   |

**MATERIAS PRIMAS:**

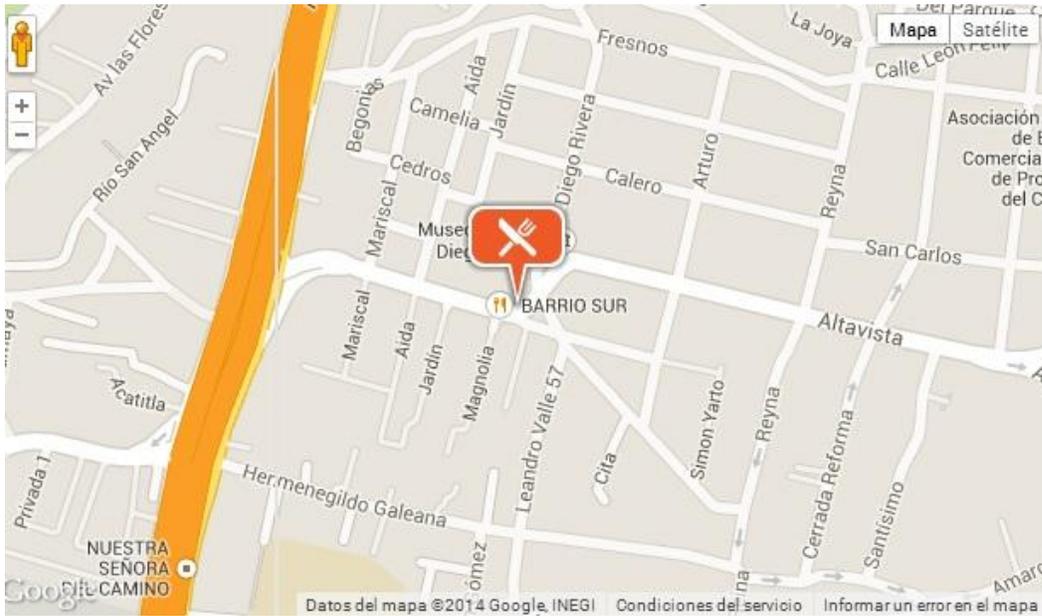
| <b>Materias Primas</b>  |                   |
|---|-------------------|
| • Harina  | • Huevo           |
| • Royal   | • Levadura        |
| • Azúcar  | • Sal             |
| • Cátsup  | • Mostaza         |
| • Mayonesa  | • Chipotle        |
| • Salsa Magy  | • Salsa Inglesa   |
| • Salsa Valentina   | • Salsa Tabasco   |
| • Pimienta  | • Knorr Suiza     |
| • Mantequilla   | • Margarina       |
| • Aceite  | • Manteca         |
| • Vinagre   | • Aceite de oliva |
| <b>Proveedores</b>  |                   |
| Central de Abastos: Canal de Rio Churubusco S/N Canal de Apatlaco, Iztapalapa, Central de Abastos Ciudad de México.<br>Tel: 01 55 5600 1164 |                   |
| Rutero La Parcelita: <a href="http://www.laparcélita.com">www.laparcélita.com</a> Tel: 5808 0023<br>Correo: pedidos@laparcélita.com         |                   |

**FRUTAS Y VERDURAS**

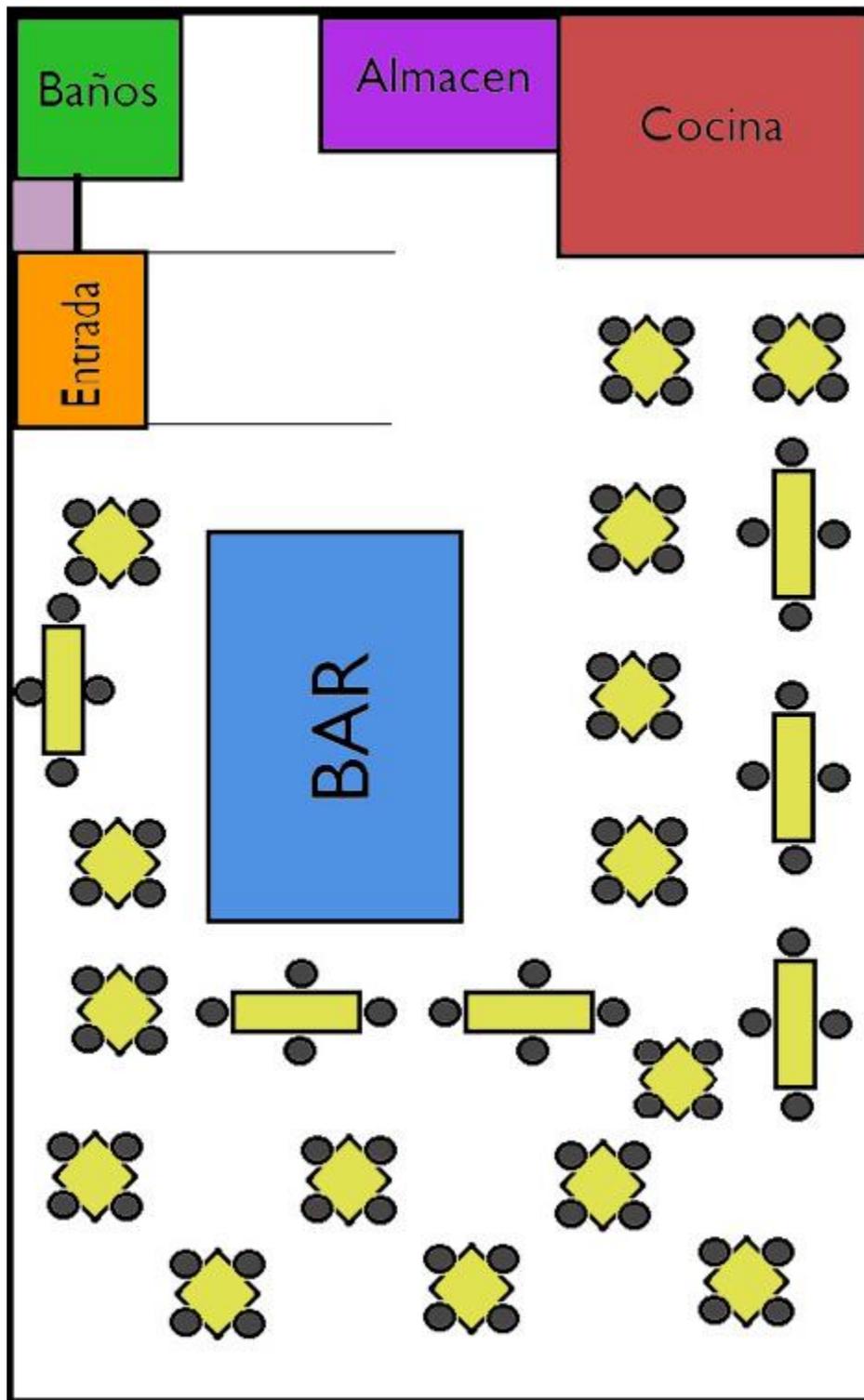
| <b>Futas y Verduras</b>   |                 |
|---|-----------------|
| • Aguacate  | • Frambuesa     |
| • Fresa   | • Jamaica       |
| • kiwi  | • Lima          |
| • Limón   | • Naranja       |
| • Piña  | • Tuna          |
| • Aceituna  | • Ajos          |
| • Cebolla   | • Champiñón     |
| • Hongo Silvestre   | • Jitomate bola |
| • Lechuga Orejona   | • Lechuga Román |
| • Pepinillo   | • Pepino        |
| • Hierba de olor  | • Cilantro      |
| <b>Proveedores</b>  |                 |
| Central de Abastos: Canal de Rio Churubusco S/N Canal de Apatlaco, Iztapalapa, Central de Abastos Ciudad de México.<br>Tel: 01 55 5600 1164 |                 |
| Rutero La Parcelita: <a href="http://www.laparcélita.com">www.laparcélita.com</a> Tel: 5808 0023<br>Correo: pedidos@laparcélita.com         |                 |

## 5.2. LOCALIZACIÓN DE LA PLANTA

Áltavista esquina Santa Catarina, colonia San Ángel Inn, Delegación Álvaro Obregón



### 5.3. DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA



#### 5.4. DESCRIPCIÓN DEL EQUIPO

##### EQUIPO MENOR DE BAR

| <b>Equipo menor de Bar</b>   |                        |
|--|------------------------|
| • Hielera  | • Pala para hielos     |
| • Pica hielos  | • Escarchadores        |
| • Tajo   | • Mamila de jugos      |
| • Dosificadores  | • Jigger               |
| • Sheiker  | • Martillo             |
| • Colador de gusanillo   | • Destapacorchos       |
| • Destapador   | • Rallador de cítricos |
| • Exprimidor   | • Licuadora            |
| • Bailarina  | • Colador              |
| • Popotero   | • Mortero              |
| <b>Proveedores</b>   |                        |
| La Anfora: Carretones No. 85-A col. Merced Balbuena C.P. 15810<br>Del. Venustiano Carranza<br>Tel: 5764 3553 |                        |

##### CRISTALERIA

| <b>Cristalería</b>   |                       |
|--|-----------------------|
| • Copa coctelera   | • Copa bola           |
| • Copa globo   | • Copa de agua        |
| • Copa de agua   | • Copa tulipán        |
| • Copa de vino tinto   | • Copa de vino blanco |
| • Copa de vino espumoso  | • Copa de champaña    |
| • Caballito de 1 y 2 onz   | • Old fashion         |
| • Collins  | • Haibolero 12 onzas  |
| • Tarro cervecero  | • Jarra               |
| • Coñaquera  | • Cheiser             |
| <b>Proveedores</b>   |                       |
| La Anfora: Carretones No. 85-A col. Merced Balbuena C.P. 15810<br>Del. Venustiano Carranza<br>Tel: 5764 3553 |                       |

## EQUIPO MENOR DE COCINA

| <b>EQUIPO MENOR DE COCINA</b>   |                              |
|---|------------------------------|
| • Cucharón  | • Cazo                       |
| • Pala de frito   | • Espátula                   |
| • Bowls   | • Dispensador de condimentos |
| • Medidor   | • Regular                    |
| • Coladores   | • Condimenteros              |
| • Cortador de masa  | • Cortador de pizza          |
| • Cubiertos   | • Cucharones                 |
| • Cuchillo chef   | • Cuchillo tajador           |
| • Cuchillo sierra   | • Cuchillo pela papas        |
| • Cuchillo legumbres  | • Cuchillo carnicera         |
| • Afilador  | • Sartén con teflón          |
| • Sartén  | • Sartén para salsa          |
| • Sartenes de acero inoxidable  | • Tablas para picar          |
| • Tenedores   | • Termómetros                |
| • Ablandador de carne   | • Cuchara parisien           |
| • Descorazonador  | • Machacador de ajo          |
| • Machacador de papas   | • Pelador                    |
| • Rayador de acero  | • Peso de hielo para carne   |
| • Peso de hielo para carne  | • Baldes para vino           |
| • Saleros   | • Pimenteros                 |
| • Salseras  | • Azucarera                  |
| <b>Proveedores</b>  |                              |
| La Anfora: Carretones No. 85-A col. Merced Balbuena C.P. 15810 Del. Venustiano Carranza<br>Tel: 5764 3553<br>Equichef: México D.F Tel: (55)5511 7812/5652<br><a href="http://www.equichef.com">www.equichef.com</a> |                              |

## EQUIPO MAYOR DE COCINA

| <b>Equipo Mayor de Cocina</b>  |   |
|--|---|
| • Baño María con plancha   | • Barra de servicio                           |
| • Carro para charolas y cubiertos  | • Estufa maestra                              |
| • Plancha grill  | • Fregadero para loza con tarja               |
| • Gabinete con repisa superior   | • Mesa para recibir la loza sucia en escuadra |
| • Mesa con lambrin y tajo  | • Refrigerador                                |
| <b>Proveedores</b>   |   |
| Equipo para Restaurantes México D.F Tel: (55)8421 2496<br><a href="http://www.equipopararestaurantes.com">www.equipopararestaurantes.com</a><br>Euroquipo Tel: (442)221 5455<br><a href="http://www.eroquipo.com.mx">www.eroquipo.com.mx</a> |   |



## FLAIR POP

|                        |                 |                       |                   |
|------------------------|-----------------|-----------------------|-------------------|
| <b>Tipo de receta:</b> | <b>Ertándar</b> | <b>Clarificación:</b> | <b>Entrada</b>    |
| <b>N° de</b>           | <b>1</b>        | <b>Porciones</b>      | <b>.500 gr</b>    |
|                        |                 | <b>FECHA:</b>         | <b>13/08/2014</b> |

**PERSONAS: 2** **NOMBRE: FISH & CHIPS**

|                        |                 |                 |  |
|------------------------|-----------------|-----------------|--|
| <b>PRECIO DE VENTA</b> |                 | <b>\$146.05</b> |  |
| <b>\$125.90</b>        | <b>IVA</b>      | <b>\$20.14</b>  |  |
| <b>19%</b>             | <b>COSTO</b>    | <b>\$23.92</b>  |  |
| <b>32%</b>             | <b>COSTOS</b>   | <b>\$40.29</b>  |  |
| <b>14%</b>             | <b>MÉHINA</b>   | <b>\$17.63</b>  |  |
| <b>25%</b>             | <b>UTILIDAD</b> | <b>\$31.48</b>  |  |

| Código | Ingredientes       | Cantidad | Un. | Precio Un | Importe |
|--------|--------------------|----------|-----|-----------|---------|
|        | Papas              | 0.1      | pa. | \$30.00   | \$3.00  |
|        | Filete de pescado  | 0.1      | pa. | \$40.50   | \$4.05  |
|        | Mayones            | 0.570    | gr. | \$17.00   | \$9.69  |
|        | Limonos            | 0.2      | pa. | \$30.00   | \$6.00  |
|        | Agua Mineral       | 0.3      | oz. | \$10.00   | \$3.00  |
|        | Cerveza            | 0.4      | oz. | \$14.00   | \$5.60  |
|        | Harina             | 0.670    | gr. | \$20.00   | \$13.40 |
|        | Polvo para hornear | 0.030    | gr. | \$11.00   | \$0.33  |
|        | Vodka              | 0.2      | oz. | \$199.00  | \$39.80 |
|        |                    |          |     |           |         |
|        |                    |          |     |           |         |

### Proceso

1. En un bowl mediano verter ½ taza de agua mineral y ½ taza de cerveza clara, agregar ½ taza de agua, 4 tazas de harina de trigo, 2 cdas de polvo para hornear 2 oz. De vodka y mezclar todo con un batidor hasta que tenga una consistencia espesa.
2. Dejar a temperatura ambiente una hora para fermentar.
3. Después de haber fermentado, dejar reposar en refrigeración mínimo cuatro horas hasta el momento de servir.
4. Lavar y desinfectar las papas.
5. Cocinar las papas enteras en agua salada hasta que estén suaves.
6. Cortarlas en gajos, aún calientes.
7. Calentar en la freidora el aceite
8. Freír por 3 minutos a 120° grados.
9. Una vez que pasen los 3 minutos sacarlos y secarlos en papel absorbente
10. Cortar el filete de pescado de temporada horizontalmente al tamaño de 2 dedos.
11. Pasar los filetitos cortados por harina pasarlos sobre el tempura.
12. Freír los pecaditos por 3 minutos a 170° grados.
13. Sacar los pecaditos de la freidora y secarlos en papel absorbente.
14. Enrollar los pescaditos en papel estraza y montar en una tabla de madera y poner las 180 gr. de papas.
15. Presentar.

|  |                   |               |  |                        |                 |
|--|-------------------|---------------|--|------------------------|-----------------|
|  | <b>% de Costo</b> | <b>35.00%</b> |  | <b>COSTO M.P</b>       | <b>\$84.87</b>  |
|  |                   |               |  | <b>COSTO P/P</b>       | <b>\$37.00</b>  |
|  | <b>Factor</b>     | <b>3.40</b>   |  | <b>Imprevistos</b>     | <b>3%</b>       |
|  |                   |               |  | <b>Total Costo</b>     | <b>\$37.03</b>  |
|  |                   |               |  | <b>Precio Sugerido</b> | <b>\$125.90</b> |
|  | <b>I.V.A</b>      | <b>16%</b>    |  | <b>I.V.A</b>           | <b>\$20.14</b>  |
|  |                   |               |  | <b>Precio de Venta</b> | <b>\$146.05</b> |

## FLAIR POP

|                        |          |                       |              |
|------------------------|----------|-----------------------|--------------|
| <b>Tipo de receta:</b> | Estándar | <b>Clasificación:</b> | Plato Fuerte |
| <b>Nº de</b>           | 2        | <b>Porciones</b>      | .670 gr      |
|                        |          | <b>FECHA:</b>         | 13/08/2014   |

**PERSONAS: 1** **NOMBRE: LA CLASICA**

|                        |                 |
|------------------------|-----------------|
| <b>PRECIO DE VENTA</b> | \$76.00         |
| \$65.50                | <b>IVA</b>      |
| 19%                    | <b>COSTO</b>    |
| 32%                    | <b>GASTOS</b>   |
| 14%                    | <b>MÓMINA</b>   |
| 25%                    | <b>UTILIDAD</b> |



| Código | Ingredientes         | Cantidad | Un. | Precio Ur | Importe |
|--------|----------------------|----------|-----|-----------|---------|
|        | Pan para hamburguesa | 0.1      | pz. | \$33.00   | \$3.30  |
|        | Jitomate             | 0.150    | gr  | \$25.00   | \$3.75  |
|        | Cebolla              | 0.150    | gr. | \$23.50   | \$3.53  |
|        | Lechuga              | 0.1      | pz. | \$17.00   | \$1.70  |
|        | Queso cheddar        | 0.100    | gr. | \$45.00   | \$4.50  |
|        | Carne angus          | 0.150    | gr. | \$200.00  | \$30.00 |
|        |                      |          |     |           |         |
|        |                      |          |     |           |         |
|        |                      |          |     |           |         |
|        |                      |          |     |           |         |
|        |                      |          |     |           |         |
|        |                      |          |     |           |         |

### Proceso

1. Lavar y desinfectar la verdura.
2. Cortar el jitomate en rodajas
3. Cortar la cebolla en aros.
4. Desojar la lechuga.
5. Rebanar el queso cheddar en láminas.
6. En un bowl salpimentar la carne y sazonar con salsa inglesa y salsa magy.
7. En la plancha poner ½ de aceite y freir la carne al término deseado.
8. Untarle al pan mantequilla y ponerlo en la plancha por 30 segundos.
9. Sacar el pan de la plancha y montar la carne en el pan.
10. Agregarle a la hamburguesa el queso cheddar, una rodaja de jitomate, un aro de cebolla, una hoja de lechuga y 3 pepinilos.
11. Montar la hamburguesa en una tabla de madera.
12. Presentar.

|  |                   |               |  |                        |                |
|--|-------------------|---------------|--|------------------------|----------------|
|  | <b>% de Costo</b> | <b>35.00%</b> |  | <b>COSTO M.P</b>       | <b>\$46.78</b> |
|  |                   |               |  | <b>COSTO PIP</b>       | <b>\$24.00</b> |
|  | <b>Factor</b>     | <b>3.40</b>   |  | <b>Imprevistos</b>     | <b>4%</b>      |
|  |                   |               |  | <b>Total Costo</b>     | <b>\$24.04</b> |
|  |                   |               |  | <b>Precio Sugerido</b> | <b>\$81.74</b> |
|  | <b>I.V.A</b>      | <b>16%</b>    |  | <b>I.V.A</b>           | <b>\$13.08</b> |
|  |                   |               |  | <b>Precio de Venta</b> | <b>\$94.81</b> |

## FLAIR POP

|                        |                      |                   |  |   |                     |
|------------------------|----------------------|-------------------|--|---|---------------------|
| <b>Tipo de receta:</b> |                      | <b>Ensalada</b>   | <b>Clasificación:</b>  |   | <b>Plata Fuelle</b> |
| <b>N° de:</b>          | <b>3</b>             | <b>Porciones:</b> | <b>.578 gr</b>   | <b>FECHA:</b>   | <b>13/08/2014</b>   |
| <b>PERSONAS: 1</b>     |                      |                   | <b>NOMBRE: A LA CERVEZ</b>   |   |                     |
| <b>PRECIO DE VENTA</b> | <b>\$120.41</b>      |                   |  |  |                     |
| <b>\$103.80</b>        | <b>IVA</b>           | <b>\$16.61</b>    |  |   |                     |
| <b>19%</b>             | <b>COSTO</b>         | <b>\$19.72</b>    |  |   |                     |
| <b>32%</b>             | <b>COSTOS</b>        | <b>\$33.22</b>    |  |   |                     |
| <b>14%</b>             | <b>MÉHINA</b>        | <b>\$14.53</b>    |  |   |                     |
| <b>25%</b>             | <b>UTILIDAD</b>      | <b>\$25.95</b>    |  |   |                     |
| <b>Código</b>          | <b>Ingredientes</b>  | <b>Cantidad</b>   | <b>Un.</b>   | <b>Precio Un.</b>   | <b>Importe</b>      |
|                        | Pan para hamburguera | 0.1               | pz.  | \$33.00   | \$3.30              |
|                        | Cebolla              | 0.1               | pz.  | \$23.00   | \$2.30              |
|                        | Lechuga              | 0.1               | pz.  | \$17.00   | \$1.70              |
|                        | Chilar               | 0.1               | pz.  | \$21.50   | \$2.15              |
|                        | Cerveza              | 0.2               | oz.  | \$14.00   | \$2.80              |
|                        | Aguacate             | 0.50              | qr.  | \$35.00   | \$17.50             |
|                        | Carne anque          | 0.150             | qr.  | \$200.00  | \$30.00             |

### Proceso

1. Lavar y desinfectar la verdura
2. Cortar la cebolla en aros.
3. Desojar la lechuga.
4. Rebanar 1 chile en julianas.
5. Rebanar un aguacate.
6. En un bowl mediano verter ½ taza de agua mineral y ½ taza de cerveza clara, agregar ½ taza de agua, 4 tazas de harina de trigo, 2 cdas de polvo para hornear 2 oz. De vodka y mezclar todo con un batidor hasta que tenga una consistencia espesa.
7. Dejar a temperatura ambiente una hora para fermentar.
8. Después de haber fermentado, dejar reposar en refrigeración mínimo cuatro horas hasta el momento de servir.
9. Calentar la freidora con aceite
10. Pasar un aro de cebolla por el tempura.
11. Freír el aro de cebolla por 3 minutos a 120° grados.
12. Sacarlo de la freidora y secarlo con papel absorbente.
13. En un sartén caliente o en la parrilla poner los chiles en julianas hasta que estén toreados.
14. En un bowl salpimentar la carne y agregarle ½ oz. De cerveza oscura .
15. En la plancha poner ½ de aceite y freír la carne al término deseado.
16. Untarle al pan mantequilla y ponerlo en la plancha por 30 segundos.
17. Sacar el pan de la plancha y montar la carne en el pan.
18. Agregarle a la hamburguesa, un aro de cebolla, una hoja de lechuga, chiles toreados y el aguacate.
19. Montar la hamburguesa en una tabla de madera.
20. Presentar.

|  |                   |               |  |                        |                 |
|--|-------------------|---------------|--|------------------------|-----------------|
|  | <b>% de Carta</b> | <b>35.00%</b> |  | <b>COSTO M.P</b>       | <b>\$59.75</b>  |
|  |                   |               |  | <b>COSTO P/P</b>       | <b>\$30.50</b>  |
|  | <b>Factor</b>     | <b>3.40</b>   |  | <b>Imprevirtur</b>     | <b>3%</b>       |
|  |                   |               |  | <b>Total Carta</b>     | <b>\$30.53</b>  |
|  |                   |               |  | <b>Precio Sugerido</b> | <b>\$103.80</b> |
|  | <b>I.V.A</b>      | <b>16%</b>    |  | <b>I.V.A</b>           | <b>\$16.61</b>  |
|  |                   |               |  | <b>Precio de Venta</b> | <b>\$120.41</b> |



## FLAIR POP

|                        |          |                       |            |
|------------------------|----------|-----------------------|------------|
| <b>Tipo de receta:</b> | Estándar | <b>Clasificación:</b> | BEBIDA     |
| <b>Nº de</b>           | 7        | <b>Porciones</b>      | 12 oz      |
|                        |          | <b>FECHA:</b>         | 13/08/2014 |

**PERSONAS: 1** **NOMBRE: LIMONADA ELECTRICA**

|                        |                 |  |   |         |
|------------------------|-----------------|--|---|---------|
| <b>PRECIO DE VENTA</b> | \$58.08         |  |  |         |
| \$50.08                | <b>IVA</b>      |  |   | \$8.00  |
| 19%                    | <b>COSTO</b>    |  |   | \$9.52  |
| 32%                    | <b>GASTOS</b>   |  |   | \$16.03 |
| 14%                    | <b>NÓMINA</b>   |  |   | \$7.01  |
| 25%                    | <b>UTILIDAD</b> |  |   | \$12.52 |

| Código | Ingredientes   | Cantidad | Un. | Precio Ur | Importe |
|--------|----------------|----------|-----|-----------|---------|
|        | Jugo de Limo   | 0.2      | oz. | \$30.00   | \$6.00  |
|        | Jarabe natural | 0.1      | oz. | \$30.00   | \$3.00  |
|        | Vodka          | 0.2      | oz. | \$199.00  | \$39.80 |
|        | Agua mineral   | 0.6      | oz. | \$10.00   | \$6.00  |
|        | Curacao        | 0.1      | oz. | \$100.00  | \$10.00 |
|        |                |          |     |           |         |
|        |                |          |     |           |         |
|        |                |          |     |           |         |
|        |                |          |     |           |         |
|        |                |          |     |           |         |
|        |                |          |     |           |         |
|        |                |          |     |           |         |
|        |                |          |     |           |         |

### Proceso

1. Lavar los limones.
2. Exprimirlos para hacer jugo.
3. El un vaso haibolero llenarlo de hielo
4. Servir en el vaso 2 oz. de jugo de limón.
5. Agregar en el vaso 2oz. de jarabe natural
6. Agregar 2 oz. de vodka
7. Alargar con agua mineral y mezclar
8. Una vez mezclado agregar un dash de curazau.
9. Presentar.

|  |                   |             |  |                        |                |
|--|-------------------|-------------|--|------------------------|----------------|
|  | <b>% de Costo</b> | <b>20%</b>  |  | <b>COSTO M.P</b>       | <b>\$64.80</b> |
|  |                   |             |  | <b>COSTO P/P</b>       | <b>\$20.00</b> |
|  | <b>Factor</b>     | <b>2.50</b> |  | <b>Imprevistos</b>     | <b>3%</b>      |
|  |                   |             |  | <b>Total Costo</b>     | <b>\$20.03</b> |
|  |                   |             |  | <b>Precio Sugerido</b> | <b>\$50.08</b> |
|  | <b>I.V.A</b>      | <b>16%</b>  |  | <b>I.V.A</b>           | <b>\$8.00</b>  |
|  |                   |             |  | <b>Precio de Venta</b> | <b>\$58.08</b> |



## 4 PLAN FINANCIERO DE FLAIR POP

### Inversión \$1,500,000

| INVERSIÓN                          |                |                |                 |                 |                 |
|------------------------------------|----------------|----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Inversión Inicial (1,500,000)      | 1 año          | 2 años         | 3 años          | 4 años          | 5 años          |
| Costos de materia prima            | \$1,454,031.35 | \$1,855,344.01 | \$2,040,878.41  | \$2,244,966.25  | \$2,469,462.87  |
| Gastos (Directos e Indirectos)     | \$1,200,000.00 | \$1,200,000.00 | \$1,200,000.00  | \$1,200,000.00  | \$1,200,000.00  |
| Ingresos                           | \$8,433,381.85 | \$9,276,720.04 | \$10,204,392.04 | \$11,224,831.24 | \$12,347,314.37 |
| Utilidad                           | \$5,779,350.50 | \$6,221,376.03 | \$6,963,513.63  | \$7,779,864.99  | \$8,677,851.49  |
| Inversión Inicial                  | \$1,500,000.00 | \$1,500,000.00 | \$1,500,000.00  | \$1,500,000.00  | \$1,500,000.00  |
| TIR (Tasa de Retorno de Inversión) | -285%          | -315%          | -364%           | -419%           | -479%           |

### Presupuesto de Ventas

| Presupuesto de Ventas |              |              |              |              |                |                |                |
|-----------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|----------------|----------------|----------------|
| Mes                   | Marzo        | Abril        | Mayo         | Junio        | Julio          | Agosto         | Septiembre     |
| Año                   | 133          | 146          | 161          | 177          | 195            | 214            | 235            |
| Cheque Promedio       | \$197.00     | \$197.00     | \$197.00     | \$197.00     | \$197.00       | \$197.00       | \$197.00       |
| Días Laborados        | 27           | 27           | 27           | 27           | 27             | 27             | 27             |
| Total de Ventas       | \$706,719.97 | \$777,391.97 | \$855,131.17 | \$940,644.28 | \$1,034,708.71 | \$1,138,179.58 | \$1,251,997.54 |

| EJERCICIO FINANCIERO                |                       |                       |                     |                        |                        |
|-------------------------------------|-----------------------|-----------------------|---------------------|------------------------|------------------------|
| Ingresos                            | 1 Año                 | 2 Año                 | 3 Año               | 4 Año                  | 5 Año                  |
| Numero de clientes por día          | 75                    | 150                   | 225                 | 300                    | 375                    |
| Consumo promedio de cliente por día | \$197.00              | \$197.00              | \$197.00            | \$197.00               | \$197.00               |
| Ingreso Promedio Semanal            | \$103,425.00          | \$11,4457.00          | \$125,489.00        | \$151,690.00           | \$517,125.00           |
| Ingreso Promedio Mensual            | \$398,925.00          | \$797,850.00          | \$1,196,775.00      | \$1,595,700.00         | \$1,994,825.00         |
| <b>Total de ingresos Anuales</b>    | <b>\$4,679,100.00</b> | <b>\$9,574,200.00</b> | <b>\$14,361,300</b> | <b>\$19,149,400.00</b> | <b>\$23,395,500.00</b> |
| Egresos                             |                       |                       |                     |                        |                        |
| Alquiler del local                  | \$35,000.00           | \$38,500.00           | \$42,350.00         | \$46,585.00            | \$51,243.00            |
| Insumos para operar                 | \$86,000.00           | \$72,600.00           | \$79,860.00         | \$87,846.00            | \$96,630.00            |
| Salario del Personal                | \$40,000.00           | \$44,000.00           | \$48,400.00         | \$53,240.00            | \$58,564               |
| Luz, agua, telefono, internet       | \$25,000.00           | \$27,500.00           | \$30,250.00         | \$33,275.00            | \$36,602.00            |
| <b>Total de Egresos</b>             | <b>\$166,000.00</b>   | <b>\$182,600.00</b>   | <b>\$200,860.00</b> | <b>\$220,946.00</b>    | <b>\$243,039</b>       |

|                             |              |
|-----------------------------|--------------|
| CHEQUE PROMEDIO             | \$197.00     |
| LOCAL                       | \$250,000.00 |
| INVERSION INICIAL           | \$1,500,000  |
| PRESUPUESTO DE EQUIPO MAYOR | \$250,000.00 |
| PRESUPUESTO DE EQUIPO MENOR | \$57,000.00  |
| PRESUPUESTO DE MOBILIARIO   | \$300,000.00 |
| NOMINA                      | \$68,000.00  |
| INSUMOS Y ABARROTES         | \$200,000.00 |
| OTROS                       | \$75,000.00  |

**Para la constitución del Gastro Bar se requiere de la siguiente Normatividad establecida**

| REQUISITOS PARA OPERAR UN RESTAURANTE.   |  |   |   |
|--|--|---|---|
| TRÁMITE.   | DESCRIPCIÓN:   | VIGENCIA:   | SANCIÓN.  |
| <b>LEY DE DESARROLLO URBANO.<br/>USOS DE SUELO.</b>  |  |   |   |
| Certificación de zonificación de usos del suelo permitidos.  | Permite operar el giro autorizado en los programas de uso de suelo delegacional.   | 2 años.   | Multa<br>Del 5% al 10% del valor comercial de las obras |
| Certificado de acreditación de uso del suelo por derechos adquiridos   | Reconoce los derechos adquiridos de uso del suelo que tienen los propietarios o poseedores de un inmueble.   | Indefinida  | Multa<br>Del 5% al 10% del valor comercial de las obras |
| <b>LEY DE ESTABLECIMIENTOS MERCANTILES.</b>  |  |   |   |
| Solicitud de Aviso para apertura de establecimiento con venta de alimentos preparados acompañados de cerveza y vino de mesa (sin licores) giro de "bajo impacto" | Para operar un establecimiento cuyo giro no requiera permiso de funcionamiento. Los giros de bajo impacto que cuenten con una superficie menor de 70 mts <sup>2</sup> podrán vender alimentos preparados acompañados de cerveza y vino de mesa durante el horario de 12 a 17 hrs.  | Permanente.   | Multa de 126 a 350 días de salario y Clausura.          |
| Solicitud de Permiso para la colocación de enseres o instalaciones desmontables en la vía pública, contiguos a restaurantes y cafeterías                         | Documento que autoriza extender el área de servicio a la vía pública contigua al establecimiento, mediante colocación de enseres o instalaciones desmontables.   | Hasta un año.   | Multa de 126 a 350 días de salario                      |
| Solicitud de Permiso para la apertura de Restaurante con venta de bebida alcohólica considerado giro de impacto vecinal.   | Se autoriza a Restaurantes la venta de alimentos preparados con venta de bebida alcohólica, considerándolos giros de Impacto Vecinal.  | 3 años  | Multa de 351 a 2500 días de salario y Clausura.         |
| Seguro de Responsabilidad Civil.   | Otorga protección al asegurado si un tercero le exigiere indemnización por daños y perjuicios a consecuencia de un acontecimiento que, produciéndose durante la vigencia del seguro, ocasione la muerte, lesión o menoscabo de la salud de la persona (daños personales) o el deterioro o destrucción de sus bienes (daños materiales).  | Depende de su contratación.<br>Por lo General es Anual. | Multa 50 a 1000 días de salario                         |
| Cajones de estacionamiento.  | Se acreditan con los propios del lugar o a través de un contrato de alquiler y servicio de valet parking.<br>Cafeterías y Fondas mayores de 80 m, 1 cajón por cada 30 metros.<br>Restaurantes sin venta bebida alcohólica, de 80 a 200 metros, 1 cajón por cada 15 metros.<br>Restaurantes con venta de bebida alcohólica 1 cajón por cada 7.5 metros.<br>Restaurantes mayores de 200 m, 1 por cada 10 metros.<br>Se debe contar con póliza de seguro para el estacionamiento. | Depende de las características y su contratación        | Multa de 126 a 350 días de salario y clausura.          |
| <b>LEY AMBIENTAL DEL DISTRITO FEDERAL.</b>   |  |   |   |
| Licencia ambiental única.  | Para establecimientos que tengan más de diez empleados y venta de bebidas alcohólicas.<br>Obliga a quienes generen:<br>1. Descarga de aguas residuales. (Trampa de grasa)<br>2. Emisión de ruido.<br>3. Emisión de contaminantes a la atmosfera.<br>3. Residuos Sólidos. (Basura)  | Permanente.<br>Actualización anual.                     | Multa de 20 a 100,000 días de salarios y Clausura.      |

| LEY DE PROTECCION CIVIL  |  |                        |   |
|--|--|------------------------|---|
| Visto bueno de seguridad y operación   | Un director responsable de obra y corresponsable manifiesta que las instalaciones de un establecimiento reúnen las condiciones de seguridad para su operación y funcionamiento.  | 3 años.                | Multa<br>150 a 300 días de S.M y Clausura.                                |
| Programa interno de protección civil.  | Para Restaurantes que tengan acceso a más de 50 personas entre empleados y clientes. El programa lo elabora un tercero acreditado. Es indispensable tener el seguro de responsabilidad civil.  | Permanente.            | Multa de 351 a 2500 días de salario, suspensión de actividades y clausura |
| Medidas de seguridad   | Cuando no requiere de un programa interno de protección civil, por tener menos de 50 personas, deberá tener las siguientes medidas de seguridad:<br>a) Extintores contra incendios con carga vigente a razón de uno por cada 50 metros cuadrados;<br>b) Realizar un simulacro trimestral;<br>c) Colocar en un lugar visible los teléfonos de las autoridades de seguridad pública, protección civil y bomberos;<br>d) Colocar en un lugar visible, señalización de acciones a seguir en lo referente a sismos e incendios; | Permanente.            |   |
| LEY FEDERAL DE DERECHOS DE AUTOR Y PROPIEDAD INTELECTUAL.                          |  |                        |   |
| Pago de cuota a la Sociedad de Autores y Compositores de Música                    | Pago de regalías por el uso de la música.  | Cada año.              |   |
| Registro de marca del nombre comercial y logotipo ante el IMPI.                    | Para la protección del nombre comercial.   | 10 años.<br>Renovable. |   |
| LEY DE CÁMARAS EMPRESARIALES Y SUS CONFEDERACIONES                                 |  |                        |   |
| Inscripción al Sistema de Información Empresarial Mexicano (SIEM)                  | Ante la Secretaría de Economía para acceder a información de proveedores y clientes potenciales, obtener información sobre los programas de apoyo financiero a empresas.   | Cada año.              | Multa   |
| LEY DE SALUD   |  |                        |   |
| Aviso de Funcionamiento a la Secretaría de Salud.                                  | Trámite por el cual se da aviso a la Secretaría de Salud del Distrito Federal del comienzo de actividades.   | Permanente.            | Multa   |
| LEY DEL IMSS   |  |                        |   |
| Inscripción del registro empresarial ante el Instituto Mexicano del Seguro Social. | Registro de la empresa en la base de datos empresarial del IMSS. Dentro de un plazo no mayor de 5 días de inicio de las actividades/ pago de cuota patronal.   | Permanente.            | Multa   |
| CÓDIGO FISCAL DE LA FEDERACIÓN   |  |                        |   |
| Alta en Secretaría de Hacienda y Crédito Público.                                  | Aviso a la SHCP al iniciar actividades como contribuyente dependiendo el régimen fiscal elegido.   | Permanente.            | Multa   |

| DISPOSICIONES GENERALES SOBRE LOS RESTAURANTES.  |  |
|--|--|
| LEY DE ESTABLECIMIENTOS MERCANTILES.   |  |
| Utilizar el local exclusivamente para el giro establecido.   | Multa de 351 a 2500 días de salario y Clausura |
| Tener en el establecimiento mercantil el original o copia certificada del Aviso o Permiso; asimismo original o copia de la póliza de la compañía de seguros con la cual se encuentra asegurado.  | Multa de 126 a 350 días de salario             |
| Permitir el acceso al local al personal autorizado por la Delegación o por la Secretaría de Protección Civil, para que realice funciones de verificación, así como impedir el acceso a policías o militares cuando pretendan hacer uso de los servicios de copeo, estando uniformados o armados.                       | Multa de 351 a 2500 días de salario y clausura |
| Respetar el horario general y no realizar la venta de bebidas alcohólicas después del horario autorizado.  | Multa de 351 a 2500 días de salario y Clausura |
| Tener un horario de servicios permanente y para consumo de Bebidas alcohólicas de 9:00 a.m. hasta las 2:00 hrs del día siguiente.  | Clausura                                       |
| Evitar aglomeraciones en la entrada principal y salidas de emergencia. deberán estar debidamente señaladas al interior de los establecimientos mercantiles, y cuando las características del mismo lo permitan deberán ser distintas al acceso principal de conformidad con la Ley de Protección Civil y su Reglamento | Multa de 126 a 350 días de salario             |
| No discriminar a las personas, salvo en los casos de evidente estado de ebriedad, bajo el influjo de estupefacientes, o que porten armas, así como a los menores de edad, cuando se trate de venta de bebidas alcohólicas y tabaco.  | Multa de 351 a 2500 días de salario y Clausura |
| Otorgar el servicio de estacionamiento gratuito por 2hrs mediante un consumo mínimo.   |  |
| Pedir identificación oficial con fotografía que acredite la mayoría de edad de los concurrentes.   | Multa de 50 a 1000 días de salario.            |
| Colocar una placa de 60 x 40 cm que contenga: horario de servicios, letrero de no discriminar con el teléfono para quejas, croquis con ruta de evacuación (establecimientos de más de 100mts.) seguro de responsabilidad civil y la prohibición de fumar.  | Multa de 126 a 350 días de salario             |
| Contar con un botiquín equipado con medicinas, material e instrumentos de curación. En caso de reunir a más de 50 personas, entre clientes y empleados, contar con el personal capacitado para brindar dichos auxilios.  | Multa de 126 a 350 días de salario             |
| Tener señaladas y a la vista del público las salidas de emergencia las cuales deberán ser distintas del acceso principal y no deberán estar obstruidas en ningún momento. Señalar la localización de los extinguidores con carga vigente.  | Multa de 50 a 1000 días de salario y Clausura  |
| Instalar aislantes de sonido en los Locales, para no generar ruido en el medio ambiente, por encima de los niveles permitidos.   | Multa de 126 a 350 días de salario             |
| Colaborar dentro de sus establecimientos con campañas sanitarias institucionales.  | Multa de 25 a 125 días de salario              |
| Contar con los servicios de uno o más sitios de taxi.  | Multa 50 a 1000 días de salario                |
| Romper todas las botellas vacías de vinos y/o licores, a fin de evitar que sean comercializadas y reutilizadas.  | Multa 50 a 1000 días de salario                |
| Está prohibida la venta de cualquier tipo de bebidas alcohólicas y productos derivados del tabaco a los menores de edad.   | Multa de 351 a 2500 días de salario y clausura |
| Está prohibida la realización de actividades de índole sexual.   | Multa de 351 a 2500 días de                    |

|  |   |
|--|---|
|  | salario   |
| Están prohibidos los cruces de apuestas en el interior de los Locales.   | Multa de 126 a 350 días Salar.                                  |
| Está prohibida la retención de personas dentro del Local. En caso de negativa de pago por parte del cliente.   | Multa de 126 a 350 días de salario                              |
| Está prohibida la elaboración y venta de bebidas con ingredientes o aditivos que no cuenten con registro sanitario.  | Multa de 351 a 2500 días de salario                             |
| Está prohibido utilizar la vía pública como cajones de estacionamiento.  | Multa de 351 a 2500 días de salario                             |
| Queda estrictamente prohibida la venta de los productos derivados del tabaco a menores de edad.  | Multa de 351 a 2500 días de salario y Clausura                  |
| Está prohibido excederse en la capacidad del aforo del establecimiento   | Clausura  |
| Está prohibido exigir pagos por concepto de propina, gratificación, cubierto o conceptos semejantes. Sin autorización del cliente  | Multa de 25 a 125 días de salario                               |
| Está prohibido arrojar residuos sólidos y líquidos en las alcantarillas.   | Multa de 126 a 350 días de salario                              |
| Se debe proporcionar a los clientes la lista de precios correspondientes a las bebidas y alimentos que se ofrecen en la carta o menú.  | Multa de 25 a 125 días de salario                               |
| Prohibida la venta de bebida alcohólica en la modalidad de barra libre.  | Multa   |
| <b>REGLAMENTO EN MATERIA DE AFORO Y SEGURIDAD.</b>   |   |
| Disposición que establece el aforo de los establecimientos mercantiles dependiendo de su Giro (Bajo Impacto, impacto Vecinal e Impacto Zonal) y su tipo. El reglamento establece un aforo en su área de atención para restaurantes de 1.00 mts2 por persona.   | Suspensión de actividades al aplicarse e inmediata clausura.    |
| LINEAMIENTOS GENERALES PARA LA OPERACIÓN DEL SISTEMA ELECTRONICO DE AVISOS Y PERMISOS DE ESTABLECIMIENTOS MERCANTILES DEL DISTRITO FEDERAL.  | SANCIÓN ESTABLECIDA POR LA LEY DE ESTABLECIMIENTOS MERCANTILES. |
| <b>LEY DE RESIDUOS SÓLIDOS.</b>  |   |
| Entregar los residuos sólidos al servicio público de limpia (gratuito para contribuyentes de ingresos menores)   | Multa   |
| Quienes generen un promedio igual o superior a los 50 kg. Por día de residuos sólidos, pagarán por cada Kg. excedente \$1.00. el servicio de recolección.  |   |
| <b>LEY DE PROTECCIÓN A LA SALUD DE LOS NO FUMADORES</b>  |   |
| Fumar en todos los establecimientos donde se expendan al público alimentos y bebidas para su consumo en el lugar.  | Multa de 10 a 30 días de salario                                |
| El propietario, deberá exhortar, a quien se encuentre fumando, a que deje de hacerlo; en caso de negativa se le invitará a abandonar las instalaciones; si el infractor se resiste solicitarán el auxilio de algún policía. La responsabilidad de los propietarios, terminará en el momento en que el propietario se de aviso a la policía.              | Multa de 351 a 2500 días de salario y arresto.                  |
| Colocar un cenicero de pie a la entrada de tu establecimiento, con el letrero "Apaga tu cigarro, o cualquier producto de tabaco, antes de entrar". Deberá estar alejado lo suficiente de la puerta de entrada.   | Multa de 50 a 1000 días de salario                              |
| Señalización de espacio libre de humo de tabaco, con la advertencia de las consecuencias de no respetarlo, así como el número telefónico en el que se puede denunciar o presentar quejas. El número es el 01800 9 NO FUME (66 3863)  | Multa de 50 a 1000 días de salario                              |
| Retirar todos los ceniceros, tanto de pie como de mesa, dentro de tu establecimiento. Los sanitarios deberán ser 100% libres de humo. En zonas para fumar, queda PROHIBIDA la entrada a menores de edad  | Multa de 50 a 1000 días de salario                              |
| No existen horarios para poder fumar, siempre debes mantener las áreas 100% libres de humo. En todas las terrazas habilitadas para fumar, el humo no se pase al área de no fumar. En caso de no poderlo hacerlo, deberá ser considerada como espacio 100% libre de humo.   | Multa de 50 a 1000 días de salario.                             |
| <b>NORMAS OFICIALES LABORALES.</b>   |   |
| Conservar en condiciones seguras las instalaciones de los centros de trabajo. Realizar verificaciones oculares cada doce meses al centro de trabajo, para identificar condiciones inseguras y reparar los daños encontrados. Efectuar verificaciones oculares posteriores a la ocurrencia de un evento que pudiera generarle daños al centro de trabajo. | Multa y Clausura.   |
| Los resultados de las verificaciones deben registrarse, se deben conservarse por un año y contener el menos las fechas en que se realizaron las verificaciones, el nombre del área del centro de trabajo y el tipo de condición insegura encontrada, así como el tipo de reparación realizada.   | Multa y Clausura.   |
| Contar con sanitarios (retretes, mingitorios, lavabos, entre otros) limpios y seguros para el servicio de los trabajadores y, en su caso, con lugares reservados para el consumo de alimentos.   | Multa.  |
| Contar con orden y limpieza permanentes en las áreas de trabajo, así como en pasillos exteriores a los edificios, estacionamientos y otras áreas comunes del centro de trabajo, de acuerdo al tipo de actividades que se desarrollen.  | Multa y Clausura.   |
| <b>LEY FEDERAL DE PROTECCION AL CONSUMIDOR.</b>  |   |
| El proveedor deberá exhibir de forma notoria y visible el monto total a pagar por los bienes, productos o servicios que ofrezca al consumidor; deberá incluir impuestos y cualquier otro costo adicional que se requiere cubrir con motivo de la adquisición.  | Multa de \$381.30 a \$1,220,141.12                              |
| Están obligados a permitir al personal acreditado de la Procuraduría el acceso al lugar o lugares objeto de la verificación así como en un término no mayor de quince días, proporcionar la información o documentación necesaria que les sea requerida para el cumplimiento de sus atribuciones   | Multa de \$381.30 a \$1,220,141.12                              |
| La información o publicidad relativa a bienes, productos o servicios que se difunden por cualquier medio, deberán ser veraces, comprobables y exentos de textos, diálogos, sonidos, imágenes, marcas, denominaciones de origen y otras descripciones que induzcan o puedan inducir a error.  | Multa de \$381.30 a \$1,220,141.12                              |
| Deberá exhibirse a la vista del público la tarifa de los principales servicios ofrecidos, con caracteres claramente legibles.  | Multa de \$381.30 a \$1,220,141.12                              |
| El proveedor de servicios no podrá negarlos o condicionarlos al consumidor por razones de género, nacionalidad, étnicas, preferencias sexuales, religiosas o cualquiera otra particularidad.   | Multa de \$381.30 a \$1,220,141.12                              |
| El proveedor, tiene obligación de entregar al consumidor factura, recibo o comprobante, en el que consten los datos específicos de la compraventa, servicio prestado u operación realizada   | Multa de \$571.94 a \$2,236,925.40                              |

## BIBLIOGRAFÍA

Alatraste Mendoza, Adrián; Jaramillo Carvallo, Cynthia; Ocón Rosales, Jazmín Alejandra. *Guía de Negocios Restaurante*. México, Impresiones aéreas, primera edición 2011.

Balanko-Dickson, Greg. *Cómo Preparar un Plan de Negocios Exitoso*. 1° Edición en español, Edit. Mc Graw Hill, México.2008

García Durón, Carlos. *Ingeniería del Menú*. Editorial Trillas. Reimpresión 2013. México.

Durón García, Carlos. *El Éxito Restaurantero. Habilidades directivas*. Editorial Trillas. México, 2009.

Luke, Richard. *Cómo crear una empresa exitosa*”, 2° edición, Edit. Deusto, año 2006.

Ramírez A. Raúl. *Formulario Práctico Forense en Materia Laboral*. Compilaciones Jurídicas. Primera edición, México, 2013.

Youtshimatz Nava, Alfredo. *Control de Costos de Alimentos y Bebidas I*. Editorial Trillas. Reimpresión 2013. México.

Youtshimatz Nava, Alfredo. *Control de Costos de Alimentos y Bebidas II*. Editorial Trillas. Reimpresión 2013. México.

## HEMEROGRAFIA

Entrepreneur. *Abre un negocio gastronómico*. Edición Especial. Publicaciones Aéreas, México, mayo 2013.

Entrepreneur. *Se tu propio jefe*. Volumen 22, número 02, febrero, 2014. Publicaciones Aéreas, México.

Elgourmet. *Cocina que abraza*. Número 82, enero 2014. Grupo Gin media business.

## MESOGRAFIA

<http://www.canirac.org.mx/index.php>

## ANEXOS

### CONTRATO INDIVIDUAL DE TRABAJO

CONTRATO DE (Nombre del contrato dado por la ley o las partes)

CELEBRADO ENTRE.....EN SU CALIDAD DE.....REPRESENTADO  
POR.....Y.....EN SU CALIDAD DE.....,

QUE SE SUJETA EN LAS SIGUIENTES DECLARACIONES Y CLAUSULAS.

#### LAS PARTES DECLARAN

- I. Su nombre, nacionalidad, edad, sexo, estado civil, clave Única de Registro de Población, Registro Federal de Contribuyentes, y domicilio del trabajador y del patrón o sus datos completos de persona moral y de su representante o apoderado;
- II. Que el PATRON ofrece un puesto de trabajo, que requiere ciertas aptitudes y capacidades que EL TRABAJADOR afirma tener y que ambas PARTES conocen las normas y condiciones de trabajo establecidas por la Ley Federal del Trabajador, reformada en 2012 y en especial conocen sus artículos 24, 25, 26, 35, 39-F, 47, 83, 153-J, 159, 700, 784 y 987, cuyas normas son a continuación aplicadas y especificadas en las siguientes clausulas:

#### LAS PARTES ACUERDAN

##### I. DE LAS DENOMINACIONES

Se denominara en lo sucesivo a \_\_\_\_\_ como "EL PATRÓN", A \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_ COMO "EL TRABAJADOR", A la Ley Federal del Trabajador  
como: "LA LEY", Al referirse al presente documento como: "EL CONTRATO", Y a los  
que lo suscriben como: "LAS PARTES".

##### II. DEL TIPO DE TRABAJO

###### DESCRIPCIÓN DEL PUESTO DE TRABAJO:

Conforme a lo establecido por el Artículo 56 Bis de la LEY, el trabajador tendrá una labor principal mas otras laborales o tareas conexas o complementarias, por lo que se identifica, define y describe el puesto de trabajo, en función de sus roles y responsabilidades, tanto principal como complementarias, la mecánica de trabajo, metas a alcanzar, y especificaciones. Describiendo como la meta del trabajador contribuye con la de la organización y del equipo.

El tipo de trabajo.....

Que origina la celebración de este contrato, consiste como actividad principal precisamente en.....y como tareas complementarias las siguientes:

.....  
.....

(Relacionar las tareas o servicios que deban ejecutarse por el trabajador y que este manifiesta tener la capacidad y aptitudes para poder ejecutar, los que se determinaran con la mayor precisión posible);

### III. DEL LUGAR DE TRABAJO

El lugar o los lugares donde daba prestarse el trabajador;

.....  
.....

(En el caso del contrato de trabajo a domicilio o a distancia, EL TRABAJADOR, señala el lugar donde se realizara el trabajo)

“LAS PARTES” convienen que “EL TRABAJADOR” cuando por razones del desarrollo de las actividades de la empresa o del patrón, deberá combinar el lugar de presentación de los servicios contratados, al lugar o lugares que “EL PATRON” le asigne.

### IV. DEL TIEMPO DE DURACION DEL TRABAJO, DE LA JORNADA Y HORARIO

(En el caso del trabajado por obra, a destajo, por proyecto, a distancia o a domicilio o similar, EL TRABAJADOR establecerá su propio horario, por lo general en la jornada diurna)

#### A. “LAS PARTES”. reconocen como fecha de iniciación de.....

(La obra, proyecto o presentación de servicios del “TRABAJADOR” el día.....  
.....y terminado la relación de trabajo el día (En caso de que la naturaleza del trabajo sea por tiempo determinado). No necesitando previo aviso de que finalizan el trabajo a tiempo determinado, más que la llegada de la fecha del fin del trabajo y si el trabajador continúa trabajando con el acuerdo del patrón, el tipo de trabajo será por tiempo indefinido.

#### B. La duración de la jornada de trabajo será de..... o semanal de.....horas, quedando distribuida de acuerdo al siguiente horario de labores:

Los días.....de las.....a las.....  
horas. y los días .....,De las.....a las.....horas.

#### C. “EL TRABAJADOR” acepta que cuando, por razones convenientes para “LE PATRON” éste modifique los días y el horario de trabajo, deberá desempeñar su jornada en el que quede establecido.

#### D. “EL TRABAJADOR” deberá iniciar puntualmente sus labores en el horario de trabajo establecido, haciendo constar su asistencia como señale EL PATRON y será responsabilidad de este conservar el registro de de asistencia injustificada podrá “EL PATRON” imponerle cualquier corrección disciplinaria de las que contempla el Reglamento Interno de Trabajo, o “LA LEY”.

- E. Por cada seis días de trabajo, "EL TRABAJADOR" disfrutará de un día de descanso con goce de salario íntegro que será preferentemente el día.....de cada semana. "EL PATRÓN" queda facultado para variar el descanso semanal conforme a las necesidades del trabajador. Las Partes podrán acordar variaciones a los horarios de trabajo para ampliar el día de descanso de un día a día y medio o dos días a la semana, conforme a lo establecido por el art.59-LFT.
- F. Las partes acuerdan que cuando las necesidades del trabajo lo requieran, podrán pactarse labores discontinuas cuando los servicios requeridos sean para labores fijas y periódicas de carácter discontinuo, en los casos de actividades de temporada o que no exijan la prestación de servicios toda la semana, el mes o el año.
- G. Para los efectos de su antigüedad, queda establecido que EL TRABAJADOR empezó a prestar sus servicios al patrón desde el día.....del mes de..... del año de.....

**V. DEL SALARIO, PRESTACIONES, PARTICIPACION DE UTILIDADES Y SEGURIDAD SOCIAL**

- A. "EL TRABAJADOR" disfrutará de un salario diario de \$.....o por hora de \$.....o por comisión de \$.....o por obra de \$....., o a precio alzado de \$..... o por..... de \$.....,o variable por razón de....., el cual le será cubierto los días.....de cada....., y le será pagado en el domicilio de "EL PATRÓN", suma que deberá ser pagada por "EL PATRÓN" a "EL TRABAJADOR" en....., y de la siguiente forma.....Debiendo "EL TRABAJADOR" extender los recibos correspondientes.
- B. Del salario fijado, "EL PATRÓN" hará por cuenta de "EL TRABAJADOR" las deducciones legales correspondientes, particularmente las que se refieren al Impuesto Sobre el Producto del Trabajo, aportaciones al Seguro Social, INFONAVIT, SAR, Cuota sindical,.....etc.
- C. "EL TRABAJADOR" disfrutará de los días de descanso obligatorios y vacaciones que señalen este CONTRATO, o en su defecto la Ley Federal del Trabajo. Así como recibirá el aguinaldo proporcional respectivo que la Ley Federal del Trabajo establece. De igual modo recibirá la Prima Vacacional, y el pago, en su caso, de la participación de los trabajadores en las utilidades de las empresas. A demás, su centro de trabajo estará afiliado al Instituto del Fondo Nacional para el Consumo de los Trabajadores.
- D. El trabajador tendrá incentivos, bonos o comisiones derivados de su contribución a la elevación de la productividad que se acuerde el patrón y los trabajadores.
- E. Los ascensos para el trabajador serán porque este demuestre estar mayor capacitado, mayor aptitud, o acredite mayor productividad y sea apto para el ascenso cuando este sea posible, por el crecimiento de la empresa o negociación decrece, se reducirá la jornada de trabajo o se liquidara al trabajador conforme a la LEY.

- F. En los casos de salario por unidad de obra y en general, cuando la retribución sea variable, se tomará como salario diario el señalado por el Artículo 89 de LA LEY que dice:

En los casos de salario por unidad de obra, y en general, cuando la retribución sea variable, se tomará como salario diario el promedio de las percepciones obtenidas en los treinta días efectivamente trabajados antes del nacimiento del derecho. Si en ese lapso hubiese habido de las percepciones salariales, se tomará como base el promedio de las percepciones obtenidas por el trabajador a partir de la fecha del aumento.

Cuando el salario se fije por semana o por mes, se dividirá entre siete o entre treinta, según el caso, para determinar el salario diario.

## VI. DE LOS MATERIALES, EQUIPO, INSTRUMENTOS, VIATICOS Y UTILIDADES PARA TRABAJAR

“EL PATRÓN” se obliga a proporcionar a “EL TRABAJADOR” Los medios, materiales y facilidades necesarias para realizar su trabajo; sin embargo, en relación con los materiales, técnicas, útiles y herramientas necesarias, “LAS PARTES” acuerdan lo siguiente

- ( ) Serán suministrados por “EL PATRÓN”
- ( ) Serán suministrados por “EL TRABAJADOR”
- ( ) Serán suministrados por ambos de la siguiente manera:

.....  
.....  
  
.....  
.....  
  
.....  
.....

- ( ) Otros (especifique)

.....  
.....  
  
.....  
.....

Los materiales suministrados serán de primera calidad y en cantidades suficientes para la realización del trabajo. En relación con la herramienta y equipos, en caso de facilitarlas “EL PATRÓN”, “LAS PARTES” manifiestan ser:

- ( ) Nuevas

.....  
.....

.....  
.....  
.....  
.....  
( ) Usadas en perfectas condiciones por lo que “EL TRABAJADOR” se obliga a responder por ellas, salvo por su desgaste natural.  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....

**VII. DE LAS TECNICAS, MANUALES, REGISTROS Y EVALUACIONES**

**A. MANUAL**

EL PATRÓN entrega al Trabajador el manual de operaciones de trabajo, con la misión, visión, planes, estrategias, políticas, términos o plazos, procedimientos, técnicas, tareas, mecanismos de logro y objetivos a seguir consistentemente en el día a día laboral. Los planes no son nada sin su método para lograrlos.

**B. RECORD O EVALUACIÓN**

EL PATRÓN llevara en su administración, la hoja de servicio o el expediente o kardex o archivo de historial, record o registro del desempeño, actitud y puntualidad del trabajador, que además contiene las opiniones e innovaciones que aporte EL trabajador, así como las evaluaciones de su rendimiento, la retro-alimentación y las anotaciones, reconocimientos, créditos o advertencias sobre su conducta laboral.

**C. EL TRABAJADOR llevara una bitácora de trabajo, un checado diario de rutinas, un resumen de resultados y observaciones de trabajo.**

**VIII. DE LA CAPACITACIÓN SEGURIDAD, HIGIENE Y MEDIO AMBIENTE PARA EL TRABAJO**

**A. LAS PARTES** acuerdan que el trabajador será capacitado o adiestrado en los términos de los planes y programas de producción, capacitación y adiestramiento establecidos o que se establezcan en la empresa o negociación y que el trabajador pondrá su disposición y empeño para capacitarse y adiestramiento, para el mejor desarrollo de sus aptitudes y conocimientos. Conforme al artículo 153-O de la LEY, las empresas en que no rija contrato colectivo de trabajo, deberán someter a la aprobación de la Secretaría del Trabajo y Previsión Social, dentro de los primeros sesenta días de los años impares, los planes y programas de capacitación o adiestramiento que, de común acuerdo con los trabajadores, haya decidido implantar.

Registro de Planes y Programas de Capacitación y Adiestramiento vía internet:<http://planescapacitacion.stps.gob.mx/ppcapacita/Login/login.aspx>.

Igualmente, deberán informar respecto a la constitución y bases generales a las que se sujetara el funcionamiento de las Comisiones Mixtas de Capacitación y Adiestramiento en empresas con más de 50 trabajadores

- B. **Las PARTES** acuerdan seguir los programas de Seguridad e Higiene y protección del medio ambiente que tiene constituido “EL PATRÓN”, para prever accidentes y enfermedades, tomando el TRABAJADOR parte activa dentro de los mismos, adoptando medidas preventivas de riesgos de trabajo y cuidado del medio ambiente.

## IX. DEL REGLAMENTO DE TRABAJO

- A. **“EL TRABAJADOR”** se compromete a observar y cumplir los horarios que le son asignados, las normas de seguridad e higiene, mantener siempre el orden y limpieza de su área de trabajo, desempeñar leal y honradamente su trabajo, bajo la dirección del patrón o de su representante, a cuya autoridad estará subordinado en todo lo concerniente al trabajo; ejecutar el trabajo con la intensidad, cuidado y esmero apropiados y en la forma, tiempo y lugar convenidos, observar buenas costumbres durante el servicio; prestar auxilios en cualquier tiempo que se necesiten, como cuando por siniestro o riesgo inminente peligran las personas, la empresa o negociación o los intereses del patrón o de sus compañeros del trabajo; EL TRABAJADOR deberá guardar escrupulosamente los secretos técnicos comerciales y de fabricación de los productos en cuya elaboración participe directa o indirectamente, o de los cuales tengan conocimiento o razón del trabajo que desempeñe. Asimismo EL TRABAJADOR no divulgará los métodos o secretos de producción, comercialización, técnicos o de administración reservados, cuya divulgación pueda causar daños o perjuicios al PATRON o a la empresa o negociación
- B. **LAS PARTES** reconocen que LA LEY semana que será causa de recisión de la relación laboral sin responsabilidad para el patrón, que el trabajador incurra en desobediencia, faltas de propiedad o deslealtad o deshonestidad, o en actos de violencia, negligencias o malas acciones en contra de la empresa y sus bienes, compañeros del trabajo, clientes y proveedores o del PATRON y sus familiares, o del personal directo o administrativo de la empresa o establecimiento. Igual mente será causa de recesión sin responsabilidad para el PATRON, que el trabajador revele secretos o asuntos privados o reservados, cuya divulgación afecten o perjudiquen a la empresa.

## X. DE LOS CONFLICTOS DE TRABAJO

- A. Para el caso de que se suscitaren conflictos entre las partes que pudieran dar lugar a juicio, estas acuerdan poner todo de su parte para llegar a una conciliación o convenio finiquito, sin necesidad de recurrir a las instancias judiciales. Y formar parte de los registros de trabajadores que demandan a su patrón o de patronos demandados por sus trabajadores, ya que todo juicio es de interés público. En los convenios en los que se dé por terminada la relación de trabajo, deberá desglosarse la cantidad que se entregue al trabajador por concepto de salario, de prestaciones devengadas y de participación de utilidades y el convenio ratificado tendrá la categoría de laudo ejecutoriado.

**B.** Para el caso de despido o rescisión, las partes acuerdan ceñirse a los Artículos 47 y 91 de la LEY, y el patrón podrá acudir ante la junta de conciliación y arbitraje competente a solicitar que se notifique al TRABAJADOR el aviso de rescisión, cuando pruebe que no pudo notificarlo personalmente a este por escrito, en el que refiera claramente la causa que motiva la rescisión o despido y la fecha del mismo. La falta de aviso al trabajador personalmente o por conducto de la junta, por si sola determinara la separación no justificada y en consecuencia en la nulidad del despido.

Para el caso de que ambas partes no acuerden llegara un convenio finiquito, estas aceptan someterse a la competencia de

.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....

- A. La junta del lugar de celebración del contrato.
- B. La junta del domicilio del demandado.
- C. La junta del lugar del último lugar de prestación de los servicios.....

LEIDO QUE FUE EL PRESENTE CONTRATO POR QUIENES EN ÉL INTERVIENEN, LO RATIFICAN, E IMPUESTOS DE SU CONTENIDO, LO SUSCRIBEN POR DUPLICADO PARA QUEDAR UN ORIGINAL EN PODER DE CADA PARTE. Lo no previsto por este contrato se regirá por las disposiciones de la Ley Federal del Trabajo.

EN \_\_\_\_\_ A LOS \_\_\_\_\_ DÍAS DEL MES DE \_\_\_\_\_  
DE \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
"EL TRABAJADOR" FIRMA Y NOMBRE

\_\_\_\_\_  
"EL PATRON" FIRMA Y NOMBRE

# **Ley General de Sociedades Mercantiles**

## **CAPITULO I**

De la constitución y funcionamiento de las Sociedades en general

Artículo 1o- Esta Ley reconoce las siguientes especies de sociedades mercantiles:

- I.- Sociedad en nombre colectivo
- II.- Sociedad en comandita simple
- III.- Sociedad de responsabilidad limitada
- IV.- Sociedad anónima
- V.- Sociedad en comandita por acciones y
- VI.- Sociedad cooperativa

## **Ley de la Propiedad Industrial**

Esta ley tiene por objeto:

- I.- Establecer las bases para que, en las actividades industriales y comerciales del país, tenga lugar un sistema permanente de perfeccionamiento de sus procesos y productos.
- II.- Promover y fomentar la actividad inventiva de aplicación industrial, las mejoras técnicas y la difusión de conocimientos tecnológicos dentro de los sectores productivos
- III.- Propiciar e impulsar el mejoramiento de la calidad de los bienes y servicios en la industria y en el comercio, conforme a los intereses de los consumidores.
- IV.- Favorecer la creatividad para el diseño y la presentación de productos nuevos y útiles.
- V.- Proteger la propiedad industrial mediante la regulación y otorgamiento de patentes de invención; registros de modelos de utilidad, diseños industriales, marcas, y avisos comerciales; publicación de nombres comerciales; declaración de protección de denominaciones de origen, y regulación de secretos industriales.
- VI.- Prevenir los actos que atenten contra la propiedad industrial o que constituyan competencia desleal relacionada con la misma y establecer las sanciones y penas respecto de ellos.
- VII.- Establecer condiciones de seguridad jurídica entre las partes en la operación de franquicias, así como garantizar un trato no discriminatorio para todos los franquiciatarios del mismo franquiciante.

## PERMISOS LEGALES

- Y **Certificado de uso de suelo.**
- Y **Visto bueno de seguridad y operación (alcohol).**
- Y **Declaración de apertura.**
- Y **Pago de cuota de la Sociedad Autores y Compositores.**
- Y **Inscripción y pago de cuota del IMSS.**
- Y **Alimentos y número oficial y constante.**
- Y **Estudio del impacto ambiental.**
- Y **Permiso de enseres en vía pública.**
- Y **Seguro de responsabilidad civil.**
- Y **Dictamen de control patrimonial.**
- Y **Aviso de alta SCHP.**
- Y **Aviso de apertura Secretaria de Salud.**
- Y **Permiso de anuncio.**
- Y **Registro de descargas de aguas residuales.**
- Y **Registro de fuente fija.**
- Y **Licencia de funcionamiento en materia de ecología.**
- Y **Protección civil.**
- Y **Licencia de funcionamiento.**
- Y **Responsabilidad de gas y planos isométricos.**
- Y **Zonificación de uso de suelo permitido.**
- Y **Cajones de estacionamiento.**
- Y **Registro de nombre y marca IMPI.**