



**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO**

---

---

**CENTRO UNIVERSITARIO UAEM TEXCOCO**

**“DESARROLLO DE UN PLAN DE NEGOCIOS INNOVADOR DE UN  
RESTAURANTE ESPECIALIZADO EN PLATILLOS  
QUE CONTENGAN TOCINO”**

**T E S I S**

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE  
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

**PRESENTAN**

**TERESA CÁRDENAS ALLENDE**

**ANDREA TRUJILLO NAVA**

**ITZIA DAMARIS VILLAN MENDOZA**

**DIRECTORA**

**M. EN FIN. GUADALUPE LIZETH ARCE CHAVEZ**

**REVISORAS**

**L. EN A. GRACIELA MARÍA ANTONIETA CHÁVEZ RAMÍREZ**

**M. EN A. MAYRA DIVON ESCOBAR RODRÍGEZ**

**TEXCOCO, ESTADO DE MÉXICO, SEPTIEMBRE DE 2016.**

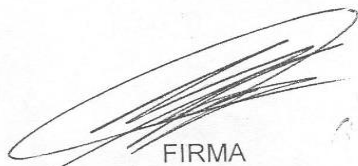
Texcoco, México a 27 de Junio de 2016

M. EN C. E. VIRIDIANA BANDA ARZATE  
SUBDIRECTORA ACADEMICA DEL  
CENTRO UNIVERSITARIO UAEM TEXCOCO  
PRESENTE:

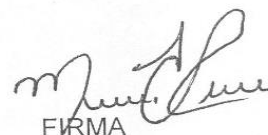
AT'N L. EN D. MARCO RODRIGO LÓPEZ GONZÁLEZ  
RESPONSABLE DEL DEPARTAMENTO DE TITULACION.

Con base en las revisiones efectuadas al trabajo escrito titulado "DESARROLLO DE UN PLAN DE NEGOCIOS INNOVADOR DE UN RESTAURANTE ESPECIALIZADO EN PLATILLOS QUE CONTENGAN TOCINO" que para obtener el título de Licenciado en ADMINISTRACION presentan los sustentantes TERESA CARDENAS ALLENDE , ANDREA TRUJILLO NAVA, ITZIA DAMARIS VILLAN MENDOZA, con número de cuenta 1024290, 1024314, 1024354 respectivamente se concluye que cumple con los requisitos teórico-metodológicos por lo que se le otorga el voto aprobatorio para su sustentación, pudiendo continuar con la etapa de digitalización del trabajo escrito,

ATENTAMENTE



L. EN A. GRACIELA MARIA ANTONIETA CHAVEZ RAMIREZ  
REVISOR



M. EN A. MAYRA DIVÓN ESCOBAR RODRÍGUEZ  
REVISOR



M EN FIN. GUADALUPE LIZETH ARCE CHÁVEZ  
DIRECTOR DEL TRABAJO ESCRITO

c.c.p Interesados: Teresa Cárdenas Allende, Andrea Trujillo Nava, Itzia Damaris Villan Mendoza  
c.c.p Director: M EN FIN Guadalupe Lizeth Arce Chávez  
c.c.p Titulación: L EN D Marco Rodrigo López González

## **Dedicatoria**

A:

*Dios, por darme la oportunidad de vivir y por estar conmigo en cada paso que doy, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente y por haber puesto en mi camino a aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante todo este camino recorrido.*

*Mi madre María Elena Cárdenas, por creer en mí, por siempre ser mi apoyo, soporte y siempre estar conmigo. Mamá gracias por darme una carrera para mi futuro, la mejor herencia que puedo tener. Todo esto te lo debo a ti.*

*A Ángel Rafael por ser ese padre que necesito, que nos cuida y apoya tanto a mi mamá como a mí.*

*Mis abuelos Macario Cárdenas y Modesta Allende (QEPD), por quererme y apoyarme siempre, esto es por ustedes, por ser esas personitas que más han creído en mí. ¡Gracias por todo!*

*A mis amigos, por compartir los buenos y malos momentos.*

**Y A TODOS AQUELLOS FAMILIARES, AMIGOS Y CONOCIDOS QUE NO RECORDÉ AL MOMENTO DE ESCRIBIR ESTO. USTEDES SABEN QUIÉNES SON.**

**TERESA CÁRDENAS ALLENDE**

## **Agradecimientos**

Una etapa más de mi vida llega a su fin, después de largas horas de trabajo, esfuerzo y dedicación hemos llegado hasta aquí.

Quiero agradecer primero a Dios, que me ha permitido llegar hasta éste momento, bendiciéndome en cada etapa, guiándome diariamente, permitiéndome conocer a personas que me han ayudado e inspirado a ser la persona que soy.

A mis padres, Itzel Nava Garcés y Marco Antonio Trujillo Cervantes, que me han guiado y apoyado en cada etapa de mi vida, con increíble paciencia y abundante amor, procurando siempre lo mejor para mí. Dándome un buen ejemplo de perseverancia y trabajo duro, impulsándome para continuar en búsqueda de conocimiento y superación.

A mi hermana Mariana Trujillo Nava, que me ha acompañado en mis horas de trabajo y en mis ataques de estrés, siempre apoyándome. Ha sido una inspiración constante, siempre buscaré ser una mejor persona y un ejemplo a seguir gracias a ella.

A mis abuelas, Ana María Irma Cervantes Reyes y a María de Lourdes Garcés Frías (QEPD), por enseñarme a no rendirme y ponerle buena cara a las situaciones. Siempre han sido una gran inspiración en mi vida.

A mi abuelo Vicente Trujillo Figueroa, que con su ejemplo y anécdotas me impulso a alcanzar éste objetivo en mi vida.

Y a mi familia y amigos, por su apoyo y compañía en ésta etapa.

**ANDREA TRUJILLO NAVA**

## ***Agradecimientos***

EN PRIMERA INSTANCIA QUIERO AGRADECER A DIOS POR HABERME PERMITIDO ESTE LOGRO Y DARME FUERZA PARA ALCANZAR EL OBJETIVO, EN ESPECIAL A MIS ABUELOS CONRADO MENDOZA OLIVERA, AGUSTINA FLORES RODRIGUEZ Y A MI MADRE ALEJANDRA MENDOZA FLORES POR TODO EL APOYO BRINDADO Y ESFUERZO PARA PODER LLEGAR A LA META A QUIENES DEDICO EL LOGRO OBTENIDO SIN ELLOS NO LO HUBIERA LOGRADO.

A MI FAMILIA POR ESTAR CADA DIA APOYANDO CADA PASÓ QUE DOY, A MIS HERMANOS Y SOBRINOS.

VERSICULO DE APOYO DURANTE MI VIDA

“Mira que te mando que te esfuerces y seas valiente; no temas ni desmayes, porque Jehová tu Dios estará contigo en dondequiera que vayas.”

Josué 1:9

**ITZIA DAMARIS VILLAN MENDOZA**

## ÍNDICE

1.	INTRODUCCIÓN.....	1
2.	NATURALEZA DEL PROYECTO .....	17
2.1.	NOMBRE DE LA EMPRESA.....	17
2.2.	DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA .....	18
2.3.	MISIÓN.....	19
2.4.	VISIÓN.....	19
2.5.	OBJETIVOS.....	19
2.5.1.	<i>Objetivo General</i> .....	19
2.5.2.	<i>Objetivo a Corto Plazo</i> .....	19
2.5.3.	<i>Objetivo a Mediano Plazo</i> .....	20
2.5.4.	<i>Objetivo a Largo Plazo</i> .....	20
2.5.5.	<i>Objetivo Cuantitativo</i> .....	20
2.6.	FODA .....	20
3.	ESTUDIO DE MERCADO.....	22
3.1.	ANÁLISIS DE LA DEMANDA.....	22
3.2.	FACTORES DETERMINANTES DE LA DEMANDA.....	24
3.3.	DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA DE LA DEMANDA.....	24
3.4.	TAMAÑO DEL MERCADO .....	26
3.5.	CONSUMO APARENTE .....	27
3.6.	PARTICIPACIÓN DE LA COMPETENCIA EN EL MERCADO.....	28
3.7.	ENCUESTA .....	31
3.7.1.	<i>Resultados cuantitativos</i> .....	31
3.7.1.1.	<i>Asistencia a restaurantes</i> .....	31
3.7.1.2.	<i>Aspectos tomados en cuenta para la elección de un restaurante</i> .....	32
3.7.1.3.	<i>Promoción</i> .....	35
3.7.1.4.	<i>Tipo de comida</i> .....	37
3.7.1.5.	<i>Servicio</i> .....	41
3.8.	VENTAJA COMPETITIVA .....	41
3.8.1.	<i>Originalidad</i> .....	42
3.8.2.	<i>Pertinencia del negocio</i> .....	42
3.8.3.	<i>Algo más sobre el tocino</i> .....	43
3.8.4.	<i>Generación de riquezas</i> .....	49
3.9.	PROMOCIÓN DEL SERVICIO.....	49
3.10.	PRODUCTO .....	50
4.	ESTUDIO TÉCNICO.....	56
4.1.	ESPECIFICACIONES DEL SERVICIO.....	56

4.2.	INVENTARIO DEL RESTAURANTE .....	57
4.3.	LISTADO DE PROVEEDORES.....	62
4.4.	INSTALACIONES.....	62
4.4.1.	<i>Distribución de Espacios</i> .....	62
4.4.2.	<i>Capacidad del establecimiento</i> .....	65
4.5.	PROCESOS .....	66
4.5.1.	<i>Diagrama de proceso: Servicio de área de restaurante</i> .....	66
4.5.1.1.	<i>Descripción del proceso</i> .....	67
4.5.2.	<i>Diagrama de proceso: Servicio de caja</i> .....	68
4.5.2.1.	<i>Descripción del proceso</i> .....	69
4.5.3.	<i>Diagrama de proceso: Comandas</i> .....	70
4.5.3.1.	<i>Descripción del proceso</i> .....	71
4.5.4.	<i>Diagrama de proceso: Preparación de la cocina</i> .....	72
4.5.4.1.	<i>Descripción del proceso</i> .....	73
5.	ESTUDIO ADMINISTRATIVO.....	74
5.5.	ANTECEDENTES .....	74
5.6.	ACCIONISTAS.....	74
5.7.	ORGANIGRAMA “EL TOCINO GOURMET” .....	74
5.8.	DESCRIPCIÓN DE PUESTOS Y PERFIL DEL PERSONAL .....	75
5.9.	CONTRATO INDIVIDUAL .....	81
5.10.	REGLAMENTO INTERNO.....	83
5.11.	POLÍTICAS.....	87
5.12.	REQUISITOS PARA EL DESARROLLO DE UN RESTAURANTE EN COYOACÁN .....	88
6.	ESTUDIO FINANCIERO .....	89
7.	CONCLUSIÓN.....	91
8.	ANEXOS.....	94
8.1.	LISTADO DE IMÁGENES Y TABLAS.....	94
8.2.	LISTADO DE REFERENCIAS.....	95
8.3.	DOCUMENTOS NECESARIOS PARA EL DESARROLLO DE UN RESTAURANTE EN COYOACÁN .....	97

# I. INTRODUCCIÓN

Ejecutar un proyecto o iniciar una inversión, sobre todo si se trata de nuevos negocios, no es una cualidad innata en las personas, crear negocios es un proceso continuo de ingenio y agudeza, una “creatividad innovadora” y sustentada en el esfuerzo diario.

Crear un negocio es más que inspiración, es un gran trabajo de sistematización de las oportunidades que encontramos en el ambiente, en todo lo que nos rodea. El estudio y desarrollo de una “Idea de Negocio” implica el manejo de una gran variedad de conocimientos que derivan de diferentes disciplinas profesionales.

En él, se podrá determinar el entorno en el que se desarrollará la empresa, precisar la idea y el modelo de negocio elegido, establecer los objetivos que se quieren alcanzar, definir las estrategias que llevarán a la empresa al éxito y detallar cómo se organizarán los procesos de producción, ventas, logística, personal y finanzas, para que se logre satisfacer las necesidades de los potenciales clientes. (Calderon Plata, Cuellar Amador, & Galán Razo , 2013)<sup>1</sup>.

Todo este análisis permitirá reducir el riesgo de fracaso, cuidar la buena imagen del empresario, conocer cuál es el rendimiento económico y financiero que se espera de la inversión y contar con una herramienta que permita controlar el crecimiento y desarrollo de un nuevo negocio.

Invariablemente existirán mejores oportunidades de crecimiento, pero se requiere mayor preparación y conocimiento. El ámbito empresarial se conduce por diversos mercados, tanto en una economía cerrada en la cual, el consumidor no tiene posibilidades de elección en materia de precio y calidad, sin embargo en la economía en donde los mercados son abiertos brindan múltiples opciones de

---

<sup>1</sup> Calderón Plata, Jhonathan; Cuellar Amador, Leobardo & Galán Razo, Flavio. (2013). "Negocios para una empresa de gestión Aeroportuaria". (Trabajo de Grado). Instituto Politécnico Nacional. Ciudad de México, México.



compra generando competencia que favorece al consumidor final con un mayor número de satisfactores de diversas índoles, los mercados pueden ajustarse a cualquier tipo de necesidad y presupuesto.

Para eso se crea un plan personalizado teniendo como referencia los ya existentes, complementándolo con ideas personales, dándole un toque más característico y estructurándolo con base a las necesidades que se presentan. Se tiene el compromiso de conservar los conceptos ya plasmados. Sin embargo, este nuevo esfuerzo no debe eludir la experimentación de las necesidades de ideas nuevas, asumiendo la responsabilidad con los consumidores brindándoles productos y servicios de alta calidad.

Lo que se propone en éste escrito es trabajar de manera integral en un estudio pormenorizado de los principales procesos de dirección estratégica y metodologías de análisis competitivo; conjuntamente con su aplicación en el diseño y puesta en marcha de un “Plan de Negocios” ante los posibles escenarios de mercado.

Se tiene el objetivo de poner en marcha un concepto de negocio innovador, esto pensando en realizarse a corto o mediano plazo.

El concepto de negocio es un restaurante con características que no se han visto en México, ya que se busca utilizar para todos los platillos un ingrediente clave, que es el tocino. En este concepto de restaurante desde las entradas hasta los postres, todos los platillos llevaran tocino.

Para poder llevar a la realidad cualquier concepto de negocio es recomendable primeramente plasmar la idea en un plan de negocios.

Teniendo esta necesidad en cuenta se plantea la siguiente pregunta de investigación.

***¿Es posible desarrollar un concepto innovador de un restaurante especializado en platillos utilizando la metodología de un plan de negocios?***

Un plan de negocios es de suma importancia para una mejor organización, de igual manera conocer el rumbo y la razón de ser de la empresa, la planificación de los recursos, la organización de ideas del concepto del negocio así como también del recurso financiero, el futuro de la micro empresa, la rentabilidad que este generará.

Permitirá darse cuenta de los riesgos y las oportunidades que el nuevo negocio plantea. Asimismo, se presentan proyecciones y estimaciones de las necesidades financieras que han de surgir vinculadas con los parámetros proyectados del negocio

El desarrollo, planeación y el potencial atractivo del negocio, así como de los riesgos y aspectos clave para tener éxito en el mismo, tanto a corto como a mediano y largo plazo.

Un restaurante es una actividad económica independiente que requiere de todos los elementos administrativos para operar. Una micro empresa que tiene un propósito, una razón de ser, una contribución comunitaria, y de igual forma, es uno de los mayores creadores de empleo y un generador de calidad de vida.

Permitirá evaluar la viabilidad del proyecto a realizar, medir sus fuerzas y debilidades, así como atraer nuevos inversionistas y facilitar la obtención de préstamos u otra clase de financiamiento, conservar el control de las operaciones mantener una estructura adecuada, logrando incrementos en la rentabilidad.

Tendrá como resultado el identificar sus metas a corto y largo plazo así como las estrategias para alcanzarlas, conocer el mercado, los aspectos financieros, etcétera.

Resulta muy importante la realización de un plan de negocios de un restaurante de éste estilo, ya que hay pocos negocios especializados en comida gourmet con un ingrediente especial como es el tocino, e innovadores dentro de la gastronomía fusionada y que presten un servicio profesional y personalizado; y se tiene la finalidad de ofrecer al mercado servicios y gastronomía de calidad.

Se trata de una investigación factible de realizar ya que se posee información sobre como formar una nueva empresa y medios confiables actualizados que puedan ayudar a obtener buena calidad de datos.

### **¿Qué es un plan de negocios?**

El plan de negocios es un documento escrito de manera clara, precisa y sencilla, que es el resultado de un proceso de planeación. Este plan de negocios sirve para guiar una empresa, porque muestra desde los objetivos que se quieren lograr hasta las actividades cotidianas que se desarrollarán para alcanzarlos. Lo que busca este documento es combinar la forma y el contenido. La forma se refiere a la estructura, redacción e ilustración, cuánto llama la atención, que tan factible es la idea de negocio como propuesta de inversión, la calidad de la idea, la información financiera, el análisis y la oportunidad de mercado.

Un plan de negocios es una guía para el emprendedor o empresario. Se trata de un documento donde se describe un negocio, se analiza la situación del mercado y se establecen las acciones que se realizarán en el futuro, junto a las correspondientes estrategias que serán implementadas, tanto para la promoción como para la fabricación, si se tratara de un producto.

De esta manera, el plan de negocios es un instrumento que permite comunicar una idea de negocio para venderla u obtener una respuesta positiva por parte de los inversores. También se trata de una herramienta de uso interno para el empresario, ya que le permite evaluar la viabilidad de sus ideas y concretar un seguimiento de su puesta en marcha; una plataforma de análisis y pruebas, en la que pueden quedar archivados muchos proyectos que no necesariamente sean pobres, sino que quizás necesiten más tiempo y dedicación para conseguir el éxito esperado. (Paredes, 2013)<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup> Paredes, Eduardo. (2 de Marzo de 2013). "La importancia de un plan de negocios". [Entrada de blog]. Recuperado de <http://gestionando-empresas.blogspot.mx/2013/03/la-importancia-de-un-plan-de-negocios.html?view=mosaic>

## ¿Para qué sirve un plan de negocios?

El plan de negocios es una herramienta de comunicación escrita que tiene esencialmente dos funciones: una que se puede llamar administrativa o interna y otra que es conocida como financiera o externa.

Desde el punto de vista interno, el plan de negocios sirve para:

- Conocer en detalle el entorno en el cual se desarrollarán las actividades de la empresa.
- Precisar las oportunidades y amenazas del entorno, así como las fortalezas y debilidades de la empresa.
- Estar atentos a los cambios que pudieran representar una amenaza para la empresa y así anticiparse a cualquier contingencia que disminuiría la probabilidad de éxito de la empresa.
- Dar a conocer cómo se organizarán los recursos de la empresa en función a los objetivos y la visión del empresario.
- Atraer a las personas que se requieran para el equipo empresarial y el equipo ejecutivo.
- Evaluar el potencial real de la demanda y las características del mercado objetivo.
- Determinar las variables críticas de la empresa y aquellas que exigen un control permanente, como los puntos críticos en los procesos.
- Evaluar varios escenarios y hacer un análisis de sensibilidad en función a los factores de mayor variación, como podrían ser la demanda, el tipo de cambio, el precio de los insumos de mayor valor, entre otros.
- Establecer un plan estratégico para la empresa y planes de acción de corto y mediano plazo para cada una de sus áreas funcionales. En este sentido, busca asignar responsabilidades y coordinar soluciones ante posibles problemas.

- Tomar decisiones con información oportuna, confiable y veraz, y no sólo sobre la base de la intuición, lo que reduce el riesgo del negocio.
- Tener un presupuesto maestro y diferentes presupuestos por áreas funcionales, que permitan evaluar el desarrollo de la empresa en términos económicos y prever los requerimientos de capital.
- Mostrar la capacidad empresarial del empresario.
- Mostrar los posibles resultados de la empresa, en función a simulaciones hechas para probar distintos escenarios y estrategias.

Con cierta frecuencia se olvidan los aspectos de administración y control que tiene un plan.

En resumen, el plan de negocios sirve a nivel interno, como una guía para las operaciones de la empresa y como un punto de referencia para la evaluación del desempeño. De este modo, permite identificar tanto los puntos fuertes y débiles de la empresa posibilita evaluar su marcha y sus desviaciones sobre el escenario previsto, y a su vez, es una valiosa fuente de información para realizar presupuestos e informes. (Pro Bolivia, s.f.)<sup>3</sup>.

### **Tipos de planes de negocios**

Los planes de negocios sirven, para presentar oportunidades de negocio, brindar información a potenciales inversionistas y además como una guía para la puesta en marcha y el desarrollo de las actividades de una empresa. Sin embargo, hay muchos tipos de planes de negocios que responden a las necesidades particulares de cada empresario o cada tipo de empresa.

---

<sup>3</sup> Pro Bolivia. (s.f.). "Manual para la elaboración de planes de negocio para unidades productivas". Recuperado de [http://probolivia.gob.bo:8089/doc/Manual\\_de\\_PN-PROBOLIVIA.pdf](http://probolivia.gob.bo:8089/doc/Manual_de_PN-PROBOLIVIA.pdf)

En algunos casos, es posible desarrollar un mini plan de negocios, con la finalidad de profundizar luego en su análisis, siempre y cuando logre despertar la curiosidad y el interés de un inversionista.

El análisis de un mini plan de negocios, o más específicamente de una oportunidad de negocios, se estructura de la siguiente manera:

1. Concepto o idea de la empresa o negocio.
2. Modelo de la empresa o negocio.
3. Perfil del mercado objetivo: tamaño del mercado potencial, mercado objetivo y estrategia de mercado.
4. Información del entorno que pudiera influir en el modelo de negocio y desempeño de la organización.
5. Disponibilidad y acceso a recursos naturales o físicos.
6. Disponibilidad y acceso a recursos humanos calificados.
7. Tecnología que se empleará para el desarrollo de productos o servicios.
8. Redes empresariales.
9. Recursos financieros.
10. Análisis de la oportunidad.
11. Cronograma para la puesta en marcha de la idea de negocio.

#### *Plan de negocios para empresa en marcha*

Por lo general, las empresas en marcha van aumentando sus unidades de negocios con la finalidad de crecer y ser más rentables. Sin embargo, un crecimiento no planificado ni controlado podría causar el fracaso de esta nueva unidad de negocio, o lo que es peor, la quiebra de toda la empresa.

El plan de negocios para una empresa en marcha debe evaluar la nueva unidad de negocio de manera independiente y además deberá distribuir los costos fijos de toda la empresa, entre todas las unidades de negocios, incluida la nueva.

Es muy común encontrar que a las nuevas unidades de negocios no se les asigne costos de seguridad o administrativos, pues consideran que dichos costos ya son cubiertos por la empresa que ya está en marcha.

Por otro lado, el plan de negocio para una empresa en marcha deberá mostrar las fortalezas y debilidades de la empresa y además podrá demostrar la capacidad gerencial del grupo empresarial, cosa que una nueva empresa no está en capacidad de hacer.

#### *Plan de negocios para nuevas empresas*

Para las nuevas empresas, el desarrollo del plan de negocios se convierte en una herramienta de diseño, y parte de una idea inicial a la cual se le va dando forma y estructura para su puesta en marcha. En ella se debe detallar tanto la descripción de la idea en sí misma, como los objetivos a ser alcanzados, las estrategias a ser aplicadas y los planes de acción respectivos para lograr las metas propuestas. Este plan, en el futuro, se convertirá en insumo para retroalimentar el negocio, ayudando a estimar, corregir y/o instituir las posibles variaciones que se realizarán durante el desarrollo de la empresa.

#### *Plan de negocios para inversionistas*

El plan de negocios debe estar redactado para atraer el interés de los inversionistas. Por ello, es importante que el documento incorpore toda la información necesaria sobre la idea o la empresa en marcha y sobretodo, datos relevantes que determinen la factibilidad financiera del negocio y el retorno de la inversión, que el inversionista puede obtener al apostar por la idea propuesta. Debe ser claro, sencillo y contener la información relevante para una evaluación financiera confiable. Por lo general, un plan de negocios para potenciales inversionistas, no supera las 30 páginas.

#### *Plan de negocios para administradores*

El plan de negocios para los administradores debe contener el nivel de detalle necesario para guiar las operaciones de la empresa. Este plan suele contener mayor nivel de detalle, pues muestra los objetivos, las estrategias, las políticas, los procesos, los programas y los presupuestos de todas las áreas funcionales de la empresa. Mientras que el plan de negocios para los inversionistas no supera las 30 páginas, el plan de negocios operativo suele tener una extensión de 50 a 100 páginas, dependiendo de la complejidad del negocio.

Cualquiera sea la estructura o tipo de plan, este debe incluir toda la información y documentación que los interesados requieran para tomar sus decisiones. Dado que las necesidades son distintas, una alternativa podría ser incluir toda la información dividida en secciones, para que cada uno de los grupos de interés lea la parte que le interese. Para facilitar la lectura se pueden utilizar títulos claros, seguidos de resúmenes concisos y finalmente información detallada en anexos que ayuden a profundizar en el análisis de cada sección. Con un plan de negocios dividido en secciones.

### **Ventajas de los Planes de Negocios**

1. Ayuda a clarificar y enfocar las metas y objetivos del negocio.
2. Ayuda a coordinar los diferentes factores de un negocio que son necesarios para el éxito.
3. Permite confrontar las ideas con la realidad porque la dinámica del plan fuerza a considerar todos los factores relevantes del negocio, sin olvidarse de ninguno.
4. Es una herramienta muy útil para conseguir la adhesión de elementos claves del negocio: inversionistas, proveedores, equipo directivo, etc.
5. Es un cronograma de actividades que permite coordinar la realización de tareas de acuerdo con un calendario establecido.



6. Es una herramienta para el modelado del negocio que permite trabajar con flexibilidad en la organización, al ofrecer la posibilidad de realizar cambios cuando algunos de los factores del negocio experimentan variaciones.

7. Es un instrumento de control que permita detectar desviaciones del plan original, así como evaluar el progreso del proyecto y ajustar el plan en función de resultados parciales

8. Es un punto de referencia para futuros planes de nuevos proyectos que aparezcan a medida que el negocio evoluciona. (Koenes, 1994)<sup>4</sup>

### **Desventajas de los Planes de Negocios**

A pesar de la extensa lista de ventajas que puede poseer un plan de negocios, es necesario también listar las que se podrían considerar como desventajas, que cuando se ven objetivamente se convierten en oportunidades.

Las desventajas que se podrían citar son:

- Requiere tiempo: Un plan de negocios apropiadamente realizado demanda horas de investigación, discusión, redacción, y corrección. Es necesario dedicar días, semanas y hasta meses a elaborar cada paso, y esto puede distraer la atención de los avances en la práctica que se requieren para competir. Por otro lado, en mercados en los que el contexto cambia rápidamente, es posible que la oportunidad de negocio se pierda en las demoras del análisis.
- El futuro es siempre incierto: En la mayoría de los casos, los planes de negocios se realizan teniendo en cuenta una cantidad de supuestos y datos que luego pueden o no confirmarse en la realidad, aun si están basados en los mejores criterios. Esta incertidumbre, si bien es normal, puede terminar en la inutilidad del plan, sobre todo cuando se pretende planificar a 3, 5 o más años.

---

<sup>4</sup> Koenes, Avelina. (1994). Capítulo "El plan de negocios". "Guías de gestión de la pequeña empresa". (pp. 35 – 72). Madrid, España. Ediciones Díaz de Santos S.A.

- Se trabaja sobre detalles que probablemente cambien a futuro: Ejemplos de estos detalles podrían ser ¿Cuánto vamos a pagar de sueldos en el año 2?, ¿Qué incremento de ventas podemos esperar para el año 3?, etcétera. Un plan suele exigir dar respuesta a preguntas en un nivel de detalle que resulta imposible anticipar con precisión.
- Conocimiento multidisciplinario: Se necesita un conocimiento de diversas disciplinas para armar un plan sólido: tecnología, contabilidad, finanzas, legales, marketing, etc. Aun en proyectos de cierta envergadura puede resultar demasiado costoso contratar o adquirir este conocimiento para una evaluación.
- Otros modelos para lanzarse a emprender: En años recientes han surgido modelos alternativos para impulsar emprendimientos, sobre todo para modelos de negocio que buscan romper o cambiar las reglas del mercado actual. La técnica de lean start-up, el modelo canvas, y aun el simple modelo de prueba y error pueden ser opciones más apropiadas y menos costosas en tiempo y dinero, para ciertos negocios.
- Otras formas de mostrar el negocio. Si en algún momento un plan era la única forma de dar a conocer una idea de negocio, en la actualidad existen herramientas que permiten avanzar sobre prototipos o pruebas de mercado a relativo bajo costo, compitiendo con el tiempo y esfuerzo puesto en un plan que, después de todo, no es más que ideas en papel. (Buenos Negocios, 2014)<sup>5</sup>

### **Elementos que integran un plan de negocio.**

Existen diversos elementos que integran un plan de negocio, muchos de ellos particulares al negocio en cuestión. Sin embargo, he aquí los más comunes:

#### *Planeación*

---

<sup>5</sup> Editorial Buenos Negocios. (20 de Mayo de 2014). "Desventajas de armar un plan de negocios". Recuperado de <http://www.buenosnegocios.com/notas/749-desventajas-armar-un-plan-negocios>

En la planeación se describe la idea del negocio, el nombre del mismo, la historia del giro, una breve descripción de la empresa y los productos que comercializará la empresa. Aquí se intenta contestar a las preguntas: ¿A qué se dedicará el negocio? ¿Qué productos o servicios producirá?

### *Comercialización*

Posteriormente viene la fase de mercadotecnia, en donde se analizará el mercado al que se dirigirán los productos (mercado meta) y se definirá la estrategia para llegar a ellos (plan de mercadotecnia). En esta fase se incluyen los “estudios de mercado”, que consisten en ejecutar una investigación cuidadosa para determinar la viabilidad comercial del proyecto.

Cabe mencionar que es muy peligroso suponer que se tendrá éxito porque “uno ya conoce el mercado”. Siempre hay variables no contempladas que pueden influir en la viabilidad del proyecto: economía, competencia, fertilidad de mercado, perspectivas de crecimiento, etcétera. Un estudio de mercado, al ser realizado por un profesional en la materia, minimizará el riesgo de no contemplar algunas de estas variables.

El plan de mercadotecnia detallará los objetivos, las estrategias y las actividades necesarias para ejecutar la comercialización así como su costo aproximado. En él se detallarán los pasos a seguir para lanzar los productos al mercado, los medios que se utilizarán, los canales de distribución, el precio de los productos, etcétera. Podría decirse que este plan de mercadotecnia es la columna vertebral del negocio, ya que si este falla, se corre el riesgo de quebrar por falta de flujo.

### *Operación*

En esta sección se define los recursos humanos necesarios para operar el negocio (estructura organizacional) así como las técnicas para producir los bienes y servicios y las políticas administrativas.

En la estructura organizacional se definirá quién dirigirá la empresa, el número de empleados que se requerirán y su jerarquía, el tipo de trabajo que realizarán, la estructura de pagos y las competencias con que deben contar.

En la sección de producción se deben contemplar: proveedores clave, las existencias mínimas (en caso de comercializar productos físicos), las fechas mínimas de entrega y los elementos necesarios para realizar la distribución: fletes, embalaje, etcétera (en caso de que aplique).

En cuanto a la administración deberá definirse: políticas crediticias, manejo de acreedores, gestión de las cuentas por cobrar y cuentas por pagar, políticas de descuentos, así como los gastos de apertura y el plan financiero, es decir, la proyección de ventas, el flujo de caja, la rentabilidad y el punto de equilibrio. Además, si no eres el único inversionista, deberás describir como piensas obtener los fondos necesarios.

### *El resumen ejecutivo*

Esta sección, normalmente de una sola página, se resume la información más relevante de todo el proyecto: la idea del proyecto, la inversión requerida, el mercado objetivo, como se diferencian los bienes o servicios que se ofrecerán a los de la competencia, etcétera. Esta sección es particularmente útil para captar la atención de inversionistas que revisan cientos de proyectos. Consejo: Escriba esta página al final, porque será hasta este punto que tendrá toda la información necesaria. (Pepe y Toño, 2015)<sup>6</sup>

## **Restaurantes**

### **Departamentos que contiene un Restaurante**

Departamento de recepción: Es la tarjeta de presentación del hotel es el primer departamento donde el cliente tiene relación ya sea de una forma personal o bien a través de cualquier medio de comunicación (teléfono, fax, e-mail, etc.) si se hace reserva antes de su llegada. La primera y la última presentación son las que mayor importancia tiene para la mayoría del cliente. Atendiendo con rapidez y seguridad

---

<sup>6</sup> Pepe y Toño. (2015). "Tu plan de negocios". Recuperado de [http://www.pepeytono.com.mx/crea\\_tu\\_empresa/tu\\_plan\\_de\\_negocio](http://www.pepeytono.com.mx/crea_tu_empresa/tu_plan_de_negocio)

en su trabajo a cada una de las personas que se acerquen al mostrador y siendo serviciales.

### **Alimentos y Bebidas**

En este puesto se dirige las funciones relacionadas con el proceso de producción de A y B como son:

1. Elegir la materia prima
2. Buscar el proveedor
3. Cuidar del proceso de elaboración
4. Regular la frecuencia de compra de materia prima, existente y disponibilidad de los alimentos cuando sean solicitado

### **Departamento de Recursos Humanos (RH)**

Consiste en la organización, planeación, desarrollo y coordinación, así como control de técnicas, capaces de promover el desempeño eficiente del personal, a la vez que la organización representa el medio que permite a las personas que colaboran en ella para alcanzar los objetivos individuales relacionados directa o indirectamente con el trabajo. Significa conquistar o mantener las personas en la organización trabajando y dándole máximo de si con una actitud positiva y favorable.

En la actualidad en las técnicas de selección del personal deben ser más subjetivas y más afinadas determinando los requerimientos de los RH acrecentando las fuentes más efectivas que permitan llegarse a los candidatos idóneos evaluando la potencialidad física y mental de los solicitantes, así como su actitud para el trabajo, utilizando para ello una serie de técnicas, como la entrevista, y los exámenes médicos.

### **Almacén**

Un almacén es un lugar o espacio físico en el que se depositan las materias primas, el producto semi terminado o el producto terminado a la espera de ser transmitido al siguiente eslabón de cadena de suministros. Sirve como centro regular del flujo de mercancías entre la disponibilidad y la necesidad de fabricantes, comerciantes y consumidores.

#### Función de los almacenes

- \*\* Mantiene las materias primas a cubierto de incendios, robos y deterioros
- \*\* permitir a las personas autorizadas al acceso a las materias almacenadas
- \*\* mantiene en constante información al departamento de compras, sobre las existencias de la materia prima
- \*\* Llevar en forma minuciosa controles sobre las materias primas (entradas y salidas)
- \*\* Vigila que no se agoten los materiales (extops – máximos y mínimos)

#### **Departamento de compras**

¿Qué es comprar? Es adquirir una cosa a cambio de cierta cantidad de dinero. El departamento de compras lleva un papel importante dentro de la admón. de operaciones.

Comerciar es el acto de obtener el producto o servicio de calidad correcta, al precio correcto, en el tiempo y lugar correctos; entendiéndose por correcto “adecuado, justo y preciso”

Por lo tanto al dar una definición personalizada de compras, en términos de la admón. de empresas se puede afirmar que comprar supone el proceso de localización y selección de proveedores, adquisición de productos (materias primas, componentes o artículos terminados), luego de negociaciones sobre el precio y condiciones de pago, así como el acompañamiento de dicho proceso para garantizar su cumplimiento de las condiciones pactadas; y, en términos de

mercadotecnia, comprar es adquirir un precio en dinero algún bien, derecho o mercancía.

Existen diversas razones porque las compras adquieren especial importancia en toda la actividad industrial, y servicios siendo estos: La participación de compra, la fijación de venta, la operación eficiente de la inversión, y los costos y sustitución de materiales.

*Participación del departamento de compras en la obtención de utilidades.*

Es el objetivo primordial de toda empresa por lo tanto en comercio es uno de los actos que ayudan a generar estas en la medida que se realice una buena compra.

Los costos repercutirán directamente en los precios de venta en el producto final, si estos son bajos podrá ofrecerse un precio de mercado competitivo y como consecuencia, se obtendrá un margen de utilidad mayor. (Marquez, 2008)<sup>7</sup>

---

<sup>7</sup> Márquez, Yolanda. (2008). "Hospedaje". [Apuntes de clase]. Texcoco, Estado de México. Colegio Marie Curie.

## II. NATURALEZA DEL PROYECTO

### 1.1. Nombre de la empresa

El nombre de la empresa ha sido determinado como “*El tocino gourmet*”, este nombre es original y ha sido comprobado en la página del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial.

La decisión de nombrar a la empresa “El Tocino Gourmet”, principalmente es para resaltar que todas las preparaciones contienen un ingrediente clave, que es el tocino, y aunque el comensal no conozca el menú, se podrá entender que puede consumir tocino en el establecimiento gracias a los diferentes platillos.

En referencia a la segunda parte del nombre de la empresa, se pueden definir a los alimentos gourmet como “aquellas preparaciones que han sido elaboradas con ingredientes exquisitamente seleccionados y con exhaustivos cuidados de higiene; y que están preparados para ofrecer un producto que pueda ser consumido por alguien que realmente aprecie su calidad y delicadeza”. (Pérez Porto & Gardey, 2013)<sup>8</sup>

Esta definición expresa gran parte del valor agregado del negocio, ya que la materia prima es de la más alta calidad, el tocino lleva preparaciones especiales, y cada uno de los platillos es preparado artesanalmente.

Sin embargo es necesario mencionar que los *productos gourmet* no son necesariamente los más caros y exclusivos, sino aquellos que provienen de una respetable recolección o elaboración, independientemente de su precio.

Lo cual convierte a “El Tocino Gourmet” en un restaurante de alta calidad en sus alimentos, preparaciones artesanales y gran sabor, pero accesible por sus precios.

---

<sup>8</sup> Pérez Porto, Julián & Gardey, Ana. (2013). “Definición de gourmet”. Recuperado de <http://definicion.de/gourmet/#ixzz4DajcbA3x>



## 1.2. Descripción de la empresa

Existe un amplio mercado de población temporal, que le gusta y le es una exquisitez el tocino, en México no existe un lugar especial en el cual sea la estrella, por lo tanto la empresa “El tocino gourmet” estará dedicada a cubrir esa necesidad y brindar un excelente servicio de alimentos y bebidas.

El concepto del negocio es *Casual Dining*, en estos restaurantes el ambiente es casual, pero los comensales son atendidos por meseros. La calidad de la comida es buena y los precios son bastante módicos. La mayoría de ellos, en su tipo, son franquicias y se especializan en una clase de comida en particular. (López, 2014)<sup>9</sup>

Y aunque la empresa aún no cuenta con otras sucursales, si se especializa en un cierto tipo de platillo, con un toque extra de ser todos los platillos preparados en el momento, de forma artesanal, con materia prima especial y de alta calidad.

El principal valor agregado son los alimentos a base de tocino, un ingrediente clave para todos los platillos de autor.

Se ofrecerá un menú a base de imágenes en apoyo a los comensales para saber la variedad de platillos y tomar una decisión a la hora de ordenar.

La empresa formara parte de las pequeñas y medianas empresas, ya que se contratara de entre 11 a 50 empleados (Datos INEGI). Su ubicación será en la Delegación Coyoacán de la Ciudad de México.

Se busca ser de los primeros precursores de un nuevo concepto en los restaurantes mexicanos, utilizando el tocino como estrella.

---

<sup>9</sup> López, Glorysselle. (10 de Febrero de 2014). “Desde el “fast” hasta el “fine dining”. Recuperado de <http://www.sal.pr/2014/02/10/desde-el-fast-hasta-el-fine-dining/>

## **2.3. Misión**

Calidad, Servicio y Satisfacción.

Cubrir las necesidades de los consumidores con productos de alta calidad, a través de un servicio eficiente y orientado a la satisfacción del cliente, con una atención personalizada, oportuna y de calidad.

## **2.4. Visión**

Llegar a ser una empresa de éxito, reconocida en toda la Ciudad de México y área Metropolitana, debido al concepto innovador y al inigualable sabor de los platillos. Siempre manteniendo la idea original del tocino como ingrediente clave para todos los platillos.

## **2.5. Objetivos**

### **2.5.1 Objetivo General**

Brindar a cada uno de nuestros comensales una experiencia gastronómica única e inolvidable en cuanto a la comida; se les cocinara con él mejor sazón contando con los mejores chefs altamente capacitados.

### **2.5.2. Objetivo a Corto Plazo**

Tener a los mejores chefs para lograr nuestro objetivo, los cuales deberán tomar un curso los fines de semana para ir perfeccionando su estilo de cocina en aproximadamente un año.

### **2.5.3. Objetivo a Mediano Plazo**

A los 2 años de ser inaugurada la empresa, ser uno de los mejores restaurantes de la región, dentro de nuestra categoría, ofreciendo excelente servicio y calidad en nuestros productos.

### **2.5.4. Objetivo a Largo Plazo**

Dentro de 6 años, recuperar el 80 % de la inversión inicial, el cual se utilizara para crear una nueva sucursal en la Ciudad de México.

### **2.5.5. Objetivo Cuantitativo**

Vender 25 platillos diferentes diariamente (orden a la carta), y al finalizar el año obtener más de 6 mil clientes. Este objetivo se alcanzará por medio de capacitación continua del personal que labora en el Restaurante.

## **2.6. FODA**

### Fortalezas

- Buena calidad en los platillos.
- Excelente calidad en el servicio.
- Platos con buena presentación.
- El restaurante contara con un ambiente muy agradable para los comensales.

### Oportunidades

- Primer restaurante en México donde todos sus platillos contendrán con un ingrediente especial "El tocino".
- El concepto del restaurante es innovador y llamativo.
- El lugar donde se encontrará tiene alto nivel de turismo.

- Las redes sociales permitirán dar a conocer el servicio y tener mayor mercado.
- Crecimiento rápido del mercado.

#### Debilidades

- Nuevo restaurante.
- Falta de posicionamiento en el mercado.
- Competencia.
- Falta de algunas capacidades y/o habilidades clave.

#### Amenazas

- Crecimiento de restaurantes en la zona.
- Competencia de alimentos económicos y diferentes.
- Entrada de nuevos competidores.
- Cambio en las necesidades y gustos de los consumidores.

### III. ESTUDIO DE MERCADO

#### 3.1. Análisis de la demanda

La Ciudad de México como lo muestra la *Tabla No. 1* ocupa el segundo lugar a nivel nacional por su número de habitantes. Y la delegación en donde se busca poner el restaurante “El Tocino Gourmet” es Coyoacán, que como lo muestra la *Tabla No. 2* ocupa el quinto lugar en la Ciudad de México por su número de habitantes, lo cual la convierte en una delegación adecuada para ubicar un negocio de este tipo, y al número de habitantes le podemos agregar factores como el ingreso que poseen los habitantes de esta delegación y el hecho de que es una zona turística dentro de la Ciudad de México.

De acuerdo a la nota del 07 de Abril del 2016, escrita por la Revista Zócalo<sup>10</sup>, *las Semanas Santa y Pascua dejaron una derrama económica de 4 mil millones de pesos en la Ciudad de México, que este año se celebró del 19 de marzo al 3 de abril, lo que representó un incremento de 602 millones de pesos con respecto a igual periodo vacacional del 2015, es decir, 17.5% más, éste gasto fue efectuado por 499 mil 600 turistas hospedados en hoteles y 746 mil 300 alojados en casa propia y de familiares o amigos, que en total suma 1 millón 245 mil 900 turistas, cifra similar a la obtenida el año anterior.*

*La ocupación hotelera promedio registrada en establecimientos de 1 a 5 estrellas fue del 56%, muy similar a la que se alcanzó el año pasado. Sin embargo, en hoteles de 4 y 5 estrellas, la ocupación osciló entre el 75 y el 80%.*

*En este periodo reportado, también se desplazaron por la Ciudad de México 13.7 millones de excursionistas (visitantes sin pernocta), de los cuales 2 millones arribaron procedentes del Valle de México, 850 mil 400 del interior del país y 10.8 millones realizaron viajes interdelegacionales para disfrutar de la vasta oferta*

---

<sup>10</sup> Revista Zócalo. (07 de Abril de 2016). “Las Semanas Santa y de Pascua generaron una derrama de 4 mil millones de pesos en la CDMX”. Recuperado de <http://www.revistazocalo.com.mx/45-zocalo/9761-las-semanas-santa-y-de-pascua-generaron-una-derrama-de-4-mil-millones-de-pesos-en-la-cdmx.html>

turística de la metrópoli capitalina (restaurantes, museos, cines, teatros, conciertos, entre otros atractivos).

En conjunto, los excursionistas dejaron a la Ciudad de México una derrama económica del orden de los mil 236 millones de pesos, 1.3% superior al logrado en igual lapso del 2015.

Los datos antes citados son una muestra del gran destino turístico que es la Ciudad de México.

Tabla 1. Habitantes por Estado en México.

Lugar a nivel nacional	Entidad Federativa	Habitantes (año 2015)
	Estados Unidos Mexicanos	119 530 753
1	México	16 187 608
2	Ciudad de México >>>	8 918 653
3	Veracruz de Ignacio de la Llave	8 112 505
4	Jalisco	7 844 830
5	Puebla	6 168 883
6	Guanajuato	5 853 677

Fuente: INEGI -

Tabla 2. Habitantes por delegación de la Ciudad de México en 2015

1	Iztapalapa	1 827 868
2	Gustavo A. Madero	1 164 477
3	Álvaro Obregón	749 982
4	Tlalpan	677 104
5	Coyoacán	608 479
6	Cuauhtémoc	532 553
7	Venustiano Carranza	427 263
8	Benito Juárez	417 416
9	Xochimilco	415 933
10	Azcapotzalco	400 161
11	Iztacalco	390 348
12	Miguel Hidalgo	364 439
13	Tláhuac	361 593
14	La Magdalena Contreras	243 886
15	Cuajimalpa de Morelos	199 224

16	Milpa Alta	137 927
----	------------	---------

Fuente: INEGI

### **3.2. Factores determinantes de la demanda**

- Localización
- Estrategias de ventas
- Estrategia de mercado
- Calidad de servicio

### **3.3. Distribución geográfica de la demanda**

#### Macrolocalización

El restaurante se ubicará en México, dentro de la Ciudad de México, en la delegación Coyoacán.

La decisión de poner “El tocino Gourmet” en la delegación de Coyoacán se debió a diversas razones entre las cuales están:

Coyoacán es una de las 16 delegaciones de la Ciudad de México y se encuentra en el centro geográfico de este. Todo el territorio coyoacanense se encuentra urbanizado, pero dentro de él se encuentran importantes zonas verdes como la Ciudad Universitaria y los viveros de Coyoacán, centro de propagación de especies arbóreas enclavado en la delegación Coyoacán en el sur de la Ciudad de México. Funciona como parque público y espacio recreativo y deportivo.

Coyoacán es un sitio con una alta concentración de infraestructura cultural y turística. Dentro de ella se encuentran las sedes de importantes instituciones educativas de México, como la Universidad Nacional Autónoma de México y la Universidad Autónoma Metropolitana. Alberga recintos culturales relevantes como los museos Nacional de las Intervenciones, el Anahuacalli, el Nacional de la Acuarela y el Centro Cultural Universitario.

Dos de los principales puntos de interés son los jardines del Centenario y el Hidalgo (también conocido como el parque de los coyotes).

#### Lugares de Atracción en Coyoacán

Teatros y Foros, Foro Casa del Teatro, Teatro Rafael Solana, Teatro Bar el Vicio (antes el Hábito), Foro Cultural Coyoacanense Hugo Argüelles, Teatro Carlos Ancira, Teatro Fernando Wagner, Teatro de la Capilla, Teatro Juan Ruiz de Alarcón, Teatro Rodolfo Usigli, Foro Espacio C de CADAC, Caja Negra (Centro Universitario de teatro CUT), Teatro Arquitecto Carlos Lazo, Foro Cultural Ana María Hernández, Aula Teatro Henrique Rulas, Foro Enrique Alonso, Teatro de las Artes, Foro Antonio López Mancera, Teatro Raúl Flores Canelo, Teatro Salvador Novo, Foro Experimental de Danza, Foro Sor Juana Inés de la Cruz, Teatro Santa Catarina.

Transportes en los que se puede acceder a Coyoacán

STC Metro, General Anaya (Línea 2), Taxqueña (Línea 2), Viveros/Derechos Humanos (Línea 3), Miguel Ángel de Quevedo (Línea 3), Coyoacán (Línea 3), Copilco (Línea 3), Universidad (Línea 3)

*Metrobús*: Ciudad Universitaria (Línea 1), Centro Cultural Universitario, Perisur, Villa Olímpica, Corregidora

*Tren Ligero*: Taxqueña, Las Torres, Ciudad Jardín, La Virgen, Xotepingo, Nezahualpilli

*Automóviles, Autobuses.*

Imagen 1. Ubicación de Coyoacán en un mapa de la Ciudad de México.



Fuente: Imágenes Google



## Microlocalización

Imagen 2. Ubicación del local.



Fuente: Google Maps

Calzada de las Bombas, Ctm IX Culhuacán, Coyoacán, 04909, Ciudad de México, México.

### 3.4. Tamaño del mercado

Nuestra empresa dirigirá sus servicios a un segmento de mercado con las siguientes características:

- Hombres y mujeres de edad entre los 25 y 35 años.
- Profesionistas (Con empleo)
- Con un ingreso D+ y C como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 3. Clasificación de ingresos

Nivel	Ingreso Mínimo	Ingreso Máximo
<u>A/B</u>	85,000.00+	
<u>C+</u>	35,000.00	84,999.00
<b>C</b>	<b>11,600.00</b>	<b>34,999.00</b>
<b>D+</b>	<b>6,800.00</b>	<b>11,599.00</b>
<u>D</u>	2,700.00	6,799.00
<u>E</u>	0.00	2,699.00

Fuente: INEGI

### 3.5. Consumo aparente

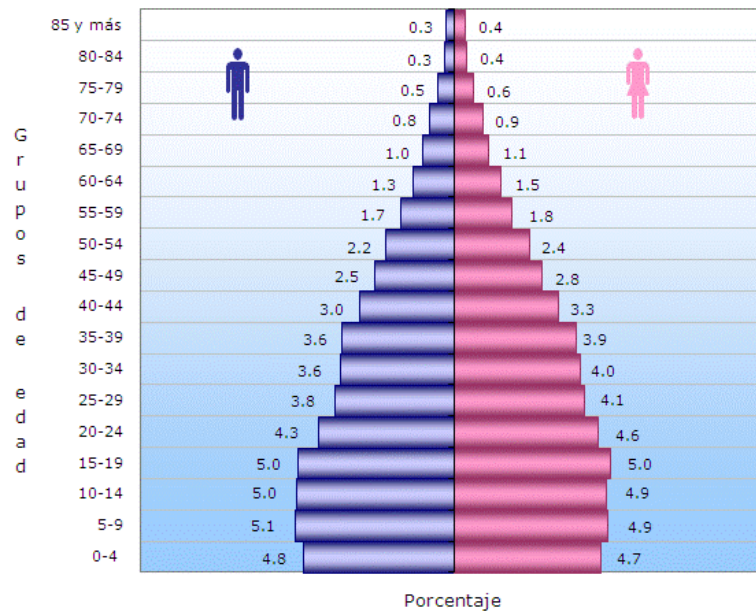
El consumo aparente, o total que podríamos percibir anualmente, estadísticamente hablando se explica con las siguientes tablas:

Tabla 4. Población Objetivo.

		hogares objetivo
A/b		7%
c+		15%
<b>c</b>		<b>17%</b>
		<b>57,218.99</b>
<b>d+</b>		<b>19%</b>
		<b>61,903.59</b>
d		18%
e		8%
	Total	119,122.58
	consumidores potenciales	488,402.59
	consumo en restaurantes por persona anual	10
	consumo potencial	4,884,025.94
		\$
100	precio	488,402,594.40
	produccion	10000
	consumidores reales	1,000.00
	% de mercado	0.020%

Fuente: INEGI

Imagen 3. Piramide de Población año 2010.



Fuente: INEGI

### 3.6. Participación de la competencia en el mercado

#### Principales competidores

La competencia directa de “El Tocino Gourmet” se enlista a continuación, estos restaurantes comparten el mismo concepto “casual dining”, que es el concepto de la empresa.

- Chili’s

Restaurante con un concepto informal, con un menú de diversos tipos de hamburguesas a la parrilla, a precio competitivo. El éxito fue inmejorable, Chili's ha conservado el concepto de restaurante antiguo mezclado con el concepto moderno, con todas las tecnologías de la información, pantallas gigantes, Internet, concepto de facturas electrónicas, etc.

- Hooters

Enfoca a la clientela masculina contando con personal femenino como camareras con muy poca ropa, aunque hay varones trabajando en Hooters como cocineros, anfitriones, bármanes, y gerentes. El menú incluye hamburguesas y otros sándwiches, filetes, marisco y pollo. Se especializa también en *Buffalo wings*. Casi

todos los Hooters tienen licencias para vender bebidas alcohólicas como cerveza y vino.

- T.G.I. Friday's

Enfocada en las comidas casuales, esta cadena de restaurantes es conocida por su apariencia, con cintas rojas, sus pasamanos de bronce y lámparas de Tiffany y el uso frecuente de decoración con objetos antiguos.

- Italianni's
- Wings
- Applebee's

Al analizar la competencia se puede notar que no existe un competidor directo con las mismas características, como lo son el ingrediente clave o la preparación artesanal y en el momento de los alimentos, lo que permite una ventaja competitiva en comparación con otros restaurantes de la zona de Coyoacán.

Sin embargo a continuación se enlistan otros establecimientos de la zona, que por su modo de preparar los alimentos o por su ubicación geográfica representan competencia para "El Tocino Gourmet".



### André

📍 Av. Miguel Ángel de Quevedo 992 - Coyoacan 🍴 Internacional

★★★★★ \$\$\$\$\$

André Restaurante es un local de cocina internacional situado en la zona de Atlántida de la capital de México. Un lugar..... [Ver más](#)



### Daikoku (Coyoacán)

📍 Londres No. 348, Col. Del Carmen - Coyoacan 🍴 Japonesa

★★★★★ \$\$\$\$\$

Daikoku (Coyoacán) es uno de los cuatro restaurantes de comida japonesa que forman parte de una cadena de locales de..... [Ver más](#)



## La Celestina

📍 Caballo Calco 14 - Coyoacan 🍴 Mediterránea

★★★★★ \$\$\$\$\$

Su ambientación, entre rústica y moderna de estilo retro chic, y la localización en uno de los nuevos barrios de moda de..... [Ver más](#)



## Merendero (Coyoacán)

📍 Higuera 22, La Concepción - Coyoacan 🍴 Americana

★★★★★ \$\$\$\$\$

El Merendero de Coyoacán, ciudad de México, es una fuente de soda inspirada en la época de los años 50, donde se puede..... [Ver más](#)



## Séptimo Pizzas

📍 Presidente Carranza N° 106 Esquina. con Carrillo Puerto, Colonia Villa Coyoacán - Coyoacan

🍴 Italiana

★★★★★ \$\$\$\$\$

También se puede mencionar al Mercado de Coyoacán como competencia, ya que es uno de los iconos de este barrio mágico. Éste en particular es famoso por su colorido y tradición.

Además de encontrar lo típico de todos los mercados: verduras, carne, abarrotes, materias primas, etc., el Mercado de Coyoacán ofrece antojitos, comida corrida, jugos y licuados, un sinnúmero de artesanías, disfraces para toda ocasión, ropa típica, ropa de moda, juguetes tradicionales mexicanos, plantas, regalos, cerrajeros y para no variar con los tiempos modernos encontrarás locales de tecnología.

Los inicios del Mercado están en la calle de Cuauhtémoc y Agüayo, donde ahora se encuentra el Gimnasio Coyoacán. En 1956, el Mercado de Coyoacán fue reubicado a la calle de Allende, entre Malintzin y Xicoténcatl, un espacio más amplio para un sitio muy visitado; donde lo vemos ahora.

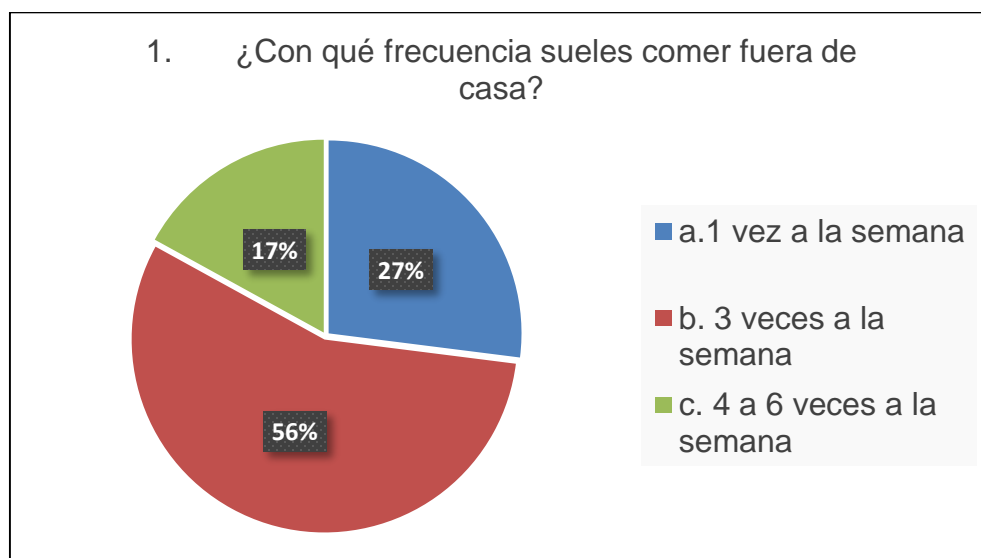
### 3.7. Encuesta

#### 3.7.1. Resultados cuantitativos

Los datos arrojados por los instrumentos de recolección cuantitativos fueron capturados en Excel para ser graficados. A continuación se presentan los resultados expuestos por la encuesta aplicada.

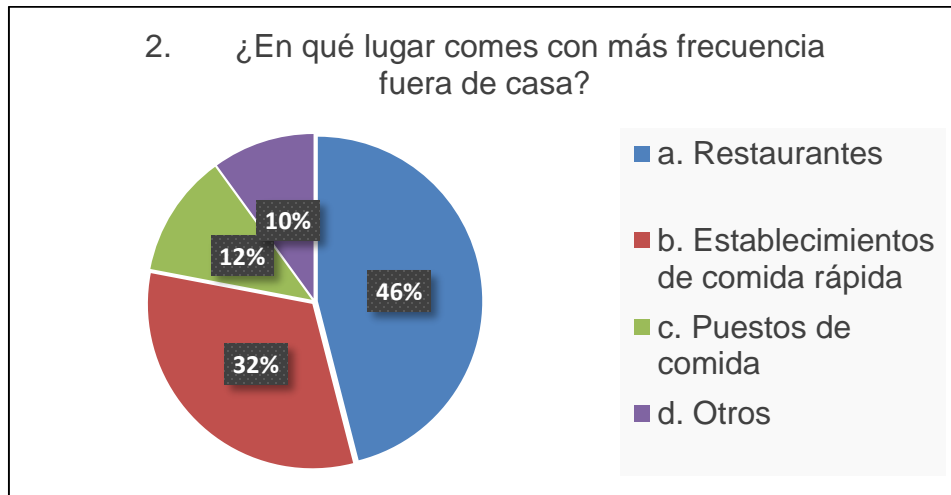
##### 3.7.1.1. Asistencia a restaurantes

Gráfica 1. ¿Con qué frecuencia sueles comer fuera de casa?



Como se puede observar en la gráfica anterior, la mayoría de las personas encuestadas suelen comer fuera de casa de 1 a 3 veces por semana lo que garantizaría la afluencia de clientes toda la semana y no solo los fines de semana.

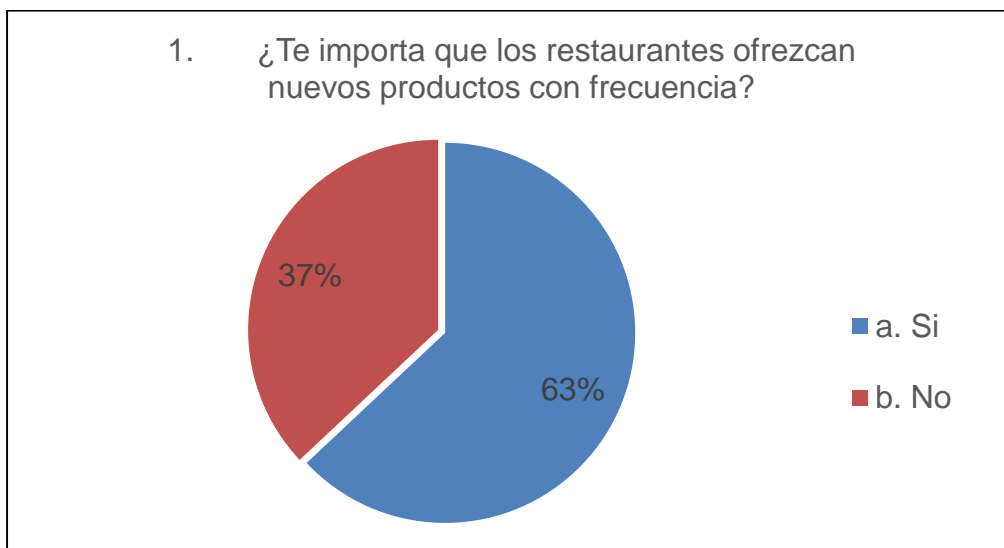
Gráfica 2. ¿En qué lugar comes con más frecuencia fuera de casa?



Esta pregunta se realizó para tener el conocimiento del uso de los diferentes tipos de servicios de alimentos y bebidas. Dando como resultado una preferencia por asistir a los restaurantes, lo cual beneficia a este negocio catalogado dentro de la categoría.

### 3.7.1.2. Aspectos tomados en cuenta para la elección de un restaurante

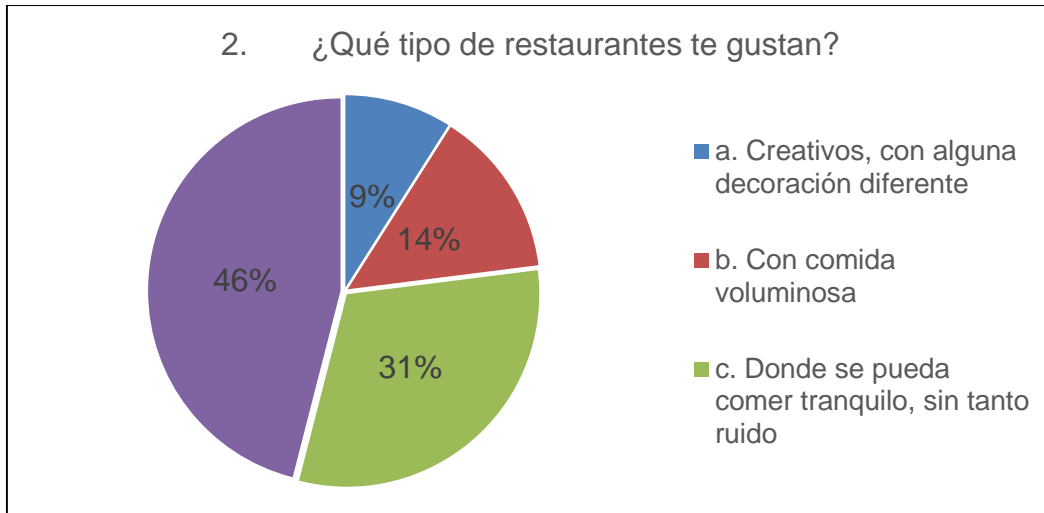
Gráfica 3. ¿Te importa que los restaurantes ofrezcan nuevos productos con frecuencia?



El 63% de los comensales prefieren o sugieren que ciertos platillos cambien y que nuevos platillos sean agregados al menú. Esto crea una referencia que ayudara a

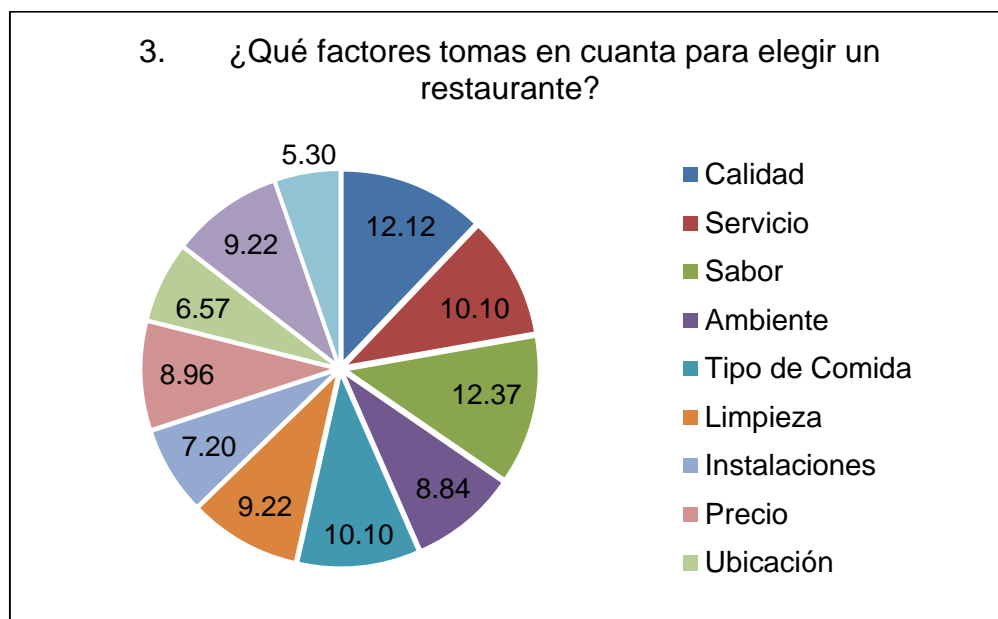
mantener fresca la imagen y permitirá atraer nuevos clientes y conservar a los comensales regulares.

Gráfica 4. ¿Qué tipo de restaurantes te gustan?



La mayoría de las personas encuestadas, el 46% en este caso, prestan más atención a la calidad de los alimentos y su gran sabor al momento de preferir un restaurante. Esto indica que el negocio debe estar orientado principalmente a tener un excelente menú y un personal de cocina con experiencia, gran sazón y pasión por la comida.

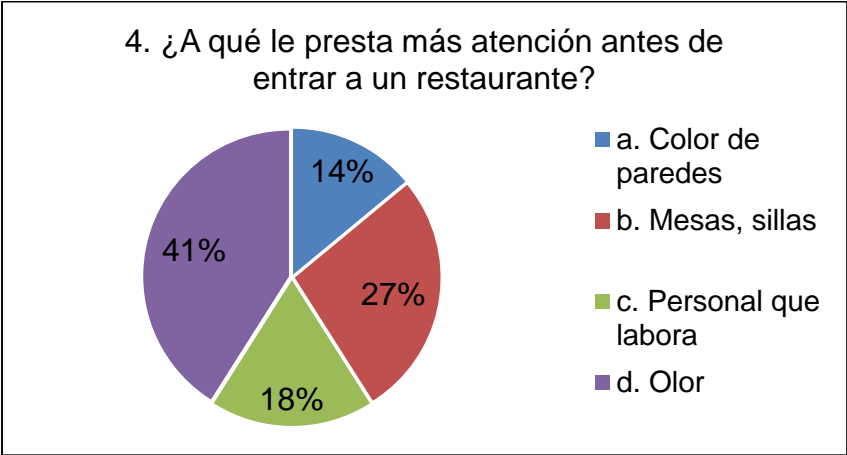
Gráfica 5. ¿Qué factores tomas en cuenta para elegir un restaurante?





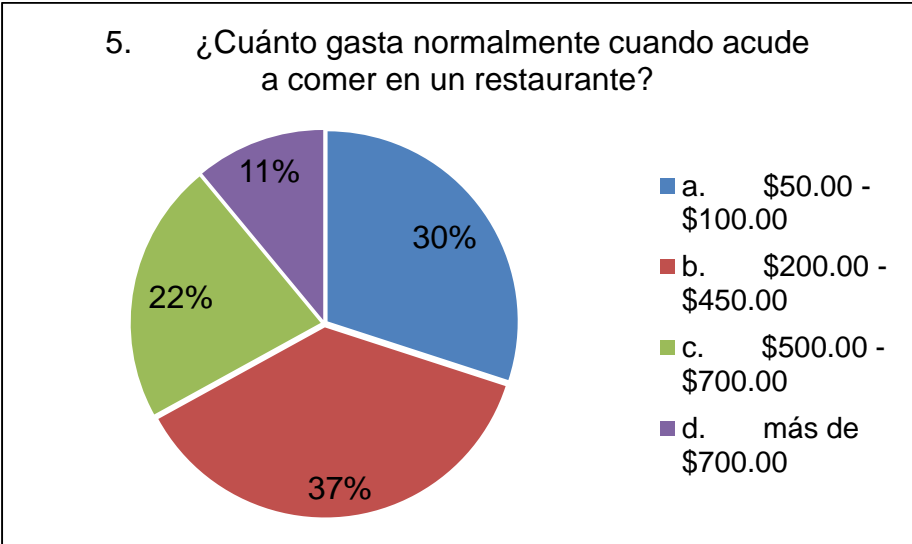
Y a pesar de que se le prestará especial atención a la calidad de los alimentos, no se puede perder de vista la importancia de todos los demás detalles que marcan la diferencia entre un restaurante cualquiera a uno de la preferencia de los comensales. Se deben cuidar todos los aspectos mencionados en esta pregunta para así garantizar la fidelidad del comensal hacia el restaurante.

Gráfica 6. ¿A qué le presta más atención antes de entrar a un restaurante?



El factor principal que atrae al público en general a entrar en un restaurante es el olor del establecimiento y su comida, sin dejar atrás la importancia de la decoración y el mobiliario.

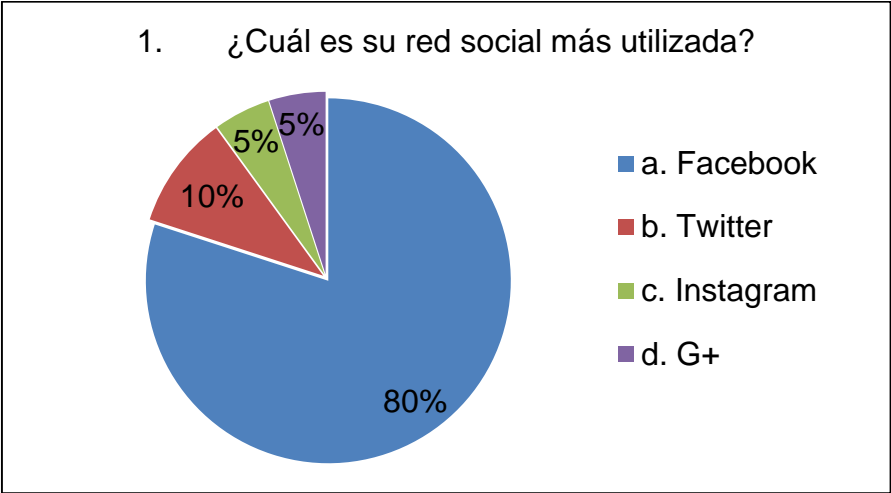
Gráfica 7. ¿Cuánto gasta normalmente cuando acude a comer en un restaurante?



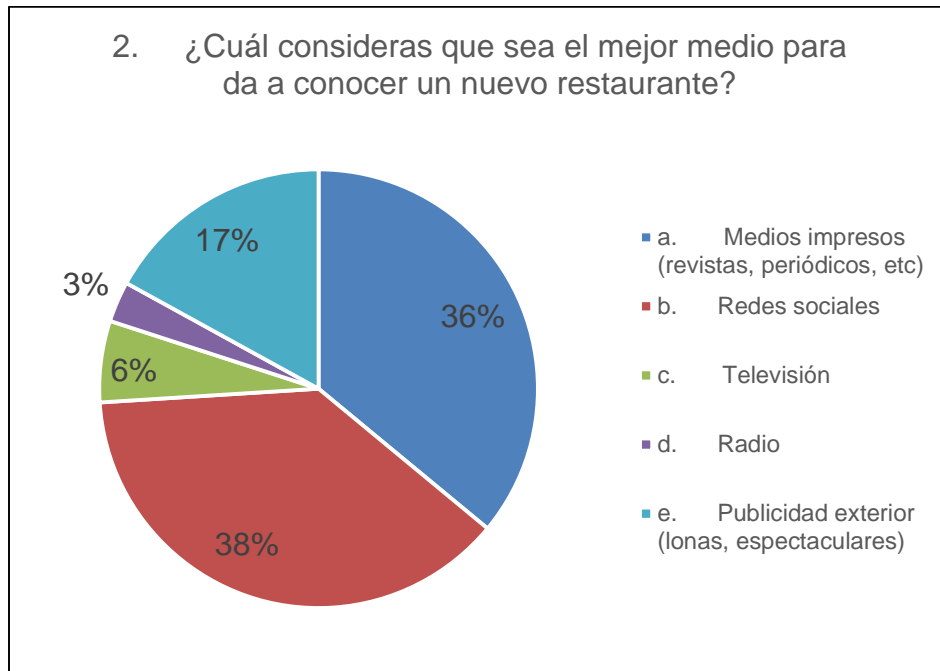
Esta pregunta ayudara a crear el menú, sus platillos y el rango de precios que se manejaran, ya que se tiene el conocimiento de cuanto está dispuesto a pagar un cliente por sus alimentos. La mayoría de las personas encuestadas está dispuesta a pagar por el servicio entre \$50 y \$450, el menú de “El Tocino Gourmet” tendrá precios que oscilaran entre \$65 y \$160 en alimentos, esto con el fin de cumplir con la preferencia de los clientes.

### 3.7.1.3. Promoción

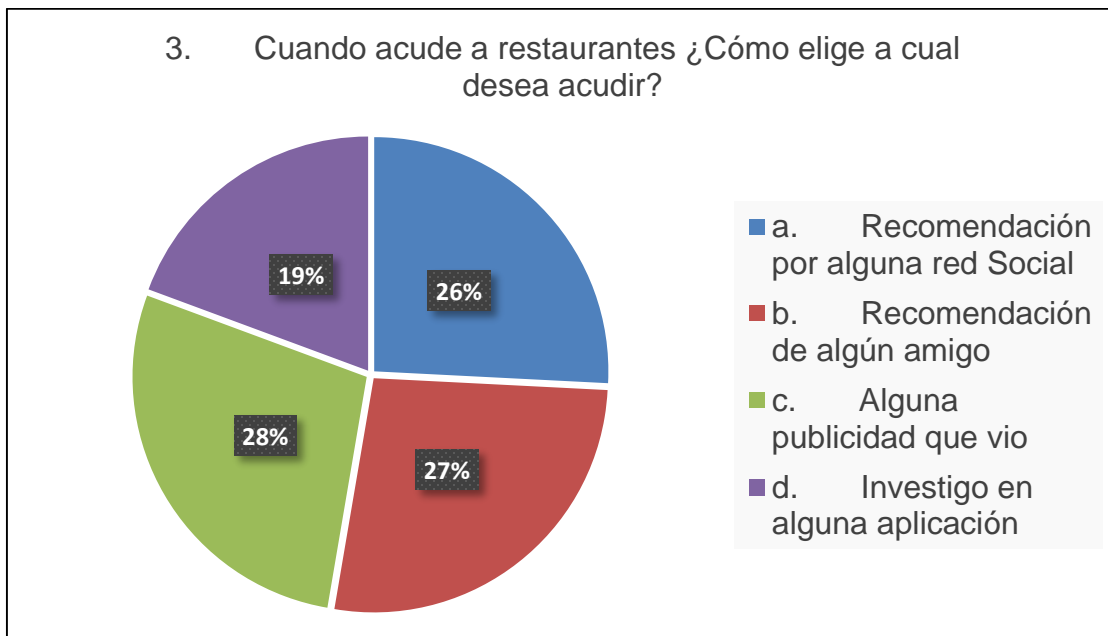
Gráfica 8. ¿Cuál es su red social más utilizada?



Gráfica 9. ¿Cuál consideras que sea el mejor medio para da a conocer un nuevo restaurante?



Gráfica 10. Cuando acude a restaurantes ¿Cómo elige a cual desea acudir?

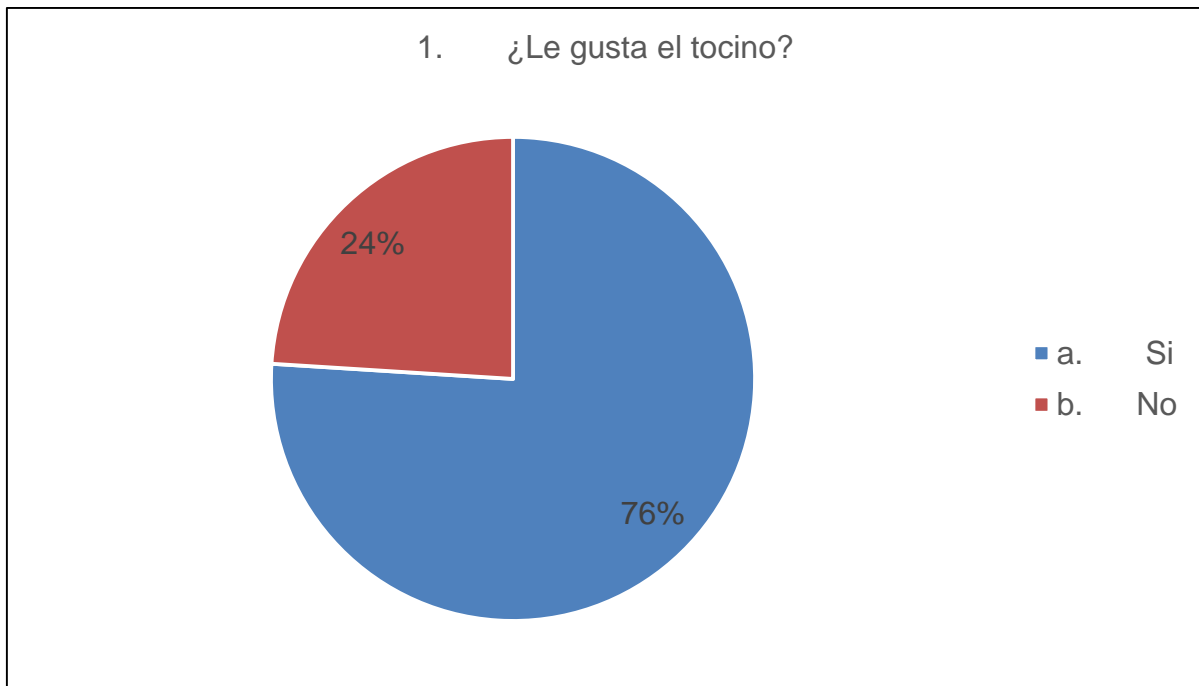


Estas graficas reflejan ciertas pautas de conducta, que ayudaran a crear el plan de publicidad y promoción. Se puede participar en la mayoría de los aspectos

mencionados en las opciones de respuesta a estas preguntas, todo indica que tienen efectividad para atraer al cliente.

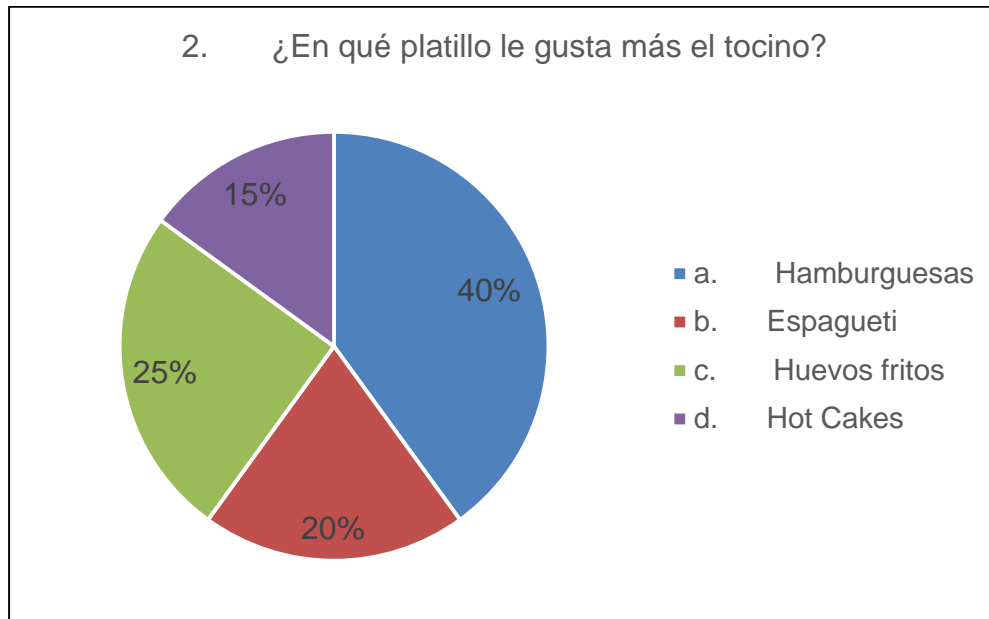
#### 3.7.1.4. Tipo de comida

Gráfica 11. ¿Le gusta el tocino?



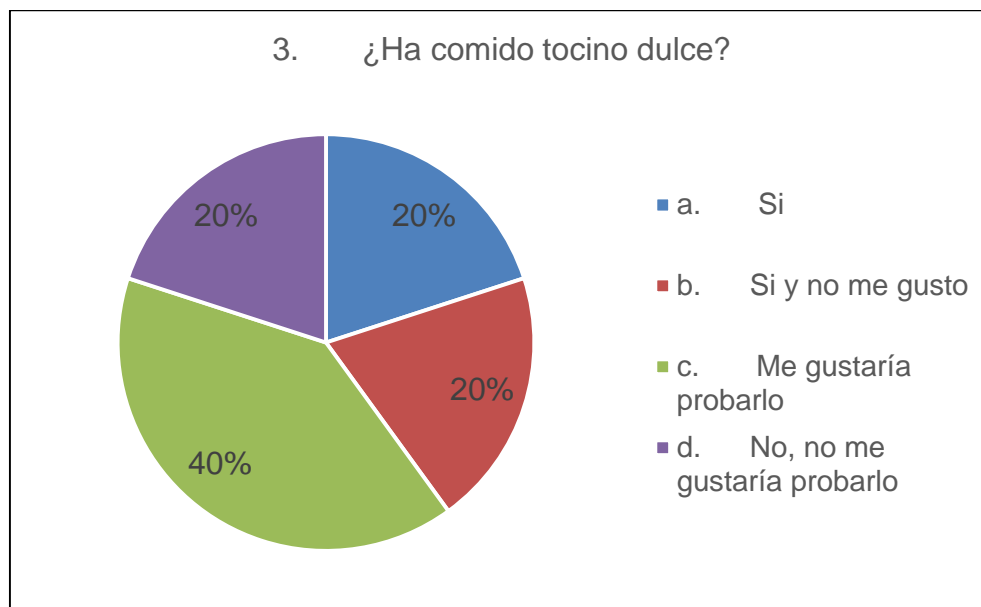
El 76% de las personas encuestadas indicaron que les gusta el tocino. A pesar de que en ocasiones el tocino es considerado como un alimento no saludable, se sigue consumiendo y prefiriendo.

Gráfica 12. ¿En qué platillo le gusta más el tocino?



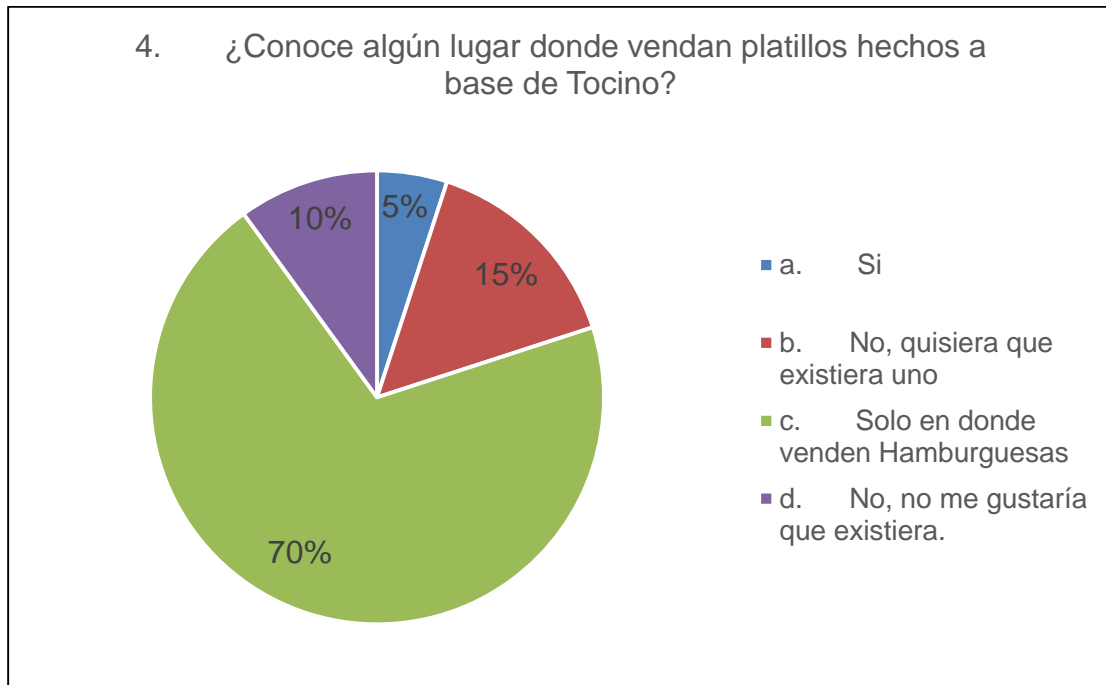
Gracias a esta grafica se obtiene el conocimiento del platillo favorito de las personas encuestadas que es: La Hamburguesa, sin embargo se puede observar una disposición a consumir tocino en otros platillos tanto tradicionales como novedosos.

Gráfica 13. ¿Ha comido tocino dulce?



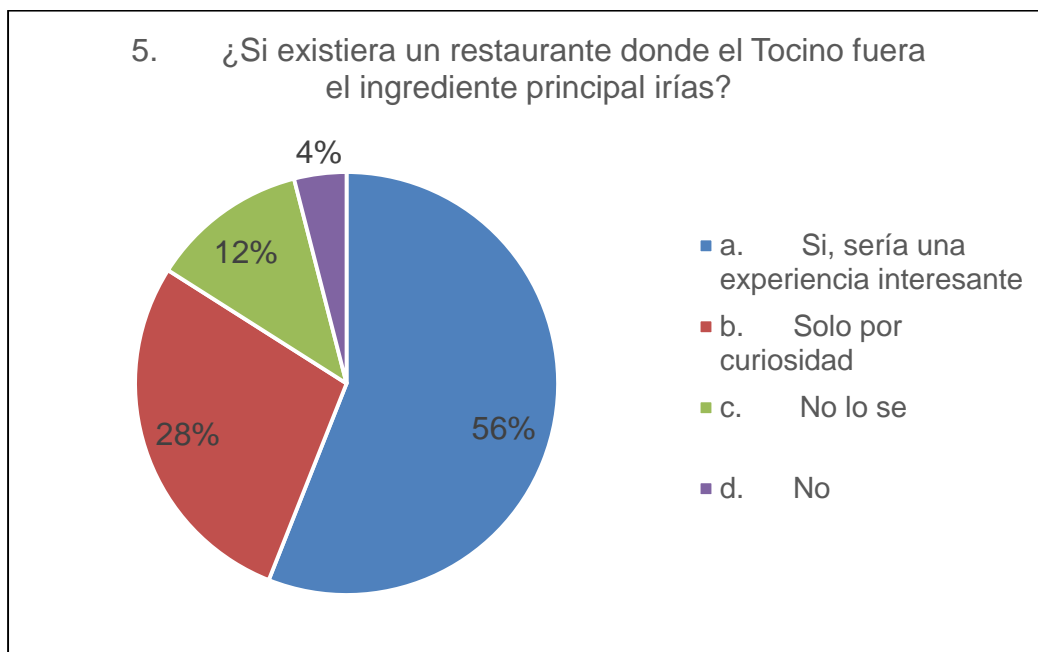
El 60% de las personas encuestadas tienen la disposición de probar el tocino dulce, o preparado en postres.

Gráfica 14. ¿Conoce algún lugar donde vendan platillos hechos a base de Tocino?



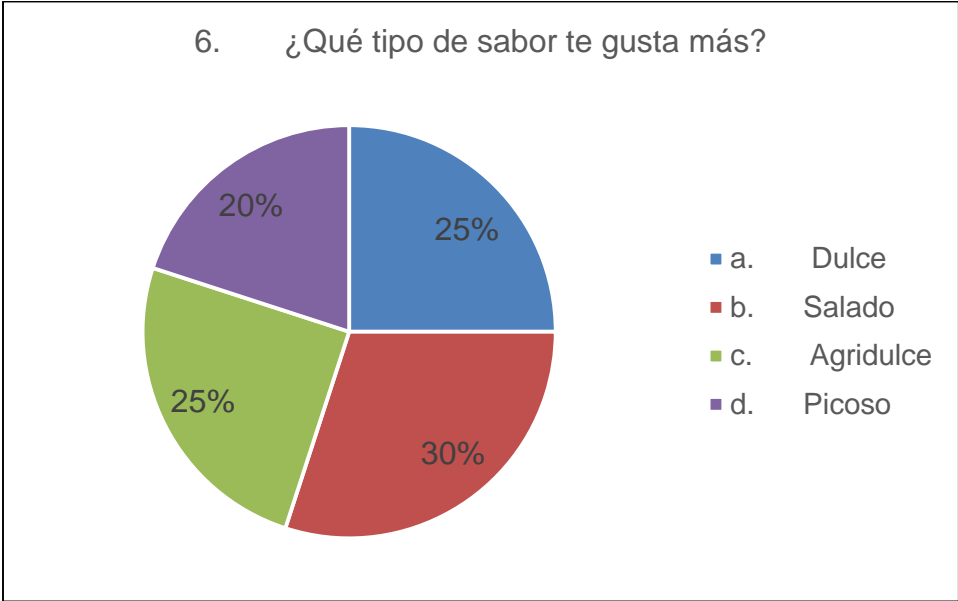
Con esta pregunta se confirma lo innovador de la idea, de servir platillos utilizando como ingrediente clave el tocino. Los encuestados en su mayoría solo consumen tocino donde venden hamburguesas.

Gráfica 15. ¿Si existiera un restaurante donde el Tocino fuera el ingrediente principal irías?



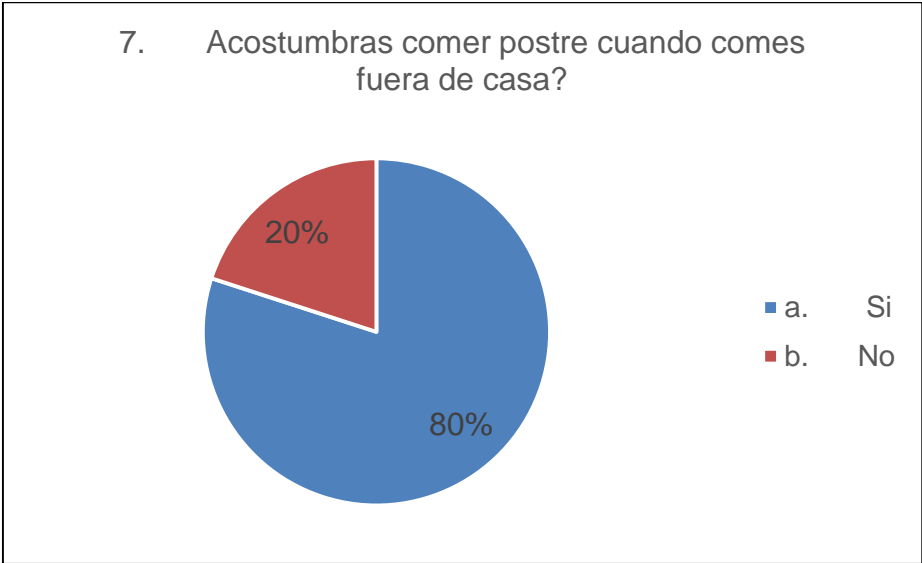
La mayoría de los encuestados mostraron disposición a asistir a un restaurante con el concepto de “El Tocino Gourmet”. De principio solo asistirían por curiosidad, sin embargo la excelente calidad de los platillos y su gran sabor los haría regresar e incluso convertirse en clientes asiduos.

Gráfica 16. ¿Qué tipo de sabor te gusta más?



En la gráfica se observan ciertas pautas de conducta de los posibles clientes, y se da la opción de crear un menú que integre todos los elementos de sabor.

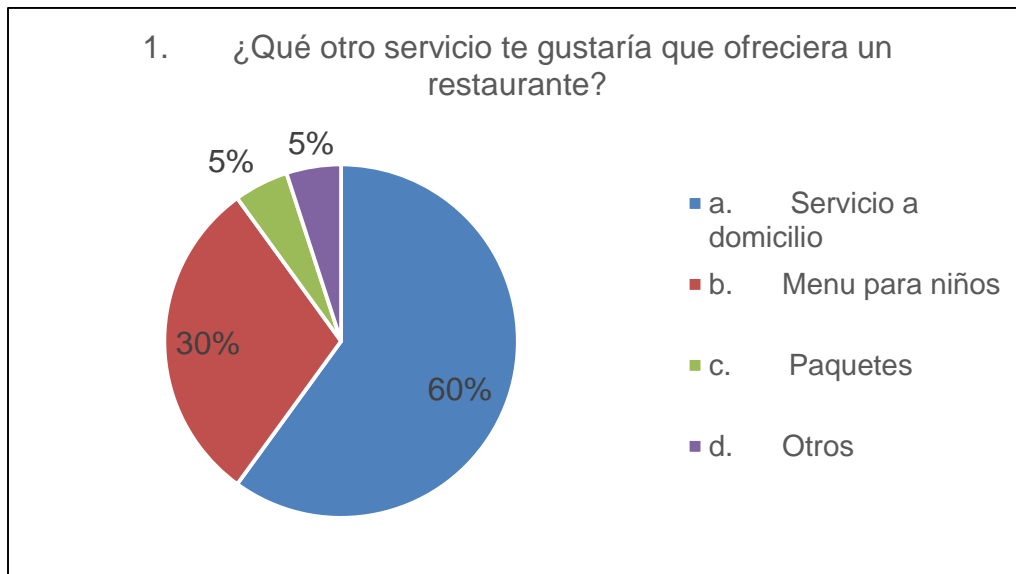
Gráfica 17. Acostumbas comer postre cuando comes fuera de casa?



Como se observa en la gráfica anterior, las personas degustan algún postre después de consumir sus alimentos.

### 3.7.1.5. Servicio

Gráfica 18. ¿Qué otro servicio te gustaría que ofreciera un restaurante?



En cuanto al servicio, lo que se considera agregar para el futuro del negocio es: Menú para niños y servicio a domicilio.

### 3.8. Ventaja competitiva

La principal ventaja competitiva es la originalidad de la idea, en la actualidad no es posible encontrar restaurantes con este concepto en México.

Otras ventajas competitivas son:

- El delicioso sabor de los platillos que se ofrecerán.
- Chefs con experiencia y gran sazón,
- Meseros con experiencia, conocimiento en el servicio y excelente presentación, porque ellos representaran una parte importante de la imagen de la empresa.



- El concepto de los menús será visual, todos los platillos tendrán imagen representativa, esto creará en el cliente un antojo, y fomentará una mejor decisión en comparación de los descritos con palabras.
- Las materias primas serán de la más alta calidad, para así garantizar un inigualable sabor, y se procurará que un mínimo del 80% de las mismas sean de origen mexicano, para así apoyar activamente a la producción nacional.
- Los alimentos se preparan en el momento, es decir, que todos los ingredientes serán frescos y preparados en el restaurante, de este modo se evitará utilizar alimentos muy procesados o pre-cocinados. Por esta razón se puede decir que “El Tocino Gourmet” prepara sus alimentos de forma artesanal.
- Las opiniones de los clientes se tomarán en cuenta para modificar el menú, esto creará un lazo con el cliente.
- Se crearán menús por temporada, por ejemplo Halloween, navidad, día del amor y la amistad, etc.

### **3.8.1. Originalidad**

Como ya se mencionó, el proyecto es único y original en el país; en México existe la necesidad de un lugar con un menú que englobe este concepto, en la mayoría de los restaurantes solo se encuentra hamburguesa con tocino, pero no existen otros platillos donde se pueda disfrutar el sabor, el aroma y lo crujiente del tocino como en los que se ofrecerán en “El Tocino Gourmet”. Esto permitirá competir, resaltar y diferenciarse de otros restaurantes.

### **3.8.2. Pertinencia del negocio**

Una de las principales problemáticas de la sociedad mexicana es la falta de salud y cultura alimenticia, lo que muchas personas piensan que el tocino es un alimento no saludable y grasoso. Preocupados por la salud de los comensales, el proceso de cocción del tocino procura extraer la mayor cantidad de grasa posible, dejando solo la carne y su delicioso sabor, de una manera más saludable.

Los platillos se sometieron a revisión con un nutriólogo, para asegurar que sean saludables, balanceados y deliciosos. Con esto se busca apoyar a la comunidad para que continúe cuidando de su salud, sin dejar de lado el excelente sabor.

### **3.8.3. Algo más sobre el tocino**

El tocino es la acumulación de grasa que se deposita en la porción subcutánea de la piel del cerdo. También se denomina lardo y se describe como parte grasa que está entre el cuero y la carne de cerdo y que cubre todo el cuerpo de animal.

Generalmente el tocino es destinado a las plantas industriales de fusión de grasas ya que el consumo para usos alimenticios es muy bajo, pese a las características de aroma y sapidez que da el procedente de cerdo ibérico y que le destacan sobre los demás.

El tocino con destino a la alimentación sufre una serie de procesos simples que aquí se resumen. La hoja de tocino está limitada por cuatro cortes que le dan forma rectangular: uno superior a lo largo del espinazo, otro inferior del pecho y el vientre, otro anterior que sigue el borde de la paletilla y termina en la punta del esternón, y el último o posterior, que sigue el borde del jamón o pernil hasta alcanzar la babilla.

Las hojas de tocino se dividen después en porciones que reciben el nombre de la región anatómica correspondiente: tocino de lomo o de espinazo, tocino ventresco o magroso, tocino de papada, etc., de diferente valor comercial o aprovechamiento industrial. Recortada la hoja entera o dividida en trozos (espinazo ventresco, etc.) se procede a la salazón después de una ligera desecación u oreo.

Los tratamientos más habituales son:

- Salazón
- Adobo
- Ahumado (combinado con uno de los anteriores)
- Fritura parcial y conservación en manteca.

- Fritura total y conservación en seco.

La salazón del tocino se hace en seco, utilizando tan solo sal gorda.

Las operaciones de salazón del tocino requieren los siguientes tiempos:

- Frotar con sal las dos caras de las hojas.
- Apilar las hojas en el saladero, bien cubiertas de sal y presionadas con pesos.
- Salazón durante 8-10 días, ya que el tocino se satura con muy poca sal.
- Conservar en locales oscuros, frescos y limpios, pues los mayores enemigos del tocino son la luz y los insectos. (Boletín Agrario, s.f.)<sup>11</sup>

La opinión acerca del tocino generalmente es negativa, a pesar de que la mayoría de las personas encuentran éste alimento realmente tentador y delicioso. Sin embargo existen opiniones positivas que incluso apoyan el consumo del tocino, como lo expresa (Dr. Kaayla Daniel, s.f.) citada por (Dr. Mercola, 2013)<sup>12</sup> en el siguiente artículo.

*Neal Barnard MD, jefe del Comité de Médicos para la Medicina Responsable, trató de reunir a un ejército de veganos para protestar por el Festival del Tocino en Iowa la primavera pasada, pero no tuvo éxito con el reclutamiento ya que sólo reunió a seis voluntarios. ¿Por qué tan pocos? ¡Probablemente por el miedo al tocino!*

*No el miedo a la muerte a causa del tocino, que es lo que el Dr. Barnard espera alimentar con su retórica anti-carne y carteles de calaveras y tibias cruzadas, pero los veganos temen ceder la tentación del mismo tocino. El olor y el sabor del tocino son tan seductores que muchos vegetarianos temen que sea "la puerta de acceso a la carne".*

---

<sup>11</sup> Boletín Agrario. (s.f.) "Definición de Panceta". Recuperado de <http://www.boletinagrario.com/ap-6,panceta,1044.html>

<sup>12</sup> Dr. Mercola. (3 de Enero de 2013). "¡Guarde su tocino! Pedazos provocativos de nitritos, secretos desagradables sobre la sal de apio y otras noticias devastadoras". Recuperado de [http://espanol.mercola.com/boletin-de-salud/comer-tocino.aspx#\\_edn1](http://espanol.mercola.com/boletin-de-salud/comer-tocino.aspx#_edn1)

*Pero ¿Cuáles son los riesgos para la salud? ¿Qué pasa con toda esa grasa, colesterol y sodio? Y ¿qué hay acerca de los nitritos?*

*Los veganos no son los únicos que advierten en contra del tocino. Recientemente, la Escuela de Harvard de Salud Pública anunció a bombo y platillo que sólo una pequeña porción diaria de carne roja podría aumentar nuestra probabilidad de muerte en un 13 por ciento, mientras que un poco de tocino, salchicha u otras carnes procesadas rojas cada día nos matará un 20 por ciento más rápido.*

*De hecho, el estudio fue una falla de la ciencia - un estudio observacional utilizando notoriamente cuestionarios falibles sobre la frecuencia de alimentos, con investigadores que emiten conclusiones injustificadas sobre las mismas asociaciones. Mucho ruido y pocas nueces, en otras palabras. Una mirada cuidadosa a los datos sugieren un riesgo de 0.2 veces mayor como máximo. Y eso es en las personas que comen carne de supermercado proveniente de granjas industriales, que también suelen fumar, no hacer ejercicio y que comen carne roja sobre pan blanco y bolillos.*

*¿Es Seguro Comer Tocino?*

*Lamentablemente muchas personas asumen que las advertencias de Harvard pueden ser válidas. La carne roja, tocino y otros sabrosos alimentos altos en grasa, han disfrutado durante mucho tiempo la reputación de ser tanto deliciosos como peligrosos.*

*En efecto, la pregunta del tocino se ha discutido durante años, ahora en la mayoría de los blogs en internet de personas no veganas, concluyen que el tocino "no esta tan mal" si se utiliza para añadir un poco de sabor y textura crujiente a los alimentos "saludables", como ensaladas y vegetales. El comediante Jim Gaffigan bromeo al respecto en el show Late Night con Conan O'Brien cuando describió a los trozos de tocino como "el polvo de hadas de la alimentación comunitaria" y comer una ensalada espolvoreada con tocino puede ser la "búsqueda del tesoro."*

*Pero ¿Qué pasaría si el tocino fuera bueno para nosotros? ¿Y qué tal si apoya la buena salud y no fuera un pecado mortal para nuestra alimentación? ¿Qué tal si pudiéramos comer toda la cantidad deseada? Propositiones engañosas para estar seguros, pero Naughty Nutritionist™ se está preparado para contestar esas preguntas.*

### *Lo Que Usted Necesita Saber Sobre las Grasas Saludables*

*El principal activo del tocino es la grasa, y esa grasa-- ¡sorpresa! - Es principalmente grasa mono insaturada. El cincuenta por ciento de la grasa del tocino es mono insaturada, consiste principalmente en ácido oleico, el tipo de ácido que es tan valorado en el aceite de oliva.*

*Alrededor del tres por ciento de eso es ácido palmitoleico, un mono insaturado con valiosas propiedades antimicrobianas. Alrededor del 40 por ciento de la grasa del tocino es saturada, un nivel que preocupa a los fóbicos de la grasa, pero por esa la razón la grasa del tocino es relativamente estable y con pocas probabilidades de echarse a perder bajo condiciones normales de almacenamiento y cocción. Esto es importante, dado el hecho de que el restante 10 por ciento, es en la forma valiosa, pero inestable de grasas poliinsaturadas.*

*La grasa de cerdo también contiene una nueva forma de fosfatidilcolina que posee una actividad antioxidante superior a la vitamina E. Esta puede ser una razón por qué la grasa de la manteca y el tocino son relativamente estables y no son propensas a la rancidez de los radicales libres.*

*La grasa del tocino de cerdos alimentados con pastura también está repleta de vitaminas D solubles en grasa, siempre y cuando la alimentación de los cerdos haya sido al aire libre bajo el sol durante la mayor parte del año. Las fábricas de cría de cerdos los mantienen en el interior y los alimentan con soya, caseína, harina de maíz y otros granos, es probable que estos cerdos muestren bajos niveles de vitamina D.*

## *El Problema Principal*

*Aun así, "todo el mundo sabe" que el tocino es malo para nosotros, y el Dr. Barnard nos quiere hacer pensar que es un verdadero factor de riesgo para las enfermedades del corazón.*

*De hecho, el tocino podría ser bueno para el corazón. Y no sólo porque nos hace felices, aunque eso es sin duda un punto a favor, la grasa mono insaturada - la grasa principal en tocino - es ampliamente elogiada por reducir la inflamación y reducir la presión arterial, mientras que el contenido palmitoleico antimicrobianos en la grasa del tocino puede mantener la placa en buen estado.*

*Los triglicéridos también pueden mejorar ya que el tocino es especialmente bueno en ayudarnos a alcanzar la saciedad y estabilizar el azúcar en la sangre. Por lo tanto, el tocino puede ser útil para los diabéticos y pre-diabéticos, así como todos los demás para hacerle frente a los antojos del azúcar y adicciones a los carbohidratos.*

*Promover el tocino como un alimento especial para la pérdida de peso puede parecer exagerado, pero los huevos y el tocino se suman a un desayuno rico en grasas y alto en proteínas y baja en carbohidratos. No sólo ayudan a que las personas empiecen su día sintiéndose felices, pero puede reducir los dolores del hambre y revitalizar el metabolismo.*

*Para muchas personas, el distintivo sabor salado y dulce del tocino es un tratamiento que reduce la sensación de privación y carencia. Puede ayudar a que las personas cambien sus dietas altas en carbohidratos y superen las adicciones de carbohidratos. Y mediante la estabilización de azúcar en la sangre, el tocino ayuda a prevenir los cambios de humor, disminuye la ansiedad, mejora el enfoque y mejorar las habilidades de afrontamiento.*

## *Sal de la Tierra*

*Las personas que no se preocupan por el contenido de grasa y colesterol del tocino a menudo se preocupan por la sal. La restricción de sodio, por supuesto, es la última*

*meta de los "expertos" a pesar de la decepcionante evidencia de que la sal contribuye a la presión arterial alta y enfermedades del corazón. De hecho, los estadounidenses hoy en día consumen aproximadamente la mitad de la sal que consumían durante los buenos tiempos antes de refrigerar las carnes y el pescado y después de haber sido preparados y curados, y mediante el cultivo y envinado de verduras.*

*Los animales buscan depósitos de sal, las personas que siguen la dieta paleo comen y beben sangre salada y otras partes de los animales, y los bioquímicos mencionan que necesitamos sodio y cloruro para la sangre, sudor, lágrimas, mocos y el semen. Los libros de texto explican esto detalladamente, sin embargo, las directrices del gobierno de los Estados Unidos recomienda una drástica reducción en la ingesta de sal.*

*Lamentablemente, las dietas bajas en sal aumentan el riesgo de enfermedades del corazón, hipertensión, deterioro cognitivo, osteoporosis, resistencia a la insulina y la disfunción eréctil. Dada la actual epidemia de enfermedades crónicas, es como si echáramos sal a una herida abierta para sanarse. Y en efecto es una razón pobre para evitar el tocino.*

*Entonces, ¿por qué muchos expertos de salud condenan el tocino y otras carnes curadas, debido a su contenido de nitritos? Bueno, ¿por qué las grasas y el colesterol obtienen una acusación falsa?*

*La razón es que los estudios malos y la mala publicidad, con el último trabajo de mala calidad de Harvard, siendo un buen ejemplo. Según el Dr. Bryan, el cuerpo de los estudios muestra sólo una "asociación débil" con pruebas que son "inconcluyentes".*

*Así como él, sus colegas escribieron en la revista American Journal of Clinical Nutrition, "Este paradigma debe ser revisado en la cara de los indiscutibles beneficios para la salud de la alimentación enriquecida con nitrito y nitratos." ¿Cuál es la última palabra sobre la carne favorita de Estados Unidos? Disfrute la lujuria del tocino libremente, sabemos que la ciencia se pone al día, los medios de*

*comunicación tardan en actualizarse, y nuestros ancestros probablemente lo hicieron bien.*

### **3.8.4. Generación de riquezas**

La fuente de ingresos que generará mayor rentabilidad será la venta de alimentos y bebidas, ya que ese es el giro de la empresa.

Los medios de cobro serán en efectivo, con tarjeta de débito y tarjeta de crédito.

En un futuro, de acuerdo a la visión, la empresa crecerá y tendrá un gran número de clientes, debido a esta situación se venderán productos relacionados a la empresa y al tocino (llaveros, tarjetas, imágenes, juguetes, etc.).

### **3.9. Promoción del servicio**

Publicidad: La publicidad principalmente será en redes sociales como Facebook, Twitter e Instagram. Existirá una página web donde se encontrará la ubicación, e

Imagen 4. Publicidad y Promociones.



Creación Propia.



### **3.10. Producto**

Para especificar mejor el concepto del negocio, a continuación se muestran los diferentes platillos que se ofrecerán:



# *Menú*

# El Tocino Gourmet



Casual Dining

## Botanas



**Papas fritas . . . . . \$65**

*Papas fritas, queso gratinado, tocino y especias*



**Salchichas botaneras . . . . \$60**

*Salchichas botaneras envueltas en tocino. Acompañadas de un dip de la casa a elegir.*



**Jalapeño - Bacon . . . . . \$60**

*Chiles jalapeños rellenos de queso crema, envueltos en tocino.*



**Bites . . . . . \$60**

*Pan recién horneado, acompañados con un dip de queso - tocino - jalapeño*



**BBO chicken . . . . . \$65**  
*pops*

*Rollos de pollo con tocino, cubiertos en salsa BBQ*



**Nachos . . . . . \$60**

*Nachos acompañados por tocino, queso manchego, chorizo y guacamole*

# El Tocino Gourmet



Casual Dining

## Ensaladas



Tocino - Blue cheese . . . . . \$65

Ensalada de lechuga, cebolla, tocino, blue cheese y condimentos.



Ensalada de Espinaca . . . . . \$60

Ensalada de espinaca, queso de cabra, tomates cherry, albahaca y tocino.



Ensalada de zanahoria . . . . . \$65

Ensalada de zanahoria, con perejil, guajillo, queso feta y tocino

## Cremas y pastas



Spaghetti Carbonara . . . . . \$75

Pasta acompañada de salsa de queso, perejil y tocino



Crema de espinaca . . . . . \$65

Crema de espinaca y albahaca, acompañada de nuez y tocino.



Pasta Cherry . . . . . \$65

Pasta estilo codito con jamon, jitomate cherry, queso gratinado y tocino.

# El Tocino Gourmet



Casual Dining

## Platillos principales



Pollo y espárragos • • • • • \$90

Pollo rebozado acompañado de espárragos, salsa de limón y tocino.



Pastel de carne • • • • • \$95

Base de pasta hojaldrada, relleno de carne molida, salsa de la casa, 4 quesos y cobertura de tocino.



La clásica • • • • • \$80

Hamburguesa de carne molida, 4 quesos, tocino y verduras. Acompañada de papas a la francesa.



Bacon Buns • • • • • \$80

Pasta hojaldrada rellena de jamon, tocino y queso crema.



Sandwich de tocino • • • • • \$85

Sandwich de tocino, queso cheddar, cebollas dulces, aderezo y lechuga.



Pollo envuelto en tocino • • • • • \$80

Pollo envuelto en tocino, cubierto en salsa de la casa, acompañado por guarnición de verduras.



## Postres



Galletas de chocolate **\$25**

Galletas con chispas de chocolate y tocino dulce



Muffins de chocolate **\$25**

Muffins de chocolate oscuro con cubierta de caramelo y tocino dulce



Choco-Cheese cake **\$45**

Pastel de queso y chocolate, con cubierta de salsa de chocolate, crema batida y tocino dulce



Muffins de miel maple **\$28**

Muffins de miel maple con cubierta de mantequilla de sabor y tocino dulce

## **IV. ESTUDIO TÉCNICO**

### **4.1. Especificaciones del servicio**

El concepto que manejará el restaurante será “casual dining”, esto se refiere a un restaurante de formato informal/casual con servicio completo de mesa. Un restaurant donde a los clientes se le asigna una mesa y se le da un menú, de donde elige la comida y la bebida, la orden es tomada por un camarero o mozo, y una vez preparado la orden se le lleva a la mesa.

El horario de servicio será de lunes a domingo, de 01:00pm a 12:00am.

A la hora de acomodar a los clientes en la mesa, se les tiene ya colocados un plato vacío, llamado el plato de servicio, y la cubertería que se necesite. Excluyendo los cubiertos para el postre. Posteriormente, el camarero, lleva los platos preparados a la mesa y éste se encarga de disponerlos en porciones al frente de los clientes.

La comida es preparada en la cocina y uno de los camareros del restaurante la lleva a la mesa de los clientes, los alimentos y las bebidas se sirven por la derecha y los platos se retiran por la izquierda.

## 4.2. Inventario del Restaurante

Concepto	Descripción	Proveedor	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
TV ATVIO 32 Pulgadas 720p HD LED	pantalla ATV-32 de Atvio con la mejor tecnología en HD con una resolución nativa de 1366 x 768	Wal-Mart México	2	\$2,998.99	\$5,997.98
Mesas y sillas. Modelo Ve75ec	Cubierta Formica con emboquillado de madera de pino, el cual ofrece mayor resistencia a los golpes y mayor durabilidad. Pedestal de hierro tubular de 3" calibre 18 4 patas y niveladores. Sillas fabricadas en perfil cuadrado de 1" calibre 18. Asiento: Acojinados en hule espuma de alta densidad 27 kg. Medidas Mesa: 75 x 75 x 75 cm Silla: asiento 40 x 38 cm ancho, altura al asiento 45 cm, altura al respaldo 90 cm.	Casa Mariana	15	\$2,595.00	\$38,925.00
Cesto Polipropileno (Mimbre). Cesto para pan.	Cesto Polypro. Rectangular.60x40cm H=10cm	Utilcentre (Utensilios y Maquinaria)	20	\$15.90	\$318.00
Juego de cubiertos	Cuchara, tenedor, cuchillo, tenedor para postre, cuchara para café. Fabricados en acero inoxidable.	Zona Chef	120	\$28.75	\$3,450.00
Plato trinche de 26 a 28 cm.	Plato extendido. Material: Cerámica.	Anforama	120	\$38.00	\$4,560.00
Plato sopero de 22 a 24 cm.	Material: Cerámica.	Anforama	120	\$34.00	\$4,080.00
Plato de postre de 18 a 20 cm.	Material: Cerámica.	Anforama	120	\$30.00	\$3,600.00
Taza de café 240ml	Material: Cerámica.	Anforama	90	\$20.99	\$1889.10



Vasos	Liso. Delgado. 250ml.	Anforama	120	\$8.99	\$1,078.80
Tarros de Cerveza	Tarro para cerveza. Material: Cristal. 422ml.	Zona Chef	40	\$30.00	\$1,200
Copas de vino	Copas para vino. 12 pzas.	Zona Chef	2	\$279.00	\$558.00
Jarras para agua.	Jarra de vidrio. 1L.	Zona Chef	16	\$49.00	\$784.00
Juego de salero, pimentero y azucarera.	Juego de salero, pimentero y azucarera. Fabricados en cristal.	Zona Chef	16	\$60.00	\$960.00
Charolas para meseros	Charolas circulares para meseros.	Zona Chef	8	\$106.00	\$848.00
Soporte para charolas	Soporte para Bandejas en Acero 31"L x 21"W x 15"H, Lodging-Star No. 420202.	Zona Chef	4	\$591.00	\$2,364.00

Concepto	Descripción	Proveedor	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Cuchillo Pelador	Cuchillo de tornear o cuchillo pelador. Es el cuchillo de hoja curva que nos sirve tanto para pelar como para tornear las verduras. Es un cuchillo pequeño de tamaño y muy manejable.	Artículos para el hogar ROJAS	6	\$180.50	\$1,083.00
Cuchillo Verduras	Cuchillo para verduras. Cuchillo pequeño pero con hoja gruesa. Limpia, pela y corta sobre todo verduras y frutas.	Artículos para el hogar ROJAS	6	\$170.90	\$1,025.40
Cuchillo Puntilla	Cuchillo Puntilla. Un poco más pequeño que el anterior y con hoja más fina. Es el cuchillo multiuso pequeño por excelencia	Artículos para el hogar ROJAS	6	\$200.30	\$1,201.80

Cuchillo Chuletero	-Cuchillo chuletero. Para cortar carnes. Es un cuchillo de hoja delgada pero fuerte. Suele tener casi el mismo tamaño que el cuchillo de verduras pero su hoja es más estrecha.	Artículos para el hogar ROJAS	6	\$180.90	\$1,085.40
Cuchillo Deshuesar	Cuchillo para deshuesar. Como su nombre indica, es muy útil para deshuesar porque tiene una hoja delgada y posee una curvatura que nos facilita la labor.	Artículos para el hogar ROJAS	6	\$170.00	\$1,020.00
Cuchillo Filetear	Cuchillo para filetear. Es un cuchillo de hoja larga, delgada y flexible. Si filo hace que el corte en carnes y pescado sea limpio	Artículos para el hogar ROJAS	6	\$170.50	\$1,023.00
Cuchillo de Pan	Cuchillo de pan, cuchillo de hoja larga y fuerte. Su filo es de sierra o dentado.	Artículos para el hogar ROJAS	6	\$180.00	\$1,080.00
Cuchillo Cocinero	Cuchillo cocinero. Es el multiuso en cocina. También llamado cebollero porque es con el cuchillo que se suele cortar sobre tabla toda la verdura.	Artículos para el hogar ROJAS	6	\$160.30	\$961.80
Cuchillo para Trincar	El cuchillo trinchador acompaña al tenedor trinchador, es empleado exclusivamente en la operación de trinchado de las carnes y suele ser un cuchillo muy afilado.	Artículos para el hogar ROJAS	6	\$180.00	\$1,080.00
Cuchillo Jamonero	Cuchillo jamonero. Cuchillo largo. Su hoja es fina y flexible.	Artículos para el hogar ROJAS	6	\$150.90	\$905.40
Olla de Aluminio	Olla de Aluminio con tapa. 20 Qt, Winco No. ALST-20.	Zona Chef	4	\$697.00	\$2,788.00
Cacerola alta	Cacerola alta con indicador de litros, 28cm, Inoxbar España	Zona Chef	2	\$612.00	\$1,224.00
Olla para Salsa	Olla para Salsa de 4.5 Qt. en Acero Inoxidable con Tapa, 7-7/8" X 5-1/2", Winco No. SSSP-4.	Zona Chef	2	\$711.00	\$1,422.00
Cacerola de Aluminio	Cacerola de Aluminio Pesado 3-1/4 Qt., 8.9" X 4.3", Winco No. ASP-3.	Zona Chef	4	\$267.00	\$1,068.00
Sartén de Aluminio	Sartén de Aluminio 5 Qt, 11.8" X 2.6", Winco No. ASET-5.	Zona Chef	4	\$505.00	\$2,020.00
Tabla para picar	Fabricada en polietileno de alta densidad molecular blanco. Alfombra antideslizamiento. Alta durabilidad.	Anforama	6	\$80.00	\$480.00

Pinzas para servir alimento	Fabricadas en acero inoxidable. Gran durabilidad. Acabado brillante.	Zona Chef	*	*	*
Pinzas de tipo Parrilleras	Fabricadas en acero inoxidable. Gran durabilidad. Acabado brillante.	Zona Chef	*	*	*
Utensilios de cocina	Variedad de utensilios de cocina	Zona Chef	*	*	*
Soporte para utensilios de cocina	*	*	*	*	*
Mesa de trabajo mural	Construcción en acero inoxidable. 18/10 (AISI-304). Encimera de al menos 1,5 mm. de espesor con perfiles de refuerzo. Peto trasero con radio de unión a encimera. Peto en lateral derecho. Dimensiones: L1000 x A700 x H850 mm	Zona Chef	1	\$9,500.00	\$9,500.00
Mesa de lavado	Construcción en acero inoxidable. 18/10 (AISI-304). Encimera con espesor uniforme de 1,5 mm., con perfiles de refuerzo y reborde achaflanado en todo su perímetro. Faldón cubriendo frente, laterales y trasera de seno. Peto trasero con radio de unión a encimera. Dimensiones: L1400 x A700 x H850 mm	Zona Chef	1	\$7,685.00	\$7,685.00
Grifo ducha mezclador	Eje superior flexible con muelle concéntrico. Soporte de fijación a pared y apoyo a mesa. Ducha. Terminación cromada.	Zona Chef	1	\$1,720.00	\$1,720.00
Cesta para cubiertos	Dimensiones: 500 x 500 x 110mm	*	*	*	*
Cesta para platos	Dimensiones: 500 x 500 x 110mm	*	*	*	*
Cesta para tazas y vasos	Dimensiones: 500 x 500 x 110mm	*	*	*	*
Estantería de Almacenamiento	Dotada de 4 estantes en polipropileno, desmontables para su limpieza. Estructura construida en aluminio anodizado. Soportan 150 Kg por estante, de promedio. Dimensiones: L1390 x A550 x H1.800 mm.	Zona Chef	1	\$1,890.00	\$1,890.00

Mezclador de alimentos portátil	Capacidad de energía del motor: W 350. Fuente de alimentación: 230V/50Hz monofásico. Accesorios equipados: mezclador estándar = Longitud de 40 cm Accesorios opcionales: mezclador cm 30, mezclador cm 50, Revoluciones del motor con el transformador electrónico: RPM 4000	Zona Chef	1	\$2,500.00	\$2,500.00
Carros de servicio	En acero inoxidable cal. 18 y 20. Tres entrepaños. Dimensiones 1x 0.5 x 0.9m	Zona Chef	1	\$1,999.00	\$1,999.00
Contenedores de basura		*	*	*	*
Campana extractora de humo	Construcción en acero inoxidable auténtico AISI-304, con espesores entre 0,8 y 1,2 mm. en función de los componentes de la misma. Autolimpiable, y con estructura interior totalmente diáfana, de superficie plana, sin ningún remate que impida su limpieza. Techo en acero inoxidable. Con medidas: 3x6x0.6 Mts; Fabricada en Acero Inoxidable 304 / 4, calibre 18. Incluye chimenea o ducto de extracción con filtros y ventilador extractor.	Zona Chef	1	\$3,500.00	\$3,500.00
Estufa	Con 6 Hornillas incluye horno de estándar. Capacidad de 26.000 Btu/hr cada hornilla abierta y un total de 191.000 Btu/hr. Construida totalmente en acero inoxidable. Dimensiones aproximadas: 3160x1700x900 mm. Potencia total mínima (Componentes a gas): 100.000 kcal/h. Patas de altura graduable y goma antideslizante.	Zona Chef	1	\$24,060.00	\$24,060.00
Freidora	Asber Aef-4050-s Freidora Industrial	Zona Chef	1	\$16,188.00	\$16,188.00
Microondas	Horno Microondas Industrial Sharp Kb-6015 1000 Watts 120v	Zona Chef	1	\$6,000.00	\$6,000.00
Refrigerador	Refrigerador Industrial Vertical 2 Ptas Marca Arévalo 2013	Zona Chef	1	\$15,800.00	\$15,800.00
Congelador	Congelador Black&decker (haier) 3.7 Pies Cúbicos	Zona Chef	1	\$4,499.00	\$4,499.00
Lockers	*	*	*	*	*
Armario de limpieza	*	*	*	*	*
Utensilios de limpieza	*	*	*	*	*

Botiquín de primeros auxilios	*	*	*	*	*
-------------------------------	---	---	---	---	---

\*Sin especificación.

### 4.3. Listado de proveedores

Proveedor	Descripción
Empacadora Silva	Empresa Dedicada al Diseño y Fabricación de Embutidos de Carne, Jamón, Chorizo y Tocino, Pavo y Pollo
Grupo Corvi	Empresa líder en México en distribución de abarrotes y productos complementarios al mayoreo, medio mayoreo y detalle.
AnyHow	Abastecimiento integral de productos para hoteles, bares, restaurantes, cafeterías, casinos, centros de entretenimiento, centros nocturnos y discotecas, comedores industriales e institucionales, cruceros, fast food, franquicias, hospitales y en general a todo negocio, empresa o compañía dedicada a ofrecer a sus clientes servicios de alimentos y bebidas.
FEMSA	empresa multinacional mexicana que participa en la industria de las bebidas, y en el sector comercial y de restaurantes
Vegetales Selectos	ubicados en la Central de Abasto, la más grande del mundo, proveemos las frutas y verduras más frescas y seleccionadas para la industria

### 4.4. Instalaciones

#### 4.4.1. Distribución de Espacios

Para estar en la capacidad de prestar un servicio de calidad, en el cual los clientes no se sientan incómodos, y que los cocineros tengan un espacio adecuado para realizar su trabajo, los meseros y demás funcionarios puedan moverse libremente dentro del lugar, se necesita establecer la distribución del espacio necesario para el correcto funcionamiento del restaurante. Es muy importante saber repartir cada espacio, así mismo, los cocineros necesitan gran espacio para moverse y realizar sus platos sin que se tropiecen y poder evitar accidentes, o daños en la cocina, presentándose pérdidas o demoras en los platos, lo cual generaría inconvenientes con los clientes.

Contaremos con una superficie de

\* Totalidad del lote. (12m x 8m).

\* Cocina (4m x 8m). \* Zona Mesas (8m x 8m). \* Baños.

Así mismo es necesario tener en cuenta factores importantes, ya que éstos influirán en la resistencia y funcionalidad de la misma:

\* Temperatura.

\* Iluminación.

\* Instalación de gas.

\* Instalación eléctrica de acuerdo a las normas.

\* Tener las zonas exteriores inmediatas al establecimiento en buenas condiciones de limpieza y sin obstáculos que dificulten el acceso; así mismo deberán contar con buena iluminación nocturna.

\* Cumplir con los requisitos mínimos en cuanto a la eliminación de vapores, olores, humos y calor en todos sus espacios.

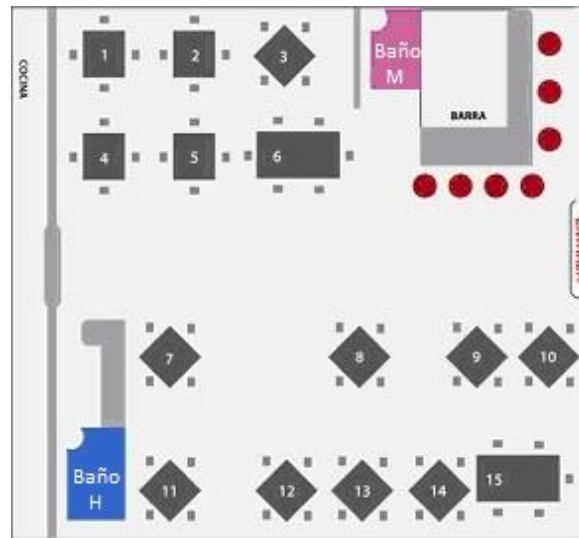
\* Tener los espacios destinados a la producción de alimentos y a la prestación de servicio al cliente.

\* Estar diseñado y construido de acuerdo con especificaciones tendientes a controlar y evitar la presencia de insectos y roedores.

\* Tener una ventilación adecuada para prevenir la condensación del vapor, la acumulación de polvo y el exceso de calor.

A continuación puede observarse un plano de la distribución del restaurante y otro del área de cocina.

Imagen 5. Plano del área de restaurante de “El tocino gourmet”.



Creación Propia.

Imagen 6. Plano del área de cocina de “El tocino gourmet”.



Creación Propia.

El almacenamiento de la materia prima no es problema, ya que se utilizarán congeladores y una pequeña bodega dentro del local, la materia prima son los ingredientes para preparar los platillos, así es que ocupan poco espacio y son altamente perecederos por lo cual no podemos comprar mucha cantidad, así que pueden ser almacenados fácilmente en el área de cocina.

#### **4.4.2. Capacidad del establecimiento**

El restaurante contendrá 15 mesas:

- 13 mesas con la capacidad máxima de 4 personas
- 2 mesas con capacidad máxima de 6 personas
- 1 barra con capacidad máxima de 7 personas

Lo que da un volumen de 71 comensales reunidos.

Se tendrán 142 platos que corresponden a 2 platos por cliente.

La distribución de los meseros es la siguiente

- 2 meseros atenderán 8 mesas de 4 personas (mesas 1,4,2,5,8,12,13,14)
- 1 mesero atenderá 2 mesas de 4 personas y una de 6 personas (mesas 9,10,15)
- 1 mesero atenderá 2 mesas de 4 personas y la barra (mesas 3, 6)
- El jefe de meseros es encargado de 2 mesas de 4 personas (mesas 7, 11), apoyará a los meseros y se asegurará que no falte nada en las mesas.

La estimación de clientes es de 213 comensales por día, esperando que las 3 veces hora pico se llegue a la meta de cupo lleno.

La distribución de la cocina está distribuida de tal manera que se pueda agilizar el proceso de la preparación de los alimentos, se brinda espacio suficiente entre parrilla y parrilla y un pasillo central para poder acceder al cuarto de lavado y no chocar o contaminar cualquier alimento en preparación.



## 4.5. Procesos

Tabla 5. Listado de procesos.

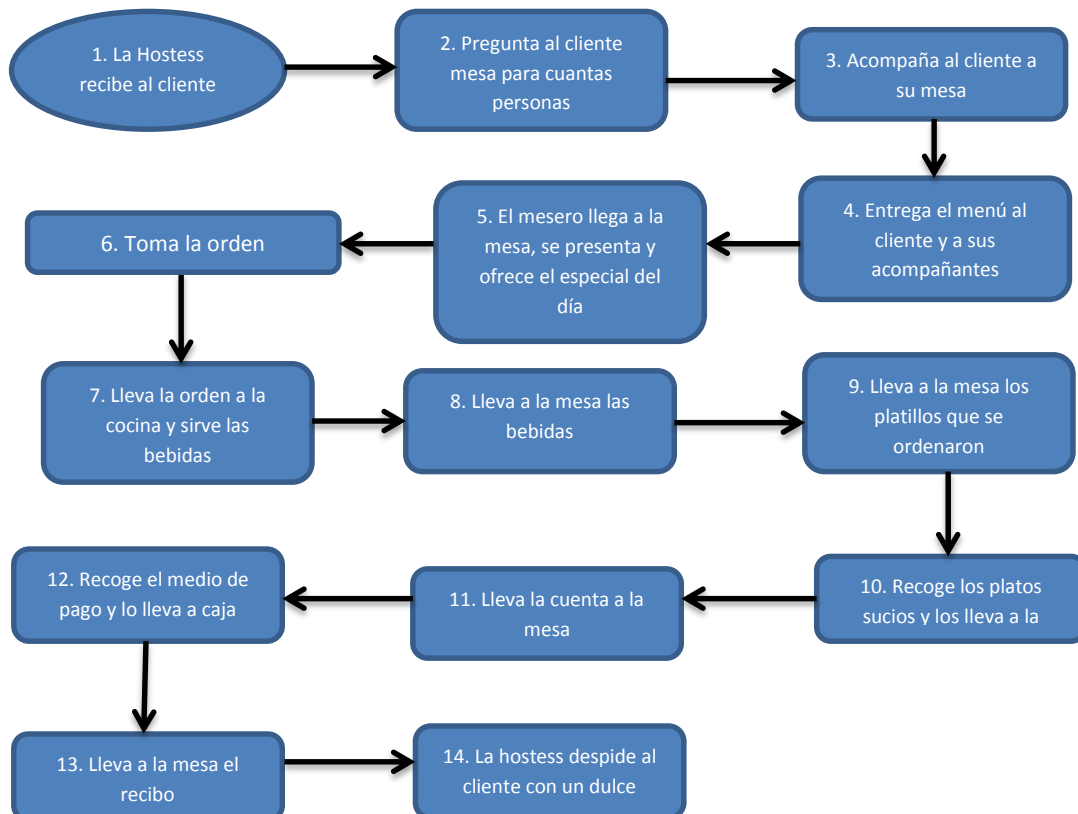
No. de proceso	Nombre del proceso
1	Servicio de área de restaurante
2	Servicio de caja
3	Proceso de comandas
4	Preparación de la cocina
5	*Preparación de platillo
6	*Almacén

Creación propia.

\*El proceso de preparación de platillo depende de cada platillo, cada actualización de platillo (nuevas ideas para mejorar el platillo) y de quien lo prepara (diferentes estilos de preparación).

\*El proceso de almacén dependerá de los proveedores y del gerente. Se utilizara el método de primeras entradas - primeras salidas.

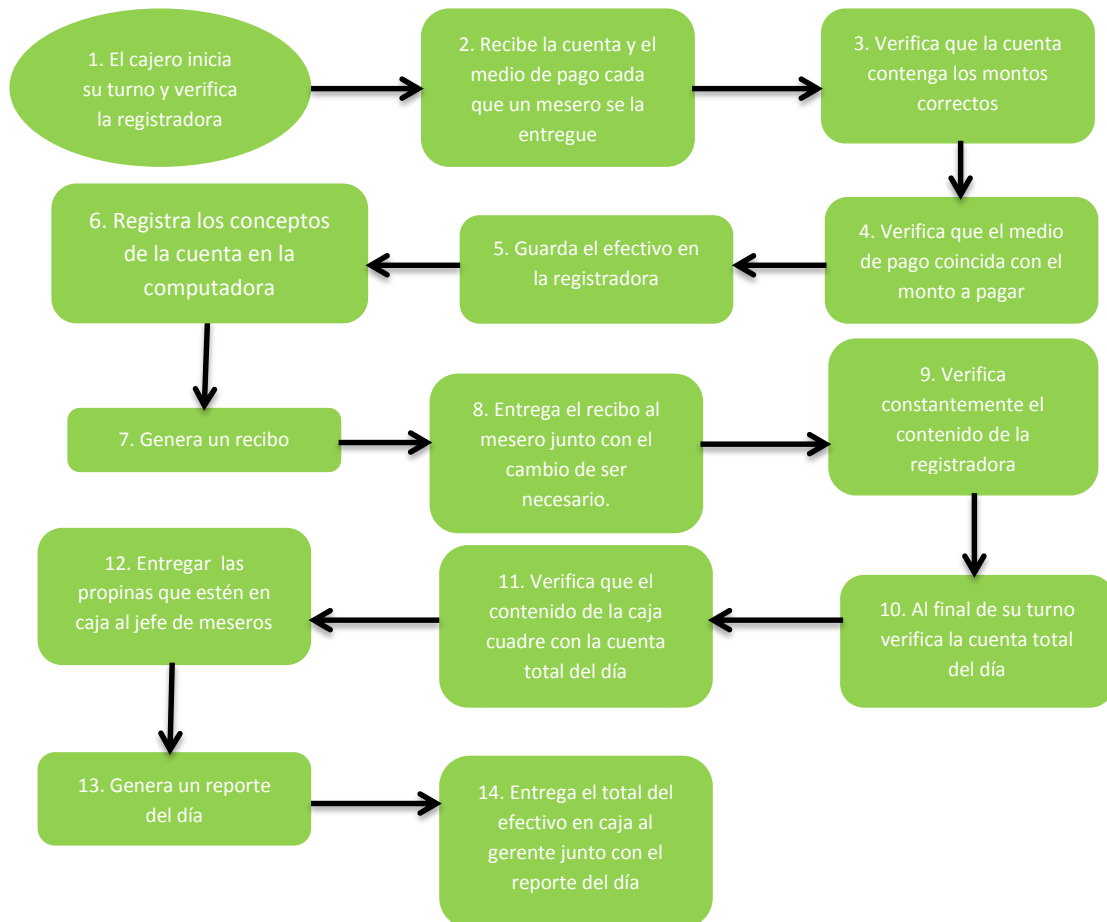
### 4.5.1. Diagrama de proceso: Servicio de área de restaurante



### 4.5.1.1. Descripción del proceso

No. De Actividad	Actividad	Descripción
1	Recibir a los clientes.	La hostess recibe a los clientes en la entrada del restaurante. Siempre amable y con una sonrisa diciendo "Bienvenidos a El Tocino Gourmet".
2	Preguntar al cliente mesa para cuantas. personas	La hostess pregunta amablemente al cliente "¿Mesa para cuantas personas? Y ¿A nombre de quien pongo la mesa?". Anotando dicha respuesta en la libreta de reservaciones y control diario.
3	Acompañar al cliente a su mesa.	La hostess les asigna una mesa a los clientes, con suficiente espacio, y los guía a dicha mesa.
4	Entregar el menú al cliente y a sus acompañantes.	La hostess entrega un menú para cada uno de los clientes después de que éstos tomaron asiento. Para terminar se despide diciendo "En un momento les toman la orden".
5	Llegar a la mesa, presentarse y ofrecer el especial del día.	El mesero llega a la mesa y se presenta, saludando a los clientes (Buenos/as días / tardes / noches) y diciendo su nombre, aclarando que el los atenderá como su mesero. Les ofrece el especial del día, pregunta si gustan ordenar sus bebidas en ese momento (si es así, toma la orden de sus bebidas), y se retira comentando que en un momento regresará a tomar su orden.
6	Tomar la orden.	El mesero espera a que los clientes decidan que ordenar, mientras espera se dedica a atender las otras mesas de las cuales es responsable. Si los clientes no lo llaman antes, el mesero debe regresar en máximo 4 minutos diciendo "¿Puedo tomar su orden?", si los clientes ya decidieron, el mesero anota la orden en su libreta de comandas, si aún no deciden, el mesero repite el proceso de espera.
7	Llevar la orden a la cocina y servir las bebidas.	El mesero lleva la orden a la cocina, arranca la hoja de la comanda (copia) y se la entrega al jefe de cocina o encargado de cantar las comandas en ese momento. Y se encarga de servir las bebidas que los clientes ordenaron, en los recipientes (vasos) adecuados para cada bebida, supervisando que estos se encuentren limpios.
8	Llevar a la mesa las bebidas.	El mesero lleva a la mesa las bebidas que acaba de servir y las reparte a cada cliente de acuerdo a la bebida que ordenaron.
9	Llevar a la mesa los platillos.	Mientras espera a que los platillos estén listos, el mesero atiende las otras mesas a su cargo y debe ir continuamente a la cocina a revisar si ya están preparados los platillos. Cuando estén preparados, verifica que son los correctos, y se encarga de llevarlos a la mesa y repartirlos a cada cliente de acuerdo a lo que ordenaron.
10	Recoger los platos sucios de la mesa.	El mesero debe estar atento a todas sus mesas, en cuanto ve que los clientes terminaron sus platillos o que no los tocan en un rato debe acercarse a la mesa y preguntar "¿Puedo retirar sus platos?", en caso de que digan que si, los retira de la mesa y los lleva a la cocina para que el mozo de limpieza de cocina se haga cargo de ellos, en caso de que los clientes pidan que no se les retiren, el mesero repite el proceso de espera.
11	Llevar la cuenta a la mesa.	El mesero debe esperar a que los clientes pidan la cuenta, si se tardan mucho en pedirla después de que consumieron sus alimentos, éste debe acercarse y preguntar "¿Se les ofrece algo más?", si los clientes responden que no, el mesero se retira y continua sus actividades en las otras mesas. Cuando los clientes piden su cuenta, el mesero la entrega en la mesa, donde se especifica el monto a pagar por los alimentos y bebidas.
12	Recoger el medio de pago y llevarlo a caja.	El mesero debe esperar a que el cliente deje el medio de pago en la mesa (ya sea efectivo o tarjeta de debito o crédito), en cuanto el medio de pago éste en la mesa, el mesero o recogerá y lo llevará con el cajero, para que éste cobre la cuenta, genere un recibo y en caso de ser necesario entregue cambio.
13	Llevar a la mesa el recibo.	El mesero llevará el recibo que el cajero genere a la mesa, junto con el cambio de ser necesario. Cuando los clientes se retiren, podrá recoger su propina (si es dejada en la mesa y no incluida en la cuenta).
14	Despedir al cliente con un dulce.	La hostess despedirá a los clientes en la entrada del restaurante, ofreciéndoles un dulce y deseándoles un buen día / tarde / noche.

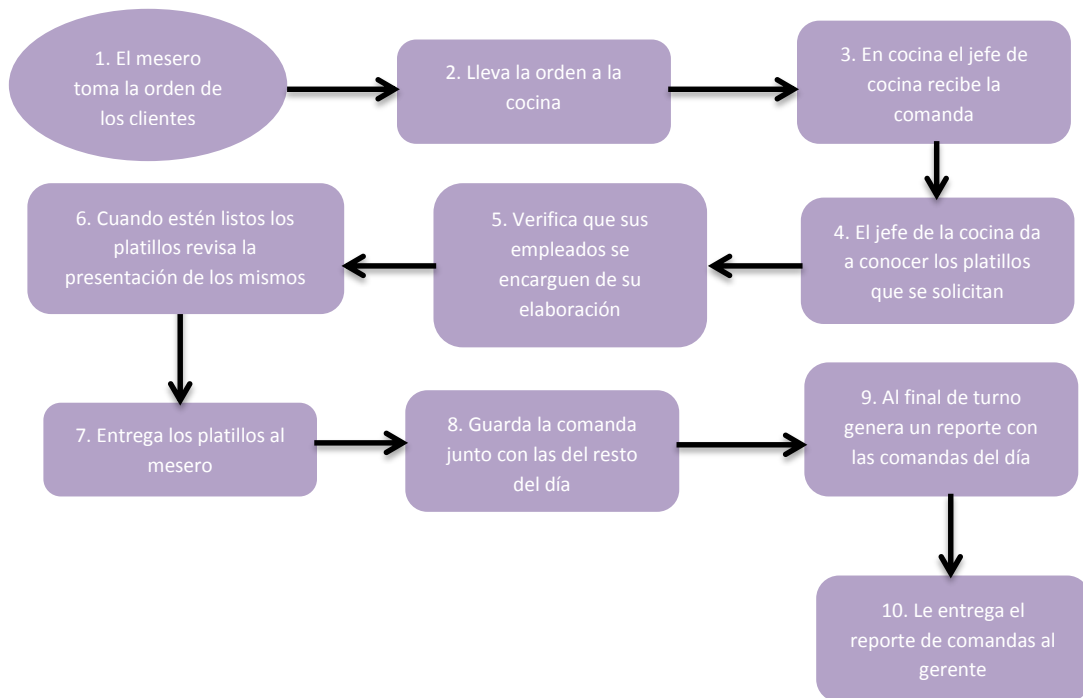
### 4.5.3. Diagrama de proceso: Servicio de caja



### 4.5.3.1. Descripción del proceso

No. De Actividad	Actividad	Descripción
1	Iniciar el turno y verificar la registradora.	Al entrar al restaurante, el cajero debe entrar sin dinero en sus bolsillos (para evitar malos entendidos). Al llegar, debe pedirle al gerente efectivo suficiente para iniciar su turno, prender la computadora y registradora, verificar que tenga suficiente papel la impresora, e iniciar su cuenta del día especificando el dinero que recibió del gerente.
2	Recibir la cuenta y el medio de pago.	Cuando un mesero le lleve su cuenta y medio de pago de la misma, el cajero debe recibirla.
3	Verificar que la cuenta contenga los montos adecuados.	El cajero debe verificar que la cuenta contenga los montos adecuados para cada platillo y bebida, y que el monto a pagar sea el correcto.
4	Verificar que el medio de pago coincida con el monto a pagar.	El cajero debe verificar que el efectivo que recibe coincida con el monto a pagar, y entregará de ser necesario, cambio en efectivo al mesero. En caso de que el pago sea con tarjeta, efectuara el cobro.
5	Guardar el efectivo en la registradora.	El cajero guardará en la caja registradora el efectivo que recibió.
6	Registrar los conceptos de la cuenta en la computadora.	El cajero registrará en la computadora los conceptos de la cuenta, cada platillo y su precio, el monto total a pagar, el número de cuenta y el mesero que atendió.
7	Generar recibo.	Con los datos que el cajero registro en la computadora generará un recibo.
8	Entregar el recibo al mesero junto con el cambio.	El cajero entregará el recibo impreso al mesero, de ser necesario junto con el cambio en efectivo.
9	Verificar constantemente el contenido de la registradora.	Durante su turno, el cajero verificará constantemente el contenido en efectivo de la caja registradora. Cotejando que la cantidad que tiene en caja cuadre con el monto que refleja la cuenta del día.
10	Verificar la cuenta total del día.	Al final de su turno, el cajero debe verificar la cuenta total del día, que todo esté registrado.
11	Verificar que el contenido de la registradora cuadre con la cuenta total del día.	El cajero verificará que el efectivo que se encuentre en la caja registradora coincida con el monto que indica la cuenta total del día. En caso de que falte dinero en la caja, el cajero deberá reponerlo con dinero de su sueldo.
12	Entregar las propinas al jefe de meseros.	El cajero hará la cuenta de las propinas que tiene en caja, ya sea que paguen con tarjeta y lo incluyan en ese medio de pago, o que por alguna situación le dejen las propinas en caja. Y entregará el efectivo al jefe de meseros.
13	Generar reporte del día.	El cajero generará un reporte con las ventas del día, conteniendo cuantos y cuales platillos y bebidas se vendieron durante el día, con el precio de cada uno, el monto total de la cuenta del día y con anotaciones especiales de ser necesarias.
14	Entregar el total del efectivo en caja junto con el reporte del día al gerente.	El cajero entregará el reporte del día al gerente, con el fin de que éste lo compare con el reporte de ventas de cocina (donde se hará la lista de los platillos que salieron), y así comprobar que todo cuadre. (Que lo mismo que se produjo se vendió).

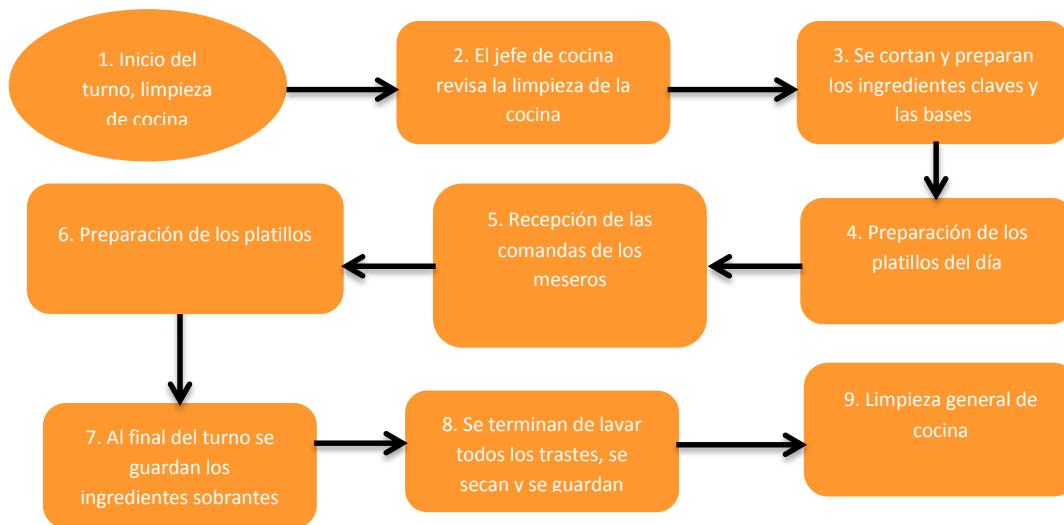
### 4.5.3. Diagrama de proceso: Comandas



### 4.5.3.1. Descripción del proceso

No. De Actividad	Actividad	Descripción
1	El mesero toma la orden de los clientes.	El mesero anota en su libreta de comandas la orden de los clientes. Dicha libreta contiene una hoja original y otra calca para copiar las comandas. (Dos hojas de comanda por orden).
2	Lleva la orden a la cocina.	El mesero lleva la orden a la cocina, arranca la copia y se la entrega al jefe de cocina.
3	En cocina el jefe de cocina recibe la comanda.	El jefe de cocina recibe la copia, se asegura de que la letra se pueda leer con claridad y que los platillos sean correspondientes al menú.
4	El jefe de cocina da a conocer los platillos que se solicitan.	El jefe de cocina canta la comanda y distribuye el trabajo de cada platillo entre sus empleados.
5	Verifica que sus empleados se encarguen de su elaboración	El jefe de cocina verifica que sus empleados estén trabajando en los platillos que los clientes han pedido, y que trabajen de manera correcta y rápida.
6	Cuando estén listos los platillos revisa la presentación de los mismos.	Antes de que el mesero recoja los platillos, el jefe de cocina debe observarlos y asegurarse de que cumplan con las normas de higiene y estética que cada platillo exige.
7	Entrega los platillos al mesero.	El jefe de meseros entrega los platillos a cada mesero correspondiente, para que éste los lleve a su mesa encargada.
8	Guarda la comanda junto con las del resto del día.	El jefe de cocina guarda las comandas que ya han sido atendidas, junta todas las comandas del día.
9	Al final de turno genera un reporte con las comandas del día.	Al final de su turno, el jefe de cocina debe elaborar un reporte general con todas las comandas del día, sus platillos, precios y anotaciones especiales.
10	Le entrega el reporte de comandas al gerente.	El jefe de cocina le entrega el reporte del día al gerente, para que éste pueda comparar el reporte de cocina, de meseros y de caja, y así asegurarse de que todo coincida y no existan perdidas o descuidos.

#### 4.5.4. Diagrama de proceso: Preparación de la cocina



#### 4.5.4.1. Descripción del proceso

No. De Actividad	Actividad	Descripción
1	Inicio del turno, limpieza de cocina.	Al iniciar el turno, el mozo de cocina debe barrer y trapear el piso de la cocina y limpiar los tapetes antiderrapantes. Los cocineros y sus ayudantes limpiarán el área a su cargo.
2	El jefe de cocina revisa la limpieza de la cocina.	El jefe de cocina debe revisar cada área de la cocina para asegurarse que se encuentra en perfecto estado de limpieza.
3	Se cortan y preparan los ingredientes claves y las bases.	Se saca del almacén los ingredientes necesarios para el día, así como los ingredientes que ya se tengan almacenados en el refrigerador. El jefe de cocina debe inspeccionar que dichos ingredientes se encuentren en estado óptimo para ser consumidos. Y los cocineros y sus ayudantes se encargan de cortar y preparar todos los ingredientes necesarios para preparar los platillos.
4	Preparación de los platillos del día.	Los cocineros y sus ayudantes se encargan de preparar los platillos especiales del día y todos los platillos que no se preparen al momento de la orden.
5	Recepción de las comandas de los meseros.	El jefe de cocina recibe las comandas de los meseros y las canta, los cocineros y sus ayudantes que ya tienen actividades establecidas (para cada platillo) reciben órdenes del jefe de cocina.
6	Preparación de los platillos.	Los cocineros y sus ayudantes se encargan de preparar cada platillo de acuerdo a las comandas y especificaciones del jefe de cocina.
7	Al final del turno se guardan los ingredientes sobrantes.	Al final del turno, los cocineros y sus ayudantes guardan y refrigeran (o almacenan dependiendo el caso) los ingredientes y platillos base sobrantes. El jefe de cocina supervisa y ayuda en esta actividad.
8	Se terminan de lavar todos los trastes, se secan y se guardan.	El mozo de cocina termina de lavar todos los trastes y los ayudantes de cocina auxilian en el secado y guardado de los mismos.
9	Limpieza general de cocina.	El mozo de limpieza se encarga de la limpieza del piso y los cocineros y sus ayudantes se encargan de la limpieza de su área. El jefe de cocina supervisa que todo quede limpio, que no queden restos de comida fuera, y que toda la basura se saque del establecimiento. Esto con el fin de evitar la invasión de insectos y animales.



## V. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

### 5.1. Antecedentes

La idea de negocio surgió cuando dos de los socios analizaron que no existe en Coyoacán y en toda la República Mexicana, un restaurante especializado en tomar como ingrediente especial “el tocino” para todos los platillos.

La idea fue discutida entre los accionistas y se llegó a la conclusión que este negocio era el más favorable de todos los que se habían considerado y discutido. Se estudió el mercado y se llegó a la conclusión de poder llegar a ser una inversión rentable, ya que, hay un amplio mercado de población temporal que le gusta el tocino, y no hay un lugar especial donde el Tocino sea la estrella.

### 5.2. Accionistas

Cárdenas Allende Teresa

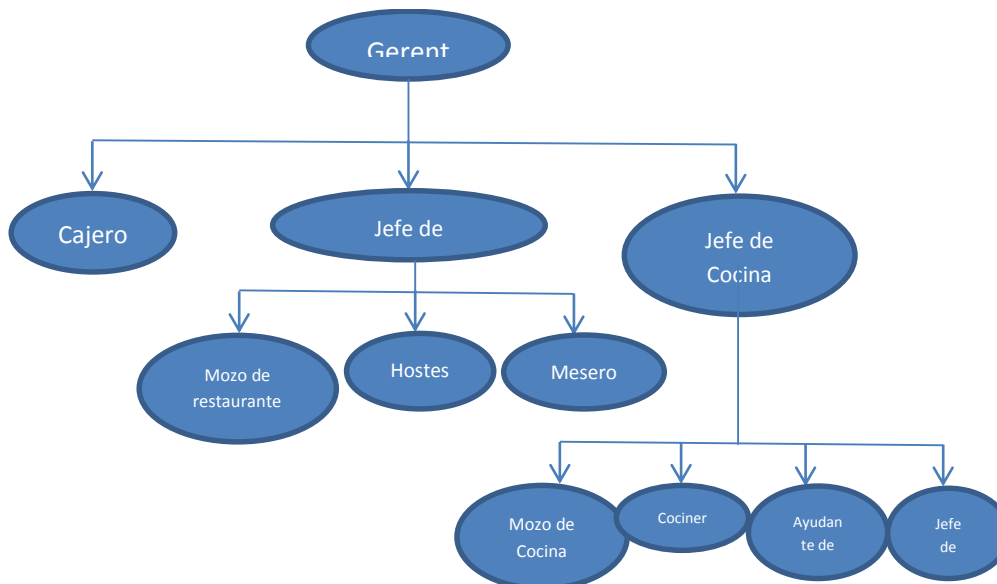
Trujillo Nava Andrea

Villán Mendoza Itzia Damaris

### 5.3. Organigrama “EL TOCINO GOURMET”

En el organigrama se presenta la estructura jerárquica de los puestos delegados, logrando el control interno de las funciones de cada área del restaurante “EL TOCINO GOURMET”

*Imagen 7. Organigrama de la empresa “El tocino gourmet”.*



Creación Propia.

#### 5.4. Descripción de puestos y perfil del personal

PUESTO	GERENCIA
<p style="text-align: center;"><b>DESCRIPCION DE PUESTO</b></p>	<p>Se encarga de la planeación, dirección y coordinación de las actividades del restaurante y su personal.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar las compras y la negociación con los proveedores.</li> <li>• Recibir las mercancías de los proveedores y registrar su entrada, separarlas por categoría y género, según primeras entradas, primeras salidas (PEPS). Actividades de almacén.</li> <li>• Realizar la contabilidad de la empresa.</li> <li>• Generar reportes financieros mensuales y crear estrategias para mejorar la rentabilidad del restaurante.</li> <li>• Contratar y administrar al personal.</li> <li>• Planificar y desarrollar cursos y seminarios de capacitación para el personal.</li> <li>• Solucionar conflictos entre el personal.</li> <li>• Administración y pago de impuestos.</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>PERFIL</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Licenciatura en administración de empresas, hoteles y restaurantes.</li> <li>• Experiencia mínima de 5 años en el área administrativa de restaurantes.</li> <li>• Sexo indistinto.</li> <li>• Mayor de 26 años.</li> </ul>

PUESTO	JEFE DE COCINA
<p style="text-align: center;"><b>DESCRIPCION DE PUESTO</b></p>	<p>Dirige la cocina y se responsabiliza ante el gerente de la empresa del buen funcionamiento del servicio.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cuidar que los platos que se sirvan cumplan las condiciones exigidas por el restaurante.</li> <li>• Distribuir el trabajo en la cocina.</li> <li>• Supervisar la higiene, instalación, y grado de rendimiento de los equipos.</li> <li>• Confeccionar el menú, carta de especialidades y plato del día.</li> <li>• Otorgar el ritmo que la cocina requiera.</li> </ul> <p>Otras responsabilidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Proponer a la gerencia: ascensos, ampliación o reducción de la brigada, gratificaciones, etc.</li> <li>• Vigilar la limpieza, orden, aptitudes y actitudes del personal.</li> <li>• Enseñar, aclarar, informar y dar explicaciones de los trabajos a realizar.</li> <li>• Confeccionar menús y cartas a los que pone precio.</li> <li>• Realizar la lista de compras de la minuta.</li> <li>• Estar en la mesa caliente, cantar en ocasiones las comandas, y revisar antes de su pase, tanto la presencia del plato como la correspondencia entre éste y el pedido realizado.</li> <li>• Vigilar la preparación y disposición de los platos, condimentando algunos.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cuidar de la mejor administración de los géneros adquiridos y de los gastos generales de la cocina.</li> <li>• Controlar los vales o notas de pedido del cliente.</li> <li>• Vigila el cumplimiento de las medidas legales, tanto en el personal, como en las instalaciones o en el manejo de los equipos.</li> <li>• Supervisar el mantenimiento de utensilios, batería, menaje, fogones, electrodomésticos.</li> </ul>
<b>PERFIL</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Licenciatura en gastronomía</li> <li>• 4 años de experiencia.</li> <li>• Sexo indistinto.</li> <li>• Mayor de 26 años.</li> </ul>
<b>PUESTO</b>	<b>COCINERO</b>
<b>DESCRIPCION DE PUESTO</b>	<p>Suple y auxilia al chef en todas aquellas misiones en que se reclame su ayuda, especialmente en casos de ausencia.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Acudir en apoyo de una partida que tiene dificultadas en la salida de una comanda, o canta los platos de una mesa para confirmar la comanda y vigilar que no quede ningún plato rezagado.</li> <li>• Jefe de alguna partida, colaborando estrechamente con el jefe de cocina.</li> <li>• Proponer al jefe de cocina la reposición de género consumido.</li> <li>• Despiezar carne y pescado tratando de conseguir el máximo rendimiento.</li> <li>• Componer platos fríos y fiambres si es requerido para ello.</li> <li>• Apoyar la partida más recargada de trabajo.</li> <li>• Realizar la función de cantador, es decir, anuncia o transmite con voz clara el contenido de las comandas.</li> <li>• Repartir, organizar y dirigir el trabajo de sus ayudantes en la preparación de los platos de la partida.</li> <li>• Supervisar de cerca el trabajo.</li> <li>• Aclarar e informar sobre posibles dudas.</li> <li>• Se comunica directamente con el jefe de cocina.</li> <li>• Elaborar y terminar los platos específicos de la partida de la que es responsable.</li> <li>• Poner esmero en la presentación y montaje de las piezas solicitadas.</li> <li>• Rellenar los vales para realizar el pedido de género a economato, bodega, etc. Dichos vales han de ir firmados por el jefe de cocina.</li> </ul>
<b>PERFIL</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Licenciatura en gastronomía</li> <li>• 2 años de experiencia.</li> <li>• Sexo indistinto.</li> <li>• Mayor de 22 años.</li> </ul>

<b>PUESTO</b>	<b>AYUDANTE DE COCINA</b>
<b>DESCRIPCION DE PUESTO</b>	<p>Colabora con el cocinero, en la elaboración de los platos.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ejecutar los trabajos sencillos de apoyo a su jefe inmediato y estar capacitado para finalizar determinadas tareas:</li> <li>• Poner a punto fogones, planchas, etc.</li> <li>• Cuidar el orden, colocación y limpieza de los utensilios.</li> <li>• Despejar las mesas de trabajo de restos y herramientas.</li> <li>• Facilitar sin entorpecer la labor del cocinero.</li> <li>• Guardar géneros crudos o cocinados en sus respectivos lugares y recipientes.</li> <li>• Retirar del economato los géneros que mencionan los vales de la partida para la que trabaja.</li> <li>• Realizar trabajos sencillos:</li> <li>• Pelado de patatas y otras hortalizas.</li> <li>• Encendido previo de fogones, hornos, ...</li> <li>• Lavado de géneros como pescado y verduras.</li> <li>• Tratado en crudo de tubérculos y legumbres.</li> <li>• Recoger los pedidos a mercado y reparto del mismo por las diferentes partidas.</li> <li>• Pelado de hortalizas: patatas, cebollas, zanahorias, ajo; picado de ajo y perejil... para tener siempre una provisión dispuesta.</li> <li>• Se encarga de llenar de sal, pimienta, especias, aceites, vinagre, las cajas y botellas reservadas para este uso y que están colocadas en la mesa de la cocción al alcance de la mano de los jefes de partida.</li> <li>• Lleva al mozo de cocina las cacerolas a medida que se van ensuciando.</li> </ul>
<b>PERFIL</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Licenciatura en gastronomía.</li> <li>• 1 año de experiencia.</li> <li>• Sexo indistinto.</li> <li>• Mayor de 18 años.</li> </ul>

<b>PUESTO</b>	<b>JEFE REPOSTERO</b>
	<p>Es el encargado de pre elaborar, preparar, presentar y conservar toda clase de productos de repostería y definir sus ofertas, aplicando con autonomía las técnicas correspondientes, consiguiendo la calidad y objetivos económicos establecidos y respetando las normas y prácticas de seguridad e higiene en la manipulación de alimentos.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Planear el menú de los postres y preparar tartas, pasteles, repostería y otros panes.</li> <li>• Realizar y/o controlar las operaciones de elaboración de masas, pastas y productos básicos de múltiples aplicaciones para pastelería-repostería.</li> </ul>

<p><b>DESCRIPCION DE PUESTO</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaborar y presentar productos hechos a base de masas, pastas y postres de cocina.</li> <li>• Definir ofertas sencillas de repostería, realizar el aprovisionamiento interno y controlar consumos.</li> <li>• Actuar bajo normas de seguridad, higiene y protección ambiental en hostelería.</li> <li>• Aplicar el método de cocción, fritura, escaldado y enfriamiento requerido por cada producto.</li> <li>• Preparar los hornos, cocedoras, freidoras, escaldadoras, baños maría y cualquier otro equipo necesario para la elaboración del producto, seleccionando las condiciones de tiempo y temperatura adecuadas.</li> <li>• Comprobar que las manipulaciones previas del producto necesarias para la correcta cocción, se ejecutan en el momento y la forma adecuados (cortado, pintado, volteado, incorporación de cremas, rellenos, etc.).</li> <li>• Planificar la carga del horno, cocedora, freidora, del baño maría y de otros equipos, efectuándose en las cantidades y con la frecuencia adecuadas para optimizar el proceso.</li> <li>• Controlar durante la cocción la temperatura, el tiempo y la humedad, tomando, en caso de desviaciones, las medidas correctoras necesarias.</li> <li>• Se comprueban las características físicas y organolépticas de la masa o pasta elaborada, ajustándose a lo establecido en la ficha técnica, tomando en caso contrario las medidas correctoras necesarias. .</li> <li>• Realizar otras elaboraciones complementarias con múltiples aplicaciones para pastelería/repostería tales como jarabes, siropes, mermeladas, coberturas, etc., de acuerdo con las técnicas básicas, de modo que resulten aptas para su consumo directo o para completar platos y productos.</li> </ul>
<p><b>PERFIL</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Licenciatura en gastronomía.</li> <li>• Especialidad en repostería.</li> <li>• 3 años de experiencia.</li> <li>• Sexo indistinto.</li> <li>• Mayor de 25 años.</li> </ul>

<p><b>PUESTO</b></p>	<p><b>MOZO DE COCINA</b></p>
<p><b>DESCRIPCION DE PUESTO</b></p>	<p>Realiza la limpieza de cocina.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lavar los trastes sucios, colocarlos en el escurridor, secarlos, colocarlos en el carretón, llevarlos a la cocina y colgarlos en sus sitios respectivos.</li> <li>• Cambiar la ropa de cocina, delantales, paños, etc.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Después de cada servicio fregar con agua caliente y secar las mesas de la cocina, conservando las paredes de azulejos y los pisos en un estado de perfecta limpieza.</li> </ul>
<b>PERFIL</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bachillerato trunco.</li> <li>• Experiencia no necesaria.</li> <li>• Sexo indistinto.</li> <li>• Mayor de 18 años.</li> </ul>

<b>PUESTO</b>	<b>JEFE DE MESEROS</b>
<b>DESCRIPCION DE PUESTO</b>	<p>Es el encargado de coordinar las tareas de los meseros. Es la persona que deberá responder si hay queja de los clientes con respecto al servicio.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Coordinar y supervisar las tareas, responsabilidades y el servicio de los meseros.</li> <li>• Responder a las quejas de los clientes rápidamente</li> </ul>
<b>PERFIL</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bachillerato trunco.</li> <li>• Experiencia no necesaria.</li> <li>• Sexo indistinto.</li> <li>• Mayor de 18 años.</li> </ul>

<b>PUESTO</b>	<b>MESERO</b>
<b>DESCRIPCION DE PUESTO</b>	<p>La principal tarea es atender al cliente, ya que es quien está en contacto directo con el comensal todo el tiempo. Debe tener buena disposición para atender y siempre tener un trato amable</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Atención al comensal</li> <li>• Tomar orden del comensal</li> <li>• Llevar los platillos a la mesa</li> <li>• Cuidado de su zona de trabajo</li> <li>• Ser cordial</li> <li>• Presentarse a la mesa constantemente para saber si el cliente necesita algo</li> </ul>
<b>PERFIL</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Preparatoria.</li> <li>• Experiencia no necesaria.</li> <li>• Sexo indistinto.</li> <li>• Mayor de 18 años.</li> </ul>

<b>PUESTO</b>	<b>HOSTESS</b>
<b>DESCRIPCION DE PUESTO</b>	<p>Es la persona encargada de recibir a los clientes en la entrada del restaurante. Se encarga de la asignación de mesas.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Recibir al cliente.</li> <li>• Llevar el control de las mesas que estén ocupadas, así como también de las personas que entran al restaurante.</li> <li>• Hacer sentir cómodo al cliente mientras espera que se le asigne una mesa.</li> <li>• Realizar la entrega de menús.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Despedir al cliente.</li> </ul>
<b>PERFIL</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Licenciatura trunca.</li> <li>• Experiencia no necesaria.</li> <li>• Mayor de 22 años.</li> </ul>

<b>PUESTO</b>	<b>MOZO DE RESTAURANTE</b>
<b>DESCRIPCION DE PUESTO</b>	<p>Realiza la limpieza del área de restaurante.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mantener el piso y las áreas de restaurante limpias.</li> <li>• Limpiar las mesas cuando sea necesario y cuando los clientes se retiren.</li> </ul>
<b>PERFIL</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bachillerato trunco.</li> <li>• Experiencia no necesaria.</li> <li>• Sexo indistinto.</li> <li>• Mayor de 18 años.</li> </ul>

<b>PUESTO</b>	<b>CAJERO</b>
<b>DESCRIPCION DE PUESTO</b>	<p>La responsabilidad principal es procesar los pagos.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Manejar una caja registradora o un sistema de punto de venta por computadora.</li> <li>• Recibir el dinero y dar el cambio correcto.</li> <li>• Usar la máquina de tarjetas para obtener la aprobación por el monto de la compra.</li> <li>• Al final del turno, el cajero debe saber hacer la conciliación de los registros para asegurar que todos los movimientos de la caja cuadren correctamente.</li> <li>• Al final de un turno el cajero debe ser capaz de calcular la propina para los trabajadores en el piso.</li> <li>• Mantener a las propinas en orden para que se repartan a las personas correctas.</li> </ul>
<b>PERFIL</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Licenciatura trunca.</li> <li>• 1 año de experiencia.</li> <li>• Sexo indistinto.</li> <li>• Mayor de 21 años.</li> </ul>

Tabla 6. Número de empleados.

Puesto	No. de empleados
Gerencia	1
Jefe de cocina	1
Cocinero	2
Ayudante de cocina	2
Jefe repostero	1
Mozo de cocina	2
Jefe de meseros	1
Mesero	4
Hostess	1
Mozo de restaurante	2
Cajero	1
<b>Total de empleados</b>	<b>18</b>

Creación propia.

## 5.5. Contrato Individual

CONTRATO INDIVIDUAL DE TRABAJO POR TIEMPO INDETERMINADO, que celebran por una parte la persona moral denominada EL TOCINO GOURMET., a quien en lo sucesivo se le denominará para efectos de este contrato como “EL PATRÓN”, y por la otra el C. \_\_\_\_\_, a quien se denominará como “EL TRABAJADOR”; quienes están conformes en sujetarse a las cláusulas que más adelante se señalarán así como en las siguientes:

### DECLARACIONES

I. El Patrón manifiesta ser persona moral legalmente constituida conforme a las leyes, con el objeto social.

II. El trabajador, declara llamarse como ha quedado escrito, de \_\_\_ años de edad, sexo \_\_\_\_\_, estado civil \_\_\_\_\_ y con domicilio ubicado en \_\_\_\_\_.

### CLAUSULAS

PRIMERA. El presente contrato lo celebran las partes por tiempo indeterminado, de conformidad con lo que establece la Ley.

SEGUNDA. El trabajador prestará sus servicios al patrón con el puesto de \_\_\_\_\_ en el domicilio del patrón antes citado, y percibirá como salario diario la cantidad de \$\_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_ m/n).



TERCERA. Las partes convienen que el trabajador prestará sus servicios al patrón los días de LUNES a DOMINGO, en un horario de \_\_\_\_\_am a \_\_\_\_\_pm con una hora de comida.

CUARTA. Las partes convienen en que el día de descanso semanal del trabajador será el o los días MIÉRCOLES de cada semana.

QUINTA. Las partes, convienen en que el salario que percibirá el trabajador, será pagado en moneda de curso legal el día 1 y 15 de cada mes en un cheque durante la jornada de trabajo.

SEXTA. Son Días de descanso obligatorio el primero de enero, primer lunes de febrero en conmemoración al 5 de febrero, el tercer lunes de marzo en conmemoración al 21 de marzo, el 1o de mayo, el 16 de septiembre, tercer lunes

de noviembre en conmemoración al 20 de noviembre, 1o de diciembre de cada seis años, cuando corresponda a la transmisión del PEF, 25 de diciembre, y los días que sean determinados por las Comisiones Electorales Estatales o Federales para periodos de Elecciones, con pago de salario íntegro cuando correspondan dentro del periodo de contratación.

SEPTIMA. El trabajador, al cumplir un año de servicio o fracción de este al término del contrato de trabajo que hoy se suscribe tendrá derecho al pago de seis días de vacaciones o fracción de estas en el caso citado anteriormente, así como al pago del 25% por concepto de Prima Vacacional, de conformidad con lo establecido por los diversos 76,77 y relativos de la ley laboral.

OCTAVA. Anualmente o en fracción de éste, el trabajador tendrá derecho al pago de 15 días de Aguinaldo o a fracción de éste por el tiempo prestado, de conformidad con lo que establece el artículo 87 de la Ley del Trabajo.

NOVENA. El empleado se obliga en términos de lo establecido por el diverso 134 de la Ley a someterse a todos los reconocimientos y exámenes médicos que el Patrón indique.

DECIMA. El presente contrato obliga a las partes a lo expresamente pactado, conforme a lo que señala al diverso 31 de la Ley.

DECIMA PRIMERA. El trabajador se obliga a observar y respetar las disposiciones del reglamento interior del trabajo que existe en la Empresa, so pena de incurrir en alguna de las causales establecidas por la Ley.

DECIMA SEGUNDA. El trabajador se obliga a acatar todas y cada una de las disposiciones respecto a la capacitación y adiestramiento, planes y programas que para el efecto tenga la Empresa, de conformidad por lo establecido por la Ley.

DECIMA TERCERA. El trabajador se obliga a acatar las disposiciones de seguridad e higiene, que se llevan a efecto en la Empresa, en los términos de la Ley.

DECIMA CUARTA. Lo no previsto en este contrato se regirá por todas y cada una de las disposiciones de la Ley Federal del Trabajo.

DECIMA QUINTA. Se reconoce expresamente que el presente contrato se celebra por tiempo indeterminado.

Leído que fue el presente contrato por las partes firman al margen en la primera y al calce para constancia y aceptación, a los días \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 20\_\_\_\_.

TRABAJADOR.

PATRON.

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

## **5.6. Reglamento Interno**

### **CAPITULO I: EVALUACIONES Y SUPERVISIONES AL PERSONAL**

Artículo 1.- Las evaluaciones serán realizadas por el gerente o los encargados responsables, deberán contener los resultados de cumplimiento de cada objetivo predefinido y deberá contarse con la firma del personal evaluado, como parte de su aceptación.

Artículo 2.- El supervisor deberá mencionar las causas por la que no se cumplieron.

### **CAPITULO II: HORARIOS DE TRABAJO**

Artículo 3.-Se conviene expresamente que el horario es de lunes a viernes de 8:00 a 20:00 hrs. En dos jornadas, con una hora para tomar sus alimentos en el horario de 13:00 a 14:00 hrs.

Artículo 4.- Los horarios señalados podrán ser modificados por la empresa según las necesidades de la misma siendo obligación de esta dar aviso a los trabajadores.

Artículo 5.- La empresa concede como máximo tres tolerancias de retardos al mes de quince minutos cada una, al incurrir en el tercer retardo la hora de entrada exclusivamente, automáticamente se le descontara medio día de salario.

Artículo 6.- Cada trabajador deberá firmar su asistencia diaria en las listas correspondientes ubicadas en el área de indicación y acentuar en la misma sus horarios de comida y salida del restaurante.

Artículo 7.- El trabajador se compromete a hacer efectivo el tiempo laboral respetando sus horarios de lo contrario le será descontado de su salario el tiempo faltante o reconsiderara como media falta o falta completa según sea el caso.

Artículo 8.- Esta estrictamente prohibido registrar la asistencia de algún otro compañero de trabajo, el que incurra en este hecho será acreedor a una sanción en la que existe la posibilidad de visto bueno

Artículo 9.- Ningún trabajador podrá ausentarse de la empresa antes de terminar su jornada diaria sin la previa autorización del Socio respectivo, o en su defecto con la autorización del encargado.

#### CAPÍTULO IV: PERMISOS DE LOS TRABAJADORES Y FALTAS

Artículo 10.- Los permisos deben ser forzosamente solicitados por escrito y con 24hrs., de anticipación, el permiso que no cumpla con dichos requisitos automáticamente reconsiderara nulo.

Artículo 11.- El Gerente y demás responsables del restaurante estarán facultados autorizar el permiso y las condiciones bajo el que este se autorice. Todos los permisos serán sin sueldo en el caso de que sea día completo salvo que los funcionarios antes mencionados autoricen lo contrario.

Artículo 12.- Los trabajadores que falten a sus labores por cualquiera que sea la causa, tendrán que dar aviso inmediato al Gerente y/o responsable de área, este aviso debe ser telefónico o por escrito y en caso de ser incapacidad tendrá que hacer llegar el comprobante el día que inicia la misma en caso contrario se aplicará como falta injustificada.

Artículo 13.- Al momento de acumular tres faltas injustificadas, se tendrá la facultad de presentar el visto bueno.

## CAPÍTULO V: PROHIBICIONES

Artículo 14.- El personal del restaurante deberá portar a su entrada y en todo momento durante su estancia en la empresa la credencial, en caso contrario le será restringida la entrada. Los únicos que pueden autorizar la entrada sin credencial son el Gerente, Socios y el Chef.

Artículo 15.- La política de uniformes será aplicada todo el tiempo, la falta y cumplimiento de su utilización podrá ser causa de las sanciones correspondientes.

Artículo 16.- Queda estrictamente prohibido fumar dentro de las instalaciones del restaurante

Artículo 17.- La salida del personal fuera de las instalaciones será únicamente durante su horario de comida o por alguna consigna especial de trabajo que puede ser autorizada solamente por el Gerente o sus encargados responsables, para lo cual deberá ser registrado en los controles. No se permitirán situaciones de abandono por causas diferentes a las de trabajo.

Artículo 18.- Por cuestiones de seguridad, cada trabajador del restaurante podrá ser sujeto a una revisión al momento de su entrada a la compañía, por el Gerente del establecimiento.

Artículo 19.- El trabajador podrá ser revisado físicamente así como sus pertenencias, al momento de su salida del restaurante, si al momento de su revisión pretende sacar artículos de la empresa deberá justificarlo con un pase de salida proporcionado por alguna de las personas con esta facultad, en el caso de no justificar la salida de los artículos, estos tendrán que serle retenidos hasta el momento de aclararlo.

Artículo 20.- Queda prohibido a los trabajadores:

- Provocar en el interior y exterior del restaurante, escándalos, riñas o cometer actos que alteren la disciplina así como distraer y quitar el tiempo a otro compañero sin causa justificada.
- Sustraer del restaurante utensilios de trabajo, herramientas o materias primas, sin el permiso de la persona facultada para ello.
- Suspender y ausentarse de sus labores sin autorización del Gerente o los encargados responsables del restaurante.
- Distraerse en cualquier actividad ajena al trabajo.
- Introducir personas ajenas al restaurante a menos que estas sean justificadas y por autorización del Gerente o los encargados responsables del restaurante.

- Realizar colectas o rifas dentro del restaurante y hacer cualquier clase de propaganda, así como la venta por catálogos o cualquier otro tipo, de cualquier artículo.
- Usar utensilios y herramientas del restaurante para fines particulares o distintos de aquellos para los que están destinados.

## CAPÍTULO VII: ÁREAS DEL RESTAURANTE

Artículo 21.- Ningún visitante podrá pasar a la zona de cocina.

Artículo 22.- El único lugar de acceso para clientes son los lugares para comer y demás servicios.

Artículo 23.- Se deberá de brindar un servicio eficiente y con prontitud, teniendo siempre como prioridad no hacer esperar al cliente por más de 5 minutos

Artículo 24.- El estacionamiento en del restaurante está disponible únicamente para los clientes y el personal que trabaje allí.

Artículo 25.- Será responsabilidad de cada empleado la limpieza inmediata del lugar que utilice para el consumo de sus alimentos así como del lavado de los utensilios correspondientes.

Artículo 26.- La imagen del comedor y demás instalaciones es importante ya que ello brinda confort y prestigio al restaurante. Siempre deberá ser bien cuidado.

Artículo 27.- Los baños de mujeres y hombres deberán mantenerse en las mejores condiciones de sanidad por cortesía y educación, deberá abstenerse de tirar basura en el inodoro tomando en cuenta que no se podrá permanecer en ellos para cualquier otra actividad y mucho menos fumar dentro de los mismos. En caso de no encontrar accesorios, artículos o papel higiénico en el baño, deberá comunicarse inmediatamente al personal de limpieza para su re surtimiento.

## CAPÍTULO IX: SOBRE LA ATENCION AL CLIENTE

Artículo 28.- Las llamadas deben ser atendidas sin excepción de forma expedita, clara y oportuna, es prioritario para el restaurante que la comunicación con clientes, proveedores, empleados y cualquier persona que nos llame, se realice sin perdidas de información y al momento. Las llamadas personales deberán ser limitadas y con tiempo medido.

## 5.7. Políticas

1. Antes de comenzar cualquier actividad como la preparación de alimentos y de servicio al cliente, se llevará a cabo un cuidadoso proceso de higiene en todas las áreas del local, muebles, equipo de trabajo y alimentos
2. Antes y durante la preparación de los alimentos, el personal de cocina se debe colocar cofia, no usar aretes, anillos, ni pulseras y portar el uniforme correspondiente.
3. El personal deberá de presentarse 15 minutos antes de la hora de entrada asignada.

### *Premisas Internas*

1. En caso de presentarse un incendio dentro del restaurante, utilizar el extintor para calmar el fuego, o en su defecto llamar al número de bomberos y sacar a los clientes con orden.
2. Si un cliente se encuentra en estado embriagante, pedirle que se retire, si no accede amablemente se llamara al cuerpo de seguridad del restaurante.
3. Establecer lugares higiénicos, y fuera del alcance del observador, para la preparación de los alimentos.
4. Cuidar que los alimentos se sirvan a la temperatura correcta, tiempo correcto, y con una apariencia que induzca al apetito.
5. Siempre lavarse las manos cada 20 minutos o cuando sea necesario.
6. Dar un buen servicio y siempre servir los alimentos a tiempo, y a la temperatura correcta.
7. No se permite platicar con los clientes.
8. No faltar al respeto a nuestros trabajadores, con el fin de ofrecerle al cliente un buen servicio.
9. Únicamente se descansa en las horas asignadas establecidas por la alta dirección del restaurante.

## *Premisas Externas*

1. Tener asegurado el lugar en caso de la presencia de un desastre natural o algún incidente que dañe el lugar.
2. Tener el personal capacitado para estar preparado ante un desastre natural y saber actuar ante la presencia de alguno.

## **5.8. Requisitos para el desarrollo de un restaurante en Coyoacán**

ASPECTO LEGAL .....	97
ACTA CONSTITUTIVA.....	97
INSCRIPCIÓN ANTE EL SERVICIO DE ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA (SAT).....	98
AVISO NOTARIAL A LA SECRETARÍA DE RELACIONES EXTERIORES .....	98
PRESENTACIÓN ANTE EL REGISTRO PÚBLICO DE LA PROPIEDAD Y DEL COMERCIO. ....	99
SOLICITUD DE USO DE SUELO Y EDIFICACIÓN ANTE LA DELEGACIÓN DE COYOACÁN .....	99
REGISTRO ANTE EL INSTITUTO MEXICANO DEL SEGURO SOCIAL .....	106
LEY FEDERAL DEL TRABAJO .....	107
INSCRIPCIÓN DE LA COMISIÓN MIXTA DE SEGURIDAD E HIGIENE ANTE LA SECRETARÍA DEL TRABAJO.....	108
INSCRIPCIÓN DE LA COMISIÓN MIXTA DE CAPACITACIÓN Y ADIESTRAMIENTO ANTE LA SECRETARÍA.....	109
COMISIÓN NACIONAL DEL AGUA.....	109
REGLAMENTO "TIPO" DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS.....	<b>¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.</b>
ASPECTO ECOLÓGICO .....	114
DISTINTIVO ESR .....	114
PROGRAMA "PUNTO LIMPIO".....	115
CERTIFICACIÓN DE INDUSTRIA LIMPIA .....	117

## 6. ESTUDIO FINANCIERO

Antes de emprender cualquier tipo de proyecto es necesario un plan de negocios y un plan financiero.

### Objetivo del Plan Financiero

El propósito del plan financiero es mostrar los recursos que se requieren para llevar a cabo sus intenciones como se expusieron en el plan de negocios.

Éste conforma el último eslabón del proceso de planificación, en general la empresa solo adquiere sentido definitivo cuando se ha validado su viabilidad financiera la cual enmarca a las restantes estrategias funcionales: comercial, productiva, recursos humanos, etc. Estas adquieren lógica cuando están enmarcadas dentro de un marco económico-financiero que garantice no sólo la viabilidad sino también la optimización del plan en su conjunto. La razón de esto es que la empresa funciona con un sistema interrelacionado e interdependiente, donde el todo es más importante que sus partes.

El plan financiero constituye la expresión cuantificada en términos monetarios, del plan a largo plazo de la empresa o plan estratégico. Su importancia reside en que representa una síntesis conjugando las estrategias seleccionadas con los fondos necesarios para llevarlas a cabo, así como sus fuentes de financiación. (Galán, 2015)<sup>13</sup>

El Plan Financiero debe responder 4 preguntas

- ¿Es viable el negocio?
- ¿Cuánto financiamiento requiero y cuándo será necesario obtenerlo
- ¿Qué tipo de financiamiento se necesita?
- ¿Quién proveerá el financiamiento? (Entrepreneur, 2010)<sup>14</sup>

---

<sup>13</sup> Galán, Rafa. (13 de Noviembre de 2015). "Plan financiero para emprendedores principiantes". Recuperado de <http://www.emprendedores.es/gestion/plan-financiero-principiantes>

<sup>14</sup> Entrepreneur. (4 de Agosto de 2010). "Cómo hacer un plan financiero". Recuperado de <https://www.entrepreneur.com/article/263569>



## Contenido de un Plan Financiero

El contenido consiste, básicamente en la cuantificación periodo a periodo hasta alcanzar su horizonte de las necesidades de fondos por una parte y de las fuentes de financiación necesarias, por la otra.

Se trata, por tanto, de un estado de origen y aplicación de fondos de carácter presupuestal, con previsiones que obligan a la estimación de balances y cuentas de resultados predictivas por lo que, en ocasiones, se denomina plan financiero al conjunto organizado y coordinado de estos tres documentos.

¿Para qué sirve? El académico de la Universidad de Santiago de Chile, Fernando Moro, lo explica a continuación:

Los estados financieros muestran lo que el propietario planea hacer en el futuro con las finanzas de los negocios.

- Una vez que la empresa se encuentra en operación, los estados financieros se convierten en una herramienta importante para acotar y comparar los resultados reales de operar el negocio de acuerdo al plan.
- Se convierten en una forma de mantener la responsabilidad y recordarle los compromisos que contrajo con el banco y los inversionistas.
- Crear un plan financiero es el proceso de traducir sus planes y estrategias a términos financieros.
- Un sólido plan financiero es el reflejo del propietario y de su capacidad para administrar los recursos financieros de la empresa.

El estudio financiero es de gran importancia en el plan de negocios de las nuevas empresas, sin embargo en este proyecto no se exponen por falta de información en el precio de algunos proveedores, y costos del inventario de cocina, para no errar y tener datos ficticios y/o maquillados.

## 7. CONCLUSIÓN

El plan de negocios sirve para presentar oportunidades de negocio, en este caso es el concepto innovador de un restaurante, y sirve como guía para la puesta en marcha y el desarrollo de las actividades del mismo, con la finalidad de crecer y ser más rentable.

Un Plan de Negocios también puede verse como el documento en el que se identifican claramente los objetivos de la empresa, las rutas a seguir para alcanzar los objetivos, los obstáculos que se enfrentarán en el camino, las herramientas que se utilizarán para superar los obstáculos y los mecanismos para medir el avance del proceso. De tal manera que un plan de negocios es un instrumento que nos permite llevar a cabo o capitalizar la idea del proyecto.

Una clave muy importante del porque es necesario contar con un plan de negocio bien preparado es que ayuda a la obtención de recursos financieros, porque dependiendo de qué tan viable es el proyecto es más fácil la obtención de dichos recursos para la inversión ya sea con socios interesados en el proyecto o mediante instituciones financieras.

El plan de negocios como se menciona anteriormente, es una herramienta esencial en el comienzo de las nuevas empresas, se pudo comprobar gracias a él, que la idea de negocios es innovadora, rentable y cumple las expectativas que se tenían en mente.

El plan de negocios como parte de la Administración de una empresa permitió plasmar la planeación y organización, que son la base fundamental para la creación de la misma, de esta manera se obtuvo los resultados siguientes:

- La idea de negocio es rentable.
- Se tiene un mercado amplio

- La idea es innovadora y aceptada, como se percibió en los resultados de las encuestas aplicadas
- Se obtuvieron los gustos y preferencias de los posibles clientes para así poder cumplir las expectativas deseadas.

Con base en los resultados obtenidos se llegaron a las siguientes conclusiones, el plan de negocios es una herramienta importante para cualquier persona o empresario interesado en abrir un negocio o empresa de cualquier tipo.

En el caso de un restaurante especializado en platillos que contengan tocino, es necesario realizar todos y cada uno de los estudios que contiene un plan de negocios para conocer no solo la organización de la empresa, sino también los gustos y preferencias de los clientes, para poder cumplir con sus expectativas, y que la empresa tenga éxito en su ámbito.

Con respecto al estudio de mercado se concluye que el producto es viable ya que cuenta con la demanda suficiente para mantener un nivel de ventas que le permita a la empresa solventar los gastos directos. Se muestra la distribución de la planta identificando los espacios necesarios para un buen tránsito de personas y cuidando sobre todo la seguridad de los mismos.

Por otra parte en el estudio administrativo se describió la planeación estratégica para que este proyecto tenga una visión y los recursos necesarios para lograrla como son: misión, visión, objetivos, reglas y políticas, organigramas, descripción de puestos y el marco normativo, que le permitirá orientar sus actividades bajo las leyes y reglamentos a la que está obligada.

El plan de negocios para el proyecto de Restaurante en Coyoacán muestra la viabilidad económica, financiera y administrativa de llevarse a cabo en los tiempos establecidos atendiendo de manera estricta a cada una de las proyecciones por lo que se recomienda el diseño de controles que permita cumplir con los planes establecidos en cada estudio. Lo que demuestra que con el plan establecido en el presupuesto de producción le arroja un resultado favorable o desfavorable, por lo que puede ir modificando sus estrategias en dependencias de los aportes recibidos.

## RECOMENDACIONES

1. Ya puesta en marcha la empresa es aconsejable actualizar el plan de negocio mínimo cada 6 meses, dependiendo de las necesidades que se logren percibir en su funcionamiento.
2. El factor calidad debe ser permanentemente evaluado con el proceso de estándares de calidad a fin de promover un proceso estándar de trabajo y factible de ser replicado en otra localidad.
3. La Capacidad de Innovación debe ser implementada como mecanismo de investigación de mercado tendiente al mejoramiento continuo y satisfacción de nuevas necesidades.
4. Considerar alianzas estratégicas con proveedores de productos naturales u orgánicos.

## 8. ANEXOS

### 8.1. Listado de imágenes y tablas

Imagen No. 1 - Ubicación de Coyoacán en un mapa de la Ciudad de México. Fuente: Imágenes Google.

Imagen No. 2 - Ubicación del local. Fuente: Google Maps.

Imagen No. 3 - Pirámide de Población año 2010. Fuente: INEGI.

Imagen No. 4 - Publicidad y Promociones. Creación Propia.

Imagen No. 5 - Plano del área de restaurante de “El tocino gourmet”. Creación Propia.

Imagen No. 6 - Plano del área de cocina de “El tocino gourmet”. Creación Propia.

Imagen No. 7 - Organigrama de la empresa “El tocino gourmet”. Creación Propia.

Tabla No. 1 - Habitantes por estado en México. Fuente: INEGI.

Tabla No. 2 - Habitantes por delegación de la Ciudad de México. Fuente: INEGI.

Tabla No. 3 - Clasificación de ingresos. Fuente: INEGI.

Tabla No. 4 - Población objetivo. Fuente: INEGI.

Tabla No. 5 - Listado de procesos. Creación propia.

Tabla No. 6 - Número de empleados. Creación propia.

## 8.2. Listado de Referencias

- Boletín Agrario. (s.f.). "Definición de panceta". Recuperado de <http://www.boletinagrario.com/ap-6,panceta,1044.html>
- Calderón Plata, Jhonathan; Cuellar Amador, Leobardo & Galán Razo, Flavio. (2013). "Negocios para una empresa de gestión Aeroportuaria". (Trabajo de Grado). Instituto Politécnico Nacional. Ciudad de México, México.
- Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. (12 de Junio de 2015). "Ley Federal del Trabajo". Recuperado de [http://www.stps.gob.mx/bp/micrositios/reforma\\_laboral/archivos/Noviembre.%20Ley%20Federal%20del%20Trabajo%20Actualizada.pdf](http://www.stps.gob.mx/bp/micrositios/reforma_laboral/archivos/Noviembre.%20Ley%20Federal%20del%20Trabajo%20Actualizada.pdf)
- Distintivo ESR. (2013). Recuperado de <http://www.distintivoesr.com/que-es-el-distintivo-esr.php>
- Dr. Mercola. (3 de Enero de 2013). "¡Guarde su tocino! Pedazos provocativos de nitritos, secretos desagradables sobre la sal de apio y otras noticias devastadoras". Recuperado de [http://espanol.mercola.com/boletin-de-salud/comer-tocino.aspx#\\_edn1](http://espanol.mercola.com/boletin-de-salud/comer-tocino.aspx#_edn1)
- Entrepreneur. (4 de Agosto de 2010). "Cómo hacer un plan financiero". Recuperado de <https://www.entrepreneur.com/article/263569>
- Equipo Editorial Buenos Negocios. (20 de Mayo de 2014). "Desventajas de armar un plan de negocios". Recuperado de <http://www.buenosnegocios.com/notas/749-desventajas-armar-un-plan-negocios>
- Galán, Rafa. (13 de Noviembre de 2015). "Plan financiero para emprendedores principiantes". Recuperado de <http://www.emprendedores.es/gestion/plan-financiero-principiantes>

Instituto de investigación humana Monterrey S. C. (2016). "Certificación de Industria Limpia". Recuperado de <http://www.iihmsc.com/servicios/ecologia-y-medio-ambiente/certificacion-de-industria-limpia/>

Koenes, Avelina. (1994). Capítulo "El plan de negocios". "Guías de gestión de la pequeña empresa". (pp. 35 – 72). Madrid, España. Ediciones Díaz de Santos S.A.

López Glorysselle. (2014) "Concepto Casual Dining"  
<http://www.sal.pr/2014/02/10/desde-el-fast-hasta-el-fine-dining/>

Márquez, Yolanda. (2008). "Hospedaje". [Apuntes de clase]. Texcoco, Estado de México. Colegio Marie Curie.

Paredes, Eduardo. (2013). "La importancia de un plan de negocios". [Entrada de blog]. Recuperado de <http://gestionando-empresas.blogspot.mx/2013/03/la-importancia-de-un-plan-de-negocios.html?view=mosaic>

Pepe y Toño. (2015). "Tu plan de negocios". Recuperado de [http://www.pepeytono.com.mx/crea\\_tu\\_empresa/tu\\_plan\\_de\\_negocio](http://www.pepeytono.com.mx/crea_tu_empresa/tu_plan_de_negocio)

Pérez Porto, Julián & Gardey, Ana. (2013). "Definición de gourmet". Recuperado de <http://definicion.de/gourmet/#ixzz4DajcbA3x>

Pro Bolivia. (s.f.). "Manual para la elaboración de planes de negocio para unidades productivas". Recuperado de [http://probolivia.gob.bo:8089/doc/Manual\\_de\\_PN-PROBOLIVIA.pdf](http://probolivia.gob.bo:8089/doc/Manual_de_PN-PROBOLIVIA.pdf)

Producción y exportación de sábila en penca hacia Estados Unidos. (29 de Abril de 2010). "Requisitos y trámites para constitución de la empresa". Recuperado de <http://almanza88.wordpress.com/2010/04/29/requisitos-y-tramites-para-constitucion-de-la-empresa/>

Revista Zócalo. (07 de Abril de 2016). "Las Semanas Santa y de Pascua generaron una derrama de 4 mil millones de pesos en la CDMX". Recuperado de <http://www.revistazocalo.com.mx/45-zocalo/9761-las->

semanas-santa-y-de-pascua-generaron-una-derrama-de-4-mil-millones-de-pesos-en-la-cdmx.html

Secretaría de turismo. (2014). “Distintivo Punto Limpio”. Recuperado de <http://www.sectur.gob.mx/sub/revistas/CertificacionTuristica/PuntoLimpio/>

Trámites y servicios. (s.f.). “Permiso para la operación de establecimientos mercantiles con giro de impacto zonal”. Recuperado de [http://www.tramitesyservicios.df.gob.mx/wb/TyS/solicitud\\_de\\_permiso\\_para\\_la\\_operacion\\_de\\_estatdel](http://www.tramitesyservicios.df.gob.mx/wb/TyS/solicitud_de_permiso_para_la_operacion_de_estatdel)

### **8.3. Documentos necesarios para el desarrollo de un restaurante en Coyoacán**

## **Aspecto Legal**

---

### ***Acta Constitutiva***

Las Sociedades Mercantiles tienen como fundamento legal un contrato de sociedad, en el cual los socios se obligan mutuamente a combinar sus recursos y/o esfuerzos para la realización de un objetivo común.

Dentro del contrato o acta constitutiva deben incluirse los siguientes datos:

1. Nombre, nacionalidad, domicilio, ocupación, lugar y fecha de nacimiento, registro federal de contribuyentes, en su caso y copia de identificación con fotografía de los socios;
2. El nombre de la empresa;
3. El objeto o sector de la sociedad;
4. El domicilio de la sociedad;
5. El importe del capital social;
6. La aportación de cada uno de los socios, ya sea en dinero u otros bienes;
7. La duración de la sociedad;
8. La manera en que se va a administrar la sociedad y las facultades de sus administradores;
9. El mecanismo de reparto de utilidades
10. Las causas de disolución de la compañía.

Costo: De \$ 5,000 a \$ 8,500



Tiempo de trámite: De dos a cinco días hábiles

### ***Inscripción ante el servicio de administración tributaria (SAT)***

Registro federal de contribuyentes (RFC) es una clave que se usa para distinguir a cada empresa obligando a pagar impuestos.

Una vez que se ha protocolizado el Acta Constitutiva, se tiene que dar de alta la nueva sociedad mercantil, inscribiéndola en el Registro Federal de Contribuyentes del SAT.

Para este fin, las personas morales deben presentar:

1. El formulario de registro por duplicado y sus respectivos anexos (Anexo 1: personas morales del régimen general y no lucrativo; Anexo 2: personas morales régimen simplificado y sus integrantes personas morales y personas físicas; Anexo 8: IEPS, ISAN, ISIUUV).

2. Acta Constitutiva original o copia certificada.

3. Original y copia del comprobante de domicilio fiscal.

4. Original y copia de Identificación del Representante Legal (credencial de elector, pasaporte o Cartilla).

5. Clave Única de Registro de Población (CURP)

### ***Aviso notarial a la Secretaría de Relaciones Exteriores***

Este trámite lo realiza el Notario o Corredor Público y consiste en notificar a la SRE que ya ha sido utilizado el permiso antes tramitado. Para realizar este trámite deberá presentarse:

1. Tres copias y original del formato SA-5 firmado por el notario, y

2. Tres copias del permiso.

Costo: \$210 (Institución Bancaria)

\$120 (Derecho Municipal)

Tiempo de trámite: Un día hábil

## ***Presentación ante el registro público de la propiedad y del comercio.***

Después de realizar los trámites anteriores, el Corredor o Notario realiza lo siguiente ante el Registro Público de la Propiedad y del Comercio. Una vez registrada la sociedad mercantil, se entrega una copia original a cada uno de los accionistas.

Costo: Incluido en los honorarios del Notario Público (\$300-\$700)

Tiempo de trámite: Un día hábil.

## ***Solicitud de uso de suelo y edificación ante la delegación de Coyoacán<sup>15</sup>***

1. Solicitud, firmada por el Propietario, y/o Poseedor, y/o Apoderado y Responsable del Proyecto (para Licencia de Edificación), Responsable de Obra (para Licencia de Construcción). 8 copias.
2. Plano para Visto Bueno, 2 copias (formato Oficial).
3. Avalúo Catastral, Original y copia
4. Recibo de pago del Impuesto Predial al corriente, 2 copias.
5. Escrituras notariadas y con sello del registro Público de la Propiedad, 2 copias.
6. Licencia de Uso de Suelo y/o Edificación u otro antecedente, 1 copia.
7. Identificación del Propietario y/o Poseedor, 2 copias (credencial de elector por ambos lados).
8. Copia de Cédula Profesional del Responsable de la Obra.
9. Pago de derechos correspondientes.

Tiempo de trámite: De uno a tres meses

Cobro por inicio de trámite para Licencias de Uso de Suelo y/o Uso de Edificación

Hasta 100 m<sup>2</sup> 6 cuotas \$240.60

---

<sup>15</sup> Producción y exportación de sábila en penca hacia Estados Unidos. (29 de Abril de 2010). "Requisitos y trámites para constitución de la empresa". Recuperado de <http://almanza88.wordpress.com/2010/04/29/requisitos-y-tramites-para-constitucion-de-la-empresa/>

Mayor de 100 m<sup>2</sup> y hasta 250 m<sup>2</sup> 12 cuotas \$481.20

Mayor de 250 m<sup>2</sup> y hasta 500 m<sup>2</sup> 18 cuotas \$721.80

Mayor de 500 m<sup>2</sup> y hasta 1000 m<sup>2</sup> 24 cuotas \$962.40

Mayor de 1000 m<sup>2</sup> 30 cuotas \$1203.00

Nota: En caso de tramitar la Licencia de Uso de Suelo y Edificación, se realizarán los cobros correspondientes a cada trámite, tanto al inicio como al final del trámite.

Adicionalmente una cantidad por m<sup>2</sup> conforme a la siguiente tarifa:

Hasta 100 m<sup>2</sup> 0.18 cuotas \$3.20 por m<sup>2</sup>

Mayor de 100 m<sup>2</sup> y hasta 250 m<sup>2</sup> 0.16 cuotas \$6.41 por m<sup>2</sup>

Mayor de 250 m<sup>2</sup> y hasta 500 m<sup>2</sup> 0.24 cuotas \$9.62 por m<sup>2</sup>

Mayor de 500 m<sup>2</sup> y hasta 1000 m<sup>2</sup> 0.31 cuotas \$12.43 por m<sup>2</sup>

Mayor de 1000 m<sup>2</sup> 0.38 cuotas \$15.23 por m<sup>2</sup>

En la siguiente imagen se muestra el certificado único de Zonificación de uso del suelo solicitados en la delegación de Coyoacán



Gobierno del Distrito Federal  
Cédula de Trámite Ciudadano

FECHA DE ACTUALIZACIÓN		USO DE SUELO
MES	AÑO	No.
JUNIO	2012	US 03

NOMBRE DEL TRÁMITE	TIEMPO DE RESPUESTA
Certificado Único de Zonificación de Uso del Suelo	5 días hábiles

USUARIOS	DOCUMENTO A OBTENER	FORMATO
Personas físicas o morales	Certificado Único de Zonificación de Uso del Suelo	AU 01

DESCRIPCIÓN
Documento público en el que se hacen constar las disposiciones normativas que para un predio o inmueble determinado, establecen los instrumentos de planeación del desarrollo urbano respecto del uso del suelo.

REQUISITOS
<p>Los siguientes documentos en original o copia certificada expedida por autoridad competente y copia simple para cotejo. Formato AU-01 debidamente requerido en original especificando los siguientes datos: Nombre, denominación o razón social del (os) solicitante (s) y en su caso, del representante legal, para lo cual se anexarán los documentos que acrediten la personalidad; Domicilio y/o correo electrónico para oír y recibir notificaciones y número telefónico; Ubicación del predio o inmueble al que se refiere la solicitud; Croquis de localización, especificando el nombre de las cuatro calles que delimita la manzana donde se localiza el predio y/o inmueble de interés; las medidas del frente y fondo y las distancias de sus linderos a las esquinas más próximas; Escritura pública del inmueble inscrita en el Registro Público de la Propiedad y de Comercio, o bien, acreditar que se encuentra en trámite de inscripción presentando además, la Constancia de ingreso al Registro Público de la Propiedad y de Comercio, o Carta Notarial que refiera que se encuentra en trámite dicha inscripción, cuando la propiedad derive de una Resolución de autoridad Judicial; se aceptará la copia certificada de la sentencia judicial. Para casos de inmuebles propiedad del Gobierno Local o Federal, documento certificado por la autoridad emisora, donde conste la asignación, el uso o destino y/o la entrega recepción correspondiente; e en su caso, documento oficial donde se haga constar la Donación o Expropiación o la forma en que el inmueble pasa a formar parte del Patrimonio del Gobierno Local o Federal y/o Cédula Oficial del Gobierno Local o Federal (Cabin o Indasbit), donde se señalen las características y especificaciones del predio y/o inmueble. Los siguientes documentos en original o copia certificada expedida por autoridad competente y copia simple para cotejo. Boleta Predial (expedida por la Tesorería del Distrito Federal vía correo) o "Declaración de valor catastral y pago del impuesto predial" (con el sello de la caja registradora o de la Institución Bancaria autorizada) no anterior a 12 meses, cuyos datos de domicilio y superficie del predio y/o inmueble coincidan con los manifestados en la solicitud. En el caso de predios ubicados en Suelo de Conservación, Ejidales o Comunales que no cuenten con boleta predial, deben presentarse documentos públicos que acrediten la posesión y/o regularización, así como ubicación y superficie del predio y/o inmueble de que se trata. Para los predios o inmuebles propiedad del gobierno local o federal que tengan exención de pago del impuesto predial y se encuentren contemplados en el Código Fiscal del Distrito Federal, deberán presentar la declaratoria y documento oficial que ampare la ubicación y superficie del predio y/o inmueble. Anexar croquis ampliado a dos manzanas de distancia de aquella en que se ubique el predio, señalando referencias conocidas o de importancia. Comprobante del pago de los derechos correspondientes, expedido por la Tesorería del Distrito Federal. Identificación oficial vigente con fotografía (Credencial de Elector, Cartilla del Servicio Militar Nacional, Pasaporte o Cédula Profesional). En su caso: Acta constitutiva debidamente inscrita en el Registro Público de la Propiedad y Comercio. Poder Notarial del representante legal. Forma migratoria FMI especificando la autorización para ejercer la actividad de que se trate o credencial de inmigrado</p>

VIGENCIA	ANTE EL SILENCIO DE LA AUTORIDAD, PROCEDERA:	
1 año	AFIRMATIVA FICTA	NEGATIVA FICTA
	No procede	No procede

<b>ÁREA DONDE SE GESTIONA</b>
<p>Ventanillas Únicas Delegacionales  Ventanilla Única de la Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda  Consulte el Directorio de este Manual  <b>Para más información visite:</b>  <a href="http://www.df.gob.mx/delegaciones/">http://www.df.gob.mx/delegaciones/</a>  <a href="http://www.seduvi.gob.mx/">http://www.seduvi.gob.mx/</a></p>

<b>COSTO</b>	<b>ÁREA DE PAGO</b>
<p>Estipulado en el Código Fiscal del Distrito Federal, artículo 235</p> <p>Para su consulta solicítelo en el área donde gestione su trámite</p>	<p>Administraciones Tributarias, Cajas Recaudadoras de la Tesorería, Centros de Servicio Tesorería, Centros de Servicios @Digital, y Bancos y Centros comerciales autorizados.</p> <p style="text-align: center;"><b>Consulte el Directorio de este Manual</b>  <b>Para más información visite:</b>  <a href="http://www.finanzas.df.gob.mx">www.finanzas.df.gob.mx</a></p>

<b>FUNDAMENTO JURÍDICO-ADMINISTRATIVO DEL TRÁMITE</b>
<p>Ley de Desarrollo Urbano del Distrito Federal artículos 3 fracción XXVIII, 4 fracciones III y IV, 9 fracción IV, 87 fracción II y 92.  Reglamento de la Ley de Desarrollo Urbano del Distrito Federal artículos 3, 4 fracción XXVI, 18, 19 fracción III, 23, 24, 125, 126 fracciones I y II.  Ley de Procedimiento Administrativo del Distrito Federal artículos 31, 32, 33, 40, 41, 42 y 44.</p>

<b>OBSERVACIONES</b>
<p>* Los datos asentados en el Certificado serán aquellos que los documentos presentados especifiquen.  La vigencia es de un año, contado a partir del día siguiente a su expedición, para ejercer el derecho conferido en el mismo y no será necesario obtener un nuevo certificado a menos que se modifique el uso y superficie del inmueble.  El Certificado no constituye permiso, autorización o licencia, únicamente certifica el aprovechamiento del uso del suelo, sin perjuicio del cumplimiento de los requisitos que señalen otras disposiciones normativas.  *El plazo de modificara de conformidad con el artículo 55 de la Ley de Procedimiento Administrativo del Distrito Federal.</p>

<b>NOTA IMPORTANTE</b>
<p>Ningún servidor público del Gobierno del Distrito Federal está facultado para solicitar requisitos adicionales a los establecidos en esta cédula, en los Reglamentos o Leyes que sustentan el trámite, ni para requerir pagos distintos a los establecidos en los ordenamientos legales aplicables. Para reportar cualquier anomalía favor de dirigirse a la Contraloría Interna del área en que se realizó el trámite, a la Contraloría General del Distrito Federal ubicada en Av. Juárez número 92, planta baja, Col. Centro, teléfono 5627-9700 extensiones 50229 y 50231; al servicio QUEJATEL al 5658-11-11 o bien a HONESTEL al 5533-5533.</p>



SOLICITUD DE CERTIFICADO UNICO DE ZONIFICACION DE USO DEL SUELO

Esta solicitud se formula bajo protesta de decir verdad por lo tanto, si los informes o declaraciones proporcionados por el particular resultan falsos, se aplicarán las sanciones administrativas correspondientes sin perjuicio de las penas en que incurran aquellos que se conduzcan con falsedad de acuerdo con los ordenamientos legales aplicables vigentes. La actuación administrativa de la autoridad y la de los interesados se sujetarán al Artículo 32 de la Ley de Procedimiento Administrativo del Distrito Federal referente al Principio de Saneamiento, y a los artículos 210 al Código Penal para el Distrito Federal referente al Falsedad Procesal ante la Autoridad Administrativa.

Información al interesado sobre el trámite de sus datos personales
Los datos personales recibidos serán tratados, almacenados y usados en el Sistema de Datos Personales "CERTIFICADO UNICO DE ZONIFICACION DE USO DEL SUELO" el cual tiene su fundamento en la Ley de Protección de Datos Personales de Uso Público, Ley del Poder Judicial de la Federación y el Reglamento de la Ley de Desarrollo Urbano del Distrito Federal, artículos 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46 y 47, y el Código Penal del Distrito Federal, artículo 210, que establece el tipo de delito de "CERTIFICADO UNICO DE ZONIFICACION DE USO DEL SUELO" EN EL PROCEDIMIENTO PUBLICO EN EL QUE SE HICIERON LAS DECLARACIONES FALSAS PARA UN PREDIO O INMUEBLE DETERMINADO, SANCIONADO LOS INFRUCTUOSOS DE PLURALIDAD DEL DESARROLLO URBANO RESPECTO DEL USO DEL SUELO, y/o de los datos personales, en los términos previstos en la Ley de Protección de Datos Personales de Uso Público.
En atención de lo anterior, los datos personales serán obligados y sin ellos no podrá acceder al servicio o cumplir el trámite de "CERTIFICADO UNICO DE ZONIFICACION DE USO DEL SUELO". Asimismo, se le informa que sus datos no podrán ser difundidos sin su consentimiento expreso, salvo excepciones previstas en la ley.
El registro de los datos de Datos Personales en el Sistema de Datos Personales de la Dirección General de Administración Urbana, y la información podrá estar sujeta a acceso, modificación, cancelación y oposición, así como la recepción de consentimiento en la Oficina de Información Pública de esta Secretaría ubicada en Avenida Insurgentes Sur No. 150, 4º Piso, Colonia San Rafael, Delegación Cuauhtémoc, C.P. 06700, México, D.F. El interesado podrá dirigirse al Centro de Atención al Ciudadano de esta Secretaría, donde podrá consultar sobre los derechos que tutela la Ley de Protección de Datos Personales para el Distrito Federal, artículo 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, así como el acceso a la información pública de esta Secretaría, donde podrá consultar sobre los derechos que tutela la Ley de Protección de Datos Personales para el Distrito Federal, artículo 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, así como el acceso a la información pública de esta Secretaría.

UBICACION DEL PREDIO O INMUEBLE
Calle n° Exterior n° Interior / Local Manzana Lote
Colonia Delegación Código Postal Cuenta Predial

Table with columns for 'DATOS DEL PREDIO O INMUEBLE' (Superficie total del predio, construida, o a demoler) and 'MOTIVO DE LA SOLICITUD' (A: Aviso/Permiso, Usos Permitidos, Escrituración; B: Obra Nueva, Ampliación, Modificación, Regularización, Reparación, N.G.O. No. 26).

A\* USO (S) DE SUELO (S) SOLICITADO (S).
Superficie m²

B\* DATOS DEL PROYECTO
Table with columns: Uso Solicitado, Obra Nueva (m²), Ampliación (m²), Modificación (m²), Regularización (m²), Reparación (m²).

Número de viviendas Solicitadas Superficie por Vivienda solicitada con m² construido
Superficie Total a Construir m²

CROQUIS DE LOCALIZACION (with Norte arrow) and DICTAMEN (Programa, Zonificación, Dictaminó)
Obligar a title y regla, especificando el nombre de las cuatro calles que delimitan la manzana donde se localiza el predio o inmueble de interés, las medidas del frente y fondo y las distancias de sus linderos a las esquinas más próximas.
USO EXCLUSIVO DEL GOBIERNO DEL DISTRITO FEDERAL



<b>REQUISITOS</b>	
<p>Los siguientes documentos en original o copia certificada expedida por autoridad competente y copia simple para copia:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Formas de Solicitud.</li> <li>Boleta Predial (expedida por la Tesorería del Distrito Federal vía correo) o "Declaración de valor catastral y pago del impuesto predial" (con el sello de la caja registradora o de la Tesorería Recauda autorizada) no anterior a 12 meses, copie datos de domicilio y superficie del predio y constancia recibida con los manifestados en la solicitud;</li> </ol> <p>En el caso de predios ubicados en Suelo de Conservación, Ejidales o Comatales que no cuenten con boleta predial, debe presentarse documento público que acredite la posesión y/o regularización, así como ubicación y superficie del predio y/o inmueble de que se trata;</p> <p>Para los inmuebles propiedad del Gobierno Local o Federal, debe presentarse constancia de cancelación de pago de impuesto predial vigente y documento oficial que asegure la ubicación y superficie del predio;</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Comprobante del pago de los derechos correspondientes, expedido por la Tesorería del Distrito Federal y/o Tesorería Recauda de conformidad con lo establecido en el art. 22º fracción III Código Fiscal vigente para el Distrito Federal.</li> <li>Identificación oficial vigente con fotografía (Credencial de Elektor, Carné del Servicio Militar Nacional, Pasaporte o Cédula Profesional).<sup>1</sup></li> <li>Cualquiera de los siguientes documentos, en original y copia para su copia:             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Licencia de Posesión, Subdivisión o Reintegración;</li> <li>- Escritura pública inscrita en el Registro Público de la Propiedad y de Comercio, o</li> <li>- Constancia de Altimetraje y Muestro oficial vigente.</li> </ul> </li> </ol> <p>En su caso:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Identificación del Autorizado.</li> <li>- Acta constitutiva de solidamento inscrita en el Registro Público de la Propiedad y Comercio.</li> <li>- Poder Notarial del representado legal.</li> <li>- Forma registral FMI significando la autorización para ejercer la actividad de que se trata o credencial de Integradado.</li> </ul> <p><i>Nota:</i> Los interesados (jurisdicción al terreno legal) podrán presentar en original Formas AU-01 debidamente llenadas, firmadas en original sin intermediarios o comendatarios ante la Ventanilla Única SEDUVI-SITE, significando los siguientes datos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nombre, denominación o razón social del solicitante y en su caso, del representado legal, para lo cual se anexarán los documentos que acrediten la personalidad;</li> <li>- Domicilio y/o correo electrónico para el y recibir notificaciones y número telefónico;</li> <li>- Ubicación del predio o inmueble al que se refiere la solicitud (datos tomados de la Boleta Predial);</li> <li>- Censos de localización, significando el nombre de las calles que delimitan la manzana donde se localiza el predio y/o inmueble de interés; las medidas del front y fondo y las distancias de sus linderos a las segundas más próximas.</li> </ul>	
<b>FUNDAMENTO JURÍDICO</b>	
<p>Ley de Desarrollo Urbano del Distrito Federal artículos 5 fracción XXVIII, 4 fracciones III e IV, 7, Fracciones I, XXIV y XXXIV, 9 fracción IV, 9º fracción II y 92.</p> <p>Reglamento de la Ley de Desarrollo Urbano del Distrito Federal artículos 5, 6 fracciones XXVI, 18, 19 fracciones III, 22, 23, 24, 125, 126 fracciones I y II.</p> <p>Ley de Procedimiento Administrativo del Distrito Federal artículos 21, 22, 23, 24, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 55 y 92.</p>	
<p>Los datos contenidos en el Certificado serán aquellos que los documentos presentados signifiquen de conformidad con el artículo 22 de la Ley de Procedimiento Administrativo del Distrito Federal.</p> <p>La utilidad del Certificado será conforme a la vigencia de los Programas Delegacionales de Desarrollo Urbano, para ejercer el derecho conferido en el mismo y no será necesario obtener un nuevo Certificado si el que se otorga, a menos que se modifique el uso y ejercicio del inmueble.</p> <p>El Certificado no otorga derechos de propiedad o posesión, ni prejuzga sobre ellos, así como tampoco constituye permiso, autorización o licencia, únicamente certifica el aprovechamiento del uso del suelo, sin perjuicio del cumplimiento de cualquier otra requisito que solicite otras dependencias gubernativas.</p>	
<b>DATOS DEL SOLICITANTE O REPRESENTANTE LEGAL</b>	
Nombre y Firma	Teléfono (x)
<b>Domicilio y correo electrónico para el y recibir notificaciones:</b>	
<b>PERSONA MORAL QUE PRESENTA IDENTIFICACIÓN OFICIAL</b>	
Acta constitutiva N°	Poder Notarial N°
Nombre y Firma	
<b>PERSONA JURÍDICA FISCAL SIN VENTANILLA ÚNICA AUTORIZADA</b>	
(Se remite al Artículo 41 de la Ley de Procedimiento Administrativo del Distrito Federal)	
Nombre y Firma	
<b>USO EXCLUSIVO DEL GOBIERNO DEL DISTRITO FEDERAL</b>	
<p>- La presente solicitud deberá llenarse e imprimirse o con letra de molde y a tinta, en original, digitalizado como lo presentará si la información proporcionada es inexacta o errónea y acompañarse de los requisitos y documentos que acrediten las ordenaciones ejidales vigentes.</p> <p>- La utilidad del Certificado será conforme a la vigencia de los Programas Delegacionales de Desarrollo Urbano, para ejercer el derecho conferido en el mismo y no será necesario obtener un nuevo Certificado si el que se otorga, a menos que se modifique el uso y ejercicio del inmueble.</p> <p>- Durante el proceso de las solicitudes de trámite de los Certificados, el solicitante estará obligado a consultar en el sistema SEDUVI SITE <a href="http://www.seduvi.df.gob.mx">www.seduvi.df.gob.mx</a>, que se encuentra en la página web de la SEDUVI, el estado que guarda el trámite, si existe si tiene alguna provención respecto de su solicitud, a fin de que lo consulte en la Ventanilla Única de la Secretaría para que una vez en su caso, autorizada permita continuar con el trámite y atención de la solicitud.</p> <p>- En caso de que el solicitante no reciba dicha provención dentro de un plazo de tres meses a partir del día siguiente en que se encuentre disponible en la página de consulta SEDUVI SITE, presentará de oficio la Caducidad al trámite administrativo de conformidad con lo que establece el artículo 92, fracción II de la Ley de Procedimiento Administrativo del Distrito Federal.</p> <p>- El pago de los derechos correspondientes a la presente solicitud, según indica y cumplimiento de trámite, así no, la Resolución de la misma.</p>	



Gobierno del Distrito Federal  
Cédula de Trámite Ciudadano

FECHA DE ACTUALIZACIÓN	
MESES	AÑO
FEBRERO	2014

Annuncio:
No.
AN 02

NOMBRE DEL TRAMITE	TIEMPO DE RESPUESTA
Licencia de Anuncio de Propaganda Comercial en Corredor Publicitario	Licencia 10 días hábiles

USUARIOS	DOCUMENTO A OBTENER	FORMULARIO
Personas físicas e morales	Licencia de Anuncio	AN 02

DESCRIPCION
La licencia permite a una persona física o moral instalar un anuncio autoportado y unipolar de propaganda comercial en un inmueble de propiedad privada ubicado en un corredor publicitario.

REQUISITOS
<p><b>Para licencias:</b></p> <p><b>El caso:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. La ficha de registro para solicitar permisos, licencias o autorizaciones, de servicios en el Distrito Federal;</li> <li>2. El Formulario AN 02;</li> </ol> <p><b>Ajustar:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>3. Planos arquitectónicos y a escala (los planos deberán entregarse tanto en versión digital como impresa; el set de planos deberá contener: croquis de ubicación del anuncio, escala gráfica, fecha, nombre del plano y en su caso, nombres y firmas del arquitecto, del Director Responsable de Obra, y en su caso, de los Corresponsables);             <ol style="list-style-type: none"> <li>A. Planos y alzados frontal y lateral;</li> <li>B. Seccionales;</li> <li>C. De Juntación, en el que se indique la fuente de energía y la instalación eléctrica, en su caso;</li> </ol> </li> <li>4. Cálculo y memoria estructural (los documentos deberán entregarse tanto en versión digital como impresa y contener la firma del solicitante y del Director Responsable de Obra, en su caso);</li> <li>5. Presupuesto o estado del anuncio, en el que se considere también el anuncio de que se trata (este documento deberá entregarse tanto en versión digital como impresa, y contener el nombre del solicitante y el domicilio del inmueble);</li> <li>6. Opinión técnica favorable del anuncio, emitida por la Secretaría de Protección Civil;</li> <li>7. Póliza de seguro de responsabilidad civil por daños a terceros;</li> <li>8. Copia simple del recibo de pago del seguro postal (expedido por la Tesorería del Distrito Federal) del inmueble en el que se pretende instalar el anuncio, correspondiente al trimestre inmediato anterior a la fecha de solicitud, o en su caso, al ejercicio fiscal en curso; o en su defecto la constancia de adeudo;</li> <li>9. Copia simple del recibo de pago del rucinario de agua (expedido por el Sistema de Aguas de la Ciudad de México) del inmueble en el que se pretende instalar el anuncio, correspondiente al trimestre inmediato anterior a la fecha de solicitud, o en su defecto la constancia de adeudo;</li> <li>10. Copia simple del contrato de arrendamiento entre el poseedor o el propietario del inmueble en el que se pretende instalar el anuncio y el solicitante, en su caso;</li> <li>11. Dictamen favorable de la Dirección del Patrimonio Cultural Urbano, adscrita a la Secretaría, cuando el inmueble en el que se pretende instalar el anuncio se encuentre en Área de Conservación Patrimonial o en un elemento del patrimonio cultural urbano;</li> <li>12. Autorización de Impacto Ambiental del anuncio emitida por la Secretaría del Medio Ambiente, si el anuncio se pretende instalar en Sitio de Conservación;</li> <li>13. Copia de la credencial para votar o pasaporte o cédula profesional del propietario del inmueble en el que se pretende instalar el anuncio;</li> <li>14. Copia certificada de la escritura pública del inmueble en el que se pretende instalar el anuncio;</li> <li>15. Una declaración bajo protesta de decir verdad del responsable de la obra, donde señale que no se afectan labores con motivo de las obras que se puedan llevar a cabo ni en las instalaciones de los vecinos;</li> <li>16. Comprobante del pago de derechos, (se recomienda que sea pagado mínimo con 1/2 hora de anticipación para ser válido el día de su ingreso);</li> </ol> <p><b>En su caso:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>17. Copia de la credencial para votar o pasaporte o cédula profesional del poseedor del inmueble en el que se pretende instalar el anuncio;</li> <li>18. Copia del contrato de arrendamiento, o en su caso, de prestación de servicios de administración, del poseedor del inmueble en el que se pretende instalar el anuncio;</li> <li>19. Copia de la credencial para votar o pasaporte o cédula profesional del Director Responsable de Obra;</li> <li>20. Copia del carnet del Director Responsable de Obra;</li> <li>21. Copia de la credencial para votar o pasaporte o cédula profesional del Corresponsable en Seguridad Estructural;</li> <li>22. Copia del carnet del Corresponsable en Seguridad Estructural;</li> <li>23. Copia de la credencial para votar o pasaporte o cédula profesional del Corresponsable en Instalaciones;</li> <li>24. Copia del carnet del Corresponsable en Instalaciones;</li> </ol>



<b>VIGENCIA</b>	<b>ANTE EL SILENCIO DE LA AUTORIDAD:</b>	
Un año	<b>AFIRMATIVA FICTA</b>	<b>NEGATIVA FICTA</b>
	No proceda	Proceda
<b>AREAS DONDE SE GESTIONA</b>		
Ingreso de solicitud: Ventanilla Única de la SEDUVI, Publicidad Exterior. Termina: Dirección General de Asuntos Jurídicos de SEDUVI <a href="http://www.seduvi.gob.mx">http://www.seduvi.gob.mx</a> y <a href="http://www.sen.df.gob.mx">http://www.sen.df.gob.mx</a>		
<b>COSTO</b>	<b>AREA DE PAGO</b>	
Art. 193, fracción I, inciso a) e i) del Código Fiscal del Distrito Federal.	Administraciones Tributarias, Cajas Receptoras de la Tesorería, Centros de Servicio Tesorería, Centros de Servicios @Digital, y Bancos y Centros comerciales autorizados. <b>Consulte el Directorio de este Manual</b> <b>Para más información visite:</b> <a href="http://www.finanzas.df.gob.mx">www.finanzas.df.gob.mx</a>	
<b>FUNDAMENTO JURIDICO-ADMINISTRATIVO DEL TRAMITE</b>		
- Ley de Publicidad Exterior del Distrito Federal: artículos 1 fracciones VIII, XX, XXVI, XXXI; 6 fracción VII; 11; 12; 14 fracción II; 19; 40; 41; 46 fracción II, inciso a); 50, 69, 70 y 73. - Reglamento de la Ley de Publicidad Exterior del Distrito Federal: artículos 5; 9 fracción V; 30; 40; 42 fracción I; 44; 46; 47; 83; 83 fracción I; 84 y 85 fracción I. - Código Fiscal del Distrito Federal: 20, 191, fracción I, inciso a) e i); 148.		
<b>OBSERVACIONES SOBRE EL TRAMITE</b>		
El interesado, a partir de la fecha del recibo de la solicitud, deberá ingresar con el número de folio de trámite que le sea asignado, al portal de internet de la Secretaría para consultar en el link de trámites y servicios, el seguimiento de su solicitud.		
<b>NOTA IMPORTANTE</b>		
Niagun servidor público del Gobierno del Distrito Federal está facultado para solicitar requisitos adicionales a los establecidos en esta cédula, en los Reglamentos o Leyes que sustentan el trámite, ni para requerir pagos distintos a los establecidos en los ordenamientos legales aplicables. Para reportar cualquier anomalía error de diligencia a la Contraloría Interna del área en que se realizó el trámite, a la Contraloría General del Distrito Federal ubicada en Av. Tlaxcoaque número 8, edificio Juan de Arco Inter, Piso 4, Col. Centro, Delegación Cuauhtémoc, teléfono 5627-0700 extensiones 20229 y 20251; al servicio QUIJATEL al 2028-11-11 o bien a MONESTEL al 2055-2055.		

## ***Registro ante el Instituto Mexicano del Seguro Social***

El patrón (la empresa o persona física con actividades empresariales) y los trabajadores deben

Inscribirse en el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS), dentro de un plazo no mayor de cinco días de iniciadas las actividades. Al patrón se le clasificará de acuerdo con el Reglamento de Clasificación de Empresas y denominación del Grado de Riesgo del Seguro del Trabajo, base para fijar las cuotas que deberá cubrir.

### ***Ley federal del trabajo***<sup>16</sup>

#### CAPITULO XIV

Artículo 344. Las disposiciones de este capítulo se aplican a los trabajadores en hoteles, casas de asistencia, restaurantes, fondas, cafés, bares y otros establecimientos análogos.

Artículo 345. La Comisión Nacional de los Salarios Mínimos fijará los salarios mínimos profesionales que deberán pagarse a estos trabajadores.

Artículo 346. Las propinas son parte del salario de los trabajadores a que se refiere este capítulo en los términos del artículo 347. Los patronos no podrán reservarse ni tener participación alguna en ellas.

Artículo 347. Si no se determina, en calidad de propina, un porcentaje sobre las consumiciones, las partes fijarán el aumento que deba hacerse al salario de base para el pago de cualquier indemnización o prestación que corresponda a los trabajadores. El salario fijado para estos efectos será remunerador, debiendo tomarse en consideración la importancia del establecimiento donde se presten los servicios. Trabajo en Hoteles, Restaurantes, Bares y otros Establecimientos Análogos

Artículo 348. La alimentación que se proporcione a los trabajadores deberá ser sana, abundante y nutritiva.

Artículo 349. Los trabajadores están obligados a atender con esmero y cortesía a la clientela del establecimiento.

Artículo 350. Los Inspectores del Trabajo tienen las atribuciones y deberes especiales siguientes:

---

<sup>16</sup>Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. (12 de Junio de 2015). "Ley Federal del Trabajo". Recuperado de [http://www.stps.gob.mx/bp/micrositios/reforma\\_laboral/archivos/Noviembre.%20Ley%20Federal%20del%20Trabajo%20Actualizada.pdf](http://www.stps.gob.mx/bp/micrositios/reforma_laboral/archivos/Noviembre.%20Ley%20Federal%20del%20Trabajo%20Actualizada.pdf)

- I. Vigilar que la alimentación que se proporcione a los trabajadores sea sana, abundante y nutritiva;
- II. Verificar que las propinas correspondan en su totalidad a los trabajadores; y
- III. Vigilar que se respeten las normas sobre jornada de trabajo.

### ***Inscripción de la comisión mixta de seguridad e higiene ante la secretaría del trabajo.***

Este trámite se deriva de la obligación que tiene el empresario en su papel de patrón, de crear una comisión, cuyo objetivo sea investigar las causas de los accidentes y enfermedades dentro de la empresa, proponer medidas para prevenirlos y vigilar que se cumplan estas normas.

Para constituir la Comisión, el patrón debe realizar una sesión con los miembros que haya seleccionado para la Comisión, y con la representación del Sindicato, si lo hubiera. En dicha sesión se levantará el acta de integración correspondiente que debe contener los siguientes datos:

1. Datos generales de la empresa;
2. Registro Federal de Contribuyentes;
3. Registro patronal ante el IMSS;
4. Domicilio, teléfono, fax, correo electrónico;
5. Rama o actividad económica;
6. Fecha de inicio de actividades;
7. Número de trabajadores de la empresa;
8. Número y datos de los centros de trabajo en los que rige la Comisión;
9. Fecha de integración;
10. Nombre y firma del representante del patrón, y
11. Nombre y firma del representante de los trabajadores.

## ***Inscripción de la comisión mixta de capacitación y adiestramiento ante la secretaría***

La Comisión Mixta de Capacitación y Adiestramiento es el grupo de trabajo responsable de vigilar la instrumentación, la operación del sistema y de los procedimientos que se implanten para mejorar la capacitación y el adiestramiento de los trabajadores, sugerir medidas tendientes a perfeccionarlos, conforme a las necesidades de los trabajadores y de la propia empresa.

## ***Comisión nacional del agua***

En caso de no estar conectado a alguna red de agua potable y alcantarillado se debe solicitar permiso ante la Comisión Nacional del Agua para obtener derechos de extracción de agua del subsuelo, y de igual manera se deben registrar las descargas.

## ***Permiso para la operación de establecimientos mercantiles con giro de impacto zonal<sup>17</sup>***

¿En qué consiste?

Trámite que deberá realizar la persona física o moral a través del Sistema, a fin de obtener de la Delegación la autorización para operar establecimientos mercantiles, con giros considerados por la Ley de Establecimientos Mercantiles de Impacto Zonal.

¿A quién está dirigido?

Personas físicas o morales interesadas en obtener Permiso para operar establecimientos mercantiles con giros de Impacto Zonal.

¿Cuáles son las áreas de atención?

---

<sup>17</sup> Trámites y servicios. (s.f.). "Permiso para la operación de establecimientos mercantiles con giro de impacto zonal". Recuperado de [http://www.tramitesyservicios.df.gob.mx/wb/TyS/solicitud\\_de\\_permiso\\_para\\_la\\_operacion\\_de\\_estatdel](http://www.tramitesyservicios.df.gob.mx/wb/TyS/solicitud_de_permiso_para_la_operacion_de_estatdel)

En el Sistema Electrónico de Avisos y Permisos de Establecimientos Mercantiles, ubicado en el sitio de internet [www.sedecodf.gob.mx](http://www.sedecodf.gob.mx)

¿Cuáles son los requisitos?

Formulario EM-08, con la siguiente información:

- Nombre o razón social del interesado y nacionalidad
- Domicilio para oír y recibir notificaciones, y Dirección de correo electrónico;
- Denominación o nombre comercial del establecimiento mercantil;
- Ubicación y superficie total del local donde pretende establecerse el giro mercantil;
- Superficie total del local donde pretende establecerse el giro mercantil;
- Giro mercantil que se pretende operar y Delegación a la que se dirige
- Datos de la constancia o Certificado de Zonificación de uso de suelo para el giro que se pretende operar;
- Datos del documento que acredite los Cajones de estacionamiento requeridos;
- Capacidad de aforo calculada de conformidad con la Ley y el Reglamento de la materia;
- Nombres de las personas autorizadas para oír y recibir notificaciones y documentos, así como para realizar los trámites y gestiones para impulsar el procedimiento (en su caso);
- Documento con el que se acredite la posesión o propiedad del inmueble;
- Datos de la Constancia de Adeudos prevista en el artículo 20 del Código Fiscal del Distrito Federal (predial y agua)
- Datos de la aprobación del Sistema de Seguridad, y nombre y cargo del servidor público que la emitió;
- Si el solicitante es persona física, los datos de la identificación oficial con fotografía

En caso de:

- Que el aforo del establecimiento sea superior a cien personas, presentar dictamen técnico favorable del Consejo de Evaluación de Riesgos;

- Que el establecimiento lo requiera, el Visto Bueno de Seguridad y Operación, (arts. 68 y 69 del Reglamento de Construcciones para el Distrito Federal);
- Que el interesado sea extranjero, los datos de la autorización expedida por la Secretaría de Gobernación, conforme a la cual se le permite llevar a cabo la actividad de que se trate;
- Que el interesado sea persona moral, el representante legal señalará datos de la escritura constitutiva registrada o con registro en trámite y documento con el que acredite su personalidad;
- Que el interesado opere videojuegos, número de máquinas, y
- Que el interesado solicite ampliar el horario de servicio de 11:00 a 5:00 horas del día siguiente y el de venta de bebidas alcohólicas de 11:00 a 4:30 horas del día siguiente, de jueves a sábado; y de domingo a miércoles, el horario de servicio de 11:00 a 4:00 horas del día siguiente y el horario de venta de bebidas alcohólicas de 11:00 a 3:30 horas del día siguiente, declarar bajo protesta de decir verdad de que se cumplen con los requisitos previstos en la Ley y el Reglamento de la materia.

¿Cuál es el formato requerido?

Disponible en el sitio de internet [www.sedecodf.gob.mx](http://www.sedecodf.gob.mx)

¿Cuál es el tiempo de respuesta o realización del servicio?

5 días hábiles (en este lapso, la Delegación otorgará o negará el permiso solicitado)  
El registro de la solicitud en el Sistema será Inmediato.

¿Cuál es el costo?

Establecido en el Código Fiscal del Distrito Federal, artículo 191 fracción II

a) Por los primeros 50 metros cuadrados de construcción, incluyendo todos sus accesorios, excepto estacionamiento \$18,147.50

b) Por cada metro cuadrado que exceda a los 50 metros cuadrados y hasta 100 metros cuadrados de construcción, incluyendo todos sus accesorios, excepto estacionamiento \$362.70, más la cantidad que resulte del inciso a)

c) Por cada metro cuadrado que exceda a los 100 metros cuadrados y hasta 300 metros cuadrados de construcción, incluyendo todos sus accesorios, excepto estacionamiento \$726.50, más las cantidades que resulten de los incisos a) y b)

Después de 300 metros cuadrados el costo será lo que resulte de la suma de los incisos a), b) y c)

¿Cuál es el beneficio o resultado?

Permiso para la operación de Establecimientos Mercantiles con Giro de Impacto Zonal, el cual contendrá clave única e irrepetible.

¿Dónde se reportan las quejas o sugerencias?

HONESTEL con número telefónico 55 33 55 33

¿Cuál es el fundamento jurídico?

- Ley de Establecimientos Mercantiles Artículos 2, fracciones XIII y XXII, 8, fracción VI, 26, 27, 31 y 32;
- Ley de Procedimiento Administrativo del D.F. artículos 32 a 39 fracción VI, 40 a 49, 54, 71 a 74, 80 y 81;
- Código Fiscal Artículos 20 y 191 fracción II;
- Reglamento de la Ley de Establecimientos Mercantiles del Distrito Federal en Materia de Aforo y Seguridad en Establecimientos de Impacto Zonal

¿Cuál es el procedimiento?

1. Una vez que el solicitante reúne los requisitos y documentación, deberá acceder al Sistema Electrónico de Avisos y Permisos de Establecimientos Mercantiles, ubicado en el sitio de internet [www.sedecodf.gob.mx](http://www.sedecodf.gob.mx) y registrar los datos correspondientes a la solicitud de permiso para la operación de establecimiento mercantil con giro de impacto zonal.

2. El Sistema emitirá un acuse de que la solicitud ha sido registrada, lo que NO implica su autorización.

Si en la solicitud requisitada a través del Sistema, existen incongruencias o le faltan datos, el solicitante recibirá un aviso por medio del correo electrónico en el que se le indicará que debe acudir a la Ventanilla Única de la delegación en que se encuentra ubicado el establecimiento mercantil que pretende operar, a recibir una prevención, para que subsane las deficiencias de la solicitud, dentro de los cinco días hábiles posteriores a la fecha de notificación. Si en el término señalado no se subsana la irregularidad, la Delegación dará por no presentada la solicitud.

3. Una vez revisada la solicitud, la Delegación autorizará o negará por medio del Sistema el permiso solicitado, en un término no mayor a cinco días hábiles.
4. El solicitante dentro de los siguientes 30 días naturales posteriores al ingreso de su solicitud, deberá presentar en la Ventanilla Única de la Delegación correspondiente, original y copia para cotejo e integración de su expediente de los documentos enunciados en el Sistema y dará cuenta del Programa Interno de Protección Civil.

#### Observaciones

Son considerados de Impacto Zonal los establecimientos mercantiles cuyo giro principal sea la venta y/o distribución de bebidas alcohólicas en envase abierto y/o al copeo, para su consumo en el interior, distinto a los establecimientos con giro de impacto vecinal.

En los establecimientos con giro de impacto zonal podrán prestarse los servicios de venta de alimentos preparados, música viva y música grabada o video grabada, televisión, alquiler de juegos de salón, de mesa y billares, así como celebrarse eventos culturales, manifestaciones artísticas de carácter escénico, cinematográfico, literario o debate y podrán contar con espacio para bailar o para la presentación de espectáculos, sin necesidad de ingresar nueva solicitud de Permiso al Sistema.



Los interesados que no cuenten con los medios de acceso al sistema, podrán acudir a las Ventanillas Únicas Delegacionales o a las de Gestión Empresarial, para que les asesoren y ayuden en la captura.

La solicitud de permiso se podrá presentar en cualquier día y hora del año, sin embargo para efectos legales se considerarán días hábiles de lunes a viernes de 9:00 a 14:00 horas, por lo que cualquier solicitud que se presente en días y horas inhábiles, se considerará presentado el día hábil siguiente.

¿Cuál es la vigencia?

2 años

## ASPECTO ECOLÓGICO

---

**Distintivo ESR** <sup>18</sup>



El Distintivo ESR ® es un reconocimiento otorgado anualmente en México por el Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi) y AliaRSE.

Dicho distintivo no sólo agrega valor a la marca y rentabilidad, sino que acredita a las empresas ante sus empleados, inversionistas, clientes, autoridades y sociedad en general, como una organización comprometida voluntaria y públicamente con una gestión socialmente responsable como parte de su cultura y estrategia de negocio.

El Distintivo ESR® no es un compromiso de una sola vez, sino que debe refrendarse año con año para mantener vigente la cultura de la responsabilidad social.

### Beneficios del Distintivo ESR ®

El Distintivo ESR ®, como símbolo, puede ser utilizado, una vez obtenido, en todos los comunicados de la empresa, haciendo pública su distinción claro, pero también su compromiso hacia la Responsabilidad Social.

---

<sup>18</sup> Distintivo ESR. (2013). Recuperado de <http://www.distintivoesr.com/que-es-el-distintivo-esr.php>

Hoy en día, las instituciones financieras recurren cada vez más a listas de Empresas Socialmente Responsables, ESR, para evaluar los riesgos de sus préstamos o inversiones.

Publicaciones como IndustryWeek han mostrado que la mitad del rendimiento superior a la media de una empresa socialmente responsable, puede atribuirse a esa característica, mientras que el resto, a los resultados del sector.

Asimismo está demostrado que cuando se elige entre dos marcas de la misma calidad y precio, la cuestión de responsabilidad social es la que más afecta en la decisión de compra ¡41%!; ello por encima del diseño e innovación (32%) y la lealtad de la marca (26%).

Por si fuera poco, el 70% de los consumidores dice estar dispuesto a pagar más por una marca que apoya causas sociales o medioambientales.

Cómo obtener el Distintivo ESR ®

La obtención del Distintivo ESR ® se basa en un proceso de auto diagnóstico, sustentado documentalmente por la empresa y verificado por el Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi). El Distintivo ESR ® es otorgado a aquellas empresas que superen el 75% del índice RSE.

Si bien las empresas pueden realizar su gestión e intentar alcanzar el distintivo por sí mismas y de forma independiente, es una tarea similar al aprendizaje de forma autodidacta.

Quién tiene el Distintivo ESR ®

Cabe señalar que dicho distintivo puede ser alcanzado por PyMES, empresas y corporativos.

En síntesis, es un hecho que las empresas socialmente responsables tienen y tendrán beneficios por encima de la media en el corto plazo, al ser percibidas por sus asociados y consumidores como superiores en sus procesos de gestión y comercialización.



## **Programa "Punto limpio"<sup>19</sup>**

El Programa de Buenas Prácticas para la Calidad Higiénica tiene como objetivo apoyar a los Micro, Pequeños y Medianos empresarios turísticos para conducir sus negocios hacia la incorporación de buenas prácticas de higiene en los modelos de gestión de las MIPYMES Turísticas, con la finalidad de proteger la salud de sus clientes, de sus trabajadores, de las comunidades receptoras, así como promover la cultura de la Calidad Higiénica en las MIPYMES Turísticas.

El Sello de Calidad "Punto Limpio", es un reconocimiento que otorga la Secretaría de Turismo, a las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas del Sector Turístico (restaurantes, hoteles, cafeterías, agencias de viajes, arrendadoras de autos, operadoras de buceo, centros de ocio y entretenimiento, entre otros.), por haber implementado la metodología desarrollada por SECTUR y aplicada por consultores especializados, registrados ante la Secretaria a efecto de obtener el Sello de Calidad.

### **EN QUE CONSISTE LA CAPACITACIÓN**

"Punto Limpio" evalúa 5 elementos que se miden al inicio y al final del programa, lo que permite verificar los beneficios del mismo en cada uno de esos elementos, que son:

1. Formación de Gestores
2. Calidad Higiénica
3. Buenas Prácticas por Unidad de Negocio
4. Aseguramiento de Calidad
5. Asesoría y Validación

A través de la lista de verificación, donde se presenta un diagnóstico inicial y final, el impacto cuantificable va en relación a calidad e higiene, si la lista y los entregables preestablecidos por SECTUR que elabore el consultor correspondiente cumplen con el 90% de puntos especificados en la lista, el establecimiento se hará acreedor al Sello de Calidad.

Las empresas que implementan exitosamente el programa y aprueben la verificación final, reciben el Sello de Calidad "Punto Limpio", que es emitido y entregado por la SECTUR, mismo que tiene vigencia de un año.

### **BENEFICIOS**

---

<sup>19</sup> Secretaria de turismo. (2014). "Distintivo Punto Limpio". Recuperado de <http://www.sectur.gob.mx/sub/revistas/CertificacionTuristica/PuntoLimpio/>

- El Programa de Buenas Prácticas, garantiza la higiene de sus unidades de negocio y la capacitación del personal para sus usuarios.
- Determina la correcta definición de los procedimientos y procesos necesarios desde el principio de su implementación, no sólo mejorando los estándares en materia de higiene, garantizando la seguridad del personal y protegiendo el medio ambiente, sino que además supone ahorros económicos.
- Verificará a través de herramientas de calidad tanto los procesos como al trabajador, con el fin de asegurar las buenas prácticas de higiene en todas sus áreas.
- El programa ayuda a la gerencia de las empresas participantes a cumplir con las normas oficiales relativas a la higiene.



### ***Certificación de industria limpia***<sup>20</sup>

Certificación de empresa limpia. Las empresas que obtienen la certificación de empresa limpia obtienen varios beneficios económicos palpables. Sin embargo, antes de definir estos beneficios es importante definir que es la certificación de empresa limpia.

La Certificación Industria Limpia es un programa que permite integrar un sistema de gestión ambiental que posibilita el cumplimiento normativo, que es evaluado en forma integral, sistemática, objetiva y documentada de como una empresa, su personal y su equipo operan con el objetivo de proteger al medio ambiente.

En otras palabras, el compromiso que la empresa tiene en relación al medio ambiente y con el cumplimiento normativo en la materia, que además mejora el uso de los recursos no renovables y la energía, permitiendo que su empresa obtenga beneficios económicos además de la obtención del certificado, por lo que la gente y el lugar donde vivimos se beneficia porque su empresa es ahora una operación limpia y ambientalmente consciente y por lo tanto sostenible y responsable socialmente, asegurando la continuidad del negocio o empresa.

Las dificultades que se pueden experimentar se pueden transformar en los siguientes problemas:

---

<sup>20</sup> IIHM. (2016). "Certificación de industria limpia". Recuperado de <http://www.iihmsc.com/servicios/ecologia-y-medio-ambiente/certificacion-de-industria-limpia/>

- ❖ Desde el pago por contaminación hasta el cierre de su empresa
- ❖ Enfermedades de trabajadores o comunidades locales –aumento en costos asociados con primas de seguros y contratación de empleados.
- ❖ Posición de la empresa en su mercado (imagen y barrera comercial). Dificultad para la obtención de créditos.
- ❖ Relación con la comunidad y posibles intentos de la misma por forzar un cambio de ubicación.

### Beneficios de la Certificación de Industria Limpia

Estos son solo algunos de los beneficios de la Certificación de Industria Limpia:

- ❖ Permite lograr importantes ahorros a través de la minimización de la generación de todo tipo de residuos, especialmente los peligrosos. Se ahorra en costos de CERTIFICACIÓN DE INDUSTRIA LIMPIA
- ❖ Certificación de empresa limpia. Las empresas que obtienen la certificación de empresa limpia obtienen varios beneficios económicos palpables. Sin embargo, antes de definir estos beneficios es importante definir que es la certificación de empresa limpia.
- ❖ La Certificación Industria Limpia es un programa que permite integrar un sistema de gestión ambiental que posibilita el cumplimiento normativo, que es evaluado en forma integral, sistemática, objetiva y documentada de como una empresa, su personal y su equipo operan con el objetivo de proteger al medio ambiente.
- ❖ Reducción de la tasa en las primas del IMSS y otros seguros.
- ❖ Se reduce la frecuencia y severidad de los posibles accidentes, con lo que disminuyen las horas-hombre perdidas y los daños a las instalaciones y a la propiedad de terceros.
- ❖ Se mejora la imagen de la empresa, ante los consumidores de sus productos y hacia el público en general. Proyección en el mercado de exportación. Se mejoran los productos al mejorar las condiciones generales de la empresa.
- ❖ La empresa se mantiene libre de las inspecciones y sanciones por no cumplimiento de la normatividad.
- ❖ Ahorro por concepto de menores cuotas por tratamiento de agua y menores consumos de energía.
- ❖ Permite detectar y corregir problemas potenciales en los procesos de transformación.
- ❖ La empresa propone la forma de resolver las irregularidades que detectó.

Considere que el uso eficiente de recursos se traduce directamente en ahorros. En estudios realizados en diversas partes del mundo y en estudios realizados por el IIHM en nuestros clientes, por cada ahorro, se requiere diez veces más ventas para lograr el mismo beneficio económico. Es decir, ¡Si su empresa ahorra 5% por consumos ineficientes, obtener ese dinero en ventas requerirá 50% más ventas!

Oportunidades:

- ❖ Reducción del consumo de energía y recursos.

- ❖ Venta del producto en un mercado con requerimientos ambientales. Especialmente el mercado internacional, donde la expectativa de responsabilidad ambiental es cada vez mayor.
- ❖ Acceso a financiación. Los bancos y otras instituciones financieras están más dispuestos a otorgar créditos y financiamiento a empresas certificadas. Para ellos, la certificación se traduce en menor riesgo y mayor eficiencia en el uso de los recursos económicos.