



**Universidad Popular Autónoma
del Estado de Puebla**

Facultad de Administración de Empresas

**" PROYECTO DE INVERSIÓN PARA EL
ESTABLECIMIENTO DE UNA CAFETERÍA EN
LA ZONA NORTE DE LA CIUDAD DE PUEBLA "**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN RECEPCIONAL
PARA OBTENER EL TÍTULO DE:**

**LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN
DE EMPRESAS**

PRESENTA:

SARAH SOLEDAD AHUACTZIN JACOBO

TE 658.404

#63008

AHU 2001

AHUACTZIN JACOBO, SARAH SOLEDAD

PROYECTO DE INVERSIÓN PARA EL ESTABLECIMIENTO DE

PUEBLA, PUE.

2001



UPAEP – Secretaría General

Dirección General de Apoyos Académicos

Dirección del Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación.

Biblioteca Central - **Karol Wojtyła**

Tesis Digitales Restricciones de uso:

DERECHOS RESERVADOS ©

PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

El uso de textos, imágenes, gráficas, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente de donde la obtuvo mencionando el autor o autores involucrados en el documento.

Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.



Puebla, Pue; a 09 de Enero de 2001.

Ing. Tito Livio De la Torre Hidalgo
Director del Departamento de
Administración y Contaduría

La presente tiene como fin, hacer constar nuestra total aprobación al Trabajo Recepcional titulado:

**“Proyecto de Inversión para el Establecimiento
de una Cafetería en la Zona Norte de la Ciudad de Puebla”**

Que para obtener el título de la Licenciatura en Administración de Empresas presenta la alumna:

Sara Soledad Ahuactzin Jacobo

Matricula 22101

El cual cumple con los requisitos establecidos por las autoridades de la Facultad de Administración de Empresas de la Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla, para efecto de la realización de su examen profesional.

Atentamente
“La Cultura al Servicio del Pueblo”


C.P. Y M.A. Gabriela Rojas García
Asesora de Tesis


M.B.A. Yesica Mayett Moreno
Asesora de Tesis

*MED

63008

DEDICATORIAS

A Dios por el maravilloso regalo que me dio que es la VIDA y por la oportunidad que me da de seguir viviendo.

A mis Papás: Por sus cuidados que me han dado siempre, por sus palabras de aliento para seguir adelante, por sus enseñanzas y ejemplos que me han servido para ser mejor cada día, y sobre todo por su gran amor que nos tienen a mí y a mis hermanos que es lo más importante en mi vida. LOS QUIERO.

A mis hermanos Victor y Mene: Por ser mis amigos y confidentes, por cuidarme en el momento más difícil que he pasado, por quererme como soy y por aguantarme todos los días. Gracias por TODO, los QUIERO.

A mi abuelita Chole: Por tus palabras de aliento que me das y porque siempre sabes que decirme cuando más lo necesito.

A mis abuelitos Sarita, Delfino y Victor, a mi tía Pitis y mi tío Nacim: Por que sé que desde arriba me cuidan y me protegen todos los días.

A mi tía Rahme: Por consentirme y por que siempre sabes qué decir, por tus cuidados que me diste siempre y en especial ahora, siempre te voy a estar agradecida. Gracias por tu AMOR.

A mis tíos, primos y sobrino: Por su apoyo incondicional y por todas sus palabras de cariño que han tenido conmigo.

A mis amigas Anabel, Myriam, Gaby, Yasmín, Liliana, Pilar y Areli: Por estar conmigo en las buenas y en las malas, por todo lo que hemos pasado y por que sé que cuento con ustedes en todo momento.

**A mis amigos que están y a quien se ha ido (Roberto): Por su apoyo, por su compañía tan grata y por los buenos momentos que pasamos.
Nunca los voy a olvidar.**

A mis asesoras M.B.A. Yésica Mayett Moreno y C.P. Gabriela Rojas García: Por su tiempo y enseñanzas que me transmitieron para realizar este gran paso que estoy dando y por apoyarme para llegar al final de este proyecto.

	Pág.
RESUMEN EJECUTIVO	2
Abstract	3
INTRODUCCIÓN	5
Objetivo General	6
Objetivos Específicos	6
MARCO REFERENCIAL	
Origen de los Restaurantes	8
Cafeterías	9
Origen del Café	10
Análisis del Proyecto	12
Clasificación de las Empresas	13
ESTUDIO DE MERCADO	
Introducción	16
Objetivos	16
Tipos de información	17
¿Qué es servicio?	18
Definición del Producto	19
Análisis de la Demanda	19
Determinación de la Muestra	20
Resultados y análisis de la encuesta de mercado	22
Análisis de la Oferta	35
Análisis de Precios	36
Nombre y logotipo	38
Conclusiones	40
ESTUDIO TÉCNICO	
Objetivo	42
Localización del establecimiento	42
Tamaño óptimo del establecimiento	45
Adquisición del mobiliario y equipo	46
Distribución física de la cafetería	50
Marco legal del establecimiento	51
Conclusión	53

PROCESO ADMINISTRATIVO	
Objetivo	55
Planeación	55
Organización	57
Integración	60
Dirección	62
Control	63
Conclusión	65
ESTUDIO ECONÓMICO	
Objetivo	67
Calendario para el proceso preoperativo	68
Inversión inicial	69
Punto de equilibrio	72
PRESUPUESTOS	
De ventas	75
De compras	77
De gastos de operación	80
Tabla de depreciación y amortización	82
Estados de resultados anuales	83
Flujo de efectivo anuales	84
Balance general anuales	85
EVALUACIÓN ECONÓMICA	
Objetivo	87
Tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR)	87
Valor presente neto (VPN)	88
Tasa interna de rendimiento (TIR)	90
Razones financieras	91
Conclusión estudio económico y evaluación económica	94
CONCLUSIÓN GENERAL	96
BIBLIOGRAFÍA	98
ANEXOS	101

RESUMEN EJECUTIVO

RESUMEN

La finalidad del presente proyecto es comprobar si es Rentable establecer una cafetería en la Zona Norte de la Ciudad de Puebla en base a los gustos y preferencias del mercado.

Para comprobar la Rentabilidad del proyecto se abarcaron diferentes estudios que son: Estudio de Mercado, Estudio Técnico, Proceso Administrativo, Estudio Económico y Evaluación Económica.

El Estudio de Mercado nos permite conocer si existe demanda de este servicio y así tener una idea del riesgo que tiene de ser aceptado o no al mercado.

El Estudio Técnico muestra cuál es la localización, tamaño y distribución óptima del establecimiento, además de dar a conocer cuál es el mobiliario y equipo que se debe adquirir para el funcionamiento de la cafetería.

El Proceso Administrativo plantea cómo se debe llevar a cabo la parte administrativa del proyecto que el recurso humano trabaje eficientemente.

El Estudio Económico presenta diferentes presupuestos tomando en cuenta el factor inflacionario, que nos ayudará a conocer cuál es la situación económica de la empresas y saber si es rentable el proyecto a través de Estados de Resultados, Flujos de Efectivo y Balances Generales Anuales.

En la Evaluación Económica se comprueba la Rentabilidad del proyecto por medio de diferentes análisis financieros.

En base a los diversos estudios podemos decir que el Proyecto es Rentable y Viable por ser un negocio que se encuentra en las preferencias de la población y la recuperación de la inversión es inmediata.

ABSTRACT

The purpose of the present project is to check if it is Profitable to establish a Coffe shop in the North Area of the City of Puebla based on the preferences of the market.

To check the Profitability of the project different studies they were embraced: to Market Study, Technical Study, Administrative Process, Economic Study and Economic Evaluation.

The Market Study allows us to know if the demand of this service exists and this way have an idea of the risk if it is accepted or not in the market.

The Technical Study shows which it is the localization, size and good distribution of the establishment, besides gives wich could be the furniture and team that should be acquired for the operation of the cafeteria.

The Administrative Process outlines how it should be carried out the administrative part of the project that the human resource works efficiently.

The Economic Study presents different budgets taking into account the inflationary factor. It will help us know which it is the economic situation of the companies and knowledge if it is profitable the project through States of Results, Flows of Effective and Annual General Balances.

In the Economic Evaluation is proven the Profitability of the project by means of different financial analysis.

Based on the diverse studies we can say that the Project is Profitable and Viable to be a business of the population's preferences and the recovery of the investment would be immediate.

INTRODUCCIÓN

INTRODUCCIÓN

Es muy común la ambición de lograr una independencia, como hombre de negocios o como profesional. Las oportunidades de conseguirlo han sido excelentes, durante muchos años, para los individuos bien preparados, pero eran arriesgadas para quienes sólo contaban con el deseo.

En los últimos años se ha visto que las empresas independientes ofrecen ventajas que, en parte, han fomentado el renovado interés que por ellas se percibe. Entre dichas ventajas están la necesidad que se siente de que se creen nuevos negocios, pequeños y grandes; el reconocimiento general de la aportación que a la economía pueden hacer las empresas de ambos tipos y una mayor comprensión de su interdependencia.

Establecer un negocio necesita de personas con buen criterio, capacidad analítica, imaginación creadora, espíritu emprendedor y una formación de base bien equilibrada. Es por ello que este proyecto se ha elaborado con el propósito de que sea de utilidad para todas las personas interesadas en establecer una microempresa.

Para poder iniciar un negocio debemos establecer principalmente ¿qué tipo de negocio queremos emprender?, y una vez definido el tipo de negocio analizaremos si resultará o no implementar esta idea a la realidad. Para ello debemos conocer si alguien estará dispuesto a pagar por el servicio que ofrecemos y si nuestros ingresos serán mayores que los gastos.

Por ello he decidido establecer una cafetería en la Zona Norte de la Ciudad de Puebla que ofrezca los servicios de una empresa grande ubicada dentro del mismo ramo.

La finalidad de todo negocio es proporcionar al público lo que éste desea obtener y obtener con ello un beneficio. Generalmente, todos deseamos las mismas cosas, por lo que pueden considerarse bien determinados los motivos que inducen a las personas a adquirir un producto o un servicio. Sin embargo, personas distintas tienen también distintas preferencias, es decir, les gustan determinadas cosas en distinta medida.

El emprendedor debe atender a estudiar las necesidades no satisfechas en cuanto se relacionan con el producto o servicio que desea y que puede ofrecer con posibilidad de realizar un beneficio.

La cafetería ofrecerá un servicio rápido a los clientes, tendrán un trato excelente, ofreceremos calidad en los alimentos y en el servicio, y los precios estarán en el promedio de las cafeterías que existan en esta zona.

El proyecto de inversión se realizó para conocer cómo establecer la cafetería, ya que comprende todos los aspectos administrativos que abarca un negocio como son: económico, humano, legal y técnico.

Por lo tanto, a través de los diferentes estudios conoceremos si es factible y rentable instalar la cafetería que se desea en dicha zona.

OBJETIVO GENERAL

Conocer la Rentabilidad del establecimiento de una cafetería en la Ciudad de Puebla a través de un proyecto de investigación.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Conocer el mercado meta a través de una investigación de mercados.
- Determinar la ubicación, tamaño y distribución de la empresa.
- Conocer los recursos necesarios para el establecimiento de una cafetería.
- Presentar el logotipo y medios de publicidad del establecimiento.
- Realizar un estudio y evaluación económica.

MARCO REFERENCIAL

MARCO REFERENCIAL

ORIGEN DE LOS RESTAURANTES

El nombre de restaurante no es muy antiguo. En el siglo XVII en los sitios dedicados a esta especialidad sólo se podía servir la comida a una hora fija y con un menú fijo. Estos eran las fondas, mesones y hosterías donde se podía servir bajo pedido piezas completas.

En el año de 1765 un francés llamado Boulanger se dedicaba a vender sopas y caldos a los cuales les puso el nombre de "restaurantes" ya que según él estas sopas "reconfortaban". Queriendo dar realce a sus menús, y como no le era permitido vender salsa ni guisados, decidió preparar patas de carnero en salsa blanca. Por lo que los fonderos comenzaron a protestar y eso permitió que su local se hiciera famoso, al grado que llegó el Rey Luis XV a consumir a su restaurante.

El primer "restaurante" fue el BEAUVILLIERS, el cual abrió sus servicios en 1783, pero a causa de la Revolución Francesa tuvo que cerrar sus puertas en 1793.

Cuando culminó la Revolución Francesa los restaurantes comenzaron a tener un auge enorme y empezaron a multiplicarse, de donde salieron los famosos chefs del Siglo XIX.

Posteriormente los restaurantes europeos (lugar donde surgen estos establecimientos) comienzan a modernizarse convirtiéndose en cafeterías, autoservicios y snack bars, perdiéndose la época colonial en sus diseños y en sus servicios.

Los restaurantes pueden clasificarse de diversas maneras como por ejemplo:

- Restaurante tradicional
- Parrilla o grill-room
- Cervecería

- Ostionería
- "Relais" gastronómico
- Restaurante típico
- Pizzería
- Snack bar
- Sírvasse usted mismo
- Drive-in
- Taquerías
- Fondas
- Rosticerías
- Carnotzet
- Cabarets
- Cafeterías

CAFETERÍAS

Las cafeterías surgen del snack bar cuyo significado es "snack" tentempié y "bar" barra. Estos snack bars son de origen estadounidense; localizadas en medio de oficinas y edificios. El servicio de estos snack bars es ofrecer ahorro de tiempo y dinero ya que sus platillos son sencillos y por lo tanto sus precios son económicos, su menú es fijo y sin problemas de horario.

Debido a que su nombre era difícil de pronunciar surgen las **cafeterías** ya que es un nombre más comercial.

Las cafeterías fueron en otro tiempo centro de reunión de clientes o empleados en empresas, bancos, centros comerciales, institutos, oficinas de gobierno, etc. Estas contaban con un menú fijo ofreciendo café entre el desayuno y la comida, o bien en la tarde acompañado por un pastel, galletas o sándwichs.

La cafetería, concepto relativamente nuevo en la industria de banquetes, ha llegado para quedarse y se ha convertido en el sitio informal de reunión para muchos miembros de la generación juvenil y adulta en donde pueden obtener una buena taza de café a un precio razonable.¹

En la actualidad el nombre de cafetería se da a todo establecimiento que opera en forma de autoservicio pero puede haber una sección con servicios de meseras. Generalmente se coloca el menú cerca de la entrada y todos los platillos tendrán precios individuales. La adecuada presentación de los platillos es básica para ayudar al cliente en su elección, el personal que labora en este tipo de establecimiento debe estar preparado para poder atender al mayor número de clientes en el menor tiempo posible.

El menú que se ofrece consiste de una comida limitada con una serie de botanas calientes, pasteles, cada una de las cuales tendrá un precio diferente.²

ORIGEN DEL CAFÉ

El café es la semilla sana y limpia de las diversas especies del género botánico *coffea*. Incluye 40 especies de plantas, pero solamente tres de dichas especies son comercialmente cultivadas para producción de café.

1. Coffea arábica.- Procedente de Asia y África. Suele crecer en altitudes comprendidas entre los 600 y 2200 m., y contribuye con los sabores más delicados a la mezcla final de variedades para la obtención de un buen café instantáneo.

2. Coffea robusta.- Es una especie que crece en altitudes comprendidas entre 0 y 600 m., requiriendo climas cálidos. Es producida en África y Asia y presta a la mezcla final para la obtención de café instantáneo, fuera en el sabor.

¹ D. R. Lilicrap, "Servicio de alimentos y bebidas", Ed. Diana, México, 1979, p. 14

² *Ibidem*, p. 14

3. Coffea liberica.- Especie que menos se usa en la producción de café instantáneo. Suele ser normalmente una mezcla de variedades seleccionadas procedente de las especies Coffea arabica y coffea robusta.

Esta planta produce un fruto con una fina y dulce pulpa, en cuyo interior se encuentran dos semillas que son los granos de café base para la utilización posterior del mismo. Se pueden producir diversas variantes de café:

a) **Café verde o crudo,** es el café en grano desprovisto de tejumentos exteriores, sin haber sido sometido a ningún otro proceso de elaboración o tratamiento.

b) **Café tostado natural,** es el obtenido sometiendo el café verde o crudo a la acción del calor en forma que adquiera color, aroma y cualidades características.

c) **Café tostado torrefacto,** es el que resulta de la adicción de azúcar al proceso de tostación antes de acabar el mismo.

d) **Descafeinado,** es el café crudo, tostado o tostado torrefacto que ha sido desprovisto de la mayor parte de su cafeína. Contendrá como máximo 0.1% de cafeína.

e) **Extracto soluble de café,** es el producto en polvo granulado, soluble en agua, obtenido por parcial o total evaporación de la infusión de café tostado.

f) **Extracto soluble de café descafeinado,** es el producto en polvo granulado, soluble en agua, obtenido por parcial o total evaporación de la infusión de café descafeinado.

El café es la bebida más popular y por lo tanto es uno de los primeros hábitos que adquieren las personas. Es considerado un tónico estimulante del corazón, pero su abuso se torna en droga que provoca insomnio.

Los países donde tiene mayor producción el café tiene son: México, Guatemala, El Salvador, Costa Rica, Colombia, Venezuela, Ecuador, Perú, Brasil, Costa de Marfil, Angola, Uganda e Indonesia.

ANÁLISIS DEL PROYECTO

Para poder entender qué es lo que se está presentando, debemos saber ¿qué es un proyecto de inversión?

Se podría definir como "un plan que, si se le asigna determinado monto de capital y se le proporcionan insumos de varios tipos, podrá producir un bien o un servicio, útil al ser humano o a la sociedad en general"³

En la actualidad en la Ciudad de Puebla existe una diversidad de cafeterías que ofrecen calidad, servicio rápido, precios accesibles a cualquier tipo de persona, ubicados a una distancia corta del consumidor, etc. Pero lo que tratamos de lograr con este proyecto es conocer la rentabilidad de establecer una cafetería en la Zona Norte de la Ciudad ya que pudimos observar que no existen muchas cafeterías (a excepción de los grandes restaurantes) que ofrezcan este tipo de servicios, pero llevado a cabo en una micro empresa.

Por lo general, una micro empresa presenta algunas de las siguientes características:

La gerencia es independiente. Casi siempre los gerentes son también propietarios del negocio.

El capital y la propiedad del negocio son de una sola persona o de un pequeño grupo.

La zona de operaciones es principalmente local. Los trabajadores y propietarios del negocio viven en la misma localidad en que éste desarrolla sus actividades.

El volumen de la empresa, dentro de la industria a que pertenece es relativo; el negocio es pequeño cuando se compara con las empresas mayores en su ramo. La envergadura de estas últimas varía grandemente, de modo que lo que puede parecer grande en un ramo industrial sería decididamente pequeño en otro.

³ Gabriel Baca Urbina, "Evaluación de proyectos", Ed. Mc Graw Hill, México, 1995, p. 2

Por lo tanto, nuestro negocio es una micro empresa, ya que el gerente será el propietario y aportará el capital; los trabajadores con que contará vivirán en la ciudad y lo que pretendemos realizar es adaptar los servicios que ofrece una gran empresa a la micro empresa propuesta.

CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS

Para poder conocer el tipo de empresa que se proyectará, podemos clasificarlas de acuerdo a su tamaño, origen, capital y actividad.

1. De acuerdo a su tamaño:

- **MICROEMPRESA.-** Se encuentra formada por un máximo de 15 empleados y es considerada generalmente de tipo familiar, su estructura organizacional es informal.

- **PEQUEÑA EMPRESA.-** Se encuentra formada por un mínimo de 16 y un máximo de 100 empleados, se puede formar por sociedad o familiar.

- **MEDIANA EMPRESA.-** Cuenta con un mínimo de 101 y un máximo de 250 empleados, está formada por sociedad, su estructura organizacional es formal y con mayor tecnología.

- **GRAN EMPRESA.-** Cuenta con un mínimo de 150 trabajadores, en adelante. El capital está integrado por accionistas, utiliza tecnología de punta, y los procesos de producción son totalmente automatizados.

2. De acuerdo a su origen:

- **NACIONALES.-** Se encuentran formadas con aportación de capital de personas que residen en el país.

- **EXTRANJERAS.-** Estas operan en el país, pero se forman con capital extranjero.

- **TRANSNACIONALES.-** Se establecen para operar en un segmento del mercado mundial para beneficio de los países que colindan con este y se forma con capital nacional y extranjero.

- **MULTINACIONALES.-** Están integradas por capital de diferentes países, pero dependen de una matriz.

3. De acuerdo al **capital**:

- **PRIVADA.-** El capital es propiedad de inversionistas privados y su fin principal es lucrativa.

- **PÚBLICA.-** El capital pertenece al Estado y su finalidad es de carácter social.

4. De acuerdo a su **actividad** o **giro**:

- **INDUSTRIALES.-** Produce bienes mediante la transformación y/o extracción de las materias primas.

- **COMERCIALES.-** Actúan como intermediarias entre el productor y el consumidor, su función es la compra-venta de productos terminados.

- **SERVICIO.-** Son aquellas que brindan un servicio a la comunidad y pueden tener o no fines lucrativos.

Así podemos concluir que nuestra cafetería es una pequeña empresa, de origen nacional, formado con capital privado y el giro es de servicio.

ESTUDIO DE MERCADO

ESTUDIO DE MERCADO

INTRODUCCIÓN

Para poder conocer quién es el mercado es necesario hacer una investigación de mercados, "es el diseño, obtención y presentación sistemática de los datos y hallazgos relacionados con una situación específica de mercadotecnia"⁴ ya que nos va ayudar a identificar y satisfacer las necesidades del consumidor.

Las funciones de la investigación de mercados son conocer al consumidor (necesidades, costumbres, deseos, gustos y preferencias), disminuir los riesgos e informar y analizar la información, es decir, recolectar datos y deducir de ellos cuales son las posibles consecuencias futuras, para así valorar las ventajas y desventajas.

OBJETIVOS

Los objetivos del estudio de mercado del proyecto son:

- Conocer al mercado que es tamos dirigidos, es decir tendremos que decidir a quien queremos ofrecer este servicio.
- Saber que es lo que el cliente quiere y así poderlo implementar en el proyecto.
- Identificar cuáles son las expectativas del consumidor.
- Conocer quién es la posible competencia.

⁴ Ronald M. Weiers, "Investigación de mercados", Ed. Prentice Hall, México, 1986, p. 2

- *Presentación del logotipo del proyecto.*
- *Conocer cuales son los medios que emplearemos para hacer que nuestros clientes nos conozcan.*

TIPOS DE INFORMACIÓN

Todo estudio de investigación de mercados se basa en información, por lo que la información⁵ se divide en 2 tipos:

1. DATOS PRIMARIOS.- Son la información que reúne o genera el investigador para alcanzar los objetivos del proyecto en que se está trabajando. Las encuestas y los experimentos constituyen la fuente principal de los datos primarios.

2. DATOS SECUNDARIOS.- Contienen información que ha sido recabada por alguien que no es el investigador, para otros fines diversos al del proyecto que se está llevando a cabo. Estos datos pueden ser internos y externos.

- **Internos:** Existen dentro de la firma pero no fueron reunidos en vista del proyecto de investigación que se han emprendido.
- **Externos:** Pueden ser organismos gubernamentales, fuentes publicadas (revistas, manuales, resúmenes, periódicos, etc.), asociaciones comerciales (asociaciones que reúnen y distribuyen datos acerca de la industria), servicios comerciales (información adquirida de proveedores externos).

⁵ Idem, p. 77

¿QUÉ ES SERVICIO?

El servicio es lo que el cliente desea y espera recibir. Si es bueno, debe ser mejor y después, mucho mejor, corrigiéndolo y perfeccionándolo continuamente. No puede tener limitación alguna.⁶

El servicio que trataremos de establecer es:

1. Limpieza del local.- Pisos, cristales, mesas, loza, sanitarios, etc.
2. Limpieza del personal.- Cabello, uñas, baño diario, etc.
3. Rapidez en atender.- De acuerdo con los estándares de tiempo fijados.
4. Calidad de las materias primas.- Productos de óptima calidad, en perfecto estado, sin engañar nunca y sirviendo siempre lo ofrecido.
5. Porciones acordes con el precio.- Honradez constante con nuestros clientes, sin buscar utilidades excesivas y respetando siempre los costos.
6. Ambiente agradable.- Tranquilidad, sin ruidos que puedan molestar a los clientes.
7. Atmósfera adecuada.- Decoración atractiva, música acorde al ambiente.
8. Cortesía del personal.- Deseo de agradar y servir, que se refleje dentro del negocio.

Para conseguir un buen servicio y además, completo, se deben ir alternando los elementos tangibles con intangibles:

- **Tangibles:** comida, decoración, música, rapidez en el servicio, limpieza, etc.

- **Intangibles:** una sonrisa, un saludo, cortesía, amabilidad y deseo de satisfacer al cliente.

⁶ Fernando Ramos Martín, Antonio González Puga, "Administración de alimentos y bebidas", Ed. COECSA, México, 1981, p. 45

DEFINICIÓN DEL PRODUCTO

Para conocer al mercado al que irá dirigido la cafetería es necesario plantear el tipo de servicio que se está proyectando.

Podría definirse como una cafetería enfocada a ofrecer sus servicios a jóvenes y adultos, con las características que tiene una cafetería de nombre ya reconocido en la ciudad de Puebla. Plasmado en un lugar pequeño ofreciendo precios accesibles, servicio rápido, ambiente cálido y de confianza y que permita al cliente pasar un rato agradable en compañía de sus familiares o amigos.

Tratamos de presentar una opción para que el mercado al que pretendemos llegar tenga la oportunidad de elegir de entre las cafeterías que se encuentran en esta zona, elija la nuestra.

ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Demanda es la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado.⁷

Lo que se desea obtener con el análisis de la demanda es determinar y medir cuáles son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado en relación con un bien o servicio, así como precisar la posibilidad de que el producto o servicio del proyecto participe en la satisfacción de dicha demanda.

⁷ Gabriel Baca Urbina, "Evaluación de proyectos", Ed. Mc Graw Hill, México, 1995, p. 17

DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA

Según datos estadísticos proporcionados por el INEGI, se obtuvo que la población total de la Ciudad de Puebla es de 1'157, 625, pero para tener una información más real se tomó como referencia la población de 15 años en adelante y se obtuvo un total de la población de 805 453.

La fórmula que se utilizó para determinar la muestra es la siguiente:

$$n = \frac{\Gamma^2 N p q}{e^2 (N - 1) + \Gamma^2 p q}$$

Donde:

n = Tamaño necesario de la muestra.

Γ = Equivalente de confianza del 95%, por lo tanto la desviación estándar es del 1.96

N = Total de la población

p = Probabilidad a favor

q = Probabilidad en contra

e = Error de estimación máximo del 10% (Anexo 1)

Datos:

$$n = ?$$

$$\Gamma = 1.96$$

$$N = 805\,453$$

$$p = 50\%$$

$$q = 50\%$$

$$e = 10\%$$

Sustitución de datos:

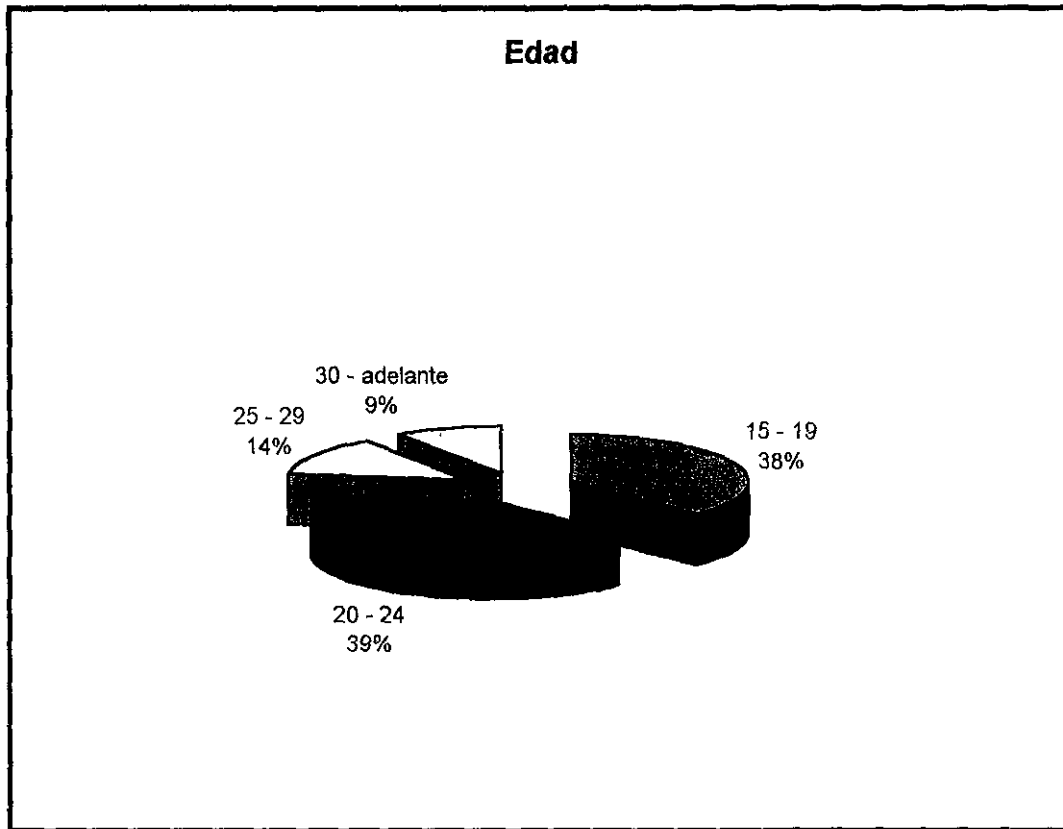
$$n = \frac{(1.96)^2 (805\,453) (0.50) (0.50)}{(0.10)^2 (805\,453 - 1) + (1.96)^2 (0.50) (0.50)}$$

$$n = 96 \text{ encuestas}$$

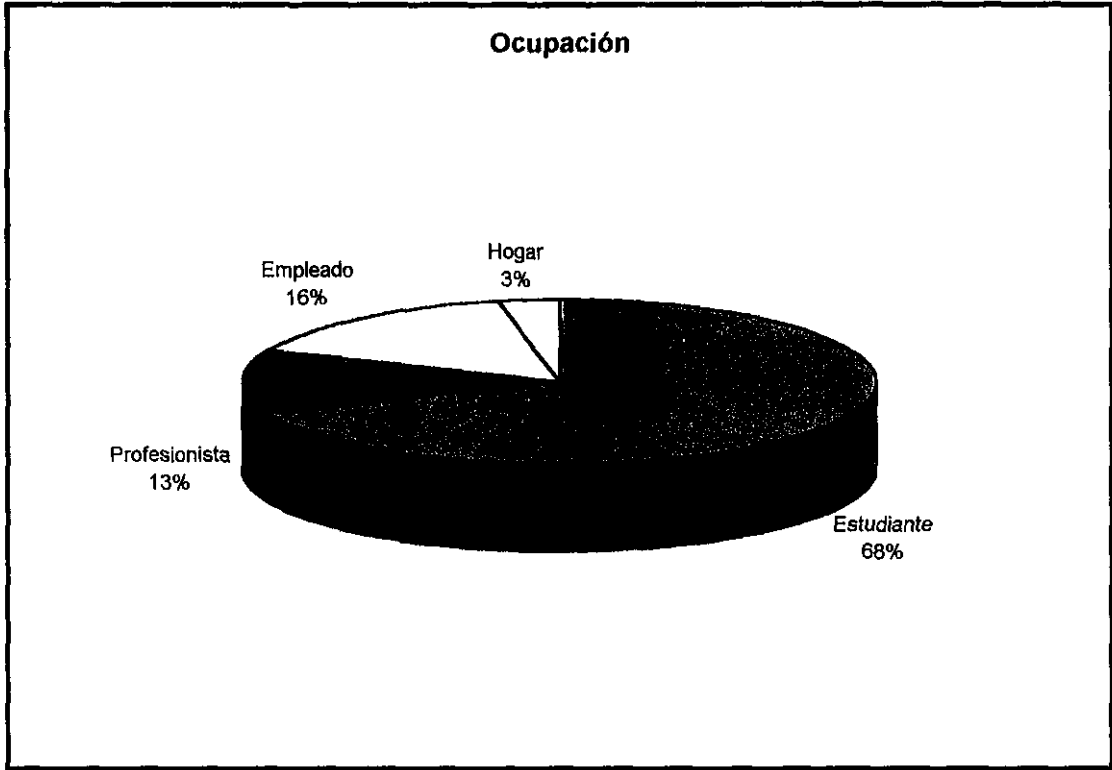
Teniendo el total de encuestas, se procederá a aplicar un cuestionario para poder conocer que opina la gente, y saber si será factible o no instalar una cafetería en la Zona Norte de la Ciudad de Puebla. (Anexo 2)

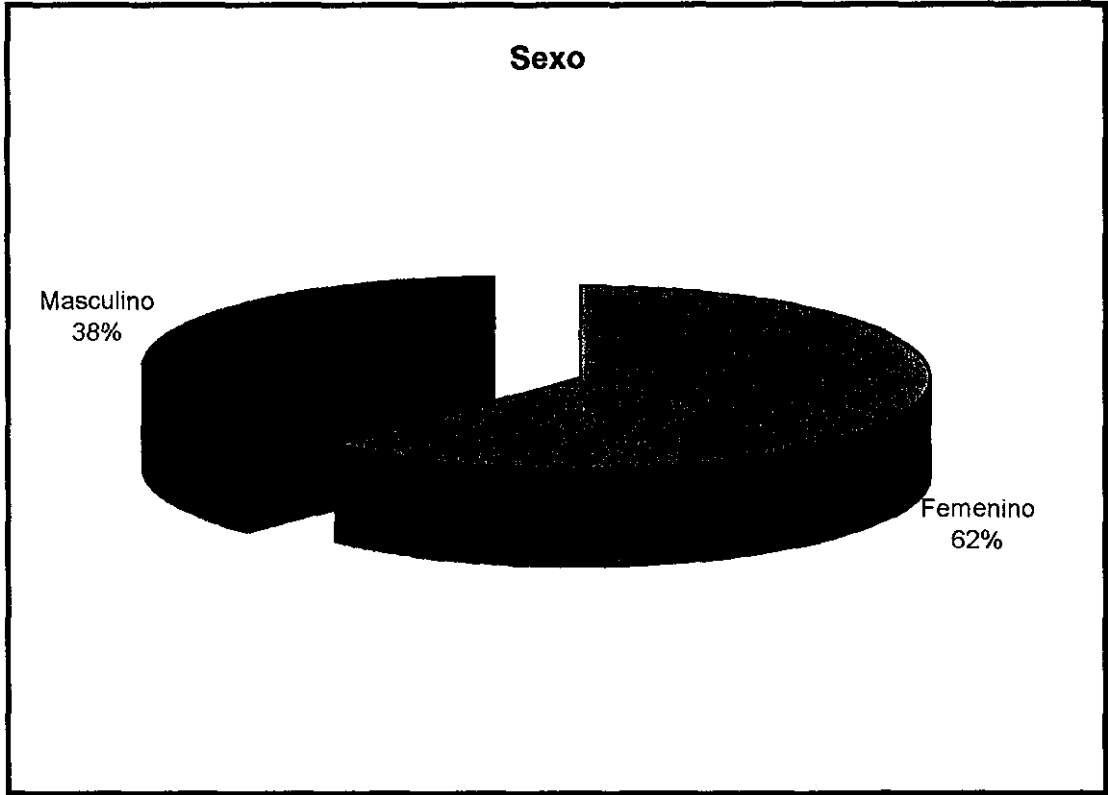
RESULTADOS Y ANÁLISIS DE LA ENCUESTA DE MERCADO

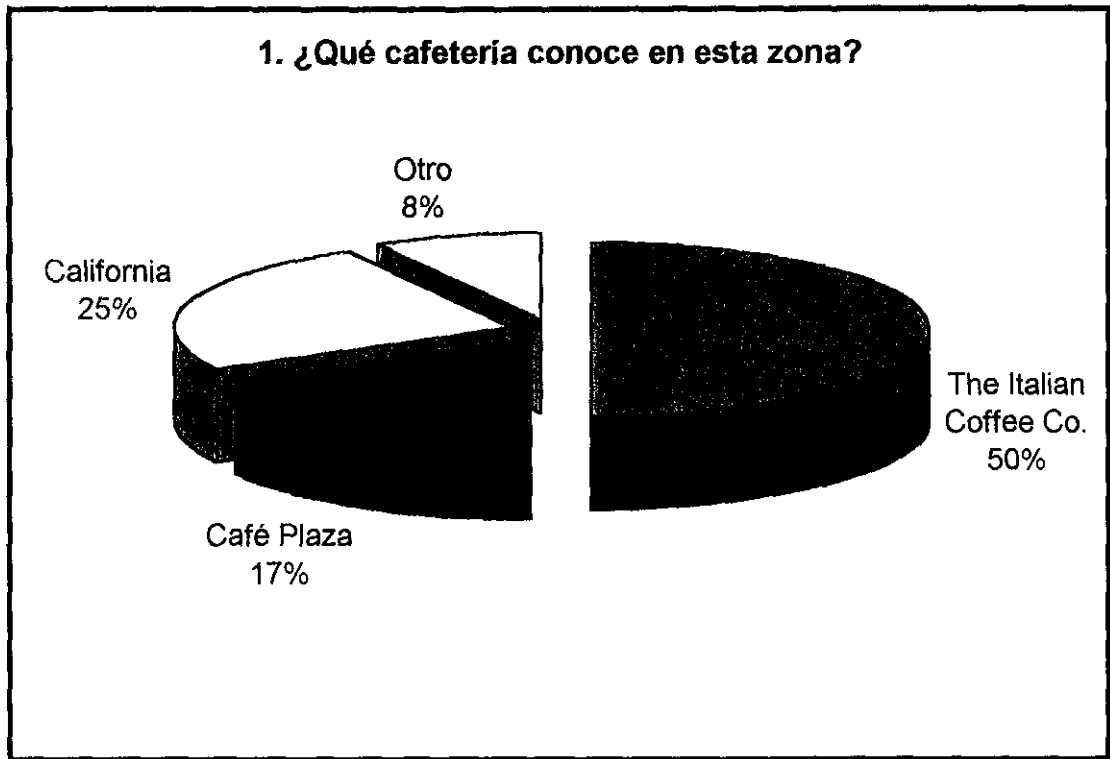
Basándose en la encuesta realizada a 96 personas en la Zona Norte de la Ciudad de Puebla, el resultado que se obtuvo fue el siguiente:



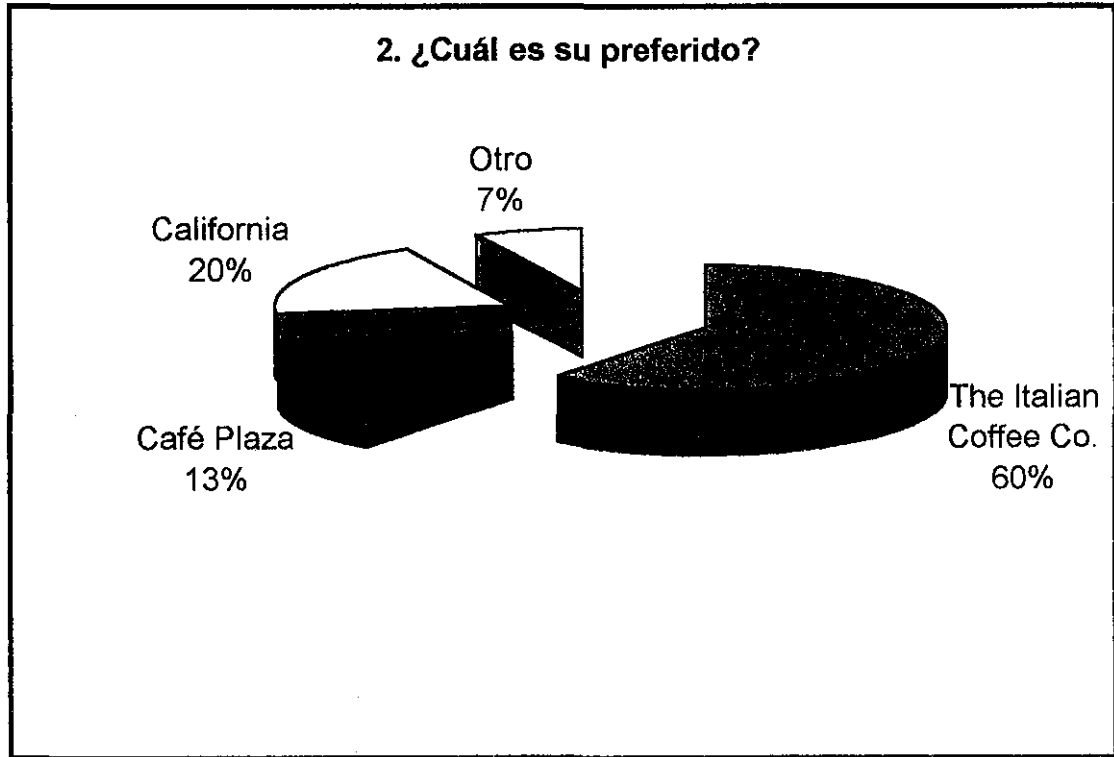
La cafetería que pretendo establecer está enfocado a las personas de cualquier edad. Tomando en cuenta que los jóvenes y adultos son los que salen a tomar café se realizaron las encuestas como se observa en la gráfica anterior: la edad de los entrevistados oscila entre lo 15 y 30 años.





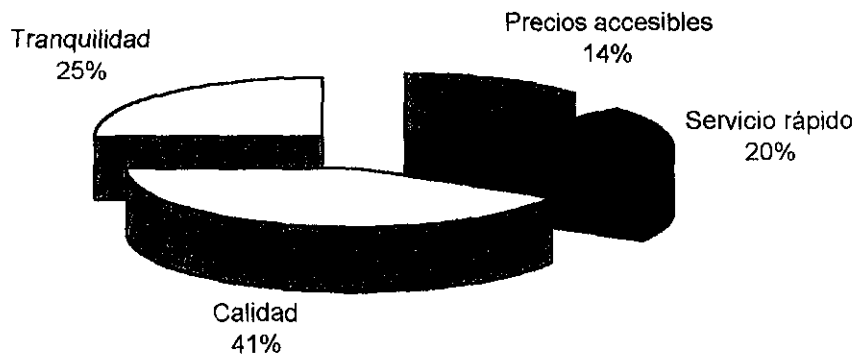


Respecto a los resultados que obtuvimos la mitad de las personas que entrevistamos conocen The Italian Coffee Company, en segundo lugar se encuentra California, que es un Restaurante y Cafetería, el Café Plaza en tercer lugar, todos estos se encuentran ubicados en esta zona.

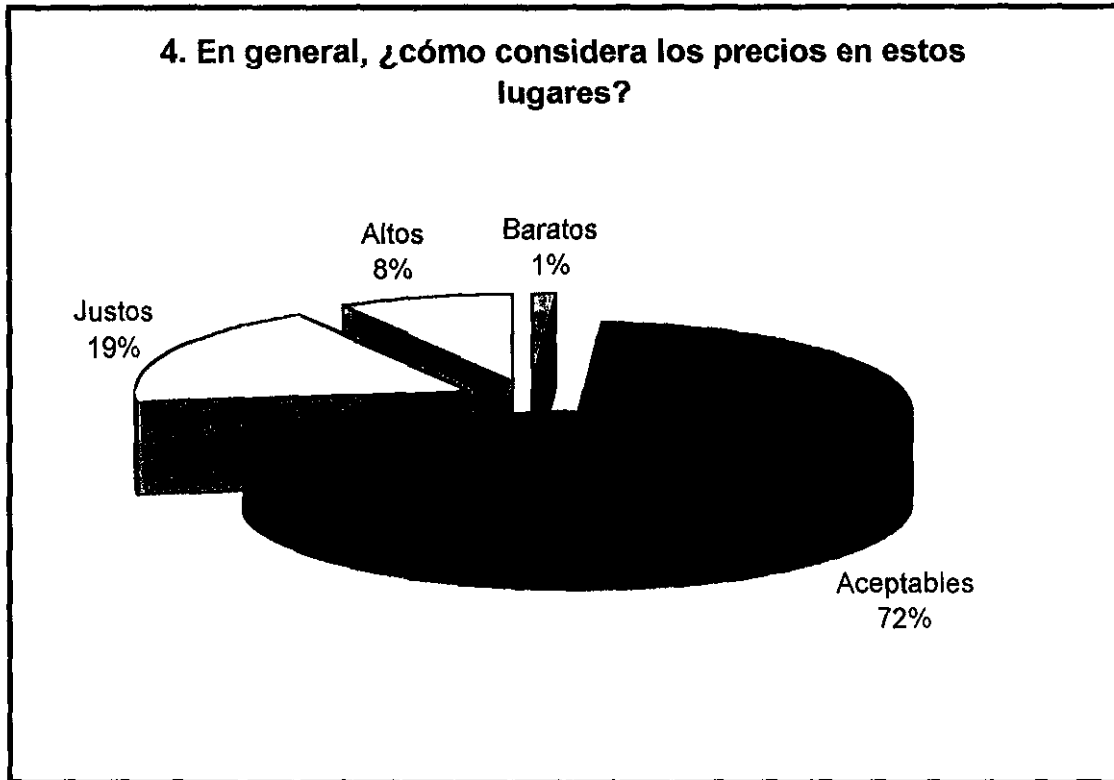


Con respecto a la preferencia de la cafetería, se observa que más del 50% de los entrevistados eligió The Italian Coffee Company ya que es la cafetería que más conocen, además que ofrece variedades de cafés. En segundo y tercer lugar están California y Café Plaza, sólo el 7% prefiere otro como el Carrusel y otros que no nos dijeron su nombre.

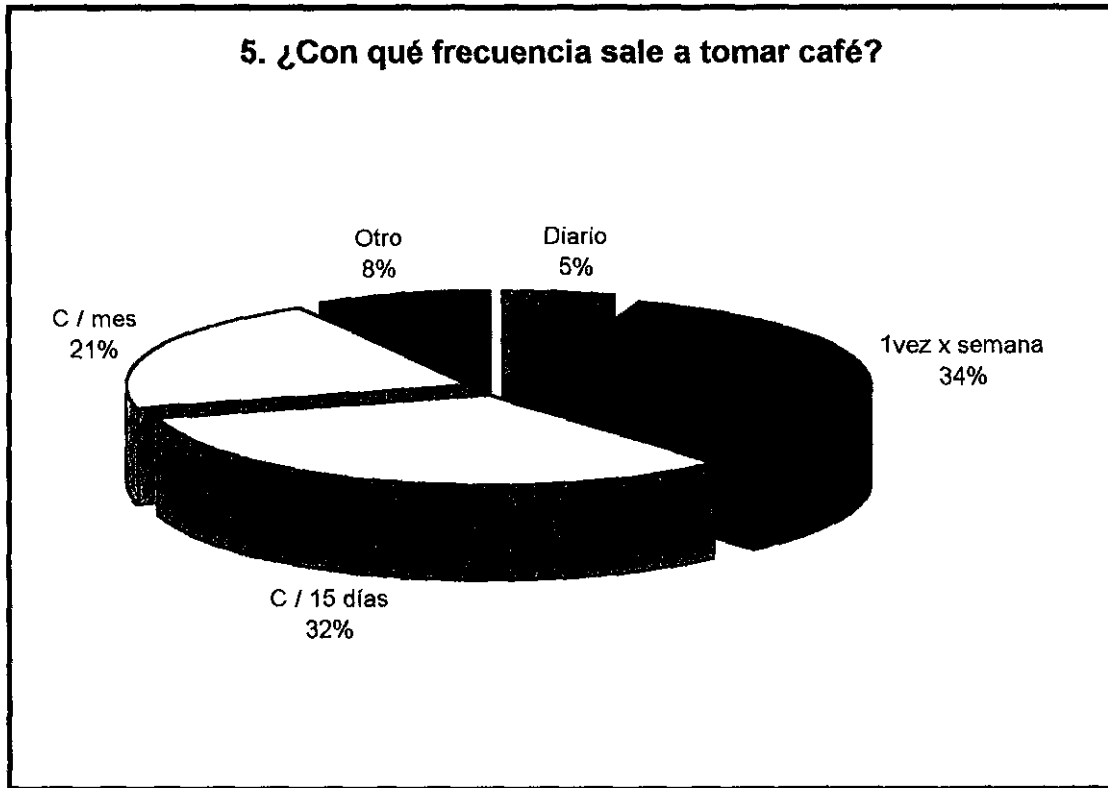
3. ¿Qué es lo que busca cuando visita estos lugares?



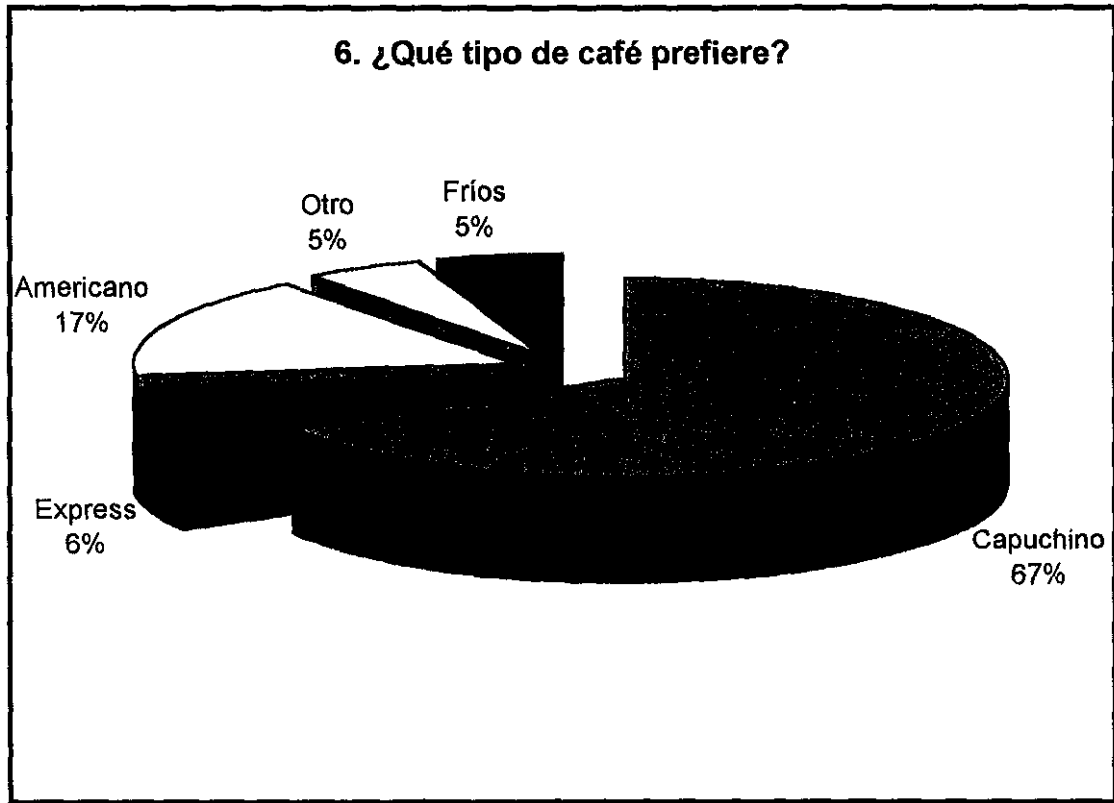
Para saber que es lo que buscan las personas y poder ofrecerlo cuando visitan estos lugares, realicé esta pregunta y contestaron que lo que llegan buscando es calidad, después poder pasar un rato tranquilo, lo que menos eligieron fueron los precios accesibles siempre y cuando encuentren lo demás.



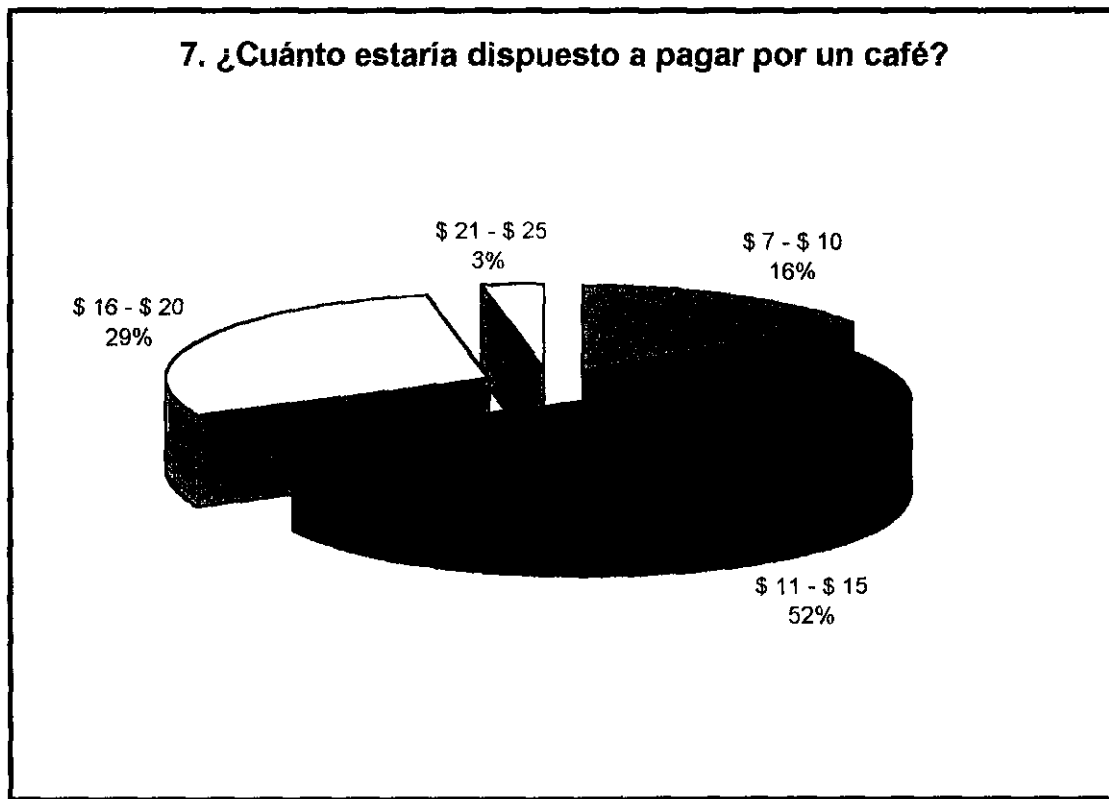
De acuerdo a los resultados, la mayoría de la gente considera que los precios de estos lugares son aceptables y justos, un 8% consideró que los precios son altos y sólo un 1% dijo que eran baratos.



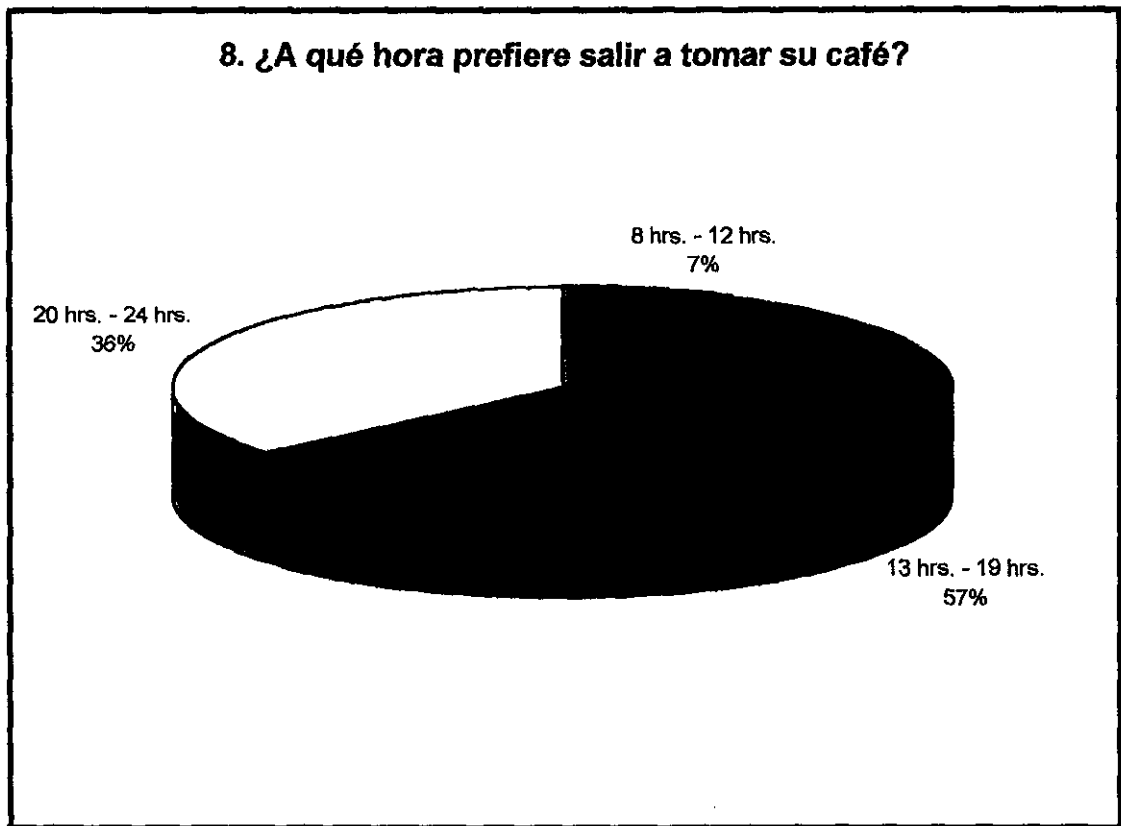
Sobre la base de la encuesta realizada, pudimos observar que las personas salen a tomar café semanalmente o cada 15 días. Un 21% sale a tomar café mensualmente, muy poca gente sale diario, y el otro 8% 2 veces por semana o muy pocas veces lo hacen.



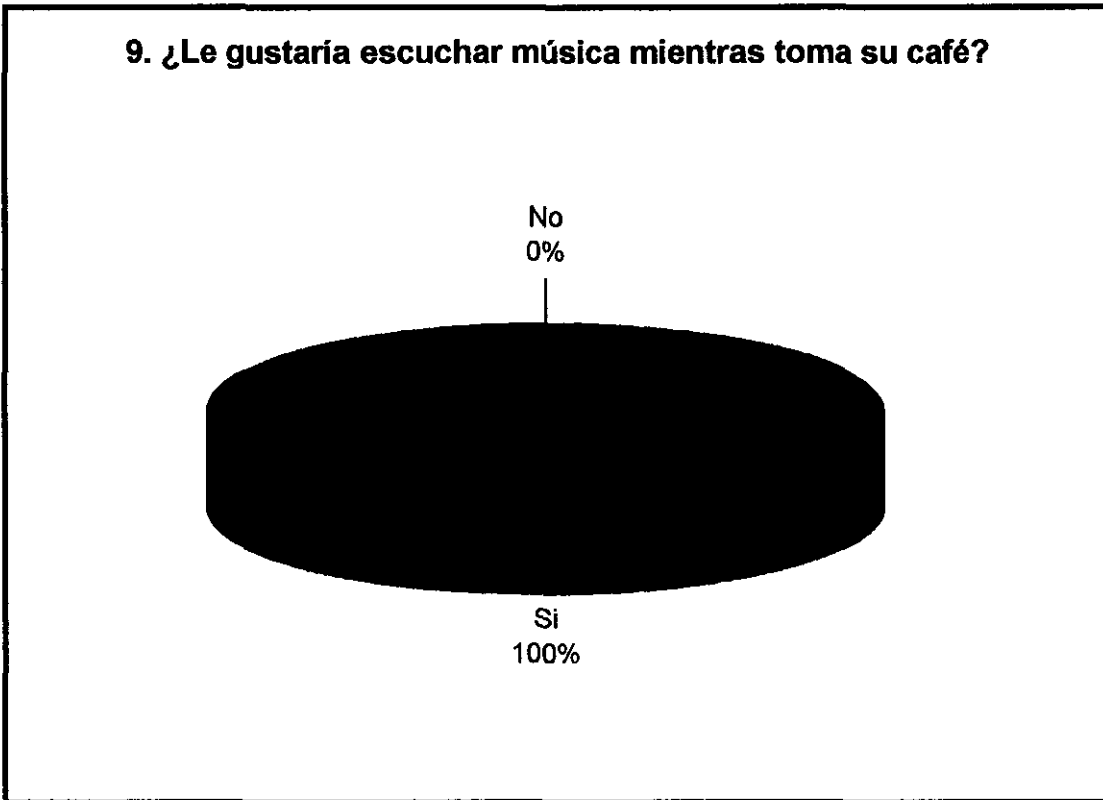
El café que prefiere la mayoría de la gente es el capuchino, el café que le sigue es el café americano. El café Express, los cafés fríos como el moka y el capuchino, y otros que no especificaron ocupan una frecuencia baja.



Las encuestas mostraron una tendencia que la gente estaría dispuesta a pagar entre \$10 y \$20 pesos, ya que ocupan el 80%. Muy poca gente pagaría más de \$20 pesos, por lo que sería un error proponer el precio mayor a este.

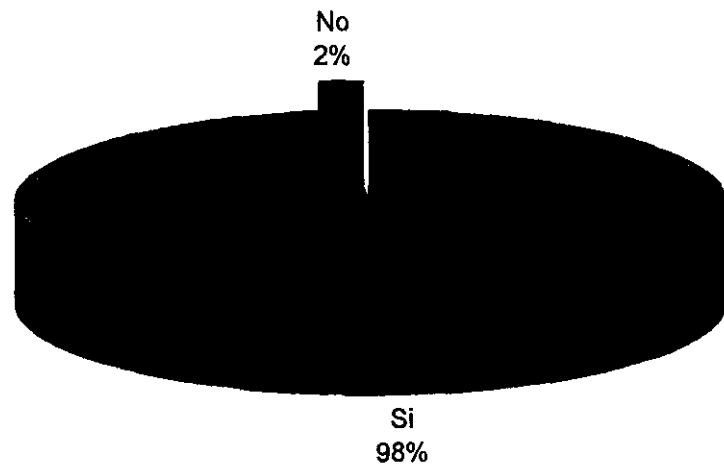


El horario que la gente prefiere salir a tomar café es en la tarde y en la noche. La gente que eligió el horario de la mañana son jóvenes que estudian en la tarde y por lo tanto prefieren ese horario.



Basándose en los resultados obtenidos, el 100% de los entrevistados quiere oír música mientras toma su café, ya que la gente nos comentó que prefiere pasar un rato a gusto y sería mejor si escucha música mientras toma su bebida.

10. ¿Le gustaría que hubiera otra opción de cafetería en esta zona?



Casi el 100% de la gente le gustaría que hubiera otra cafetería en la zona norte, el 2% que dijo que "no" contestó que le era indiferente si ponían o no otra que ya que salían muy poco a tomar café.

ANÁLISIS DE LA OFERTA

La definición de oferta es "la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) están dispuestos a poner a disposición del mercado a un precio determinado".⁸

Existen 3 tipos de oferta: oferta competitiva o de mercado libre, oferta oligopólica y oferta monopólica. La cafetería se encuentra en el tipo de mercado libre o de oferta competitiva ya que su participación en el mercado se encuentra determinado por la calidad, el servicio y el precio que ofrecemos al consumidor.

La oferta que está determinada en la Zona Norte de la Ciudad de Puebla es de 6 cafeterías las cuales son: The Italian Coffee, Café Plaza, California, Carrusel, Vip's, Pasteles Caseros.

Para poder ofrecer un buen servicio debemos estudiar la competencia ya que además de contribuir a crear una zona de atractivos para el cliente, nos da la oportunidad de evaluar su efectividad en el servicio, la calidad en sus materias primas, la presentación de las mismas, cuáles son sus servicios adicionales y conocer la decoración del local.

Como la cafetería está enfocada en la Zona Norte de la Ciudad, considero que la principal cafetería de esta zona es The Italian Coffee Company (además de las mencionadas arriba), ya que como pudimos observar es la cafetería que prefiere la gente y ofrece un gran surtido de cafés, por lo que pretendemos ofrecer diversos tipos de cafés. Además de que esta cafetería tiene un nombre ya conocido en la Ciudad.

La competencia de la Zona Norte son: (Anexo 3)

1. **The Italian Coffee**, ubicado en uno de los pasillos de Plaza San Pedro, cuenta con 5 trabajadores, entre ellos 2 son meseros, 2 cocineros y 1 cajera. El servicio es rápido, los precios se encuentran en el promedio y ofrece variedad de cafés.
2. **Café Plaza**, ubicado en el local de Helados Danesa de Plaza San Pedro, cuenta con 3 trabajadores, ya que los helados y el café Plaza son atendidos por las 2 mismas meseras y 1 cajera. El local es pequeño, por lo que el servicio es rápido y los precios también se encuentran en el promedio.

⁸ Gabriel Baca Urbina, "Evaluación de proyectos", Ed. Mc Graw Hill, México, 1995, p. 36

3. California, ubicado en el estacionamiento de Plaza San Pedro. Este establecimiento es mucho más grande ya que es restaurante, ofrece *variedad de cafés*, su servicio es un poco lento y los precios en cuanto a cafés se encuentran en el promedio.

4. Carrusel, ubicado en un local de Plaza San Pedro. El precio de los cafés se encuentra en el promedio, el servicio es rápido a pesar de que también es un local grande.

Considero que estos pueden ser los principales competidores en la zona, ya que están cercanos al establecimiento de nuestra cafetería.

ANÁLISIS DE PRECIOS

Precio "es la cantidad monetaria a que los productores están dispuestos a vender, y los consumidores a comprar, un bien o servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio".⁹

Existen diferentes tipos de precios en base a la competencia:

1. Precios iguales a la competencia.- Los empresarios compiten sobre una base distinta del precio sencillamente igualan los precios de la competencia, esta política no significa que haya que igualar los precios de todos los competidores, sino solamente de los importantes.

2. Precios sobre la competencia.- Un precio superior al del mercado puede dar la impresión de una calidad o prestigio superiores, y hay muchos compradores para quienes precio significa calidad, sobre todo en los casos en que es difícil juzgar de ésta antes de hacer la compra. En estos casos los compradores pagan un poco más por un artículo o servicio cuyo precio más alto significa calidad.

⁹ Gabriel Baca Urbina, "Evaluación de proyecto", Ed. Mc Graw Hill, México, 1995, p.41

3. Precios bajo la competencia.- Muchas empresas fijan precios por debajo del mercado. Algunas tienen costos más bajos porque sus productos son de calidad inferior. Los empresarios que adoptan esta política tienen que tener costos muy bajos o tienen que estar dispuestos a aceptar una utilidad muy pequeña por unidad de producto vendida.

El precio que manejaremos será igual a la Competencia ya que en base a los precios que manejen las cafeterías más importantes de esta zona tomaremos referencia de estos y haremos un promedio.

Para poder tener una base en la apertura de la cafetería, se considera el promedio de los precios de los cafés que se encuentran en la zona, como se muestra en la tabla siguiente:

CAFÉ	THE ITALIAN COFFEE	CAFÉ PLAZA	CALIFORNIA	CARRUSEL	PROMEDIO coffee's
Americano	\$8.00	\$9.00	\$10.00	\$9.00	\$9.00
Capuchino	\$10.00	\$13.00	\$12.50	\$15.00	\$12.50
Express	NO	\$11.00	\$10.00	\$11.00	\$10.00
Capuchino frío	\$15.00	NO	\$13.50	NO	\$14.00

Los precios que se tomaron de la competencia fueron de los productos de tamaño normal, ya que algunos manejan normal y grande.

NOMBRE Y LOGOTIPO

Para poder llegar a nuestro mercado meta debemos crear una publicidad, cuya definición es "cualquier forma no personal de presentación y promoción de mercancías y servicios de un patrocinador identificado"¹⁰, que nos permita llegar a la mente del consumidor. Es una forma de venta que incita a la gente a comprar mercancías o servicios, o a aceptar un punto de vista.

La característica de la publicidad es que el mensaje es dirigido a un gran número de personas en forma simultánea. Su función principal es despertar el interés de la gente hacia el producto o servicio.

Para que la publicidad sea efectiva, deben usarse algunos medios que permitan al consumidor identificar al producto o servicio, estos pueden ser el nombre y el logotipo.

La identificación que se usa puede ser el nombre de la compañía o nombre comercial, que se usa de modo especial para asociar en la mente de los clientes la familia de productos. Para el minorista y la organización de servicio el nombre de la firma también es un medio importante de identificación. Pero en la mayoría de las empresas, el nombre individual del producto o servicio (marca comercial) es un medio de identificación más importante.

La **marca** es el nombre, símbolo, lemas y otras facetas distintivas que diferencian los servicios de un negocio con otro.

El nombre que propongo es el de **coffee's**, ya que es un nombre corto y sencillo, se relaciona con el nombre de café en español y por lo tanto puede quedarse grabado en la mente del consumidor.

Se entiende por **logotipo** aquella parte de la marca formada por elementos gráficos y dibujos, que no tiene pronunciación, pero que sirven para diferenciarla de otras marcas y para ser reconocida por los consumidores.

¹⁰ Charles J. Dirkssen y Arthur Kroeger, "Principios y problemas de la publicidad", Ed. Continental, México, 1985, p. 18

El nombre y logotipo de la cafetería es el siguiente:



La papelería que se manejará son: menú, tarjeta de presentación, notas de consumo, menú, factura, con el logotipo de la cafetería. (Anexo 4)

CONCLUSIONES

De acuerdo al estudio realizado por medio de una encuesta, los resultados arrojados fueron positivos para poder seguir realizando el proyecto.

Pudimos observar que existe una diversidad de cafeterías en la zona, estas se encuentran localizadas dentro del centro comercial ubicado en esta zona (Plaza San Pedro), esto es un punto a nuestro favor ya que el lugar donde pretendemos establecer nuestro local no existe una cafetería.

En base a las respuestas anteriores la mayoría de las personas visitan una vez por semana una cafetería, y el horario en que llegan a asistir es en la tarde, ya que la mayoría de los entrevistados son estudiantes, por lo tanto esto nos servirá como referencia para obtener nuestro presupuesto de ventas, ya que podemos establecer las ventas de acuerdo a esta investigación.

Cuando las personas llegan a visitar una cafetería prefieren pasar un rato tranquilo, por lo tanto la gente que llegue a nuestro local podrá disfrutar de la música que pondrá ambiente a la cafetería.

El menú que la gente prefiere según los resultados, consistirá en una variedad de cafés como el capuchino, americano, express, capuchino frío. También ofreceremos comidas como baguette de carnes frías, club sándwich, papas a la francesa, postres como rebanada de pastel, licuados, refrescos, flotante, como se observa en el menú propuesto en el anexo 4 núm. 2.

Por último, la mayoría de la gente estuvo de acuerdo en que hubiera otra cafetería en esta zona, lo cual nos da la oportunidad para establecer una en la zona norte.

ESTUDIO

TÉCNICO

ESTUDIO TÉCNICO

OBJETIVO

El objetivo del estudio técnico del proyecto es analizar y determinar la localización óptima del establecimiento de la cafetería, el mobiliario y equipo necesario para el mismo, las instalaciones y el marco legal que tenemos que seguir para poder establecer nuestro proyecto.

El estudio técnico nos ayudará a resolver los problemas principales para poder llevar a cabo la implantación de la cafetería, ya que proporcionará información para cuantificar el monto de la inversión y costos de operación.

A través de este estudio se llega a determinar la utilización eficiente y eficaz de los recursos disponibles para el servicio que se pretende dar, y por medio de una selección óptima se conocerán las necesidades de equipos y maquinarias que permitirán cuantificar el costo de operación.

LOCALIZACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO

La localización es una decisión a largo plazo con repercusiones económicas importantes que deben considerarse con exactitud, por lo tanto, la selección de la ubicación debe considerar aquella que nos permita obtener el máximo rendimiento del proyecto.

Para conocer cual es la localización óptima del establecimiento debemos elegir la ubicación que permita las mayores ganancias entre las diferentes opciones que se consideren factibles, es decir, aquella que nos otorgue la mayor rentabilidad.

En base a las opciones que tenemos se empleará el método cualitativo por puntos¹¹, este método consiste en asignar factores cuantitativos a una serie de factores relevantes que comúnmente influyen en la decisión y así poder elegir la que más nos convenga.

Los sitios a considerar son:

Local 1: Se encuentra ubicado en la Av. 15 de Mayo # 3707 Residencial El Dorado, cuenta con una extensión de 105 m² aprox., la renta mensual es de \$3,000.⁰⁰. (Anexo 5)

Local 2: Se encuentra ubicado en Blvd. Norte # 3208 y 32 Pte. Col. La Aurora, cuenta con una extensión de 160 m², la renta mensual es de \$3.500.⁰⁰(Anexo 6)

Los factores que se tomarán en cuenta son:

- Ubicación del local.- En este factor se analizará el lugar donde se encuentre el local, servicios públicos que se encuentren en la zona y las condiciones habitacionales del lugar estratégico.
- Extensión del local.- Este factor será según las necesidades del negocio, como las instalaciones, mobiliario y equipo de la cafetería.
- Factor económico.- Se tomará en cuenta el local que cuente con una renta menor.

El peso que se asigna a los factores suma 1.00 y es asignado de acuerdo a la importancia de los factores.

¹¹ Gabriel Baca Urbina, "Evaluación de proyectos", Ed. Mc GraW Hill, México, 1995, p. 91

La calificación se asignará de acuerdo a los criterios de los factores, se toma una escala del 0 al 10, siendo la mayor calificación el 10.

FACTOR RELEVANTE	PESO	CALIF.	LOCAL 1		LOCAL 2	
			CALIF. PONDERADA	CALIF.	CALIF. PONDERADA	
Ubicación del local	0.55	10	5.5	9	4.95	
Extensión	0.25	9	2.25	10	2.5	
Económico	0.20	9	1.80	9	1.8	
Suma	1.00		9.55		9.25	

- **LOCAL 1:**

En cuanto a la ubicación del local se le otorga una calificación de 10, ya que se encuentra ubicado en una zona donde existe una gran circulación de vehículos y personas ya que es una avenida grande y reconocida en la Ciudad. El local se encuentra entre varios fraccionamientos de la zona Norte, existe una escuela, restaurantes, una plaza y oficinas cerca del mismo, las condiciones habitacionales son favorables.

La extensión del local es menor que el siguiente, pero esto no afecta las necesidades del local.

La renta mensual es menor por ser más chico, por lo que la calificación que se le otorga es igual.

- **LOCAL 2:**

Este establecimiento cuenta con estacionamiento, cerca del local existe una escuela y negocios varios, ubicado en una avenida principal, pero se le otorga una calificación menor ya que las condiciones habitacionales son menos favorables que el primer local.

La extensión es mayor y esto favorece a la distribución del mobiliario y equipo, y a las instalaciones que implica el negocio de la cafetería.

La renta mensual del local es mayor ya que cuenta con una extensión más grande.

De acuerdo a las calificaciones que otorgamos podemos concluir que el establecimiento que nos conviene es el Local 1 que se encuentra ubicado en la Avenida 15 de Mayo.

TAMAÑO ÓPTIMO DEL ESTABLECIMIENTO

Para poder conocer cuál es el tamaño óptimo de la cafetería es necesario determinar las superficies destinadas a cada espacio del establecimiento:

- **COCINA.-** Esta área es amplia, ya que debe permitir que se preparen rápida y fácilmente los alimentos y bebidas. Esta área cuenta con 6.44m².
- **BARRA.-** Esta parte será el mostrador y el área de caja, consta de 2.80m² ya que cuenta con dos barras y un espacio suficiente para la persona que se encargue de este departamento.

- **ÁREA DE MESAS.-** El establecimiento contará con 10 mesas cuadradas de 80 cm. * 80 cm., para 4 personas. El área destinada para esta área es de 7.9 m² aproximadamente.

- **SANITARIOS.-** Se consideran 2 sanitarios, el área total de estos es de 3.70m².

Podemos concluir que el área de 105 m² es la ideal de acuerdo a los espacios que se establecieron anteriormente.

ADQUISICIÓN DEL MOBILIARIO Y EQUIPO

La adquisición del mobiliario y equipo surge del menú, este nos establece que equipo que nos conviene utilizar, el material que necesitamos y las instalaciones necesarias para el negocio y así evitar las inversiones inútiles que nos ocasionen pérdidas en un futuro.

Para el área de la cocina, la maquinaria y equipo es el siguiente:

- 1 refrigerador de 1.10 m. * 0.70 m.
- 1 congelador vertical
- 1 fregadero de 0.90 m * 0.60 m. con 2 divisiones.
- 1 mesa de trabajo de 1.05 m * 0.60 m.
- 1 estufa de 1.15 m * 0.60 cm.
- 1 licuadora marca Oster de 2 velocidades.

- 1 sandwichera eléctrica, marca nacional con capacidad para 2 sandwiches
- 1 freidor a gas marca Coriat en acero inoxidable sin termostato con capacidad de 3 lts.
- 1 anaquel de 0.95 m * 0.60 cm de acero inoxidable.

La barra consta de:

- 1 barra de 2.50 m. * 0.50 m.
- 1 barra de 2.50 m. * 0.40 m.
- 1 banco
- 1 cafetera marca nacional de 1 palancas de acero inoxidable
- 1 capuchinera marca nacional para capuchino frío
- 1 refrigerador de 1.10 m * 0.70 m
- 1 caja registradora

Sanitarios:

- 2 lavabos
- 2 inodoros
- 2 despachadores master Junior
- 2 jaboneras Plastilux para cartucho
- 2 Toalleros

El mobiliario del área de mesas es el siguiente:

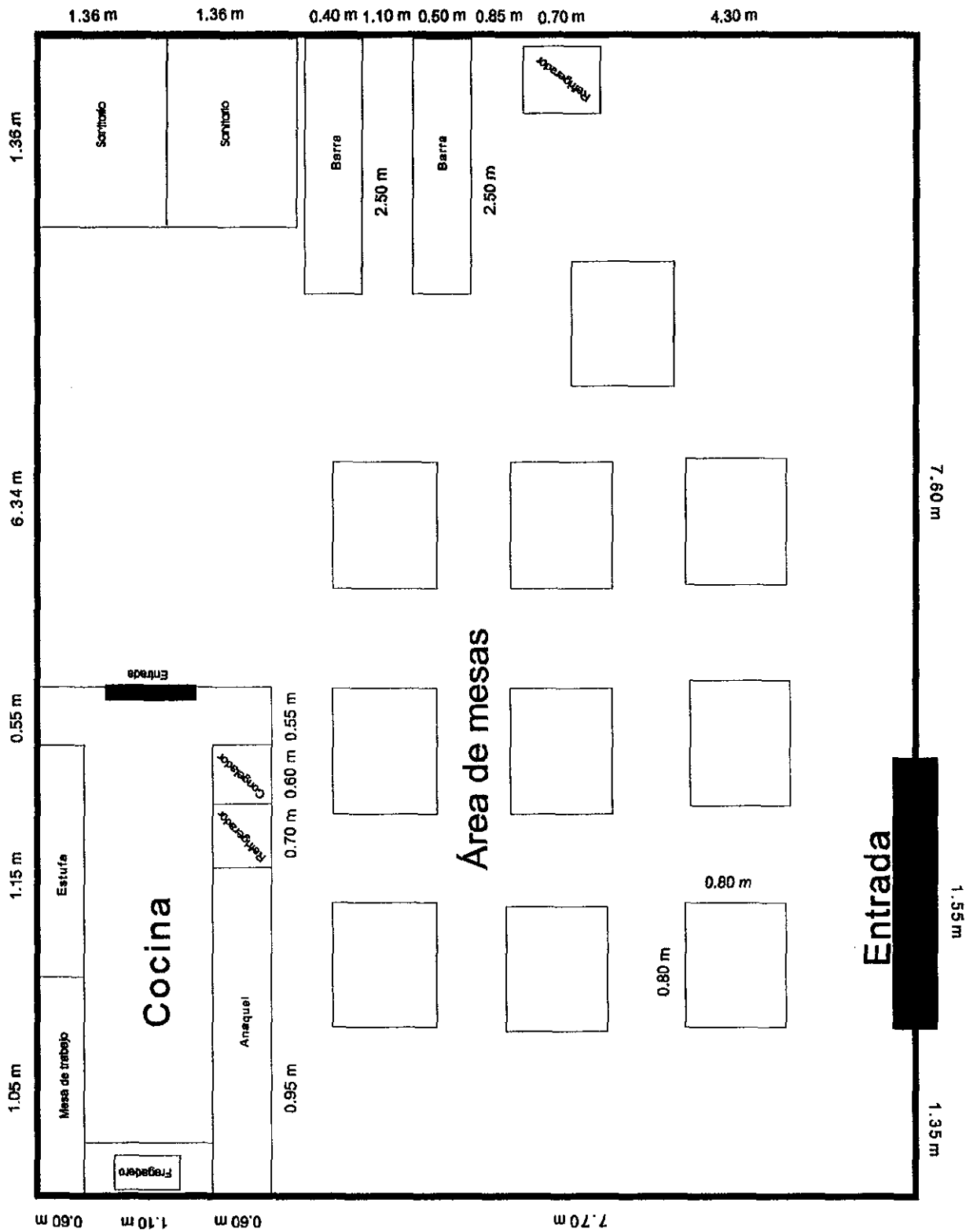
- 10 mesas de madera de 0.80 m * 0.80 cm
- 40 sillas

El equipo para la presentación de los alimentos y bebidas:

- 20 tazas para café de 270 cc.
- 20 platos para café de 16 cm.
- 20 tazas para café de 100 cc.
- 20 platos para café de 12 cm.
- 20 vasos rectos de 8½ oz.
- 20 vasos de fondo grueso para capuchino de 7.8 oz.
- 20 aros porta capuchino
- 20 platos trinche de 26 cm.
- 20 platos trinche de 19 cm.
- 15 copas para licuados y refrescos de 12 oz.
- 15 copas para agua de 10.6 oz.
- 20 cucharas para café Express
- 20 cucharas para café americano y capuchino
- 20 tenedores
- 20 cuchillos
- 15 azucareras de 300 cc.
- 15 cremeras de 190 cc.

- 10 despachadores de catsup
- 10 porta menú
- 10 ceniceros
- 2 cuchillos
- 15 servilleteros de acrílico
- 15 paneras para papas a la francesa
- 10 saleros de 1.3 oz.
- 5 tazones salseros de 220 cc.
- 5 propineros chicos
- 1 pala para pastel de acero inoxidable
- 1 cuchara para helado de aluminio
- 3 charolas de 30 x 40 cm con corcho

DISTRIBUCIÓN FÍSICA DE LA CAFETERÍA



MARCO LEGAL DEL ESTABLECIMIENTO

Una de las primeras decisiones que se debe tomar al iniciar un negocio es la forma jurídica que va a adoptar la empresa. Esto consiste en determinar si se va a formar una sociedad mercantil o se actuará como persona física en la actividad empresarial.

Existen diferencias entre persona física con actividad empresarial y sociedad mercantil; el empresario individual ejerce una actividad asumiendo plenamente el riesgo y la responsabilidad frente a terceros por la gestión del negocio, la sociedad mercantil es una persona jurídica formada por socios cuya responsabilidad está limitada a las aportaciones de capital.

Por lo tanto, de acuerdo a las necesidades que hemos planteado la cafetería será constituida como persona física con actividad empresarial.

Los trámites de constitución son los siguientes:

- Inscripción en la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP) como Persona Física con Actividad Empresarial: Presentar los formatos R1 y CURP, acompañados con un acta de nacimiento original, y recogerla en los próximo 10 días siguientes. (Anexo 7 y 8)
- *Solicitud de Empadronamiento para obtener la Licencia de Funcionamiento*, este se realiza en la Tesorería Municipal de Ayuntamiento Local de la Ciudad de Puebla (anexo 9) y pagar el uso de suelo. Los requisitos para el trámite de uso de suelo y licencia de funcionamiento son los siguientes:
 - Comprobante domiciliario.
 - Boleta predial
 - Pago de uso de suelo (\$6.49 m²)
 - Croquis de localización.
 - 4 fotografías del interior y 4 del exterior del local.
 - Dictamen y recibo de uso de suelo original y copia.
 - Alta de hacienda original y copia.
 - *Identificación oficial (credencial de elector)*.

- **Inscripción en la Secretaría de Salud. (Anexo 10)**
- **Darse de alta en el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS): llenar aviso patronal por medio del formato AFIL-01 (anexo 11) y llenar aviso de inscripción de cada uno de los trabajadores mediante el formato AFIL-02 (anexo 12).**

CONCLUSIÓN

De acuerdo al estudio que se realizó podemos concluir que la localización estuvo determinada desde un principio, esto nos sirvió para elegir de diferentes locales ubicados en esta zona y por lo tanto uno de los locales que se tomó en cuenta cumplió con los requisitos que necesitamos, uno de ellos fue el tamaño ya que cubría las necesidades del negocio y así poder optimizar la distribución del equipo y las instalaciones de la cafetería.

También pudimos conocer el proceso de constitución que se debe seguir para llevar a cabo un negocio.

PROCESO
ADMINISTRATIVO

PROCESO ADMINISTRATIVO

OBJETIVO

El principal objetivo del proceso administrativo es dar a conocer la disposición y correlación de las tareas que el personal de la cafetería debe llevar a cabo para lograr los objetivos, aportando el fundamento necesario para poder coordinar racionalmente los recursos.

El propósito de esta organización es que el personal trabaje en forma coordinada para el logro efectivo del fin de nuestro negocio que es la satisfacción del cliente y la garantía de hacerlos nuestros clientes.

El proceso administrativo comprende cinco etapas: Planeación, Organización, Integración, Dirección y Control.

PLANEACIÓN

La planeación incluye la selección de misiones y objetivos y acciones para lograrlos.

- **MISIÓN**

La misión define el propósito de la organización y nos indica en qué negocio nos encontramos.

Nuestra misión es: "Proporcionar atención y servicio de excelencia a nuestros clientes, garantizando la calidad de nuestros productos y la satisfacción del buen trato a través del recurso humano".

- **FILOSOFÍA**

Consideramos que el recurso humano es el elemento principal para que la empresa llegue a obtener el éxito que se tiene como meta, mediante la capacitación del personal constante y la motivación de obtener incentivos extras.

- **OBJETIVOS**

Ofrecer calidad en el servicio y los productos que manejamos.

Lograr la preferencia de la gente a través del servicio y los productos que se ofrecen.

Ofrecer otros productos que no se encuentren en el menú si el cliente lo demanda.

Lograr que la gente se familiarice con el nombre de la cafetería y hagan del negocio un lugar que visiten con frecuentemente.

- **ESTRATEGIAS**

Capacitar a nuestro personal para que ofrezcan un servicio de calidad a nuestros clientes y preparen productos atractivos y ricos que sean del agrado del cliente.

Establecer una buena relación con los proveedores para adquirir productos de calidad.

Establecer una buena relación con los clientes para saber qué otros productos desean encontrar en la cafetería.

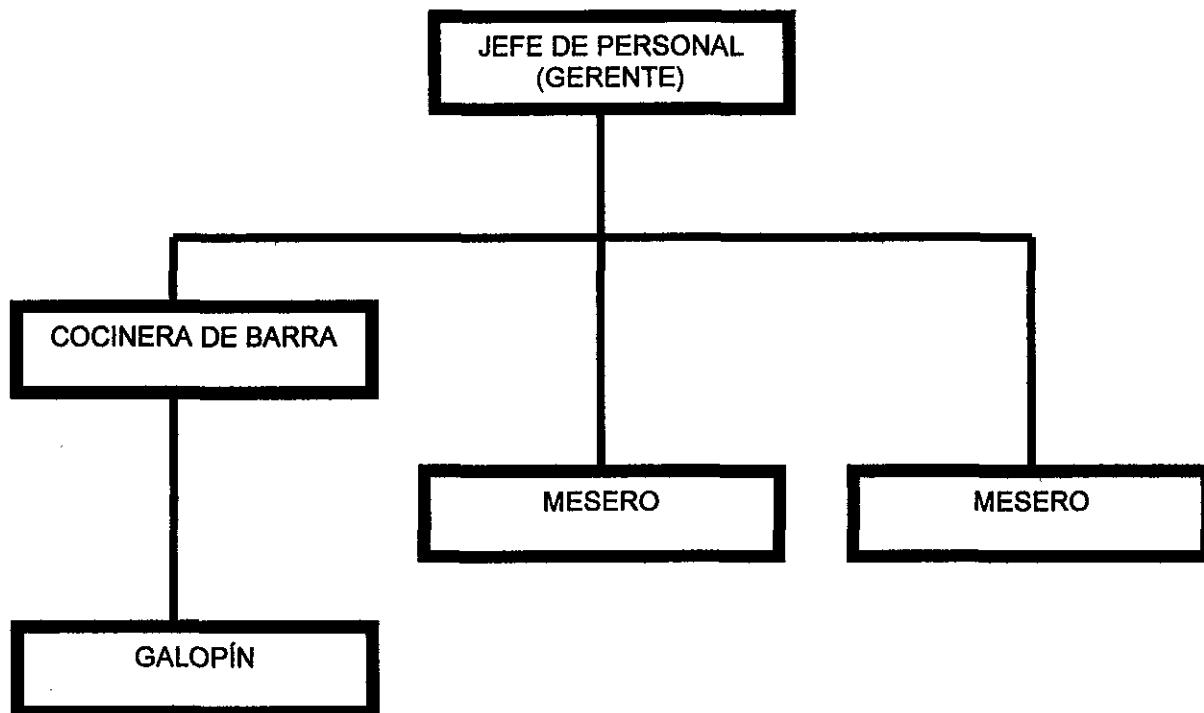
Mantener una decoración agradable para que la cafetería llame la atención de nuestros clientes.

ORGANIZACIÓN

Para desarrollar la organización es importante elaborar la descripción de actividades, funciones y responsabilidades que cada miembro de la cafetería debe realizar; para ello se requiere que el jefe del grupo cuente con la autoridad necesaria para llevar a cabo todas las actividades y así poder delegar responsabilidades al personal.

Para conocer las funciones y actividades del personal se desarrolló el siguiente organigrama:

ORGANIGRAMA



DESCRIPCIÓN DE PUESTOS

JEFE DE PERSONAL

Las funciones principales del gerente serán:

- Mantener una armonía entre el personal que labora en la cafetería, a través de la comunicación y motivación con ellos.
- Realizar el pago a los trabajadores, así como el control de asistencia y permisos de los mismos.
- Proporcionar información acerca de la higiene personal, así como la supervisión de la misma.
- Proporcionar y mantener condiciones de trabajo seguras y capacitar al personal para que utilice métodos de trabajo seguros e higiénicos.
- Supervisar al personal que labora, las instalaciones del negocio, el mobiliario y equipo disponible.
- Contratar y seleccionar al personal.
- Revisar las comandas (notas de consumo) al final del día y compararlas con las de la cocina.
- Será el encargado de pagar a los proveedores y acreedores diversos.

MESERO

Las tareas principales del mesero serán:

- Alinear y montar las mesas.
- Proveer las mesas de suministro.
- Tomar la orden de los clientes.
- Llevar la comanda a la cocina.
- Llevar la copia de la comanda al Gerente.

- Servir alimentos y bebidas.
- Presentar la cuenta al cliente.
- Llevar la cuenta a la caja.
- Es el único responsable de dar el servicio a la mesa.
- Está obligado a prestar un servicio amable, eficiente, cortés y con un alto grado de "profesionalismo y compañerismo".
- Mantener y practicar los preceptos en limpieza de su área e instrumentos de trabajo.
- Resolver en primera instancia o en último caso reportar al gerente las quejas de los clientes.
- Retirar los platos sucios y llevarlos a la cocina.

COCINERA DE BARRA

Las funciones principales de la cocinera de barra son:

- Preparar los alimentos y bebidas con limpieza y calidad de acuerdo a la comanda que llevó el mesero.
- Dar una buena presentación a los alimentos y bebidas.
- Mantener limpia y ordenada el área de trabajo.
- Realizar un reporte de los faltantes de suministros y materiales de la cocina al gerente.
- Conocer y manejar adecuadamente el equipo de la cocina.

GALOPÍN

- Mantener limpia toda la loza y el equipo de cocina, así como toda el área de la cocina.

- Mantener en su lugar la loza y el equipo de cocina.
- Ayudar a preparar los alimentos.
- Mantener limpios los sanitarios y verificar que estén bien suministrados por sus artículos.

INTEGRACIÓN

La estructura de la cafetería se encuentra integrada por recursos humanos, materiales, financieros y técnicos. Todos estos recursos son importantes para el desarrollo de un negocio, pero el recurso humano es que el que mueve, desarrolla y transforma a los otros recursos. Por lo que la BUENA o MALA imagen de la cafetería depende en gran medida de una actitud positiva o negativa del personal, independientemente si están o no en contacto con el cliente.

El objetivo de la integración administrativa es asegurar que los puestos de la cafetería sean ocupados por personas calificadas que puedan y estén dispuestas a ocuparlos.

Recurso humano es el conjunto o grupo de persona que laboran en el restaurante.¹³

La integración de los recursos humanos se define como la tarea de llenar puestos de la estructura organizacional, para luego de identificar los requerimientos de la fuerza de trabajo, hacer un inventario de ésta, reclutar, seleccionar, ubicar, promover, evaluar, recompensar y capacitar personal.¹⁴

¹³ Secretaría de Turismo, "Manual del puesto de Administración para restaurantes", Ed. Limusa, México, 1992, p. 109

¹⁴ Koontz Harold-O'Donnell y Cyril-Weihrich Heinz, "Elementos de la Administración", Ed. Mc Graw Hill, México, 3a. ed.

→ RECLUTAMIENTO

Es un conjunto de procedimientos que tienden a atraer candidatos potencialmente calificados y capaces de ocupar cargos dentro de la organización.¹⁵

En base al organigrama que se estableció anteriormente debemos identificar cuales son los puestos que deseamos cubrir, conocer la descripción de los puestos y tareas o funciones que debe cumplir el personal para ocupar el puesto vacante.

Para poder encontrar el personal requerido, se utilizarán fuente externas a la cafetería como el periódico El Sol de Puebla (aviso clasificado) y Síntesis (compra y venta).

→ SELECCIÓN

Es el proceso de determinar cuáles, de entre los solicitantes de empleo, son los que mejor llenan los requisitos del puesto vacante.¹⁶

La recepción de los solicitantes nos permitirá ponernos en contacto con ellos.

Una vez recibidas las solicitudes se procederá a realizar entrevistas con aquellas que cumplan con los requisitos del puesto.

Se procederá a constatar la información que nos proporcionó el solicitante por medio de las referencias que estableció.

Una vez que elegimos al candidato idóneo se le informa la decisión y se inician los trámites para su contratación.

→ CONTRATACIÓN

Consiste en la elaboración del contrato o de la relación formal de trabajo con el candidato que resultó idóneo.

Un contrato es el acuerdo de voluntades para crear y transferir obligaciones.¹⁷

¹⁵ Idalberto Chiavenato, "Administración de Recursos Humanos", Ed. Mc Graw Hill.

¹⁶ Chrudden Herbet J. y Sherman Jr., "Administración de personal", Ed. C.E.C.S.A.

¹⁷ Efraín Salazar Moto, "Elementos de Derecho", Ed. Porrúa, S.A.

→ INDUCCIÓN

Es la orientación del nuevo empleado en la cafetería.

Una vez contratado el personal elegido se procede a la inducción que consiste en orientar a los nuevos empleados acerca de su área de trabajo y los procedimientos para realizar sus labores.

DIRECCIÓN

La dirección es el proceso de influir sobre las personas para que intenten en forma voluntaria y entusiasta el logro de las metas de la organización.

La dirección incorpora los objetivos de la empresa, los medios que hacen posible la prestación de los servicios y el factor humano.

❖ PRINCIPIOS BÁSICOS DE DIRECCIÓN

- **ARMONÍA**

En la medida que el administrador pueda armonizar las metas del personal a su cargo con las metas de la cafetería, más eficiente y eficaz será la meta.

- **MOTIVACIÓN**

Un motivo es lo que impulsa a una persona a actuar en determinada forma o, cuando menos, a desarrollar una propensión para un comportamiento específico.

Es importante que el jefe de personal reconozca los motivos específicos que poseen los trabajadores (sus impulsos, necesidades y deseos) y proporcionar las oportunidades (incentivos) que estimulan la acción que satisfaga dichos motivos. Los incentivos que se ofrezcan deben concordar con los motivos de cada trabajador para poder inducir a la acción.

TIPOS DE INCENTIVOS:

Dinero

Seguridad

Afiliación

Estima

Autorrealización

• COMUNICACIÓN

Aunque la comunicación se utiliza en todas las fases de la administración es particularmente importante en la función de dirección.

Comunicación se define como la transferencia e intercambio de información de una persona a otra cuando entre ellas existen intereses y fines comunes que motivan esa relación.

El propósito de la comunicación dentro de la empresa es llevar a cabo el cambio, esto es influir sobre la acción en beneficio de la empresa así como un factor esencial para el funcionamiento interno, ya que se necesita esencialmente para: establecer y difundir los objetivos de la empresa, desarrollar planes a largo plazo, organizar los recursos humanos y otros en la forma más eficaz y eficiente, seleccionar y desarrollar y evaluar a los miembros de la organización, dirigir, orientar, motivar y crear un clima que incentive la participación del personal y controlar el desempeño del personal.

Es por ello que la comunicación que habrá dentro de la cafetería será entre todo el personal, ya que el jefe de personal debe estar abierto a cualquier opinión o inquietud del personal que tiene a su cargo.

CONTROL

CONTROL DEL PERSONAL

Para llevar un control del personal que labora en la cafetería, el jefe de personal llevará la relación de los horarios de los trabajadores, en donde se anotará la hora en que entra y sale.

CONTROL DE VENTAS

Las ventas se controlarán a través de las **COMANDAS**, este formato será llenado por el mesero, dando una copia a la cocina y la original a la caja (al jefe de personal).

CONTROL DE COMPRAS

Compras se define como la función de suministrar la materia prima necesaria para que las diversas áreas de la cafetería realicen sus funciones específicas con un máximo de eficiencia.¹²

Para tener un mayor control de las compras y ventas, los formatos que se manejarán son:

- ☞ **REQUISICIÓN DE COMPRAS.**- Este formato será elaborado cuando se requiere de algún artículo que hace falta.

- ☞ **REPORTE DE RECEPCIÓN DE MERCANCÍA.**- Se utilizará para controlar las entradas de diversas mercancías.

- ☞ **ORDEN DE COMPRA.**- Este formato será elaborado para amparar cualquier pedido que se realice a un proveedor.

- ☞ **REPORTE DIARIO DE VENTAS.**- Este formato sirve para llevar control real de las ventas, comprando las comandas de la cocina con las de la caja.

¹² Secretaría de Turismo, "Manual del puesto de operación para restaurante", Ed. Limusa, México, 1992, p. 140

CONCLUSIÓN

A través de este capítulo pudimos conocer como estará organizado nuestro negocio y poder llevar un control de los recursos que utilizará.

También se estableció qué puestos deberá tener la cafetería, estos los observamos en el organigrama que presentamos, y las características del personal que pretenda ocupar los mismos a través de la descripción de puestos.

En este capítulo se conoce cómo se desarrollará la etapa de integración y como estará dirigido la empresa.

ESTUDIO **ECONÓMICO**

ESTUDIO ECONÓMICO

OBJETIVO

Una vez que se tiene una idea de lo que se quiere implantar y se empieza a creer que el proyecto puede llegar a funcionar se encuentra con una de las dudas principales, ¿cuánto cuesta crear esta empresa?

Por lo tanto el objetivo de este estudio es cuantificar la inversión en los activos que requiere el proyecto para la transformación de insumos, y la determinación del monto de capital de trabajo inicial requerido para el funcionamiento normal del proyecto.

Para ello realizaremos diversos presupuestos que nos ayudarán a conocer los resultados y saber si es rentable nuestro proyecto.

CALENDARIO PARA EL PROCESO PREOPERATIVO

CONCEPTO	PRE-OPERATORIO	NOVIEMBRE						DICIEMBRE				ENERO					
	OCTUBRE	23	24	25	26	27	28	26	27	28	29	22	23	24	25	26	27
Realización de trámites de constitución	X																
Compra de mobiliario y equipo		X	X														
Instalación del mobiliario y equipo				X	X	X	X										
Renta del local								X									
Decoración									X	X	X						
Puesta en marcha												X	X	X	X	X	X

INVERSIÓN INICIAL**INVERSIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO**

CANT	NOMBRE	PRECIO UNIT.	TOTAL	IVA
1	Cafetera express de 1 palanca	\$18,800.00	\$18,800.00	\$2,820.00
✓ 1	Licadora mca. Oster 2 vel.	\$480.00	\$480.00	\$72.00
1	Capuchinera mca. Nacional	\$9,480.00	\$9,480.00	\$1,422.00
1	sandwichera cap. p/2 sandwiches	\$589.00	\$589.00	\$88.35
1	Freidor a gas con cap. p/3 lts.	\$2,590.00	\$2,590.00	\$388.50
1	Parrilla c/4 quemadores	\$3,306.00	\$3,306.00	\$495.90
1	Fregadero de 0.90 * 0.60 mts.	\$2,544.00	\$2,544.00	\$381.60
1	Anaquele de acero inox.	\$3,596.00	\$3,596.00	\$539.40
1	Mesa de trabajo de acero inox.	\$2,680.00	\$2,680.00	\$402.00
20	Tazas p/café de 270 cc	\$18.80	\$376.00	\$56.40
20	Platos p/café de 16 cm	\$8.80	\$176.00	\$26.40
20	Tazas p/café de 100 cc	\$12.80	\$256.00	\$38.40
20	Platos p/café de 12 cm	\$7.50	\$150.00	\$22.50
20	Vasos rectos de 8.5 oz	\$33.80	\$676.00	\$101.40
20	Vasos p/capuchino de 7.8 oz	\$6.00	\$120.00	\$18.00
20	Aros porta capuchino	\$7.50	\$150.00	\$22.50
20	Platos trinche de 26 cm	\$25.00	\$500.00	\$75.00
20	Platos trinche de 19 cm	\$16.50	\$330.00	\$49.50
15	Copas p/licuados y refrescos de 12 oz	\$18.50	\$277.50	\$41.63
15	Copas p/agua de 10.6 oz	\$11.50	\$172.50	\$25.88
20	Cucharas p/café express	\$1.80	\$36.00	\$5.40
20	Tenedores	\$1.85	\$37.00	\$5.55
20	Cucharas p/café	\$1.10	\$22.00	\$3.30
20	Cuchillos	\$3.95	\$79.00	\$11.85
15	Azucareras de 300cc	\$27.50	\$412.50	\$61.88
15	Cremeras de 190 cc	\$15.80	\$237.00	\$35.55
10	Despachadores de catsup	\$2.80	\$28.00	\$4.20
15	Paneras	\$28.00	\$420.00	\$63.00
10	Portamenú	\$19.80	\$198.00	\$29.70
10	Centricos	\$5.00	\$50.00	\$7.50
2	Cuchillos p/chef	\$157.00	\$314.00	\$47.10
15	Servilleteros	\$12.00	\$180.00	\$27.00
10	Saleros	\$12.50	\$125.00	\$18.75

5	Tazones salseros de 220 cc	\$13.80	\$69.00	\$10.35
5	Propineros	\$29.80	\$149.00	\$22.35
1	Pala p/pastel	\$16.00	\$16.00	\$2.40
1	Cuchara p/helado de vainilla	\$58.00	\$58.00	\$8.70
3	Charolas de 30 * 40 cm	\$75.00	\$225.00	\$33.75
2	Jgos. de baño	\$650.00	\$1,300.00	\$195.00
2	Despachadores	\$198.00	\$396.00	\$59.40
2	Jaboneras	\$135.00	\$270.00	\$40.50
2	Toalleros	\$235.00	\$470.00	\$70.50
		TOTAL	\$52,340.50	\$7,851.08

	TOTAL + IVA	\$60,191.58
--	--------------------	--------------------

INVERSIÓN DE MOBILIARIO Y EQUIPO

CANT	NOMBRE	PRECIO UNIT.	TOTAL	IVA
10	Mesas de madera de 80 * 80 cm	\$256.00	\$2,560.00	\$384.00
40	Sillas de madera	\$68.00	\$2,720.00	\$408.00
1	Banco	\$69.00	\$69.00	\$10.35
1	Caja registradora	\$2,570.00	\$2,570.00	\$385.50
1	Barra de 2.50 * 0.50 m	\$759.00	\$759.00	\$113.85
1	Contrabarra de 2.50 * 0.40 m	\$739.00	\$739.00	\$110.85
		TOTAL	\$9,417.00	\$1,412.55

	TOTAL + IVA	\$10,829.55
--	--------------------	--------------------

BALANCE GENERAL al 31 de diciembre de 2000**ACTIVO****ACTIVO CIRCULANTE**

Bancos	\$28,897.87
IVA Acreditable	\$11,333.63
Total Act. Circulante	\$40,231.50

ACTIVO FIJO

Mobiliario y equipo	\$9,417.00
Maquinaria	\$52,340.50
Total Act. Fijo	\$61,757.50

ACTIVO DIFERIDO

G. De instalación	\$8,300.00
Papelería y publicidad	\$5,500.00
Suministros	\$3,534.00
Total Act. Diferido	\$17,334.00

GASTOS PREOPERATIVOS

Trámites de constitución	\$677.00
Total G. Preoperativos	\$677.00

CAPITAL CONTABLE

Capital social \$120,000.00

TOTAL DE ACTIVO \$120,000.00

Total Capital \$120,000.00

PUNTO DE EQUILIBRIO

Para determinar el punto de equilibrio, debemos establecer cuál será la participación de cada uno de nuestros productos, para así determinar cuál será nuestro margen de contribución promedio ponderado.

PRODUCTO	PRECIO DE VTA.	COSTO VARIABLE	MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	PENETRACIÓN EN EL MDO.	MARGEN DE CONTRIBUCIÓN PONDERADO
Café americano	\$9.00	\$0.78	\$8.22	13%	\$1.07
Café capuchino	\$12.50	\$3.62	\$8.88	15%	\$1.33
Café express	\$10.00	\$1.14	\$8.86	6%	\$0.53
Café capuchino frío	\$14.00	\$4.04	\$9.96	10%	\$1.00
Licuada de fresa	\$12.00	\$2.92	\$9.08	3%	\$0.27
Licuada de plátano	\$12.00	\$3.01	\$8.99	3%	\$0.27
Licuada de chocolate	\$12.00	\$2.97	\$9.03	3%	\$0.27
Club Sandwich	\$14.00	\$4.37	\$9.63	8%	\$0.77
Baguette	\$16.00	\$4.18	\$11.82	8%	\$0.95
Papas a la francesa	\$10.00	\$2.50	\$7.50	6%	\$0.45
Pastel	\$11.00	\$6.00	\$5.00	7%	\$0.35
Limonada	\$11.00	\$3.45	\$7.55	4%	\$0.30
Flotante	\$13.00	\$4.12	\$8.88	5%	\$0.44
Refresco	\$8.00	\$3.00	\$5.00	9%	\$0.45
				Σ 100%	MARGEN DE CONTRIBUCIÓN PONDERADO
					\$8.45

La penetración del mercado se asignó a cada producto en base a las preferencias del público entrevistado en la investigación de mercados.

COSTOS FIJOS MENSUALES

Debemos obtener los costos fijos totales mensuales para poder aplicar la fórmula de Punto de Equilibrio.

Renta	\$3,000.00
Luz	\$230.00
Agua	\$144.00
Gas	\$160.00
Sueldos	\$5,400.00
Papelería	\$1,700.00
Serv. de limpia	\$54.00
INFONAVIT, IMSS, SAR	\$1,404.00
1% s/ la nómina	\$54.00
Depreciación de maquinaria y equipo	\$78.48
Depreciación de mobiliario y equipo	\$872.33
Amortización de Gastos de Instalación	\$34.58
TOTAL	\$13,131.39

La fórmula que aplicaremos para obtener el punto de equilibrio total es la siguiente:

$$\text{PUNTO DE EQUILIBRIO} = \frac{\text{Costos Fijos Mensuales}}{\text{Margen de contribución ponderada}} = \frac{13,131.39}{\$8.45} = \underline{\underline{1554 \text{ UNIDADES}}}$$

Para obtener la cantidad de unidades de cada uno de nuestros productos se relacionan las 1554 unidades totales por el porcentaje de participación que determinamos.

PRODUCTO	TOTAL DE UNIDADES	CONTRIBUCIÓN	UNIDADES
Café americano	1554	13%	202
Café capuchino	1554	15%	233
Café express	1554	6%	93
Café capuchino frío	1554	10%	155
Licuada de fresa	1554	3%	47
Licuada de plátano	1554	3%	47
Licuada de chocolate	1554	3%	47
Club Sandwich	1554	8%	124
Baguette	1554	8%	124
Papas a la francesa	1554	6%	93
Pastel	1554	7%	109
Limonada	1554	4%	62
Flotante	1554	5%	78
Refresco	1554	9%	140
			∑ 1554

PRESUPUESTO DE VENTAS

El volumen de venta se obtiene en base a las preferencias de cada cliente, ésta fueron reflejadas en la investigación de mercado.

Para realizar el presupuesto de ventas, primero hice un promedio de las ventas diarias de cada producto y así determinar las ventas semestrales, multiplicándolas por el precio de ventas y obtener el presupuesto total de un año.

NOTA: El pronóstico de ventas para los próximos 3 años se determinó mediante el factor inflacionario que se obtuvo en el Banco de México.

PRESUPUESTO DE VENTAS

PRODUCTO	P.V.	1er. SEMESTRE	TOTAL	2° SEMESTRE	TOTAL	P.V.	TOTAL	TOTAL	P.V.	TOTAL	TOTAL
Café americano	\$9.00	3504	\$31,536.00	3528	\$31,752.00	\$9.80	\$34,345.86	\$34,581.10	\$10.68	\$37,406.07	\$37,662.28
Café capuchino	\$12.50	2808	\$35,100.00	2820	\$35,250.00	\$13.61	\$38,227.41	\$38,390.78	\$14.83	\$41,633.47	\$41,811.39
Café express	\$10.00	1632	\$16,320.00	1656	\$16,560.00	\$10.89	\$17,774.11	\$18,035.50	\$11.86	\$19,357.79	\$19,642.46
Café capuchino frío	\$14.00	2088	\$29,232.00	2110	\$29,540.00	\$15.25	\$31,836.57	\$32,172.01	\$16.61	\$34,673.21	\$35,038.54
Licuada de fresa	\$12.00	936	\$11,232.00	960	\$11,520.00	\$13.07	\$12,232.77	\$12,546.43	\$14.23	\$13,322.71	\$13,664.32
Licuada de plátano	\$12.00	936	\$11,232.00	960	\$11,520.00	\$13.07	\$12,232.77	\$12,546.43	\$14.23	\$13,322.71	\$13,664.32
Licuada de chocolate	\$12.00	936	\$11,232.00	960	\$11,520.00	\$13.07	\$12,232.77	\$12,546.43	\$14.23	\$13,322.71	\$13,664.32
Club Sandwich	\$14.00	1248	\$17,472.00	1224	\$17,136.00	\$15.25	\$19,028.76	\$18,662.82	\$16.61	\$20,724.22	\$20,325.67
Baguette	\$16.00	960	\$15,360.00	936	\$14,976.00	\$17.43	\$16,728.58	\$16,310.36	\$18.98	\$18,219.09	\$17,763.61
Papas a la francesa	\$10.00	1416	\$14,160.00	1368	\$13,680.00	\$10.89	\$15,421.66	\$14,898.89	\$11.86	\$16,795.73	\$16,226.38
Pastel	\$11.00	1392	\$15,312.00	1476	\$16,236.00	\$11.98	\$16,676.30	\$17,682.63	\$13.05	\$18,162.16	\$19,258.15
Limonada	\$11.00	655	\$7,205.00	682	\$7,502.00	\$11.98	\$7,846.97	\$8,170.43	\$13.05	\$8,546.13	\$8,898.41
Flotante	\$13.00	675	\$8,775.00	697	\$9,061.00	\$14.16	\$9,556.85	\$9,868.34	\$15.42	\$10,408.37	\$10,747.60
Refresco	\$8.00	2064	\$16,512.00	2090	\$16,720.00	\$8.71	\$17,983.22	\$18,209.75	\$9.49	\$19,585.52	\$19,832.24
TOTAL			\$240,680.00		\$242,973.00		\$262,124.59	\$264,621.89		\$285,479.89	\$288,199.71
TOTAL ANUAL					\$483,653.00			\$526,746.48			\$573,679.59

PRESUPUESTO DE COMPRAS

El presupuesto de compras se obtiene en base al presupuesto de ventas, ya que según el costo de la materia prima (Anexo 13) y la unidades de ventas trimestrales de cada producto obtenemos el total de la materia prima y el costo total.

PRESUPUESTO DE COMPRAS

PRODUCTO	PRECIO	1er. SEM.	TOTAL	2° SEM. 2001	TOTAL	PRECIO	TOTAL	TOTAL	PRECIO	TOTAL	TOTAL
	EN LT Y					EN LT Y			EN LT Y		
	KG	2001				KG			KG		
Agua	\$0.79	1676.22	\$1,324.21	1688.66	\$1,334.04	\$0.86	\$1,442.20	\$1,452.90	\$0.94	\$1,570.70	\$1,582.36
Café molido	\$52.00	116.7	\$6,068.40	117.7	\$6,120.40	\$56.63	\$6,609.09	\$6,665.73	\$61.68	\$7,197.96	\$7,259.64
Azúcar	\$4.90	129.62	\$635.14	131.26	\$643.17	\$5.34	\$691.73	\$700.48	\$5.81	\$753.36	\$762.89
Leche condensada	\$24.00	566.64	\$13,599.36	570.5	\$13,692.00	\$26.14	\$14,811.06	\$14,911.96	\$28.47	\$16,130.73	\$16,240.61
Canela	\$36.00	5.62	\$202.32	5.64	\$203.04	\$39.21	\$220.35	\$221.13	\$42.70	\$239.98	\$240.83
Crema batida	\$10.50	146.16	\$1,534.68	147.7	\$1,550.85	\$11.44	\$1,671.42	\$1,689.03	\$12.45	\$1,820.34	\$1,839.52
Leche evaporada	\$7.10	954.72	\$6,778.51	979.2	\$6,952.32	\$7.73	\$7,382.48	\$7,571.77	\$8.42	\$8,040.26	\$8,246.42
Fresas	\$13.00	32.76	\$425.88	33.6	\$436.80	\$14.16	\$463.83	\$475.72	\$15.42	\$505.15	\$518.11
Plátano	\$4.00	117	\$468.00	120	\$480.00	\$4.36	\$509.70	\$522.77	\$4.74	\$555.11	\$569.35
Chocolate	\$20.00	18.72	\$374.40	19.2	\$384.00	\$21.78	\$407.76	\$418.21	\$23.72	\$444.09	\$455.48
Vainilla	\$22.00	4.68	\$102.96	4.8	\$105.60	\$23.96	\$112.13	\$115.01	\$26.10	\$122.12	\$125.26
Pollo	\$20.00	37.44	\$748.80	36.72	\$734.40	\$21.78	\$815.52	\$799.84	\$23.72	\$888.18	\$871.10
Lechuga	\$3.93	47.52	\$186.75	46.44	\$182.51	\$4.28	\$203.39	\$198.77	\$4.66	\$221.52	\$216.48
Jamón	\$36.00	72.48	\$2,609.28	70.92	\$2,553.12	\$39.21	\$2,841.77	\$2,780.60	\$42.70	\$3,094.97	\$3,028.35
Mayonesa	\$30.00	44.16	\$1,324.80	43.2	\$1,296.00	\$32.67	\$1,442.84	\$1,411.47	\$35.58	\$1,571.40	\$1,537.24
Queso	\$27.00	37.44	\$1,010.88	36.72	\$991.44	\$29.41	\$1,100.95	\$1,079.78	\$32.03	\$1,199.04	\$1,175.99
Pan	\$9.64	112.32	\$1,082.76	110.16	\$1,061.94	\$10.50	\$1,179.24	\$1,156.56	\$11.43	\$1,284.31	\$1,259.61
Jitomate	\$6.00	6.24	\$37.44	6.12	\$36.72	\$6.53	\$40.78	\$39.99	\$7.12	\$44.41	\$43.56
Chile	\$10.50	22.08	\$231.84	21.6	\$226.80	\$11.44	\$252.50	\$247.01	\$12.45	\$274.99	\$269.02
Cebolla	\$9.00	3.74	\$33.66	3.67	\$33.03	\$9.80	\$36.66	\$35.97	\$10.68	\$39.93	\$39.18
Baguette	\$0.90	960	\$864.00	936	\$842.40	\$0.98	\$940.98	\$917.46	\$1.07	\$1,024.82	\$999.20
Aderezo	\$10.50	9.6	\$100.80	9.36	\$98.28	\$11.44	\$109.78	\$107.04	\$12.45	\$119.56	\$116.57
Salami	\$25.00	28.8	\$720.00	28.08	\$702.00	\$27.23	\$784.15	\$764.55	\$29.65	\$854.02	\$832.67
Aguacate	\$9.00	19.2	\$172.80	18.72	\$168.48	\$9.80	\$188.20	\$183.49	\$10.68	\$204.96	\$199.84
Papas	\$10.00	354	\$3,540.00	342	\$3,420.00	\$10.89	\$3,855.41	\$3,724.72	\$11.86	\$4,198.93	\$4,056.59
Jarabe natural	\$11.00	13.1	\$144.10	13.64	\$150.04	\$11.98	\$156.94	\$163.41	\$13.05	\$170.92	\$177.97

Hielo \$300
 Helado \$1500
 Agua \$200
 Agua Mineral \$200
 Agua \$200

Nuez \$300
 Leche \$700
 Romope \$42.00
 Jugo \$47

Limón	\$4.50	32.75	\$147.38	34.1	\$153.45	\$4.90	\$160.51	\$167.12	\$5.34	\$174.81	\$182.01
Nieve de limón	\$22.00	33.75	\$742.50	34.85	\$766.70	\$23.96	\$808.66	\$835.01	\$26.10	\$880.71	\$909.41
Pasteles	\$60.00	140	\$8,400.00	147	\$8,820.00	\$65.35	\$9,148.44	\$9,605.86	\$71.17	\$9,963.57	\$10,461.74
Acetite	\$8.00	58	\$472.00	57	\$456.00	\$8.71	\$514.06	\$496.63	\$9.49	\$559.86	\$540.88
Sal	\$4.00	7.08	\$28.32	6.84	\$27.36	\$4.36	\$30.84	\$29.80	\$4.74	\$33.59	\$32.45
Servilletas (paq.)	\$20.00	18	\$360.00	18	\$360.00	\$21.78	\$392.08	\$392.08	\$23.72	\$427.01	\$427.01
Refrescos	\$3.00	3394	\$10,182.00	3469	\$10,407.00	\$3.27	\$11,089.22	\$11,334.26	\$3.56	\$12,077.27	\$12,344.15
TOTAL			\$64,653.98		\$65,389.90		\$70,414.65	\$71,216.14		\$76,688.59	\$77,561.49
TOTAL ANUAL			\$130,043.87		\$141,630.78					\$154,250.09	

PRESUPUESTO DE GASTOS DE OPERACIÓN

Este presupuesto está integrado por los gastos que tienen como función el sostenimiento de las actividades destinadas a mantener la dirección y administración de la empresa y que sólo de un modo indirecto están relacionados con la operación de vender.

PRESUPUESTO DE GASTOS DE OPERACIÓN

CONCEPTO	1er. SEM. 2001	2º SEM. 2001	1er. SEM. 2002	2º SEM. 2002	1er. SEM. 2003	2º SEM. 2003
Luz	\$1,380.00	\$1,380.00	\$1,503.00	\$1,503.00	\$1,637.00	\$1,637.00
Renta	\$18,000.00	\$18,000.00	\$19,604.00	\$19,604.00	\$21,350.50	\$21,350.50
Agua	\$864.00	\$864.00	\$940.98	\$940.98	\$1,025.00	\$1,025.00
Gas	\$960.00	\$960.00	\$1,045.54	\$1,045.54	\$1,138.70	\$1,138.70
Serv. limpia	\$324.00	\$324.00	\$353.00	\$353.00	\$384.00	\$384.00
Papelería	\$10,200.00	\$10,200.00	\$11,108.82	\$11,108.82	\$12,098.62	\$12,098.62
Sueldos	\$32,400.00	\$32,400.00	\$35,287.00	\$35,287.00	\$38,430.00	\$38,430.00
INFONAVIT, IMSS, SAR	\$8,424.00	\$8,424.00	\$9,175.00	\$9,175.00	\$9,991.80	\$9,991.80
1% s/ nómina	\$324.00	\$324.00	\$352.87	\$352.87	\$384.30	\$384.30
Dep. Maquinaria y equipo	\$5,234.00	\$5,234.00	\$5,234.00	\$5,234.00	\$5,234.00	\$5,234.00
Dep. mobiliario y equipo	\$470.85	\$470.85	\$470.85	\$470.85	\$470.85	\$470.85
Amortización Gtos. de instalación	\$207.50	\$207.50	\$207.50	\$207.50	\$207.50	\$207.50
TOTAL	\$78,788.35	\$78,788.35	\$84,498.58	\$84,498.58	\$92,352.26	\$92,352.27
TOTAL ANUAL	\$157,576.70		\$168,997.16		\$184,704.53	

Dep. Maquinaria y equipo	\$5,234.00	\$5,234.00	\$5,234.00	\$5,234.00	\$5,234.00	\$5,234.00
Dep. mobiliario y equipo	\$470.85	\$470.85	\$470.85	\$470.85	\$470.85	\$470.85
Amortización Gtos. de instalación	\$207.50	\$207.50	\$207.50	\$207.50	\$207.50	\$207.50
SALDO	\$72,876.00	\$72,876.00	\$78,586.23	\$78,586.23	\$86,439.91	\$86,439.92
SALDO FLUJO DE EFVO.	\$145,752.00		\$157,172.46		\$172,879.83	

TABLA DE DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN

DEPRECIACIÓN

CONCEPTO	INVERSIÓN INICIAL	TASA DE DEPR. ANUAL (%)	TASA DE DEPR. SEMESTRAL (%)	1er. SEMESTRE 2001	2º SEMESTRE 2001	1er. SEMESTRE 2002	2º SEMESTRE 2002	1er. SEMESTRE 2003	2º SEMESTRE 2003
Mobiliario y equipo	\$9,417.00	10%	0.05	\$470.85	\$470.85	\$470.85	\$470.85	\$470.85	\$470.85
Maquinaria y equipo	\$52,340.00	20%	0.10	\$5234.00	\$5234.00	\$5234.00	\$5234.00	\$5234.00	\$5234.00

AMORTIZACIÓN

CONCEPTO	INVERSIÓN INICIAL	TASA DE DEPR. ANUAL (%)	TASA DE DEPR. SEMESTRAL (%)	1er. SEMESTRE 2001	2º SEMESTRE 2001	1er. SEMESTRE 2002	2º SEMESTRE 2002	1er. SEMESTRE 2003	2º SEMESTRE 2003
Gastos de Instalación	\$8,300.00	5%	0.025	\$207.50	\$207.50	\$207.50	\$207.50	\$207.50	\$207.50

ESTADO DE RESULTADOS ANUAL

	2001	2002	2003
Ventas totales	\$483,653.00	\$526,746.48	\$573,679.59
Costo de Ventas	\$130,043.87	\$141,630.78	\$154,250.09
MARGEN BRUTO	\$353,609.13	\$385,115.70	\$419,429.50
Gastos de Operación	\$157,576.70	\$168,997.16	\$184,704.53
UTILIDAD DE OPERACIÓN	\$196,032.43	\$216,118.54	\$234,724.97
I.S.R. (34%)	\$66,651.03	\$73,480.30	\$79,806.49
P.T.U. (10%)	\$19,603.24	\$21,611.85	\$23,472.50
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$109,778.16	\$121,026.38	\$131,445.98

FLUJO DE EFECTIVO ANUAL

	2001	2002	2003
SALDO INICIAL	\$28,897.87	\$161,834.36	\$294,685.44
ENTRADAS			
Ventas	\$483,653.00	\$526,746.48	\$573,679.59
IVA Acreditable	\$11,333.63	\$0.00	\$0.00
TOTAL ENTRADAS	\$494,986.63	\$526,746.48	\$573,679.59
SALDO DISPONIBLE	\$523,884.50	\$688,580.84	\$868,365.03
SALIDAS			
Compras	\$130,043.87	\$141,630.78	\$154,250.09
Gastos de operación	\$145,752.00	\$157,172.46	\$172,879.83
Pago de impuestos I.S.R.	\$66,651.03	\$73,480.30	\$79,806.49
Pago de impuestos P.T.U.	\$19,603.24	\$21,611.85	\$23,472.50
TOTAL SALIDAS	\$362,050.14	\$393,895.40	\$430,408.91
SALDO FINAL	\$161,834.36	\$294,685.44	\$437,956.12

BALANCE GENERAL ANUAL

	2001	2002	2003
ACTIVO			
CIRCULANTE			
Bancos	\$161,834.36	\$294,685.44	\$437,956.13
TOT. ACT. CIRCULANTE	\$161,834.36	\$294,685.44	\$437,956.13
FIJO			
Maq. Y equipo	\$52,340.50	\$52,340.50	\$52,340.50
Dep. acum. maq. Y equipo	(\$10,468.00)	(\$20,936.00)	(\$31,404.00)
Mob. Y equipo	\$9,417.00	\$9,417.00	\$9,417.00
Dep. acum. mob. Y equipo	(\$941.70)	(\$1,883.40)	(\$2,825.10)
TOT. ACT. FIJO	\$50,347.80	\$38,938.10	\$27,528.40
DIFERIDO			
Gastos preoperativos	\$677.00	\$677.00	\$677.00
Gastos de instalación	\$8,300.00	\$8,300.00	\$8,300.00
Amort. Acum. Gtos. Instalación	(\$415.00)	(\$830.00)	(\$1,245.00)
Publicidad y papelería	\$5,500.00	\$5,500.00	\$5,500.00
Suministros	\$3,534.00	\$3,534.00	\$3,534.00
TOT. ACT. DIFERIDO	\$17,596.00	\$17,181.00	\$16,766.00
TOTAL ACTIVO	\$229,778.16	\$350,804.54	\$482,250.52
CAPITAL CONTABLE			
Capital social	\$120,000.00	\$120,000.00	\$120,000.00
Utilidad de Ejercicios Anteriores	\$0.00	\$109,778.16	\$230,804.54
Resultado del Ejercicio	\$109,778.16	\$121,026.38	\$131,445.98
TOTAL CAPITAL CONTABLE	\$229,778.16	\$350,804.54	\$482,250.52

EVALUACIÓN ECONÓMICA

EVALUACIÓN ECONÓMICA

OBJETIVO

Para poder llegar a este punto ya sabemos que existe un mercado potencial atractivo, además ya conoce cuál es el lugar óptimo para la localización del proyecto, ya se establecieron los costos con los que operará y se habrá calculado la inversión necesaria; pero esto no nos determina si ésta inversión será económicamente rentable.

Para comprobar la rentabilidad económica del proyecto realizaremos un análisis general por medio de técnica de evaluación económica y financiera, lo cual nos ayudará a saber si la cafetería cuenta con una solvencia adecuada en el presente, que permita una estabilidad en el futuro y nos proporcione una seguridad que nos permita llevar a cabo el proyecto.

TASA MÍNIMA ACEPTABLE DE RENDIMIENTO (TMAR)

Cuando se invierte dinero, lo atractivo es que el poder adquisitivo de la inversión tenga un crecimiento real; es decir, que exista un rendimiento que haga crecer el dinero a pesar de los efectos de la inflación.

La TMAR nos ayudará a conocer si existe un rendimiento, ya que para calcularla necesitamos conocer la inflación para los próximos 3 años y la prima de riesgo, establecida en el estudio de mercado que es el porcentaje de las persona que no estuvieron de acuerdo en asistir a la cafetería.

FÓRMULA:

$$\text{TMAR} = i + f + if$$

Donde:

i = Premio al riesgo (2%)

f = Inflación (8.91%)

Sustitución:

$$\text{TMAR} = 2\% + 8.91\% + (2\%)(8.91\%)$$

$$\text{TMAR} = 11.09\%$$

VALOR PRESENTE NETO (VPN)

Es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial¹⁸.

FÓRMULA:

$$\text{VPN} = -P + \frac{\text{FNE}_1}{(1+i)^1} + \frac{\text{FNE}_2}{(1+i)^2} + \frac{\text{FNE}_3}{(1+i)^3}$$

¹⁸ Gabriel Baca Urbina, "Evaluación de proyectos", Ed. Mc GraW Hill, México, 1995, p. 181

Donde:

P = Inversión inicial

FNE= Flujos netos de efectivos de los próximos 3 años.

i = TMAR

Sustitución:

$$VPN = -120,000 + \frac{161834.36}{(1+0.1109)} + \frac{294685.44}{(1+0.1109)^2} + \frac{437956.12}{(1+0.1109)^3}$$

$$(1+0.1109) + (1+0.1109)^2 + (1+0.1109)^3$$

$$VPN = -120,000 + 145,678.60 + 238785.71 + 319466.13$$

$$VPN = 583,930.44$$

Si el $VPN \geq 0$ se acepta la inversión, por lo tanto el proyecto de la cafetería debe ser aceptado.

TASA INTERNA DE RENDIMIENTO (TIR)

Es la tasa de descuento que hace que el VPN sea igual a cero, ya que es la tasa que iguala la suma de Flujos de Efectivo descontados a la inversión inicial¹⁹.

FÓRMULA:

$$\text{Inversión inicial} = \frac{U}{(1+i)^n}$$

Despejar i :

$$i = U / I - 1$$

Donde:

U = utilidad después de impuestos (109778.16)

I = Inversión inicial (120,000)

Sustituir:

$$i = 109778.16 / 120000 - 1$$

$$i = 91.48\%$$

Por lo tanto, podemos decir que la cafetería estará bien económicamente ya que la TIR es mayor que la TMAR.

¹⁹ Gabriel Baca Urbina, "Evaluación de proyectos", Ed. Mc GraW Hill, México, 1995, p. 183

RAZONES FINANCIERAS**1. RAZONES DE RENTABILIDAD**

$$\text{a) Tasa de margen de beneficio} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas netas}}$$

	2001	2002	2003
Utilidad neta	109778.16	121026.38	131445.98
Ventas netas	483653.00	526746.48	573679.59
RESULTADO	22.69%	22.97%	22.91%

Para los próximos 3 años las utilidades irán en aumento, lo cual es favorable para la cafetería.

$$\text{b) Rendimiento de la Inversión} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Activo total}}$$

	2001	2002	2003
Utilidad neta	109778.16	121026.38	131445.98
Activo total	229778.16	350804.54	482250.52
RESULTADO	47.78%	34.50%	27.26%

Los activos de la empresa aumentan cada año por lo tanto el porcentaje va a disminuir de igual manera.

$$c) \text{ Rendimiento del capital social} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Capital social}}$$

	2001	2002	2003
Utilidad neta	109778.16	121026.38	131445.98
Capital social	120000	120000	120000
RESULTADO	91.48%	100.85%	109.54%

Para el primer año se logra obtener una utilidad del 91.48% y como se observa en la tabla el incremento en el rendimiento sobre el capital social aumenta, por lo tanto esto beneficia a la empresa.

2. RAZONES DE ACTIVIDAD

$$a) \text{ Rotación de activo total} = \frac{\text{Ventas}}{\text{Capital Contable}}$$

	2001	2002	2003
Ventas	483653.00	526746.48	573679.59
Activo total	229778.16	350804.54	482250.52
RESULTADO	2.10 veces	1.50 veces	1.19 veces

En base a las ventas, la productividad de la empresa es correcta, desde el punto de vista que el capital contable se reproduce 2.10 veces a partir del primer año.

3. RAZONES DE SOLVENCIA

En este proyecto no se consideran las razones de solvencia, ya que la empresa cubre con todos los gastos que se generan.

CONCLUSIÓN ESTUDIO ECONÓMICO Y EVALUACIÓN ECONÓMICA

En el estudio económico dimos a conocer la programación del proyecto para su puesta en marcha.

Conocimos el punto de equilibrio de ventas mensuales, para que la empresa sea rentable, por lo que concluimos que sí se logra el objetivo según los presupuestos establecidos.

Mediante el Estado de Resultados pudimos comprobar que las utilidades de la empresa se irán incrementando; esto hace que le proyecto sea atractivo y cumpla el objetivo del mismo.

Por medio de la evaluación económica del proyecto comprobamos la rentabilidad que tiene la cafetería a través de técnicas de evaluaciones económicas como la Tasa Interna de Retorno (TIR) del 91.48% y la Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR) del 11.09% que es menor, esto nos demuestra que la empresa estará bien económicamente.

También comprobamos la rentabilidad por medio de la Razones Financieras, que nos permite comparar con los Estados de Resultados y Balances Generales de los próximos 3 años que efectuamos en el Estudio Económico.

CONCLUSIONES GENERALES

CONCLUSIONES GENERALES

Una vez que se han realizado los diferentes estudios, podemos concluir que el proyecto cumple con el objetivo principal del mismo que es conocer si es rentable establecer una cafetería en la Zona Norte de la Ciudad de Puebla, ya que el capital inicial con el que contamos es suficiente para poderlo invertir en el mobiliario, instalaciones y equipo necesarios para instalar la cafetería, y podemos solventar todos los gastos que nos permita la puesta en marcha.

Además existe una demanda que estaría dispuesta a consumir el servicio que ofrecemos en base a sus gustos y preferencias.

Es importante recalcar que según los presupuestos realizados para los próximos 3 años, las utilidades serán alcanzadas desde el primer año de funcionamiento del negocio.

Para llevar a cabo un proyecto con éxito debemos llevar un control de los recursos con que contamos, es por ello que la gerencia que maneje el negocio debe estar familiarizado con esta rama del negocio y con todos los aspectos que comprende para el buen funcionamiento de la empresa.

Por lo tanto el Proyecto de Inversión de una cafetería en la Zona Norte de la Ciudad de Puebla es rentable y puede ser una ayuda para llevar a cabo el negocio.

BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA

Baca Urbina, Gabriel (1995)
EVALUACIÓN DE PROYECTOS
3ª. Edición
México: Ed. Mc Graw Hill
339 p.

Calvo Langarica, César (1996)
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE ESTADOS FINANCIEROS
10ª. Edición.
México: Ed. PAC, S.A. de C.V.
436 p.

Charles J. Dirksen, Arthur Kroeger (1985)
PRINCIPIOS Y PROBLEMAS DE LA PUBLICIDAD
5ª. Edición
México: Cía. Editorial Continental, S. A. de C. V.
646 p.

Fernando Ramos Martín, Antonio González Puga (1981)
ADMINISTRACIÓN DE ALIMENTOS Y BEBIDAS
1ª. Edición
México: Cía. Editorial Continental, S.A. de C.V.

Gamboa, Benjamín (1992)
CULTURA GASTRONÓMICA
1ª. Edición
México: Ed. Diana
284 p.

Lara Flores, Elías (1999)
PRIMER CURSO DE CONTABILIDAD
16ª. Edición.
México: Ed. Trillas
347 p.

Laura Fisher de la Vega, Alma Navarro Vega (1990)
INTRODUCCIÓN A LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS
2ª. Edición
México: Ed. Mc Graw Hill
181 p.

Lilicrap, D. R. (1991)
SERVICIO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS
México: Ed. Diana
261 p.

M. Weiers, Ronald (1986)
INVESTIGACIÓN DE MERCADOS
1a. Edición
México: Ed. Prentice Hall
540 p.

Martínez Lazcano, Jorge (1991)
DIRECCIÓN DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN HOTELES
México: Ed. Limusa
291 p.

Nassir Sapag Chain, Reinaldo Sapag Chain (1989)
PREPARACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS
2ª. Edición
México: Ed. Mc Graw Hill
390 p.

Reay, Julia (1997)
RESTAUNTERÍA BÁSICA
México: Ed. Trillas
253 p.

Reynoso Ron, Javier (1994)
TRATADO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS 1
2ª. Edición
México: Ed. Limusa
250 p.

ANEXOS

TABLA 8.10. Tabla prontuario para la determinación de una muestra obtenida de un universo finito Seguridad del 95.5% (2 Sigma)
Tamaño de la muestra según margen de error de las muestras

$$2S = \sqrt{\frac{4xPqQ(N-n)}{n(N-1)}}$$

$$n = \frac{Npq}{e^2(N+1)Pq}$$

Tamaño de población	10/90				20/80				30/70				40/60				50/50			
	1%	3%	5%	10%	1%	3%	5%	10%	1%	3%	5%	10%	1%	3%	5%	10%	1%	3%	5%	10%
30	30	28	25	17	30	29	27	21	30	29	28	22	30	29	28	23	30	29	28	23
75	73	63	50	25	74	68	58	35	74	69	61	40	74	70	63	42	74	70	63	43
100	97	80	59	27	98	88	72	39	99	90	77	48	99	92	80	49	99	92	80	50
150	144	109	74	29	147	124	95	45	147	129	104	54	148	132	108	59	148	138	109	50
200	190	134	94	31	194	158	113	49	195	165	126	59	196	169	132	65	196	170	134	57
250	234	154	92	32	241	185	127	51	243	197	144	63	244	203	152	70	244	204	154	72
300	277	172	98	32	287	211	138	53	290	227	159	66	291	234	169	73	291	235	172	75
400	360	200	106	33	377	258	158	55	382	288	183	70	384	291	196	78	385	294	200	80
500	439	222	112	34	464	294	179	57	472	326	201	72	475	344	217	81	478	348	222	83
1,000	783	286	125	35	865	418	204	61	894	483	259	78	906	516	278	88	909	527	286	91
1,500	1,059	316	131	35	1,215	483	219	61	1,273	574	272	80	1,297	544	306	90	1,304	554	316	94
2,000	1,286	333	134	35	1,524	525	227	62	1,616	637	288	81	1,655	574	322	92	1,667	577	333	95
2,500	1,476	345	136	36	1,798	554	232	62	1,927	680	296	81	1,984	748	333	92	2,006	754	345	96
3,000	1,637	353	137	36	2,043	575	236	63	2,211	712	302	82	2,286	787	341	93	2,308	811	353	97
4,000	1,895	364	139	36	2,462	604	241	63	2,710	757	310	82	2,824	842	350	94	2,857	870	364	98
5,000	2,093	370	140	36	2,807	623	244	63	3,135	787	316	83	3,288	879	357	94	3,334	905	370	98
10,000	2,647	385	142	36	3,903	664	250	64	4,565	854	325	83	4,898	954	370	95	5,000	1,000	385	99
50,000	3,358	397	144	36	5,674	701	255	64	7,192	916	334	84	8,054	1,044	381	96	8,333	1,067	397	100
100,000	3,475	398	144	36	6,015	706	255	64	7,749	925	335	84	8,759	1,055	383	96	8,981	1,070	398	100

LA MUESTRA DENTRO DE LAS FASES CONDICIONALES

CUESTIONARIO

Por medio del siguiente cuestionario pretendemos realizar una investigación para saber si es factible instalar una cafetería en esta zona.

Ocupación: _____ Sexo: _____

Edad: _____

1. ¿Qué cafetería conoce en esta zona?

The Italian Coffee Café Plaza California Otro _____

2. ¿Cuál es su preferido?

The Italian Coffee Café Plaza California Otro _____

3. ¿Qué es lo que busca cuando visita estos lugares?

Precios accesibles Servicio rápido Calidad Tranquilidad

4. En general, ¿Cómo considera los precios en estos lugares?

Baratos Aceptables Justos Altos

5. ¿Con qué frecuencia sale a tomar café?

Diario 1 vez x semana C/ 15 días Cada mes Otro _____

6. ¿Qué tipo de café prefiere?

Capuchino Express Americano Otro _____

7. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un café?

\$ 7 - \$10 \$ 10 - \$ 15 \$ 15 - \$ 20 \$ 20 - \$ 25

8. ¿A qué hora prefiere salir a tomar su café?

8 hrs - 12 hrs. 13 hrs. - 19 hrs. 20 hrs. - 24 hrs.

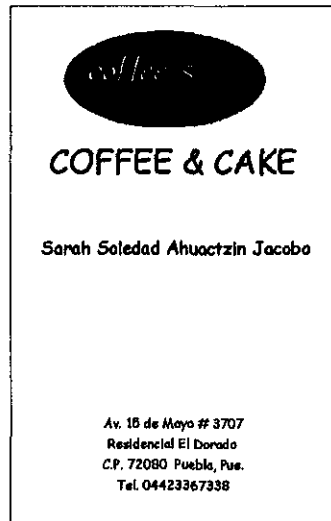
9. ¿Le gustaría escuchar música mientras toma su café?

Si No


10. ¿Le gustaría que hubiera otra opción de cafetería en esta zona?

Si No

GRACIAS



Tarjetas de presentación

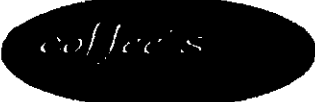


coffee's

COFFEE & CAKE

Café americano	\$9.00
Café express	\$10.00
Café capuchino	\$12.50
Capuchino frío	\$14.00
Licuados	\$12.00
* Fresa, Chocolate, Plátano	
Rebanada de pastel	\$11.00
Baguette de carnes frías	\$16.00
Club sandwich	\$14.00
Papas a la francesa	\$10.00
Limonada	\$11.00
Refrescos	\$8.00
Flotante	\$13.00

Menú



COFFEE & CAKE

Av. 15 de Mayo # 3707 Residencial El Dorado
C.P. 72080 Puebla, Pue. Tel. 04423367338

Nombre: _____

Dirección: _____

Ciudad: _____ C.P.: _____


Teléfono: _____

R.F.C.: _____

Cantidad	DESCRIPCION	IMPORTE
REGISTRO DE HACIENDA	SUB-TOTAL I.V.A. TOTAL	

FOLIO: _____

Factura

SELLO DEL RELOJ FRANQUEADOR	 <p>SAT Servicio de Administración Tributaria REVENIDA (IMPUESTOS Y DERECHOS)</p>	CURP		
<p>SOLICITUD DE CÉDULA DE IDENTIFICACIÓN FISCAL CON CLAVE ÚNICA DE REGISTRO DE POBLACIÓN (EXCEPTO ASALARIADOS Y ASIMILADOS)</p>		<p>1 REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES</p> <p>1.1 CLAVE ÚNICA DE REGISTRO DE POBLACIÓN</p>		
<p>2 MARCAR CON 'X' LA SITUACIÓN EN QUE SE ENCUENTRA</p> <p><input type="checkbox"/> SI CUENTA CON RFC Y CURP ASIGNADA POR EL REGISTRO NACIONAL DE POBLACIÓN, DEBERÁ REQUISITAR LOS CAMPOS 1, 1.1 Y 3, ACOMPAÑANDO: - ORIGINAL DE LA CONSTANCIA CURP EXPEDIDA POR EL REGISTRO NACIONAL DE POBLACIÓN, LA CUAL LE SERÁ DEVUELTA DE INMEDIATO. - ORIGINAL DE LA CÉDULA DE IDENTIFICACIÓN FISCAL, MISMA QUE LE SERÁ CANJEADA POR LA CÉDULA QUE CONTENGALA CURP.</p> <p><input type="checkbox"/> SI NO CUENTA CON CURP NI RFC, DEBERÁ REQUISITAR LOS CAMPOS 3 Y 4, ACOMPAÑANDO: - DOCUMENTO PROBATORIO CORRESPONDIENTE.</p> <p><input type="checkbox"/> SI YA TIENE ASIGNADA CLAVE DE RFC Y NO CUENTA CON CURP, DEBERÁ REQUISITAR LOS CAMPOS 1, 3 Y 4, ACOMPAÑANDO: - DOCUMENTO PROBATORIO CORRESPONDIENTE - ORIGINAL DE LA CÉDULA DE IDENTIFICACIÓN FISCAL, MISMA QUE LE SERÁ CANJEADA POR LA CÉDULA QUE CONTENGALA CURP.</p>				
3 DATOS DEL CONTRIBUYENTE				
<p>APELLIDO PATERNO <input style="width: 600px;" type="text"/></p> <p>APELLIDO MATERNO <input style="width: 600px;" type="text"/></p> <p>NOMBRE(S) <input style="width: 600px;" type="text"/></p> <p>MARQUE CON "X" SI ES: HOMBRE <input type="checkbox"/> MUJER <input type="checkbox"/></p> <p>FECHA DE NACIMIENTO: AÑO <input style="width: 40px;" type="text"/> MES <input style="width: 40px;" type="text"/> DÍA <input style="width: 40px;" type="text"/></p>				
4 DOCUMENTO PROBATORIO				
<p>PARA OBTENER LA CURP, ES NECESARIO QUE CON ESTA SOLICITUD ENTREGUE COPIA CERTIFICADA DEL DOCUMENTO PROBATORIO, EN LA RELACIÓN QUE APARECE A CONTINUACIÓN MARQUE CON "X" EL DOCUMENTO QUE PROPORCIONA E INDIQUE LOS DATOS QUE SE SOLICITAN.</p> <table style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 50%; vertical-align: top;"> <p>PERSONAS DE NACIONALIDAD MEXICANA POR NACIMIENTO</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> 4.1 ACTA DE NACIMIENTO INSCRITA ANTES DE 1982: <input type="checkbox"/></p> <p>ENTIDAD FEDERATIVA DONDE NACIÓ: <input style="width: 200px;" type="text"/></p> <p>LUGAR DONDE FUE REGISTRADO: <input style="width: 200px;" type="text"/></p> <p>ENTIDAD FEDERATIVA: <input style="width: 200px;" type="text"/></p> <p>MUNICIPIO: <input style="width: 200px;" type="text"/></p> <p>AÑO DE REGISTRO: <input style="width: 60px;" type="text"/></p> <p>NÚMERO DE LIBRO EN QUE SE ENCUENTRA ASENTADA EL ACTA: <input style="width: 60px;" type="text"/></p> <p>NÚMERO DE ACTA DE NACIMIENTO O FOJA: <input style="width: 60px;" type="text"/></p> <p><input type="checkbox"/> 4.2 ACTA DE NACIMIENTO INSCRITA A PARTIR DE 1982: <input type="checkbox"/></p> <p>CLAVE DE REGISTRO E IDENTIFICACIÓN PERSONAL (CRIP): <input style="width: 100px;" type="text"/></p> </td> <td style="width: 50%; vertical-align: top;"> <p>PERSONAS DE NACIONALIDAD EXTRANJERA RESIDENTES EN EL PAÍS</p> <p><input type="checkbox"/> 4.3 DOCUMENTO MIGRATORIO: <input type="checkbox"/></p> <p>NÚMERO DEL REGISTRO NACIONAL DE EXTRANJEROS O EL NÚMERO DE EXPEDIENTE DEL DOCUMENTO: <input style="width: 100px;" type="text"/></p> <p>NACIONALIDAD: <input style="width: 100px;" type="text"/></p> <p>PERSONAS DE NACIONALIDAD MEXICANA POR NATURALIZACIÓN</p> <p><input type="checkbox"/> 4.4 CARTA DE NATURALIZACIÓN: <input type="checkbox"/></p> <p>AÑO DE EXPEDICIÓN: <input style="width: 60px;" type="text"/></p> <p>NÚMERO DE FOLIO DE LA CARTA: <input style="width: 60px;" type="text"/></p> </td> </tr> </table>			<p>PERSONAS DE NACIONALIDAD MEXICANA POR NACIMIENTO</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> 4.1 ACTA DE NACIMIENTO INSCRITA ANTES DE 1982: <input type="checkbox"/></p> <p>ENTIDAD FEDERATIVA DONDE NACIÓ: <input style="width: 200px;" type="text"/></p> <p>LUGAR DONDE FUE REGISTRADO: <input style="width: 200px;" type="text"/></p> <p>ENTIDAD FEDERATIVA: <input style="width: 200px;" type="text"/></p> <p>MUNICIPIO: <input style="width: 200px;" type="text"/></p> <p>AÑO DE REGISTRO: <input style="width: 60px;" type="text"/></p> <p>NÚMERO DE LIBRO EN QUE SE ENCUENTRA ASENTADA EL ACTA: <input style="width: 60px;" type="text"/></p> <p>NÚMERO DE ACTA DE NACIMIENTO O FOJA: <input style="width: 60px;" type="text"/></p> <p><input type="checkbox"/> 4.2 ACTA DE NACIMIENTO INSCRITA A PARTIR DE 1982: <input type="checkbox"/></p> <p>CLAVE DE REGISTRO E IDENTIFICACIÓN PERSONAL (CRIP): <input style="width: 100px;" type="text"/></p>	<p>PERSONAS DE NACIONALIDAD EXTRANJERA RESIDENTES EN EL PAÍS</p> <p><input type="checkbox"/> 4.3 DOCUMENTO MIGRATORIO: <input type="checkbox"/></p> <p>NÚMERO DEL REGISTRO NACIONAL DE EXTRANJEROS O EL NÚMERO DE EXPEDIENTE DEL DOCUMENTO: <input style="width: 100px;" type="text"/></p> <p>NACIONALIDAD: <input style="width: 100px;" type="text"/></p> <p>PERSONAS DE NACIONALIDAD MEXICANA POR NATURALIZACIÓN</p> <p><input type="checkbox"/> 4.4 CARTA DE NATURALIZACIÓN: <input type="checkbox"/></p> <p>AÑO DE EXPEDICIÓN: <input style="width: 60px;" type="text"/></p> <p>NÚMERO DE FOLIO DE LA CARTA: <input style="width: 60px;" type="text"/></p>
<p>PERSONAS DE NACIONALIDAD MEXICANA POR NACIMIENTO</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> 4.1 ACTA DE NACIMIENTO INSCRITA ANTES DE 1982: <input type="checkbox"/></p> <p>ENTIDAD FEDERATIVA DONDE NACIÓ: <input style="width: 200px;" type="text"/></p> <p>LUGAR DONDE FUE REGISTRADO: <input style="width: 200px;" type="text"/></p> <p>ENTIDAD FEDERATIVA: <input style="width: 200px;" type="text"/></p> <p>MUNICIPIO: <input style="width: 200px;" type="text"/></p> <p>AÑO DE REGISTRO: <input style="width: 60px;" type="text"/></p> <p>NÚMERO DE LIBRO EN QUE SE ENCUENTRA ASENTADA EL ACTA: <input style="width: 60px;" type="text"/></p> <p>NÚMERO DE ACTA DE NACIMIENTO O FOJA: <input style="width: 60px;" type="text"/></p> <p><input type="checkbox"/> 4.2 ACTA DE NACIMIENTO INSCRITA A PARTIR DE 1982: <input type="checkbox"/></p> <p>CLAVE DE REGISTRO E IDENTIFICACIÓN PERSONAL (CRIP): <input style="width: 100px;" type="text"/></p>	<p>PERSONAS DE NACIONALIDAD EXTRANJERA RESIDENTES EN EL PAÍS</p> <p><input type="checkbox"/> 4.3 DOCUMENTO MIGRATORIO: <input type="checkbox"/></p> <p>NÚMERO DEL REGISTRO NACIONAL DE EXTRANJEROS O EL NÚMERO DE EXPEDIENTE DEL DOCUMENTO: <input style="width: 100px;" type="text"/></p> <p>NACIONALIDAD: <input style="width: 100px;" type="text"/></p> <p>PERSONAS DE NACIONALIDAD MEXICANA POR NATURALIZACIÓN</p> <p><input type="checkbox"/> 4.4 CARTA DE NATURALIZACIÓN: <input type="checkbox"/></p> <p>AÑO DE EXPEDICIÓN: <input style="width: 60px;" type="text"/></p> <p>NÚMERO DE FOLIO DE LA CARTA: <input style="width: 60px;" type="text"/></p>			
5 DATOS DEL REPRESENTANTE LEGAL	<p>CLAVE ÚNICA DE REGISTRO DE POBLACIÓN <input style="width: 150px;" type="text"/></p> <p>REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES <input style="width: 150px;" type="text"/></p> <p>APELLIDO PATERNO <input style="width: 150px;" type="text"/></p> <p>APELLIDO MATERNO <input style="width: 150px;" type="text"/></p> <p>NOMBRE(S) <input style="width: 150px;" type="text"/></p>	<p>DECLARO BAJO PROTESTA DE DECIR VERDAD QUE LOS DATOS CONTENIDOS EN ESTA SOLICITUD SON CIERTOS</p> <div style="border: 1px dashed black; height: 80px; width: 100%;"></div> <p>FIRMA DEL INTERESADO O REPRESENTANTE LEGAL</p>		

SE PRESENTA POR DUPLICADO

ESTE DOCUMENTO DEBE SER PRESENTADO EN UN SOLO EJEMPLAR ORIGINAL Y UN EJEMPLAR COPIA EN LA OFICINA DE REGISTRO Y CLASIFICACIÓN DE LA SECRETARÍA DE ECONOMÍA, EN EL PASEO DE LA CALLE DE LOS DOCTORES 1000, C.P. 06030, MÉXICO, D.F. TELÉFONO: 5623 1111 FAX: 5623 1111

**ANEXOS
FORMULARIO DE REGISTRO**

A. 8R-1

ANTES DE INICIAR EL LLENADO, LEA
LAS INSTRUCCIONES DEL REVERSO.

ADMINISTRACION LOCAL DE RECAUDACION

2 REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES

INDICAR CON "X"

PERSONA FISICA

PERSONA MORAL

SI EL TRAMITE ES:

NORMAL

COMPLEMENTARIO

DATOS GENERALES DEL CONTRIBUYENTE

3 APELLIDO PATERNO, MATERNO Y NOMBRE(S), O DENOMINACION O RAZON SOCIAL

4 DOMICILIO FISCAL O DOMICILIO DEL ESTABLECIMIENTO:

CALLE

No. Y/O LETRA EXTERIOR

No. Y/O LETRA INTERIOR

COLONIA

TELEFONO

REFERENCIA

ENTRE LAS CALLES DE Y DE

MUNICIPIO O DELEGACION EN EL D.F.

CODIGO POSTAL

LOCALIDAD

ENTIDAD FEDERATIVA

5

SOLICITUD DE INSCRIPCION

FECHA DE NACIMIENTO
O FECHA DE FIRMA DE LA ESCRITURA O
DOCUMENTO CONSTITUTIVO

AÑO MES DIA

FECHA DE INICIO DE OPERACIONES

AÑO MES DIA

ACTIVIDAD PREPONDERANTE (DESCRIBA)

OBLIGACIONES FISCALES (CLAVE)

6 EN CASO DE ESTAR OBLIGADO EN EL REGIMEN SIMPLIFICADO A PRESENTAR RELACION DE BIENES Y DEUDAS, INDIQUE MONTO DE:

BIENES

DEUDAS

CAPITAL DE
APORTACION

7

CAMBIO DE SITUACION FISCAL

OBLIGACIONES FISCALES (CLAVE)

MARQUE CON UNA "X" EL TIPO DE MOVIMIENTO

AÑO

MES

DIA

AUMENTO

1

AUMENTO Y/O
DISMINUCION DE OBLIGACIONES FISCALES

DISMINUCION

2

ASALARIADOS QUE AUMENTAN
OBLIGACIONES POR OTRAS ACTIVIDADES

AUMENTO

3

CAMBIO DE DOMICILIO FISCAL

CANCELACION EN EL REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES

4

APERTURA DE ESTABLECIMIENTOS
O LOCALES

11

LIQUIDACION TOTAL DEL ACTIVO

5

CIERRE DE ESTABLECIMIENTOS
O LOCALES

12

LIQUIDACION DE LA SUCESION

6

SUSPENSION DE ACTIVIDADES

13

DEFUNCION

7

CAMBIO DE DENOMINACION
O RAZON SOCIAL

14

FUSION DE SOCIEDADES

8

REANUDACION DE ACTIVIDADES

15

ESCISION TOTAL DE SOCIEDADES

9

INICIO DE LIQUIDACION

16

PERSONAS MORALES NO CONTRIBUYENTES
(QUE NO ENTRAN EN LIQUIDACION)

10

APERTURA DE SUCESION

FECHA DE CANCELACION

AÑO MES DIA

8

SERVICIOS

1 ETIQUETAS CON
CODIGO DE BARRAS 2

3 CEDULA DE IDENTIFICACION
FISCAL (EXPLICACION)

4 CEDULA DE IDENTIFICACION
FISCAL (REEXPLICACION)

5 CONSTANCIA DE
INSCRIPCION (R.F.C.)

SOLICITUD DE COPIAS
DE DECLARACIONES

PATERNO

MATERNO

NOMBRE(S)

REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES

FIRMA DEL CONTRIBUYENTE, REPRESENTANTE LEGAL O
LIQUIDADOR

9 DATOS DEL REPRESENTANTE LEGAL
O LIQUIDADOR
APELLIDOS

SE PRESENTA POR DUPLICADO

INSTRUCCIONES GENERALES

- Esta forma será llenada a máquina o con letra de molde, a tinta negra, con baligravo y las letras no deberán invadir los límites de los recuadros.
- En caso de que ésta sea llenada a mano, utilice números y letras mayúsculas como las siguientes:
- Se podrá utilizar un formulario para varios tipos de trámites.
- En caso de cambio de situación fiscal, invariablemente deberá anotar el tipo de movimiento, la fecha y la(s) clave(s) de obligación fiscal(es); en el renglón correspondiente, según sea el caso.
- En cambio de domicilio fiscal, se deberá presentar el aviso correspondiente ante el módulo de atención fiscal o de recepción de trámites fiscales que corresponda a la nueva ubicación del domicilio fiscal.
- Deberán asentarse los datos correspondientes al trámite a efectuar, como se indican en el recuadro siguiente, recordándose que todos los datos requeridos son obligatorios. Se previene que en caso de error u omisión se aplicarán las sanciones establecidas en el Código Fiscal de la Federación:

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M
	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z
TRÁMITES A EFECTUAR													
SOLICITUD DE INSCRIPCIÓN													
CAMBIO DE SITUACIÓN FISCAL													
SERVICIOS													

RECUADRO A UTILIZAR

SOLO UTILIZARÁ ESTE RECUADRO, CUANDO ESTE OBLIGADO A PRESENTAR LA DECLARACIÓN DE INGRESOS Y DEUDAS EN EL RÉGIMEN SIMPLIFICADO.

INSTRUCCIONES ESPECÍFICAS

- 1 El contribuyente deberá anotar el número de la C.R.H. que identifica a la oficina Federal de Hacienda, correspondiente a su domicilio fiscal. En inscripciones se llenará en blanco.
- 2 Enseguida de los recuadros correspondientes a "Registro Federal de Contribuyentes", recuadro número 2 de la cédula del formulario, deberá marcar con "X" si se trata de Físico o Físico o Persona Moral a indicar de igual forma si el trámite a realizar es normal o complementario.
- 3 Para solicitud de inscripción, las personas físicas deberán anotar su nombre y fecha de nacimiento; tal y como aparece en el acta respectiva; las personas morales anotarán la denominación o razón social y la fecha de firma de la escritura o documento constitutivo, tal y como aparece en el mismo.
- 4 Para cambio de situación fiscal, deberá anotar nombre, denominación o razón social y registro federal de contribuyentes, tal y como aparece en la constancia de inscripción o cédula de identificación fiscal.
- 5 Anotar domicilio fiscal en caso del aviso de inscripción, tratándose del aviso de apertura o cierre de un establecimiento o local se consignará la ubicación del mismo. En los casos de suspensión o cancelación del R.F.C. anotar el domicilio donde se conservará la documentación fiscal. Se deberá describir con la mayor precisión la ubicación de cada domicilio. En caso de dificultarse la descripción se utilizará el renglón marcado "referencia", anotando elementos materiales más cercanos a su domicilio que permitan identificar su ubicación.
- 6 Marque con una "X" el tipo de servicio seleccionado según sea el caso. Para solicitud de cédula de identificación fiscal (reinscripción), constancia de inscripción y copias de declaraciones, se anexará copia sellada por el banco, de la forma SHCP-5 del pago de derechos.
- 7 Si se trata de persona física deberá estar firmado por ésta, o en su caso, por el representante legal o albacea. Tratándose de persona moral, deberá llevar el nombre del representante legal o liquidador, su clave del registro federal de contribuyentes y su firma.
- 8 Las personas físicas que en el recuadro 7 marquen el número 2 "Anularé las obligaciones por otras actividades", deberán adjuntar copia certificada del acta de nacimiento.

Con el formulario deberá adjuntarse el documento que acredite el movimiento en los siguientes casos:

Personas Físicas:	SOLICITUD DE INSCRIPCIÓN Acta de nacimiento (copia certificada) o Cédula o Pasaporte (copia certificada)
Personas Morales:	Documento constitutivo (copia certificada)
Cambio de denominación o razón social:	Documento notarial (copia)
Inicio de liquidación:	Documento notarial (copia)
Apertura de Sucesión:	Documento en el que el representante acepta el cargo (copia)
Liquidación total del activo:	CANCELACIÓN EN EL R.F.C. 1. Declaración final de liquidación (copia) 2. Documento notarial (copia) 3. Última declaración del ejercicio (copia)
Liquidación de la Sucesión:	Documento que acredite al albacea (copia)
Defunción:	Acto de defunción (copia)
Fusión de Sociedades:	1. Documento Notarial (copia) 2. Última declaración del ejercicio (copia)
Extinción total de Sociedades:	1. Documento Notarial (copia) 2. Última declaración del ejercicio (copia)
Personas morales no contribuyentes (que no están en liquidación):	Última declaración del ejercicio (cuando estén obligados)

- 9 En la clave 119 (otros ingresos) quedan incluidos los autores que tributan conforme al régimen simplificado.
- 10 Anotar la fecha de nacimiento o firma de la escritura o fecha del documento constitutivo, así como la fecha de inicio de operaciones según corresponda. Se considera para efectos fiscales "inicio de Operaciones" la fecha que se anote, salvo prueba en contrario.
- 11 Describir la actividad preponderante, indicando la(s) clave(s) de obligación fiscal(es), según se trate y conforme al cuadro siguiente:

OBLIGACIONES FISCALES

CLAVE	OBLIGACIÓN	PERSONAS MORALES	PERSONAS FÍSICAS Y MORALES SECTOR AGRICOLA GANADERO	PERSONAS FÍSICAS Y MORALES SECTOR ALIMENTARIO	PERSONAS FÍSICAS Y MORALES SECTOR COMERCIO AL POR MENOR
101	SOCIEDADES MERCANTILES	840	PERSONAS FÍSICAS Y MORALES SECTOR AGRICOLA GANADERO	101	PERSONAS FÍSICAS Y MORALES SECTOR ALIMENTARIO
102	SOCIEDADES MERCANTILES CON ACTIVIDAD EMPRESARIAL	840	PERSONAS FÍSICAS Y MORALES SECTOR AGRICOLA GANADERO	102	PERSONAS FÍSICAS Y MORALES SECTOR ALIMENTARIO
103	SOCIEDADES Y ASOCIACIONES EMPRES	840	PERSONAS FÍSICAS Y MORALES SECTOR AGRICOLA GANADERO	103	PERSONAS FÍSICAS Y MORALES SECTOR ALIMENTARIO
104	SOCIEDADES COOPERATIVAS DE PRODUCCIÓN	840	PERSONAS FÍSICAS Y MORALES SECTOR AGRICOLA GANADERO	104	PERSONAS FÍSICAS Y MORALES SECTOR ALIMENTARIO
105	SOCIEDADES DE INVERSIÓN	840	PERSONAS FÍSICAS Y MORALES SECTOR AGRICOLA GANADERO	105	PERSONAS FÍSICAS Y MORALES SECTOR ALIMENTARIO
106	PERSONAS MORALES NO CONTRIBUYENTES	840	PERSONAS FÍSICAS Y MORALES SECTOR AGRICOLA GANADERO	106	PERSONAS FÍSICAS Y MORALES SECTOR ALIMENTARIO
107	ASOCIACIONES BENEFICAS	840	PERSONAS FÍSICAS Y MORALES SECTOR AGRICOLA GANADERO	107	PERSONAS FÍSICAS Y MORALES SECTOR ALIMENTARIO
108	RÉGIMEN SIMPLIFICADO	840	PERSONAS FÍSICAS Y MORALES SECTOR AGRICOLA GANADERO	108	PERSONAS FÍSICAS Y MORALES SECTOR ALIMENTARIO
109	CONTROLDORA	840	PERSONAS FÍSICAS Y MORALES SECTOR AGRICOLA GANADERO	109	PERSONAS FÍSICAS Y MORALES SECTOR ALIMENTARIO
110	INSTRUMENTOS DE CRÉDITO Y ENTIDADES FINANCIERAS	840	PERSONAS FÍSICAS Y MORALES SECTOR AGRICOLA GANADERO	110	PERSONAS FÍSICAS Y MORALES SECTOR ALIMENTARIO
111	PROCURADORA	840	PERSONAS FÍSICAS Y MORALES SECTOR AGRICOLA GANADERO	111	PERSONAS FÍSICAS Y MORALES SECTOR ALIMENTARIO
112	ASOCIADO	840	PERSONAS FÍSICAS Y MORALES SECTOR AGRICOLA GANADERO	112	PERSONAS FÍSICAS Y MORALES SECTOR ALIMENTARIO
113	PERSONAS FÍSICAS CON ACTIVIDADES EMPRESARIALES	840	PERSONAS FÍSICAS Y MORALES SECTOR AGRICOLA GANADERO	113	PERSONAS FÍSICAS Y MORALES SECTOR ALIMENTARIO
114	CONTINUENTE REGIMEN GENERAL DE LEY	840	PERSONAS FÍSICAS Y MORALES SECTOR AGRICOLA GANADERO	114	PERSONAS FÍSICAS Y MORALES SECTOR ALIMENTARIO
115	CONTINUENTE MENOR	840	PERSONAS FÍSICAS Y MORALES SECTOR AGRICOLA GANADERO	115	PERSONAS FÍSICAS Y MORALES SECTOR ALIMENTARIO
116	RÉGIMEN SIMPLIFICADO	840	PERSONAS FÍSICAS Y MORALES SECTOR AGRICOLA GANADERO	116	PERSONAS FÍSICAS Y MORALES SECTOR ALIMENTARIO
117	RÉGIMEN RECLAMACIÓN POR TERCEROS	840	PERSONAS FÍSICAS Y MORALES SECTOR AGRICOLA GANADERO	117	PERSONAS FÍSICAS Y MORALES SECTOR ALIMENTARIO
118	RÉGIMEN DE PROTECCIÓN PARA ORGANIZACIÓN DE OBLIGACIONES	840	PERSONAS FÍSICAS Y MORALES SECTOR AGRICOLA GANADERO	118	PERSONAS FÍSICAS Y MORALES SECTOR ALIMENTARIO
119	ASOCIACIÓN EN PARTICIPACIÓN	840	PERSONAS FÍSICAS Y MORALES SECTOR AGRICOLA GANADERO	119	PERSONAS FÍSICAS Y MORALES SECTOR ALIMENTARIO
120	ASOCIANTE	840	PERSONAS FÍSICAS Y MORALES SECTOR AGRICOLA GANADERO	120	PERSONAS FÍSICAS Y MORALES SECTOR ALIMENTARIO
121	ASOCIADO	840	PERSONAS FÍSICAS Y MORALES SECTOR AGRICOLA GANADERO	121	PERSONAS FÍSICAS Y MORALES SECTOR ALIMENTARIO
122	REPRESENTANTE COMUN	840	PERSONAS FÍSICAS Y MORALES SECTOR AGRICOLA GANADERO	122	PERSONAS FÍSICAS Y MORALES SECTOR ALIMENTARIO
123	REPRESENTADO	840	PERSONAS FÍSICAS Y MORALES SECTOR AGRICOLA GANADERO	123	PERSONAS FÍSICAS Y MORALES SECTOR ALIMENTARIO
124	PERSONAS FÍSICAS CON OTRAS ACTIVIDADES	840	PERSONAS FÍSICAS Y MORALES SECTOR AGRICOLA GANADERO	124	PERSONAS FÍSICAS Y MORALES SECTOR ALIMENTARIO
125	HONORARIOS Y EN GENERAL POR LA PRESTACIÓN DE UN SERVICIO PERSONAL INDEPENDIENTE	840	PERSONAS FÍSICAS Y MORALES SECTOR AGRICOLA GANADERO	125	PERSONAS FÍSICAS Y MORALES SECTOR ALIMENTARIO
126	HONORARIOS POR INGRESOS ESPECÍFICOS	840	PERSONAS FÍSICAS Y MORALES SECTOR AGRICOLA GANADERO	126	PERSONAS FÍSICAS Y MORALES SECTOR ALIMENTARIO
127	HONORARIOS (RÉGIMEN SALARIO)	840	PERSONAS FÍSICAS Y MORALES SECTOR AGRICOLA GANADERO	127	PERSONAS FÍSICAS Y MORALES SECTOR ALIMENTARIO
128	APRENDIZAJE (PRELACION ANUAL LABORAL)	840	PERSONAS FÍSICAS Y MORALES SECTOR AGRICOLA GANADERO	128	PERSONAS FÍSICAS Y MORALES SECTOR ALIMENTARIO
129	APRENDIZAJE (PRELACIONES MENSUALES Y ANUAL)	840	PERSONAS FÍSICAS Y MORALES SECTOR AGRICOLA GANADERO	129	PERSONAS FÍSICAS Y MORALES SECTOR ALIMENTARIO
130	OTROS INGRESOS	840	PERSONAS FÍSICAS Y MORALES SECTOR AGRICOLA GANADERO	130	PERSONAS FÍSICAS Y MORALES SECTOR ALIMENTARIO
131	COMERCIALIZACIÓN (ACTIVIDAD EMPRESARIAL) (RÉGIMEN SALARIO)	840	PERSONAS FÍSICAS Y MORALES SECTOR AGRICOLA GANADERO	131	PERSONAS FÍSICAS Y MORALES SECTOR ALIMENTARIO
132	REPRESENTANTE COMUN	840	PERSONAS FÍSICAS Y MORALES SECTOR AGRICOLA GANADERO	132	PERSONAS FÍSICAS Y MORALES SECTOR ALIMENTARIO
133	REPRESENTADO	840	PERSONAS FÍSICAS Y MORALES SECTOR AGRICOLA GANADERO	133	PERSONAS FÍSICAS Y MORALES SECTOR ALIMENTARIO



IMPRESOR AUTORIZADO POR LA SHCP PARA IMPRIMIR FORMAS FISCALES # 322-A-B-1111 AUT. GS-0230
D.R. LINEA 127 COL. DOCTORES MEXICO D.F. C.P. 06720 TEL. 578 59-55 CON 15 LINEAS FAX. 508-12-76

H. AYUNTAMIENTO DE PUEBLA TESORERIA MUNICIPAL		NUMERO DE REGISTRO		FOLIO	
SOLICITUD DE EMPADRONAMIENTO				A N ^o 81392	
C. TESORERO MUNICIPAL: En cumplimiento a lo dispuesto en la ley de Ingresos en vigor para el municipio de Puebla de Zaragoza, y para los Efectos de Empadronamiento manifestamos bajo protesta de decir la verdad lo siguiente.					
PARA USO DEL CAUSANTE (MAQUINA DE ESCRIBIR)			PARA USO DE LA TESORERIA		
CVE. COLONIA		CLAVE GIRO			
DOMICILIO COMERCIAL		CALLE	P.C.	NUMERO	O LETRA
NOMBRE DEL PROPIETARIO		OFICIAL INTERIOR			
Apellido paterno, materno y nombre (s) ó razón social					
NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO					
ACTIVIDAD O GIRO					
LICENCIA DEL FUNCIONAMIENTO (CONDICIONES)					
CATEGORIA DEL ESTABLECIMIENTO			SUPERFICIE EN M ²		
UNICO <input type="radio"/> MATRIZ <input type="radio"/> SUCURSAL <input type="radio"/>					
ANOTE EN ORDEN DECRECIENTE DE IMPORTANCIA LOS CINCO PRINCIPALES PRODUCTOS O SERVICIOS QUE OFRECE					
ESPECIFICAR TIPO DE COMERCIO		ESPECIFICAR TIPO DE INDUSTRIA		ESPECIFICAR TIPO DE PRESENTACION DE SERVICIOS	
CVE COLONIA	DOMICILIO PARTICULAR	CALLE	P.C.	NUMERO O LETRA	COLONIA
				OFICIAL INTERIOR	
INICIACION DE OPERACIONES		REGISTRO FEDERAL DE CAUSANTES			
DIA	MES	AÑO			
ESCRITURA CONSTITUTIVA		AUTORIZACION PRESIDENCIA MUNICIPAL		No. telefónico particular	
FECHA DE PRESENTACION			No. telefónico para dejar recados		
DIA	MES	AÑO		FIRMA DEL CONTRIBUYENTE	
PARA USO DE LA TESORERIA MUNICIPAL					
SELLO Y FIRMA		IMPORTE			
USO DE SUELO				JEFE DE LA OFICINA DE EMPADRONAMIENTO	

REQUISITOS PARA EL TRAMITE DE USO DE SUELO

PRESENTAR FORMATO

**COMPROBANTE DOMICILIARIO
CONTRATO DE ARRENDAMIENTO
(NOTARIO O INSCRITO EN EL REGISTRO
PUBLICO O BOLETA PREDIAL
CROQUIS DE LOCALIZACION
FOTOGRAFIAS INTERIOR Y EXTERIOR**

NOTA:

PARA PODER DICTAMINAR SU SOLICITUD DEBERA PRESENTAR LOS REQUISITOS MENCIONADOS, Y DE SER NECESARIO SE PEDIRAN ALGUNOS OTROS.

PARA TRAMITAR LA LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO DEBERA PRESENTAR LOS SIGUIENTES REQUISITOS:

- *DICTAMEN Y RECIBO (COMPATIBLE) DE USO DE SUELO ORIGINAL Y COPIA.**
- *ALTA DE HACIENDA ORIGINAL Y COPIA (LEGIBLE).**
- *IDENTIFICACION DEL CONTRIBUYENTE O REPRESENTANTE LEGAL (IFE)
EN CASO DE PERSONA MORAL (ORIGINAL Y COPIA).**
- *ACTA CONSTITUTIVA EN CASO DE PERSONA MORAL (COPIA LEGIBLE).**
- *PODER NOTARIAL, EN CASO DE QUE EL REPRESENTANTE LEGAL NO SE ENCUENTRE
NOMBRADO EN EL ACTA CONSTITUTIVA COMO TAL (COPIA).**



AVISO DE APERTURA O FUNCIONAMIENTO

DE LLENAR EL FORMATO LEA CUIDADOSAMENTE EL INSTRUCTIVO

DATOS DEL PROPIETARIO O RAZÓN SOCIAL

NOMBRE DE LA PERSONA FÍSICA O MORAL PROPIETARIA DEL ESTABLECIMIENTO		RFC
DOMICILIO		
CALLE Y NUMERO	COLONIA	
ENTIDAD FEDERATIVA	DELEGACIÓN O MUNICIPIO	LOCALIDAD
CÓDIGO POSTAL	TELÉFONO	FAX

DATOS DEL ESTABLECIMIENTO

NOMBRE O RAZÓN SOCIAL DEL ESTABLECIMIENTO		RFC
DOMICILIO		
CALLE Y NUMERO	COLONIA	
ENTIDAD FEDERATIVA	DELEGACIÓN O MUNICIPIO	LOCALIDAD
CÓDIGO POSTAL	TELÉFONO	FAX
ENTRE QUE CALLE Y QUE CALLE	CROQUIS DE LOCALIZACIÓN	
FECHA DE INICIO DE LABORES		

DATOS DE LAS ACTIVIDADES DEL ESTABLECIMIENTO

MARQUE CON UNA "X" EL (LOS) GIRO(S) DEL ESTABLECIMIENTO							
ALIMENTOS	BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS	BEBIDAS ALCOHÓLICAS	TABACO	ASEO Y LIMPIEZA	PERFUMERÍA Y BELLEZA	MATERIAS PRIMAS	ADITIVOS
()	()	()	()	()	()	()	()
CLAVE DE GIRO	DESCRIBA LA ACTIVIDAD DEL ESTABLECIMIENTO						

BAJO PROTESTA DE DECIR VERDAD

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

INSTITUTO MEXICANO DEL SEGURO SOCIAL

SERVICIOS DE AFILIACION-VIGENCIA DE DERECHOS
AVISO DE INSCRIPCION PATRONAL
 O DE
MODIFICACION EN SU REGISTRO

INSTITUTO DEL FONDO NACIONAL DE LA
 VIVIENDA PARA LOS TRABAJADORES

AFIL-01

EXCLUSIVO I.M.S.S.		
TIPO DE	CLAVE MUNICIPIO	
MOV	CAUSA	ARGUMENTO

NUMERO DE REGISTRO PATRONAL	
10 DIGITOS	DIG VER.
REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES	

LLENARSE A MAQUINA O LETRA DE MOLDE

NOMBRE, DENOMINACION, RAZON SOCIAL DEL PATRON O SUJETO OBLIGADO						EXCLUSIVO IMSS		
<small>EN CASO DE PERSONA FISICA (NOMBRE-SI)</small> <small>APELLIDO PATERNO</small> <small>APELLIDO MATERNO</small> ACTIVIDAD O GIRO DE LA EMPRESA						FECHA Y HORA DE RECEPCION DE ESTE AVISO EN EL I.M.S.S.		
EXCLUSIVO I.M.S.S. EN SEGUROS ESPECIALES			FECHA DE LA CAUSA DEL AVISO					
CLASE DE RIESGO MANIFESTADA POR EL PATRON	FRACCION	PRIMA	MES	FORMA PAGO	S S F IDENTIF CONVENIO	DA (2 DIGITOS)	MES (2 DIGITOS)	ANO (4 DIGITOS)
DOMICILIO DEL PATRON								
<small>CALLE Y O MANZANA</small>			<small>MUNICIPIO</small>			<small>COLONIA Y O POBLACION</small>		
<small>MUNICIPIO</small>			<small>ENTIDAD</small>			<small>C.P.</small>		
MARQUE CON UNA "X" LA CAUSA DE PRESENTACION DE ESTE AVISO								
<input type="checkbox"/> A	ALTA PATRONAL	<input type="checkbox"/> B	REANUDACION ACTIVIDADES	<input type="checkbox"/> C	CAMBIO DOMICILIO O CIRCUNSCRIPCION	<input type="checkbox"/> D	CAMBIO NOMBRE O RAZON SOCIAL	
<input type="checkbox"/> E	SUSTITUCION PATRONAL	<input type="checkbox"/> F	DUPUCIDAD	<input type="checkbox"/> G	BAJA	<input type="checkbox"/> H	HUELGA	<input type="checkbox"/> INICIO <input type="checkbox"/> TERMINO <input type="checkbox"/> LEGAL <input type="checkbox"/> INEXISTENTE
IMPORTANTE: LEA LAS INSTRUCCIONES AL REVERSO						DELEGACION		SUBDELEGACION

NOMBRE Y FIRMA DEL PATRON, SUJETO OBLIGADO O SU REPRESENTANTE LEGAL (ANOTAR CARGO)

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

LA REPRODUCCION NO AUTORIZADA DE ESTE COMPROBANTE CONSTITUYE UN DELITO EN LOS TERMINOS DE LAS DISPOSICIONES FISCALES

40074

ANEXOS

EXCLUSIVO IMSS: PARA LAS CAUSAS A, B, D, Y E ANOTE LOS DATOS DEL ACTA CONSTITUTIVA O DE OTROS DOCUMENTOS AFINES

Nº DE NOTARÍA

Nº DE ACTA

Nº DE LIBRO

Nº DE FOJA

INFORMACION ADICIONAL

REG. PUBLICO DE LA PROPIEDAD Y COMERCIO

LUGAR Y FECHA DE CONSTITUCION

INSTRUCCIONES PARA EL PATRON

LLENESE A MAQUINA O LETRA DE MOLDE

CAUSA A ALTA	PRESENTE LOS AVISOS DE INSCRIPCION DE TODOS SUS TRABAJADORES
CAUSA B REANUDACION ACTIVIDADES	ANOTE LOS DATOS REGISTRADOS ANTERIORMENTE EN EL IMSS PRESENTANDO ADEMAS LOS AVISOS DE INSCRIPCION DE SUS TRABAJADORES NOMBRE DENOMINACION RAZON SOCIAL DEL PATRON O SUJETO DELIGADO / NUMERO DE REGISTRO PATRONAL
CAUSA C CAMB. DE DOM. O CIRCUNSCRIPCION	ANOTE EL DOMICILIO ANTERIOR: ▼ EN CAMBIOS DE CIRCUNSCRIPCION PRESENTE EN LA NUEVA CIRCUNSCRIPCION LOS AVISOS CONFORME CAUSA "A" (EXCEPTO D F) CALLE / NUMERO / COLONIA O POBLACION / MUNICIPIO / ENTIDAD / C.P.
CAUSA D CAMBIO NOMBRE O RAZON	ANOTE EL NOMBRE, DENOMINACION O RAZON SOCIAL ANTERIOR
CAUSA E SUSTITUCION PATRONAL	ANOTE NOMBRE Y NUMERO DEL REGISTRO DEL PATRON SUSTITUIDO (SOLICITE INFORMACION ADICIONAL) NOMBRE DENOMINACION, RAZON SOCIAL DEL PATRON O SUJETO DELIGADO / NUMERO DE REGISTRO PATRONAL / D V
CAUSA F DUPLICIDAD	ANOTE LOS Nos. DE REGISTRO PATRONAL APLICADOS Y SOLICITE INFORMACION ADICIONAL. REGISTRO 1 / D V / REGISTRO 2 / D V
CAUSA G BAJA	ANOTE EL MOTIVO DE LA BAJA: NOTA: * EN CASO DE QUE LA BAJA CORRESPONDA A UNO DE LOS CENTROS DE TRABAJO O FILIALES DE UNA EMPRESA, CONTROLADOS POR UN MISMO REGISTRO PATRONAL, PRESENTE UNICAMENTE LOS AVISOS DE BAJA DE LOS TRABAJADORES AFILIADOS A ESE CENTRO O FILIAL
CAUSA H HUELGA	LAS EMPRESAS EN ESTADO DE HUELGA NO PRESENTAN AVISOS DE BAJA, SOLO DEBEN INFORMAR LOS NOMBRES Y NUMEROS DE SEGURIDAD SOCIAL DE LOS TRABAJADORES QUE NO ESTAN EN HUELGA.

NOTA:

- PARA LAS CAUSAS A, B, D, Y E ANOTE COPIA DEL ACTA CONSTITUTIVA O DE OTROS DOCUMENTOS AFINES, ORIGINALMENTE PROTOCOLIZADA Y COPIA DEL REGISTRO EN LA FERIA O OTRA DEPENDENCIA QUE AUTORIZA EL EJERCICIO ADMINISTRATIVO DE LA FERIA EN LA FORMA DE INSCRIPCION DE LAS EMPRESAS EN EL SEGURO DE BIENEFICIOS DE TRABAJO (ESTA ÚLTIMA EXCEPTO EN LA CAUSA "D").
- PARA LA CAUSA C ADJUNTE COPIA DEL AVISO DE CAMBIO DE DOMICILIO EN SU REG.

INSTITUTO MEXICANO DEL SEGURO SOCIAL

SERVICIOS DE AFILIACION-VIGENCIA DE DERECHOS

AVISO DE INSCRIPCION DEL TRABAJADOR

**INSTITUTO DEL FONDO NACIONAL DE LA VIVIENDA
PARA LOS TRABAJADORES**

AFIL-02

NUMERO DE REGISTRO PATRONAL
16 DIGITOS

I.M.S.S.
CLAVE DE ARGUMENTO

TIPO DE CONTRATACION DEL TRABAJADOR
PERMANENTE 1
EVENTUAL 2
EVENTUAL CONST. 3

NUMERO DE SEGURIDAD SOCIAL DEL TRABAJADOR
10 DIGITOS
CLAVE UNICA DE REGISTRO DE POBLACION
10 DIGITOS

NOMBRE COMPLETO DEL TRABAJADOR (SIN ABRÉVIATURAS)
APELLIDO PATERNO APELLIDO MATERNO NOMBRES

SALARIO BASE DE COTIZACION S TIPO DE SALARIO FIJO 0 VARIABLE 1 MIXTO 2

EXCLUSIVO IMSS

FECHA DE INGRESO AL TRABAJO MASC. FEM. EN CASO DE JORNADA O SEMANA REDUCIDA ANOTAR LOS DIAS QUE LABORA O EL HORARIO OCUPACION DEL TRABAJADOR

FECHA Y HORA DE RECEPCION DE ESTE AVISO EN EL IMSS

SEXO 1 2 LUGAR DE NACIMIENTO (ESTADO) FECHA DE NACIMIENTO

U. M. F.

NOMBRE DEL PADRE (AUN FINADO) NOMBRE DE LA MADRE (AUN FINADA)

DOMICILIO DEL TRABAJADOR CALLE Y O MANZANA NUMERO COLONIA Y O POBLACION

MUNICIPIO ENTIDAD C.P.

NOMBRE, DENOMINACION, RAZON SOCIAL DEL PATRON O SUJETO OBLIGADO

UBICACION DEL CENTRO DE TRABAJO CALLE Y O MANZANA NUMERO COLONIA Y O POBLACION

MUNICIPIO ENTIDAD C.P.

EXTEMPORANEO 1

FIRMA DEL PATRON, SUJETO OBLIGADO O SU REPRESENTANTE LEGAL

FIRMA O HUELLA DEL TRABAJADOR

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

CAPTURA / AVISO ORIGINALES

CONSERVE ESTE DOCUMENTO PARA CUALQUIER ACLARACION.

G415679

TEL. 578-5955

B07-20268-10-B LLENESE A MAQUINA O LETRA DE MOLDE

ANEXOS

IMPORTANTE PARA EL PATRON

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

IMPORTANTE PARA EL TRABAJADOR

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

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

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

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

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

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

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

COSTOS DE LA MATERIA PRIMA POR PRODUCTO

Café americano

<u>INGREDIENTES</u>	<u>CANT. EN GR. Y ML.</u>	<u>PRECIO UNIT</u>	<u>COSTO</u>
1 Tz. Agua	270 ml	\$15 - 19 lts	\$0.21
1 Cuch. Café molido	10 gr	\$52 kg	\$0.52
1 Cuch. Azúcar	10 gr	\$4.9 kg	\$0.05
COSTO TOTAL M.P.			\$0.78

Café Express

<u>INGREDIENTES</u>	<u>CANT. EN GR. Y ML.</u>	<u>PRECIO UNIT</u>	<u>COSTO</u>
1 Tz. Agua	100 ml	\$15 - 19 lts	\$0.08
2 Cuch. Café molido	20 gr	\$52 kg	\$1.04
1/2 cuch. Azúcar	5 gr	\$4.9 kg	\$0.02
COSTO TOTAL M.P.			\$1.14

Café capuchino

<u>INGREDIENTES</u>	<u>CANT. EN GR. Y ML.</u>	<u>PRECIO UNIT</u>	<u>COSTO</u>
1/2 Tz. Agua	120 ml	\$15 - 19 lts	\$0.10
1 Cuch. Café molido	10 gr	\$52 kg	\$0.52
1 cuch. Azúcar	10 gr	\$4.9 kg	\$0.05
1/2 tz. Leche condensada	120 ml	\$24 lt	\$2.88
1 Pizca de canela	2 gr	\$36kg	\$0.07
COSTO TOTAL M.P.			\$3.62

Café capuchino frío

<u>INGREDIENTES</u>	<u>CANT. EN GR. Y ML.</u>	<u>PRECIO UNIT</u>	<u>COSTO</u>
1/2 Tz. Agua	110 ml	\$15 - 19 lts	\$0.09
1 Cuch. Café molido	10 gr	\$52 kg	\$0.52
1 cuch. Azúcar	10 gr	\$4.9 kg	\$0.05
1/2 tz. Leche condensada	110 ml	\$24 lt	\$2.64
Crema batida	70 ml	\$10.50 lt	\$0.74
COSTO TOTAL M.P.			\$4.04

LICUADOS**Plátano**

<u>INGREDIENTES</u>	<u>CANT. EN GR. Y ML.</u>	<u>PRECIO UNIT</u>	<u>COSTO</u>
1 Vaso leche	340 ml	\$7.10 lt	\$2.41
2 Cuch. Azúcar	20 gr	\$4.9 kg	\$0.10
1 Plátano	125 gr	\$4.00 kg	\$0.50
		COSTO TOTAL M.P.	\$3.01

Fresa

<u>INGREDIENTES</u>	<u>CANT. EN GR. Y ML.</u>	<u>PRECIO UNIT</u>	<u>COSTO</u>
1 Vaso leche	340 ml	\$7.10 lt	\$2.41
1 cuch. Azúcar	10 gr	\$4.9 kg	\$0.05
5 fresas	35 gr	\$13.00 kg	\$0.46
		COSTO TOTAL M.P.	\$2.92

Chocolate

<u>INGREDIENTES</u>	<u>CANT. EN GR. Y ML.</u>	<u>PRECIO UNIT</u>	<u>COSTO</u>
1 Vaso leche	340 ml	\$7.10 lt	\$2.41
1 Cuch. Azúcar	10 gr	\$4.9 kg	\$0.05
2 Cuch. Chocolate	20 gr	\$20 kg	\$0.40
1/2 cuch. Vainilla	5 gr	\$22 lt	\$0.11
		COSTO TOTAL M.P.	\$2.97

Club sandwich

<u>INGREDIENTES</u>	<u>CANT. EN GR. Y ML.</u>	<u>PRECIO UNIT</u>	<u>COSTO</u>
3 reb. Pan de caja	90 gr	\$7.71 800 gr	\$0.87
1 cuch. Mayonesa	20 gr	\$30 kg	\$0.60
1 reb. Jamón	35 gr	\$36 kg	\$1.26
1 reb. Queso	30 gr	\$27 kg	\$0.81
Pollo	30 gr	\$20 kg	\$0.60
1 hoja lechuga	15 gr	\$3.93 kg	\$0.06
2 reb. Jitomate	5 gr	\$6 kg	\$0.03
Chile en vinagre	10 gr	\$10.50 kg	\$0.11
Cebolla	3 gr	\$9 kg	\$0.03
		COSTO TOTAL M.P.	\$4.37

Baguette

<u>INGREDIENTES</u>	<u>CANT. EN GR. Y ML.</u>	<u>PRECIO UNIT</u>	<u>COSTO</u>
1 pz. Pan	-	\$0.90 pz	\$0.90
Lechuga	30 gr	\$3.93 kg	\$0.12
1 cuch. Mayonesa	20 gr	\$30 kg	\$0.60
2 reb. Jamón	30 gr	\$36 kg	\$2.10
Chile en vinagre	10 gr	\$10.50 kg	\$0.11
2 cuch. Aderezo	10 ml	\$44 lt	\$0.44
2 reb. salami	30 gr	\$25 kg	\$0.75
Aguacate	20 gr	\$9 kg	\$0.18
COSTO TOTAL M.P.			\$4.18

Papas a la francesa

<u>INGREDIENTES</u>	<u>CANT. EN GR. Y ML.</u>	<u>PRECIO UNIT</u>	<u>COSTO</u>
Papas a la francesa	250 gr	\$10 kg	\$2.50
COSTO TOTAL M.P.			\$2.50

Flotante

<u>INGREDIENTES</u>	<u>CANT. EN GR. Y ML.</u>	<u>PRECIO UNIT</u>	<u>COSTO</u>
1 bola de nieve de limón	50 gr	\$22 kg	\$1.12
1 Refresco	-	\$3.00 bot.	\$3.00
COSTO TOTAL M.P.			\$4.12

Limonada

<u>INGREDIENTES</u>	<u>CANT. EN GR. Y ML.</u>	<u>PRECIO UNIT</u>	<u>COSTO</u>
2 cuch. Jarabe natural	20 ml	\$11 lt	\$0.22
1 Agua mineral	-	\$3.00 bot.	\$3.00
1 Limón	50 gr	\$4.50 kg	\$0.23
COSTO TOTAL M.P.			\$3.45

Rebanada de pastel

<u>INGREDIENTES</u>	<u>CANT. EN GR. Y ML.</u>	<u>PRECIO UNIT</u>	<u>COSTO</u>
1 Reb. Pastel	-	\$60.00 - 10 rebanadas	\$6.00
COSTO TOTAL M.P.			\$6.00