



**UNIVERSIDAD AUTONOMA DEL ESTADO DE MEXICO**  
**CENTRO UNIVERSITARIO UAEM TEXCOCO**

**“PLAN DE NEGOCIOS DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA VENTA DE  
COMIDA RAPIDA”**

**TESIS PROFESIONAL PARA OBTENER EL TITULO DE:**

**LICENCIADA EN ADMINISTRACION**

**PRESENTA:**

**VANESSA GOMEZ GARCIA**

**VERONICA SANCHEZ VILLEGAS**

Texcoco, México a 14 de mayo de 2014

M. EN C. JUAN MANUEL MUÑOZ ARAUJO  
SUBDIRECTOR ACADEMICO DEL  
CENTRO UNIVERSITARIO UAEM TEXCOCO.  
PRESENTE:

**COPIA**

AT'N M. EN P. P. ANTONIO INOUE CERVANTES  
RESPONSABLE DEL DEPARTAMENTO DE TITULACION

Con base a las revisiones efectuadas al trabajo escrito titulado "Plan de negocios para una microempresa dedicada a la venta de comida rápida" que para obtener el título de licenciado en administración presentan las sustentantes Vanessa Gómez García y Verónica Sánchez Villegas con número de cuenta 0720982 y 0721005 respectivamente, se concluye que cumple con los requisitos teórico - metodológicos por lo que se le otorga el voto aprobatorio para su sustentación, pudiendo continuar con la etapa de digitalización del trabajo escrito.

ATENTAMENTE



M. EN F. GUADALUPE LIZETH ARCE CHAVEZ

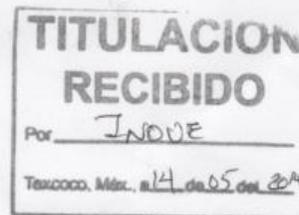


M. EN A. FRANCISCO JAVIER RUIZ  
GUZMAN



M. EN F. ROSA MARIA CONTRERAS MURILLO

C.C.P. VANESSA GOMEZ GARCIA Y VERONICA SANCHEZ VILLEGAS  
C.C.P. M. EN F. ROSA MARIA CONTRERAS MURILLO  
C.C.P. M. EN P.P. ANTONIO INOUE CERVANTES



## **AGRADECIMIENTOS**

Hoy damos gracias a dios

Por estar con nosotras, habernos acompañado y guiado a lo largo de nuestra carrera, por fortalecer nuestros corazones e iluminar nuestra mente y por habernos puesto en el camino a nuestros esposos que han sido el soporte y compañía durante todo este periodo de estudio.

Agradecemos hoy y siempre a nuestros padres por el esfuerzo realizado por el apoyo a nuestros estudios, de ser así no hubiese sido posible estar hoy aquí. Les agradecemos por la fortaleza necesaria para seguir adelante y sobre todo por la excelente educación que hemos y que seguimos recibiendo, estos agradecimientos no nos alcanzarían para decirles cuan orgullosas estamos de cada uno de ustedes, pues nosotras somos el reflejo de todo el trabajo que han venido haciendo durante sus vidas.

Hoy solo podemos decirles gracias y demostrarles que su apoyo incondicional no fue en vano pues hoy les dejamos los frutos cosechados.

Nunca nos cansaremos de decirles gracias así como tampoco de decirles cuanto los queremos.

También les agradecemos especialmente a los profesores:

M. en Fin. Rosa María Contreras Murillo

M. en Fin. Guadalupe Llizeth Arce Chávez

M. en A. Francisco Javier Ruiz Guzmán

Por la colaboración, paciencia, apoyo y sobre todo por esa gran amistad que se nos brinda y nos siguen brindando, por escucharnos y aconsejarnos.

**MUCHAS GRACIAS A TODOS!!!!**

# INDICE

## Contenido

NATURALEZA DEL PROYECTO.....	8
JUSTIFICACION .....	8
DELIMITACION DEL PROBLEMA .....	9
FORMULACIÓN DEL PROBLEMA .....	10
OBJETIVOS:.....	10
GENERAL .....	10
ESPECIFICOS .....	10
HIPOTESIS.....	10
ANTECEDENTES DE LA EMPRESA .....	11
MARCO TEORICO.....	12
METODOLOGIA .....	15
CAPITULADO .....	16
CAPITULO 1 DIAGNOSTICO DE LA EMPRESA.....	18
1.1 JUSTIFICACION .....	18
1.2 NOMBRE DE LA EMPRESA .....	18
1.2.1 RAZONES DE USO DEL NOMBRE DE LA EMPRESA .....	18
1.2.2 LOGOTIPO DE LA EMPRESA.....	18
1.2.3 ESLOGAN .....	18
1.3 DESCRIPCION DE LA EMPRESA.....	19
1.3.1 TIPO .....	19
1.3.2 UBICACIÓN Y TAMAÑO DE LA EMPRESA .....	19
1.4 FILOSOFIA DE LA EMPRESA .....	20
1.4.1 OBJETIVOS DE LA EMPRESA .....	20

1.5 VENTAJAS COMPETITIVAS:.....	21
1.5.1 DISTINGOS COMPETITIVOS .....	21
1.6 PRODUCTOS Y/O SERVICIO DE LA EMPRESA.....	21
1.7 APOYOS BASICOS PARA LA EMPRESA .....	21
CAPITULO 2 MERCADOTECNIA .....	22
2.1 OBJETIVOS DE LA MERCADOTECNIA.....	22
2.2 INVESTIGACION DEL MERCADO .....	22
2.2.1 TAMAÑO DEL MERCADO .....	22
2.2.2 CONSUMO APARENTE.....	23
2.2.3 DEMANDA POTENCIAL.....	23
2.2.4 PARTICIPACION DE LA COMPETENCIA EN EL MERCADO .....	24
2.3 OBJETIVO DEL ESTUDIO DE MERCADO .....	24
2.3.1 DISEÑO DE LA ENCUESTA.....	25
2.3.2 APLICACIÓN DE LA ENCUESTA .....	26
2.3.3 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO REALIZADO.....	26
2.4 DISTRIBUCION Y PUNTOS DE VENTA.....	26
2.5 FIJACION Y POLITICAS DE PRECIO .....	27
2.5.1 COSTOS VARIABLES.....	27
2.5.2 GASTOS POR SERVICIOS PUBLICOS .....	28
2.5.3 COSTOS FIJOS .....	28
2.6 RIESGOS Y OPORTUNIDADES DEL MERCADO .....	29
2.7 ORGANIGRAMA.....	30
CAPITULO 3 PRODUCCION .....	31
3.1 OBJETIVOS DEL AREA DE PRODUCCION.....	31
3.2 ESPECIFICACIONES DEL PRODUCTO O SERVICIO .....	31
3.3 DESCRIPCION DEL PROCESO DE PRODUCCION.....	32

3.4 DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROCESO.....	34
3.5 CARACTERISTICAS DE LA TECNOLOGIA.....	35
3.6 EQUIPO E INSTALACIONES.....	35
3.7 MATERIA PRIMA.....	36
3.8 CAPACIDAD INSTALADA.....	37
3.9 UBICACIÓN DE LA EMPRESA.....	37
3.10 DISEÑO Y DISTRIBUCION DEL LOCAL.....	39
3.11 MANO DE OBRA REQUERIDA.....	40
3.12 PROCEDIMIENTO DE MEJORA CONTINUA.....	40
3.13 PROGRAMA DE PRODUCCION.....	41
CAPITULO 4. ORGANIZACION.....	42
4.1 OBJETIVO DEL AREA DE ORGANIZACIÓN.....	42
4.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	42
4.3 FUNCIONES ESPECÍFICAS POR PUESTO.....	43
4.4 POLITICAS DE LA EMPRESA.....	49
4.5 CAPTACION DE PERSONAL.....	49
4.5.1 RECLUTAMIENTO.....	49
4.5.2 SELECCIÓN.....	49
4.5.3 ASPECTOS LABORALES QUE SE DEBEN CONSIDERAR.....	50
4.5.4 INDUCCION.....	50
4.5.5 PROCESO DE INDUCCION.....	50
4.6 ADMINISTRACION DE SUELDOS Y SALARIOS.....	50
4.7 EVALUACION DEL DESEMPEÑO.....	51
4.8 RELACIONES DE TRABAJO.....	52
4.9 MARCO LEGAL DE LA ORGANIZACIÓN.....	52
CAPITULO 5 FINANZAS.....	53

5.1 OBJETIVO GENERAL.....	53
5.2 SISTEMA CONTABLE DE LA EMPRESA .....	53
5.2.1 CONTABILIDAD DE LA EMPRESA .....	53
5.3 FLUJO DE EFECTIVO.....	53
5.3.1 COSTOS Y GASTOS.....	53
CAPITULO 6 CONCLUSIONES.....	55
ANEXOS .....	57
BIBLIOGRAFIA.....	69

## **NATURALEZA DEL PROYECTO**

### **JUSTIFICACION**

Gormich se dedica a la venta de comida rápida, es una microempresa ya establecida teniendo 25 años en el mercado en la cual se han presentado diversos problemas de organización porque no existe un plan de trabajo que les permita guiarse al cumplimiento de las metas. Ya que los objetivos que la empresa tiene no son alcanzables y no se encuentran bien definidos, estas fallas se han visto reflejadas en sus utilidades pues han ido disminuyendo por los desperdicios de materia prima y recurso humanos, según nos comenta el dueño de la microempresa.

Después de escuchar el problema anterior se ha decidido elaborar un plan de negocios donde se encuentren bien definidos los objetivos permitiéndonos identificar necesidades, aprovechar los recursos materiales y poder definir una estructura organizacional.

Por plan de negocio se entiende que es un documento guía para el empresario mediante el cual, se elaboran, definen y evalúan aspectos que integran la idea o proyecto del negocio. Esto sirve para el mismo empresario que busca precisar o concretar su idea y también, una vez elaborado sirve para conocer en su caso a nuevos participantes o inversionistas que pudieran participar en el negocio. También se trata de una herramienta de uso interno para el empresario, ya que le permite evaluar la viabilidad de sus ideas (Condusef).

Por ello es necesario desarrollar un plan de negocios que permita además de estandarizar, organizar y optimizar el servicio, aumentar la productividad, mejorar la rentabilidad y hacer más eficiente el control de los recursos invertidos.

## **DELIMITACION DEL PROBLEMA**

En el año de 1989 Gormich inicia sus actividades, siendo una microempresa dedica a la venta de comida rápida, su principal producto es la venta de gorditas en distintas presentaciones.

Actualmente se cuenta con 2 locales propios en Coacalco Estado de México “Plaza Jardines” y En Texcoco Estado de México “Plaza la morena “, y dentro de estas dos sucursales el dueño a observado una mala organización en cuanto a los Recursos Humanos y materiales. Lo cual provoca que no sean alcanzables los objetivos establecidos.

Pues nos comenta que no sabe cómo definir los objetivos de su empresa y poder dárselos a conocer a sus empleados.

No tiene puestos bien definidos y por consiguiente el proceso que se realiza para la preparación de los alimentos es el que ha venido aplicando desde hace 25 años. Sin darse cuenta que ya hay formas de optimizar el tiempo y hacer más eficientes los procesos de producción. Entre los trabajadores queda claro que tienen que saber todas las actividades que se realizan dentro de GORMICH pero no saben en qué área enfocarse pues todos quieren realizar las mismas actividades al mismo tiempo.

## **FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

Desarrollo del plan de negocios para mejorar la estructura organizacional de la microempresa y proporcionar mayor información detallada del manejo de los recursos

## **OBJETIVOS:**

### **GENERAL**

Elaborar el plan de negocios de la micro empresa GORMICH para hacerla más rentable y tener una mayor organización del Recursos Humanos en sus actividades a desarrollar.

### **ESPECIFICOS**

- Elaborar un diagnóstico para determinar cómo se encuentra la empresa en la actualidad
- Realizar los estudios de mercado, técnico, administrativo y financiero de la empresa GORMICH

## **HIPOTESIS**

Elaborar el plan de negocios para una microempresa dedicada a la venta de comida rápida que permita diseñar una estructura organizacional y un mejor aprovechamiento de los Recursos Humanos.

## **ANTECEDENTES DE LA EMPRESA**

GORMICH inicia siendo una microempresa contando con solo 2 trabajadores, su giro, siempre ha sido el mismo, la venta gorditas rellenas de carne o queso, debido al éxito obtenido se decide hacer más formal el negocio la primer idea que se tiene es el registro de la marca convirtiéndose en una realidad en el año de 1999.

La misión de Gormich es ofrecer sus productos con los estándares más altos de Calidad, Higiene, Precio y por supuesto el sabor casero que nos caracteriza y tener la visión de ofrecerles a más clientes nuestros productos compartiendo este gusto a través de más puntos de venta.

Los productos que Gormich ofrece son:

- **Gordita de Chicharrón.** (Carnitas Picadas)
- **Gordita de Requesón.** ( Queso suave)
- **Gordita Combinada.** (Chicharrón con Quesillo y/o Requesón con Quesillo)

Gormich tiene la necesidad de tener un plan de negocios, debido a que el microempresario es muy tradicionalista, toda la dirección de su empresa la basa principalmente en el conocimiento derivado de su experiencia acumulada rechazando cualquier ayuda que se inmiscuya en sus actividades y sin apoyarse en técnica alguna que fundamente sus decisiones de planeación o control, en especial de carácter cuantitativo.

## MARCO TEORICO

Un plan de negocio, es un documento guía para el empresario mediante el cual se elaboran definen y evalúan aspectos que integran la idea o proyecto de negocio esto sirve para el mismo empresario que busca precisar o concretar su idea y también, una vez elaborado sirve para convencer en su caso, a nuevos participantes o inversionistas que pudieran participar en el negocio. (Condusef)

Teniendo las siguiente ventaja

- Es flexible y adaptable ya que se hace de acuerdo al momento de la vida de la empresa y el tipo de negocio que valla a planificarse.
- Permite imaginar ideas, soluciones y resultados, sin embargo es más importante tener claro cómo transformarlas en realidad.
- A través de un plan de negocios se busca la forma más eficiente de llevar a cabo un proyecto
- Evalúa el desempeño que tiene un negocio en marcha para una futura fusión o venta

Un plan de negocios es la concretización de las ideas de un emprendedor, ya que marca las etapas de desarrollo de un proyecto de empresa (Existe una línea muy débil entre el pensamiento y la acción, entre los sueños y la realidad, entre intensiones y hechos, el plan de negocios permite cruzar esa línea). También es la guía básica que nos lleva a “Aterrizar las ideas” y a contestar las preguntas que todo proceso de creación conlleva.

Por otra parte el plan de negocios es de gran ayuda como elemento de medición, pues sirve de base para comparar los resultados reales y, si es necesario, tomar las medidas correctivas.

Según el Autor Alcaraz dice que el plan de Negocios contempla siete grandes áreas de suma importancia:

- Naturaleza del proyecto (Descripción de la empresa)
- El mercado del producto o servicio (Situación del mercado, precio, sistema de distribución, esquema de promoción y publicidad, plan de introducción al mercado y ventas, entre otros)
- Sistema de producción (El producto y su proceso de producción y/o prestación de servicios)
- La organización (Sistema administrativo) y el Recurso Humano en el proyecto
- El aspecto legal en el que el proyecto se ve envuelto
- Las Finanzas del proyecto
- El proceso de planeación para el arranque, desarrollo y consolidación

Se trata de un plan dinámico, cambiante, adaptable, que forzosamente se renueva con el tiempo, de acuerdo con la respuesta que el proyecto va obteniendo del medio y con los resultados arrojados de la implementación del programa de acción que el mismo plan establece

Antes de decidir hacer un plan de negocios se debe tomar en cuenta la diferencia que existe entre un plan de negocios y un proyecto de inversión, ya que ambos nos servirán para la puesta en marcha y el crecimiento de dicha empresa.

Se entiende por proyecto de inversión el conjunto de planes detallados que se presentan con el fin de aumentar la productividad de la empresa para incrementar las utilidades o la prestación de servicios, mediante el uso óptimo de fondos en un plazo razonable.

Es un plan al que se le asigna determinado monto de capital y se le proporcionan insumos de varios tipos, para producir un bien o servicio útil al ser humano.

Se puede entender como proyecto de inversión a una serie de planes que se piensa poner en marcha para dar eficiencia a alguna actividad u operación financiera, con el fin de obtener un bien o servicio en las mejores condiciones y obtener una retribución.

Un proyecto es un conjunto de actividades coordinadas e interrelacionadas que intentan cumplir con un fin específico. Por lo general, se establece un período de tiempo y un presupuesto para el cumplimiento de dicho fin, por lo que se trata de un concepto muy similar a plan o programa.

Una inversión, por otra parte, es la colocación de capital para obtener una ganancia futura. Esto quiere decir que, al invertir, se resigna un beneficio inmediato por uno improbable.

Un proyecto de inversión, por lo tanto, es una propuesta de acción que, a partir de la utilización de los recursos disponibles, considera posible obtener ganancias. Estos beneficios, que no son seguros, pueden ser conseguidos a corto, mediano o largo plazo. Todo proyecto de inversión incluye la recolección y la evaluación de los factores que influyen de manera directa en la oferta y demanda de un producto.

Tomando en cuenta las anteriores definiciones, se entiende que se necesita tener un proyecto de inversión para poder elaborar un plan de negocios, ya que el proyecto de inversión te muestra una perspectiva de la idea del negocio que se va a crear o donde se va a invertir y el plan de negocios es un documento de análisis que te permite concretar la idea y ver de forma detallada los procesos para hacer que el negocio funcione de una forma correcta.

## **METODOLOGIA**

Este estudio lo realizaremos mediante un enfoque descriptivo, en forma cuantitativa a través de la aplicación de encuestas.

El método descriptivo se enfoca en describir aquellos aspectos más característicos distintivos y particulares de estas personas situaciones o cosas, ósea, aquellas propiedades que las hacen reconocibles a los ojos de los demás, teniendo la capacidad para seleccionar las características fundamentales del objeto de estudio y descripción detallada de las partes, categorías o clases de dicho objeto.

Se aplicara una técnica mixta, esta se refiere al estudio documental y de campo se visitara a la microempresa GORMICH para conocer sus procesos de producción; así se desarrollara el estudio técnico, además de conocer todos los procesos para llevar a cabo los estudios restantes y poder desarrollar el plan de negocios; tomando como principal guía de la información documental existente, teniendo a esta como principal base de estudio

## CAPITULADO

En el desarrollo de la presente tesis se tratara como primer Capítulo el denominado Diagnostico de la empresa, donde se mencionara la esencia de Gormich lo que actualmente es. Hablaremos del mejoramiento de objetivos, la misión que persigue y se justificara el desarrollo de la empresa, tomando en cuenta las ventajas competitivas realizando una análisis.

Los indicadores financieros de uso práctico y común cumpliendo con el objetivo de ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que darán como resultado de los capítulos anteriores.

En el segundo capítulo, daremos o a conocer las especificaciones de los productos que ofrecen así como la introducción al mercado, producción, distribución y puntos de venta.

Se realizara un estudio técnico en el capitulo 3, definiendo los objetivos de la producción, cuáles serán las especificaciones del producto y por el proceso que debe pasar los insumos para su transformación, se definirá la función de producción para optimizar la materia prima disponible en la producción del bien de la cual dará como resultado información acerca de las necesidades de capital, mano de obra y recursos materiales.

Para lograr el éxito de la microempresa es necesario tener una buena estructura organizacional y así poder alcanzar los objetivos propuestos, es por eso que en capitulo 4 se realizara una evaluación del desempeño de los trabajadores, su ambiente laboral y las relaciones de trabajo definiendo sueldos y salarios.

Para tomar las mejores decisiones es necesario realizar el estudio financiero pertinente, en donde se revisaran constantemente las operaciones y salud financiera de la microempresa. Evaluando los estados financieros a través de los indicadores financieros de uso práctico y común cumpliendo con el objetivo de ordenar y sistematizar la información de carácter monetario, dando como capítulo 5.

Por ultimo daremos fin a este plan de negocios con el capítulo 6 con las conclusiones obtenidas.

# CAPITULO 1 DIAGNOSTICO DE LA EMPRESA

## 1.1 JUSTIFICACION

GORDITAS. Este producto es elaborado con ingredientes naturales que satisfacen las tendencias actuales que existen en el mercado, siendo este un platillo tipo mexicano. A su vez proporciona al consumidor la opción de adquirir este alimento en las sucursales que se encuentran dentro de las plazas comerciales, para prestarle un mejor servicio con una excelente calidad e higiene.

## 1.2 NOMBRE DE LA EMPRESA

GORMICH (GORDITAS MICHOACANAS)

### 1.2.1 RAZONES DE USO DEL NOMBRE DE LA EMPRESA

El nombre de la microempresa está compuesto por las abreviaturas de Gorditas Michoacanas ya que es un nombre original, fácil de recordar y nos permite describir el producto principal de la empresa.

### 1.2.2 LOGOTIPO DE LA EMPRESA



### 1.2.3 ESLOGAN

*“Por su sencillez, calidad, higiene y precio no somos una opción más; simplemente somos la mejor opción.”*

## **1.3 DESCRIPCION DE LA EMPRESA**

### **1.3.1 TIPO**

La microempresa es manufacturera ya que se dedica a la transformación de la materia prima en un producto que el cliente va a consumir directamente.

Es una empresa del ramo alimenticio.

### **1.3.2 UBICACIÓN Y TAMAÑO DE LA EMPRESA**

GORMICH es una microempresa ya que cuenta con 20 empleados se encuentra ubicada en el Estado de México, Municipio de Texcoco y Coacalco el cual tienen un fácil acceso para hacer llegar las materias primas y la mano de obra, pero sobre todo es factible la distribución del producto para que este llegue rápido al cliente. Las direcciones son las siguientes:

#### **TEXCOCO**

Prolongación 16 de Septiembre Barrio San pablo "Plaza la Morena" # interior 310 local 40 C.P. 6100.

#### **COACALCO**

Prados y Praderas mz mitad Lt 100 Lt 1 A B02 Col. San Pablo de las Salinas C.P. 54930

## **1.4 FILOSOFIA DE LA EMPRESA**

### **MISION**

La misión de GORMICH es ofrecer un producto mejorado de los ya existentes en el mercado dándole al consumidor la satisfacción de adquirir un producto de calidad. Lo que pretende GORMICH es satisfacer a todos los estratos sociales llegar a la gente sin límite de edad que tenga deseos de probar algo diferente; esto se lograra mediante la manufactura de una gordita

### **VISION**

Elaborar productos alimenticios, comprometiéndonos a ser una empresa productiva y plenamente humana, innovadora, competitiva y fuertemente orientada a la satisfacción de nuestros consumidores.

#### **1.4.1 OBJETIVOS DE LA EMPRESA**

**OBJETIVO A CORTO PLAZO:** Comprende un lapso de 6 meses y pensamos ganar mercado con la elaboración de un producto con características específicas que lo hagan diferente de las demás gorditas que ya existen en el mercado.

**OBJETIVO A MEDIANO PLAZO:** En el lapso de un año pensamos ampliar el mercado abrir más puntos de ventas dentro del área metropolitana para poder dar a conocer el producto a más personas.

**OBJETIVOS A LARGO PLAZO:** Comprende un lapso de 5 años en el cual se pretende permanecer en el mercado y convertir este concepto en franquicias.

## **1.5 VENTAJAS COMPETITIVAS:**

- Contiene productos de primera calidad.
- El modo de preparación es diferente para controlar el exceso de grasa

### **1.5.1 DISTINGOS COMPETITIVOS**

- El servicio que ofrece es dentro de un local comercial garantizando la calidad e higiene
- Se toman en cuenta las opiniones del cliente que se hacen llegar al dueño de la empresa por medio del buzón de quejas y/o sugerencias esto con la finalidad de mejorar el servicio.

## **1.6 PRODUCTOS Y/O SERVICIO DE LA EMPRESA**

Es una gordita elaborada de masa 100% de maíz rellena de chicharrón, requesón y combinada (chicharrón con requesón o chicharrón con quesillo).

## **1.7 APOYOS BASICOS PARA LA EMPRESA**

- **CONTADOR**

C.P. María de los Ángeles

Tel: 01595 95 41653

- **ABOGADO**

Lic. Ricardo Altamirano

Despacho Altamirano

Tel:01595 95 521 03

- **TECNICO ESPECIALISTA**

Víctor Silva

Mantenimiento de extractores y plancha Tel: 5515279304

## **CAPITULO 2 MERCADOTECNIA**

### **2.1 OBJETIVOS DE LA MERCADOTECNIA**

#### **CORTO PLAZO**

El objetivo a corto plazo de GORMICH es introducir el producto al mercado y darlo a conocer. En cuanto a distribución se hace principalmente en las sucursales de Texcoco ubicada en Plaza la Morena, y en Coacalco en plaza jardines aprovechando la afluencia de gente que acude constantemente a las tiendas departamentales

#### **MEDIANO PLAZO**

Se espera que al cabo de un año la gente haya aceptado el producto y sea de su preferencia.

#### **LARGO PLAZO**

Para un año y medio nosotros esperamos aumentar la producción buscando la posibilidad de distribuir el producto a otras partes del área metropolitana.

### **2.2 INVESTIGACION DEL MERCADO**

#### **2.2.1 TAMAÑO DEL MERCADO**

Los principales clientes de Gormich son personas de nivel socio-económico medio, ya que el producto tiene un costo bajo y accesible para cualquier persona. El mercado que se está abarcando es el siguiente.

## COACALCO

De acuerdo al INEGI esta colonia cuenta con 472,867 habitantes de los cuales 5,712 son nuestros clientes

### 2.2.2 CONSUMO APARENTE

De acuerdo con información obtenida del INEGI el 35% de los mexicanos consumen comida rápida diariamente. Suponiendo que del total de las personas de nuestro mercado, solo un 35% consuman gorditas y que de estas un 20% consuman gorditas diario, cada una con un consumo de 2 gorditas diarias en promedio, nuestro consumo aparente es de:

$$5712 * 0.35 = 1,999.2$$

$$1,999.2 * 0.20 = 399.84$$

$$399.84 * 2 = 799.6$$

El consumo aparente es de 800 gorditas diarias. Si se trabajan los 7 días de la semana y el mes tiene 4 semanas, la producción al mes es de:

$$800 * 7 * 4 = 22,400 \text{ gorditas al mes.}$$

### 2.2.3 DEMANDA POTENCIAL

La demanda potencial a corto plazo sería de 31,560 gorditas al mes. Si consideramos un crecimiento promedio del 10%, para un mediano plazo habrá una demanda potencial de 34,716 gorditas al mes y para un largo plazo con un crecimiento de un 20% habrá una demanda de 41,659 gorditas al mes en tan solo 2 años. Este crecimiento se debe a la promoción y distribución del producto.

## 2.2.4 PARTICIPACION DE LA COMPETENCIA EN EL MERCADO

PUNTOS IMPORTANTES SOBRE LA COMPETENCIA	NOMBRE DE LA COMPETENCIA No.3 GORDITAS DEL MERCADO
FUENTE DE INFORMACIÓN	GORDITAS Y QUESADILLAS
1. Ubicación	Prados y praderas san Pablo de las salinas
2. Concepto de la empresa	Venta de comida
3. Fortaleza	El lugar en el que se encuentra
4. Debilidades	Su lugar de trabajo es muy sucio
5. ¿Cómo compite en el mercado?	Venta de otro producto sustituto
6. ¿En que se diferencia de las demás?	En lo amplio de su local
7. ¿Cómo consideras su precio?	Es un promedio en el mercado
8. ¿Cómo describes la calidad de lo que ellos venden?	Su servicio es rápido, cuenta con la atención personalizada.
9. ¿Qué hacen para atender a sus clientes?	Tiene meseras
10. ¿Cómo son sus políticas de ventas?	Sus pagos son en efectivo
11. ¿Cómo describirías su reputación	El servicio es rápido y al gente lo conoce más por las carnitas que venden

## 2.3 OBJETIVO DEL ESTUDIO DE MERCADO

El objetivo del estudio de mercado es principalmente conocer la opinión de la gente en cuanto a la aceptación del producto, de igual manera nos sirve para ver las posibles deficiencias que se tienen para mejorarlas y así poder ofrecer un buen producto y servicio. Es por eso que con la preferencia y demanda del consumidor hacia el producto, sabremos si este en realidad está cumpliendo su misión y ofrece al consumidor lo que esperaba.

### 2.3.1 DISEÑO DE LA ENCUESTA

Encuesta

Folio:

Empresa de servicios

Buenos días, Estoy realizando una encuesta para saber la aceptación del producto en esta zona. La información brindada será utilizada con fines estadísticos, por lo que no le solicitaremos ningún dato personal. ¿Podría ayudarme?

Solo le quitaré dos minutos de su tiempo.

**¡Gracias!**

**1.- ¿Cada cuando consume gorditas?**

- a) Una vez por semana      b) 2 veces por semana      c) 3 veces al mes

**2.- ¿A qué hora prefiere ir a comer gorditas?**

- 1.- En la mañana      2.- A Medio Día      3.- Por la Tarde

**3.- ¿Qué le parece el sabor de las gorditas?**

- a) Malo      b) Bueno      c) Excelente

**4.- ¿Cuántas gorditas consume cuando nos visita?**

- a) 1 a 2      b) 3 a 4      c) 5 a 6

**5.- ¿Qué le parece la calidad en el servicio que se le ofrece?**

- a) Malo      b) Bueno      c) Regular

**6.- ¿El precio de las gorditas le parece?**

- a) Bueno      b) Malo      c) Regular

**8.- ¿De no contar con este local comercial de gorditas donde las compraría usted?**

**9.- ¿Nos Recomendaría?**

- a) Si      b) no

¡Muchas gracias!

Datos generales del encuestado:

Edad \_\_\_\_\_ Ocupación \_\_\_\_\_ Giro empresarial \_\_\_\_\_

### 2.3.2 APLICACIÓN DE LA ENCUESTA

La aplicación de encuestas se realizó en forma personalizada y pidiendo al encuestado que contestara de la manera más sincera posible a fin de obtener resultados más reales. Las encuestas se aplicaron a gente de todas las edades y de distintas profesiones y ocupaciones: estudiantes, amas de casa, secretarias, profesores, etcétera, ya que el producto está dirigido a cualquier tipo de personas por que tiene un precio accesible. En total se encuestaron a 50 personas directamente en el establecimiento. Esta aplicación fue del 2 al 4 de noviembre de 2013.

### 2.3.3 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO REALIZADO

Con base en las encuestas aplicadas pudimos apreciar que el consumidor está realmente interesado en el producto porque es diferente la preparación y la materia prima es de primera calidad en comparación a las gorditas que se ofrecen en el mercado.

Por la ubicación estratégica del negocio se tiene una mayor demanda de las gorditas, pero se pudo observar que un 50% de los clientes no están conformes con el precio.

Por último la gente está conforme con el servicio que se ofrece, pero se busca mejorarlo para lograr la excelencia del servicio y el reconocimiento de la marca.

## 2.4 DISTRIBUCION Y PUNTOS DE VENTA

El producto (gorditas michoacanas) se va a vender en locales ubicados en las plazas comerciales, escogimos este medio de venta por la gran cantidad de personas que acuden a las plazas comerciales. Por lo tanto, nuestra distribución es directa al cliente, es decir:

PRODUCTOR ----- CONSUMIDOR FINAL

## 2.5 FIJACION Y POLITICAS DE PRECIO

El costo de la elaboración del producto va a ser aproximadamente de \$5.88 por unidad, incluyendo costos fijos y variables. Esto se debe al costo de los ingredientes y a su producción. La información es la siguiente:

### 2.5.1 COSTOS VARIABLES

<b>PRODUCTO 1 GORDITA DE CHICHARRON</b>				<b>4.47</b>
Insumo 1	CARNE			2.6
Insumo 2	MASA			0.83
Insumo 3	CEBOLLA, CILANTROS, RABANOS, LIMON, PEREJIL			0.47
Insumo 4	SALSA			0.31
Insumo 5	MANTECA, REQUESON			0.26
<b>PRODUCTO 2 GORDITA REQUESON</b>				<b>2.59</b>
Insumo 1	REQUESON			0.72
Insumo 2	MASA			0.83
Insumo 3	CEBOLLA, CILANTROS, RABANOS, LIMON, PEREJIL			0.47
Insumo 4	SALSA			0.31
Insumo 5	MANTECA, REQUESON			0.26
<b>PRODUCTO 3 GORDITA COMBINADA</b>				<b>7.07</b>
Insumo 1	CARNE			2.6
Insumo 2	MASA			0.83
Insumo 3	CEBOLLA, CILANTROS, RABANOS, LIMON, PEREJIL			0.47
Insumo 4	SALSA			0.31
Insumo 5	MANTECA, REQUESON			0.26
Insumo 6	QUESILLO			2.6

EL COSTO POR GORDITA DE ACUERDO A LOS GASTOS DE MATERIA PRIMA ES DE

- Gordita de chicharrón \$4.17
- Gordita de requesón \$2.59
- Gordita combinada \$7.07

### 2.5.2 GASTOS POR SERVICIOS PUBLICOS

COACALCO	
	COSTO / MES
LUZ	\$ 3,000
GAS	\$ 6,000
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 9,000</b>

### 2.5.3 COSTOS FIJOS

COACALCO	
<b>SUELDOS</b>	<b>\$ 25,800</b>
<b>MANTENIMIENTO Y RENTA</b>	<b>\$ 17,728.28</b>
<b>GASTOS POR SERVICIOS</b>	<b>\$ 9,000</b>
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 51,528.28</b>

SI SE PLANEA UNA PRODUCCION DE 31,560 GORDITAS AL MES, LOS COSTOS FIJOS TOTALES SERIAN \$51,528.28, Y LOS COSTOS FIJOS UNITARIOS (CFU) SERIAN \$ 1.66  
 EL POSIBLE PRECIO DE NUESTRO PRODUCTO VA A SER: CVU+CFU=P  
 Gordita de chicharrón  $4.17 + 1.66 = 5.83$   
 Gordita requesón  $2.59 + 1.66 = 4.25$   
 Gordita combinada  $7.07 + 1.66 = 8.73$

EL PRECIO DE VENTA DEL PRODUCTO ES DE:

**\$ 14.00 LA GORDITA DE CHICHARRON**

El punto de equilibrio es:  $CF/(PV-CV)$

$$51,528.28 / (14 - 5.83) = 6,307$$

### **\$ 12.00 LA GORDITA DE REQUESON**

$$51,528.28/(12 - 4.25)= 6,648$$

### **\$ 15.00 LA GORDITA COMBINADA**

$$51,528.28/(15 - 8.73)= 8,218$$

## **2.6 RIESGOS Y OPORTUNIDADES DEL MERCADO**

### **RIESGOS**

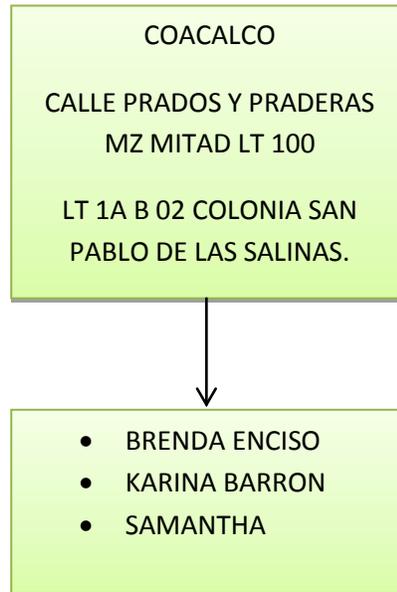
- Competencia
- Aumento de precios de la materia prima.
- Delincuencia.
- Cambio de la costumbre del consumidor por optar por una alimentación más saludable.

### **OPORTUNIDADES**

- Aumentar la participación en el mercado.
- Aprovechar la experiencia laboral de los trabajadores.
- Capacitar al personal en las respectivas áreas de trabajo.
- La competencia por que nos ayuda a superar metas propuestas por la organización
- Buena calidad del producto y servicio.
- Características especiales del producto que se ofrece.
- Ubicación estratégica.

## 2.7 ORGANIGRAMA

El organigrama del área de ventas es el siguiente:



## CAPITULO 3 PRODUCCION

### 3.1 OBJETIVOS DEL AREA DE PRODUCCION

En el área de producción, se tiene planeado a corto plazo la producción de 31,560 gorditas al mes. En el mediano plazo se espera una producción de 34,760 gorditas al mes contemplando un incremento del 10% y para un largo plazo se planea un nivel de producción de 41,659 gorditas al mes contemplando un incremento en las ventas de un 20%, acorde a las estimaciones de mercadotecnia.

### 3.2 ESPECIFICACIONES DEL PRODUCTO O SERVICIO

Gormich se dedica a la elaboración de gorditas michoacanas hechas a base de masa 100% de maíz y con materia prima de primera calidad. La cocción se realiza en una plancha exclusiva que la microempresa diseño para hacer más rápida y fácil la preparación. La plancha cuenta con una inclinación diseñada especialmente para reducir la cantidad de grasa que contienen las gorditas, esta es su ventaja principal respecto a los competidores existentes del mercado, además que se encuentran dentro de un local y no en un puesto informal, lo cual aumenta la calidad e higiene del producto.

<b>GORDITA DE CHICHARRON</b>	<b>GORDITA DE REQUESON</b>	<b>GORDITA COMBINADA</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• 40 gramos de carne</li><li>• 100 gramos de masa</li><li>• 0.030 gramos de cebolla y cilantro</li><li>• 0.030 de rábanos</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• 40 gramos de requesón</li><li>• 100 gramos de masa</li><li>• 0.030 gramos de cebolla y cilantro</li><li>• 0.030 de rábanos</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• 40 gramos de carne</li><li>• .030 gramos de quesillo o requesón</li><li>• 100 gramos de masa</li><li>• 0.030 gramos de cebolla y cilantro</li><li>• 0.030 de rábanos</li></ul>

### **3.3 DESCRIPCION DEL PROCESO DE PRODUCCION**

Primero se realiza la limpieza general del establecimiento, después se recibe la materia prima y se verifica que la cantidad que se pidió sea la exacta y que venga con la calidad que se requirió. Después se procede a limpiar la mesa donde se batirá la masa, ya que está limpia la mesa colocamos la masa en forma de volcán con un pequeño cráter en medio, agregamos sal, un cucharón de manteca y dos puños de requesón, batimos la masa y los ingredientes con mucha fuerza hasta obtener una mezcla homogénea.

Cuando la masa esta lista la tapamos, pasamos al siguiente proceso y es el batido de la carne y el requesón se colocan los ingredientes uno en cada charola con la cantidad de aproximadamente 1KG cuando estos ya estén listos los tapamos.

Prendemos nuestra plancha, y colocamos 2kg de manteca sobre ella, para que con el calor se derrita y obtengamos grasa líquida.

En lo que la Persona encargada de preparar las gorditas realizo este procedimiento, hay otra persona encargada de la elaboración de salsas y picado de verdura.

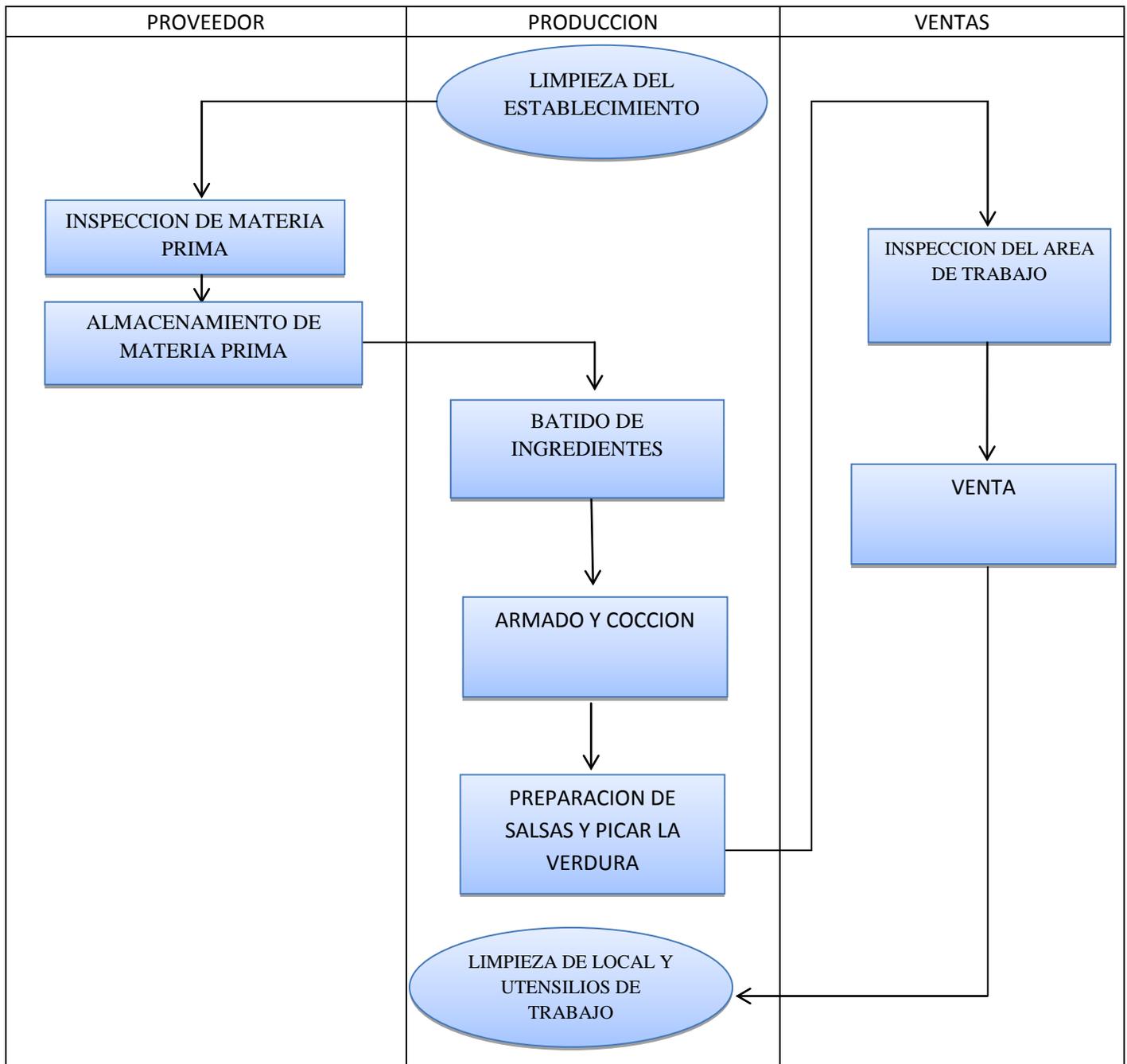
La de las salsas coloca los 6 jitomates, 15 chiles verdes y 30 serranos en una olla con agua se ponen a hervir unos 30 minutos, en lo que estos están hirviendo se procede a la elaboración de la salsa verde. Sacamos la licuadora y colocamos en el vaso aproximadamente 1.5kg de chile verde con dos aguacates 200ml de agua un cuarto de cebolla y un ajo, mofemos y listo se coloca en el molcajete.

Armamos la Barra, colocamos las 5 charolas todas con sus respectivos ingredientes:

- Rábanos
- Cebolla con cilantro
- Requesón
- Quesillo
- Limones

Después de todo esto los jitomates ya están listos para poder elaborar la salsa roja así que colocamos en la licuadora los jitomates ya sin piel junto con los chiles y molemos de tal forma que quede martajada. Esto está listo para colocarse en el molcajete

### 3.4 DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROCESO



### **3.5 CARACTERISTICAS DE LA TECNOLOGIA**

El producto se caracteriza por la sencillez de su elaboración y por la forma de cocción, Se podría considerar que la tecnología radica en el proceso de producción de las gorditas pues la plancha con la que se cuenta es sumamente eficiente, los pocos ingredientes que este requiere hace de su procedimiento que sea fácil y sencillo de elaborar.

La elaboración de las gorditas es primero es el batido de la masa, después el armado de las gorditas, se aplastan y se van colocando sobre la plancha ya caliente.

Esperamos unos 15 Minutos en lo que se cosen y están listas para poder prepararse.

Así que la plancha y el extractor son las únicas maquinas con las que la empresa cuenta y son las herramientas más importantes para la elaboración de estas.

### **3.6 EQUIPO E INSTALACIONES**

El proceso del producto consta de una sola etapa donde se realiza el batido de los ingredientes, picado de la verdura y la realización de las salsas, posteriormente se realiza la venta.

El equipo utilizado es el siguiente:

- Plancha (manual)
- Extractores ( manual)
- Ollas (manual)

Herramientas a utilizar:

- Utensilios de limpieza
- Gorras
- Uniformes (pantalón y playera)

### 3.7 MATERIA PRIMA

La materia prima (semanal) necesaria para la elaboración de las gorditas consta de:

INGREDIENTES	SUCURSAL PLAZA JARDINES
MASA	420KG
CARNE	150KG
MANTECA	50KG
OAXACA	60KG
REQUESON	80KG
RABANOS	18MANOJOS
CILANTRO	2 ROLLOS
PEREJIL	1 ½ ROLLO
AGUACATE	18KG
JITOMATE	25KG
CHILE VERDE	50KG
CEBOLLA	70KG
LIMON	65KG
TOMATE	2KG
CHILE SERRANO	2KG

Se cuenta con cuatro proveedores los cuales fueron seleccionados por sus buenos precios, la calidad en sus productos y servicios.

Los requerimientos de compra dependerán en su totalidad del precio y de la demanda de las gorditas, pues se asume que la calidad de la materia prima es excelente.

	PROVEEDOR 1	PROVEEDOR 2	PROVEEDOR 3	PROVEEDOR 4
	<b>ABARROTES</b>	<b>VERDURAS</b>	<b>CARNE</b>	<b>MASA</b>
<b>PRECIO</b>	Más bajos de la zona	Más bajos de la zona	alto	Accesible
<b>CONDICIONES DE PAGO</b>	Efectivo en una sola exhibición			
<b>TIEMPO DE ENTREGA</b>	Inmediata	Inmediata	Inmediata	Inmediata
<b>CALIDAD</b>	Alta	Alta	Alta	Alta
<b>SERVICIO</b>	Rápido y eficaz	Rápido y eficaz	Rápido y eficaz	Rápido y eficaz
<b>DIRECCION</b>	Rio Churubusco S/N, Ejidos del Moral, Iztapalapa, 09030 Ciudad de México, Distrito Federal	Rio Churubusco S/N, Ejidos del Moral, Iztapalapa, 09030 Ciudad de México, Distrito Federal	Rio Churubusco S/N, Ejidos del Moral, Iztapalapa, 09030 Ciudad de México, Distrito Federal	Calle prados y praderas cp. 54930 colonia san pablo de las salinas Tultitlan Estado de México.

### 3.8 CAPACIDAD INSTALADA

Se espera tener una capacidad instalada de producción de 1,052 gorditas diarias, 7,364 gorditas a la semana y 31,560 gorditas al mes, lo que es factible de producir. Contemplando un crecimiento mensual gradual se planea la producción de 41,659 gorditas (en el largo plazo).

### 3.9 UBICACIÓN DE LA EMPRESA

#### TEXCOCO

Donde estará ubicada la empresa.

Calle y número: Prolongación 16 de septiembre # 310

Colonia o población: San Pablo

Municipio: Texcoco

Estado: México

Teléfonos: 595 95 48628



## COACALCO

Donde estará ubicada la empresa.

Calle y número: Prados y Praderas mz mitad Lt 1A

Colonia o población: San Pablo de las Salinas

Municipio: Tultitlan

Estado: México

Teléfonos: 0155 58795100

Correo Electrónico: gormich@prodigy.net.mx

Mapa de ubicación:





### 3.11 MANO DE OBRA REQUERIDA

El proceso de producción lo van a llevar a cabo 10 personas de los cuales, 3 personas se dedicaran al batido de ingredientes (masa, carne y sal), armado y cocción de las gorditas y 4 personas más estarán picando la verdura (cilantro, cebolla, rábanos y limones) y preparando las salsas. Las otras 3 personas se encargaran de atender al cliente, cobrar, hacer corte de caja y de la limpieza del local antes de salir.

### CARACTERISTICAS DEL PERSONAL

TIPO DE HABILIDAD	N° DE PERSONAS	SALARIO DIARIO
<b>Para el batido y cocción de las gorditas.</b> Debe ser una persona que tenga excelente presentación y que sepa cocinar.	3	\$ 171.42
<b>Para el picado de verdura y preparación de salsas.</b> Debe ser una persona cuya apariencia física sea impecable.	4	\$171.42
<b>Para la venta y limpieza final del local.</b> Debe ser una persona honrada, inteligente, que sepa contar, que su apariencia física sea impecable y que esté dispuesta a aprender.	3	\$171.42

### 3.12 PROCEDIMIENTO DE MEJORA CONTINUA

La calidad de las gorditas se va a mantener siempre. Esto se va a lograr haciendo las gorditas con la misma receta y siguiéndola al pie de la letra, para evitar cualquier cambio en el sabor y/o consistencia. Al cliente no le gusta comprar productos que no tienen una calidad constante.

Tampoco están dispuestos a bajar la calidad de las gorditas por ahorrar dinero, se va a invertir en lo que sea necesario y en lo que vaya necesitando la empresa, como puede ser; ampliar el local, establecer locales en otras colonias o municipios, etc. A medida que la producción sea mayor, la empresa podrá realizar estos planes.

Otro aspecto de calidad que no se va a descuidar, es trabajar con todos los aditamentos asépticos necesarios como uniformes completos y gorras.

### 3.13 PROGRAMA DE PRODUCCION

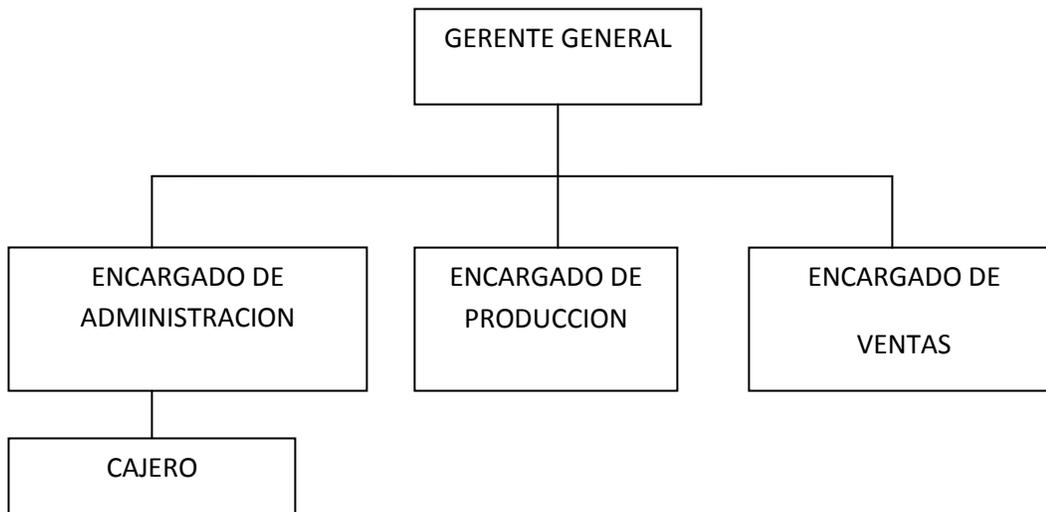
Descripción del procedimiento			
No. Actividad	Actividad	Tiempo	Documento de Referencia
1	Limpieza del establecimiento	30 min.	
2	Inspección de la materia prima	10 min	Notas de compra
3	Almacenamiento de la materia prima	10 min	Cuaderno de entradas
4	Batido de ingredientes	40 min	
5	Preparado y cocción	20 min	
6	Hacer salsas	40 min	
7	Inspección del área de trabajo	10 horas	
8	Venta	9 horas	Tickets de venta
9	Limpieza de utensilios y local para el cierre	1 hora	

## CAPITULO 4. ORGANIZACION

### 4.1 OBJETIVO DEL AREA DE ORGANIZACIÓN

En el área organizacional, Gormich busca establecer una adecuada delegación de responsabilidades y actividades, de modo tal que se facilite el trabajo en equipo y el cumplimiento de los objetivos de todas las áreas. Una parte importante de este negocio es guardar la comunicación entre todo el personal que labora dentro de Gormich, para evitar la desorganización y el exceso de rotación de personal.

### 4.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL



## 4.3 FUNCIONES ESPECÍFICAS POR PUESTO

### NOMBRE DEL PUESTO: **GERENTE GENERAL**

1.- Número de personas requeridas en el puesto:1

2. Puesto inmediato superior: No Aplica. Puesto inmediato inferior: Encargado de administración y finanzas, Cajero, Encargado de Producción, Auxiliar de Producción, Encargado de ventas y Limpieza

### 3.-. PROPOSITO GENERAL DEL PUESTO

Representar a la sociedad frente a terceros y coordinar todos los recursos a través del proceso de planeamiento, organización, dirección y control, a fin de lograr los objetivos establecidos.

4.- PERFIL DEL PUESTO: Habilidades gerenciales específicas en Administración, habilidades en el marco de.

### REQUISITOS INTELECTUALES

- ✓ **Escolaridad Mínima:** Licenciatura .
- ✓ **Conocimientos en las áreas de:** Conocimientos especializados en Administración o Turismo
- ✓ **Experiencia:** De cinco año en adelante.

### CARACTERÍSTICAS PERSONALES:

- ✓ **Edad:** 35 en adelante
- ✓ **Sexo:** Indistinto

### 5. Funciones:

- Designar todas las posiciones gerenciales.
- Realizar evaluaciones periódicas acerca del cumplimiento de las funciones de los diferentes departamentos.
- Planear y desarrollar metas a corto y largo plazo junto con objetivos anuales y entregar las proyecciones de dichas metas para la aprobación de los gerentes corporativos.
- Coordinar con las oficinas administrativas para asegurar que los registros y sus análisis se están ejecutando correctamente.
- Crear y mantener buenas relaciones con los clientes, gerentes corporativos y proveedores para mantener el buen funcionamiento de la empresa.
- Lograr que las personas quieran hacer lo que tienen que hacer y no hacer lo que ellas quieren hacer.

### Responsabilidades:

- Evaluar Nuevos proyectos de Mejora y de Crecimiento.
- Evaluar el Clima Organizacional, Capacitación del personal.
- Administrar los contratos y convenios para el cumplimiento de los objetivos.

## NOMBRE DEL PUESTO: **ENCARGADO DE ADMINISTRACIÓN**

1.- Área a la que pertenece: Administración

2.- Número de personas requeridas en el puesto:1

3. Puesto inmediato superior: Director general.

Puesto inmediato inferior: Cajero, encargado de producción.

### 4.- PROPOSITO GENERAL DEL PUESTO

Supervisar que los cambios en las condiciones de trabajo sean debidamente planeadas y coordinadas, promover y desarrollar el personal adecuado para cada puesto de trabajo. Mantener la integración y socialización de la empresa, con el objetivo de mantener canales de comunicación efectivos.

Desarrollar en la empresa la vocación de servicios y la cultura participativa de trabajo en equipo.

Desarrollar una mente organizacional.

### 5.- PERFIL DEL PUESTO:

Poseer habilidades en el manejo del capital humano, habilidades gerenciales específicas, habilidades de Liderazgo, habilidades estratégicas en la resolución de problemas, habilidades en la organización y planeación, gestión de proyectos, toma de decisiones.

Estar en la capacidad para trabajar en equipo.

Ser practico, proactivo, claro y ejecutivo.

Poder identificar problemas de relación y comunicación que incidan en el funcionamiento de la institución.

Manejo de computadora y tecnología básica para la elaboración de sus tareas.

### REQUISITOS INTELECTUALES

✓ **Escolaridad Mínima:** Licenciatura en Administración

✓ **Conocimientos en las áreas de:** Conocimientos especializados en administración de empresas, recursos humanos y contabilidad

✓ **Experiencia: 2 años**

### CARACTERÍSTICAS PERSONALES:

✓ **Edad: 25 en adelante**

✓ **Sexo:** Indistinto

✓ **Estado Civil:** Soltera o Casado

### 6.- MEDIO AMBIENTE DE TRABAJO:

- Las actividades se realizan en el área de trabajo.

## 7. Funciones:

- Formula y propone a la Gerencia General Normas, políticas y procedimientos para el mejor funcionamiento de las actividades relacionadas con la administración y contabilidad de la organización.
- Supervisa la formulación, ejecución y evaluación del presupuesto anual, de conformidad con las disposiciones legales aplicables.
- Elaboración y control de presupuestos.
- Revisar los cheques emitidos por diferentes conceptos, tales como: pagos a proveedores, pagos de servicios, aportes, asignaciones, avances a justificar, incremento o creación de fondos fijos, fondos especiales y de funcionamiento, alquileres, y otras asignaciones especiales.
- Aprobar y firmar el reporte de honorarios profesionales bajo la modalidad de horas-hombre y suma Global.
- Aprobar y firmar la emisión de cheques, notas de débito, entre otras, para la adquisición de bienes y servicios.
- Apoyar a la organización en todas las gestiones legales y reglamentarias. (asesorías externas fiscales, contables y/o laborales, etc).
- Controlar y registrar por separado los gastos de los trabajos realizados de diferentes contratos que mantenga la empresa.
- Elaborar informe de estados financieros para su presentación a la Gerencia General.
- Otras que le sean asignadas por la Gerencia General dentro del ámbito de su competencia.
- Control de Cuentas por Cobrar y Cuentas por Pagar.
- Análisis de los Estados Financieros para facilitar la toma de decisiones a la Gerencia.
- Control de Ingresos y Egresos con el fin de administrar el Capital de Trabajo.
- Control de Contratos en ejecución en cuanto al inicio, finalización y cobro de los trabajos realizados.

### Responsabilidades:

- revisar que se cumplan con los principios de Administrativos y contables de aceptación general.
- Mantener y cumplir los lineamientos del Sistema de Gestión de la Calidad.
- Velar por la aplicación de la norma y el cumplimiento de las normas de la organización.
- Cuidar el resguardo y mantenimiento de la confidencialidad de la información suministrada por la organización y por el cliente.
- Responsable en cumplimiento de las funciones y objetivos del área Administrativa.
- Cumplir con las normas y procedimientos de seguridad y salud en el trabajo.

## NOMBRE DEL PUESTO: *Cajero*

1.- Área a la que pertenece: **Administración y finanzas**

2.- Número de personas requeridas en el puesto: **3**

3. Puesto inmediato superior: **Administración**

Puesto inmediato inferior: **Encargado de ventas**

4.- PROPOSITO GENERAL DEL PUESTO

5.- PERFIL DEL PUESTO: Ser una persona desenvuelta, capaz de enfrentarse al estrés de las personas atendiendo con rapidez y efectividad para lograr la satisfacción del cliente.

### REQUISITOS INTELECTUALES

- ✓ **Escolaridad Mínima:** Secundaria.
- ✓ **Conocimientos en las áreas de:** matemáticas
- ✓ **Experiencia:** Un año

### CARACTERÍSTICAS PERSONALES:

- ✓ **Edad:** 18 a 27 años
- ✓ **Sexo:** Indistinto
- ✓ **Estado Civil:** Soltera o Casado

6.- MEDIO AMBIENTE DE TRABAJO:

- Las actividades se realizan en el área de trabajo.

7. Funciones:

- Saludar y dar a conocer el producto que manejamos
- Atender a las necesidades del cliente
- Cobrar

8. Responsabilidades:

- Cumplir con su hora de jornada laboral
- Tener siempre cambio
- Sonreír y recibir con cordialidad al cliente
- Cobrar amablemente

**NOMBRE DEL PUESTO:** *Encargado de Producción*

**1.- Área a la que pertenece:** Producción

**2.- Número de personas requeridas en el puesto:**5

**3. Puesto inmediato superior:** Administración **Puesto inmediato inferior:** Encargado de Ventas

**4.-. PROPOSITO GENERAL DEL PUESTO**

Supervisar el área de trabajo así como la materia prima que es utilizada, respetar los procesos de producción que ya se tienen establecidos.

**5.PERFIL DEL PUESTO:** Ser una persona capaz de tomar decisiones, responsable Y honesto.

**REQUISITOS INTELECTUALES**

- ✓ **Escolaridad Mínima:** Secundaria
- ✓ **Conocimientos en las áreas de:** Matemáticas
- ✓ **Experiencia:** Sin experiencia

**CARACTERÍSTICAS PERSONALES:**

- ✓ **Edad:** 18 a 25 años
- ✓ **Sexo:** Masculino
- ✓ **Estado Civil:** Soltero o Casado

**6.- MEDIO AMBIENTE DE TRABAJO:**

- Las actividades se realizan en el área de trabajo.

**7. Funciones:**

- Administración de la producción
- Almacenes de materias primas
- Mantenimiento
- Control de calidad

**8. Responsabilidades:**

- Respetar los tiempos del proceso de producción
- Verificar la calidad de su materia prima constantemente
- Respetar los pesos de su producto
- Mantener limpia su área de trabajo para evitar accidentes

## **NOMBRE DEL PUESTO: Encargado de ventas**

**1.- Área a la que pertenece:** Administración y finanzas

**2.- Número de personas requeridas en el puesto:**3

**3. Puesto inmediato superior:** Administración

### **4.- PROPOSITO GENERAL DEL PUESTO**

Supervisar todo el proceso de atención al cliente para la venta.

#### **5.- PERFIL DEL PUESTO:**

Poseer habilidades de Habilidades:

Facilidad de palabra  
Adaptabilidad  
Proactivo  
Tolerancia a la presión  
Seguro de sí mismo  
Honesto  
Actitud de servicio

### **REQUISITOS INTELECTUALES**

- ✓ **Escolaridad Mínima:** Secundaria
- ✓ **Conocimientos en las áreas de:** Matemáticas
- ✓ **Experiencia:** sin experiencia

### **CARACTERÍSTICAS PERSONALES:**

- ✓ **Edad:** 18 a 25 en adelante
- ✓ **Sexo:** Femenino
- ✓ **Estado Civil:** Soltera o Casado

### **6.- MEDIO AMBIENTE DE TRABAJO:**

- Las actividades se realizan en el área de trabajo.

### **7. Funciones:**

- Organizar, dirigir y coordinar el funcionamiento del área de ventas de acuerdo a un pronóstico de ventas.
- Planeación y presupuesto de ventas.
- Apoyo en la facturación, entrega de productos y cobranza.
- Auxilio en el reclutamiento, selección y entrenamiento de la fuerza de ventas

## **4.4 POLITICAS DE LA EMPRESA**

1. Mantener nuestra imagen.
2. El cliente siempre tiene la razón
3. Todos los integrantes de la empresa deben mantener un comportamiento ético.
4. Brindar trato justo y esmerado a todos los clientes.
5. Los empleados no podrán recibir visitas no laborales.
6. Portar uniforme de trabajo completo y en buenas condiciones.
7. Ofrecer productos y servicios de primera calidad.

## **4.5 CAPTACION DE PERSONAL**

### **4.5.1 RECLUTAMIENTO**

El proceso de reclutamiento se hace a través de la colocación de cartelones en un lugar visible fuera de la sucursal de Gormich. Las ventajas que tiene este modo de reclutar personal, es que es poco costoso y es suficiente para atraer un buen número de aspirantes. La desventaja que se podría considerar es que quizá le resta formalidad, por lo cual pueden acudir aspirantes poco aptos para el trabajo.

### **4.5.2 SELECCIÓN**

La selección del personal se llevara a cabo de la siguiente manera:

- Los aspirantes llenaran una solicitud de empleo y con base en ella seleccionaremos a los que cubran las características deseadas.
- Se les hará una encuesta sobre su estado civil, número de hijos, residencia y otras cosas que nos permitan saber si esta persona no va a tener muchos problemas para asistir y cumplir bien con su trabajo, o si va a faltar con frecuencia.
- Se les hará una entrevista para conocer sus habilidades y saber si tienen experiencia en el puesto que desean cubrir.

#### 4.5.3 ASPECTOS LABORALES QUE SE DEBEN CONSIDERAR

Los empleados deberán cubrir una jornada laboral de las 9:00 am a las 7:00pm. Su salario lo percibirán semanalmente. El empleado tendrá derecho a faltar un máximo de dos veces por mes y por razones de fuerza mayor.

#### 4.5.4 INDUCCION

La persona encargada de realizar el proceso de inducción es el gerente general ya que él tiene conocimiento de todas las áreas.

#### 4.5.5 PROCESO DE INDUCCION

Primero se les dará la bienvenida amablemente, se les dirá el objetivo de Gormich a corto, mediano y largo plazo para que tengan una idea de lo que queremos realizar. Después se les dirá lo que esperamos de ellos, las políticas de la empresa, y el puesto que va a desempeñar cada uno. También se les enseñara el proceso que va a seguir para que se familiaricen con él y lo conozcan.

### 4.6 ADMINISTRACION DE SUELDOS Y SALARIOS

Nombre del puesto	No. de puestos	Sueldo semanal	Sueldo
			mensual
<b>GERENTE GENERAL</b>	<b>1</b>	<b>\$ 1,750</b>	<b>\$ 7,000</b>
<b>ENCARGADO DE ADMINISTRACION</b>	<b>1</b>	<b>\$ 1,500</b>	<b>\$ 6,000</b>
<b>ENCARGADO DE PRODUCCION</b>	<b>1</b>	<b>\$ 1,200</b>	<b>\$ 4,800</b>
<b>VENTAS</b>	<b>5</b>	<b>\$ 1,200</b>	<b>\$ 4,800</b>
<b>CAJERO</b>	<b>2</b>	<b>\$ 800</b>	<b>\$ 3,200</b>
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>\$ 6,450</b>	<b>\$ 25,800</b>

## 4.7 EVALUACION DEL DESEMPEÑO

### FORMATO DE EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO LABORAL DEL PERSONAL

UNIDAD/DPTO.-----ÁREA/SERV.-----  
 EVALUADO-----  
 PUESTO----- FECHA DE INGRESO-----  
 EVALUADOR-----  
 FECHA DE LA EVALUACIÓN -----

ÁREA DEL DESEMPEÑO	MUY BAJO	BAJO	MODE- RADO	ALTO	MUY ALTO	PUNTAJE
	1	2	3	4	5	
<b>UTILIZACIÓN DE RECURSOS:</b> Forma como emplea los equipos y elementos dispuestos para el desempeño de sus funciones.						
<b>CALIDAD:</b> Realiza sus trabajos de acuerdo con los requerimientos en términos de contenido, exactitud, presentación y atención.						
<b>OPORTUNIDAD:</b> Entrega los trabajos de acuerdo con la programación previamente establecida.						
<b>RESPONSABILIDAD:</b> Realiza las funciones y deberes propios del cargo sin que requiera supervisión y control permanentes y asumiendo las consecuencias que se derivan de su trabajo.						
<b>CANTIDAD:</b> Relación cuantitativa entre las tareas, actividades y trabajos realizados y los asignados						
<b>CONOCIMIENTO DEL TRABAJO:</b> Aplica las destrezas y los conocimientos necesarios para el cumplimiento de las actividades y funciones del empleo.						
<b>COMPROMISO INSTITUCIONAL:</b> Asume y transmite el conjunto de valores organizacionales. En su comportamiento y actitudes demuestra sentido de pertenencia a la entidad.						
<b>RELACIONES INTERPERSONALES:</b> Establece y mantiene comunicación con usuarios, superiores, compañeros y colaboradores propiciando un ambiente laboral de cordialidad y respeto.						
<b>INICIATIVA:</b> Resuelve los imprevistos de su trabajo y mejora los procedimientos.						
<b>CONFIABILIDAD:</b> Genera credibilidad y confianza frente al manejo de la información y en la ejecución de actividades.						
<b>COLABORACIÓN:</b> Cooperación con los compañeros en las labores de la dependencia y de la entidad.						
<b>ATENCIÓN AL USUARIO:</b> Demuestra efectividad ante la demanda de un servicio o producto.						
<b>PUNTAJE TOTAL:</b>						

<b>Firma del evaluador</b> (Director, Jefe de Departamento Asistencial, o Jefe de Unidad Administrativa)	<b>Comentarios</b>
--	--------------------

## **4.8 RELACIONES DE TRABAJO**

Gormich tiene como política un trato cálido y cordial entre todos los empleados, evitar discusiones o diferencias entre los mismos. Sancionar cualquier tipo de comportamiento en contra de las normas de la empresa. Se tendrá un contacto directo con el personal, lo que dará una visión más clara de las necesidades de ellos, a la vez que beneficiara para tener una buena relación de trabajo. Esto servirá para que haya confianza entre el empleado y el empleador, que se dé una atmosfera de respeto y se trabaje con mayor entusiasmo.

## **4.9 MARCO LEGAL DE LA ORGANIZACIÓN**

Los documentos (véase en anexos) con los que cuenta actualmente Gormich son los siguientes:

1. Permiso de salubridad
2. Permiso de desarrollo urbano y ecología
3. Protección civil
4. Registro de Marca
5. Renovación de marca
6. Licencia de funcionamiento
7. Pago SIEM

## CAPITULO 5 FINANZAS

### 5.1 OBJETIVO GENERAL

Llevar organizadamente todas las cuentas de la empresa. Siempre estar al tanto de la situación financiera de la misma para buscar opciones que permitan ahorrar en costos y gastos para incrementar nuestro rendimiento general.

### 5.2 SISTEMA CONTABLE DE LA EMPRESA

#### 5.2.1 CONTABILIDAD DE LA EMPRESA

El proceso contable lo llevara a cabo la contadora Maria de los Angeles Rivera, su sueldo mensual es de \$3,000.00 pesos.

### 5.3 FLUJO DE EFECTIVO

#### 5.3.1 COSTOS Y GASTOS

De acuerdo con el punto 2.5.1 del capítulo de mercadotecnia se tiene la siguiente información.

#### COSTOS VARIABLES

<b>MATERIA PRIMA</b>	<b>COSTO/KG DE MATERIA PRIMA</b>
Masa	\$ 9.00
Carne	\$ 65.00
Manteca	\$ 22.00
Queso Oaxaca	\$ 66.00
Requesón	\$ 18.00
Rábano (manejo)	\$ 50.00
Aguacate	\$ 35.00
Jitomate	\$ 15.00
Cebolla	\$ 12.00
Chile	\$ 12.00
Limón	\$ 12.00
Cilantro (manejo)	\$ 100.00
Perejil	\$ 40.00
Tomate	\$ 15.00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 471.00</b>

## COSTOS FIJOS

COACALCO	
<b>SUELDOS</b>	<b>\$ 25,800</b>
<b>MANTENIMIENTO Y RENTA</b>	<b>\$ 17,728.28</b>
<b>GASTOS POR SERVICIOS</b>	<b>\$ 9,000</b>
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 51,528.28</b>

## GASTOS VARIABLES

<b>Gastos publicitarios</b>	<b>\$ 8500 por anuncio en revista</b>
<b>Repartición de volantes</b>	<b>\$.050 cada volante</b>
<b>Compra de maquinaria</b>	Los costos varían dependiendo de la maquinaria

Los demás datos financieros se omiten por petición del dueño, para guardar confidencialidad y seguridad (carta de confidencialidad véase en anexos); para efectos de la investigación se nos facilitaron todos los datos para comprobar la rentabilidad de la empresa.

## CAPITULO 6 CONCLUSIONES

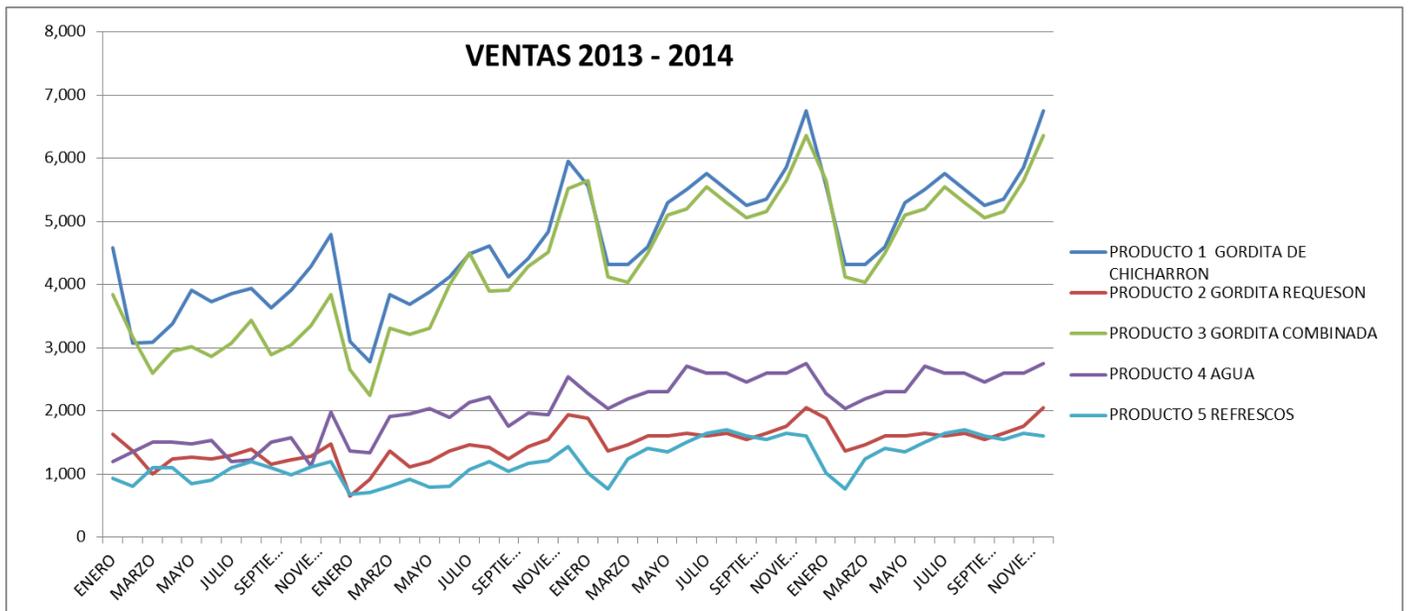
Después de la investigación realizada dentro de la microempresa Gormich para la creación del plan de negocios, se pudieron detectar los siguientes puntos los cuales presentaban dificultades dentro de la organización:

- Desperdicio del recurso humano (falta de descriptiva de puestos)
- Alta rotación del personal
- Mala organización
- Falta de filosofía empresarial

Analizando los puntos anteriores se tomó la decisión de hacer un plan de negocios que permita además de estandarizar, organizar y optimizar el servicio, aumentar la productividad, mejorar la rentabilidad y hacer más eficiente el control de los recursos invertidos. Iniciando con el establecimiento de los objetivos principales de Gormich haciéndolos alcanzables así como una misión y visión que nos a permitido dejar más en claro a todo el Recurso Humano quien es y como funciona GORMICH y sobre todo la descriptiva de puestos que cada uno tiene y debe realizar ante sus actividades.

Esto nos ayudo y nos permitió darnos cuenta que al optimizar los tiempos del recurso humano hubo mas aprovechamiento de la materia prima y a su vez tuvimos un incremento en ventas bastante considerable.

Como se muestra en la siguiente grafica:



De la misma manera se creo un ambiente de trabajo más relajado, y se hizo conciencia sobre la gran responsabilidad que cada uno tiene ante el puesto que ocupan.

# ANEXOS

## RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS

### RESULTADOS OBTENIDOS EN COACALCO

#### **1.- ¿Cada cuando consume gorditas?**

- a) 15 personas lo consumirían 1 vez por semana
- b) 5 personas lo consumirían 2 veces por semana
- c) 30 personas lo consumirían 3 veces al mes

#### **2.- ¿A qué hora prefiere ir a comer gorditas?**

- 1.- 5 personas lo consumirían en la mañana
- 2.- 20 personas lo consumirían a medio día
- 3.- 25 personas lo consumirían por la tarde

#### **3.- ¿Qué le parece el sabor de las gorditas?**

- a) A nadie le parece malo
- b) A 20 personas les parece bueno
- c) A 30 personas les parece excelente

#### **4.- ¿Cuántas gorditas consume cuando nos visita?**

- a) 15 personas consumen de 1 a 2 gorditas cuando nos visita
- b) 19 personas consumen de 3 a 4 gorditas cuando nos visita
- c) 16 personas consumen de 5 a 6 gorditas cuando nos visita

**5.- ¿Qué le parece la calidad en el servicio que se le ofrece?**

- a) A ninguna persona le parece malo
- b) A 45 personas les parece bueno
- c) A 5 personas les parece regular

**6.- ¿El precio de las gorditas le parece?**

- a) A 21 personas les parece bueno
- b) A 8 personas les parece malo
- c) A 21 personas les parece regular

**7.- ¿De no contar con este local comercial de gorditas donde las compraría usted?**

- 11 personas no comprarían en otro lado
- 2 personas las haría en casa
- 6 personas las comprarían en un puesto callejero
- 17 personas las comprarían en el mercado o tianguis
- 1 persona las compraría en Coacalco
- 1 persona las compraría en antojitos mexicanos
- 1 persona las compraría en valle dorado
- 11 sin especificar

**8.- ¿Nos Recomendaría?**

- a) 48 personas Si nos recomendarían
- b) 2 personas no nos recomendarían



DIRECCION DE REGULACION SANITARIA  
JURISDICCION DE REGULACION SANITARIA  
No. 08, TEXCOCO, MEXICO.  
ASUNTO: SE NOTIFICA RESULTADO DE ANALISIS EN ALIMENTOS.  
Número de Acta: 150809937620.

Texcoco, Méx., a 01 de septiembre de 2008.

Propietario: RODRIGUEZ REYES ARTURO  
Giro: LONCHERIAS, TAQUERIAS Y OTRTERIAS SERVICIOS DE  
Domicilio: PLAZA LA MORENA LOCAL X BIS  
Localidad, Colonia y/o Barrio: SAN PABLO  
Municipio: TEXCOCO, MEX.

Con fundamento en los artículos 4º párrafo tercero, 14 y 16 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 1º, 2º, 3º fracciones XXII y XXIV, 4º fracción III, 13 apartado B fracciones II, IX y X, 194 fracciones I, 197, 393, 396 fracción I y 401 bis, de la Ley General de Salud, 258 y 267 de su Reglamento de Control Sanitario de Productos y Servicios, Cláusulas Primera, Segunda, Tercera y Cuarta del Acuerdo Especifico de Coordinación para el ejercicio de las facultades en materia de Control y Fomento Sanitarios, que celebran la Secretaria de Salud con la participación de la Comisión Federal para la Protección contra Riesgo Sanitarios y el Estado de México; publicado el 13 de diciembre de 2004; artículo 26, fracciones I, VII, XIII, XIV, Y XXIX, de la Ley Orgánica de la Administración Pública del Estado de México: 1.2, 1.4, 2.3, 2.4, 2.5, 2.8, 2.30, 2.48, 2.49, 2.50 y 2.51 del Código Administrativo del Estado de México; artículo 20 fracciones II, III, V, y VII, del Reglamento Interno del Instituto de Salud del Estado de México, publicado en la Gaceta del Gobierno del 01 de marzo de 2005.

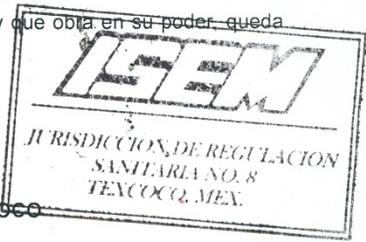
Con relación al acta número 150809937620, levantada en ese establecimiento el 12 de agosto de 2008, se le notifican los resultados del dictamen correspondiente.

**DICTAMEN: M01: PRODUCTO SIN ANOMALIAS**

Con base a los resultados emitidos por el Laboratorio Estatal de Salud Pública, derivado de los análisis practicados a; **M01.- GORDITA RELLENA, sin marca comercial, no presenta riesgo sanitario, en cuanto a las determinaciones efectuadas, al detectarse una cuenta MENOR DE 10 COLIFORMES TOTALES Y MENOR DE 10 SALMONELLA, conforme lo establece la NOM-093-SSA1-1994, Bines y Servicios, Prácticas de Higiene y Sanidad en la preparación de alimentos que se ofrecen en establecimientos hijos. Especificaciones Sanitarias.**

Por lo anterior, el tanto tres de la muestra con carácter de testigo y que obta en su poder queda liberado.

**ATENTAMENTE**  
**LIC. NORBERTO AGUIRRE MATA**  
**JEFE DE LA JURISDICCION DE**  
**REGULACION SANITARIA No. 8, TEXCOCO**



SECRETARIA DE SALUD  
INSTITUTO DE SALUD DEL ESTADO DE MEXICO  
COORDINACION DE REGULACION SANITARIA  
JURISDICCION DE REGULACION SANITARIA TEXCOCO

CALLE 2 DE MARZO NO. 59. COL. AHUEHUETE  
TEXCOCO DE MORA, ESTADO DE MEXICO. C.P. 56160  
TEL 01595- 95 52048 y 95 40759  
www.salud.colomex.gob.mx



AYUNTAMIENTO  
**TEXCOCO**  
 2006 - 2009



*Un Gobierno Amigo*

**DIRECCIÓN GENERAL DE DESARROLLO URBANO Y ECOLOGIA  
 DIRECCIÓN DE ECOLOGIA.**

**25 de agosto del 2008.**

**EXP. ECO/1100/08**

**ASUNTO: EL QUE SE INDICA.**

**C. ARTURO RODRIGUEZ REYES.  
 "GOR-MICH"  
 (COMIDA RAPIDA)  
 BARRIO SAN PABLO  
 TEXCOCO, EDO. MEXICO.  
 P R E S E N T E .**

Por medio de la presente, me permito dar contestación a su solicitud de Visto Bueno, dirigida a la Dirección de Área de Ecología Municipal, para cumplimiento de la normatividad en materia ambiental y ecológica, como requerimiento de expedición de Licencia de Funcionamiento.

**MOTIVO POR EL CUAL ME PERMITO INFORMAR A USTED QUE EN MATERIA DE MEDIO AMBIENTE Y ECOLOGÍA, CUMPLE CON LA NORMATIVIDAD VIGENTE MUNICIPAL,** el local comercial con nombre o razón social "GOR-MICH" Ubicado en Plaza la Morena, Número X-Bis, Barrio San Pablo, perteneciente al Municipio de Texcoco.

Con el compromiso de mantener las observaciones que se le dieron al inicio, de carácter permanente en cumplimiento de la normatividad de Medio Ambiente y Ecología

**Este Visto Bueno tiene vigencia solo durante el año 2008.**

Sin más por el momento.

**ATENTAMENTE**

  
**C. CRISTOBAL MEJIA RAMIREZ,**  
 Director de Ecología



c.c.p. Archivo.

Netzahualcóyotl No.110, Centro, Texcoco, México ●  
 www.texcoco.gob.mx ●  
 01 (595) 952 0000 ●



Un Gobierno Amigo  
2006 - 2009

LOZANO SEGURIDAD



LOZANO SEGURIDAD



*"Tu participación es tu protección"*



LOZANO SEGURIDAD

LOZANO



Dirección General de Seguridad Pública  
Unidad Municipal de Protección Civil Texcoco,  
Texcoco, México. a 19 de Noviembre del 2008.



**Número de Folio 2773.**

**VIGENCIA NOVIEMBRE 2009**

**A quien corresponda:**

La Dirección General de Seguridad Pública Preventiva y Protección Civil del Municipio de Texcoco, hace constar que el establecimiento con giro y actividad de **"GORDITAS MICHOACANAS"** y con Razón Social **"GORMICH"** con domicilio en la Plaza Comercial "La Morena" Local No. 10-Bis, Colonia San Pablo, en Texcoco Estado de México. Y de acuerdo a la verificación realizada por el **C. VICTOR HUGO HERNANDEZ RANGEL**, Verificador de Protección Civil Texcoco, dicho establecimiento **se encuentra en condiciones de seguridad**, con relación al Capítulo VII, "De las medidas de seguridad" Artículo 39, Fracción III, De la Ley General de Protección Civil, Capítulo Sexto "De las Unidades Internas", Artículo 6.16 y 6.17, Título Cuarto "De los Simulacros y Señalizaciones" Artículo 6.22, Título Octavo "De la vigilancia", Artículo 6.31, del Libro Sexto "De la Protección Civil" del Código Administrativo del Estado de México, Capítulo Séptimo de las "Medidas de Control de Riesgos", Artículo 41, del Reglamento de la Ley de Protección Civil del Estado de México, Capítulo Tercero, de la "Protección Civil" Artículo 128, 129, 131, 134, 147, del Bando Municipal vigente en la entidad, en relación con las Normas Oficiales Mexicanas referentes a condiciones de seguridad y señalización y Capítulo XII "De los certificados de seguridad por la Unidad Municipal de Protección Civil" Artículos 79, 80 y 81, del Reglamento de Protección Civil del Municipio de Texcoco. Por lo que **el presente documento tiene vigencia de un año, a partir de la fecha de elaborado y será invalido si el inmueble y/o local es modificado en su estructura o removidos los equipos de seguridad.**

Verificador de la Unidad Municipal de  
Protección Civil de Texcoco

C. Víctor Hugo Hernández Rangel.

C.c.p. / Archivo  
RAMC/jrms.



Vo. Bo.

Director General de Seguridad Pública  
Preventiva y Protección Civil de Texcoco

C. Roberto Arturo Montiel Caraza



**SOLICITUD DE RENOVACIÓN**

(Antes de llenar el formato, sírvase leer las consideraciones generales del formato)

Por la presente se solicita la Renovación de:  
(Marque sólo una opción)

- Registro de Marca
- Registro de Aviso Comercial
- Publicación de Nombre Comercial

Número: 0687052

Uso exclusivo  
Delegaciones y Subdelegaciones Federales  
de la Secretaría de Economía.

Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial  
**MARCA**  
Registro: **0687052**  
Expediente: **0441538**  
Folio: **0143020**  
FECHA: 06/08/2010 HORA: 11:19  
DENOMINACIÓN: 008 71104  
650 RENOVACION



Sello, Fecha y hora de presentación,  
No. de folio de entrada.

**I. DATOS DEL TITULAR DEL REGISTRO O PUBLICACIÓN**

01) Nombre, Denominación o Razón Social:

ARTURO RODRIGUEZ REYES.

02) Teléfono (clave):\* 015959281814

Correo-e:\* GORALICA@PRODIGY.NET.MX

**II. DOMICILIO PARA OÍR Y RECIBIR NOTIFICACIONES**

03) Calle, número y colonia: PROGRESO No. 4 SAN NICOLAS TEAMINICA.

Población y Estado: TEXCOCO EDO MEX.

Código postal: 56240

04) Teléfono (clave):\* 015959281814

Correo-e:\* GORALICA@PRODIGY.NET.MX

El titular declara bajo protesta de decir verdad, que usa dentro del territorio nacional el signo distintivo antes identificado en por lo menos uno de los productos o servicios a los que se aplica y que no ha interrumpido dicho uso en un plazo igual o mayor a tres años.  
Bajo protesta de decir verdad, el firmante manifiesta que los datos asentados en esta solicitud son ciertos y que en caso de actuar como mandatario, cuenta con facultades para llevar a cabo el presente trámite.

ARTURO RODRIGUEZ REYES

06/08/2010

Nombre y firma del titular o su mandatario

Lugar y fecha

IMPI-00-002

100/720

# TITULO DE REGISTRO DE MARCA



**Titular** ARTURO RODRIGUEZ REYES

**Nacionalidad** MEXICANA

**Domicilio** NETZAHUALCOYOTL # 305  
 TEXCOCO, EDO. DE MEXICO C.P. 56100 MEXICO

**Establecimiento** NETZAHUALCOYOTL # 305  
 TEXCOCO, EDO. DE MEXICO C.P. 56100 MEXICO

**Marca** 687052 **Tipo de marca** MIXTA

**Signo distintivo** GOR MICH y Diseño

**Clase 42**  
**Se aplica a**

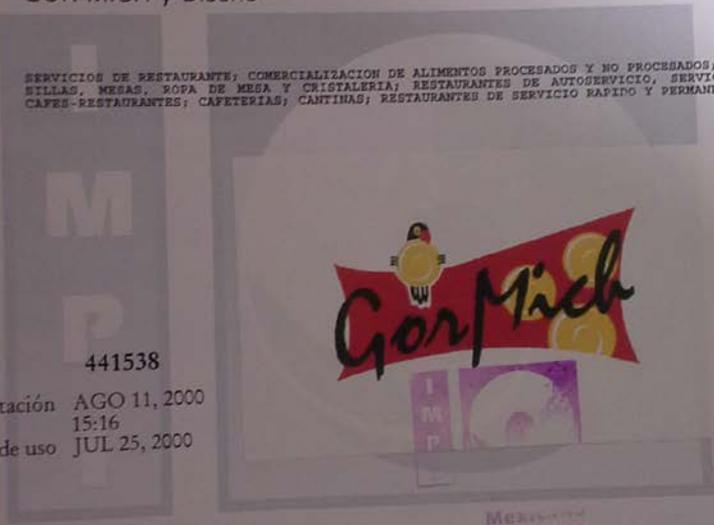
SERVICIOS DE RESTAURANTE; COMERCIALIZACION DE ALIMENTOS PROCESADOS Y NO PROCESADOS; ALQUILER DE SILLAS; MESAS, SOPA DE MESA Y CRISTALERIA; RESTAURANTES DE AUTOSERVICIO; SERVICIOS DE BAR; CAFES-RESTAURANTES; CAFETERIAS; CANTINAS; RESTAURANTES DE SERVICIO RAPIDO Y PERMANENTE.

**Expediente** 441538

**Fecha de presentación** AGO 11, 2000

**Hora** 15:16

**Fecha de inicio de uso** JUL 25, 2000



Mexicano  
de la Propiedad  
Industrial

Los efectos de este registro tienen una duración de diez años contados a partir de la fecha de presentación y el mismo es renovable de acuerdo a las disposiciones legales aplicables.

MEXICO, D.F. A 22 DE FEBRERO DE 2001.

LA DIRECTORA DIVISIONAL DE MARCAS

FIRMA POR ATENDENCIA

LIC. ESPERANZA RODRIGUEZ CISNEROS



2001/0002

Expide el siguiente:

## CERTIFICADO DE FUNCIONAMIENTO

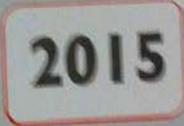
Nombre del propietario: RODRIGUEZ REYES ARTURO

Giro: ANTOJITOS MEXICANOS (GORDITAS MICHOACANAS)

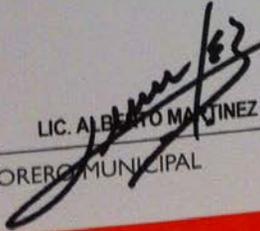
Denominación: RODRIGUEZ REYES ARTURO

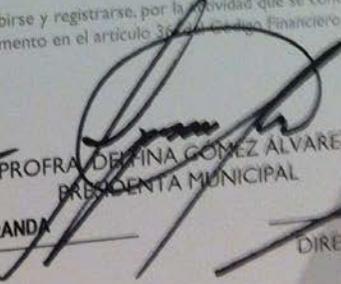
Ubicación: PLAZA LA MORENA LOC-X BIS No.

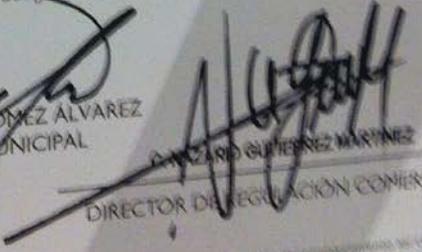
Horario: Lun-Vie: - 09:00 a 21:00 Sab: - 09:00 a 21:00 Dom: - Anuncio Publicitario: NO CUENTA CON ANUNCIO



Por haber cumplido los derechos para inscribirse y registrarse, por la actividad que se contribuye habitual en el padrón de comerciantes del Municipio de Texcoco. Lo anterior con fundamento en el artículo 36 del Código Financiero del Estado de México y Municipios.

  
LIC. ALBERTO MARTÍNEZ MIRANDA  
TESORERO MUNICIPAL

  
PROFRA. DELFINA GÓMEZ ÁLVAREZ  
PRESIDENTA MUNICIPAL

  
RICARDO GUTIÉRREZ MARTÍNEZ  
DIRECTOR DE REGULACIÓN COMERCIAL

NOTA: Este documento deberá estar en su lugar visible de conformidad con lo establecido en el artículo 36 del Código Financiero del Estado de México y Municipios.





CANACO - SERVITUR  
TEXCOCO

Tel.: 01(595) 954 6619 Fax.: 01 (595) 954 1229

E-mail: canatex@prodigy.net.mx

www.canacotexcoco.com.mx

# SISTEMA DE INFORMACION EMPRESARIAL MEXICANO

SISTEMA DE INFORMACION  
EMPRESARIAL MEXICANO



Registro 2014

UTILIZAR UNA CEDULA POR CADA ESTABLECIMIENTO  
LLENAR LOS ESPACIOS SOMBRREADOS SOLO CUANDO CONOZCA LA INFORMACION

R.F.C.: HCN770303RFA

REGIMEN FISCAL: PERSONAS MORALES CON FINES NO LUCRATIVOS

RECIBO FISCAL N° 4911 "A"

NUMERO DE CONTROL UNICO

ACTUALIZACION

ALTA

IMPORTE EN PESOS \$

\$ 300 =

Trescientos Cero Pesos 00/100 MN

NOMBRE DE LA EMPRESA

Arturo Rodriguez Reyes

R.F.C.

RORA-600419AF8

CALLE Y NUMERO

Andes y Piedad Qz-Mind Lote 1A B02 Col. San Pablo

COLONIA

TEL

C.P.

MUNICIPIO

de las Salinas Tolhuacan, Estado de Mex.

TEXCOCO ESTADO

Numero de folio

Numero de Aprobacion  
SICSE: 25579628

LUGAR Y FECHA  
Tex, Emro 02 del 2014

FIRMA DE AUTORIZACION

Gordito Hernandez  
Gordito Hernandez y  
Gordito Hernandez

ESTE ES SU COMPROBANTE POR CONCEPTO DE ALTA O ACTUALIZACION EN EL SIEM

LA REPRODUCCION AUTOMATICA DE ESTE COMPROBANTE CONSTITUYE UN DELITO EN LOS TERMINOS DE LAS DISPOSICIONES FISCALES



Texcoco México a 15 de Enero del 2014

Yo: **Verónica Sánchez Villegas** con número de empleado **0015**

En mi capacidad de empleado (ya sea fijo o temporal) y en consideración de la relación laboral que mantengo con GORMICH, así como del acceso que se me permite a sus bases de Información, constato que:

1. Soy conciente de la importancia de mis responsabilidades en cuanto a no poner en peligro la integridad, disponibilidad y confidencialidad de la información que maneja la empresa con respecto a sus estados financieros.
2. Me comprometo a cumplir así mismo, todas las disposiciones relativas a la política de la empresa en materia de uso y divulgación de información, y a no divulgar la información que reciba a lo largo de esta investigación, aún después de que finalice dicho trabajo y tanto esta información es de su propiedad, como si pertenece a un cliente de la misma, o alguna otra sociedad que nos proporcione el acceso a dicha información, cualquiera que sea la forma de acceso a tales datos o información y el soporte en el que consten, quedando absolutamente prohibido obtener copias sin previa autorización.
3. Entiendo que el incumplimiento de cuales quiera de las obligaciones que constan en el presente documento, intencionadamente o por negligencia, podrían implicar en su caso, las sanciones disciplinarias correspondientes por parte de GORMICH y la posible reclamación por parte de la misma de los daños económicos causados.

Acepto en nombre de la empresa

Verónica Sánchez Villegas

# BIBLIOGRAFIA

- CESAR AUGUSTO BERNAL T. METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION PARA ADMINISTRACION Y ECONOMIA, EDITORIAL PRENTICE HALL  
AÑO 2000
- RAFAEL ALCARAZ RODRIGUEZ EL EMPRENDEDOR DE ÉXITO. EDITORIAL MC GRAW HILL, AÑO 2001
- ABRAHAM HERNANDEZ HERNANDEZ Y VILLALOBOS FORMULACION DE PROYECTOS DE INVERSION, EDITORIAL ECAFSA AÑO 1999
- ROBERTO HERNANDEZ SAMPIERI, CARLOS FERNANDEZ COLLADO Y PILAR BAPISTA LUCIO METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION . EDITORIAL MC GRAW HILL AÑO 2006.
- <http://www.condusef.gob.mx/index.php/empresario-pyme-como-usuarios-de-servicios-financieros/56-plan-de-negocios>
- [http://www.conacyt.gob.mx/FondosyApoyos/Sectoriales/DesarrolloTecnologicoInnovacion/FIT/200901/Fondo-Innovacion-Tecnologica\\_Guia\\_Plan-de-negocios.pdf](http://www.conacyt.gob.mx/FondosyApoyos/Sectoriales/DesarrolloTecnologicoInnovacion/FIT/200901/Fondo-Innovacion-Tecnologica_Guia_Plan-de-negocios.pdf)