



“LUNA BAGELS” un primer acercamiento hacia las franquicias.

MODALIDAD DE TITULACIÓN:

“EXPERIENCIA PROFESIONAL

NOMBRE DEL ALUMNO: Luis Miguel Paredes Amezcua

NÚMERO DE CUENTA: 302630666

CARRERA: Ingeniería industrial

ASESOR: Silvina Hernández

AÑO: 2011

Facultad de Ingeniería

División de Ingeniería Mecánica e Industrial

Estructura para el reporte de titulación por experiencia profesional

NOMBRE DE LA EMPRESA: **Luna Bagels**

TÍTULO: **“Luna Bagels” Un primer acercamiento a las franquicias.**

**Índice:**

**1. Introducción.**

1.1 Descripción de la empresa. ....	5
1.2 Descripción del puesto de trabajo. ....	6
1.3 Descripción de mi participación dentro Luna Bagels. ....	7

**2.-Presentación del proyecto de inversión:**

<b>2.1 Introducción.</b> .....	8
2.1.2 El Negocio. ....	11
2.1.3 Los productos más destacados. ....	13

**2.2 Estudio de mercado y su análisis.**

2.2.1 Breve introducción, Descripción del mercado objetivo. ....	14
2.2.2 Algunas graficas significativas. ....	18
2.2.3 Competencia. ....	22

**2.3 Ventas esperadas.**

2.3.1 Ventas esperadas por zona. ....	23
2.3.2 Plan de Apertura de Tiendas según las ventas esperadas por zona. ....	24

## **2.4 Organigramas y estructuras que darán funcionamiento al negocio.**

2.4.1 Creación de la infraestructura que dará soporte a la red de franquicias. ....	26
2.4.2 Creación de la infraestructura que dará soporte en la UEN. ....	26

## **2.5 Finanzas.**

2.5.1 Punto de equilibrio. ....	27
2.5.2 Balance. ....	28
2.5.3 Tabulador de puestos para la estructura propuesta. ....	29
2.5.4 Inversión inicial y costos. ....	31

## **2.6 Imagen Corporativa.**

2.6.1 Significado de los Colores. ....	36
2.6.2 Tabla de Sensaciones. ....	37
2.6.3 Imagen Corporativa de Luna Bagels. ....	38
2.6.4 Configuración Grafica del Logotipo. ....	38
2.6.5 Versiones de Colores del Logotipo. ....	39
2.6.6 Aplicación de Fondos en Negativo y Positivo. ....	39
2.6.7 Tipografía Autorizada. ....	39
2.6.8 Restricciones del Logotipo. ....	40
2.6.9 Otras Aplicaciones. ....	41

## **2.7 Ventas y mercadotecnia .**

2.7.1 Programa de mercadotecnia y publicidad. ....	42
2.7.2 Comisariato y alianzas estratégicas. ....	43

## **2.8 Manuales de procesos y descripción de unidad piloto.**

2.8.1 Manual de procesos. ....	47
--------------------------------	----

2.8.2 Diagrama de flujo. ....	51
2.8.3 Manual de capacitación. ....	52
<b>3. Conclusiones y agradecimientos. ....</b>	<b>55</b>
<b>4. Anexos</b>	
4.1 Descripciones de puesto para la estructura propuesta. ....	56
4.2 Descripciones de puestos y perfiles para la UEN . ....	74
4.3 Contrato de franquicia. ....	80
4.4 COF. ....	89
4.5 Programa de preaperturas. ....	91

## 1.- Introducción

En este reporte se plasma el primer acercamiento al formato de negocios de franquicia a Luna Bagels. En un futuro se pretende ver a este dentro del giro de franquicias de comida rápida. Es objetivo de este trabajo brindar información veraz por medio de indicadores que permitan identificar si Luna Bagels es viable o no, para este tipo de negocio. También se describe un proyecto de Inversión el cual busca comercializar la marca entre Inversionistas, personas interesadas e incluso buscar apoyos económicos y créditos Pymes.

### 1.1 Descripción de la empresa

Luna Bagels es una empresa fundada en Agosto de 2010 con el propósito de brindar un nuevo producto al mercado, con la mejor calidad y con un nuevo concepto de servicio en comida rápida en México. A continuación se describen la misión y visión de la empresa.

#### **MISION:**

Ofrecer día a día los más altos niveles de servicio y limpieza. Estos elementos son los que guían el camino al éxito de los líderes en la industria de la comida rápida.

En Luna Bagels se sabe que los estilos de vida están en constante cambio y que la inquietud de nuestros clientes es la salud y la buena nutrición. Para atender a esta necesidad, nuestros establecimientos sirven alimentos naturales y saludables.

## **VISION:**

Posicionarse como la mejor empresa de comida rápida a nivel mundial. Servir productos de calidad, preparados de acuerdo con los más exigentes estándares de higiene. Elaborar productos que puedan formar parte de dietas nutritivas, de buen sabor y equilibradas.

## **VALORES:**

Se Busca ganar la confianza del cliente y de nuestros colaboradores para lograr el éxito. Por ello, las altas normas de calidad en Luna Bagels no se refieren únicamente elaborar productos, sino a valores humanos, que marcan grandes diferencias

IGUALDAD: todos nuestros clientes somos igualmente valiosos e importantes sin tomar en cuenta la raza, el sexo, la posición económica, la religión o la inteligencia.

SOLIDARIDAD: Usar el trabajo en equipo como una herramienta importante de productividad y competitividad.

PUNTUALIDAD: El valor que se construye por el esfuerzo de estar a tiempo en el lugar adecuado.

HONRADEZ: Esta también incluye el mantenimiento de una persona o compromiso y nunca intentar abusar de la confianza que depositan en su persona y sus actos.

RESPECTO: Promovemos un ambiente de trabajo basado en el respeto mutuo, donde se reconozcan los logros y se generen oportunidades de aprendizaje y desarrollo de productividad y competitividad.

## **1.2 Descripción del puesto de trabajo**

**PUESTO:** *Coordinador de desarrollo y oportunidades futuras*

**REPORTA:** Director General

## **DESCRIPCION GENERAL**

Coordinar los recursos de investigación en desarrollo y oportunidades acerca del negocio con información veraz que podrá ser usada como una evaluación necesaria para el crecimiento de la empresa en el sector de comida rápida.

## **TAREAS PRINCIPALES**

Realizar un análisis de los recursos actuales de la empresa.

Realizar una investigación integral acerca del formato de negocios de franquicias.

Realizar un proyecto de inversión, evaluando las oportunidades que Luna Bagels tienes con este formato de negocios, buscando que con este se pueda lograr el desarrollo de la empresa por medio de capital público o privado.

## **PERFIL**

Edad: 18- 30 años

Sexo: Indistinto

Estado civil: Indistinto

Escolaridad: Ingeniero Industrial

Idiomas: Ingles 80 %

Características Físicas: Indistintas

Habilidades: Actitud de servicio, facilidad de palabra, excelente presentación, buen desempeño en trabajo a presión, ser hábil con los números, honesto.

Conocimientos Específicos: Administración de recursos humanos

Experiencia: 6 meses en el puesto

Disponibilidad: Tiempo completo

### **1.3.- Descripción de mi participación Luna Bagels.**

A continuación se hace una descripción breve de las actividades y aportaciones que realicé como coordinador de desarrollo y oportunidades futuras durante el periodo de trabajo.

Realice el proyecto de inversión que a continuación se presenta que consta de:

- Antecedentes y trayectoria de la empresa. Se realiza un análisis de mercado, de la competencia y datos estadísticos relevantes.
- Se propone un plan de aperturas según las ventas esperadas, esto con la base en la tabla de densidad de población por zona publicada por INEGI. Se hace la propuesta de la creación de una estructura que pueda dar soporte a una red de franquiciatarios (costos, puestos, descripción de puestos y perfiles. (Ver anexos).
- Se realiza un análisis económico a rasgos generales usando algunas herramientas como punto de equilibrio y balances tomando en cuenta las estructuras propuestas, costos iniciales, de inversión y costos fijos.
- Se definen los buenos usos acerca de la imagen corporativa de la empresa y como se deben usar en caso de que este se convierta en una franquicia. (colores, letras, tamaños, etc.)
- Se propone una plan de mercadotecnia, publicidad y un comisariato el cual se ve a largo plazo sin embargo, alguna alianza estratégica con estas marcas sería ideal para el negocio que se propone.
- Se describen manuales de operación, de procesos y de capacitación. Esto con base a diagramas de flujo de la unidad piloto que ya está en



operación. Esta se describe totalmente en medidas, así como descripción particular de cada uno de los elementos que debe contener.

- Por último se anexo documentos como el contrato de franquicia, COF (circular de oferta de franquicia) y la propongo un programa de preapertura en caso de que se llegue concretar este tipo de negocio en Luna Bagels.

## 2.-Presentación del proyecto de inversión

### 2.1 Introducción

#### ¿Qué es un bagel?

Un Bagel es un aro de pan que se hace enrollando primero la masa en forma de dona, luego se cocina en agua caliente, a punto de hervir, para después hornearse. El bagel es el único producto de pan que se hierva en agua antes de ser horneado. Eso es lo que le da su particular textura y lo que hace que su corteza brille.

El origen del bagel es desconocido, aunque existen referencias datadas en 1683 que sitúan su origen en Europa Central, cuando un panadero de Cracovia elaboró el alimento y lo ofreció como regalo al rey de Polonia Juan III Sobieski para celebrar su triunfo sobre los turcos. Su elaboración se realizó en forma de estribo como homenaje a la caballería, por lo que se le dio la palabra "Beugal" (estribo) para nombrarlo.

A medida que los bagels adquirían popularidad en Polonia, se convirtieron oficialmente en regalos para las mujeres que daban a luz. Las mamás los usaban como una especie de "chupón" para los bebés cuando empezaban a salirles sus primeros dientes, una costumbre que aún se practica.

#### **ALGUNAS PREPARACIONES:**



Bagel servido en un restaurante de París.



Bagel con salmón

El bagel tradicional suele realizarse con harina de trigo, sal, agua, y levadura. Existen variantes de la receta que le añaden un toque dulce (normalmente malta, azúcar o miel) al bagel durante la elaboración.

### **¿ QUE ES UNA BAGEL ?**

- 1.- Es una dona pero no es una dona**
- 2.- Es como una cemita**
- 3.- Es como una torta con un hoyo en medio**
- 4.- Es una dona pero sin azúcar**
- 5.- Ninguna de las anteriores**

Normalmente se mezclan los ingredientes para formar una masa. A partir de la masa se van haciendo los bagel según la forma tradicional con un agujero en el medio. Después se dejan levar durante 12 horas a baja temperatura, y luego se cuecen en agua que no contenga aditivos. Finalmente, se meten al horno a temperatura alta.

### **VARIEDADES:**

En América del Norte los dos estilos más conocidos para los bagel tradicionales son al estilo de Montreal y al estilo de Nueva York. El de Montreal emplea malta y huevo pero no sal, es cocido en agua aromatizada con miel antes de ser horneado en un horno de madera y suele tener por encima sésamo. Por otra parte, el de Nueva York contiene sal y malta, y es cocido en agua antes de ser horneado en un horno convencional. La textura y sabor es diferente, siendo el de Montreal crujiente y algo más dulce, y el de Nueva York más esponjoso. Además del bagel normal, también hay varios añadidos por encima de la masa como semillas, sésamo, comino, cebolla, sal de pretzel o ajo entre otros.

### **EL RELLENO:**

El bagel puede comerse solo, lo más habitual es que suelen cortarse y consumirse como si fueran bocadillos. Tradicionalmente suelen rellenarse de crema de queso, salmón al estilo Lox, tomate o cebolla. También puede introducirse relleno con la intención de hacer bocadillos para el desayuno como huevo, queso, jamón y otros añadidos, y otra variante son los llamados "pizza bagels".

## 2.1.2 El Negocio



Nuestros productos son Únicos tanto en sabor, nutrición, presentación y servicio. Se prepara con un cuidado personal todos nuestros productos haciendo nuestra relación con el cliente más especializada y atendiendo a sus necesidades.

### **CONCEPTO DE LUNA BAGELS**

- Dar a nuestros clientes un concepto de comida rápida “nuevo” en México.
- Nuestros productos son Únicos tanto en sabor, nutrición, presentación y servicio.
- Preparamos con un cuidado personal todos nuestros productos haciendo nuestra relación con el cliente mas especializada y atendiendo a sus necesidades.

### **MISION:**

Ofrecer día a día los más altos niveles de servicio y limpieza. Estos elementos son los que nos llevaran de la mano para consolidarnos como líderes en la industria de la comida rápida.

En Luna Bagels sabemos que los estilos de vida están en constante cambio y que la inquietud de nuestros clientes es la salud y la buena nutrición. Para atender a esta necesidad, nuestros establecimientos sirven alimentos naturales y saludables.

**VISION:**

Posicionarnos como la mejor empresa de comida rápida a nivel mundial. Servir productos de calidad, preparados de acuerdo con los más exigentes estándares de higiene. Elaborar productos que puedan formar parte de dietas nutritivas, sabrosas y equilibradas.

**VALORES:**

Tenemos claro lo que queremos y en lo que creemos. Buscamos ganarnos la confianza de clientes, trabajadores para lograr el éxito, resultado de nuestros esfuerzos. Por ello, las altas normas de calidad en Luna Bagels no se refieren únicamente elaborar productos, sino a valores humanos, que marcan grandes diferencias

IGUALDAD: todos nuestros clientes somos igualmente valiosos e importantes sin tomar en cuenta la raza, el sexo, la posición económica, la religión o la inteligencia.

SOLIDARIDAD: Usar el trabajo en equipo como una herramienta importante de productividad y competitividad.

PUNTUALIDAD: El valor que se construye por el esfuerzo de estar a tiempo en el lugar adecuado.

HONRADEZ: Esta también incluye el mantenimiento de una persona o compromiso y nunca intentar abusar de la confianza que depositan en su persona y sus actos.

RESPECTO: Promovemos un ambiente de trabajo basado en el respeto mutuo, donde se reconozcan los logros y se generen oportunidades de aprendizaje y desarrollo de productividad y competitividad.

### 2.1.3 Nuestros productos destacados

Luna bagels		Bagels	
<b>Bagels</b>		<b>Especialidades</b>	
Jamón		Luna Bagel (Queso Manchego, Philadelphia y Cheddar)	
Tocino (BLT)		Mexicano (Carne y aguacate y jalapeño)	\$ 49
Pechuga de pollo	\$ 45	Parmesano (Pollo empanizado, salsa italiana)	
Carne			
Queso crema			
<b>Bagels Light</b>		<b>Dulces Bagels</b>	
Atún	\$ 45	Nutella	
Pechuga de pavo		Fresa	\$ 35
Vegetariano	\$ 38	Zarzamora	
		Manzana Canela	
<b>Bagels Gourmet</b>		Bagel (solo)	\$ 20
Salmon ahumado		<b>*Ingrediente Extra Bagels y Bagels Light:</b>	\$ 12
Roast beef		<b>*Ingrediente Extra Bagels Gourmet:</b>	\$ 18
Salami	\$ 58		
Jamón Serrano			
<b>Pizza Bagels</b>			
Pepperoni			
Espinaca y hongos	\$ 45		
Hawaiano			



Bagel Jamon



Bagel Jamon de pavo



Bagel Salmon



Bagel de queso con Frambuesa



Bagel Jamon serrano



## 2.2 Estudio de mercado y su análisis

### 2.2.1 Breve introducción, Descripción del mercado objetivo.

El siguiente análisis fue obtenido en base a los resultados obtenidos de las encuestas realizadas del lunes 25 de septiembre de 2010 al 29 de septiembre de 2010 y que nos ayudara a determinar diferentes alternativas en cuanto a costos, productos, servicio y calidad. Es de nuestro mayor interés conocer la opinión de nuestros clientes y tomarla como base para mejorar en estos

aspectos y poder lograr el desarrollo de nuestra empresa en cuanto a los ideales que nos formaron: lealtad, respeto, igualdad y confianza. Nuestra política en Luna Bagels es la satisfacción total de nuestros clientes por lo que es de suma importancia el análisis de este estudio como pauta primordial a una mejora continua y crecimiento, con estas bases debidamente y fuertemente plantadas, hemos concluido que es la mejor manera tomar decisiones mas acertadas, cuyo único compromiso es para con los clientes.

Los siguientes resultados son esfuerzo del trabajo en equipo, el cual realizo la investigación de campo, haciendo entrevistas al público en general y clientes. Se contemplan 150 encuestas. Así esto nos ayudara a la toma de decisiones y determinar algunas características de nuestros clientes que por demás nos parecen significativos, para esta misma, lo cual nos conlleva a un mejor desarrollo de nuestro producto. Algunos aspectos en cuestión: edades, ubicación, ocupación entre otros.

Como mencionamos con anterioridad fue una encuesta abierta a todo público pero se puede observar claramente que las edades nos sirven de referencia para determinar un mercado potencial que goza de la preferencia de nuestro producto a su gusto.



Un ejemplo claro es que regularmente podemos dar cuenta que nuestro producto se consume en el rango de edades de 15 a 45 años, esto de vital importancia como factor y nos indica una preferencia en cierto nivel, que podemos de alguna forma atribuírsela a la zona de



acción. ¿Qué significa esto? Que este tipo de negocio y formato (Comida rápida) es muy favorecido en este sector debido al estilo de vida. Un universitario, un empleado, escolares de nivel medio o personas que laboran en algún tipo de comercio, fácilmente entran en nuestro mercado objetivo. Por otro lado es interesante pues nos podemos dar cuenta que es este mismo sector y siendo la mayoría "gente que trabaja" (sector salud, bancario, de comercio formal e informal) el que más circula por la nuestra zona de acción (la plaza en la cual nos hemos establecido), debemos de tomar en cuenta esto para desarrollar algo que nos de una ventaja competitiva sobre los demás. Como son personas con cierto tipo de actividad pretendemos generar una nueva opción alimenticia que satisfaga su necesidad.

Cabe mencionar por otro lado que podemos darnos cuenta que es gente que goza de comer en casa, así que es un nicho mercadológico al cual le podemos ofrecer una alternativa que les ayude a mantener una alimentación adecuada, de calidad. En Luna Bagels pretendemos ubicarnos en sector de comida rápida de productos al cuidado de la salud (HEALTHCARE), esto con la idea de que el consumidor final pueda gozar de total libertad acerca de los ingredientes y las diferentes características de cada uno de estos: calidad, contenido energético, contenido en grasas. Creemos que este sector es importante actualmente sin embargo creemos que es todavía más importante el crecimiento que se dará para este tipo de productos debido a factores tanto sociales, psicológicos e inclusive políticos. Queremos incursionar en la forma de decidir del cliente ¿bagel dulce o salado? ¿Qué queso? ¿Qué ingredientes? ¿Qué aderezo? ¿Qué complementos? La atención es totalmente personalizada y con esto logramos una relación cliente-operador mas íntima, queremos su "confianza".

Un dato muy importante a considerar es el horario, nos damos cuenta claramente que este tiene un pico y zonas bajas, aproximadamente el 80% de las ventas se hacen en un 20% del tiempo y hay que aprender a cubrir este tipo de fenómenos en los horarios requeridos, sin perder de vista la atención que queremos, es totalmente nuestro compromiso ferviente hacerlo a tiempo y en forma para que disfruten de su hora de comida así como de nuestro rico y delicioso bagel.



Somos una opción que brinda confort haciendo de nuestro establecimiento un lugar agradable, sabiendo que los lugares que te gustan cumplen con una característica: rapidez, calidad e innovación, pretendemos ser la opción que cumpla con estas expectativas ya seas un transeúnte, doctor, empleados, estudiantes, universitario, ejecutivo.

Nos podemos dar cuenta de que a la gente le gusta principalmente dos tipos de comida y es por eso que se tomo la decisión de anexar un extras a nuestro producto tal es el caso de postres, ensaladas, malteadas, café, cupcakes y cerrar con broche de oro la experiencia LUNA BAGELS.

Al ser un producto nuevo para los potenciales clientes, en la zona pretendemos generar gran expectación por lo cual se ha hecho labor día con día de publicidad, descuentos en publicidad, anuncios en redes sociales, en páginas de internet, es decir... yo me imagino un BAGEL... y poder cubrir las expectativas del cliente e inclusive sobrepasarlas, y utilizar esto como una herramienta de confianza, "creemos en lo que vendemos".

Así si nuestros clientes nos consumen una vez a la semana al menos, generen expectativa en cuanto a nuestros nuevos productos, servicios y que se extienda la noticia de que nuestros bagels como novedad de sabor, precio, calidad.

Es importante conocer a tus clientes ya sean hombres o mujeres, estos tienen diferentes hábitos de alimentación por lo que una de nuestras fortalezas es poder preparar tu bagel a tu gusto.

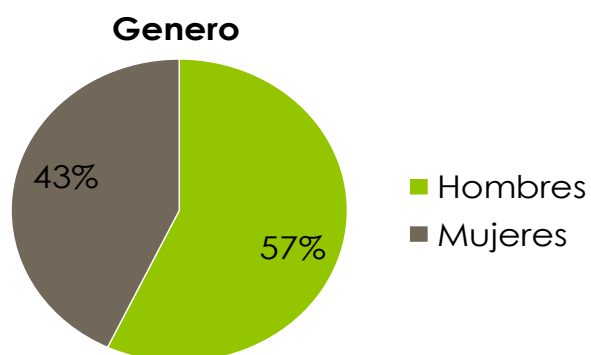
De esta manera podemos darnos cuenta de que la oscilación de los costos va de acuerdo al tipo de ingrediente del cual ordenamos, sin embargo hemos establecido una lista de precios que no varía tan drásticamente tomando el tipo de ingrediente, intentamos solucionar de mejor manera el balance entre ingrediente y costo (En estudios posteriores se desglosarán los costos y la cantidad que se estuvo dispuesto a absorber para compensar esta diferencia) como ejemplo mencionaremos el ingrediente jamón serrano contra jamón de pierna de cerdo natural, comparando simplemente el costo de uno en contra del otro, podemos dar cuenta de este fenómeno afectando seriamente el costo de producción de uno sobre el otro.

Una idea importante que tenemos y queremos que nuestros clientes tengan de nosotros es que el bagel es nuestro producto principal, pero tenemos opciones complementarias que nos ayudan a definir una idea más sólida y ser competidores realmente fuertes en el mercado.

## 2.2.2 Algunas graficas significativas.

¿En que se gasta su sueldo los mexicanos?

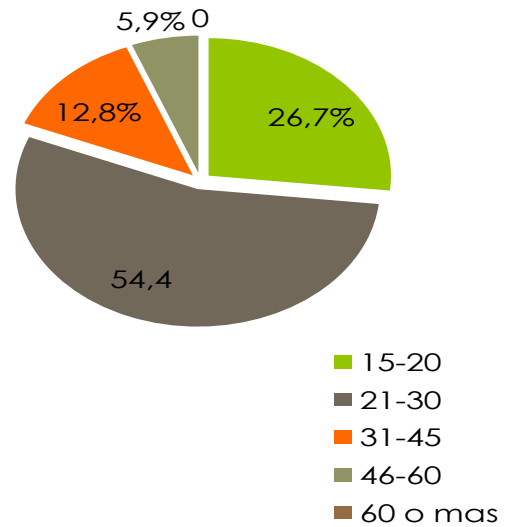
- Calzado
- Vestido
- Alimentos
- Desarrollo familiar
- Diversión
- Algún lujo



## Nuestras Ventajas

- Hemos concluido que nuestro producto es preferido principalmente por gente que trabaja, estudiantes, transeúntes, cuyas edades se comprenden entre 20 y 45 años, en su mayoría económicamente activa y estos en México representan una gran oportunidad para crecer

## Edades

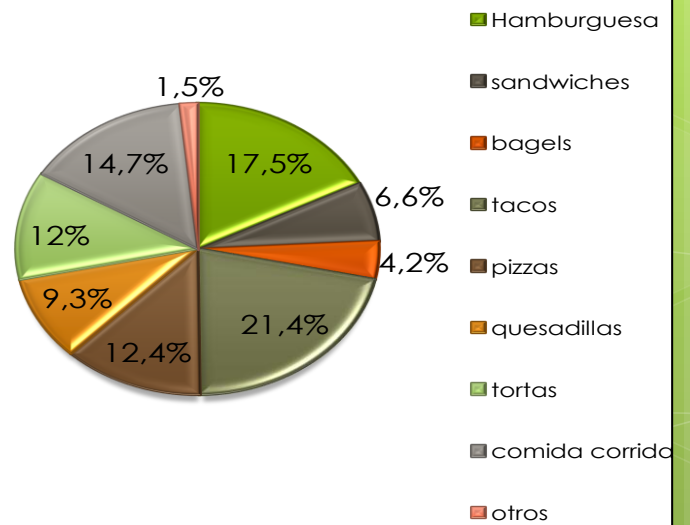


## o **0 grasas trans**

(pan blanco, integral). Esto nos da una ventaja competitiva sobre diferentes productos en el mercado y mas específicamente en el sector **COMIDA RAPIDA** (ejemplos).

- o **Compacto.** Es fácil de llevar, empacar y de comer. Nuestro producto esta pensado para que una persona lo pueda llevar fácilmente e incluso ir comiendo sin derramar, nuestros ingredientes raramente salpican, chorrean o caen.

## Que tipos de comida



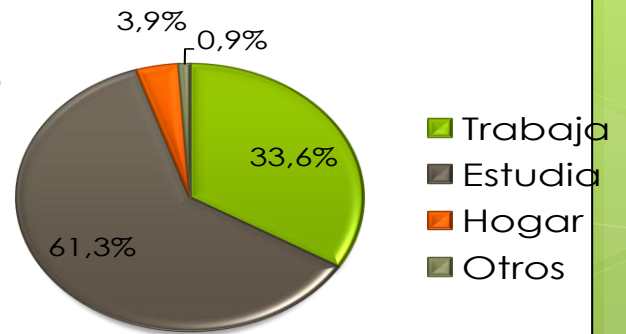
### o **Satisfacción.**

Confiamos en nuestro productos, e incluso garantizamos cualquier ingrediente que usemos en la preparación, si el cliente no esta satisfecho tomamos cartas en el asunto.

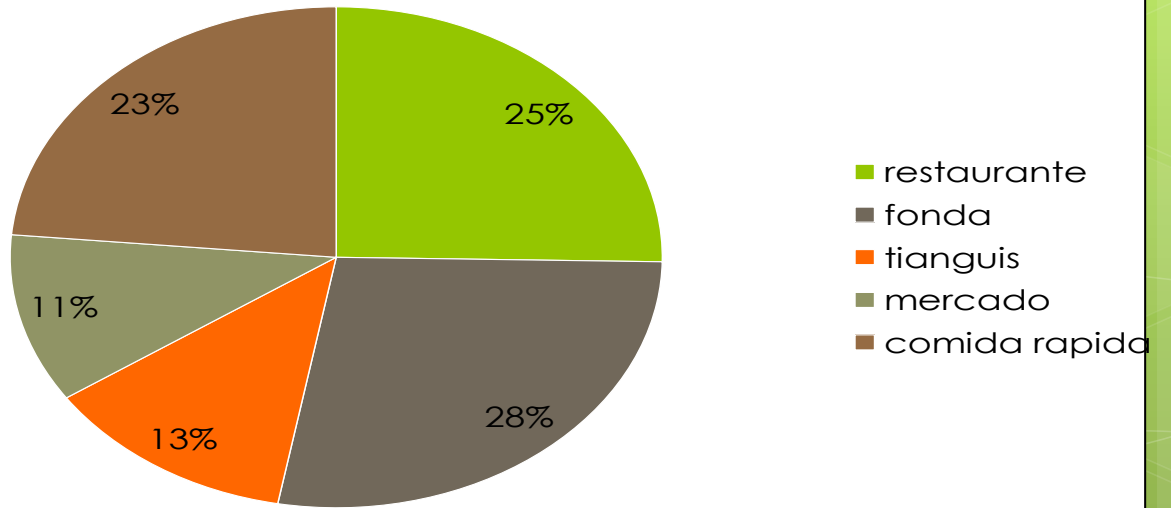
### o **Servicio de entrega.**

Contamos con servicio a domicilio en la zona, con tiempo previamente medidos para garantizar un servicio integral de calidad y rapidez.

### Ocupación



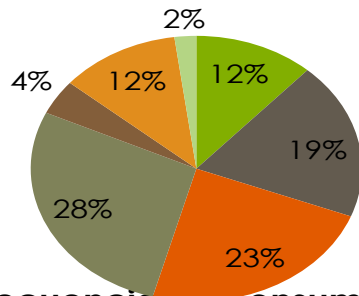
### Lugares frecuentados por los consumidores





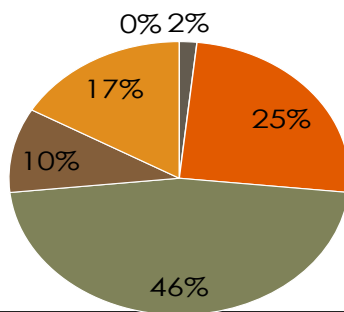
Que le gusta a nuestros clientes

### Sabores Favoritos



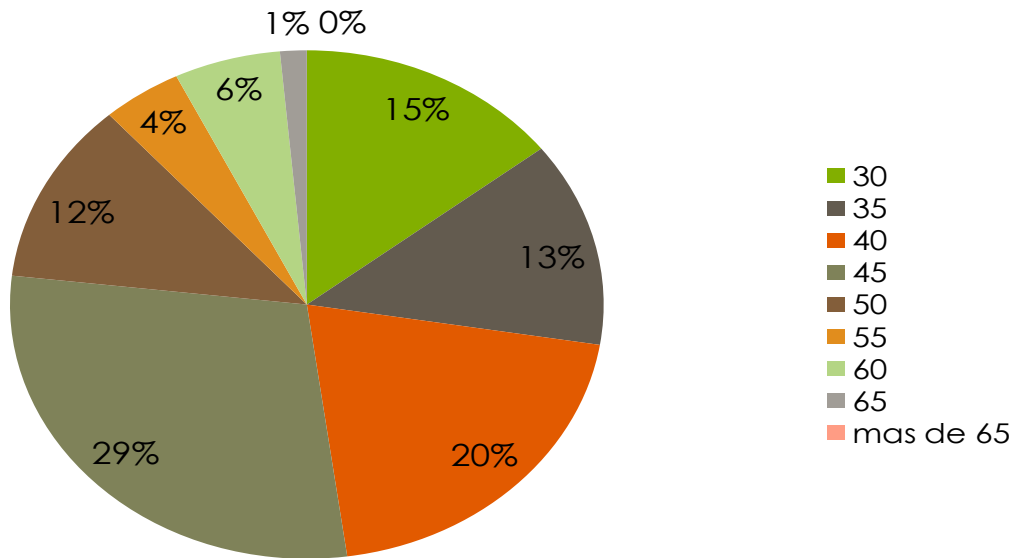
- Blanco
- Ajonjolí
- Parmesano
- Integral
- Cebolla
- Pasas y canela
- otro

### Frecuencia de consumo de Bagels





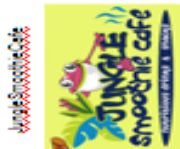
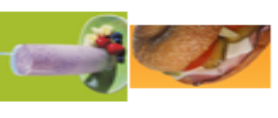








- diario
- cada tercer día
- 1 vez por semana
- 1 mes
- cada 3 meses
- cada 6 meses

### Cuanto pagarían por un bagel



## 2.2.3 La Competencia.

Producto		Precio		Paiza		Publicidad	
Establecimiento	Presentación	Gama de productos	Por persona	Promoción	Ubicación (Restaurante más cercano a Luna Bogels)	Servicio a domicilio	Internet
 <p>Luna Bogels</p>		<p>Bogel de carne Bogel de pollo Bogel de vegetales Bogel de frutas Bogel de queso Bogel de chocolate Bogel de frutas y queso Bogel de frutas y chocolate Bogel de frutas y queso y chocolate</p>	<p>\$\$\$ Bogel Y Bogel</p>	<p><b>Ya abrimos!!!</b> <b>Por</b> <b>Inauguración</b> <b>15% de descuento</b> <b>En todos</b> <b>nuestros combos</b></p>	<p>- Plaza Pajaros condes de arriaga, Insurgentes 483 Edo. Mex. California Col. Héroles condes. DF.</p>	<p>Si</p> <p><a href="http://www.facebook.com/lunabogels">www.facebook.com/lunabogels</a></p>	<p>Tv, Anuncios Espectaculares, etc.</p> <p>Flyers promocionales con descuentos de ocasión</p>
 <p>Karma Bogels</p>		<p>Bogel de pollo Bogel de carne Bogel de vegetales Bogel de frutas Bogel de queso Bogel de chocolate Bogel de frutas y queso Bogel de frutas y chocolate Bogel de frutas y queso y chocolate</p>	<p>\$\$\$ Bogel Bogel</p>		<p>- Av. Nueve de Julio Edo. Michoacán Col. Condes. DF.</p> <p>México y el mundo: Puebla Cholula DF Playa de Carmen, Q. Roo.</p>	<p>Si</p> <p><a href="http://www.karmabogels.com.mx">www.karmabogels.com.mx</a></p>	<p>No</p>
 <p>Jungle Smoothie Café</p>		<p>Smoothie de frutas Smoothie de chocolate Smoothie de frutas y chocolate Smoothie de frutas y queso Smoothie de frutas y queso y chocolate</p>	<p>\$\$\$ Smoothie Bogel</p>	<p><b>35% de descuento</b> <b>25% de descuento</b></p>	<p>- Plaza con Circuito Juan Pablo II 2710, local 7 Col. Santa Juana, Puebla, Puebla, México y el mundo: Puebla Playa de Carmen, Q. Roo.</p>	<p>No</p> <p><a href="http://www.junglebodega.com/mx">http://www.junglebodega.com/mx</a></p>	<p>No</p>
 <p>Subway</p>		<p>Sándwiches bajos en grasa y de todo tipo de ingredientes (pollo, carne, queso, vegetales, etc.) Ensaladas Empanadas Bebidas</p>	<p>\$\$\$ Sandwich Y Bogel</p>		<p>- Av. Insurgentes Sur 207 Col. Héroles condes. DF. - Av. Insurgentes Sur 466, Condes Roma Sur, DF. México y el mundo: 33512 Restaurantes en 47 Países y 473 Restaurantes en México</p>	<p>Si (Algunos Restaurantes)</p> <p><a href="http://www.mex.subway.com">www.mex.subway.com</a></p>	
 <p>Burger King</p>		<p>Hamburguesas (pollo y carne) Papas a la francesa Ensaladas Helados Papas Desserts</p>	<p>\$\$\$ Hamburguesas, Papas Y Refresco</p>	<p><b>15% de descuento</b></p>	<p>Av. Insurgentes sur no. 265, Col. Héroles condes. DF. México y el mundo: Más de 470 restaurantes en México. Más de 11500 restaurantes en 172 países.</p>	<p>Si (Algunos Restaurantes)</p> <p><a href="http://www.burgerting.com.mx">www.burgerting.com.mx</a></p>	

## 2.3 Ventas

Distrito Federal			VENTAS SEMANALES - AWUS		
Colonia	AGEB	Población	Bajo	Medio	Alto
SAN ANGEL	31	1385	\$33,559.62	\$53,695.38	\$67,119.23
NAPOLES	6	1647	\$39,908.08	\$63,852.92	\$79,816.15
DIVISION DEL NORTE	13	1967	\$47,661.92	\$76,259.08	\$95,323.85
CONDESA	22	1647	\$39,908.08	\$63,852.92	\$79,816.15
ZONA ROSA	22	1832	\$44,390.77	\$71,025.23	\$88,781.54

### 2.3.1 Ventas esperadas

Guadalajara			VENTAS SEMANALES - AWUS		
Colonia	AGEB	Total Población	Bajo	Medio	Alto
PLAZA LOMAS	16	2690	65,180.77	\$104,289.23	\$130,361.54
SAN ISIDRO	9	4229	102,471.92	\$163,955.08	\$204,943.85

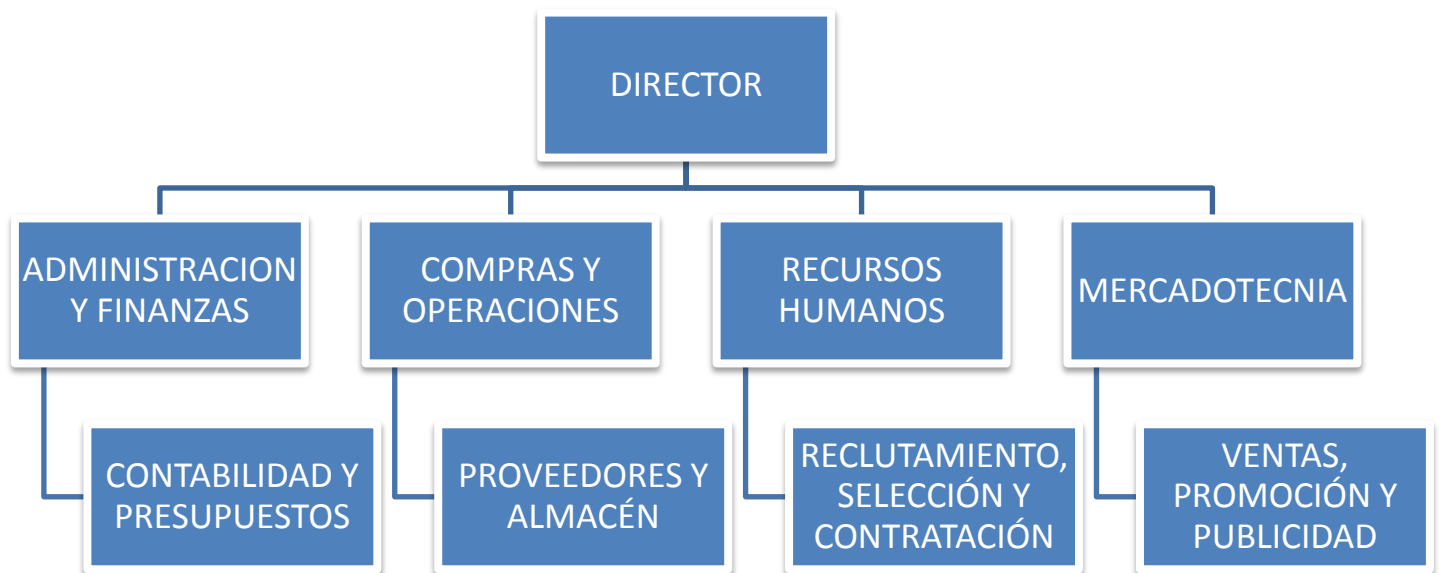
Monterrey			VENTAS SEMANALES - AWUS		
Colonia	AGEB	Total Población	Bajo	Medio	Alto
AZTLAN	30	2226	\$53,937.69	\$86,300.31	\$107,875.38
ECONOMAX	16	2612	\$63,290.77	\$101,265.23	\$126,581.54



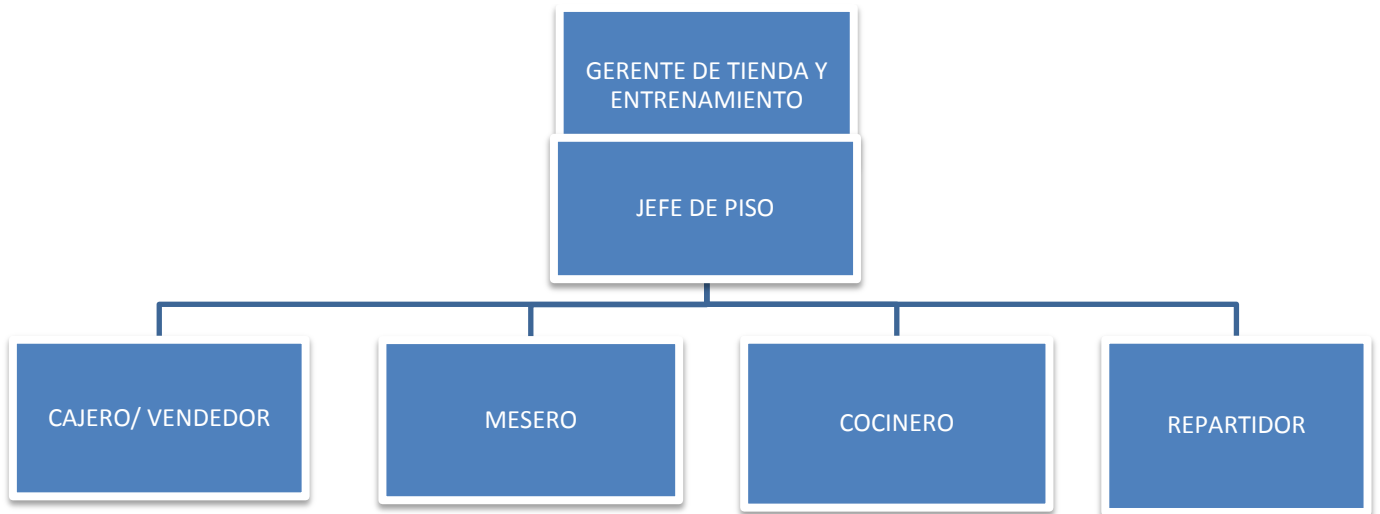


## 2.4. Organigramas y estructuras que darán funcionamiento al negocio.

### 2.4.1 Creación de la infraestructura que dará soporte a la red de franquicias.



### 2.4.2 Creación de la Infraestructura que dará soporte a la UEN.



**Nota\*** en la Sección 3.8 Anexos se describen los puestos y los perfiles de cada uno de las posiciones

## 2.5 Finanzas

### 2.5.1 Punto de equilibrio

En la siguiente tabla se muestran los costos mensuales a partir de los cuales se puede obtener el punto de equilibrio y determinar cuánto será la cantidad a vender para empezar a tener utilidades.

#### Costos Fijos

Concepto	Costo
Renta	7000
Teléfono	230
Otros costos	3500
Sueldos	40000
<b>Total</b>	<b>50730</b>





Gastos de Instalación	97.888,00	104.609,30		
<u>No Circulante</u>				
Mobiliario y equipo	96.264,10			
Depósito en garantía	14.325,00	110.589,10	215.198,40	
PASIVO				
<u>A corto plazo</u>				
Rentas cobradas por anticipado	7.162,00			
I.V.A por acreditar	1.283,44			
Acreedores diversos	73.741,00	82.186,44	82.186,44	
CAPITAL CONTABLE				
Capital Social			<b>133.011,96</b>	

### 2.5.3 Tabulador de puestos para la estructura

Puesto	Nivel	Bajo A	Medio B	Alto C
Director general		66.500,00	70.000,00	73.500,00
Gerente finanzas	19	38.000,00	40.000,00	42.000,00
Gerente operaciones	18	38.000,00	40.000,00	42.000,00
Gerente recursos humanos	17	38.000,00	40.000,00	42.000,00
Gerente mercadotecnia	16	38.000,00	40.000,00	42.000,00
Contador	15	19.000,00	20.000,00	21.000,00
Comprador	14	18.050,00	19.000,00	19.950,00
Comprador	13	18.050,00	19.000,00	19.950,00
Reclutador	12	16.150,00	17.000,00	17.850,00
Supervisor	11			

		14.250,00	15.000,00	15.750,00
Encargado de promoción y publicidad	10	13.300,00	14.000,00	14.700,00
Encargado de publicidad e imagen de la UEN	9	12.825,00	13.500,00	14.175,00
Vendedor	8	12.350,00	13.000,00	136.500,00
Capacitador	7	11.400,00	12.000,00	12.600,00
Analista de nomina	6	9.500,00	10.000,00	10.500,00
Secretaria	5	6.034,00	6.335,00	6.652,00
Secretaria	4	6.034,00	6.335,00	6.652,00
Almacenista	3	3.800,00	4.000,00	4.200,00
Almacenista	2	3.800,00	4.000,00	4.200,00
Auxiliar	1	2.850,00	3.000,00	3.150,00
<b>Costo Total de la Nómina</b>		<b>385.893,00</b>	<b>406.170,00</b>	<b>549.329,00</b>

UEN

Puesto	Nivel	Bajo A	Medio B	Alto C
Gerente de tienda y entrenamiento	8	38.000,00	40.000,00	42.000,00
Jefe de piso	7	19.000,00	20.000,00	21.000,00
Cocinero	6	7.600,00	8.000,00	8.400,00
Cajero	5	6.034,00	6.335,00	6.652,00
Repartidor	4			

		3.800,00	4.000,00	4.200,00
Repartidor	3	3.800,00	4.000,00	4.200,00
Mesero	2	2.850,00	3.000,00	3.150,00
Mesero	1	2.850,00	3.000,00	3.150,00
<b>Costo Total de la Nómina</b>		<b>83.934,00</b>	<b>88.335,00</b>	<b>92.752,00</b>

## 2.5.4 Inversión Inicial y costos

A continuación se muestra la inversión para adecuar el lugar en el que se va a establecer la franquicia.

Concepto	Cantidad	Precio U	Total
<b>Mobiliario</b>			
Horno Eléctrico	1	7150	7150
Horno Micro ondas	1	1290	1290
Horno Tostador	1	1000	1000
vitrina refrigeración 70cm	1	13225	13225
refrigerador 18 pies	1	5399,1	5399,1
Vagón para barra	1	4900	4900
Insertos con tapas	16	150	2400

Barra	1	5500	5500
Barra tras	1	5500	5500
vidrio curvo	1	2500	2500
Pintura	1	2500	2500
Plafon	1	8726	8726
Electricista	1	6000	6000
Material Eléctrico	1	4654	4654
Piso	1	3485	3485
Colocación Piso	1	2100	2100
Cortina	1	7725	7725
Diseño	1	2000	2000
Material de impresión	2	200	400
Puerta	1	1200	1200
Vidrios	1	200	200
Pastilla termo magnética	1	380	380
Estante	1	1900	1900
Mesa trabajo	1	2400	2400
tablas para preparación	3	100	300
pinzas	4	50	200
cuchillos	1	230	230
tablas	2	100	200

mueble con tarja	1	2400	2400
bowls	4	100	400
		<b>Total</b>	<b>96264,1</b>

Inversión inicial en equipo e instalación			
Concepto	Costo	Pagado	Total
TDC	22461		
Horno Eléctrico		7150	7150
Horno Micro ondas		1290	1290
Horno Tostador	1000		1000
caja registradora			0
vitrina refrigeración 70cm	13225		13225
refrigerador 18 pies		5399	5399
Vagón para barra	4900		4900
Insertos con tapas	2400		2400
superficie de granito	6000		6000
Barra		5500	5500
Barra tras	5500		5500
vidrio curvo	2500		2500

Pintura	2500		2500
Plafon	2700	6000	8700
Electricista	1000	6000	7000
Material Eléctrico		4654	4654
Colocación Piso		2100	2100
Piso	3485	100	3585
Cortina		7725	7725
Diseño	1000	1000	2000
Puerta	1200		1200
tablas para preparación	300		300
pinzas	50		50
cuchillos	230		230
tablas	100		100
bowls	400		400
Vidrios	200		200
Pastilla termo magnética	380		380
Estante	1900		1900
<b>Total</b>			<b>97888</b>

Inversion inicial

Mobiliario + Insumos + Equipo e

instalación
199373

Inversión inicial = \$300000

Regalías sobre las ventas = 4%

Regalías para publicidad = 3%

Regalías para publicidad local = 3%

Con un pronóstico de ventas de 1700 piezas vendidas mensualmente, la ganancia mensual es de **\$16443**.

A este se le tiene que restar el pago de regalías por lo que queda en total \$14800.

Tomando en cuenta este dato, se puede obtener que el retorno de la inversión sería en **21 meses** empezando a contar desde el primer día que se abre la sucursal.

## 2.6 Imagen Corporativa

### Introducción.

La percepción visual a través del color es la primera característica que apreciamos a través de los alimentos, siendo lo primero que nos llama la atención. De hecho, nos sirve como punto de partida a la hora de juzgar las características o la calidad de los alimentos.



Desde las civilizaciones más antiguas, hemos utilizado los colores en la alimentación para mejorar su aspecto, uniformarlos, recuperar el color perdido en el procesamiento de los alimentos y servir de ayuda o referencia para que el consumidor reconozca los alimentos. Sin duda alguna, los colores permiten ganar atractivo y sabor a los alimentos; cada sector alimenticio cuenta con una serie de colorantes específicos, cuyas características específicas les ayudan a colorear productos lácteos, jugos de frutas, panes, mantequillas, etc. Por ejemplo, mediante la solubilización del carmín de cochinilla podemos obtener líquidos rojizos ideales para su aplicación en los alimentos. Tanto antocianinas como ácido carmínico pueden ser aplicados en jugos de frutas, productos de confitería y mermeladas. Snacks, margarinas, productos lácteos y otros alimentos son receptores ideales de las bixinas y norbixinas, las cuales dotan a los alimentos de su característico tono anaranjado.

El color es una parte del espectro lumínico, y al fin, es energía vibratoria. Esta energía afecta de diferente forma al ser humano, dependiendo de su longitud de onda (del color en concreto), produciendo diferentes sensaciones de las que normalmente no somos conscientes.

Pero las personas que trabajan en las agencias de marketing y publicidad, los asesores de imagen de empresa, etc. Están muy conscientes de ello y utilizan los colores para asociarlos coherentemente al tipo de producto que quieren hacer llegar.

Pero esto no podría ser de otra forma ya que funciona. Desde hace años se han hecho todo tipo de pruebas para analizar las sensaciones que sugieren los colores y hay bastante bibliografía al respecto.

A continuación se mostrarán algunas de las propiedades de los colores básicos generalmente aceptadas. Pueden existir discrepancias de acuerdo al autor, pero en lo fundamental todos están de acuerdo.

### **2.6.1 El significado de nuestros colores**

En Luna Bagels como una de nuestras prioridades es dar al cliente una sensación de calidez desde que entra a la unidad, durante el proceso de atención y posteriormente a su salida. Partiendo de nuestros valores, misiones y metas, concluimos que es lo que queríamos dar a

entender al cliente desde que veía el logo y así consecuentemente en el diseño todas nuestras unidades estratégicas de negocios.

En la siguiente tabla resumimos, para los principales colores, que son los aprobados de acuerdo a nuestros principios como empresa, qué simbolizan, su uso como aporta al perfil psicológico de cada cliente o acción terapéutica.

Color	Significado	Su uso aporta
BLANCO	Pureza, inocencia, optimismo	Purifica la mente a los más altos niveles
LAVANDA	Equilibrio	Ayuda a la curación espiritual
AMARILLO	Inteligencia, alentador, tibieza, precaución, innovación	Ayuda a la estimulación mental Aclara una mente confusa
ORO	Fortaleza	Fortalece el cuerpo y el espíritu
NARANJA	Energía	Tiene un agradable efecto de tibieza Aumenta la inmunidad y la potencia
ROJO	Energía, vitalidad, poder, fuerza, apasionamiento, valor, agresividad, impulsivo	Usado para intensificar el metabolismo del cuerpo con efervescencia y apasionamiento Ayuda a superar la depresión
PÚRPURA	Serenidad	Útil para problemas mentales y nerviosos
AZUL	Verdad, serenidad, armonía, fidelidad, sinceridad, responsabilidad	Tranquiliza la mente Disipa temores
AÑIL	Verdad	Ayuda a despejar el camino a la conciencia del yo espiritual

## 2.6.2 Tabla de sensaciones.

Supongamos que en determinadas situaciones queremos sugerir, promover determinados sentimientos entre nuestros visitantes. En la siguiente tabla esquematizamos como:

Sensación	Colores	Muestras
Calidez, tibieza	Colores tibios asociados al fuego: Marrón, Rojo, Naranja, Amarillo	
Fascinación, emoción	El amarillo dorado deja una sensación perdurable, brillante, fuerte.	
Sorpresa	El granate, sorprende por poco usado.	
Feminidad	La variedad de tonos alrededor del rosa y lavanda	
Dramatismo	Verde oscuro, poderoso.	
Naturalidad	Sutiles tonos de gris y verde	
Masculinidad	Marrones, piel curtida y azules	
Juvenil	Colores saturados, brillantes, extremos, con el máximo contraste	
Serenidad	Sombras frescas, del violeta al verde	
Frescura	Tonos neutros de azul violeta y gris	

## 2.6.3 Imagen corporativa de Luna Bagels.

En Luna Bagels hemos querido brindar al cliente una satisfacción perdurable, serena, cálida, leal, verdadera, honesta, constante, emocionante, segura, elegante y esto lo transmitimos por medio de nuestra imagen; ya que todas las características que buscamos brindar las encontramos en nuestros colores, son nuestro símbolo, nuestra camiseta y nuestro primer contacto con los clientes; es por ello que lo hemos considerado muy importante y como pieza fundamental en el diseño.

Por lo anterior, a continuación encontrará a detalle cada una de las piezas que integran nuestra imagen.

#### **2.6.4 Configuración Gráfica del logotipo.**

Este logotipo de Luna Bagels está diseñado para transmitir la frescura y confort que deseamos sientan los clientes debido a que los colores ocupados en él no son agresivos a la vista y reflejan serenidad; ya que debido a la explicación antes dada, decidimos que estos eran los colores ideales para que el consumidor al momento de decir "Vamos a comer a Luna Bagels" se transportara en su mente al lugar más relajado que conociese o se imaginara que estaría ahí sin preocupación alguna.

De ahí el nombre de luna y la imagen de la misma ya que sugerimos que al pensar, decir o imaginarse la luna la gente inmediatamente la relaciona con serenidad, romanticismo, tranquilidad espiritual, confort, entre otras cosas. Por ello, la luna deberá medir 30cm, estará iluminada de color azul con el contorno naranja para que resalte tendrá una carita que refleja tranquilidad y satisfacción, las letras de la palabra "luna" son gruesas para resaltar el nombre de la empresa y que fácilmente se pueda identificar, en la palabra "bagel" se muestra en café y una letra seria y tranquila debido a que es el nombre del producto que se comercializará y con el cual nos abriremos camino en el sector de fastfood mejor conocido como comida rápida.

### 2.6.5 Versiones de colores del logotipo.



Logotipo en positivos.



Logotipo en Negativo.

### 2.6.6 Aplicación de fondos en negativo y positivo.



### 2.6.7 Tipografía autorizada.

La tipografía es un elemento muy importante ya que es uno de los elementos visuales más importantes con los cuales se puede apoyar la marca para lograr el posicionamiento deseado dentro del mercado debido a que los individuos tendemos a guardar en la memoria imágenes

con las cuales asociamos las palabras; de ahí la importancia que adquiere el tamaño, forma y distribución de las letras.

El uso correcto de este elemento nos ayudará a transmitir la imagen que deseamos se tenga acerca de nosotros; es decir, que somos una empresa sólida, responsable, seria, comprometida con sus trabajadores y clientes; para así poder unificar la imagen en todas las aplicaciones posibles.

Para lograr lo anterior se ha optado por la tipografía Monotype corsiva, para la palabra "Luna", una tipografía moderna la cual refleja frescura, es legible, juvenil, tiene un trazo sencillo y es muy manejable para adaptarla a cualquier tipo de composición y para la palabra "bagels" la tipografía Century Gothic ya que esta en un segundo plano y es solo para denotar el tipo de producto que vendemos.

Cabe mencionar que es importante ésta tipografía no debe ser alterada o distorsionada por ningún motivo ya que es la carta de presentación ante los consumidores; salvo que los directivos así lo deseen.

*Luna* bagels

*Luna* bagels

*Luna* bagels

### 2.6.8 Restricciones del Logotipo.

Para poder llevar a cabo un buen uso de la marca y que el cliente o consumidor pueda identificarla correctamente y obtener buenos resultados que se verán reflejados en las ganancias

es necesario evitar modificar, transformar, reeditar, etc., el logotipo ya que es nuestra carta de presentación en el mercado como lo hemos mencionado con anterioridad.

Para ello a continuación se señalan ciertas interpretaciones incorrectas:

- Variar la distancia entre los textos.
- Rotar o inclinar la imagen dificultando la legibilidad de la misma.
- Cambiar el lugar del símbolo.
- Usar otros colores diferentes a los institucionales.
- Cambiar la tipografía de los textos.
- Omitir alguno de los elementos de la Imagen Corporativa.
- Deformar el logotipo.

### 2.6.9 Otras aplicaciones del Logotipo.



**Tarjeta de Presentación**

**Tarjeta de presentación**



## Hoja membretada

### 2.7 Ventas y Mercadotecnia

#### 2.7.1 Programa de Mercadotecnia y Publicidad

Promoción	Descripción	Duración	Ubicación
<b>2x1 en toda la tienda por inauguración</b>	Todo a mitad de precio	Una semana	En todas las tiendas, en anuncios espectaculares, paradas de autobús y cerca de la zona de a apertura
<b>Día del amigo</b>	1 amigo 10%, 2 amigos 20%, 3 amigos 30% ... (hasta 5 amigos, no más)	Un mes cada año	En todas las tiendas, en anuncios espectaculares, paradas de autobús
<b>Semana de los enamorados</b>	Comen 2 paga 1	Una semana	En todas las tiendas, en anuncios espectaculares, paradas de autobús
<b>Feliz cumpleaños</b>	Trae tu id y te descontamos el porcentaje de los años que cumplas%	Todo el año	En todas las tiendas, en anuncios espectaculares, paradas de autobús
<b>Ven por tu Calaverita</b>	En la compra de cualquier combo te regalamos un postre	Octubre	En todas las tiendas, en anuncios espectaculares, paradas de autobús
<b>Feliz Navidad</b>	Ven con toda tu familia y pagan la mitad	Diciembre	En todas las tiendas, en anuncios espectaculares, paradas de autobús
<b>Día de la madre</b>	Trae a tu mama a comer y ella no paga nada	Mayo	En todas las tiendas, en anuncios espectaculares, paradas de autobús
<b>Día del Niño</b>	Trae a tus hijos a comer y les regalamos un postre y regalos sorpresa	Abril	En todas las tiendas, en anuncios espectaculares, paradas de autobús



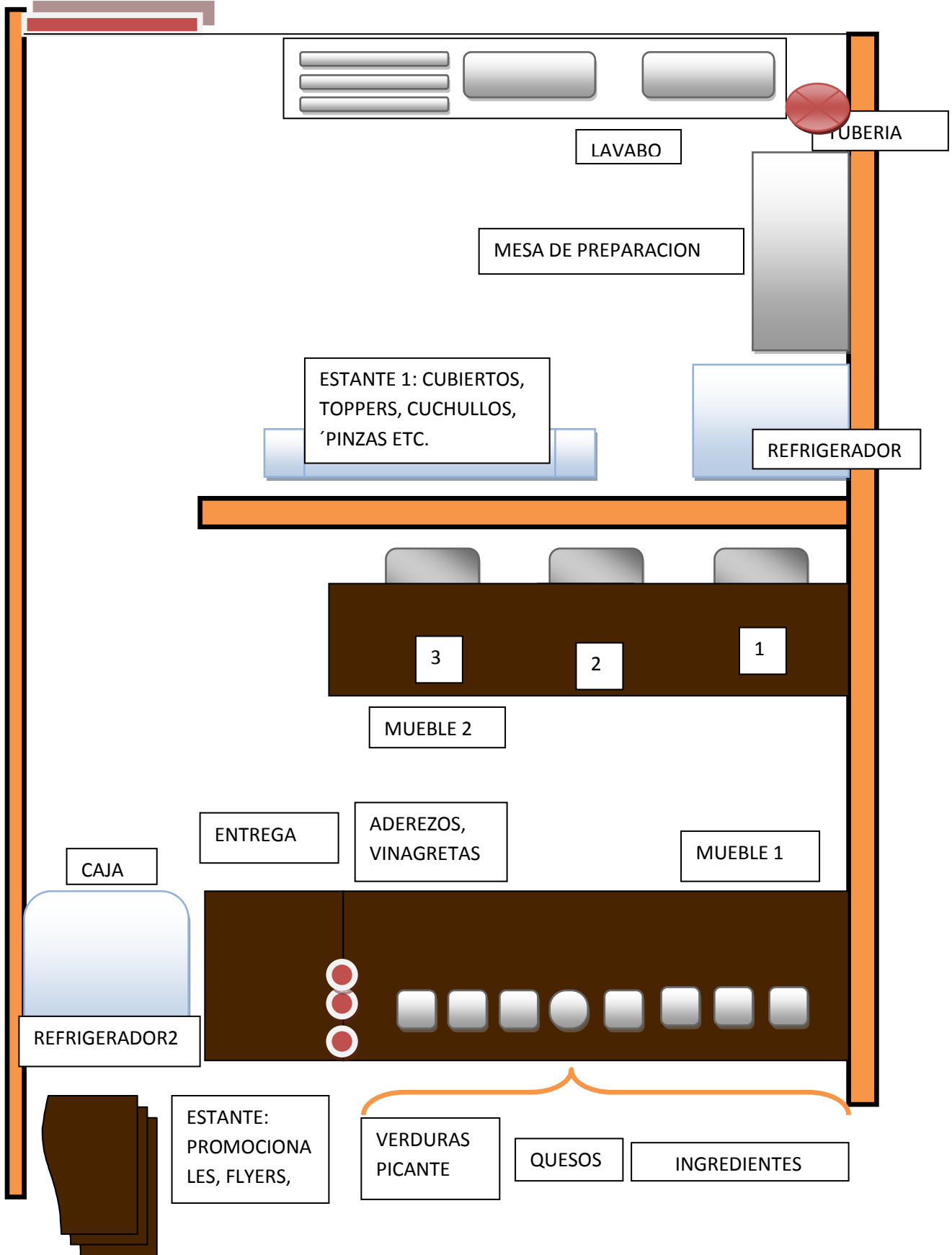
<b>Día del Padre</b>	Trae tu papa a comer y le hacemos un 30% de descuento en toda la comida	Julio	En todas las tiendas, en anuncios espectaculares, paradas de autobús
<b>Happy Hour</b>	Ven de 2 a 3 y te damos el postre y la bebida gratis en la compra de un bagel	todo el año	En todas las tiendas, en anuncios espectaculares, paradas de autobús

## 2.7.2 Comisariato

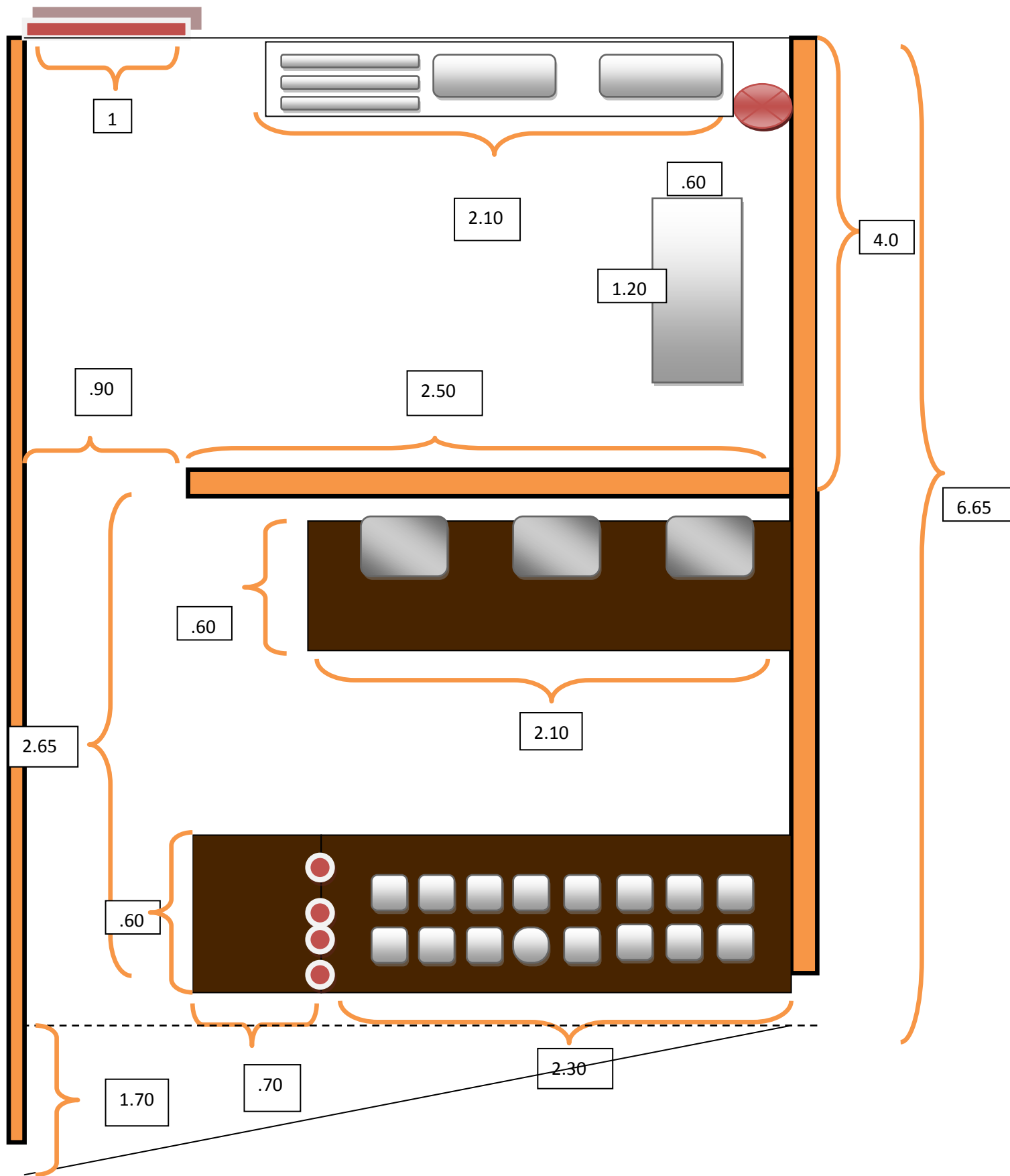
Ingrediente	Empresa	Logo
Panes	Bimbo	
Verduras	Superama	
Embutidos	Fud	
Quesos y Mermeladas	Kraft	
Carnes	Sukame	
Atún	Herdez	
Bebidas	Coca-Cola	

## 2.8 Manuales de procesos y descripción de unidad piloto

### DESCRIPCION DE LA UNIDAD PILOTO



DESCRIPCION DE LA UNIDAD PILOTO: Dimensiones



## **DESCRIPCIÓN:**

**MESA DE PREPARACIÓN:** Se hacen la preparación de las materias primas como picar, rebanar en caso de que sea necesario.

**REFRIGERADOR 1:** Se almacena todos los ingredientes que se utilizaran en la preparación, como verduras, vinagretas, también se hace hielo para poner en la barra de ingredientes y mantenerlos frescos.

**ESTANTE 1:** Se almacenan artículos necesarios para la preparación, como cuchillos, paletas, cubiertos, servilletas, pila papel, bolsas de cartón, material de almacenaje de ingredientes y preparación en general, así como un ligero inventario de refrescos, agua.

**LAVABO:** Cuenta con espacio suficiente para almacenar temporalmente trastos sucios, lavar y secar los que se ensucian.

**MUEBLE 1:** Se divide en dos niveles.

Primer nivel, a la altura de la cintura es plano y le da sustento a los hornos que son de vital importancia en la preparación, así como la cafetera.

Segundo nivel, tiene puertas corredizas y contiene repisas donde se almacena todo el material de empaque y publicidad y algunos otros como son: panfletos, flyers, vasos para ensalada, tapas, popotes desechables en general.

**MUEBLE 2:** Se divide en dos niveles.

Primer nivel, se cuenta con una repisa de vidrio para la exhibición de los panes con el objetivo de que los clientes observen y hagan la elección de acuerdo a su preferencia.

Segundo nivel, en esta barra se coloca todo lo que conlleva la preparación de un bagel. De derecha a izquierda el orden es el siguiente: ingredientes, quesos, verduras, dando una dinámica buena a la atención.

Tercer nivel, se coloca provisionalmente pinzas, platos y tablas de preparación, guantes, hojas de poli papel por mencionar a algunos de los que se usarán en la preparación inmediata del producto.

En la zona de entrega también se almacenan servilletas, bolsas de cartón, tablas para entrega, refresco y aguas al tiempo, esto con el fin de poder armar el combo adecuado y a la mano.

REFRIGERADOR 2: Refrigerador de exhibición en el cual se encuentran cupcakes, ensaladas preparadas y empacadas, cocteles de frutas, yogurts, refrescos, agua, y complementos. Por encima de este se encuentra la caja y la impresora.

ESTANTE EXTERIOR: Sirve para la colocación de material de publicidad, catálogos y muestras.

## 2.8.1 MANUAL DE PROCESOS

### Objetivo

Dar a conocer a nuestros trabajadores el proceso de producción que se lleva a cabo en **Luna Bagels**, con el fin de que estos puedan producir sin ningún inconveniente los productos que se ofrecen con la más alta calidad, en el tiempo establecido y de la misma forma siempre, además de la forma en que se debe dar el servicio al cliente.

### DESCRIPCION DEL PROCESO

Nuestro proceso consta de seis sencillos pasos, tomando en cuenta desde que el cliente entra hasta que el cliente paga por su producto. A continuación se describe en forma detallada cada uno de estos pasos.

#### **Paso 1: Tomar la orden    Tiempo: 90 segundos**

- Dar la bienvenida amablemente al cliente.
- Mostrar todos los tipos de panes disponibles.
- Hacer observaciones en los tipos de pan y dar recomendaciones de cuáles son las mejores combinaciones.
- Preguntar qué tipo de pan es el que el cliente prefiere.
- Partir el pan por la mitad.

#### **Paso 2: Horneado del pan    Tiempo: 40 segundos**

- Colocar el pan en el horno.

- Regresar con el cliente para continuar con la atención a este.

**Paso 3: Ingredientes Tiempo: 30 segundos (esto se hace mientras el pan está en el horno)**

- Dar a conocer los ingredientes con los que se cuenta.
- Dar recomendaciones de cuales ingredientes son los mejores para el pan que se haya seleccionado.

En la siguiente tabla se muestra la cantidad que deberá llevar el bagel por ingrediente:

Ingrediente	Cantidad [g]	Ingrediente	Cantidad [g]
<b>Jamón</b>	35	Salmo Ahumado	33
<b>Tocino</b>	20	Roast Beef	45
<b>Pechuga de pollo</b>	120	Jamón Serrano	45
<b>Carne</b>	100	Pepperoni	30
<b>Atún</b>	35	Espinacas y Hongos	167
<b>Pechuga de Pavo</b>	150	Hawaiano	63

**Paso 4: Quesos Tiempo: 35 segundos**

- Recomendar que tipo de queso se lleva mejor con el ingrediente escogido.
- Preguntar qué tipo de queso se colocara.
- Preparar el queso.

A continuación se da una tabla en la cual se indica la cantidad que se deberá preparar de acuerdo al tipo de queso que se haya escogido.

Quesos	Cantidad [g]
<b>Manchego</b>	45
<b>Panela</b>	45
<b>Philadelphia</b>	40

**Paso 5: Preparación    Tiempo: 90 segundos**

- Colocar los ingredientes y el queso en el pan.
- Preguntar con qué tipo de verduras le gustaría acompañar su producto.
- Colocar las verduras.
- Preguntar si le gustaría acompañar su bagel con algún aderezo.
- En caso de que la respuesta sea afirmativa, colocar el aderezo.
- Dar la recomendación al cliente si desea adquirir alguno de nuestros combos que son:  
BAGEL + COMPLEMENTOS + BEBIDA.
- Empacar el producto.

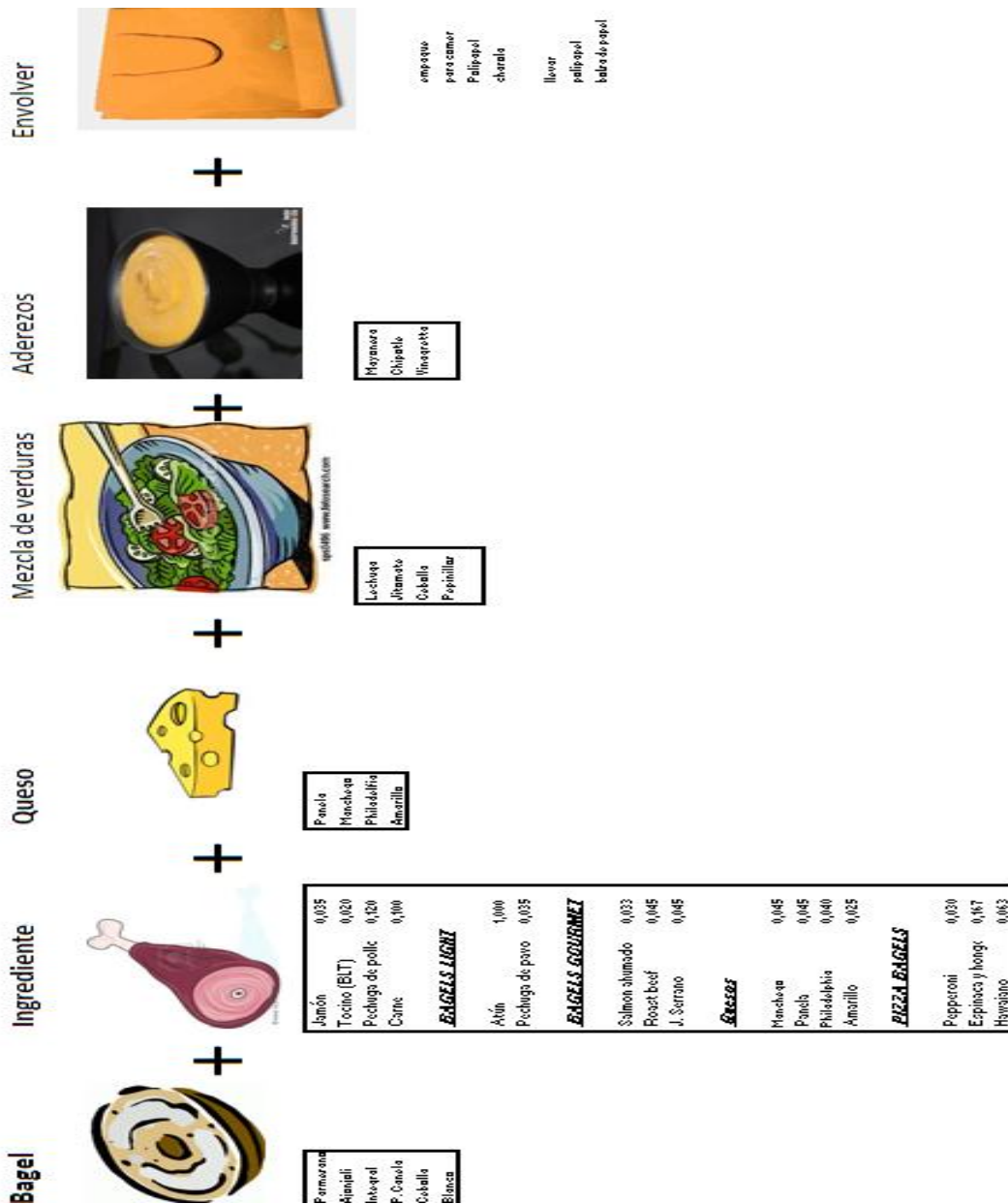
**Paso 6: Cobro y Entrega    Tiempo: 20 segundos**

- Hacer el cobro correspondiente por el producto.
- Entregar el producto.
- Agradecer al cliente su preferencia y darle la despedida educadamente.

**Tiempo total de entrega de producto: 4 minutos 35 segundos aproximadamente**

Este es el proceso que se deberá seguir para atender al cliente y fabricar el producto, como se ve muy sencillo y practico.

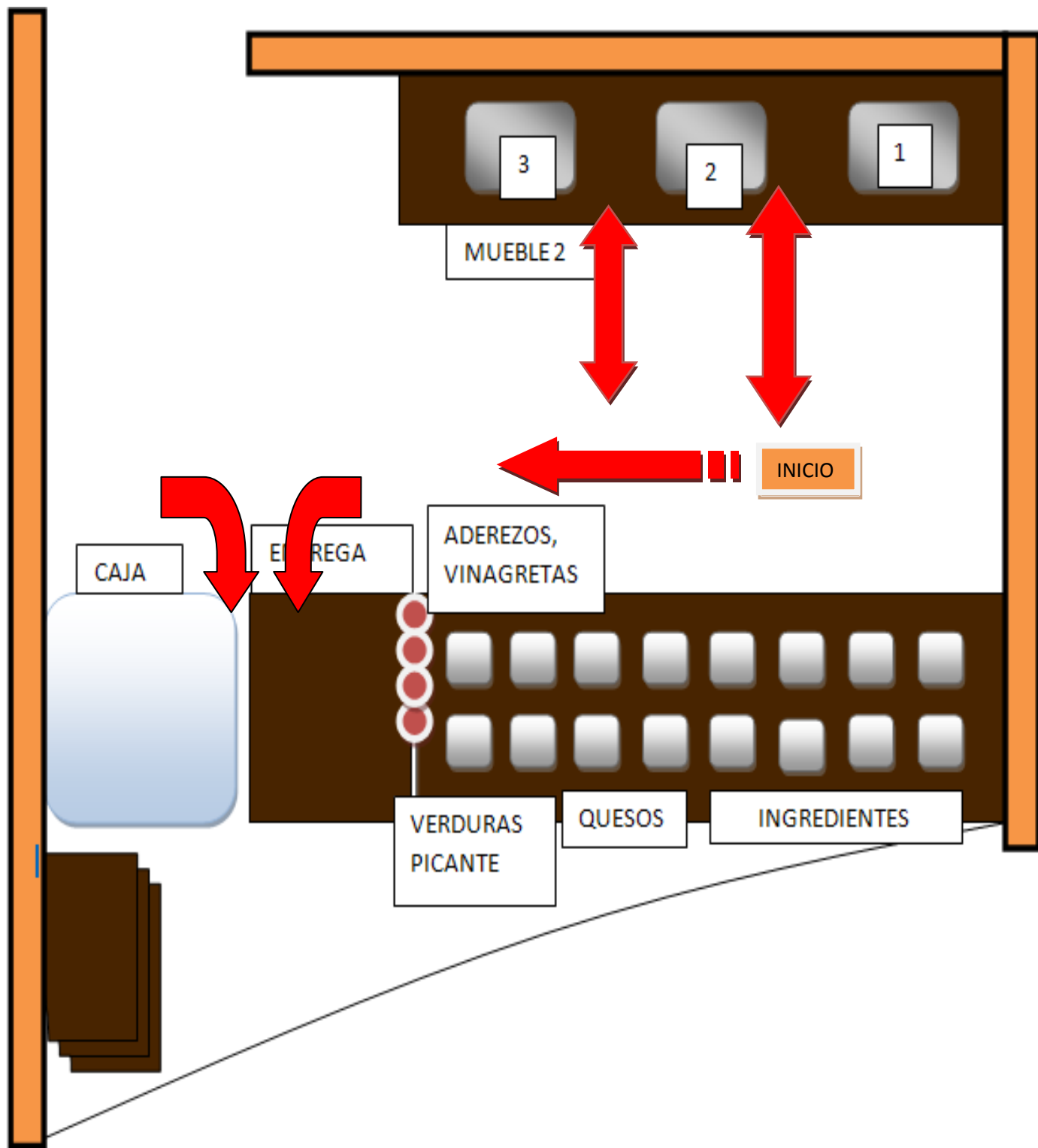
## Preparacion





## 2.8.2 Diagrama de flujo

Proceso paso por paso de fabricación por toda la instalación.



### 2.8.3 MANUAL DE CAPACITACIÓN.

Nombre: Manual de Capacitación de **Luna Bagels**.

Fecha de elaboración: 27-Octubre-2010.

Horario: Lunes- Miércoles- Viernes de 10:00 am – 12:00pm

#### Objetivo

Transmitir los conocimientos para poder capacitar y entrenar a todo el personal que labora en cada una de nuestras franquicias para lograr la estandarización y especialización en la preparación de Bagels. El trabajador será capaz de elaborar un bagel en el tiempo requerido con los mas altos estándares de higiene y calidad necesarias para su preparación.

#### CONTENIDO.

Temas	Duración
1. Bienvenida e Inducción.	2 horas
2. Protocolo de atención a Cliente	2 horas
3. Recorrido por la UEN	2 horas
4. Manejo y mantenimiento de hornos	4 horas
5. Manejo de los ingredientes.	8 horas
6. Preparación de Bagels.	20 horas
7. Motivación e Integración al Equipo de Trabajo.	2 horas
8. Prácticas.	4 horas

## Requerimientos.

Los integrantes del curso deberán presentarse aseados y con la siguiente vestimenta jeans negros, playera tipo polo blanca y zapatos cómodos, además deberán traer consigo los siguientes artículos:

- Libreta.
- Bolígrafo.
- Temario.
- Manual.

## INDICE

1. Bienvenida e Inducción.
  - a) Presentación de la empresa..
  - b) Presentación del Gerente de Entrenamiento.
  - c) Entrega del Manual de Operaciones.
  - d) Plática de los temas a desarrollar.
  - e) Sesión de Preguntas.
2. Protocolo de atención al cliente.
  - a) Bienvenida al cliente
  - b) Ofrecimiento de servicios.
  - c) Introducción al menú.
  - d) Servicios adicionales.
  - e) Entrega del producto y despedida.
3. Recorrido por la UEN.
  - a) Visita a las instalaciones.
  - b) Vías de desalojo en caso de emergencia.
  - c) Ubicación de los aparatos e instrumentos.
  - d) Áreas de trabajo y funcionalidad.
4. Manejo y mantenimiento de Hornos.
  - a) Políticas de uso.

- b) Tipos y utilización de los hornos.
  - c) Limpieza y mantenimiento.
  - d) Niveles de cocción.
  - e) Cuidados para su utilización.
5. Manejo de los ingredientes.
- a) Pirámide nutricional.
  - b) Qué es un bagel.
  - c) Tipos de pan de bagels.
  - d) Segmentación del pan de bagel.
  - e) Picado de los ingredientes. (porciones, tamaño, cantidad).
  - f) Colocación de los ingredientes.
6. Preparación de Bagels.
- a) Menú
  - b) Elaboración de bagel sencillo.
  - c) Elaboración de bagel Light.
  - d) Elaboración de bagel gourmet.
  - e) Elaboración de pizza bagel.
  - f) Elaboración de bagel dulce.
7. Motivación e integración al Equipo de trabajo.
- a) Dinámicas grupales.
  - b) Identificación de problemas.
  - c) Resolución de problemas.
  - d) Juegos de destreza.
8. Prácticas.
- a) Plan de trabajo en situación real.
  - b) Prueba de operación en Tienda Piloto.
  - c) Aprobación del curso.
  - d) Cierre del curso.

BIBLIOGRAFÍA: Las principales fuentes consultadas y de apoyo al desarrollar el trabajo.

### 3.- Conclusiones y agradecimientos

Esta comprobado que el modelo usado por las franquicias es uno de los más exitosos en la actualidad. Somos víctimas de franquicias extranjeras con amplia experiencia en el negocio sobre todo de comida rápida. Desde mi personal punto de vista creo que es necesario dar el siguiente paso y Luna Bagels ha surgido con la idea de darlo. Es realmente el objetivo de este estudio hacer el primer acercamiento hacia este formato con la visión de que algún día pueda hacerlo de la misma o mejor forma que cualquier franquicia competitiva. Es necesario impulsar al país con nuevas ideas que puedan fomentar el desarrollo, el autoempleo y ver estas como una solución verdadera.

El objetivo de este estudio se cumplió dando diversos indicadores, para evaluar si es viable el modelo de franquicia para Luna Bagels y como un primer acercamiento el panorama es favorable esto significa que habrá que dar continuidad a este durante el periodo necesario como para tener todas la herramientas necesarias para una evaluación completa y con trabajo duro, constante lograr buena reputación como marca de comida rápida para atraer a nuevos inversionistas.

Hasta la más mínima parte de este proyecto es resultado de lo aprendido a través de estos años de formación, de experiencias de vida , negocios y es ahí donde radica la relevancia que tuvieron mis estudios como Ingeniero industrial, que considero uno de los más grandes legados, que alguien o en este caso un conjunto de personas o instituciones puedan ceder, que antes de buscar una formación de profesionista esta la formación de las personas. Esto es algo por lo cual estaré muy agradecido mientras se me conceda vida.

Este estudio es el primero que se hace acerca de este negocio, lo que realice aquí no parte de ningún trabajo previo y desde la forma más general por lo que mi labor como ingeniero empezó, desde la primera palabra plasmada.

Es importante destacar que este no pudo ser realizado sin los esfuerzos de muchas personas entre ellos a mis papas, mi hermana, mis compañeros, Daniel Gaona, Juan Cuellar y por supuesto a mi hermano Jonatan Paredes y Roxana Pérez que sin ellos no hubiera sido posible la realización de este. Quiero hacer una mención especial a mi escuela, mi "alma máter" y maestros, que todas las herramientas aquí usadas son producto de la labor que ellos desarrollan diariamente para lograr nuestro desarrollo como personas integras, con una formación enfocada a valores, al compromiso, a la profesión, a nuestra nación y al más importante de todos al valor humano.

## 4.- Anexos

### 4.1 Descripciones de puesto para la estructura de la organización propuesta

#### PUESTO: Director general

ÁREA: **Todas**

SUBORDINADOS: **Supervisor de finanzas, supervisor de operaciones, supervisor de recursos humano, supervisor de mercadotecnia.**

OBJETIVO GENERAL

**Supervisar todas las áreas y tomar decisiones para el cumplimiento de los objetivos de la empresa.**

DESCRIPCION GENERAL

**Esta persona será la encargada de saber las necesidades de la empresa y tomar decisiones inteligentes que mejoren la situación de esta.**

TAREAS PRINCIPALES

**Establecer buenas relaciones a todos los niveles internos y externos para establecer el correcto uso de los recursos de la empresa.**

**Tomar decisiones basadas en análisis que permita el logro de los objetivos.**

**Lograr ventajas competitivas para la empresa que se vean reflejadas en una mayor remuneración económica necesaria.**

**Mantener una línea directa de comunicación con sus colaboradores.**

PERFIL

Edad: **30 A 35 AÑOS**

Sexo: **indistinto**

Estado civil: **Casado**

Escolaridad: **Licenciatura terminada y maestría en Administración**

Idiomas: **Mínimo 90% Ingles**

Características Físicas: **Indistintas**

Habilidades: Habilidad **de liderazgo, facilidad de diálogo, organizado, trabajo en equipo,**

Conocimientos Específicos: Conocimientos **de administración, delegación**

Experiencia: **4 años en el puesto**

Disponibilidad: Tiempo **completo y disponibilidad para viajar**

## **PUESTO: Gerente de finanzas**

ÁREA: **Administración y finanzas**

REPORTA A: **Director General.**

### OBJETIVO GENERAL

**Planificar, organizar, dirigir y controlar los procesos, proyectos, programas y acciones financieras encaminadas a la obtención de los objetivos.**

### DESCRIPCION GENERAL

**Planear, Dirigir, Controlar y Organizar todos los elementos financieros, materiales, y humanos que conforman el cuerpo de trabajo de una organización.**

**Naturaleza y Alcance: Tiene a su alcance el liderazgo de todos los departamentos que estén a su disposición.**

### TAREAS PRINCIPALES

**Planea, supervisa, dirige y controla las estrategias que se aplicaran para llevar a cabo los objetivos planteados.**

**Estructurar objetivos y metas a cumplir ya sea a corto o largo plazo.**

**Crea estrategias para incrementar su productividad y eleva las ventas.**

**Motiva al personal incentivándolo a que realice adecuadamente su trabajo.**

**Hace dinámicas para propiciar la identificación e integración de sus colaboradores.**

**Genera un ambiente de respeto y cordialidad entre los miembros de trabajo.**

**Optimiza los procedimientos.**

### PERFIL

Edad: **26- 35 años**



Sexo: **Masculino**

Estado civil: **Casado**

Escolaridad: **Licenciatura terminada y maestría en Administración**

Idiomas: **Mínimo 70% Ingles**

Características Físicas: **Indistintas**

Habilidades: **Habilidad de liderazgo, facilidad de diálogo, organizado, trabajo en equipo,**

Conocimientos Específicos: **Conocimientos de administración, delegación**

Experiencia: **4 años en el puesto**

Disponibilidad : **Tiempo completo y disponibilidad para viajar**

**PUESTO: Secretaria**

ÁREA: **Administración y finanzas**

REPORTA A: **Gerente de finanzas**

OBJETIVO GENERAL

**Colaborar con el Gerente, es la encargada de la documentación de la empresa y de la atención del público.**

DESCRIPCION GENERAL

**Coadyuvar con la Dirección en la planeación, organización, coordinación y supervisión de los recursos Humanos, Financieros y Materiales con que cuenta la organización, a fin de proporcionar oportunamente los servicios administrativos que se requieran para el desarrollo de las funciones sustantivas de la organización.**

**Naturaleza y Alcance: Ayudar a la Dirección para proporcionar lo que sea requerido para el logro de objetivos.**

TAREAS PRINCIPALES

**Ser puntual en todas sus actividades de funciones.**

**Reclutar las solicitudes de servicios por parte del departamento de servicio al cliente.**

**Hacer una evaluación periódica de los proveedores para verificar el cumplimiento y servicios de éstos.**

**Recibir e informar asuntos que tenga que ver con el departamento correspondiente, para que todos estemos informados y desarrollar bien el trabajo asignado.**

**Mantener discreción sobre todo lo que respecta a la empresa.**

**Evitar hacer comentarios innecesarios sobre cualquier funcionario o departamentos dentro de la empresa.**

**Hacer y recibir llamadas telefónicas para tener informado a los jefes de los compromisos y demás asuntos.**

**Obedecer y realizar instrucciones que te sean asignadas por tú jefe.**

**Mejora y aprendizaje continuo.**

PERFIL

Edad: **22- 30 años**

Sexo: **Femenino**

Estado civil: **Indistinto**

Escolaridad: **Preparatoria terminada**

Idiomas: **Ingles 70%**

Características Físicas: **Indistintas**

Habilidades: **Honesta, trabajadora, eficaz, actitud de servicio, facilidad de palabra, habilidad para tratar con gente**

Conocimientos Específicos: **Conocimientos de computación e ingles**

Experiencia: **2 años en el puesto**

Disponibilidad: **Tiempo completo**

**PUESTO: Contador**

ÁREA: **Contabilidad y Presupuestos**

REPORTA A: **Gerente de finanzas**

OBJETIVO GENERAL

**Revisar todos los movimientos contables así como la presentación a la gerencia de los estados financieros mensuales.**

DESCRIPCION GENERAL

**Llevar el registro contable de la organización, realizar informes periódicos de ellos así como calcular las obligaciones tributarias.**

#### TAREAS PRINCIPALES

**Revisar las transacciones financieras (asientos contables y libros de ventas).**

**Revisar los estados financieros.**

**Revisar y dar recomendaciones sobre procesos de presupuesto, planificación financiera, cuentas por cobrar, cuentas por pagar, etc.**

**Revisar las obligaciones tributarias.**

**Certificar los estados financieros de la empresa (ganancias y pérdidas, balance general y flujo de caja).**

**Denunciar irregularidades en los procesos y estados financieros de la empresa**

#### PERFIL

Edad: **25- 35años**

Sexo: **Masculino**

Estado civil: **Indistinto**

Escolaridad: **Licenciatura y Maestría en Contabilidad**

Idiomas: **Ingles 70%**

Características Físicas: **Indistintas**

Habilidades: **Honesto, hábil con los números, trabajador, Dedicado, Ordenado**

Conocimientos Específicos: **Conocimientos de contabilidad y administración**

Experiencia: **4 años en el puesto**

Disponibilidad: **Tiempo completo**

**PUESTO: Auxiliar**

ÁREA: **Contabilidad y Presupuestos**

REPORTA A: **Contador**

OBJETIVO GENERAL

**Realizar todos los registros y cargado en el sistema de todos los movimientos contables de la empresa, libro caja, registro de ventas, registro de compras, planillas, tramites tributarios**

#### DESCRIPCION GENERAL

**Apoyar la gestión Contable y Financiera de la organización para garantizar la elegibilidad de los estados financieros.**

#### TAREAS PRINCIPALES

**Apoyo en la elaboración de informes financieros**

**Elaboración de los documentos financieros**

**Actualización del sistema contable**

**Apoyo en verificación de procedimientos**

**Apoyo permanente al contador**

#### PERFIL

Edad: **25- 35años**

Sexo: **Masculino**

Estado civil: **Indistinto**

Escolaridad: **Licenciatura y Maestría en Contabilidad**

Idiomas: **Ingles 70%**

Características Físicas: **Indistintas**

Habilidades: **Honesto, hábil con los números, trabajador, Dedicado, Ordenado**

Conocimientos Específicos: **Conocimientos de contabilidad y administración**

Experiencia: **4 años en el puesto**

Disponibilidad: **Tiempo completo**

**PUESTO: Gerente de Operaciones.**

**ÁREA: Departamento de Operaciones**

**REPORTA A: Director General.**

## OBJETIVO GENERAL

**Supervisar y controlar todos los procesos.**

## DESCRIPCION GENERAL

**Cumplir con las metas presupuestales de producto, reducir gastos e incrementar ingresos en la empresa**

## TAREAS PRINCIPALES

**Lograr un retorno de inversiones.**

**Incrementar la producción con una estrategia que no haga que pierda la empresa.**

**Diseñar presupuestos de productos y gastos del área.**

**Contribuir a que la empresa tenga una rentabilidad.**

## TAREAS SECUNDARIAS

**Representara a la empresa en pleitos legales.**

**Poder notarial para participar en licitaciones.**

## PERFIL

Sexo: **indistinto**

Edad: **30 a 45 años**

Estado civil: **indistinto**

Escolaridad: **Ingeniería industrial con diplomado en Administración de Operaciones.**

Idiomas: **Ingles 85%**

Experiencia **mínima de 4 años en puestos similares**

Conocimiento en: **revisión de líneas de producción, revisión de procesos de calidad, logística y planeación**

**PUESTO: Encargado de Producción.**

ÁREA: **Departamento de Operaciones**

REPORTA A: **Gerente de Operaciones.**

## OBJETIVO GENERAL

**Verificar que todos los procesos se realicen de manera rápida y eficaz**

#### DESCRIPCION GENERAL

**Programar, dirigir y controlar el proceso productivo cumpliendo con los requerimientos de productividad y rendimiento, asegurando los estándares de calidad exigidos y administrando eficientemente los recursos humanos y materiales según los objetivos de la organización. Así mismo, debe colaborar con el mejoramiento continuo de la infraestructura y de los procesos.**

#### TAREAS PRINCIPALES

**Revisar bitácoras al inicio de la jornada de trabajo y realizar anotaciones al final del turno.**

**Controlar la mantención del orden, higiene y seguridad en el lugar de trabajo.**

**Maximizar la productividad y rendimiento de las líneas.**

**Registrar la información diaria en los informes de producción.**

**Revisar los informes de calidad de los productos.**

**Controlar permanentemente la calidad de los productos elaborados por su línea.**

**Corregir e informar oportunamente deficiencias detectadas en el proceso productivo.**

**Supervisar aseos profundos de las maquinarias y equipos.**

**Coordinar la inducción del personal a su cargo.**

#### TAREAS SECUNDARIAS

**Realizar reuniones informativas con su equipo de trabajo.**

**Participar en reuniones del área de producción.**

#### PERFIL

Sexo: **Masculino**

Edad: **28 a 45 años**

Estado civil: **indistinto**

Escolaridad: **Licenciatura Titulado.**

Experiencia **mínima de 2 años en puestos similares**

Conocimiento en: **costeo de Productos, conocimientos generales sobre equipos de ensamble, manejo de PC Office y SAP**

**PUESTO: Comprador.**

ÁREA: **Departamento de Operaciones**

REPORTA A: **Gerente de Operaciones.**

OBJETIVO GENERAL

**Adquirir todos los insumos que se requieren para las operaciones al mejor precio y con la más alta calidad**

DESCRIPCION GENERAL

**Ejecutar los trámites para la adquisición de materiales y equipos requeridos por la organización, estudiando y analizando cotizaciones y presupuestos, cumpliendo con los procedimientos establecidos a fin de obtener los bienes en las mejores condiciones de precios, calidad y oportunidad.**

TAREAS PRINCIPALES

**Recibe, estudia y analiza cotizaciones y presupuestos de acuerdo a las requisiciones.**

**Recibe y verifica requisiciones, órdenes de compra y de servicios y sus correspondientes anexos.**

**Verifica la disponibilidad presupuestaria para la realización de las compras.**

**Tramita órdenes de compra, pago a proveedores y reclamos ante las compañías.**

**Efectúa y distribuye compras menores.**

**Lleva el control de archivo de los proveedores, órdenes de compra y cotizaciones recibidas.**

**Mantiene informado al supervisor acerca del avance de las compras.**

**Efectúa el seguimiento a los procesos administrativos relacionados con la adquisición de bienes y servicios.**

**Chequea y verifica materiales y equipos adquiridos.**

**Selecciona y lleva registros de proveedores.**

**Cumple con las normas y procedimientos en materia de seguridad integral, establecidos por la organización.**

**Elabora informes periódicos de las actividades realizadas.**

TAREAS SECUNDARIAS

**Mantiene en orden equipo y sitio de trabajo, reportando cualquier anomalía.**

**Orienta técnicamente en el área de su competencia.**

**Participa en los comités de compra de la Institución.**

PERFIL

Sexo: **Masculino**

Edad: **28 a 45 años**

Estado civil: **indistinto**

Escolaridad: **Licenciatura Titulado.**

Experiencia **mínima de 2 años en puestos similares**

Conocimiento en: **Sistemas presupuestarios y compras, leyes que rigen la materia, características y normas de calidad de la mercancía, fuentes de abastecimientos de las tendencias del mercado y de los precios, inglés técnico.**

**PUESTO: Almacenista.**

ÁREA: **Departamento de Operaciones**

REPORTA: **Gerente de Operaciones.**

OBJETIVO GENERAL

**controlar, registrar, tramitar los reportes, formatos y documentos que determine la empresa, coordinara las necesidades de la empresa**

DESCRIPCION GENERAL

**Supervisar los procesos de almacenamiento y despacho de materiales y equipos adquiridos, revisando, organizando y distribuyendo los mismos; a fin de mantener los niveles de inventarios necesarios y garantizar un servicio eficiente a la organización.**

TAREAS PRINCIPALES

**Supervisa la entrada y salida de materiales y equipos del almacén.**

**Verifica la codificación y registro de mercancías que ingresa al almacén.**

**Elabora la programación anual de las adquisiciones para la dotación del almacén.**



**Controlar la clasificación y organización de la mercancía en el almacén.**

**Elabora órdenes de compra para la adquisición de materiales e informar.**

**Supervisa los niveles de existencia de inventario establecidos de bienes y servicios.**

**Mantiene actualizados los sistemas de registros.**

**Realiza reportes diarios de entrada y salida de material del almacén.**

**Lleva el control de mercancía despachada contra mercancía en existencia.**

**Establece métodos de trabajo, registro y control en el almacén.**

PERFIL

Sexo: **masculino**

Edad: **30 a 45 años**

Estado civil: **indistinto**

Escolaridad: **mínimo bachillerato**

Experiencia **mínima de 1 año en puestos similares**

**PUESTO: Gerente de Recursos Humanos**

**ÁREA: Departamento de Recursos Humanos**

**REPORTA A: Director General.**

OBJETIVO GENERAL

**Realizar estrategias para que el personal este en mejoramiento continuo**

DESCRIPCION GENERAL

**Responsable de la administración del departamento de Recursos Humanos de la organización, buscando procesos eficientes y eficaces para el mejoramiento continuo**

**Trabjará directamente con niveles directivos de la organización**

TAREAS PRINCIPALES

**Controlar las políticas a seguir organizativamente con respecto a los Recursos Humanos de la organización.**

**Responsable de planificar, organizar y verificar eficiencia de los recursos humanos de la empresa.**

**Proyectar y coordinar programas de capacitación y entrenamiento para los empleados.**

TAREAS SECUNDARIAS

**Mantener un clima laboral adecuado, velando por el bienestar de las relaciones empleado - empresa.**

**Interceder por la buena marcha en contratos laborales entre empleados y empresa**

TAREAS OCASIONALES

**Inspeccionar normas de higiene y seguridad laboral.**

**Mediar en conflictos entre empleados**

PERFIL

Edad: **de 35 a 45 años.**

Sexo: **indistinto**

Estado civil: **indistinto**

Escolaridad: **Licenciatura en LAE o Psicología (titulado indispensable)**

Idiomas: **Ingles 85%**

Disponibilidad para Trabajar: **Tiempo Completo**

Experiencia: **mínimo de 1 año como Gerente de Recursos Humanos.**

**Conocimientos: conocer y manejar todo el departamento de Recursos Humanos, y áreas que componen a la empresa.**

**Conocimiento y manejo de la ley del IMSS, Ley Federal de Trabajo, Ley del INFONAVIT.**

**Manejo de los Aspectos del área de: reclutamiento y selección, nominas, desarrollo organizacional, clima laboral, descripción de puestos, manejo y solución de conflictos del personal.**

**PUESTO: Reclutador**

**ÁREA: Departamento de Recursos Humanos**

**REPORTA A: Gerente de recursos Humanos**

OBJETIVO GENERAL

**Seleccionar a los mejores candidatos**

## DESCRIPCIÓN GENERAL

**Responsable de reclutar y seleccionar al personal que requiera formar parte de nuestra empresa y que cubra el perfil solicitado para cada departamento.**

### TAREAS PRINCIPALES.

**Atender eficazmente al personal que llegue con una solicitud de empleo.**

**Al personal de ingreso hacerle pruebas psicométricas, examen médico, de conocimiento y un análisis socioeconómico.**

**Que el personal elegido por esta área tenga los conocimientos, habilidades y destrezas necesarias para desenvolverse dentro de su área de trabajo.**

**Estar al pendiente de cada una de las vacantes que hallan dentro de la empresa.**

**Conocer las áreas de trabajo lo mejor posible.**

### TAREAS SECUNDARIAS

**Presentar al personal seleccionado a su jefe inmediato y tenerlo a prueba.**

**Hacer transferencias o ascensos de personal.**

### PERFIL

Edad: **25 a 35 años**

Sexo: **indistinto**

Estado civil: **indistinto**

Escolaridad: **Lic. Psicología, LAE, Lic. Relaciones industriales, o a fin. (Pasante o titulado)**

Idiomas: **Ingles 70%**

Disponibilidad para Trabajar: **Tiempo Completo**

Experiencia: **2 años en puesto encargado de reclutamiento y selección**

Conocimiento en: **reclutamiento masivo, diversas fuentes de reclutamiento, saber hacer entrevistas por competencias, aplicación y calificación de pruebas psicométricas, elaboración de reportes psicométricos**

**PUESTO: Capacitación y entrenamiento**

ÁREA: **Departamento de Recursos Humanos**

REPORTA A: **Gerente de recursos humanos.**

OBJETIVO GENERAL

**Realizar y aplicar programas para capacitar al personal**

DESCRIPCION GENERAL

**Inducir al personal que ingresa o labora dentro de la empresa para que su rendimiento dentro del área de trabajo sea el mejor y así pueda desarrollar sus conocimientos y habilidades de manera más eficaz.**

TAREAS PRINCIPALES

**Desarrollar programas para cada área y así capacitar al personal.**

**Actualizar a todo el personal de la empresa con nuevos programas de trabajo.**

**Que el personal que labora dentro de la empresa este en el lugar adecuado de acuerdo a sus conocimientos, habilidades y destrezas.**

**Contribuir positivamente en el manejo de conflictos y tensiones.**

**Forjar líderes y mejora las aptitudes comunicativas.**

PERFIL

Edad: **25 a 35 años**

Sexo: **indistinto**

Estado civil: **indistinto**

Escolaridad: **psicología, pedagogía, LAE (pasante o titulado)**

Idiomas: **Ingles 70%**

Disponibilidad para Trabajar: **Tiempo Completo**

Experiencia: **mínima de 3 años en capacitación sobre temas de desarrollo humano**

**Conocimiento en: desarrollo de temas de motivacionales, impartir cursos de capacitación.**

**Habilidades: manejo de grupos, alta capacidad para relacionarse, facilidad de palabra, comunicación efectiva, liderazgo.**

**PUESTO: Encargado Nómina.**

ÁREA: **Departamento de Recursos Humanos**

REPORTA: **Gerente de recursos humanos.**

OBJETIVO GENERAL

**Elaborar la nómina puntualmente**

DESCRIPCION GENERAL

**Tener la nómina puntual y clara de los trabajadores de la empresa así como presupuestos de la empresa que sean asignados a esta área.**

TAREAS PRINCIPALES

**Que cada trabajador reciba a tiempo su pago y que este sea el acordado en el contrato.**

**Ejercer el control sobre los documentos relacionados con los contratos de adquisición, arrendamiento de bienes o prestación de servicios y seguros que celebre el Instituto.**

**Analizar las prestaciones a las que tiene derecho cada uno de los empleados.**

**Establecer los programas de pagos a proveedores, nómina, obligaciones fiscales y Servicios.**

PERFIL

Edad: **22 a 35 años**

Sexo: **indistinto**

Estado civil: **indistinto**

Escolaridad: **psicología, pedagogía, LAE (pasante o titulado)**

Idiomas: **Ingles 70%**

Disponibilidad para Trabajar: **Tiempo Completo**

Experiencia: **mínima de 2 años en manejo de nóminas, quincenal, semanal y por destajo, manejo de personal, liderazgo.**

Conocimiento en: **NOI o COI, cálculo y pago de impuestos, IMSS, IFONAVIT, 2% sobre nómina, elaboración de cálculo de finiquitos, calculo de determinación ISR, y SDT, conozca la ley federal de trabajo.**

**PUESTO: Gerente de mercadotecnia.**

ÁREA: **Mercadotecnia**

REPORTA: **Director General.**

OBJETIVO GENERAL

**Controlar todos los programas de mercadotecnia**

DESCRIPCION GENERAL

**Planear, Dirigir, Controlar y Organizar todos los elementos de los que dispone para lograr un posicionamiento del producto/marca dentro del mercado.**

TAREAS PRINCIPALES

**Identificar:**

**Oportunidades de negocio, por ejemplo, la oportunidad de incursionar en un nuevo mercado.**

**Nuevas necesidades o deseos, y, de ese modo, poder diseñar nuevo productos que se encarguen de satisfacer dichas necesidades o deseos.**

**Cambios en los gustos o preferencias de los consumidores, y, de ese modo, poder adaptar nuestros productos a dichos cambios.**

**Nuevas modas o tendencias, y, de ese modo, poder crear o adaptar nuestros productos de acuerdo a dichas modas o tendencias.**

PERFIL

Edad: **27- 35años**

Sexo: **Masculino**

Estado civil: **Indistinto**

Escolaridad: **Licenciatura y Maestría en Mercadotecnia**

Idiomas: **Ingles 70%**

Características Físicas: **Indistintas**

Habilidades: **Observador, analítico, objetivo, creativo, responsable, buen líder**

Conocimientos Específicos: **Conocimientos de Mercadotecnia y Economía**

Experiencia: **4 años en el puesto**

Disponibilidad : **Tiempo completo**

**PUESTO: Encargado de promoción y publicidad**

ÁREA **Mercadotecnia**

REPORTA: **Gerente de mercadotecnia.**

DESCRIPCION GENERAL

**Hacer investigaciones de mercado y diseñar la imagen, empaque, etiqueta de los productos.**

TAREAS PRINCIPALES

**Investigación de mercado**

**Promoción del producto**

**Decisiones sobre el producto**

**Decisiones de precio**

**Venta**

**Distribución o plaza**

**Posventa**

PERFIL

Edad: **25- 35años**

Sexo: **Masculino**

Estado civil: **Indistinto**

Escolaridad: **Licenciatura y Maestría en Mercadotecnia**

Idiomas: **Ingles 70%**

Características Físicas: **Indistintas**

Habilidades: **Creativo, objetivo, analítico, observador**

Conocimientos Específicos: **Conocimientos de Mercadotecnia**

Experiencia: **4 años en el puesto**

Disponibilidad : **Tiempo completo**

**PUESTO: Encargado de publicidad e imagen de la UEN.**

ÁREA: **Ventas, promoción y publicidad**

REPORTA: **Gerente de mercadotecnia.**

OBJETIVO GENERAL

**Desarrollar diferentes estrategias para el crecimiento de la UEN**

DESCRIPCION GENERAL

**Planear, Dirigir, Controlar y Organizar todos los elementos de los que dispone para lograr un posicionamiento del producto/marca dentro del mercado para la UEN**

TAREAS PRINCIPALES

**Oportunidades de negocio, por ejemplo, la oportunidad de incursionar en un nuevo mercado.**

**Nuevas necesidades o deseos, y, de ese modo, poder diseñar nuevo productos que se encarguen de satisfacer dichas necesidades o deseos.**

**Cambios en los gustos o preferencias de los consumidores, y, de ese modo, poder adaptar nuestros productos a dichos cambios.**

**Nuevas modas o tendencias, y, de ese modo, poder crear o adaptar nuestros productos de acuerdo a dichas modas o tendencias.**

PERFIL

Edad: **26- 35 años**

Sexo: **Masculino**

Estado civil: **Indistinto**

Escolaridad: **Licenciatura terminada**

Idiomas: **No requerido**

Características Físicas: **Indistintas**

Habilidades: **Creativo, Sentido común, trabajo en equipo, facilidad de palabra, observador, innovador**

Conocimientos Específicos: **Conocimientos de mercadotecnia**



Experiencia: **4 años en el puesto**

Disponibilidad : **Tiempo completo y disponibilidad para viajar**

## 4.2 Descripciones de puestos y perfiles para la UEN

**PUESTO: Gerente de tienda**

ÁREA: **Todas**

DESCRIPCION GENERAL

**Planear, Dirigir, Controlar y Organizar todos los elementos financieros, materiales, y humanos que conforman el cuerpo de trabajo de una unidad estratégica de negocio.**

TAREAS PRINCIPALES

**Planea, supervisa, dirige y controla las estrategias que se aplicaran para llevar a cabo los objetivos planteados.**

**Estructurar objetivos y metas a cumplir ya sea a corto o largo plazo.**

**Crea estrategias para incrementar su productividad y eleva las ventas.**

**Motiva al personal incentivándolo a que realice adecuadamente su trabajo.**

**Hace dinámicas para propiciar la identificación e integración de sus colaboradores.**

**Genera un ambiente de respeto y cordialidad entre los miembros de trabajo.**

**Optimiza los procedimientos.**

**Realiza los informes a entregar a la oficina matriz acerca de los movimientos que se generan en la UEN.**

PERFIL

Edad: **26- 35 años**

Sexo: **Masculino**

Estado civil: **Casado**

Escolaridad: **Licenciatura terminada**

Idiomas: **Mínimo 70% Ingles**

Características Físicas: **Indistintas**

Habilidades: **Facilidad de palabra, buen trato con las personas, habilidad de liderazgo, persuasivo, responsable, trabajo en equipo, abierto al dialogo**

Conocimientos Específicos: **Conocimientos de administración, delegación**

Experiencia: **4 años en el puesto**

Disponibilidad : **Tiempo completo y disponibilidad para viajar**

**PUESTO: Jefe de piso**

REPORTA: **Gerente de Tienda**

DESCRIPCION GENERAL

**Supervisar el cumplimiento y rendimiento de las tareas especificadas para cada uno de los empleados a su cargo, así como el alcance de las ventas diarias establecidas.**

TAREAS PRINCIPALES

**Supervisa que cada uno de los integrantes cumpla con su función.**

**Dirigirse a sus compañeros con respeto.**

**Motiva al personal para que realice su trabajo de manera óptima.**

**Está al pendiente de que se cumplan las ventas diarias.**

**Busca que se logren las metas asignadas.**

**Auxilia a sus compañeros en caso que vea es necesario.**

**Solucionar problemas existentes en el área de trabajo.**

**Hace pláticas con su grupo a inicio y fin de mes para ver los problemas que surgen y darles una solución.**

PERFIL

Edad: **24- 35 años**

Sexo: **Indistinto**

Estado civil: **Indistinto**

Escolaridad: **Preparatoria terminada**

Idiomas: **No requerido**

Características Físicas: **Indistintas**

Habilidades: **Liderazgo, competitiva, Honesta, Facilidad de palabra, puntual, saber trabajar en equipo**

Conocimientos Específicos: **Conocimientos de administración y liderazgo**

Experiencia: **2 años en el puesto**

Disponibilidad : **Tiempo completo**

**PUESTO: Cajero**

REPORTA: **Jefe de piso**

DESCRIPCION GENERAL

**Ofrecer un servicio bueno y eficiente para asegurar que cada uno de nuestros clientes y visitantes se va con una buena impresión, facilitando un servicio rápido, preciso y amable.**

TAREAS PRINCIPALES

**Hacer la apertura de la caja.**

**Realizar el conteo del dinero disponible en caja y anotarlo en la bitácora.**

**Registrar las ventas diarias realizadas.**

**Se encarga de realizar el cobro de las ventas.**

**Entrega el ticket de compra al cliente.**

**Realiza el cierre y arqueo de caja al finalizar la jornada.**

**Llena los formatos para la realización del cierre.**

**El cierre se hace diario.**

PERFIL

Edad: **18- 30 años**

Sexo: **Indistinto**

Estado civil: **Indistinto**

Escolaridad: **Preparatoria trunca o concluida**

Idiomas: **No requerido**

Características Físicas: **Indistintas**

Habilidades: **Actitud de servicio, facilidad de palabra, excelente presentación, trabajadora, ser hábil con los números, honesta.**

Conocimientos Específicos: **Haber manejado dinero**

Experiencia: **6 meses en el puesto**

Disponibilidad : **Tiempo completo**

**PUESTO: Mesero**

REPORTA: **Jefe de piso**

DESCRIPCION GENERAL

**Servir al cliente garantizando su total satisfacción vendiendo y sirviendo la comida de nuestro menú en un ambiente casual.**

TAREAS PRINCIPALES

**Estar siempre al pendiente de lo que el cliente le solicita.**

**Traer consigo una toallita, libreta y bolígrafo.**

**Usar una red y cofia para el cabello.**

**Llevar un registro de lo que el cliente consuma.**

**Proporciona al cliente su nota de consumo.**

**Lleva la nota con el respectivo pago a caja para que se registre la venta.**

**Entrega el ticket de pago al cliente que es su pase de salida.**

PERFIL

Edad: **16- 25 años**

Sexo: **Masculino**

Estado civil: **Indistinto**

Escolaridad: **Preparatoria trunca o terminada**

Idiomas: **No requerido**

Características Físicas: **Indistintas**

Habilidades: **Actitud de servicio, facilidad de palabra, tolerante y paciente, extrovertido y con iniciativa, rapidez, coordinación**

Conocimientos Específicos: **Haber tenido contacto con clientes.**

Experiencia: **6 meses en el puesto**

Disponibilidad : **Medio Tiempo**

**PUESTO: Cocinero.**

REPORTA: **Jefe de piso.**

DESCRIPCION GENERAL

**Está al cargo de la preparación de los alimentos y de la supervisión de otros empleados de cocina.**

TAREAS PRINCIPALES

**Tener un buen control de su cocina.**

**Mantener limpia su área de trabajo.**

**Cocinar solo lo que se requiera por el cliente.**

**Tener sus instrumentos y utensilios disponibles.**

**Estar pendiente de tener suficiente producto.**

**Utilizar red para el cabello.**

**Seguir al pie de la letra los procedimientos.**

Perfil.

Edad: **22 –25 años.**

Escolaridad: **Preparatoria trunca ó concluida**

Horario: **Tiempo completo.**

Estado Civil: **Indistinto**

Sexo: **Indistinto**

Experiencia: **Mínimo 1 año.**

**Ser una persona atenta y con actitud de servicio.**

**Tener experiencia en cocina.**

**Tener conocimiento de utensilios.**

**Saber cocinar.**

**Tener una apariencia pulcra.**

**Tener nociones de terminología de cocina.**

**PUESTO: Repartidor/ Vendedor.**

REPORTA: **Jefe de piso.**

DESCRIPCION GENERAL

**Está al cargo de la preparación de los alimentos y de la supervisión de otros empleados de cocina.**

TAREAS PRINCIPALES

**Estar al pendiente de los pedidos que entregará en los diversos domicilios.**

**Verificar que el pedido que entregará sea el correcto antes de dárselo al cliente.**

**Entregar oportunamente el pedido y dar el ticket de compra.**

**Recibir el pago de la misma.**

**No llevar más de \$50.00 en cambio.**

**Entregar el dinero recaudado por las ventas a la cajera en turno.**

**Verificar que el importe que se entregue esté completo.**

**Firmar la bitácora de entregado.**

Perfil.

Edad: **18 –25 años.**

Escolaridad: **Secundaria trunca ó concluida**

Horario: **Tiempo completo.**

Estado Civil: **Indistinto**

Sexo: **Indistinto**

Experiencia: **Mínimo 1 año.**

**Contar con licencia vigente o permiso de circulación.**

**Preferentemente contar con su motocicleta.**

**Conocer los alrededores de la zona de trabajo.**

**Vivir cerca de la zona de trabajo.**

**Ser honesto, comprometido, responsable y puntual.**

### 4.3 Contrato de franquicia

Contrato de franquicias.

**CONTRATO INTERNACIONAL DE FRANQUICIA QUE CELEBRAN POR UNA PARTE “(anotar la denominación de la empresa FRANQUICIANTE)”, EN LO SUCESIVO DENOMINADA COMO EL “FRANQUICIANTE”, Y POR LA OTRA PARTE, LA EMPRESA “(anotar la denominación de la empresa FRANQUICIATARIA)”, EN LO SUCESIVO DENOMINADA COMO EL “FRANQUICIATARIO”, DE CONFORMIDAD CON LAS SIGUIENTES DECLARACIONES, DEFINICIONES Y CLÁUSULAS:**

#### DECLARACIONES

**Declara el Franquiciante:**

- I. Que es una persona moral, legalmente constituida y existente de conformidad con las leyes de los Estados Unidos Mexicanos, según consta en escritura pública no. **(anotar número de la escritura pública)**, de fecha **(anotar fecha de la escritura pública)**, otorgada ante la fe del Lic. **(anotar nombre completo del notario público)**, notario público no. **(anotar no. de la notaría pública)**, de la Ciudad **(anotar nombre de la ciudad y de la entidad federativa de adscripción de la notaría pública)**, México;
- II. Que el Sr. **(anotar el nombre completo del representante legal de la empresa mexicana)**, es su representante legal, que se encuentra debidamente facultado para celebrar este Contrato y obligar a su representada en los términos del mismo, según consta en escritura pública no. **(anotar número de la escritura pública)**, de fecha **(anotar fecha de la escritura pública)**, otorgada ante la fe del Lic. **(anotar**

**nombre completo del notario público**), notario público no. **(anotar no. de la notaria pública)**, de la Ciudad de **(anotar nombre de la ciudad y de la entidad federativa de adscripción de la notaria pública)**, México, quien se identifica con: **(documento oficial de identificación - pasaporte ó credencial de elector -)**;

III. Que es propietario de los derechos de la marca denominada: **(anotar denominación de la marca)**, registrada ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, bajo el número de registro **(anotar el número de registro de la marca ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial)** de marca\_\_\_\_\_ y que tiene capacidad para otorgar sublicencias de uso.

IV. Que cuenta con la licencia de uso de marca y ha desarrollado un Sistema de Franquicias denominado: \_\_\_\_\_.

V. Que dentro de su objeto social, se encuentran, entre otras actividades, las de **(anotar las actividades que constituyen el objeto social del Franquiciante)**.

VI. Que cuenta con la capacidad, conocimientos técnicos, experiencia, medios, personal y las autorizaciones correspondientes, así como la organización administrativa necesaria y adecuada para realizar las actividades

y operaciones para llevar a cabo el Objeto de este Contrato.

#### **Declara el Franquiciatario:**

I. Que es una persona moral legalmente constituida y existente de conformidad con las leyes de **(anotar el país)**, según consta en escritura pública no. **(anotar número de la escritura pública)**, de fecha **(anotar fecha de la escritura pública)**, otorgada ante la fe del Sr. **(anotar nombre completo del notario público)**, notario público no. **(anotar no. de la notaria pública)**, de la ciudad de **(anotar nombre de la ciudad y de la localidad de adscripción de la notaria pública)**, de **(anotar nombre del país)**;

II. Que el Sr. **(anotar el nombre completo del representante legal de la empresa extranjera franquiciataria)**, es su representante legal, que se encuentra debidamente facultado para celebrar este Contrato y obligar a su representada en los términos del mismo, según consta en escritura pública no. **(anotar número de la escritura pública)**, de fecha **(anotar fecha de la escritura pública)**, otorgada ante la fe del Sr. **(anotar nombre completo del notario público)**, notario público no. **(anotar no. de la notaria pública)**, de la Ciudad de **(anotar nombre de la ciudad y de la localidad de adscripción de la notaria pública)**, **(anotar el nombre del país)**, quien se identifica con: **(documento oficial de identificación – por ejemplo: pasaporte -)**;

III. Que dentro de su objeto social, se encuentran entre otras actividades, las de **(anotar las actividades que constituyen el objeto social del Franquiciatario)**;

IV. Que cuenta con la capacidad necesaria para llevar a cabo actos de comercio y en general, para el cumplimiento de las obligaciones derivadas de este Contrato;



V. Que conoce el Sistema de Franquicias \_\_\_\_\_ propiedad del Franquiciante y que tiene interés en adquirir una Franquicia de dicho Sistema.

**Ambas Partes declaran:**

Que tienen interés en realizar las operaciones a que se refiere el presente Contrato de conformidad a las anteriores Declaraciones y al tenor de las siguientes Definiciones y Cláusulas:

**DEFINICIONES:**

- I. **“Estados Unidos Mexicanos”**, significa de igual forma: México o República Mexicana. De conformidad con los Artículos 42 y 43 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, se refiere al área geográfica que comprende el territorio nacional de los Estados Unidos Mexicanos (31 Estados y el Distrito Federal);
- II. **“Sistema” o “Sistema de Franquicia”**, significa a todos los establecimientos autorizados por el Franquiciante;
- III. **“Territorio”**, se refiere al área geográfica que comprende el territorio nacional de \_\_\_\_\_, así como en aquellos otros mercados, países o territorios que en el futuro se establezcan, previo el consentimiento por escrito del Franquiciante.

**CLÁUSULAS**

**1.- Objeto del Contrato.-** El Franquiciante otorga y el Franquiciatario acepta una Franquicia para usar las marcas y la tecnología del Sistema para operarla en forma **(anotar si es exclusiva o no exclusiva)**, en el Territorio de \_\_\_\_\_.

La localización, horarios, descripción interna y externa del establecimiento se determinan en el Anexo “A”, del presente instrumento, que firmado por los representantes legales de las Partes contratantes, forma parte integral del mismo.

**2.- Regalías.-** Como contraprestación por concepto de regalías de la Franquicia otorgada en virtud del presente Contrato, así como por la transmisión de conocimientos, asistencia técnica y el uso de Marca del Sistema, el Franquiciatario, pagará al Franquiciante, por concepto de regalías un monto del \_\_\_% (**\_\_\_\_\_ por ciento**), de los ingresos totales por concepto de prestación de Servicios de Administración y Contables descritos en el Anexo “B”. El Franquiciatario pagará las regalías mediante depósito en la cuenta bancaria que le indique el Franquiciante. El depósito deberá efectuarse dentro de los primeros 5 (cinco) días hábiles de cada mes.

**3.- Obligaciones del Franquiciante.-** Tal y como se prevé en este Contrato, el Franquiciante se obliga a prestar al Franquiciatario la asistencia técnica y capacitación para la Operación y Administración del Sistema.

**4.- Obligaciones del Franquiciatario.-** El Franquiciatario reconoce y conviene en que como parte del Sistema es esencial la adecuada operación del establecimiento y por lo tanto un requisito fundamental es el adherirse a los estándares, manuales y políticas establecidas por el Franquiciante para el manejo uniforme de las Franquicias del Sistema, así como de cumplir con los estándares y políticas del Franquiciante en relación con el uso de las marcas del Sistema.

**5.- Propiedad industrial.-** El Franquiciante en su calidad de único titular de la patente y marcas del Sistema, asume toda la responsabilidad, en caso de que éstas o su uso, invadan derechos de propiedad industrial de terceros, en el Territorio donde se establezca la Franquicia.

El Franquiciatario se obliga a prestar toda la ayuda que sea necesaria al Franquiciante, para que las patentes y marcas a que se refiere la Franquicia Objeto del presente Contrato, sean debidamente registradas ante las autoridades competentes del país donde se ubique el establecimiento del Franquiciatario.

Asimismo, el Franquiciatario se obliga a notificar al Franquiciante, tan pronto tenga conocimiento, de cualquier violación o uso indebido de dichas Patentes y Marcas, que algún tercero realice, o de cualquier demanda por parte de alguna persona en contra de cualquier derecho de propiedad industrial a fin de que el Franquiciante pueda ejercer los derechos que legalmente le correspondan.

El Franquiciatario acepta y se obliga a no comercializar productos de marcas no autorizadas por el Franquiciante, ni tampoco utilizar en ninguna forma, marcas, diseños, nombres comerciales o logotipos diferentes a aquellos que identifican al Sistema.

**6.- Adecuación y equipamiento del establecimiento.-** Para la adecuada operación del establecimiento y de su imagen externa, interna y equipamiento, el Franquiciatario se obliga a:

Comunicar por escrito al Franquiciante dentro un término de cinco días hábiles a partir de la firma del presente Contrato, la persona responsable de obtener y de mantener vigentes las autorizaciones, permisos, licencias, clasificaciones y demás autorizaciones que sean requeridas para el funcionamiento y operación del local, de acuerdo con las normas legales vigentes.

Seguir los lineamientos, directrices e instrucciones del Franquiciante a fin de procurar que la fachada e imagen exterior del establecimiento sean compatibles con la imagen del Sistema.

Someter a la revisión y aprobación previa por escrito del Franquiciante, cualquier modificación que desee hacer a la imagen interna o externa del establecimiento, que le sean indicadas por el Franquiciante para conservar la uniformidad de imagen en el Sistema.

**7.- Información contable y de programas de cómputo.-** El Franquiciatario deberá presentar al Franquiciante la información contable, siempre que ésta le sea requerida por escrito, para tal efecto y permitirá durante días y horas hábiles, el acceso del Franquiciante a sus instalaciones, para que el franquiciante por sí o a través de sus representantes, revise toda la información contable y los Sistemas de Cómputo y el contenido de sus programas, sin ningún tipo de limitación. Asimismo, el Franquiciatario presentará mensualmente un reporte de ventas y estadística conforme al modelo que edite el programa de cómputo desarrollado por el Franquiciante.

**8.- Manuales.-** Con el fin de proteger la reputación y el buen nombre de la Franquicia y mantener los estándares de operación, el Franquiciatario deberá operar el establecimiento en estricto cumplimiento con los Manuales del Franquiciante y de acuerdo con cualquier otra comunicación por escrito que le haga el propio Franquiciante. El Franquiciatario recibirá del Franquiciante en préstamo los Manuales correspondientes y la entrega subsecuente de los mismos le serán entregados por el Franquiciante conforme éste lo considere conveniente.

El incumplimiento a lo dispuesto por esta Cláusula será causal de terminación del presente Contrato sin necesidad de declaración judicial alguna, sin perjuicio de las acciones civiles y/o penales que el Franquiciante pudiera intentar contra el Franquiciatario o personal del Franquiciatario.

**9.- Confidencialidad.-** El Franquiciatario, deberá mantener en forma confidencial y no divulgar a terceras personas, cualquier información (técnica, comercial o de cualquier otra índole) y/o cualquier documento incluido en la Franquicia y que pertenezca al Franquiciante y a los cuales tengan acceso por la ejecución o el desarrollo de este Contrato y que llegue a ser de su conocimiento por razón de este Contrato o por cualquier otra razón.

Las Partes sólo utilizarán dicha información apegándose a los términos de este Contrato.

**Cuando el Franquiciatario desee utilizar información en forma total o parcial, para la publicación de algún artículo, conferencia o cualquier otro evento, el Franquiciatario deberá solicitar autorización previa por escrito al Franquiciante.**

El Franquiciante deberá responder dentro de un plazo que no exceda de 20 (veinte) días, comunicando su autorización, reservas o rechazo sobre la información contenida en el artículo, conferencia o cualquier otro evento. Una vez que dicho período de tiempo ha concluido sin respuesta, deberá entenderse que la solicitud fue autorizada en forma tácita.

La obligación de confidencialidad por parte del Franquiciatario, deberá ser mantenida por un período de 5 (cinco) años con posterioridad de la terminación del presente Contrato.

**10.- Publicidad.-** Reconociendo el valor de la publicidad y la importancia de la estandarización de los programas publicitarios de mercadotecnia para la promoción y difusión de los servicios otorgados del Sistema, las partes están de acuerdo en lo siguiente:

- a) El Franquiciatario deberá desarrollar periódicamente programas de publicidad local, así como de promoción de ventas y difusión, estructurados, para dar a conocer los servicios ofrecidos en el establecimiento y asimismo, cumplir con los lineamientos que determine el Franquiciante.
- b) El Franquiciatario deberá proporcionar al Franquiciante los materiales promocionales de publicidad local aprobados, que hayan sido publicados así como los desplegados en los diarios, hojas promocionales y cupones.

**11.- Acuerdo de no competir.-** El Franquiciatario, se obliga a que durante la vigencia del presente Contrato y durante 2 (dos) años siguientes a la terminación del mismo, a que todos y cada uno de sus accionistas y empleados, no tendrán ninguna participación directa o indirecta, en la propiedad, operación y licenciamiento de cualquier negocio similar al contemplado en este Contrato, ni poseerán, administrarán, asesorarán o de cualquier otra forma intervendrán en la inversión o el funcionamiento de cualquier otro establecimiento que preste servicios iguales o similares a la comercialización de productos de la Franquicia, Objeto del presente Contrato.

**12.- Independencia de los contratantes.-** Queda entendido y aceptado por las Partes, que ambas son contratantes independientes y que la celebración del presente Contrato no convierte a ninguna de las partes en agente, representante, mandatario, socio, empleado o dependiente de la otra. En esta virtud, ninguna de las Partes tendrá responsabilidad laboral ni de ninguna otra índole, frente a los trabajadores de la otra Parte.

**13.- Personal del Franquiciatario.-** El Franquiciatario acepta y reconoce que el personal contratado con motivo de la Franquicia, no tendrá ninguna vinculación o relación laboral con el Franquiciante.

**14.- Impuestos.-** Cada una de las Partes se compromete a cubrir los impuestos que conforme a la Ley de cada país les correspondan, por ingresos derivados de este Contrato, liberando a la otra parte de cualquier responsabilidad al respecto.

**15.- Seguros.-** El Franquiciatario deberá obtener, dentro de los 30 (treinta) días naturales posteriores a la apertura del establecimiento y mantener vigentes durante la vigencia del presente Contrato los seguros que cubran las siguientes contingencias:

- a) Incendio, terremoto y pérdidas consecuenciales.
- b) Responsabilidad civil por actividades e inmuebles.
- c) Robo con violencia y asalto, roturas de cristales, dinero y valores.

d) Cualquier otro seguro en las cantidades que resulten razonablemente requeridas por el Franquiciante y que sean recomendables para la mejor operación del establecimiento.

**16.- Cesión de derechos y obligaciones.-** El Franquiciatario no podrá ceder, transmitir, enajenar, donar, gravar o de cualquier otra forma modificar sus obligaciones y derechos establecidos en el presente Contrato, sin contar con la aprobación previa, expresa y por escrito del Franquiciante.

**17.- Incumplimiento, medidas correctivas, sanciones y penas convencionales.-** El Franquiciatario acepta y concede el derecho que le asista al Franquiciante para ejercer todas las sanciones y medidas correctivas a que se refiere la presente Cláusula.

Si el Franquiciatario incumple el presente Contrato se hará acreedor a una pena convencional equivalente a la última regalía mensual pagada al Franquiciante multiplicada por \_\_\_\_ (\_\_\_) veces, cuando la operación del establecimiento se vea interrumpida por más de diez días naturales, como consecuencia de violaciones a las disposiciones sanitarias de seguridad, funcionamiento y/o cualquiera otra regulación gubernamental y/o administrativa del país en que se ubique la Franquicia, en caso de incurrir por segunda ocasión causará rescisión del presente contrato sin responsabilidad para el Franquiciante.

Independientemente de lo anterior, en los casos de incumplimiento de cualquier Cláusula del presente Contrato, el Franquiciante enviará al Franquiciatario un aviso de incumplimiento. Si el Franquiciatario incumpliera de nuevo con la misma o cualquier otra obligación a su cargo, el Franquiciante aplicará una pena convencional equivalente a \_\_\_\_\_; en caso de que el Franquiciatario incurra en una tercera violación, éste será sancionado con una pena convencional equivalente a \_\_\_\_\_ apercibiéndole además que de continuar sus incumplimientos le será rescindido el contrato en el caso de una nueva violación sin necesidad de declaración judicial previa.

**18.- Rescisión por incumplimiento.-** El Franquiciante podrá dar por rescindido el presente Contrato cuando el Franquiciatario incurra en cualquiera de las causales de incumplimiento señaladas en el presente Contrato, en cuyo caso la rescisión operará de pleno derecho sin necesidad de resolución judicial previa alguna y sin ninguna responsabilidad para el Franquiciante.

**19.- Terminación anticipada.-** El Franquiciante podrá dar por terminado este Contrato en cualquier momento después de \_\_\_\_ (\_\_\_) año de la fecha de inicio de su vigencia, siempre y cuando le notifique por escrito de su terminación al Franquiciatario por lo menos con \_\_\_\_ (\_\_\_) días antes de la fecha efectiva de terminación o en cualquiera de los siguientes supuestos:

a) Si el Franquiciatario se volviere insolvente, y se le declare en quiebra o realizare una transferencia a beneficio de sus acreedores, sin autorización del Franquiciante.

- b) Si el Franquiciatario fuere declarado en huelga y dicho emplazamiento no se dejare sin efectos dentro de los 30 (treinta) días hábiles siguientes a este evento.
- c) Si el Franquiciatario fuere multado por infringir cualquier disposición legal o su negocio fuere clausurado por dicho motivo durante más de \_\_\_ (\_\_\_\_) días hábiles.
- d) Si los accionistas originales dejaren de ser accionistas mayoritarios del Franquiciatario y el Franquiciatario no hubiere comunicado esta circunstancia para efectos de la aprobación expresa por escrito del Franquiciante.
- e) Si el negocio dado en Franquicia permaneciera cerrado por cualquier causa (salvo fuerza mayor) durante \_\_\_ (\_\_\_) días naturales consecutivos.
- f) Si el Franquiciatario no abriere el negocio al público, dentro de los \_\_\_ (\_\_\_) días naturales contados a partir de la fecha de firma de este Contrato.

**20.- Fuerza mayor.-** En caso de fuerza mayor, la Parte afectada se verá relevada del cumplimiento de sus obligaciones en tanto persista la causa de fuerza mayor. Las Partes podrán convenir las medidas de emergencia que tomarán de común acuerdo y en forma provisional, hasta en tanto, deje de existir la causa que la originó.

**21.- Vigencia.-** Este Contrato entrará en vigor a partir de la fecha de firma del mismo.

**22.- Notificaciones.-** Toda notificación que deba enviar una parte a la otra, deberá dirigirse a las personas y direcciones que a continuación se señalan, recabando el acuse de recibo correspondiente.

**El Franquiciante:**

Domicilio: \_\_\_\_\_ (anotar domicilio completo)

Teléfono no.: \_\_\_\_\_ (anotar número telefónico con claves telefónicas internacionales)

Fax numero: \_\_\_\_\_ (anotar número de fax con claves telefónicas internacionales)

Correo electrónico no: \_\_\_\_\_ (anotar número de fax con claves telefónicas internacionales)

**El Franquiciatario:**

Domicilio: \_\_\_\_\_ (anotar domicilio completo)

Teléfono no.: \_\_\_\_\_ (anotar número telefónico con claves telefónicas internacionales)

Fax numero: \_\_\_\_\_ (anotar número de fax con claves telefónicas internacionales)

Correo electrónico no: \_\_\_\_\_ (anotar número de fax con claves telefónicas internacionales)

**Todos los avisos y notificaciones que deban hacerse las Partes en relación con este Contrato deberán ser por escrito a través de mensajería especializada, correo, fax, incluso correo electrónico, con acuse de recibo a los domicilios antes mencionados o a cualquier otro domicilio que con posterioridad pudieren señalar las Partes, pudiendo efectuar avisos y notificaciones verbales, siempre y cuando tales avisos y/o notificaciones sean confirmados por escrito dentro de las 24 (veinticuatro) horas siguientes al aviso a confirmar, para efectos de su validez.**

**23.- Legislación aplicable.-** En todo lo convenido y en lo que no se encuentre expresamente previsto, este contrato se rige por las leyes vigentes de la República Mexicana y en su defecto, por los usos y prácticas Comerciales Internacionales reconocidas por éstas.

**24.- Arbitraje.-** Las Partes convienen en que todas las controversias que deriven de este Contrato o se relacionen con la ejecución del mismo, serán resueltas definitivamente por la Comisión para la Protección del Comercio Exterior de México, auspiciada por el Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C., a través de la conciliación o el arbitraje, de conformidad con lo dispuesto en el Reglamento de Procedimientos de la Comisión Interamericana de Arbitraje Comercial (CIAC). El lugar del arbitraje será en la Ciudad de México, Distrito Federal, México, y el idioma que se utilizará en el procedimiento será el español.

Se firma el presente contrato en la Ciudad de México al primer día del mes de Enero de 2011.

## 4.4 COF

### Imagen corporativa



Marcas creadas y registradas por Luna Bagels para uso y aplicación exclusiva de su franquicia inscrita en el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, con Título de marca No.1654, de fecha 15 de Noviembre de 2010, por lo que es la única persona que tiene derecho a conceder el uso de dicha marca, con facultades para otorgar concesiones franquicias, permisos provisionales, temporales o por tiempo indeterminado para el uso de la misma.

La operación y administración que de forma exclusiva se realiza en las Unidades Estratégicas de Negocios se efectúa de acuerdo a los sistemas y procedimientos estipulados en los manuales de operación de "Luna Bagels" con derechos autorales certificados por la Dirección General de Derechos de Autor con número de Registro 12346 del día 16 de Noviembre de 2010.

“Luna Bagels” otorga a sus franquiciatarios en forma exclusiva para su explotación territorios delimitados de acuerdo al tipo de licencia concedida (individual o regional) respetando el territorio asignado, por lo que no se establece ningún otro centro de operación dentro de los límites señalados como exclusivos del franquiciatario.

### **Definición.**

Luna Bagels es un sistema de franquicia maestra que opera con tecnología de punta, cuya característica principal es ofrecer los mejores Bagels en México.

### **Objetivos Empresariales.**

- Mantener la más alta calidad en el servicio, basada en la experiencia de sistemas probados.
- Satisfacer las necesidades del mercado nacional en una red de franquiciatarios, así como difundir la imagen corporativa.
- Satisfacer las expectativas de sus franquiciatarios.

### **Ventajas.**

- No se requiere experiencia previa para operar el negocio.
- Asesoría, capacitación y entrenamiento técnico y operativo continuo.
- Negociación y trato directo con los directivos del corporativo.
- Inversión en activos fijos.
- Se requiere poco personal para operarlo.
- El inversionista recibe un negocio desarrollado con un sistema probado que une prontitud y sencillez, siendo estos factores para obtener éxito.
- Luna Bagels supera los beneficios que ofrecen otras franquicias, además de proporcionar un servicio de alta calidad en beneficio del usuario.

### **Aspectos financieros.**

- Derecho de la franquicia \$350000
- Monto de inversión inicial \$300000
- Inversión total \$650000
- Inversión real
- Regalías sobre las ventas = 4%, Regalías para publicidad = 3%, Regalías para publicidad local = 3%. Pagándolas mensualmente ( el último día de cada mes).
- Cuota del contrato de franquicia 10 años renovables.
- Condiciones de renocacion. Se tendrán que revisar las clausulas del contrato y el desempeño del franquiciatario.



## **Soporte administrativo y de control**

- Sistemas computarizados
  - o Sistema de facturación
  - o Sistema de cobro automático
- Apoyos operativos constantes
  - o Implantados y por Luna Bagels.
- Imagen corporativa
  - o Manuales de políticas y de imagen
- Control administrativo
  - o Manuales de procedimientos
- Respaldo técnico
  - o Manual técnico y soporte
- Metodología de operación
  - o Manual operativo

## **Obligaciones de franquiciatario**

- Aportación de recursos financieros.
- Respeto a estándares.
- Cuidado de la imagen de la marca.
- Efectuar el pago de las regalías.
- Pago de cuota inicial.
- Responsable de operación y administración de la franquicia.
- Pagar el costo de instalación, operación y contrato de personal.
- Respetar normas establecidas.

## 4.5 Programa de preapertura



### Programa de Preapertura

1. Firma del contrato por ambas partes y pago total de los derechos de otorgamiento.
2. Se entregaran los manuales de operación y documentos administrativos.
3. Se elaboran y entregan los planos de remodelación, construcción del proyecto, según la distribución de planta previamente estudiada, analizada y adaptada al terreno o establecimiento.
4. Se tramitaran todos los permisos legales correspondientes a la obra. (Uso de suelo comercial generalmente).
5. Remodelación o construcción de la Unidad Estratégica de Negocio (albañilería, pintura, instalaciones de agua, luz, teléfono).
6. Adquisición de mobiliario y equipo. (Hornos, muebles, refrigeradores, estantes de exhibición y de carga).
7. Contratación del personal de acuerdo al perfil de cada puesto (Descritos ampliamente en el anexo correspondiente).
8. Se contrataran las pólizas y fianzas requeridas para la protección de los bienes de mayor valor, así como en casos de desastres naturales, contingentes (Robo, asalto, etc.)
9. Se iniciara el programa de entrenamiento y capacitación de la gente que operara la UEN.
10. Adquisición de utensilios (cucharas, tenedores, pinzas, etc.) material de limpieza (Trapos, escobas, jaladores, jabones, etc.) insertos de alimentos para la barra, platos, platos de gratinado, vasos, poli papel, bolsas de cartón, charolas de entrega.
11. Adquisición de uniformes para el personal.
12. Supervisión del estado físico del establecimiento y arreglo de detalles generales. Aquí también se harán las compras de insumos ya que, al manejar perecederos delicados como son los lácteos, mantequilla, queso de diferentes tipos y es indispensable la frescura y la calidad de nuestros productos que son una máxima de nuestras bases de servicio.
13. Visto bueno para la apertura.
14. Evento de inauguración.
15. Promoción por Inauguración.
16. Supervisión del funcionamiento de la franquicia (1ª oficial)

