

DIVISION DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES
ADMINISTRACION



Casa abierta al tiempo

UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA

UNIDAD
IZTAPALAPA

DEPARTAMENTO
ECONOMIA

TITULO
FORMACION DE MICROEMPRESARIOS
“HAMBURGUESAS”

TESINA
QUE PARA OBTENER ÉL TITULO DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACION

PRESENTA
FLORES GARCIA JOSE LUIS
MATRICULA 96221500

ASESOR
GARDUÑO VALERO GUILLERMO JAVIER ROLANDO

24-MAYO-2002

Dedicatoria

A Dios y a la vida agradezco por permitirme tener una profesión digna en la vida, y también dedico muy en especial la presente tesina a todas las personas que de alguna forma influyeron en mi vida y en mis estudios.

Principalmente y en especial

A mis padres y a mi linda esposa e hijos y a mis hermanos

Ya que

siempre creyeron en mí y me dieron su confianza y su apoyo

A mis padres

Al Sr. David Flores Vargas y la Sra. Rosa María García

Quienes siempre me ayudaron en los momentos más difíciles de la vida.

A mí linda esposa

Erika Camarena

Por comprenderme en esos momentos difíciles de la vida de estudiante.

Profesores y profesoras que gracias a su comprensión y su forma de enseñanza que e sabido sobresalir, también deseo agradecer de una forma especial al profesor **Garduño Valero Guillermo Javier Rolando**, quien gracias a su persona, he sabido desarrollar mi seminario de investigación y concluido mi tesina.

Por lo cual también agradezco, a todas las personas que en algún momento fueron parte de mi vida, pero que ya no se encuentran con migo, es por eso que, en la memoria de mi abuelo el **Sr. Jose Flores López** y de todos mis de más familiares que en un tiempo estuvieron a mi lado y me brindaron su apoyo, le doy las gracias en donde quiera que se encuentren.

Ya que estoy agradecido con familiares, profesores y amigos por brindarme parte de su comprensión y a poyo en la vida y a todas las personas que en un tiempo estuvieron junto con migo.

<u>INDICE</u>	paginas
Portada	1
Dedicatoria	2
Índice	3
Introducción	5

Capitulo I

Antecedentes del negocio	6
Idea sobre del negocio	7
Inversión	8
Nacimiento	10
Ubicación	11

Capitulo II

Tecnología domestica	12
Beneficios	13
Elaboración de mayonesa	13
Elaboración de mostaza	15
Elaboración de catsup	17
Elaboración de piña en almíbar	19
Elaboración de chiles en escabeche	21

Capitulo III

Calidad de las hamburguesas	24
Normatividad	25
Hamburguesa chica con queso marca Mc Donald's	26
Hamburguesa chica con queso marca Burguer King	27
Hamburguesa grande con queso marca Mc Donald's	28
Hamburguesa grande con queso marca Burguer King	29
Hamburguesa de pollo marca Mc Donald's	30
Hamburguesa de pollo marca KFC	31
Consumo de caloría de las hamburguesas	32
Hamburguesa hawaiana marca pepes	33
Hamburguesa especial marca pepes	35
Hamburguesa sencilla marca pepes	36
Diferencia de las hamburguesas chica marca Mc Donald's y pepes	38
Diferencia de las hamburguesas grandes marca Mc Donald's y pepes	39
Diferencia de las hamburguesa chicas marca Burguer King y pepes	40
Diferencia de las hamburguesas grandes marca Burguer king y pepes	41
Costos representativos en nuestras hamburguesas	42

Margen de utilidad de nuestras hamburguesas	44
---	----

Capitulo IV

Generalidades de las empresas	45
Antecedentes	46
Clasificación por actividad o giro	46
Clasificación por origen de capital	48
Clasificación por magnitud de la empresa	48
Estratificación de empresas micro pequeña y mediana.....	50
Clasificación de nuestra empresa	51
Estratificación de nuestra empresa	52

Capitulo V

Generalidades de los comerciantes	53
Evolución en México	54
Nociones sobre e acto de comercio	54
Clases de comerciantes que reconoce las ley	56
Requisitos legales que deben satisfacer	56
Capacidad legal	57
Obligaciones de carácter mercantil	59
Obligaciones de carácter legal	61

Capitulo VI

Conceptos esenciales de mercadotecnia	63
Concepto de mercadotecnia	64
Necesidades, deseos y demanda	65
Definición de producto	68
Línea de producto	69
Concepto de producción	70
Concepto de productividad	71
Promoción del nuestros productos	75
Conclusiones	76
Bibliografía	77

Introducción

En nuestra presente tesina, que por nombre lleva formación de micro empresarios, empezamos hablar sobre los antecedentes de mi negocio de hamburguesas ya que es un producto representativo de comida rápida, en donde podemos destacar principalmente la idea del negocio, la inversión que hicimos, el nacimiento, su ubicación.

Posteriormente vemos los diferentes beneficios que obtenemos de la tecnología doméstica en donde la procuraduría general del consumidor nos ofrece las diferentes recetas sencillas para elaborar en casa productos de consumo.

Similares a los industrializados, que no ayudaran aprovechar los recursos materiales y utensilios con los que contamos y nos brindara ahorro y calidad, en donde podemos elaborar aderezos, piña en almíbar y chiles en escabeche.

También gracias a PROFECO se llevo acabo un estudio de la calidad de las hamburguesas, este análisis comprende el aporte nutricional de los productos de manera integral, es decir incluyendo todos los ingredientes. Se evaluó el peso total de cada marca de hamburguesa y el contenido de los ingredientes y los diferentes tamaños de estas, también con la finalidad de darle a conocer la calidad de nuestras hamburguesas se hizo el presente estudio en el cual comprendió un análisis de los ingredientes de nuestra propia marca de hamburguesas, dando a conocer los diferentes tamaños y pesos que contiene cada una de ellas, posteriormente vemos las grandes diferencias que existen en nuestras hamburguesas y las existentes del mercado y en las diferentes marcas. Posteriormente se hace un análisis de nuestros costos, distinguiendo nuestro margen de utilidad.

En los posteriores capítulos hablamos de las generalidades de las empresas en donde vemos los antecedentes de las mismas, sus diferentes clasificaciones, por actividad ó giro, por origen de capital y por su magnitud. También se destaca la estratificación de la micro y pequeña empresa y de acuerdo con lo anterior podemos ver como se encuentra clasificado y estratificado nuestro negocio ya que es de importancia saber o conocer sobre las generalidades de las empresas y de nuestro negocio en especial, también es de importancia saber algunos aspectos de nuestro negocio como las generalidades, practicas y obligaciones de los comerciantes, ya que ejercemos el acto de comercio y vemos la importancia que representa para nuestro negocio el comercio, ya que de el vivimos económicamente de el y representa nuestra propia fuente de empleo.

Finalmente hablamos sobre los conceptos esenciales de mercadotecnia que son una fuente muy importante de información, en donde empezamos a hablar sobre las necesidades, deseos y demandas de los consumidores, también destaco la forma de cómo en mi negocio hago promoción para tratar de tener un mayor numero de consumidores, también se define el concepto de producto, la línea de productos que se maneja dentro del negocio y vemos de cómo influye la productividad y la producción en el negocio de hamburguesas.

CAPITULO II

ANTECEDENTES DEL NEGOCIO

Idea sobre de un negocio

Mí idea; dar un producto representativo de comida rápida, proporcionar una atención especial al cliente, con un buen servicio y la mejor higiene, dar un buen sabor a las hamburguesas, hot-dogs y sincronizadas ya que cuento con mi propia receta especial y tener como bienes complementarios papas a la francesa, refrescos y un postre como flan napolitano.

Teniendo tres tipos de hamburguesas

- ❖ Sencilla; queso tipo americano ó jamón
- ❖ Especial; jamón con queso tipo americano ó jamón con queso Oaxaca
- ❖ Hawaiana; jamón con queso tipo americano y Oaxaca, piña en almíbar

Teniendo 2 tipos de hot- dogs

- ❖ Sencillo; con tocino
- ❖ Especial; jamón con queso tipo americano ó queso Oaxaca

Sincronizadas; jamón con queso tipo americano y queso Oaxaca

papas a la francesa

- ❖ con catsup
- ❖ con queso fundido
- ❖ con salsa maga
- ❖ con todo lo anterior

refrescos de cola y de sabor, de bote ó botella, frío ó o no frío

- ❖ coca cola
- ❖ sprite
- ❖ manzanita sol

También pienso que mi idea radica en tener un puesto diferente a los tradicionales en cuanto a su diseño, y pienso que podemos aprovechar las inversiones de otras empresas como la de la coca- cola company.

Al ser cliente exclusivo de la coca- cola company, me proporciona gratuitamente un refrigerador pequeño, mesas sillas, propaganda, etc.

También el grupo industrial Bimbo me proporciona anuncios publicitarios de hamburguesas y de hot- dogs.

Por otro lado pienso que al tener mi negocio movible estoy aprovechando de no pagar una renta de un local, ya que me situó en una esquina.

Aproximadamente mi negocio para mí vale mucho ya que de el me mantengo económicamente y pienso que puede seguirme manteniendo a mí y tal vez si se requiera a mis siguientes generaciones como a mis propios hijos, ya que es un negocio propio.

Inversión del negocio

El capital disponible para poder invertir en mi negocio, fue propio ya que contaba con el dinero suficiente para poder emprender un negocio propio. Con la característica de un micro o pequeño negocio.

Una de las principales inversiones aparte de la económicas, esta dada en una primera instancia por la propia idea que uno tiene acerca de los negocios, ya que cualquier persona no cuenta con las propias ideas, ni tampoco tienen capacidad para poder desarrollarlas.

La inversión económica que se dio en un principio fue en bienes materiales y materia prima, para poder emprender el negocio.

A continuación describimos que tipo de bienes y materia prima se requiere para nuestro negocio.

1. El Puestos Esta diseñado por el siguiente material

- ❖ Su estructura esta fabricada por tubular cuadrado
- ❖ La estructura esta revestida por panel blanco
- ❖ Cuenta con su barra de formica
- ❖ Cuenta con 4 cristales
- ❖ Un toldo
- ❖ Una lona (diseñada al toldo)
- ❖ Un letrero (hecho de madera, acrílico, lamparas de gas. etc.)
- ❖ Un anuncio de la Bimbo
- ❖ Un quemador

- ❖ Una plancha
- ❖ Su instalación eléctrica
- 2 lampara de 2m 40cm c/u, una balastra, cables, clavijas, un interruptor múltiple, una caja porta fusibles.
- ❖ Su instalación de gas
- Llaves, mangueras, regulador de alta presión,
- ❖ 4 llantas

2. los bienes adaptados al puesto

- ❖ una televisión de 13 pulgadas marca philips a colores
- ❖ una base para televisión
- ❖ una freidora eléctrica marca taurus
- ❖ un bote de plástico (para basura)
- ❖ bancos

3. utensilios

- ❖ cucharas
- ❖ espátulas
- ❖ pala de madera (para la mayonesa)
- ❖ platos de plástico y de unisel
- ❖ servilletas
- ❖ bolsas de polípaper
- ❖ hojas de polípaper
- ❖ hojas enceradas
- ❖ tupper
- ❖ botellas de plástico (catsup y mostaza)

4. materia prima

- ❖ carne (preparada)
- ❖ pan (Bimbollos y Medias noches)
- ❖ catsup
- ❖ mostaza
- ❖ mayonesa
- ❖ chiles jalapeños
- ❖ salchichas
- ❖ tortillinas
- ❖ jamón
- ❖ queso tipo americano
- ❖ queso Oaxaca
- ❖ tocino
- ❖ piña en almíbar
- ❖ cebolla

- ❖ jitomate
- ❖ queso fundido

nacimiento del negocio

Mi idea era tener un negocio propio ya que la situación económica y la falta de empleo en un principio fueron unos de los factores determinantes para poder tener un negocio propio.

Otro factor principal, fue de que se refiere a lo personal, de acuerdo a mí propia forma de pensar, siempre tuve el anhelo de tener algo propio en donde yo personalmente lo pudiese a tender de acuerdo con mi tiempo disponible y en donde yo tuviera la oportunidad de desarrollarme sin la presencia de una persona que me mandara “ un subordinado” y que como una fuente de ingreso tuviera más que una salario mínimo.

Para mí fue un poco difícil a un principio saber;

- ¿Qué negoció establecer?
- ¿ Cómo establecerlo?
- ¿ Con cuanto?
- ¿En donde?

De acuerdo con la situación que se presentaba en aquellos instantes era difícil establecer una idea precisa acerca de nuestro negocio ó del tipo de negocio que queríamos tener de acuerdo con nuestro capital disponible y nuestra forma de pensar. Ya que en un principio ninguna idea concreta teníamos.

Las diferentes ideas que tenía a un principio eran de vender ropa nueva, de marcas reconocidas en el mercado, perfumes para dama y para hombre, zapatos para ambos sexos, pero no conocía los centros de abastecimiento ni como venderla o distribuirla, también tuve la inquietud de poner un negocio de comida, pero no sabía que tipo de comida y en donde ponerlo, hasta que razione y pense que en la comida tenemos un mayor margen de ganancia, también pude percatarme que a aquí donde vivo existe una gran cantidad de establecimientos de tacos y de tortas, pero lo que no existía eran negocios de hamburguesas.

Al decidirme emprender un negocio de hamburguesas, empecé a investigar, cual es el proceso para prepara las hamburguesas, ya que existe gran cantidad de procesos o de recetas para elaborar los diferentes tipos de hamburguesas.

Para mí fue más sencillo, elaborar las hamburguesas ya que un tío mío, me proporciono una receta y algunos conocimientos para elaborar las hamburguesas,

pero creo lo principal es tener la suficientes ganas de tener algo propio y no depender de alguien como empleado.

Posteriormente pense en rentar un local y adaptarlo para la venta de hamburguesas pero pense en diseñar un puesto movible y guardar lo en mi propio hogar, ya que estaba decidido a vender en la esquina de la cuadra donde vivo actualmente.

Empece a buscar que tipo de puesto era el ideal para adaptarlo, ya que mi idea era tener algo diferente a los tradicionales para la venta de hamburguesas y de hot-dos, posterior mente empece a visitar a lo señores herreros, a las diferentes casa en donde hacen puestos movibles para tacos, hasta que tuve la oportunidad de percatarme de la presencia de una casa de diseño de puesto en calzada de tlalpan, en donde encontré algo ideal para mi negocio, y en donde lo diseñaron de acuerdo a mis necesidades, adaptándole llantas.

Posterior mente fui con un herrero a diseñar un toldo y en una casa de lonas una lona para el toldo, al ver que ya tenia la mayor parte del puesto opte por ponerle un sistema eléctrico, para lo cual fui a comprar lo necesario y yo personalmente lo instale, también acudí a comprar algunos accesorios para el sistema de gas, como el tanque de 10 kilogramos, mangueras, un regulador de alta presión y busque a la persona indicada para que me lo instalara, posteriormente también rotule la parte posterior del puesto con el nombre del negocio y finalmente mande a diseñar un letrero especial eléctrico y con todos las adaptaciones que le hice al diseño del puesto ya estaba listo para la venta de hamburguesas.

Ya que contaba con el puesto de acuerdo con mis propias necesidades, visualice una principal fuente de abastecimiento para mi negocio “la central de abastos de la Ciudad de México” la cual era la ideal para mí ya que cuenta con una gran variedad de cremerias, y así fue como surgió mi propio negocio.

Ubicación del negocio

Mi negocio se encuentra ubicado en Ciudad Nezahualcoyotl, en la colonia la perla, entre las calles de sicomoros y calambucos, el horario de funcionamiento es de la 18:00pm. Hasta las 23:00 horas, diarias

CAPITULO II

TECNOLOGIA

DOMESTICA

Las Tecnologías Domésticas son sencillas fórmulas para elaborar en casa productos de consumo cotidiano, similares a los industrializados, que le ayudarán a aprovechar los recursos, materiales y utensilios con los que cuenta en el hogar, y le brindarán beneficios de ahorro y calidad.

<u>ADEREZOS</u>	<u>LACTEOS</u>
<u>CARNICOS Y EMBUTIDOS</u>	<u>PANIFICACION</u>
<u>CONFITERIA</u>	<u>PESCADOS Y MARISCOS</u>
<u>CONGELACION</u>	<u>PROCESOS DE ESTERILIZACION</u>
<u>CONSERVA DE FRUTAS Y VERDURAS</u>	<u>PRODUCTOS DE USO EN EL HOGAR</u>
<u>INSTANTANEOS</u>	<u>PRODUCTOS DE USO PERSONAL</u>

Tecnologías domésticas

La tecnología domestica nos ofrece gran cantidad de beneficios para nuestro negocio de hamburguesas ya que con la tecnología domestica hemos aprendido a elaborar la catsup, mostaza, mayonesa, piña en almíbar y los chiles en escabeche.

Gracias a PROFECO, nuestro negocio obtiene gran beneficio ya que gracias a la tecnología domestica podemos disminuir nuestro costo y a demás podemos dar un mejor sabor a estos productos, necesarios para la elaboración de nuestras hamburguesas. Por eso presentamos los procedimientos y utensilios necesarios para la elaboración de los diferentes productos, que a continuación describimos

MAYONESA

(Rendimiento 480 gr)

Tiempo de preparación; 10 minutos

Ingredientes;

- ❖ 1 $\frac{3}{4}$ taza de aceite de cártamo (o el que le agrade)
- ❖ 3 yemas de huevo
- ❖ 4 cucharas cafeteras de vinagre blanco
- ❖ el jugo de tres limones blancos
- ❖ $\frac{1}{2}$ cucharada cafetera de azúcar
- ❖ $\frac{1}{2}$ cucharada cafetera de mostaza (o sal al gusto)
- ❖ 1 pizca de pimienta blanca

- ❖ ¼ de pepino mediano cortado en trozo muy pequeños
- ❖ rajas de chiles en vinagre picadas finamente (al gusto)

utensilios

- ❖ licuadora
- ❖ frasco esterilizado de 500 gramos
- ❖ etiqueta adhesiva
- ❖ cucharada sopera de acero inoxidable
- ❖ recipiente de vidrio o de plástico con capacidad de 1 kilogramo

procedimiento

1. En el vaso de la licuadora ventilamos las yemas, la sal, el azúcar, la pimienta, la mostaza, el jugo de limón y el vinagre. Licuamos por 2 segundos a la velocidad más alta, o hasta queden bien incorporados todos los ingredientes.
2. Transcurrido el tiempo, agregamos el aceite poco a poco, formando un hilo que sé constante. Dejamos de licuar hasta que nuestra mezcla tome consistencia de una mayonesa (espesa)
3. Vaciamos la mayonesa en nuestro recipiente y para darle un toque especial le incorporamos los chiles en vinagre y los pepinos, con ayuda de una cuchara movemos uniformemente hasta que quede perfectamente incorporados, (se recomienda no incorporarlos con la licuadora debido a que, por el alto contenido de agua en los pepinos la mayonesa perdería su consistencia)

Envasado y conservación;

A continuación envasamos en un frasco previamente esterilizado y cerraremos perfectamente, no olvide una etiqueta que contenga el nombre del producto, fecha de elaboración y caducidad.

Caducidad

La mayonesa elaborada mediante esta tecnología tiene una vida de alacena de 5 meses, una vez abierta se recomienda mantener siempre en refrigeración, y de este modo durará aproximadamente tres meses.

Aporte nutrimental

Las yemas de huevo y el aceite vegetal, ingredientes con los que se preparan la mayonesa, les proporciona al organismo grasas (las cuales son fuentes de

energía), además, la yema de huevo contiene fosvitina (una proteína extraordinariamente alta en fósforo) y liventina (alta en azufre), también es una excelente fuente de hierro (que ayuda a disminuir los problemas de mala circulación) y contiene vitamina A (la cual nos ayuda a la visión)

Datos interesantes

El uso de los aceites se remonta a las más antiguas civilizaciones del sudeste de Europa

Como en Africa del norte y el lejano oriente.

Hoy en día el exceso de la población ha hecho imposible el uso exclusivo de grasas de animales y ha obligado a obtener intensamente cosechas de vegetales oleaginosos, en las regiones tropicales se dan condiciones relativamente desfavorables para las crías de animales productores de grasas, en cambio son muy adecuadas para el cultivo de plantas que se presentan en estados silvestres como el girasol.

Beneficios

Al elaborar usted mismo el producto, podrá obtener un ahorro del 40%, con respecto a un producto comercial, así como una mayonesa de buena calidad en cuanto a su sabor, e higiene.

Ingredientes alternativos

Se puede emplear aceite de oliva, o bien aceite de sabor más ligero como el de frijol de soya o de maíz / estos aceites contienen ácidos grasos poliinsaturados, muchos de los cuales son vitales para el buen funcionamiento del organismo.

Mostaza

(rendimiento, 400g)

tiempo de preparación, 20 minutos

ingredientes

- ❖ ½ Taza de semillas de mostaza blanca, si no encuentra mostaza blanca se puede sustituir por mostaza negra (se consigue en tiendas donde se expende semillas).
- ❖ ½ taza de agua hirviendo
- ❖ 1/3 de taza de vinagre de caña blanco o de manzana
- ❖ ½ cucharada sopera de sal
- ❖ 1/5 de taza de azúcar (aproximadamente 50 gramos)
- ❖ 1 cucharada sopera de cúrcuma o curry (se consigue en tiendas de autoservicio)

- ❖ $\frac{3}{4}$ de cucharada sopera de cebolla en polvo
- ❖ 1 pizca de canela

utensilios

- ❖ cucharada sopera de acero inoxidable
- ❖ taza de preferencia mediadora
- ❖ licuadora
- ❖ olla con capacidad de 500 ml de peltre o aluminio
- ❖ frasco de vidrio con tapa con capacidad de 400 g
- ❖ calador de plástico o metal

procedimiento

1. en el agua caliente vertimos las semillas de mostaza, la cúrcuma, el ajo, la canela y la sal, e incorporamos muy bien, dejamos reposar durante 15 minutos o hasta que la mostaza suelte el mucilago (sustancia viscosa contenida en la composición de la semilla)
2. Posteriormente, colocamos esta mezcla en la licuadora, agregamos el vinagre poco a poco, el azúcar y licuamos, si se utilizo mostaza negra, después de licuarla se puede colocar para que no queden residuos de la cáscara en su mostaza.
3. Cuando está perfectamente licuado vertimos las pasta en una olla y ponemos a hervir durante un minuto
4. Por ultimo retiramos del fuego.

Envasado y conservación

Aún caliente la pasta se envasa en un frasco previamente esterilizado y cerramos perfectamente.

No olvide colocarle a su producto una etiqueta donde especifique que el nombre, fecha de elaboración y caducidad del mismo

Calidad

La mostaza elaborada mediante esta tecnología tiene una vida de alacena aproximadamente de 3 meses, una vez abierta, su duración será 2 meses, se recomienda que se mantenga en refrigeración.

Aporte nutrimental

Entre los ingredientes de la mostaza encontramos a la cebolla, la cual es una buena fuente de minerales como el calcio, hierro, magnesio, sodio, potasio y zinc, y en menor proporción vitaminas como la tiamina.

Datos interesantes

La mostaza, es decir, la flor o semilla pulverizadas, que tanto se emplea para los distintos condimentos, proceden de la familia de las crucíferas que son; sinapsis alba, brassica nigra y brassica juncea, de la primera se obtiene la mostaza blanca, que es floja (de consistencia suave), la segunda la mostaza negra, que es muy picante, y de la tercera una mostaza muy fuerte y oleaginosa, muy empleada en Rusia.

Beneficios

Al elaborar usted mismo su mostaza asegura la buena calidad e higiene de dicho producto, y el costo se reduce en un 30% en comparación con productos comerciales,

Ingredientes alternativos

Puede sustituir el vinagre de caña, por una taza de vinagre blanco o vinagre de vino.

Salsa catsup

(Rendimiento 800 g)

tiempo de preparación 1 hora

Ingredientes;

- ❖ ½ Litro de puré de jitomate (sí lo desea, usted puede hacer el puré apartir de $\frac{3}{4}$ Kg de jitomate.
- ❖ ½ taza de azúcar
- ❖ ¼ de taza de vinagre blanco
- ❖ 1 cucharada de sal
- ❖ ½ cucharada sopera de ajo en polvo (equivalente a 4 dientes de ajo fresco)
- ❖ 1 cucharada sopera de cebolla en polvo (equivalente a media cebolla)
- ❖ 1rajita de canela
- ❖ 3 piezas de clavo (especias)

utensilios

- ❖ olla de peltre (o aluminio) con capacidad de un litro
- ❖ colador
- ❖ cuchara sopera (de acero inoxidable, madera o plástico)
- ❖ cuchara grande de acero inoxidable
- ❖ botella de vidrio esterilizada con capacidad de un litro
- ❖ embudo
- ❖ taza
- ❖ etiqueta adhesiva

procedimiento

1. Vaciamos el puré de jitomate en la olla, le agregamos el azúcar, sal, cebolla, ajo en polvo, canela y clavos.
2. Todo se mezcla bien con la cuchara y se coloca a fuego medio durante tres minutos
3. A continuación, añadimos el vinagre y mantenemos a fuego de 5 a 10 minutos más, para que espese.
4. Retiramos de la estufa y se cuela
5. Lugo utiliza el embudo
6. Vaciamos el producto en la botella estéril
7. La salsa ya envasada se coloca a baño maria durante 15 minutos, tapando la botella, y sin cerrar completamente.
8. Transcurrido el tiempo se aprieta bien la tapa
9. Se saca el producto del agua
10. Se deja enfriar a temperatura ambiente (esto ayuda a tener una buena consistencia de salsa)

Envasado y conservación

Una vez abierto el producto, manténgase en refrigeración no olvide colocar a su producto una etiqueta especifica con el nombre, fecha de elaboración y caducidad.

Caducidad:

La vida de alacena de este producto será aproximadamente de 3 meses. Una vez abierto se recomienda que se consuma en un período de 30 días.

Aportes nutrimentales:

El jitomate es una buena fuente de P-caroteno, (que sirve para la formación de vitamina A) as! Como de vitaminas C y E. (Los cuales actúan como antioxidantes, previniendo el envejecimiento prematuro de la piel). También contiene potasio, el cual evita problemas de circulación

Dato interesante:

En México se han reservado inmensos territorios dedicados exclusivamente al cultivo de jitomate (con cruces de especies, tratamientos nutritivos en el suelo y plantas de Protección contra plagas), asegurando así el abastecimiento de este fruto en invierno y primavera para las fábricas conserveras de salsa de jitomate en su variedad de clases y formas.

Beneficio:

Al elaborar usted mismo su salsa, asegura la buena calidad e higiene, producto. El costo se reduce en un 30% en comparación con los comerciales.

Ingredientes alternativos:

Otro de los ingredientes que podemos añadir a nuestra salsa es puré de zanahoria, el cual se agrega en una proporción M 30% de la cantidad total de jitomate (250g de puré de zanahoria y 550g de puré de jitomate). Esto tiene como objetivo reducir los costos sin alterar las características de producto, Incluso acrecentando sus propiedades.

FRUTAS EN ALMÍBAR

(Rendimiento: 800 g, peso seco)

Tiempo de preparación: 50 min.

Ingredientes:

- 1 Kg de la fruta de su preferencia, en éste caso, como ejemplo se utilizará piña
- 1 L de agua hervida o hervida
- 2 ½ tazas de azúcar
- El jugo de ½ limón
- 1 pastilla de vitamina C de 500 mg hecha polvo (Ácido ascórbico)*

*Se consigue en farmacias grandes.

Utensilios:

- 1 recipiente con capacidad de 2 L
- Recipiente con capacidad de 5-6 L
- 1 taza (de preferencia medidora)

- Cuchara de peltre o acero inoxidable grande
- Cuchillo
- Tabla para cortar
- Frasco esterilizado con tapa con capacidad de 1 L

Procedimiento:

1. Se pone a calentar agua en la olla de 5-6 L de capacidad. Cuando se formen burbujas en el fondo (80°C, aproximadamente) se sumergen los trozos de piña por espacio de 8 minutos.
2. Se pone a calentar un litro de agua por separado en el recipiente con capacidad de 2 L. Se le disuelve la pastilla de vitamina C, se le exprime el medio limón y se agrega el azúcar. Se deja en el fuego para que se siga calentando.
3. Cuando se sacan las piñas, para pelarlos, se parten a lo largo (tratando de evitar el hueso), a cada lado del hueso. Se saca la carne usando la cuchara grande y se vacían al almíbar caliente. Se le mueve y se deja en el fuego por 3 minutos.

Envasado y conservación:

Se sacan primero los mangos con la cuchara y se vacían en el frasco estéril. Enseguida se vacía el almíbar hasta quedar centímetro y medio por debajo de la boca. Es muy importante que el almíbar esté caliente y humeando al momento de vaciarlo. Se coloca la tapa firmemente y se invierte el frasco durante 3 minutos. Pasado este tiempo se enfría el frasco al chorro de agua. No olvide colocarle una etiqueta con el nombre del producto, fecha de elaboración y caducidad.

Los mangos en almíbar deben conservarse en un lugar fresco, seco y oscuro.

Caducidad:

Las piñas en almíbar elaborado mediante esta tecnología y conservados de manera apropiada tienen una duración aproximada de 6 a 8 meses. Una vez abierta la conserva, debe tenerse en refrigeración y consumirse en un tiempo no mayor a 2 semanas.

Aporte nutrimental:

Las frutas son la fuente más importante de vitaminas y minerales, que son indispensables para el buen funcionamiento del organismo y prevención de enfermedades.

Dato interesante:

La duración de los alimentos depende del agua que esté libre. Al agregar azúcar al agua, ésta ya no está disponible para que lo usen los microorganismos, de modo que entre más azúcar agregada mayor duración tiene el alimento. Los microorganismos que soportan más estas condiciones son los hongos, pero los hongos sólo viven en presencia de aire, y al existir vacío en el envase no pueden desarrollarse.

Beneficio:

Al elaborar sus frutas en almíbar asegura la higiene con que fueron elaboradas, así como de la calidad de las materias primas que utilizó. También es muy significativo el ahorro económico que es de, al menos, 20%.

Recomendaciones:

- Con este mismo procedimiento puede elaborar almíbares de guayaba, piña, fresa, manzana, durazno, chabacano, mango, pera, ciruela e higo, lo único que varía es la forma en que se realiza el pelado y el rebanado de la fruta.
- No exponga la conserva a la luz porque se decoloran y pierden su apetencia.

CHILES EN ESCABECHE

(Rendimiento: 2 kilos 50 g)

Tiempo de Preparación: 1 hora

Ingredientes:

- 1 k 500 g de chiles jalapeños
- 1/2k zanahoria mediana en rodajas
- 2 cabeza de ajo pelada (4 dientes aproximadamente por cabeza.)
- 3 cebolla blanca en rodajas
- 1 taza de agua aprox. (la necesaria para cubrir los chiles en la cacerola)
- Vinagre (por cada taza de agua, agregaremos ½ taza de vinagre, aprox. ½ taza)

- 3 cucharadas soperas de aceite aproximadamente
- 5 piezas de pimienta gorda
- 2 hojas de laurel
- 1 ramita de mejorana
- 1 rajita de canela (aprox. de 3 cm)
- sal (al gusto)

Utensilios:

- cacerola de peltre o acero inoxidable con capacidad de 1 litro
- cuchara sopera de acero inoxidable o pala de madera
- frasco de vidrio con tapa, esterilizado con capacidad de 2k 50gl
- cuchillo

Procedimiento:

1. Lavamos los chiles perfectamente al chorro del agua, al igual que todas las verduras.
2. Posteriormente con la ayuda de un cuchillo abrimos por un costado los chiles, y les retiramos parte de las semillas y las venas.
3. En la cacerola agregamos los chiles, las hojas de laurel, la mejorana, las zanahorias, la cebolla, el ajo, la pimienta, el vinagre, y la sal, cubrimos con agua hasta taparlos los ponemos a hervir durante 1 hora o hasta que los chiles se reblandezcan.
4. Por último agregamos el aceite y dejamos 15 minutos más en el fuego, pasado este tiempo los retiramos del fuego, y procederemos a envasar.

Envasado y conservación:

Vierta los chiles aún calientes en el frasco previamente esterilizado; no los llene hasta el tope (deje un centímetro antes del borde), limpie el borde y selle. Posteriormente los ponemos a baño maría durante 15 minutos. Por último retiramos el frasco del agua dejamos enfriar a temperatura ambiente. Una vez abierto el producto consérvelo en refrigeración. No olvide colocarle a su producto una etiqueta donde especifique su nombre, fecha de elaboración y caducidad del mismo.

Caducidad:

La vida de alacena de este producto será aproximadamente de 3 meses. Una vez abierto se recomienda que se consuma en un periodo de 30 días y se mantenga en refrigeración.

Aporte nutrimental:

El chile es rico en minerales como el hierro, calcio, potasio, y sodio que nos ayudan tener una buena circulación de la sangre, así como también participan de manera indirecta en el crecimiento. Además de contener vitaminas como tiamina, riboflavina, niacina, ácido ascórbico y en mayor cantidad retinol que tiene acción esencial en la visión, el crecimiento, el desarrollo óseo, la formación y conservación de los tejidos epiteliales, y en los procesos inmunológicos.

Dato interesante:

El chile es originario de América. En México, en la época prehispánica, se daban cargas de chiles como tributo o impuestos. Además de utilizarlo en la alimentación, se usaba también, combinado con otras plantas medicinales. En México se conocen decenas de variedades, las más comunes son: chiles serranos, cuaresmeño, piquín, poblano, de árbol, güero, habanero y manzano. Entre los secos: pasilla, cascabel, morita, guajillo, ancho, mulato y chipotle

Recomendaciones:

- Cuando vaya a preparar los chiles, manipúlelos con cuidado, de lo contrario puede irritarse la piel y causar mucho dolor en ojos si entra en contacto con ellos.
- Remoje los chiles una noche antes de ponerlos a cocer y disminuirá el tiempo de cocinado.
- Si observa que la coliflor ya esta cocida antes que los otros ingredientes, retírela e incorpore hasta que todos los ingredientes estén perfectamente cocidos.
- Si se le dificulta abrir los chiles para retirarle las venas y las semillas tuéstelos levemente (aprox. 4 segundos), para que se reblandezcan y facilite la operación.

CAPITULO III

CALIDAD DE HAMBURGUESAS

Calidad de hamburguesas

Con la finalidad de darle a conocer la calidad de los ingredientes de las hamburguesas, los especialistas de los laboratorios de **PROFECO** analizaron este producto representativo de **comida rápida**.

El estudio comprendió

El análisis comparativo de los alimentos de este tipo que se comercializan en la ciudad de México y cuya presencia en el mercado nacional es relevante.

En este análisis se determinó el aporte nutrimental de los productos de manera integral **“es decir incluyendo todos los ingredientes”** y se evaluó el contenido de proteínas, grasas, colesterol, fibras y el aporte energético.

También se comprobó que el queso y la carne no fueran imitaciones o presentaran alguna adulteración, se evaluaron la calidad sanitaria y las practicas higiénicas con las que elaboran los productos, además se determinó el contenido de pan y de los ingredientes para establecer un análisis comparativo entre las diferentes marcas.

Se verificaron las variaciones existentes en los ingredientes entre seis puntos de muestreo

NORMATIVIDAD

Para realizar el presente estudio se consideraron las siguientes normas:

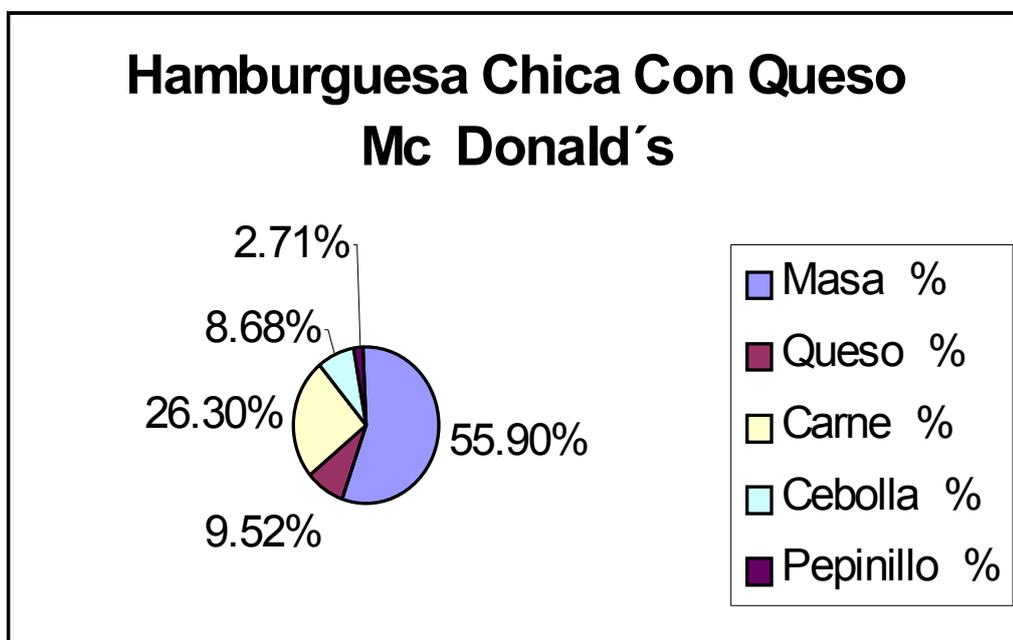
- ❖ Reglamento de control sanitario de bienes y servicios de la secretaria de salud
- ❖ NOM-092-SSAI-1994. “ método para la cuenta de bacteria aerobias en placa “
- ❖ NOM-II3-SSAI-1994 “ método para la cuenta de microorganismos coliformes totales en placa “
- ❖ NOM-III-SSAI.1994 “método para la cuenta de mohos y levaduras en alimentos”.
- ❖ Método Kjeldahl para la determinación de proteínas.
- ❖ NMX-F-089 determinación de grasa
- ❖ NOM-093-SSAI-1994 “ bienes y servicios, prácticas de higiene y sanidad en la preparación de alimentos que se ofrece en establecimientos fijos.

A continuación le presentamos los detalles de los resultados parciales y las evaluaciones globales de calidad obtenidas por las hamburguesas analizadas **sobre el presente estudio realizado por la coordinación general de investigación de la procuraduría general del consumidor**

Hamburguesa chica con Queso

“Mc Donald´s”

peso	masa	queso	carne	lechuga	cebolla	pepinillo	Jitomate
104 gr	55.9%	9.52%	26.3%	No tiene	8.68%	2.71%	-----

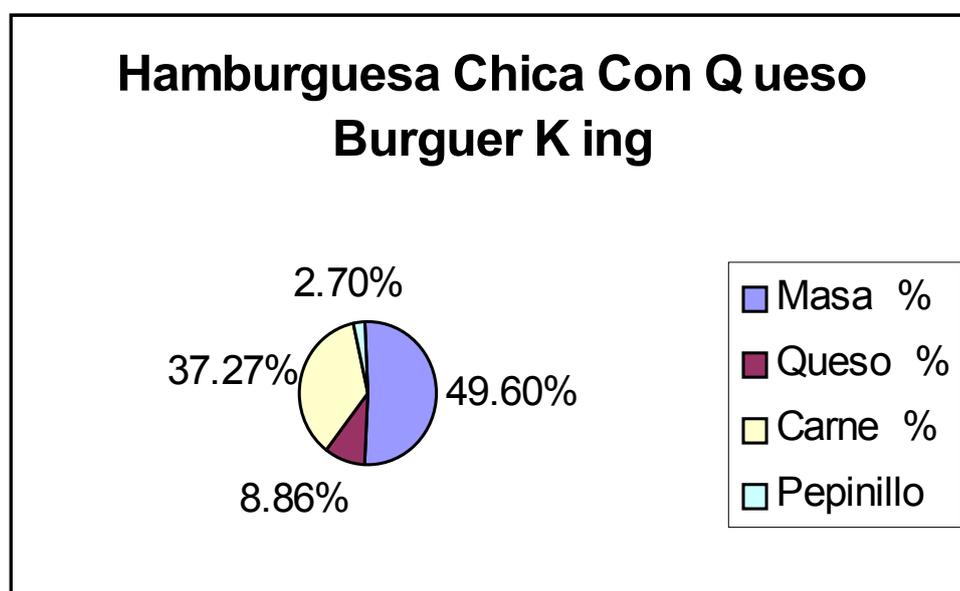


Como podemos observar en el estudio realizado por la **PROFECO**, en la **Hamburguesa chica con queso** podemos observar las siguientes características propias de cada marca en cuanto a su proporción de ingredientes.

Hamburguesa chica con Queso

“Burger King”

peso	masa	queso	carne	lechuga	cebolla	pepinillo	Jitomate
130 gr.	49.6 %	8.86%	37.27%	No tiene	No tiene	2.7%	-----



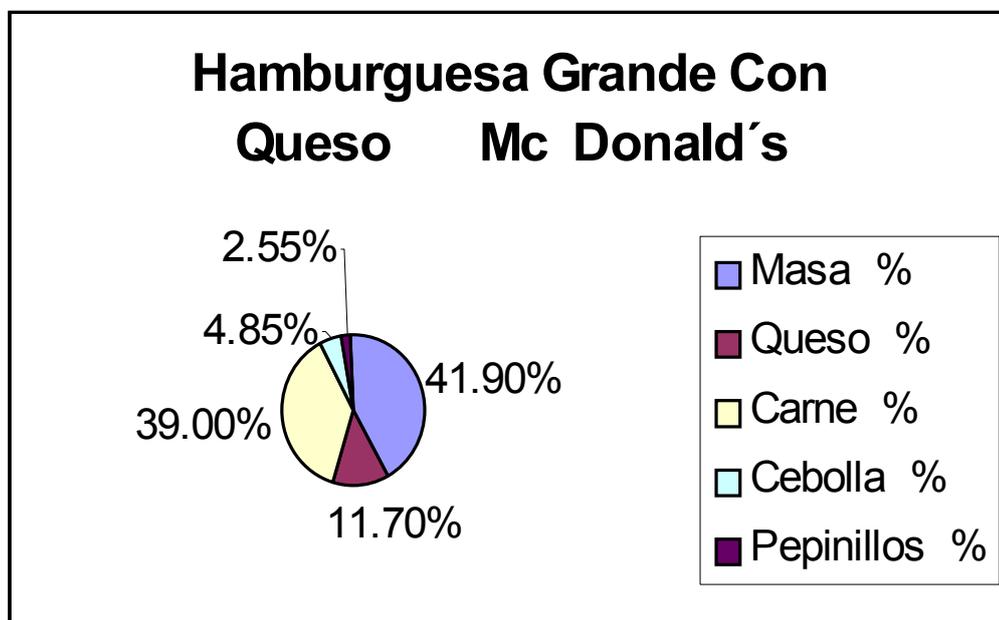
Como podemos observar en el estudio realizado por la **PROFECO**, en la **Hamburguesa chica con queso** podemos observar las siguientes características propias de cada marca en cuanto a su proporción de ingredientes

- ❖ En cuanto al peso total de las hamburguesas, **Burger King** presenta un mayor peso total con 130 gramos y **Mc Donald's** 104 gramos, Las dos marcas de hamburguesa no presentan lechuga, La marca **Burger King** no tiene cebolla.
- ❖ La marca **Mc Donald's** presenta una menor proporción de carne y mayor cantidad de queso.

Hamburguesa Grande con Queso

“Mc Donald’s”

peso	masa	queso	carne	lechuga	cebolla	pepinillo	Jitomate
186 gr	41.9%	11.7%	39%	No tiene	4.85%	2.55%	-----

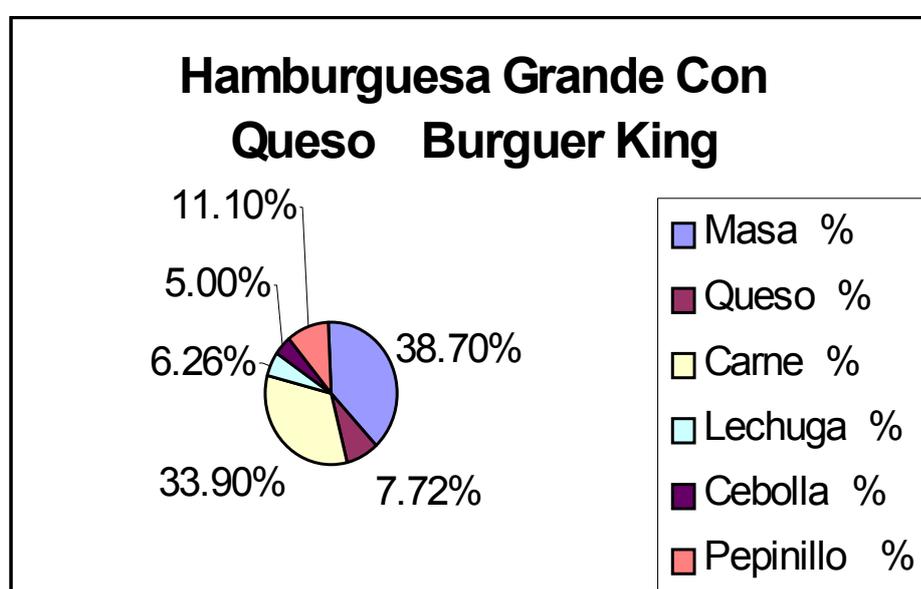


Las Hamburguesas Grandes queso, **presenta las siguientes características propias de cada marca;** En cuanto a su proporción en ingredientes.

Hamburguesa Grande con Queso

“Burger king”

peso	masa	queso	carne	lechuga	cebolla	pepinillo	Jitomate
262 gr	38.7%	7.72%	33.9%	6.25%	5%	4.22%	-----



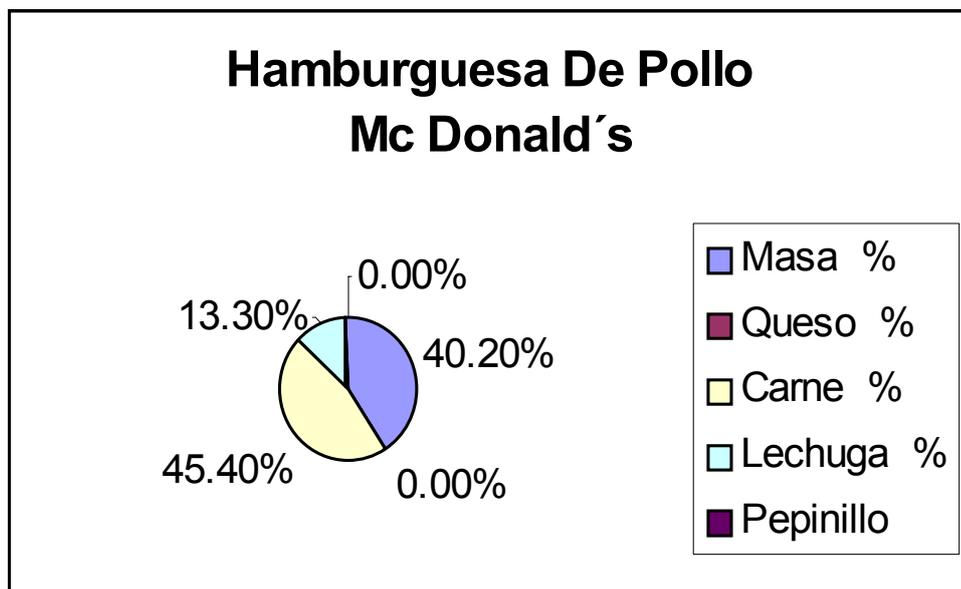
Las Hamburguesas Grandes queso, **presenta las siguientes características propias de cada marca**; En cuanto a su proporción en ingredientes.

- ❖ En cuanto al peso total de las hamburguesas, **Burger King** presentan un mayor peso total con 262 gramos y **Mc Donald's** 186 gramos, La marca **Burger King** presenta lechuga. Las dos marcas presentan cebolla.
- ❖ La marca **burger King** presenta menos proporción de carne y menos cantidad de queso.

Hamburguesa De Pollo

“Mc Donald´s”

peso	masa	queso	carne	lechuga	cebolla	pepinillo	Jitomate
154 gr	40.2%	No tiene	45.4%	13.3%	No tiene	No tiene	-----

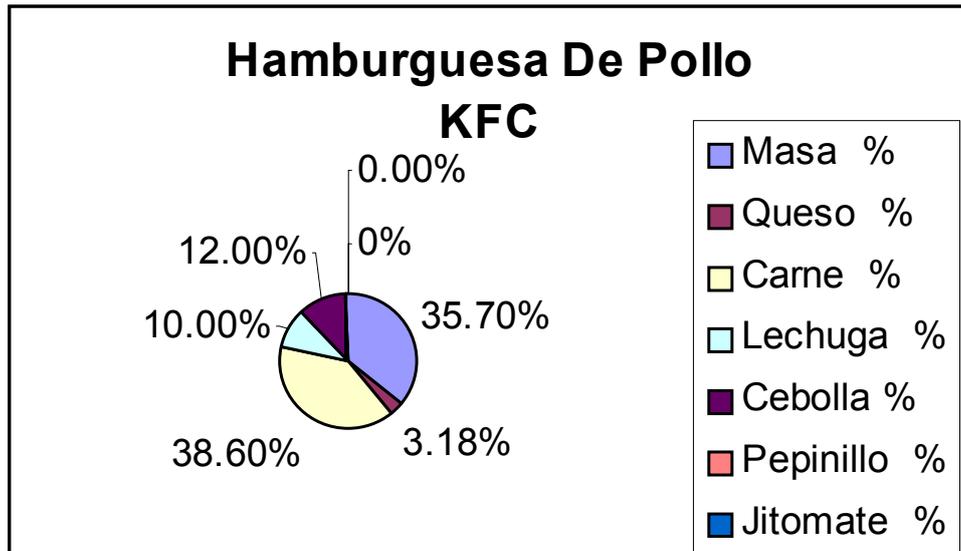


Como podemos observar en el estudio realizado por la **PROFECO**, en la **Hamburguesa de pollo** podemos observar las siguientes características propias de cada marca en cuanto a su proporción de ingredientes

Hamburguesa De Pollo

“Coronel Suprema KFC”

peso	Masa	queso	carne	lechuga	cebolla	pepinillo	Jitomate
272.38	35.7%	3.18%	38.6%	10%	12%	No tiene	-----



Entre Las hamburguesas de pollo como podemos distinguir entre los estudios realizados por PROFECO la marca Mc Donald's compite dentro de este mercado con la marca de hamburguesas de KFC, y deja de competir Burger King.

Entre la hamburguesa de pollo podemos distinguir las siguientes características de cada marca representativa. ;

La marca de **KFC** presenta un mayor peso total con 272.38 gr, En cuanto al queso la marca **Mc Donald's** no presenta.

En cuanto a la proporción de carne de pollo presenta la marca **Mc Donald's** una mayor cantidad. Ninguna de las dos marcas presenta pepinillos

Consumo de calorías de las hamburguesas

El ritmo acelerado de la vida moderna ha fomentado la comercialización de platillos listos para consumirse “comida rápida” entre las cuales las hamburguesas tienen un importante lugar.

Expertos en nutrición afirman que la comida rápida con frecuencia es alta en calorías; esto no significa que sea mala, sin embargo es conveniente saber cuál es la ingesta diaria recomendada y compararla con el aporte de los alimentos que consume.

Al indagar el valor nutricional de cada alimento es importante considerar su contenido de nutrimentos, además de sus aportes energéticos.

Las tres principales fuentes de energía de los alimentos son los carbohidratos, las grasas y las proteínas.

El aporte calórico promedio requerido por adulto es de 2000 A 2700 Kcal/día; una hamburguesa tiene de 300 A 600 Kcal, pero este tipo de comidas generalmente se acompaña de una considerable cantidad de salsa catsup, mostaza, papas fritas, refresco y postre, lo que incrementa el aporte calórico.

Producto	Papas	Refresco (600) ml	Postre (pay)	Total (Kcal)
Hamburguesa chica c/queso 350 Kcal.	(chicas) 210 Kcal.	280 Kcal.	300 Kcal	1.40
Hamburguesa chica s/queso 260 Kcal.	(Chica) 210 Kcal	280 Kcal	300 Kcal.	1.050
Hamburguesa grande c/queso 600 Kcal.	(grande) 450 Kcal.	280 Kcal.	300 Kcal	1.630
Hamburguesa Grande s/queso 440 Kcal	(grande) 450 Kcal.	280 Kcal.	300 Kcal.	1.580

“Estudio de nuestras hamburguesas”

Con la finalidad de darle a conocer la calidad de los ingredientes de nuestras propias hamburguesas se realizó el presente estudio, ya que nuestro producto, es un producto representativo de comida rápida.

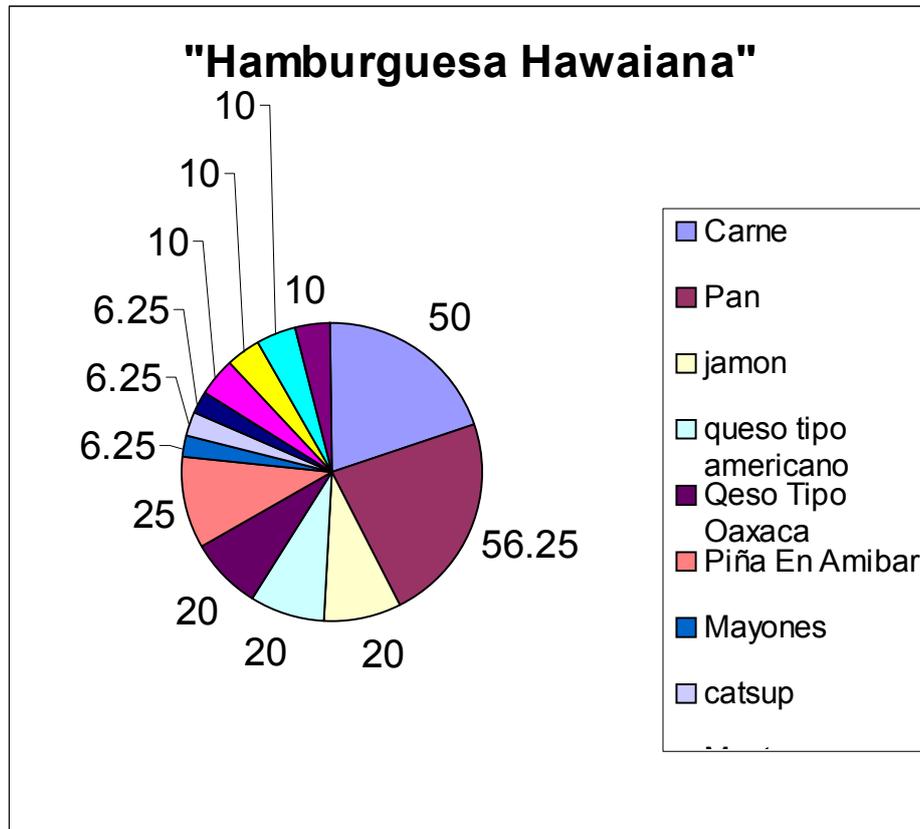
El estudio comprendido, se lleva acabo un análisis comparativo de los de los alimentos que se comercializan en nuestro negocio, y cuya presencia es relevante.

En este análisis se elaboro de manera integral en cuanto a los productos, es decir incluye todos los ingredientes para la elaboración de nuestro producto

“Hamburguesa Hawaiana”

Producto del contenido de la “Hamburguesa”	Peso l total (en gramos)	Porcentaje de la “hamburguesa”
Carne	50	20%
Pan	56.25	22.5 %
Jamón	20	8%
Queso tipo americano	20	8%
Queso Oaxaca	20	8%
Piña en almíbar	25	10%
Mayonesa	6.25	2.5%
Catsup	6.25	2.5%
Mostaza	6.25	2.5%
Cebolla	10	4%
Jitomate	10	4%
Aguacate	10	4%
Chiles en escabeche	10	4%
<u>Total de la “ hamburguesa”</u>	250	100%

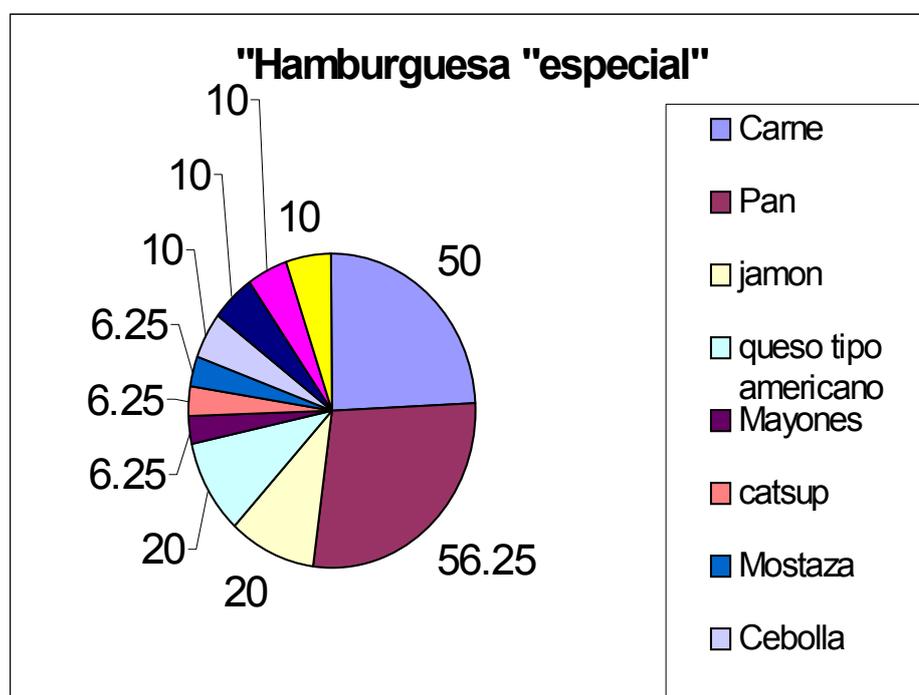
**“Contenido de la hamburguesa Hawaiana”
en proporción y en peso (gramos)**



Como vemos en el presente estudio **la hamburguesa hawaiana tiene un peso total de 250 gramos** de acuerdo con su contenido, de la cual la **carne tiene un peso de 50gramos**, es decir un 20% del total de la hamburguesa, el **pan contribuye con un peso de 56.25** y tiene un 22.5 del total.

Posteriormente entre las diferentes **verduras vemos un peso de 40 gramos** y contribuyen con el 16% del total de la hamburguesa, el **jamón, el queso tipo americano y el queso Oaxaca** vemos que pesan en **total los tres 60 gramos** y contribuyen con el 24% del total y finalmente **la mayonesa, la catsup y la mostaza contribuyen con un peso de 18.75 gramos** y contribuyen con el 7.5 % del total.

“Hamburguesa Especial”



Producto del contenido de la “Hamburguesa”	Peso Total (en gramos)	Porcentaje de la “hamburguesa”
Carne	50	24.39%
Pan	56.25	27.49%
Jamón	20	9.75%
Queso tipo americano	20	9.75%
Mayonesa	6.25	3.04%
catsup	6.25	3.04%
Mostaza	6.25	3.04%
Cebolla	10	4.87%
Jitomate	10	4.87%
Aguacate	10	4.87%
Chiles en escabeche	10	4.87%
<u>Total de la “hamburguesa”</u>	205	100%

Como vemos en el presente estudio **la hamburguesa especial tiene un peso total de 205 gramos** de acuerdo con su contenido, de la cual **la carne tiene un peso de 50gramos**, es decir un 24% del total de la hamburguesa, **el pan**

contribuye con un peso de 56.25 gramos y tiene un 27.49% del total, posteriormente entre las diferentes verduras vemos un peso de 40 gramos y contribuyen con el 19.51% del total de la hamburguesa, el jamón, el queso tipo americano vemos que pesan en total los dos 40 gramos y contribuyen con el 19.51% del total y finalmente la mayonesa, la catsup y la mostaza contribuyen con un peso de 18.75 gramos y contribuyen con el 9.14 del total.

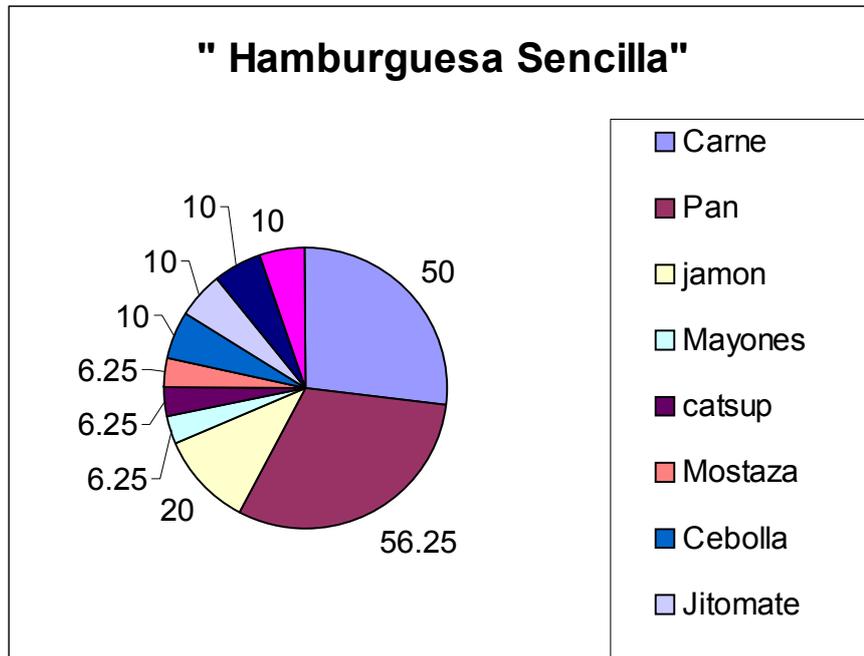
Diferenciaciones entre los tipos de hamburguesas

Como vemos la diferencia entre una hamburguesa Hawaiana y una especial es un queso y la piña en almíbar, de la cual le resta un peso 45 gramos, de la hamburguesa Hawaiana a la especial.

También podemos tener en cuenta que tenemos en nuestra línea de productos que son las hamburguesas dos tipos de especiales, la diferencia es que una es con queso amarillo y la otra con queso Oaxaca, pero el peso es el mismo.

Hamburguesa sencilla

Producto del contenido de la "Hamburguesa"	Peso Total (en gramos)	Porcentaje de la "hamburguesa"
Carne	50	27.02%
Pan	56.25	30.40%
Jamón	20	10.91%
Mayonesa	6.25	3.37%
Catsup	6.25	3.37%
Mostaza	6.25	3.37%
Cebolla	10	5.40%
Jitomate	10	5.40%
Aguacate	10	5.40%
Chiles en escabeche	10	5.40%
<u>Total de la "hamburguesa"</u>	185	100%



Como vemos en el presente estudio **la hamburguesa sencilla** tiene un **peso total de 185 gramos** de acuerdo con su contenido, de la cual la **carne tiene un peso de 50gramos**, es decir un 27.02% del total de la hamburguesa, **el pan contribuye con un peso de 56.25** y tiene un 30.40% del total, posteriormente entre las diferentes **verduras vemos un peso de 40 gramos** y contribuyen con el 21.62% del total de la hamburguesa, **el jamón, vemos que pesan en total 20 gramos** y contribuyen con el 10.91% del total y finalmente **la mayonesa, la catsup y la mostaza contribuyen con un peso de 18.75 gramos** y contribuyen con el 10.13% del total.

Teniendo en cuenta que tenemos dos tipos de hamburguesas sencillas, una con queso tipo americano y la otra con jamón, el peso es el mismo, la única diferencia que podemos distinguir es lo antes mencionado (el jamón o queso tipo americano),

La diferencia entre las sencilla y la hawaiana es la piña en almíbar, uno de los dos quesos ó el jamón y la diferencia entre la especial y la sencilla la podemos distinguir, ya que la sencilla tiene jamón o queso y la especial contiene uno de los dos queso y jamón.

En cuanto a peso podemos decir que la hawaiana tiene un peso de 250 gramos y la especial de 205 y la sencilla de 185 gramos.

- ❖ Como vemos de la **hawaiana a la especial** existe una variación del **18%** de acuerdo con su contenido de una y otra.
- ❖ De la **hawaiana y la sencilla** existe una variación del **26 %** de acuerdo con su contenido de una y otra hamburguesa.
- ❖ Del **especial a la sencilla** existe una variación de **9.75%** de acuerdo a su contenido.

“Diferencias entre mi hamburguesa y las del McDonald’s”
(En contenido)

Hamburguesa Chica “Pepes”	Contenido En Gramos	Hamburguesa Chica “Mc Donald’s”	Contenido En Gramos
Carne	50	Carne	26.3
Pan	56.25	Pan	55.9
Jamón O queso	20	Jamón O queso	26.3
Mayonesa	6.25	Mayonesa	Contiene
Catsup	6.25	Catsup	Contiene
Mostaza	6.25	Mostaza	Contiene
Cebolla	10	Cebolla	8.68
Pepinillo	No tiene	pepinillo	2.71
Jitomate	10	Jitomate	-
Aguacate	10	Aguacate	No tiene
Chiles en escabeche	10	Chiles en escabeche	-
Total	185	Total	104

Diferencia entre nuestra hamburguesa y las marcas de hamburguesa chicas de queso de Mc Donald’s

Como podemos ver en la tabla una de las primeras diferencias que podemos ver a simple vista es el peso total de la hamburguesa, ya que nuestra marca tiene un peso total de 185 gramos y la hamburguesa Marca Mc Donald’s tiene un peso total de 104, la diferencia que radica es en el peso de una marca y otra de **81 gramos**.

Por lo cual podemos concluir que tenemos una mejor hamburguesa en cuanto a su contenido de ingredientes para su elaboración, ya que nuestra marca contiene una mayor cantidad de ingredientes, y mayor cantidad de carne.

Diferencias entre mi hamburguesa y las del McDonald's (En contenido)

❖ Entre hamburguesas grandes

Hamburguesa Hawaiana "Pepes"	Contenido En Gramos	Hamburguesa Grande "Mc Donald's"	Contenido En Gramos
Carne	50	Carne	39
Pan	56.25	Pan	41.9
Piña en almíbar	25		
Queso americano	20		
Queso Oaxaca	20		
Jamón	20	Jamón O queso	11.7
Mayonesa	6.25	Mayonesa	Contiene
Catsup	6.25	Catsup	Contiene
Mostaza	6.25	Mostaza	Contiene
Cebolla	10	Cebolla	4.85
Pepinillo	No tiene	Pepinillo	2.55
Jitomate	10	Jitomate	-
Aguacate	10	Aguacate	No tiene
Chiles en escabeche	10	Chiles en escabeche	-
Total	250	Total	186

Diferencia entre nuestra hamburguesa hawaiana y las marcas de hamburguesa grande de queso de Mc Donald's

Como podemos verificar las diferencias que se presenta entre los dos tipos de hamburguesas grandes, vemos que nuestra hamburguesa hawaiana presenta un peso total de 250 gramos y la de Mc Donald's presenta un peso de 186 gramos lo cual distinguimos una diferencia de 64 gramos. En cuanto a su proporción de ingredientes.

**“Diferencias entre mi hamburguesa y las del Burguer King”
(En contenido)**

- ❖ Hamburguesa chica con queso

Hamburguesa Chica “Pepes”	Contenido En Gramos	Hamburguesa Chica “Burguer King”	Contenido En Gramos
Carne	50	Carne	37.27
Pan	56.25	Pan	49.6
Jamón O queso	20	queso	8.86
Mayonesa	6.25	Mayonesa	Contiene
Catsup	6.25	Catsup	Contiene
Mostaza	6.25	Mostaza	Contiene
Cebolla	10	Cebolla	No tiene
pepinillo	No tiene	Pepinillo	2.7
Jitomate	10	Jitomate	-
Aguacate	10	Aguacate	No tiene
Chiles en escabeche	10	Chiles en escabeche	-
Total	185	Total	130

Como podemos verifica de acuerdo con nuestra tabla las siguientes diferencia entre nuestra hamburguesa chica y la marca Burguer King, en la cual podemos distinguir que nuestra hamburguesa tiene un peso de 185 gramos y la hamburguesa Burguer King cuenta con un peso de 130 gramos y la diferencia de las dos hamburguesas es de 55 gramos de a cuerdo con su contenido de ingredientes para la elaboración de una marca y otra.

- ❖ Como podemos distinguir nuestra hamburguesa chica sigue presentando un mayor peso en comparación de las hamburguesas de las la marca Mc Donald’s y Burguer King, las diferencias se pueden distinguir de acuerdo con su

Contenido y peso que a continuación verificamos.

Nuestra hamburguesa chica presenta un peso de 185 gramos, la marca Burguer King 130 gramos, y la marca Mc Donald’s 104.

- ❖ Como podemos distinguir nuestra marca tiene el mayor peso, después le sigue la marca Burguer King y por ultimo la marca Mc Donald’s

“Diferencias entre nuestras hamburguesa y las del Burguer King”
(En contenido)

❖ Entre hamburguesas grandes

Hamburguesa Hawaiana “Pepes”	Contenido En Gramos	Hamburguesa Grande “Burguer King”	Contenido En Gramos
Carne	50	Carne	33.9
Pan	56.25	Pan	38.7
Piña en almíbar	25		No contiene
Queso americano	20		11.7
Queso Oaxaca	20		
Jamón	20	queso	7.72
Mayonesa	6.25	Mayonesa	Contiene
Catsup	6.25	Catsup	Contiene
Mostaza	6.25	Mostaza	Contiene
Cebolla	10	Cebolla	5
Pepinillo	No tiene	Pepinillo	4.22
Jitomate	10	Jitomate	11.1
Aguacate	10	Aguacate	No tiene
Chiles en escabeche	10	Chiles en escabeche	-
Total	250	Total	262

“Diferencia entre nuestra hamburguesa hawaiana y las marcas de hamburguesa grande de queso de Burguer King”

Como vemos en nuestro presente estudio que se realizo entre nuestras hamburguesas y la marca de Burguer King podemos verificar que nuestra hamburguesa presenta un peso de 250 gramos y la hamburguesa de marca Burguer King es de 260 lo cual se presenta una diferencia de 10gramos de acuerdo con su contenido de proporción de ingredientes.

Diferencia de nuestra hamburguesa y la otras marcas

Nuestra hamburguesa Hawaiana presenta un peso de 250 y la marca Burguer King de 260 y la hamburguesa marca Mc Donald’s 186.

De acuerdo al presente estudio podemos concluir que la marca Burguer King es la que contiene un mayor peso, siguiendo nuestra hamburguesa hawaiana y posteriormente la marca Mc Donald’s

Costos

Los costos que podemos establecer dentro del negocio de hamburguesas son costos variables, los cuales aumentan con el volumen de la producción.

No establecemos costos fijo, ya que no contamos con ellos, como en el pago de la luz, o renta, por lo cual nada más nos limitamos a los costos variables que a continuación establecemos.

En la siguiente tabla mostramos todos los ingredientes necesarios para poder elaborar mi producto, y también la tabla nos representa los precios y cantidades individuales de los ingredientes necesarios para elaborar, nuestros productos

De los cuales al utilizarlos para la elaboración de nuestros productos, es decir al aumentar el volumen de producción se vuelven, costos variables.

Los cuales como antes los describimos se incrementan con nuestro volumen de producción

cantidad	Producto	\$ precio
1 kilogramo	Carne	29.90
1 kilogramo	Jitomate	5.00
1 kilogramo	Cebolla	3.50
2. 50 kilogramo	Chiles	38.00
1 kilogramo	Jamón	18.00
1 kilogramo	Queso tipo Oaxaca	40.00
1 kilogramo	Queso tipo americano	32.00
800 gramos	Piña en almíbar	8.00
800 gramos	Salsa catsup	7.00
400 gramos	Mostaza	6.00
480 gramos	Mayonesa	10.00
1 kilogramo	Tocino	40.00
1 paquete	Pan para hamburguesa	11.50
1 paquete	Pan para hot-dos	8.00
1 paquete	Tortillas de harina	5.50
1 kilogramo	Salchicha	16.00
1 kilogramo	Aguacate	8.00
1 kilogramo	Papas	15.00
1 litro	Aceite	10.00

Costos variables en la producción de una hamburguesa hawaiana

Producto del contenido de la “Hamburguesa”	Peso Total (en gramos)	Costo variable
Carne	50	\$ 1.495
Pan	56.25	\$ 1.4375
Jamón	20	\$ 0.036
Queso tipo americano	20	\$ 0.64
Queso Oaxaca	20	\$ 0.8
Piña en almíbar	25	\$ 0.25
Mayonesa	6.25	\$ 0.130
Catsup	6.25	\$ 0.054
Mostaza	6.25	\$ 0.093
Cebolla	10	\$ 0.035
Jitomate	10	\$ 0.05
Aguacate	10	\$ 0.08
Chiles en escabeche	10	\$ 0.152
<u>Total De la “ hamburguesa”</u>	250 gramos	\$5.25 pesos

Como podemos concluir el costo variable de la hamburguesa hawaiana es de 5.25 en cuanto a los ingredientes y con el gas domestico que empleamos su costo aproximadamente seria de \$ 6.00 pesos por producir una hamburguesa.

Hamburguesa especial

ingrediente	Peso (gramos)	\$ precio
Carne	50	\$ 1.495
Pan	56.25	\$ 1.4375
Jamón	20	\$ 0.036
Queso tipo americano	20	\$ 0.64
Mayonesa	6.25	\$ 0.130
Catsup	6.25	\$ 0.054
Mostaza	6.25	\$ 0.093
Cebolla	10	\$ 0.035
Jitomate	10	\$ 0.05
Aguacate	10	\$ 0.08
Chiles en escabeche	10	\$ 0.152
<u>Total De la “ hamburguesa”</u>	205 gramos	\$ 4.25 pesos

El costo variable de la hamburguesa especial, esta representado por \$ 4.25 pesos, pero con el uso del gas domestico para su producción, cada hamburguesa su costo seria de \$ 5.00

Hamburguesa sencilla

Producto del contenido de la "Hamburguesa"	Peso Total (en gramos)	Costo variable
Carne	50	\$ 1.495
Pan	56.25	\$ 1.4375
Queso tipo americano	20	\$ 0.64
Mayonesa	6.25	\$ 0.130
Catsup	6.25	\$ 0.054
Mostaza	6.25	\$ 0.093
Cebolla	10	\$ 0.035
Jitomate	10	\$ 0.05
Aguacate	10	\$ 0.08
Chiles en escabeche	10	\$ 0.152
<u>Total de la "hamburguesa"</u>	205 gramos	\$ 4.16 pesos

Como vemos el costo variable por una unidad producida de una hamburguesa sencilla es de \$ 4.16 pesos y con el gas domestico que ocupamos para su producción, el costo variable de la hamburguesa sencilla estará representado por \$ 4.91

De acuerdo al presente estudio elaborado en las tres hamburguesa tenemos un estimado de nuestro costo variable de cada tipo de hamburguesa, y por lo tanto podemos determinar nuestro margen de ganancia y el cual esta representado de la siguiente forma y teniendo los siguientes precios y costos al 10 de mayo de 2002, en donde se estima el estudio.

hamburguesa	Costo	Precio	Margen de utilidad
Sencilla	\$ 4.91	\$10.00	\$ 5.09
Especial	\$ 5.00	\$11.00	\$ 6.00
hawaiana	\$ 6.00	\$12.00	\$ 6.00

Como vemos en la hamburguesa sencilla tenemos un margen de ganancia de \$ 5.09 pesos con nueve centavos de ganancia al producir una hamburguesa.

Al producir una hamburguesa especial nuestro margen de ganancia seria de \$ 6.00 pesos y al producir una hamburguesa hawaiana nuestro margen de utilidad seria de \$ 6.00 pesos.

CAPITULO IV.

GENERALIDADES DE LAS EMPRESAS

CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS

ANTECEDENTES

La empresa nació para atender las necesidades de la sociedad creando satisfacciones a cambio de una retribución que compensara el riesgo, los esfuerzos y las inversiones de los empresarios.

En la actualidad, las funciones de la empresa ya no se limitan a las mencionadas antes. Al estar formada por hombres, la empresa alcanza la categoría de un ente social con características y vida propias, que favorece el progreso humano - como finalidad principal- al permitir en su seno la autorrealización de sus integrantes y al influir directamente en el avance económico del medio social en el que actúa. En la vida de toda empresa el factor humano es decisivo. La administración establece los fundamentos para logra armonizar los números y en ocasiones divergentes intereses de sus miembros: accionistas, directivos, empleados, trabajadores y consumidores.

CLASIFICACIÓN

El avance tecnológico y económico ha originado la existencia de una gran diversidad de empresas. Aplicar la administración más adecuada a la realidad y a las necesidades específicas de cada empresa es la función básica de todo administrador. Resulta pues imprescindible analizar las diferentes clases de empresas existentes en nuestro medio.

A continuación se presentan algunos de los criterios de clasificación de las empresas más difundidos:

Actividad o giro

Las empresas pueden clasificarse, de acuerdo con la actividad que desarrollen, en:

1. Industriales. La actividad primordial de este tipo de empresas es la producción de bienes mediante la transformación y/o extracción de materias primas. Las industrias, a su vez, son susceptibles de clasificarse en:
 - A) Extractivas. Cuando se dedican a la explotación de recursos naturales, ya sea renovables o no renovables entendiéndose por recursos naturales todas las cosas de la naturaleza que son indispensables para la subsistencia del hombre. Ejemplos de este tipo de empresas son las pesqueras, madereras, mineras, petroleras, etcétera.
 - B) Manufactureras. Son empresas que transforman las materias primas en productos terminados, y pueden ser de dos tipos:

- a) Empresas que producen bienes de consumo final. Producen bienes que satisfacen directamente la necesidad del consumidor; éstos pueden ser: duraderos o no duraderos, suntuarios o de primera necesidad. Verbigracia: productos alimenticios, prendas de vestir, aparatos y accesorios eléctricos, etc.
 - b) Empresas que producen bienes de producción. Estas empresas satisfacen preferentemente la demanda de las industrias de bienes de consumo final. Algunos ejemplos de este tipo de industrias son las productoras de: papel, materiales de construcción, maquinaria pesada, maquinaria ligera, productos químicos, etc.
2. Comerciales. Son intermediarias entre productor y consumidor; su función primordial es la compra-venta de productos terminados. Pueden clasificarse en:
- A) Mayoristas. Cuando efectúan ventas en gran escala a otras empresas (minoristas), que a su vez distribuyen el producto directamente al consumidor.
 - B) Minoristas o detallistas. Las que venden productos al “menudeo”, o en pequeñas cantidades, al consumidor.
 - C) Comisionistas. Se dedican a vender mercancía que los productores des dan a consignación, percibiendo por esta función una ganancia o comisión.
3. Servicio. Como su denominación lo indica, son aquellas que brindan un servicio a la comunidad y pueden tener o no fines lucrativos. Las empresas de servicio pueden clasificarse en:
- A. Transporte
 - B. Turismo
 - C. Instituciones financiera
 - D. Servicios públicos varios:
 - comunicaciones
 - energía
 - agua
 - E. Servicios privados varios:
 - asesoría
 - diversos, servicios contables, jurídicos, administrativos
 - promoción y ventas
 - agencias de publicidad
 - E. Educación
 - F. Salubridad (Hospitales)
 - G. Fianzas, seguros.

Origen del capital

Dependiendo del origen de las aportaciones de su capital y del carácter a quienes dirijan sus actividades, las empresas pueden clasificarse en:

1. Públicas. En este tipo de empresas el capital pertenece al Estado y, generalmente, su finalidad es satisfacer necesidades de carácter social.
2. Privadas. Lo son cuando el capital es propiedad de inversionistas privados y la finalidad es eminentemente lucrativa.

A su vez, pueden ser nacionales, cuando los inversionista son nacionales o nacionales y extranjeros, y transnacionales, cuando el capital es preponderantemente de origen extranjero y las utilidades sé re invierten en los países de origen

Magnitud de la empresa

Uno de los criterios más utilizados para la clasificación de la empresa es éste, en el que, de acuerdo con el tamaño de la empresa se establece que puede ser pequeña, mediana o grande; sin embargo, al aplicar este enfoque encontramos dificultad para determinar límites. Existen múltiples criterios para hacerlo, pero sólo se analizarán los más usuales:

1. Financiero. El tamaño de la empresa se determina con base en el monto de su capital; en este texto no se mencionan cantidades porque éstas cambian continuamente de acuerdo con la situación económica del país. Se recomienda que el lector las investigue por su cuenta en las revistas de indicadores económicos vigentes.
2. Personal ocupado. Este criterio establece que una empresa pequeña es aquella en la que laboran menos de 250 empleados; una empresas mediana, aquella que tiene entre 250 y 1000 trabajadores; y una grande es aquella que se compone de más de 1000 empleados.
3. Producción. Este criterio clasifica a la empresa de acuerdo con el grado de maquinación que existe en el proceso de producción; así, una empresa pequeña esa aquella en la que el trabajo del hombre es decisivo, o sea que su producción es artesanal aunque puede estar mecanizada; pero si es así, generalmente la maquinaria es obsoleta y requiere de mucha mano de obra. Una empresa mediana puede estar mecanizada como en el caso anterior, pero cuenta con más maquinaria y menos mano de obra. Por último, la gran empresa es aquella que está altamente mecanizada y/o sistematizada.
4. Ventas. Establece el tamaño de la empresa en relación con el mercado que la empresa abastece y con el monto de sus ventas. Según este criterio, una empresa es pequeña cuando sus ventas son locales, mediana cuando sus ventas son nacionales, y grande cuando cubre mercados internacionales.

5. Criterio de Nacional Financiera. Nacional Financiera posee uno de los criterios más razonables para determinar el tamaño de la empresa. Para esta institución, una empresa grande es la más importante dentro del grupo correspondiente a su mismo giro. La empresa chica es la de menor importancia dentro de su ramo, y la mediana es aquella en la que existe una interpolación entre la grande y la pequeña.

Aunque los criterios anteriores son auxiliares par determinar la magnitud de la empresa, ninguno es totalmente correcto, pues no son aplicables a cada situación específica, ya que las condiciones de la empresa son muy cambiantes. Por otra parte, algunos enfoques tienen notorias deficiencias; sin embargo, pueden servir como orientadores al determinar el tamaño de la empresa.

Otros criterios

Existen otros criterios para clasificar a la empresa atendiendo a otras características. Ejemplos:

Criterio económico. De acuerdo con Diego López Rosado, eminente economista mexicano, las empresas pueden ser:

Nuevas. Se dedican a la manufactura o fabricación de mercancías que no se producen en el país, siempre que no se trate de meros sustitutos de otros que ya se produzcan en éste, y que contribuyen en forma importante al desarrollo económico del mismo.

Necesarias. Tiene por objeto la manufactura o fabricación de mercancías que se producen en el país en cantidades insuficientes para satisfacer las necesidades del consumo nacional, siempre y cuando el mencionado déficit sea considerable y no tenga su origen en causas transitorias.

Básicas. Aquellas industrias consideradas primordialmente para una o más actividades de importancia para el desarrollo agrícola o industrial del país.

Semi básicas. Producen mercancías destinadas a satisfacer directamente las necesidades vitales de la población

Secundarias. Fabrican artículos no comprendidos en los grupos anteriores

Criterio de constitución legal. De acuerdo con el régimen jurídico en que se constituya la empresa, ésta puede ser. Sociedad Anónima, Sociedad Anónima de Capital Variable, Sociedad de Responsabilidad Limitada, Sociedad Cooperativa, Sociedad de Comandita Simple, Sociedad en Comandita por Acciones y Sociedad en Nombre Colectivo.

ESTRATIFICACIÓN DE EMPRESAS MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS

Considerando

Que los Estatutos del Consejo Nacional de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa, publicado el 23 de mayo de 1995, prevén que el Consejo tendrá por objeto estudiar, diseñar y coordinar la instrumentación de las medidas de apoyo para promover la competitividad de las micro, pequeñas y medianas empresas, así como promover los mecanismos para que reciban asesoría integral especializada, Que los criterios de estratificación vigentes han sido superados, propiciando la divergencia de clasificaciones, por lo que es conveniente definir los estratos con la finalidad de establecer rangos acordes con las necesidades actuales que apoyen y promuevan la instalación y operación de las empresas micro, pequeñas y medianas, así como orientar la homologación con las tendencias mundiales, motivo por el que he tenido a bien expedir el siguiente

Acuerdo

Artículo primero.- Se establecen los criterios de estratificación de empresas de la siguiente manera:

Empresa Tamaño	Clasificación por numero de empleados y sector		
	industrial	Comercio	Servicios
Micro	0-30	0-25	0-20
Pequeña	31-100	6-20	21-50
Mediana	101- 500	21-100	51-100
grande	500 en adelante	101 en adelante	101 en adelante

Artículo segundo.- Las dependencias y organismos empresariales podrán solicitar la inclusión de nuevos criterios de estratificación par adaptarla a sus características particulares, previa consulta y aprobación del Consejo Nacional de las Micro, Pequeñas y Mediana Empresa.

Una vez que el Consejo valide la solicitud, la propondrá a la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial par su aprobación y publicación en el Diario Oficial de la Federación

Transitorios

Primero.- El presente acuerdo entrará en vigor el día siguiente de su publicación en el Diario Oficial de la Federación

Segundo.- Para efectos del Acuerdo que establece la asignación del subsidio destinado a la operación del Centro para el Desarrollo y Red Nacional de Centro Regionales par la Competitividad Empresarial publicado en el Diario Oficial de la Federación el 20 de Enero de 1999, se aplicará la clasificación mencionada en la fracción III del artículo primero de dicho acuerdo

Tercero.- Se abroga el “ Acuerdo por el que se modifican las definiciones de micro industria, industria pequeña e industria mediana contenidas en el Apartado I denominado definiciones del Programa par la Modernización y Desarrollo de la Industria Micro, Pequeña y Mediana 1991-1994, publicado en 11 de abril de 1991”, publicado en el Diario Oficial de la Federación con fecha 3 de diciembre de 1993.

Clasificación de nuestra empresa

❖ De acuerdo con la actividad o giro que desarrollamos

Manufacturera; son empresas que transforman las materias primas en productos terminados, ya que de acuerdo con esta clasificación se desprende una segunda clasificación de empresas que producen **bienes de consumo final;** producen bienes que satisfacen directamente las necesidades del consumidor, estos pueden ser duraderos o no duraderos ó de primera necesidad, como **productos alimenticios,** prendas de vestir etc.

Como vemos de acuerdo con lo anterior, nuestra empresa produce bienes de consumo final como son los alimenticios, como es las hamburguesas que satisface las necesidades directamente del consumidor.

❖ De acuerdo con el origen de capital

Dependiendo del origen de las aportaciones de su capital y de carácter a quienes dirijan sus actividades, nuestra empresa es **privada** ya que el capital es propiedad de una inversión propia y nuestra finalidad es eminentemente lucrativa.

❖ De acuerdo con la magnitud de la empresa

En pequeña, ya que de acuerdo con el criterio, se establece una pequeña empresa en la que laboran entre 1 a 250 empleados.

Otros criterios

Diego López Rosado eminente economista mexicano, nuestra empresa se clasifica en **sé mi básica**; ya que este tipo de clasificación son las empresas que satisfacen las necesidades vitales de la población como necesidades alimenticias

La estratificación

Considerando los estatutos del consejo nacional de la micro, pequeña y mediana empresa publicado el 23 de mayo de 1995 y de acuerdo con él artículo primero que establece los criterios de estratificación de empresas

Consideramos que nuestra empresa queda estratificada de la siguiente manera;

<u>Tamaño</u>	<u>sector</u>	<u>Numero de empleados</u>
Micro empresa	comercio	0 – 5

Nuestra empresa de acuerdo con la estratificación la consideramos que es micro por que de acuerdo al tamaño por su numero de empleados la micro empresas tiene entre 5 empleados en el sector comercio.

La pequeña empresa cuenta de 6 a 20 y en el sector comercio y la mediana con 21 a 100 y posterior mente la grande de 101 en adelante, es por eso que nosotros pertenecemos a la micro empresa y en el sector comercio.

CAPITULO V.

GENERALIDADES

DE LOS COMERCIANTES

GENERALIDADES, PRACTICAS Y OBLIGACIONES DE LOS COMERCIANTES

SU EVOLUCIÓN EN MEXICO

Para una mejor comprensión, la historia del comercio en México se ha dividido en tres etapas: precortesiana, virreinal e independiente.

- ❖ La etapa precortesiana termina con la llegada de los españoles a México
- ❖ La virreinal abarca desde la toma de Tenochtitlán por los españoles, hasta su salida del país, y la independiente se inicia desde la consumación de la independencia y comprende hasta nuestros días.

En cuestiones legislativas, a finales del siglo XIX se expide el Primer Código de Comercio, el Reglamento Interior del Registro Público de la Propiedad (con su sección de comercio), el Reglamento de Corredores Públicos, la Primera Ley de Instituciones de Crédito y la Gran Comisión Nacional Bancaria. En 1925 se funda el Banco de México con el 51% de capital del Estado y el 49% de acciones privadas.

NOCIONES SOBRE EL ACTO DE COMERCIO

Son actos de comercio las actividades cuya finalidad es organizar, explotar, traspasar o liquidar un negocio de nuestra propiedad. El comercio es el acto por medio del cual dos o más personas se intercambian los bienes o los servicios indispensables.

- ❖ De acuerdo con **la finalidad** del acto de comercio **en nuestro de negocio hamburguesas, organizamos y explotamos** el negocio de nuestra propiedad.

El comercio se clasifica en: regional, nacional, interior y exterior.

- ❖ De acuerdo con esta clasificación del comercio nuestro negocio de hamburguesas esta dentro regional.

El comercio internacional, se realiza entre dos o más naciones.

La ley considera actos de comercio las adquisiciones, las enajenaciones, los alquileres, que tengan algún propósito de especulación comercial;

El mantenimiento, los artículos, los muebles, las mercancías en estado natural o después de trabajadas, las compras y ventas de bienes inmuebles, verificadas con productos de especulación comercial;

Las compras y ventas de porciones, acciones y obligaciones de las sociedades mercantiles; los contratos relativos a obligaciones del Estado u otros títulos de crédito corriente en el comercio; las empresas de abastecimientos y suministros;

Las empresas de construcciones y trabajos territoriales públicos y privados; las empresas fabricantes y manufactureras; las empresas de transporte de personas o cosas por tierra o por mar, y las empresas de turismo;

Las librerías y las empresas editoriales y tipográficas; las empresas de comisiones, de agencias, de oficinas de negocios comerciales y establecimientos de ventas en almoneda; las empresas de espectáculos públicos;

Las empresas de operaciones de comisión mercantil; las operaciones de mediación en negocios mercantiles; las operaciones de bancos; todos los contratos relativos al comercio marítimo y a la navegación interior y exterior;

Los contratos de seguros de toda especie, siempre que sean hechos por empresas; los depósitos por causa de comercio; los depósitos en los almacenes generales y todas las operaciones hechas sobre los certificados de depósito y bonos de prenda librados por los mismos; los cheques, las letras de cambio o remesas de dinero de una plaza a otra entre toda clase de personas; los valores u otros títulos a la orden o al portador y las obligaciones de los comerciantes, a no ser que se prueben derivadas de una causa extraña al comercio; las obligaciones entre comerciantes y banqueros, si no son de naturaleza esencialmente civil;

Los contratos y obligaciones de los empleados de los comerciantes en lo que concierne al comercio del negociante que los tiene a su servicio; la enajenación que el propietario o el cultivador haga de los productos de su finca o de su cultivo; y finalmente, cualesquiera otros actos de naturaleza análoga a los expuestos en este código. En caso de duda, la naturaleza comercial del acto será fijada por arbitrio judicial.

La función de los comerciantes es hacer que los productos estén a disposición permanente de los consumidores, en el lugar y en el momento que los necesite, mediante la correspondiente información.

El beneficio del comerciante se encuentra propiamente en el precio de los servicios distributivos.

La utilidad del comerciante es el margen neto entre el costo de factura de los artículos que llegan a los almacenes o establecimientos de los mayoristas o minoristas, y el precio de venta al público descontados los gastos de venta.

DISTINTAS CLASES DE COMERCIANTES QUE RECONOCE LA LEY

Las leyes mexicanas referentes al comercio, consagradas en el Código de Comercio, reconocen dos clases de comerciantes: el capitalista individual y el capitalista colectivo. Este último reúne varios capitales para organizar su empresa. Se trata de los comercios de propiedad individual (personas físicas) y sociedades mercantiles (personas morales).

Hay dos clases de comercios: de propiedad individual o familiar y las sociedades mercantiles. La actividad del comercio puede ser realizada en forma individual (persona física) o en forma colectiva (persona moral).

- ❖ De acuerdo con la clasificación de clases de comercio **nuestro negocio de hamburguesas se encuentra de acuerdo con nuestras características, podemos decir que una primera clasificación de acuerdo con esta definición, somos capitalistas colectivos y se trata de comercios de propiedad individual (personas físicas).**

Así, los comerciantes pueden organizarse en personas físicas o en sociedades de capitales, y, entonces, se les denomina personas morales. Los comerciantes, tanto personas físicas como morales, deben tener capacidad legal para ejercer actos comerciales. Las personas morales suelen organizarse en sociedades mercantiles con personalidad jurídica; para tal efecto, deben registrarse ante un notario público e inscribirse en el Registro Público de Comercio y cumplir con las formalidades de la ley respectiva.

REQUISITOS LEGALES QUE SE DEBEN SATISFACER

Para ser comerciante se debe cumplir con los requisitos legales contenidos en el Código de Comercio, entre los cuales destacan:

- a) Ser mayor de 18 años, o menor, siempre y cuando se haya obtenido ya la emancipación de edad o la autorización por escrito de los padres o tutores, bajo cuya patria potestad estén, obtenidas conforme a la ley;
- b) Están en plena posesión de sus facultades mentales y no tener impedimento alguno por la ley. Las personas morales, es decir las sociedades mercantiles, deben satisfacer las exigencias de la legislación correspondiente y no tener impedimento legal.

La persona moral (el comerciante colectivo que reúne varios capitales de diferentes personas con apego a las leyes), para establecer un negocio se constituye comúnmente en lo que se llama una sociedad mercantil.

- ❖ De acuerdo con los requisitos legales contenidos dentro del código de comercio; **yo como propietario del negocio de hamburguesas puedo ser comerciante ya que cuento con la mayoría de edad establecida por la ley, ser mayor de 18 años, y cuento plenamente de mis facultades mentales y no cuento con ningún impedimento legal ante alguna autoridad.**

CAPACIDAD LEGAL

Se consideran con derecho para comerciar, las personas que teniendo capacidad legal para ejercer la actividad del comercio, hacen de ella su ocupación habitual.

Este derecho también lo tienen las sociedades constituidas con apego a las leyes mercantiles; por ejemplo, las sociedades extranjeras o sus agencias y sucursales que dentro del territorio nacional ejerzan actos de comercio, las sociedades mexicanas, etc.

Las personas no comerciantes que de manera esporádica, con establecimiento fijo o sin él, hagan alguna operación de comercio quedan sujetas a las leyes mercantiles. Los agricultores, fabricante, dueños de almacenes y tiendas, etc., que vendan sus productos también son considerados comerciantes.

¿QUIÉNES TIENEN PROHIBIDO EJERCER EL COMERCIO?

No deberán ejercer el comercio: los corredores que se hayan declarado en quiebra en el pasado y no hayan sido aún rehabilitados. Los que hayan sido sentenciados por delitos contra la propiedad, como robo, peculado, cohecho y abuso de confianza, y que no hayan cumplido aún su condena. Los extranjeros podrán ejercer el comercio, según los convenios con sus respectivos países y lo dispuesto por las leyes respecto a los derechos y obligaciones de los extranjeros.

Los extranjeros, en todos los actos del comercio en que intervengan, se sujetarán al Código de Comercio y demás leyes del país.

En cuanto a su capacidad para contratar, se sujetarán a las disposiciones del artículo correspondiente del título de “sociedades extranjeras”.

No podrán ejercer la actividad del comercio,

Los enfermos dementes, los retrasados mentales, los menores de edad, los farmacodependientes, los corredores públicos, los quebrados no rehabilitados, los defraudadores fiscales y los extranjeros no inmigrados. Pero el Código de Comercio establece, además, que para ser comerciante se requiere no sólo de capacidad legal sino ejercer el comercio como ocupación habitual.

Las personas que no cumplen este requisito tienen incapacidad civil para ejercer el comercio.

Pueden incapacitarse legalmente, las personas que ejercen el comercio por disposiciones de las leyes mercantiles, los sentenciados por delitos contra la propiedad y el honor, en tanto purgan su condena. Los quebrados pueden clasificarse en: fortuitos, culpables o fraudulentos. Los quebrados culpables y los fraudulentos, deben esperar hasta ser rehabilitados totalmente para poder ejercer el comercio.

La ley establece que los corredores no pueden ejercer el acto de comercio en forma normal y constante por incompatibilidad. En ciertos casos los funcionarios públicos están impedidos para ejercer el comercio. Los ayudantes de los comerciantes no pueden ejercer el comercio o ejecutar actos de comercio, con relación a los bienes y operaciones del dueño principal. Una vez que desaparece

la causa de incapacidad natural o legal, el sujeto puede ejercer la actividad del comercio.

De acuerdo con las leyes civiles, un menor de edad adquiere la facultad que le permite obrar por sí mismo en cualquier actividad y bajo su propia responsabilidad a los 18 años. Este hecho se conoce con el nombre de “habilitación de edad”.

OBLIGACIONES Y PRÁCTICAS COMUNES DE TODOS LOS COMERCIANTES

OBLIGACIONES DE CARÁCTER MERCANTIL

Todos los comerciantes, por el solo hecho de serlo, están obligados a la publicación, por medio de la prensa, de la calidad mercantil con sus circunstancias esenciales, y en su oportunidad, de las modificaciones que adopten; a la inscripción en el Registro Público de Comercio de los documentos cuyo tenor y autenticidad deben comprobarse, siguiendo un orden uniforme y riguroso de cuenta y razón (contabilidad); y a la conservación de la correspondencia que tenga relación con el giro del comerciante.

a) Anuncio de la calidad mercantil

Los comerciantes tienen la obligación de participar la apertura del establecimiento o despacho de su propiedad, por medio de una carta circular dirigida a los comerciantes de las plazas en que tengan domicilio, sucursales, relaciones o corresponsales mercantiles, la cual contendrá: el nombre del establecimiento o despacho, su ubicación y objeto; si hay persona encargada de su administración, su nombre y firma; si es una compañía, su naturaleza, nombre del gerente o gerentes, razón social o denominación y la persona o personas autorizadas para usar una u otra, y la designación de las sucursales o agencias si las hubiere.

b) Inscripción en el Registro Público de Comercio

El registro de comercio se realizará en las cabeceras del partido o distrito judicial del domicilio del comerciante por las oficinas encargadas del Registro Público de la Propiedad; a falta de éstas, por las oficinas de hipotecas; y a falta de unas y otras, por los jueces de primera instancia del orden común.

Las inscripciones o matrículas en el registro mercantil serán potestativas para los individuos que se dediquen al comercio, y obligatorias para todas las sociedades mercantiles y los buques. Los primeros quedarán matriculados de oficio al inscribir cualquier documento cuyo registro sea necesario. El registrador está obligado a

llevar el registro general de comercio por orden cronológico de presentación de documentos.

c) Cuenta y razón de las operaciones

El comerciante está obligado a llevar cuenta y razón (contabilidad) de todas sus operaciones en tres libros por lo menos, que son: el libro de inventarios y balances, el libro general de diario y el libro mayor o de cuenta corriente. Las sociedades y compañías por acciones llevarán también un libro o libros de actas, en los que constarán todos los acuerdos que se refieran a la marcha y operaciones sociales, tomados por las juntas generales y los consejos de administración.

Los libros que se prescriben de rigurosa necesidad en el orden de la contabilidad mercantil estarán encuadernados, forrados, foliados y sellados en la forma que prevengan las leyes.

Los libros de los comerciantes se llevarán en idioma español, con claridad, por orden progresivo de fechas y operaciones, sin dejar huecos, y en manera alguna podrán ser alterados. Los errores que en ellos se cometan se corregirán por nuevos asientos relacionados con la partida errada.

Todo comerciante está obligado a conservar los libros de su negocio hasta liquidar sus cuentas y diez años después. Los herederos de un comerciante tienen la misma obligación.

d) Conservación y guarda de correspondencia

Los comerciantes están obligados a conservar, en buen estado y orden, todas las cartas y telegramas que reciban con relación a sus negocios y giro, anotando al reverso la fecha en que se recibieron y contestaron o si no se dio contestación. A un libro copiator se trasladarán, bien sea a mano o valiéndose de un medio mecánico cualquiera, íntegra y sucesivamente por orden de fechas, incluidas la antefirma y firma, todas las cartas que el comerciante escriba sobre su tráfico y los despachos telegráficos que expida.

OBLIGACIONES DE CARÁCTER LEGAL

Las obligaciones de carácter legal se refieren a que todo comerciante está obligado a dar aviso real y oportuno a las autoridades administrativas correspondientes, en un plazo no mayor a 10 días hábiles, sobre aperturas, clausuras, traspasos y, en general, de todo movimiento que sufra un negocio durante su ejercicio de vida activa.

a) Aperturas

Se da el nombre de apertura al inicio de las operaciones de un negocio. Al iniciar las actividades mercantiles, en forma particular o colectiva en un negocio en el Distrito Federal, es necesario avisar a las autoridades, solicitar licencia y hacer los registros indispensables.

Desde el punto de vista fiscal los negocios se clasifican, para su trámite de apertura en dos clases: negocios reglamentados y negocios no reglamentados.

Los negocios reglamentados son aquellos que afectan esencialmente la salud pública y, su vigilancia y control están sujetos a reglamentos especiales.

Si el giro del comerciante son de los negocios reglamentados como cabarets, cantinas, carbonerías, molinos de nixtamal, antes de empezar a funcionar deberán obtener licencia de apertura, de funcionamiento y sanitaria; principalmente cuando se va a operar con negocios como peluquerías, restaurantes y baños públicos.

Estas licencias se obtienen principalmente de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, de la Dirección de Gobernación del Departamento del Distrito Federal y de la Secretaría de Salud.

Si los negocios son reglamentados, los siguientes avisos y registros se deben gestionar dentro de un plazo no menos a los diez días siguientes de apertura.

b) Clausuras

Cuando se clausura un negocio, su dueño tiene la obligación de informar oportunamente a las autoridades en un plazo no mayor de 10 días hábiles siguientes a la fecha de suspensión de labores, al igual que las aperturas, a todas las dependencias gubernamentales correspondientes. Pero como una clausura es

el cierre definitivo de un negocio originado principalmente por incosteabilidad del mismo, es obligatorio dar parte de esta modificación a todas las oficinas gubernamentales a quienes se manifestó su apertura, a clientes y a los demás comerciantes del lugar, por medio de circulares que, además, deberán publicarse en el Diario Oficial de la Federación.

c) Traspasos comerciales

En los mismos términos que en la clausura, en caso de cambio de propietario, el comerciante debe proporcionar los avisos correspondientes. Un traspaso de negocio es el traslado de un comerciante a otro. Traspasar significa transmitir el derecho de explotación comercial de un particular a otro. A este convenio se le conoce con el nombre de traspaso comercial.

El traspaso de un negocio equivale a la cesión de derechos y a la administración de las obligaciones que se adquieren a favor de otra persona. Esta operación se formaliza generalmente mediante un acuerdo llamado contrato de compraventa, realizado entre el propietario cedente y el aceptante o nuevo dueño.

Esta operación también se puede realizar por cesión de derechos a título oneroso.

Independientemente de que el propietario de un negocio sea un solo individuo o bien una sociedad mercantil, es necesario que todo comerciante cumpla con todos los requisitos estipulados para llevar a cabo una apertura, clausura o traspaso comercial; en particular los que a continuación se mencionan.

En toda apertura, por ejemplo en el perímetro del Distrito Federal, los comerciantes presentarán los avisos necesarios a las autoridades para gestionar las licencias, los permisos y los registros en las asociaciones civiles, principalmente de la Secretaría de Hacienda, la Tesorería del Distrito Federal, la Secretaría de Salud, la Dirección de Gobernación del Distrito Federal, la Secretaría del Trabajo, la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (actualmente Secretaría de Economía), etc.,

Dentro de un plazo no mayor de diez días después de la apertura del negocio: aviso de solicitud de empadronamiento como causante del Impuesto Sobre la Renta; solicitud de autorización de libros de contabilidad en la Oficina Federal de Hacienda más cercana al domicilio del negocio; solicitud de registro a la Cámara de Comercio correspondiente; aviso a la Secretaría de Salud para que dé su visto bueno a las condiciones sanitarias del local; inscripción del negocio y de los empleados al IMSS; solicitud de licencia para la colocación de anuncios en el exterior del establecimiento.

CAPITULO
VI.
CONCEPTOS
ESENCIALES
DE
MERCADOTECNIA

Conceptos esenciales de Mercadotecnia

El concepto de mercadotecnia

El concepto de mercadotecnia es una filosofía comercial que surge como reto ante conceptos previos. Sus principios no cristalizaron totalmente sino que hasta mediados de los años cincuenta.

El concepto de mercadotecnia sostiene que la clave para alcanzar las metas organizacionales consiste en **determinar las necesidades y deseos** de los mercados meta, y entregar los satisfactores deseados de forma más eficaz y eficiente que los competidores.

Theodore Levitt delimito un perspicaz contraste entre los conceptos de venta y de mercadotecnia; “ crear y retener un cliente”

El concepto de mercadotecnia se sustenta en cuatro pilares principales, que son;

Mercado meta, necesidades del consumidor, mercadotecnia coordinada y la rentabilidad. El concepto de mercadotecnia cuenta con una perspectiva de afuera hacia adentro, empieza con un mercado bien definido, se centra en las necesidades de los clientes, coordina todas las actividades que afectarán y genera utilidades al satisfacerlo.

Pillín Kloter; es el análisis organizacional, planeación y control de los recursos, políticas y actividades de una empresa convicta a satisfacer necesidades, gustos y deseos y caprichos del consumidor, obteniendo con esto una utilidad.

❖ **La Mercadotecnia es un proceso social y administrativo mediante el cual grupos de individuos obtienen lo que necesitan y desean a través de generar, ofrecer e intercambiar productos de valor con sus semejantes.**

De acuerdo con las definiciones señaladas anteriormente podemos ver que para cualquier tipo de organización, como pudiera ser; pequeña, mediana o grande organización, es de suma importancia conocer algunos aspectos de la mercadotecnia.

Por eso creo que en lo personal podemos decir que la mercadotecnia es una herramienta básica en cualquier organización, ya que trata de que lleguemos alcanzar las metas organizacionales consiste en **determinar las necesidades y deseos** de los mercados meta, y entregar los satisfactores deseados de forma más eficaz y eficiente que los competidores.

Necesidades, deseos y demandas

El punto de partida de la disponibilidad de la Mercadotecnia radica en las necesidades y deseos humanos, la gente, para sobre vivir, **necesita alimentos**, aire, agua, vestido, y albergue.

Las personas, además tiene un fuerte deseo de diversión, educación y otros servicios, así como marcadas preferencias por versiones especiales de bienes y servicios básico, No cabe duda que hoy en día las necesidades y los deseos son asombrosos.

Es conveniente hacer una distinción entre necesidades, deseos y demandas

Las necesidades

La necesidad humana; es el estado en que se siente la privación de algunas satisfacciones básicas, la gente **requiere de alimento**, vestido, abrigo, seguridad, sentido de pertenencia, estimación y algunas otras cosas para sobre vivir, estas necesidades no han sido creadas por la sociedad o por los comerciantes, más bien forman parte integral de la biología y de la condición humana.

“De acuerdo con lo anterior cabe destacar y hacer mención con una opinión personal que de acuerdo con las teorías del contenido”, se encuentra la jerarquía de las necesidades de Maslow la cual nos señala lo siguiente;

Una persona intenta satisfacer, sus necesidades fundamentales antes de orientar su conducta hacia la satisfacción de necesidades de más alto nivel, sea esta, la realización personal.

1. **Necesidades fisiológicas**; se trata de necesidades básicas para mantener la vida humana misma como son: alimentos, agua, calor, abrigo y sueño. Maslow adoptó la posición de que, mientras no se satisfaga estas necesidades en un grado necesario para mantener la vida, no habrá otras que motiven a las personas.
2. **Necesidades de seguridad**; se trata de necesidades de estar libre de daños físicos y el temor de la pérdida de empleo, propiedad, alimento a o abrigo.

3. **Necesidades de afiliación o de aceptación;** ya que las personas son seres sociales, tienen la necesidad de pertenecer, de ser aceptados por los demás.
4. **Necesidades de estima;** según Maslow, una vez que las personas empiezan a satisfacer sus necesidades de pertenencia, tiende a desear la estima tanto de sí misma como de otros. Este tipo de necesidades produce satisfacciones como son de poder, prestigio, estatus y seguridad en sí mismo.
5. **Necesidades de autorrealización;** Maslow la considera como la necesidad más elevada en su jerarquía. Es el deseo de convertirse en lo que es capaz de ser, de desarrollar al máximo nuestro potencial y lograr algo, es decir, la maximización del uso de capacidades, destreza y potencial.



Como podemos ver las necesidades son muchas, las cuales se requiere ser satisfechas, para trascender de un nivel a otro.

Una de las principales necesidades que vemos y es parte básica de la cúspide de la pirámide de Maslow, y en lo personal es las **fisiológicas** ya que dentro de ella podemos destacar la **alimentación, agua, vestido**. Necesidades para mantener la vida.

¿ Cómo se involucran las necesidades fisiológicas en nuestro negocio?

Dentro de nuestro negocio de hamburguesas podemos ver que es un negocio de alimentos básicos, y de acuerdo con la pirámide que desarrollo Maslow, podemos señalar que nuestros alimentos satisfacen una de las principales necesidades básicas para nuestra vida, ya que satisfaciendo esta necesidad de “

alimentación” y otras mencionadas. Podemos pasar o trascender del nivel y posteriormente llegar a una autorrealización.

Es por eso señalar una de las principales importancias del negocio es satisfacer necesidades básicas de alimentación para los seres humanos.

Los deseos

Consisten en anhelar las satisfacciones específicas para estas necesidades profundas

Un ciudadano necesita alimento y se le antoja una hamburguesa, requiere de vestido y anhela tener un traje.

“Si bien las necesidades humanas básicas son pocas, los deseos son muchos”

como vemos en el ejemplo anterior nuestras

- ❖ Hamburguesas
- ❖ Papas a la francesa
- ❖ Hot –dogs
- ❖ Refrescos
- ❖ Sincronizadas

Pueden ser parte de los deseos de los seres humanos hasta ser satisfacerlos

Las demandas

Las demandas consisten en desear productos específicos que están respaldados por la capacidad y la voluntad de adquirirlos. Los deseos se toman en exigencias cuando están respaldados por el poder adquisitivo.

“En nuestro negocio podemos ver o distinguir la demanda de nuestros productos, cuando son adquiridos por las personas”

Estas distinciones deslindan las críticas frecuentes que hacen a la mercadotecnia en el sentido que “ los mercadólogos crean necesidades” o de que los mercadólogos no crean necesidades; La existencia de ésta antecede a la de aquellos.

Los mercadólogos, junto con otras influencias en la sociedad, **influyen en los deseos**. Ellos son los que sugieren al consumidor que un mercedes satisfaga sus necesidades de posición social, sin embargo los mercadologos no crean la necesidad de posición social, ellos influyen en la demanda haciendo que los productos resulten atractivos, accesibles y disponibles con las facilidades para el consumidor al que van dirigidos.

Productos

La gente satisface sus necesidades y deseos con productos y servicios, utilizaremos el término productos para abarcar ambos definimos **producto** como todo aquello que puede ofrecerse para satisfacer una necesidad o un deseo.

Para nuestro negocio de hamburguesas, nuestro producto es;

- ❖ Hamburguesas
- ❖ Papas a la francesa
- ❖ Hot –dogs
- ❖ Refrescos
- ❖ Sincronizadas

Ya que lo ofrecemos y satisface las necesidades alimenticias de los clientes.

La importancia de los productos físicos no consiste tanto en su posesión sino en disfrutar los servicios que ofrecen.

“La importancia de nuestro producto radica principalmente en la alimentación”

Otros vendedores se guían por el concepto de producto

- El concepto de producto plantea que los consumidores favorecerán aquellos productos que ofrezcan la mejor calidad, rendimiento o características novedosas. Los directivos de organizaciones orientadas hacia el producto canalizan su energía a la producción de buenos productos y mejorarlos conforme transcurre el tiempo

Estos ejecutivos suponen que el comprador admira los productos bien echo y es capaz de apreciar su calidad y rendimiento. Estos directivos están enamorados de sus productos y no alcanzan a darse cuenta de que el mercado quizá no se mostrará tan “receptivo” la administración de mercadotecnia es una víctima propicia de la falsedad que consiste en la trampa más refinada, al pensar que cuanto más refinada sea la trampa más clientes caerán en ella.

Las empresas orientadas hacia el producto emprenden el diseño sin tomar en cuenta opiniones de los consumidores, confían en que sus ingenieros sabrán cómo diseñar o mejorar el producto. Con frecuencia ni si quiera analizan los productos que ofrecen los competidores.

El concepto de producto lleva a la “miopía en la mercadotecnia”, es decir a una desmedida concentración en el producto y no en la necesidad, la administración

de los ferrocarriles pensó que los usuarios, más que ser transportados, querían trenes y subestimó el creciente desafío que planteaban las líneas aéreas, autobuses, camiones y automóviles.

Línea de productos

Línea de producto; grupo de productos dentro de una clase que guarda relación estrecha entre sí, debido a que funcionan en forma similar, se vende a los mismos clientes, se venden en los mismos tipos de tiendas o caen dentro del mismo rango específico de precios.

Decisiones sobre la línea del producto

Una mezcla de productos consiste de varias líneas de éstos, una línea de productos es un grupo de éstos que guardan una estrecha relación, debido a que realizan una función similar, se venden a los mismos grupos de clientes, se comercializan por medio de los mismos canales de distribución, o conforman rangos de precios específicos.

El análisis de nuestra “línea de productos” se encuentra representada por la siguiente manera;

Hamburguesas

- ❖ **Sencilla**; queso tipo americano ó jamón
- ❖ **Especial**; jamón con queso tipo americano ó jamón con queso Oaxaca
- ❖ **Hawaiana**; jamón con queso tipo americano y Oaxaca, piña en almíbar
- ❖

Teniendo 2 tipos de hot- dogs

- ❖ **Sencillo**; con tocino
- ❖ **Especial**; jamón con queso tipo americano ó queso Oaxaca

Sincronizadas; jamón con queso tipo americano y queso Oaxaca

papas a la francesa

- ❖ con catsup
- ❖ con queso fundido
- ❖ con salsa maga
- ❖ con todo lo anterior

refrescos de cola y de sabor, de bote ó botella, frío ó o no frío

- ❖ coca cola
- ❖ sprite
- ❖ manzanita sol

Nuestra mezcla de productos como vemos consiste en varias líneas de estos productos y una línea de productos es un grupo de éstos que guardan una estrecha relación, debido a que realizan una función similar, se venden a los mismos grupos de clientes, se comercializan por medio de los mismos canales de distribución, o conforman rangos de precios específicos.

“La función primordial de nuestra línea de producto es la alimentación y se vende a los mismo tipos de clientes y la comercialización por medio de nuestro canal de distribución que es el puesto movable, adaptado para la venta de hamburguesa”.

Nuestra mezcla de productos esta representada por hamburguesas, hot –dogs, papas a la francesa, refrescos etc.,

El concepto de producción

El concepto de producción es uno de los conceptos más antiguos que sirve de guía a los vendedores

- ❖ El concepto de producción afirma que los consumidores favorecerán a aquellos productos que estén ampliamente disponibles y tengan bajo costo, los directivos de las organizaciones orientados hacia la producción concentran sus esfuerzos en lograr una eficiencia en la producción y una cobertura amplia de distribución.

La suposición de que el interés primordial de los consumidores es la disponibilidad del producto y su bajo costo se fundamenta, por lo menos en dos tipos de situaciones.

La primera es cuando la demanda de un producto excede la oferta, como sucede en muchos países del tercer mundo, aquí los clientes manifiestan más interés en

obtener el producto que en sus calidades, los proveedores, en consecuencia, concentrarán sus esfuerzos en discernir métodos para incrementar la producción.

La segunda situación se da cuando el costo del producto es alto y tiene que reducirse mediante el aumento de la producción, con el fin de ampliar el mercado

Otra forma de ver la producción o entender que es la producción, la podemos definir de la siguiente manera;

Producción; es transformar materiales en un producto

“ la producción en nuestro negocio”

- ❖ Preparar o transformar la carne
- ❖ Preparar o transformar la catsup
- ❖ Preparar o transformar la mostaza
- ❖ Preparar o transformar la mayonesa
- ❖ Preparar o transformar chiles en escabeche
- ❖ Preparar o transformar la piña en almíbar

Todas nuestra transformaciones van enfocada para crear productos tales como hamburguesas, hot-dos, sincronizadas, papas a la francesa.

A aquí vemos como afecta la producción a nuestro negocio, y general podemos ver que la producción en nuestro negocio es positiva ya que trasformamos materia prima para crear nuestros productos.

PRODUCTIVIDAD.

El principal medio por medio del cual la humanidad puede salir de la pobreza Alcanzar una condición de relativa riqueza material es aumentar la productividad.

Indicadores de la salud económica nacional tales como la inflación, el crecimiento económico y la balanza de pagos, se relacionan con el nivel de productividad y sus variaciones. El aumento de la productividad permite economizar recursos escasos puesto que se consumen menos recursos por unidad de producto; contribuye a mitigar la inflación porque contrarresta las alzas de costos de mano de obra, materiales, energía y también fortalece la posición competitiva de una empresa o de un país en el importante mercado nacional.

¿Qué es la Productividad?

Es la relación entre la producción de bienes y servicios (O) y los insumos (I) de recursos humanos y no humanos usados en el proceso de producción; la relación se expresa generalmente como la razón O/I. Es decir, que la productividad es la relación de producto a insumo. Cuanto más alto sea el valor de esta razón, tanto mayor será la productividad.

En la práctica el nivel de una razón de productividad para un periodo dado es menos significativo que la comparación con otras razones en el transcurso del tiempo. Tales comparaciones miden el aumento o la pérdida de productividad. Hay dos tipos de razones de productividad:

1. **La productividad total.** Pone en relación todo el producto con todo el insumo.

$$\frac{\text{Producto total}}{\text{Insumo total}}$$

2. **La productividad parcial.** Pone en relación el producto total con las principales categorías de insumos.

$$\frac{\text{Producto total}}{\text{Insumo parcial}}$$

Factores que influyen en la baja Productividad.

- Una fuerza laboral más joven y menos productiva.
- Altos costos de la energía.
- Instalaciones anticuadas e inversión en nuevas plantas y equipos.
- Reducción de gastos para la investigación y el desarrollo.
- Crecimiento del sector de servicios.
- Cambios en las estructuras de las familias.
- Aumento del consumo de alcohol y drogas.
- Costos para la industria del aumento de reglamentación oficial.
- La inflación.
- Políticas tributarias que des estimulan la inversión.

Otra de las formas de ver o distinguir la productividad es por medio de del resultado y el tiempo

La productividad es la relación entre lo que hicimos y el tiempo que empleamos

¿Cómo medimos la productividad en nuestro negocio?

❖ En la preparación de carne

Carne preparada = 3 kilogramos/ 30 minutos
300 gramos por minuto

❖ en la mayonesa

480gr / 10 minutos = 48 gramos por minuto

❖ en la mostaza

400gr /20 minutos = 20 gramos por minuto

❖ en la salsa catsup

800gr / 1 hora = 13.33 gramos por minuto

❖ en la piña en almíbar

800gr /50 minutos = 16 gramos el minuto

❖ chiles en escabeche

2 .50 kilogramos / 60 minutos = 41.66 gramos el minuto

¿ Cómo medimos la productividad de las hamburguesas en nuestro negocio?

La forma más fácil es;

numero de hamburguesas / el tiempo que empleamos

Ejemplo; 10 hamburguesas sencillas / 15 minutos = .66 hamburguesas por minuto

Al igual que como medimos la productividad de la hamburguesa sencilla se puede medir la especial y la Hawaiana ó cualquiera de los hot –dos ó Sincronizadas.

Administración de la Productividad

En un nivel microeconómico se puede mejorar la eficiencia operativa ensayar nuevas tecnologías y poner en práctica medidas de reducción de costos y se pueden determinar los resultados en un tiempo relativamente breve. Los métodos recaen dentro de 4 categorías generales.

1. Mejoras de producto y proceso.
2. Mejoras de trabajo y oficio.
3. Métodos de motivación de empleados.
4. Cambio organizacional.

Para nuestro negocio en cuanto a la mejora del producto y el proceso si se ha mejorado en la forma siguiente;

Antes se compraba los aderezos como son; la catsup, mostaza y mayonesa, ahora hemos mejorado nuestras recetas a través de la tecnología domestica y por consecuencia el producto.

Ya que tenemos mejor sabor y calidad dentro de nuestra línea de productos, ya que los elaboramos manualmente y apoyándonos de la tecnología domestica.

En cuanto al proceso de elaboración de la hamburguesa, hot-dogs o sincronizadas podemos ver que antes servíamos la cebolla, jitomate, chiles con cucharas ahora hemos cambiado el proceso de elaboración con unas pinzas, disminuyendo el tiempo. En lo cual mejoramos el producto y el proceso.

También podemos destacar la forma del proceso que antes elaboráramos las papas a la francesa, ya que en el tiempo de ahora podemos ver que a través del apoyo de la tecnología, las papas ya nos la freímos en una casuela con aceite, ahora hemos podido avanzar en el proceso de elaboración a través de una freidora eléctrica.

Así vemos como de muchas formas podemos mejorar nuestro producto y el proceso de elaboración.

Promoción del negocio

Para promover nuestro negocio de hamburguesa, establezco cierta norma, como normas de calidad e higiene de las cuales se ve reflejadas directamente en el producto estas normas son las siguientes;

- En la elaboración de aderezos con ingredientes de primera calidad
- En la elaboración de piña en almíbar y chiles en escabeche con ingredientes de calidad
- Empleando carne de calidad apropiada para la elaboración de la hamburguesa
- Empleando quesos, jamones de calidad.
- Empleando pan del día, que no se encuentre duro o aplastado.
- Empleando verduras frescas

Directamente para la elaboración de nuestros productos empleamos ingredientes caseros y otros de marca pero con calidad.

En cuanto a los que elaboramos por medio de la economía domestica tiene un gran sabor, y los complementamos con los productos que compramos y obtenemos nuestros productos representativos de comida rápida, con un gran sabor, y de esa forma promovemos nuestro producto con una gran calidad e higiene que se refleja con un buen sabor.

En cuanto a la imagen que refleja el negocio frente al consumidor, para promoverlo, también tenemos principalmente limpio el puesto y tratamos de mantenerlo en buenas condiciones físicas. Y poniendo una tele de colores, bancos para sentarse Y barriendo el lugar donde nos establecemos y poniendo botes de basura para que los usen los consumidores.

En cuanto a la imagen personal para promover el negocio, debo de tener una buena imagen de limpieza personal y usando un mandil, y teniendo una buena atención con los consumidores y tratando de atender lo más rápido posible a los consumidores, haciendo los productos bien elaborados.

De esta forma es que promovemos nuestro negocio de hamburguesas tratando de dar un producto con calidad e higiene, teniendo nuestro puesto con las mejores condiciones físicas y de higiene y empleando alguna forma de entretenimiento como es la tele, empleando el menor tiempo posible y dando comodidad y atención directa a los consumidores por parte mía.

También pienso que el promover el negocio de alguna forma implica que uno personalmente debe de atender su negocio ya que si uno empleara a otras personas, nunca seria el mismo trato con las personas, ni tampoco aran el producto con la calidad e higiene que se requiere. Ni se podría mantener el puesto en buenas condiciones físicas, creo que es indispensable para poder promover cualquier negocio, uno mismo darse la tarea promoverlo directamente, para que sea de un buen servicio y un buen producto representativo del negocio propio

Conclusiones

Las condiciones económicas del país son verdaderamente difíciles, ya que existen pocos empleos en las organizaciones y en los empleos que actualmente existen son mal remunerados, por lo cual la mayor parte de las personas buscan tener mayores ingresos, para poder tener un mejor nivel de vida y de bienestar, por lo cual a muchas personas se les ha adoptado por tener negocios propios.

Como en mi situación fue uno de los principales motivos, por los cuales opte por la noción de emprender un negocio propio, otras de las razones es por que gano más que un salario mínimo, empleo un menor tiempo que en una jornada de trabajo de cualquier empresa y no recibo ordenes de supervisores directos, y cuento con tiempo suficiente para dedicarme a otras actividades como mis estudios.

La mayor parte de las personas piensan en tener un negocio, pero no tiene claramente definido que tipo de negocio les conviene dada su situación económica, y no tener definida la idea del negocio, es por eso que la mayor parte de las personas no, tiene definida o muy clara su idea, la mayor parte de las personas que emprenden negocios ya sean micros, pequeños, medianos o grandes, son personas con virtudes que han sabido establecer sus ideas y las han desarrollado en sus propios negocios, (esas ideas tienen gran valor, ya que de esa idea surge el éxito del negocio) y también por eso es conveniente tener claro con que recursos se cuenta, ya sean estos recursos económicos, humanos o materiales.

También se debe de aprovecharlos al máximo estos recursos, también se debe aprovechar los recursos o inversiones de empresas, que de alguna forma nos brindan, por ejemplo dentro de mi negocio de hamburguesas yo aprovecho los recursos o las inversiones que me dan la compañía de refrescos. Al igual que las recetas de la economía doméstica que proporciona PROFECO, y que nos da una mejor calidad y sabor en mis hamburguesas. Por eso es que es importante para cualquier emprendedor de negocio tener, lo mejor definida su idea

Y conocer su producto que ofrece a los consumidores por eso es importante, hacer un análisis, del producto haciendo una comparación con los existentes del mercado y así saber en que niveles de calidad ofrece y el margen de utilidad. También debemos saber como empresa en donde nos clasificamos y debemos de tener nociones sobre el acto de comercio, los requisitos legales que se requieran en cada caso, conocer nuestros costos, para poder dar un buen precio de nuestro producto y así tener un mejor margen de ganancia o utilidades, teniendo en cuenta la producción y la productividad que podemos desarrollar, con nuestro propios recursos.

Finalmente quiero dar a comprender que es difícil emprender un negocio sin ideas y sin recursos, por eso que tenemos que tener en cuenta las bases con que vamos a construir un negocio propio del cual obtenemos grandes beneficios.

Bibliografía

“FUNDAMENTOS DE ADMINISTRACIÓN”
MÜNCH GALINDO Y GALICIA MARTINEZ
EDITORIAL. TRILLAS
MEXICO 1998
PAG. 43 A 50

“ESTRATIFICACIÓN DE EMPRESAS MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA”
DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACIÓN
30 DE MARZO DE 1999
VOL.546 N° 22-23
PAGINA 5-6
BIBLIOTECA UAM-I

“PRACTICAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES”
ADALBERTO EMILIO PIMENTEL ALVAREZ
EDITORIAL LIMUSA, MEXICO 1993
CAPITULOS 1,2,3
_PAGINAS 11-46 y 57-69
BIBLIOTECA UPIICSA

“DIRECCIÓN DE MERCADOTECNIA”
ANÁLISIS, PLANEACIÓN, IMPLEMENTACIÓN Y CONTROL
OCTAVA EDICIÓN
AUTOR PHILIP KOTLER

FUENTES DE INFORMACIÓN

“PROCURADURIA GENERAL DEL CONSUMIDOR”
(PROFECO)
JOSE VASCONCELOS NUMERO 208
COLONIA, CONDESA
DELEGACIÓN CUAUTHEMOC
C.P. 06140
MEXICO D..F