



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE SALUD PÚBLICA

CARRERA DE GASTRONOMÍA

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA EL DESARROLLO DE UN
SISTEMA DE FRANQUICIA EN EL RESTAURANTE DE COMIDA RÁPIDA
LOS PINGUINOS EN LA CIUDAD DE AMBATO, 2020.”**

Trabajo de titulación

Tipo: Emprendimiento

Presentado para optar al grado académico de:

LICENCIADO EN GESTIÓN GASTRONÓMICA

AUTOR: HENRY FABRICIO MEDINA GARCÍA

DIRECTORA: ING. SILVIA GABRIELA TAPIA SEGURA.

Riobamba – Ecuador

2021

©2021, Henry Fabricio Medina García

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo citas bibliográficas del presente documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho de Autor.

Yo, Henry Fabricio Medina García. Declaro que el presente trabajo de titulación tipo emprendimiento es de mi autoría y que los resultados del mismo son auténticos y originales. Los textos utilizados en el documento provienen de otras fuentes que están debidamente citadas y referenciadas.

Como autor, asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación.

Riobamba, 25 de febrero de 2020



Henry Fabricio Medina García.

CC. 185008688-3

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE SALUD PÚBLICA

CARRERA DE GASTRONOMÍA

El tribunal del trabajo de titulación certifica que El trabajo de titulación Tipo emprendimiento, **PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA EL DESARROLLO DE UN SISTEMA DE FRANQUICIA EN EL RESTAURANTE DE COMIDA RÁPIDA LOS PINGUINOS EN LA CIUDAD DE AMBATO. 2020**, realizado por el señor **HENRY FABRICIO MEDINA GARCÍA**, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros dl Tribunal del trabajo de titulación, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud de Tribunal Autoriza su presentación.

FIRMA

FECHA

Doc. María Paulina Robalino Valdivieso.

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL



Firmado electrónicamente por:
**MARIA PAULINA
ROBALINO
VALDIVIESO**

(2021-02-25)

Ing. Silvia Gabriela Tapia Segura

Director/a del trabajo de titulación



Firmado electrónicamente por:
**SILVIA
GABRIELA
TAPIA SEGURA**

(2021-02-25)

Ing. Jessica Robalino Vallejo

Miembro de tribunal



Firmado electrónicamente por:
**JESSICA ALEXANDRA
ROBALINO VALLEJO**

(2021-02-25)

DEDICATORIA

Dedico todo mi esfuerzo a Dios, por ser la fuerza, guía y luz que me acompaña desde muy pequeño, es una energía muy fuerte e incomparable la que recibo al conversar con él en mis momentos de niebla, me ha permitido sobre llevar mi vida con alegría y energía positiva a cualquier situación que se ha presentado en mi vida, cada experiencia y cada vivencia ha servido para formar mi carácter, mi visión sobre el mundo y como deseo contribuir con él.

A mis queridos padres, Edison Marcelo Medina Aldas, un hombre ejemplar que me ha enseñado a ver la vida desde otro enfoque, que las limitaciones solo son mentales y somos capaces de lograr todo lo que deseamos si nos lo proponemos, nunca escuchar los comentarios que te digan “no puedo”, pues ni tú conoces totalmente tus límites, el trabajo que ha hecho por hacer posible que yo estudie en esta prestigiosa institución y la confianza de permitirme vivir en otra ciudad, dándome la oportunidad de madurar y descubrir el mundo real al que nos enfrentamos día a día.

A mi querida madre, Rosa Lastenia García Cruz, que siempre ha sido mi respaldo, mi inspiración para seguir adelante, cada vez que regresaba a casa mi madre se encuentra en sus labores todos los días sin descansar, una mujer admirable que ha hecho posible que mis hermanos y yo tengamos la bendición de estudiar y que el negocio familiar siga existiendo, es por ello que le dedico todo el esfuerzo que hace por sacrificar su sueño, su paz, su tranquilidad y salud para que yo haya podido realizar este importante proyecto.

Le dedico este trabajo a mi querida abuelita que en estos momentos se encuentra delicada de salud y es quien espera poderme ver cumpliendo este sueño, esta meta, ya que ella desde el inicio me ha apoyado y me ha transmitido todos sus conocimientos, cuentos, relatos sobre la cocina y le debo mucho.

A mis hermanos que de igual manera han sido un empuje y una inspiración, ver a cada uno con sus habilidades artísticas, su forma de pensar y ver al mundo, me permite soñar y seguir creyendo en llegar a dejar una huella bien marcada en la tierra.

Henry

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por permitirme vivir esta nueva experiencia en mi vida, que nunca pensé vivirla, por permitirme poner este reto en mi vida, que me ha servido para crecer, madurar y soñar mucho más.

A mis padres que me han inculcado el valor del trabajo, de conseguir lo que se quiere a través de esfuerzo, pues otorga la dicha de disfrutar los logros el doble, por enseñarme el respeto al prójimo, la honradez y la humildad de nunca olvidarse de donde uno proviene.

Agradezco a mi abuelita por enseñarme que el dinero no compra la vida y no se debe depender de él para ser feliz, que la vida debe ser disfrutada de los valiosos momentos que solo se dan una vez y nunca se repiten.

A la carrera de gastronomía por ser el espacio de aprendizaje académico y de valores, que me ha permitido conocer personas increíbles que reforzaron mi vida, a todos los docentes que con un carácter fuerte y con mucha paciencia supieron impartir todos sus conocimientos, asegurándose de que estaban formando a un profesional y a un ser humano, integral.

Agradezco a mis compañeros, pero sobre todo a mis compañeros de cuarto que se convirtieron en mis hermanos, aquellos que supieron darme un consejo en los momentos en los que más lo necesitaba, personas que siempre compartieron su experiencia sin esperar nada a cambio y que siempre estaré eternamente agradecido.

Agradezco a mis hermanos por permitir que les transmita mis nuevos conocimientos y también poder compartir los suyos.

Agradezco a Bar Restaurante Los Pingüinos. El negocio familiar que fue uno de los principales motores que me dio inspiración para continuar este camino, a todo el personal que trabaja en este establecimiento y a todos los que trabajaron aquí.

A mis amigos y hermanos del mundo de la música, el arte que equilibra mi vida y me permite calibrar mis energías para transmitir emociones en la comida, a la agrupación Kuartam y a Los Smokes de Ambato.

A cada uno de ellos el más sincero agradecimiento por todo.

Henry

“Las limitaciones son mentales, ni tú conoces tus límites”

TABLA DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS.....	ix
ÍNDICE DE FICHAS.....	xiii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xiv
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xv
RESUMEN.....	xvii
SUMMARY	xviii
INTRODUCCIÓN	1
1. OBJETIVOS.....	2
1.1. Objetivo general	2

CAPÍTULO I

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	3
1.1. Marco teórico	4
1.1.1. <i>Origen de los restaurantes</i>	4
1.1.2. <i>La gastronomía en el Ecuador</i>	5
1.1.3. <i>Técnicas y métodos de cocción ancestrales</i>	5
1.1.4. <i>Primeros establecimientos en el Ecuador</i>	6
1.1.5. <i>Clasificación de los Restaurantes</i>	7
1.1.5.1. <i>Restaurante de lujo (5 estrellas)</i>	7
1.1.5.2. <i>Restaurante de primera Clase (4 tenedores)</i>	7
1.1.5.3. <i>Restaurante de segunda clase (3 tenedores)</i>	8
1.1.5.4. <i>Restaurante de tercera clase (2 tenedores)</i>	8
1.1.5.5. <i>Restaurante de parte clase (1 tenedor)</i>	8
1.1.5.6. <i>El establecimiento franquicia</i>	9
1.1.5.7. Restaurante Fast Casual	9
1.1.5.8. Restaurantes Buffet	9
1.1.5.9. <i>Restaurantes temáticos</i>	9

1.1.5.10.	<i>Restaurante Take Away o para llevar</i>	10
1.1.5.11.	<i>Restaurante de autor</i>	10
1.1.5.12.	<i>Restaurantes Fusión</i>	10
1.1.5.13.	<i>Restaurantes alta cocina</i>	11
1.1.6.	<i>Historia de la comida rápida</i>	11
1.1.7.	<i>Historia de las franquicias</i>	13
1.1.8.	<i>Estandarización</i>	15
1.1.8.1.	<i>Existen tres elementos que se deben tomar en cuenta</i>	16
1.1.8.2.	<i>Importancia de la estandarización</i>	16
1.1.8.3.	<i>Ventajas de la estandarización</i>	17
1.1.8.4.	<i>Puntos importantes de la estandarización</i>	17
1.1.8.5.	<i>Tipos de Estándares</i>	18
1.1.9.	<i>Los procesos</i>	19
1.1.9.1.	<i>Características de los procesos</i>	20
1.1.9.2.	<i>Tipos de procesos</i>	20
1.1.11.	<i>Utilidad del manual</i>	21
1.1.11.1.	<i>Identificación de los procedimientos</i>	22
1.1.12.	<i>Reseña histórica de bar restaurante Los Pingüinos</i>	24
1.2.	Marco conceptual	25
1.2.1.	<i>Cliente</i>	25
1.2.2.	<i>Estudio financiero</i>	26
1.2.3.	<i>Estudio Administrativo</i>	26
1.2.4.	<i>Estudio de mercado</i>	26
1.2.5.	<i>Franquicia</i>	26
1.2.6.	<i>Marketing</i>	27
1.2.7.	<i>“Now How” o “Saber Hacer”</i>	27
1.2.8.	<i>Restaurante</i>	27
1.2.9.	<i>Sistema</i>	27
1.2.10.	<i>Muestra</i>	28

CAPÍTULO II

2.	DESCRIPCIÓN DEL EMPRENDIMIENTO.....	29
2.2.	Localización y temporalización.....	29
2.2.1.	<i>Localización.....</i>	29
2.2.1.1.	<i>Macro localización.....</i>	31
2.2.1.2.	<i>Micro localización.....</i>	31
2.2.2.	<i>Temporalización.....</i>	31
2.3.	Tipo y diseño de la investigación.....	31
2.3.1.	<i>Investigación descriptiva.....</i>	32
2.3.2.	<i>Investigación exploratoria.....</i>	32
2.3.3.	<i>Investigación de corte transversal.....</i>	32
2.4.	Métodos y técnicas.....	32
2.4.1.	<i>Método de observación.....</i>	32
2.4.2.	<i>Método experimental.....</i>	33
2.4.3.	<i>Método Inductivo – Deductivo.....</i>	33
2.5.	Población y muestra.....	34
2.5.1.	<i>Población.....</i>	34
2.5.2.	<i>Muestra.....</i>	34
2.5.3.	<i>Tamaño de la muestra.....</i>	35
2.6.	Descripción de los procedimientos.....	36
2.6.1.	<i>Recolección de información sobre tendencias del mercado actual.....</i>	36
2.6.2.	<i>Elaborar y aplicar el instrumento.....</i>	36
2.6.3.	<i>Procesamiento de la información obtenida.....</i>	36
2.6.4.	<i>Revisión y análisis de la información obtenida.....</i>	37
2.6.5.	<i>Entrega de resultados.....</i>	37
2.6.6.	<i>Integración de nuevas ideas en el manual de procesos, productos y estrategias de venta.....</i>	37
2.7.	Resultados y discusión.....	38
2.7.1.	<i>Ficha de observación del establecimiento.....</i>	38
2.8.	Entrevistas al cliente interno.....	67
2.8.1.	<i>Tabulación y análisis de resultados.....</i>	68
2.9.	Encuesta al cliente externo.....	81
2.9.1.	<i>Tabulación y análisis de resultados.....</i>	81

CAPÍTULO III

3.	ESTUDIO DE MERCADO.....	95
3.1.	Sistema franquicias: Procesos de producción, administración, ventas y financiero	95
3.1.1.	<i>Misión y visión de la empresa</i>	95
3.1.1.1.	<i>Misión</i>	95
3.1.1.2.	<i>Visión</i>	95
3.1.2.	<i>Políticas y estrategias</i>	95
3.1.3.	<i>Valores y principios</i>	96
3.1.4.	<i>Distingos y ventajas competitivas</i>	97
3.1.5.	<i>Análisis foda</i>	98
3.2.	Descripción del emprendimiento de la franquicia.....	99
3.2.1.	<i>Estudio de mercado</i>	99
3.2.1.1.	<i>Demanda</i>	99
3.2.2.	<i>Oferta</i>	100
3.2.3.	<i>Mix de mercado</i>	101
3.2.3.1.	<i>Producto</i>	101
3.2.3.2.	<i>Precio</i>	102
3.2.3.3.	<i>Plaza</i>	102
3.2.3.4.	<i>Promoción</i>	103
3.2.4.	<i>Promoción en redes sociales</i>	105
3.2.4.1.	<i>Actividad de publicidad en redes sociales</i>	105
3.2.4.2.	<i>Slogan</i>	109
3.2.4.3.	<i>Logotipo</i>	109
3.2.4.4.	<i>Descripción del logotipo</i>	109
3.2.4.5.	<i>Tarjeta de presentación</i>	110
3.2.4.6.	<i>Carta menú</i>	111
3.2.4.7.	<i>Medios publicitarios</i>	116
3.3.	Estudio técnico.....	119
3.3.1.	<i>Diseño de la planta</i>	119

3.3.1.1.	<i>Plano arquitectónico</i>	119
----------	-----------------------------------	-----

CAPÍTULO IV

4.	ESTUDIO JURIDICO	121
4.2.	Organigrama Estructural	122
4.3.	Organigrama funcional	123
4.4.	Fichas profesiográficas	124
4.4.1.	<i>Cargas y funciones del área comercial</i>	124
4.4.1.1.	<i>Ficha profesiográfica</i>	124
4.4.2.	<i>Área de producción</i>	126
4.4.3.	<i>Área administrativa</i>	128
4.5.	Marco legal	130
4.5.1.	<i>Marco Jurídico que rige a las franquicias en el Ecuador</i>	130
4.6.	Manual de procesos	133
4.6.1.	<i>Manual de procesos de cocina, servicio, administración y finanzas</i>	134
4.6.2.	<i>Presentación</i>	135
4.6.3.	<i>Introducción</i>	135
4.7.	Objetivo general	135
4.7.1.	<i>Objetivos específicos</i>	135
4.8.	Reseña hisotira de la empresa	135
4.9.	Misión y visión de la empresa	136
4.9.1.	<i>Misión</i>	136
4.9.2.	<i>Visión</i>	136
4.10.	Normas de trabajo	136
4.10.1.	<i>Normas de seguridad y limpieza</i>	136
4.10.1.1.	<i>Salud</i>	136
4.10.1.2.	<i>Botiquín</i>	137
4.10.1.3.	<i>Higiene personal</i>	138
4.10.1.4.	<i>Hábitos higienicos</i>	140
4.11.	Procesos de área de cocina	144
4.11.1.	<i>Instrucciones generales</i>	144
4.12.	Procesos del area de servicio	177

4.13.	Procesos del área administrativa.....	200
4.14.	Área financiera	220

CAPÍTULO V

5.	ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO.....	230
5.1.	Estudio financiero	230
5.1.1.	<i>Sueldos</i>	230
5.1.2.	<i>Inventario</i>	231
5.1.3.	<i>Cuadro de inversiones</i>	236
5.1.4.	<i>Clasificación de inversiones</i>	237
5.1.5.	<i>Fuentes y usos de proyecto</i>	238

CONCLUSIONES

RECOMENDACIONES

GLOSARIO

BIBLIOGRAFÍA

ANEXOS.

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1- 2: Localización	30
Tabla 2- 2: Distribución de encuestas	35
Tabla 3-2: Recepción de materia prima	39
Tabla 4-2: Almacenamiento de Materia Prima	40
Tabla 5 – 2: Presentación y estandarización de recetas	45
Tabla 6 – 2: Personal del área de producción	47
Tabla 7-2: Organigrama estructural	48
Tabla 8-2: Convenios y alianzas	51
Tabla 9-2: Relación entre administración a empleados	52
Tabla 10-2: Estrategias de venta	54
Tabla 11-2: Identidad de la empresa	56
Tabla 12-2: Menú.....	57
Tabla 13-2: Atención al cliente	59
Tabla 14-2: Ambiente en el área de servicio.....	60
Tabla 15-2: Sistema de contabilidad.....	62
Tabla 16-2: Sistema de cobro a los clientes	63
Tabla 17-2: Gestión de gastos.....	65
Tabla 18-2: Inversión	66
Tabla 19-2: Entrevista al cliente interno	68
Tabla 20-2: Calidad de materia prima.....	68
Tabla 21 –2: Infraestructura y equipamiento de producción	70
Tabla 22 – 2: Abastecimiento, almacenamiento y distribución de materia prima	71
Tabla 23 - 2 : Infraestructura y equipamiento de servicio	72
Tabla 24 – 2: Señalización	73
Tabla 25 – 2: Calidad del servicio	74
Tabla 26 – 2: Compañerismo	75
Tabla 27 – 2: Preferencia de forma de consumo.....	76
Tabla 28 – 2: Atención de sugerencias	77
Tabla 29 – 2: Sistema de cobro en caja.....	78
Tabla 30 – 2: Motivación y gusto laboral	79
Tabla 31 – 2: Convivencia laboral	80
Tabla 32 – 2: Gusto por la comida rápida	81

Tabla 33 – 2: Conocimiento previo del restaurante	83
Tabla 34 – 2: Aspectos de un restaurante	84
Tabla 35 – 2: Producto de preferencia	85
Tabla 36 – 2: Fast food Vegetariana	87
Tabla 37 – 2: Preferencia del ambiente.....	88
Tabla 38 – 2: Preferencia de forma de consumo.....	89
Tabla 39 – 2: Gusto por eventos culturales en el establecimiento	91
Tabla 40 – 2: Valor económico a pagar en comida rápida.....	92
Tabla 41 – 2: Promociones	93
Tabla 42 - 3: Politicas y estrategias	95
Tabla 43 – 3: Valores y principios	96
Tabla 44 – 3: Distingos y ventajas competitivas.....	97
Tabla 45 – 3: Foda	98
Tabla 46 – 3: Crecimiento poblacional del cantón Ambato.....	99
Tabla 51 – 4: Habitos de higiene	140
Tabla 52 – 4: Horarios del personal de trabajo	142
Tabla 53 – 4: Instrucciones generales	144
Tabla 54 - 4: Orden de compra de materia prima	145
Tabla 55 – 4: Horario de requisición de materia prima	146
Tabla 56 – 4: Orden de compra de materia prima.....	149
Tabla 57 – 4: Orden de compra de materia prima.....	150
Tabla 58 – 4: Orden de compra de materia prima.....	151
Tabla 59 – 4: Recepción y almacenamiento de materia prima	152
Tabla 60 – 4: Recepción y almacenamiento de materia prima	154
Tabla 61 – 4: Recepción y almacenamiento de materia prima	155
Tabla 62 – 4: Recepción y almacenamiento de materia prima	156
Tabla 63 - 4: Producción del menú diario	156
Tabla 64 – 4: Producción del menú diario	158
Tabla 65 – 4: Producción del menú diario	159
Tabla 66 – 4: Producción del menú diario	160
Tabla 67 – 4: Mise en place	161
Tabla 68 – 4: Mise en place	162
Tabla 69 – 4: Mise en place	164
Tabla 70 - 4: Elaboración de los platos de la carta.....	165

Tabla 71 – 4: Elaboración de los platos de la carta.....	167
Tabla 72 – 4: Elaboración de los platos de la carta.....	168
Tabla 73 – 4: Receta estandar	169
Tabla 74 - 4: Elaboración del inventario.....	170
Tabla 75 – 4: Elaboración del inventario	171
Tabla 76 – 4: Elaboración del inventario	172
Tabla 77 – 4: Elaboración del inventario	173
Tabla 78 – 4: Instrucciones generales, área de servicio	177
Tabla 79 – 4: Mise en place servicio.....	178
Tabla 80 – 4: Mise en place servicio.....	179
Tabla 81 – 4: Mise en place servicio.....	180
Tabla 82 – 4: Desarrollo del servicio	181
Tabla 83 – 4: Desarrollo del servicio	182
Tabla 84 – 4: Desarrollo del servicio	183
Tabla 85 – 4: Toma de comanda.....	184
Tabla 86 – 4: Toma de comanda.....	185
Tabla 87 – 4: Toma de comanda.....	186
Tabla 88 – 4: Toma de comanda.....	187
Tabla 89 – 4: Desbarazado.....	188
Tabla 90 – 4: Desbarasado.....	189
Tabla 91 – 4: Desbarazado.....	190
Tabla 92 – 4: Elaboración del inventario del área de servicio	191
Tabla 93 – 4: Elaboración del inventario del área de servicio	192
Tabla 94 – 4: Desbarasado.....	193
Tabla 95 – 4: Elaboración del inventario del área de servicio	194
Tabla 96 – 4: Servicio a domicilio.....	195
Tabla 97 – 4: Servicio a domicilio.....	197
Tabla 98 – 4: Servicio a domicilio.....	198
Tabla 99 – 4: Instrucciones generales área administrativa.....	200
Tabla 100 – 4: Estrategias y toma de deciciones	201
Tabla 101 – 4: Estrategias y toma de deciciones	202
Tabla 102 - 4: Estrategias y toma de deciciones.....	203
Tabla 103 – 4: Entrevista, contratación e inducción.....	204
Tabla 104 – 4: Entrevista, contratación e inducción.....	206

Tabla 105 – 4: Entrevista, contratación e inducción.....	207
Tabla 106 – 4: Ficha de Entrevista.....	208
Tabla 107 – 4: Ficha de evaluación de nuevo personal	209
Tabla 108 - 4: Motivación y comunicación con el personal	211
Tabla 109 - 4: Motivación y comunicación con el personal	212
Tabla 110 – 4: Motivación y comunicación con el personal	213
Tabla 111 – 4: Formato Metas a alcanzar	214
Tabla 112 – 4: Marketing.....	215
Tabla 113 – 4: Marketing.....	216
Tabla 114 – 4: Marketing.....	217
Tabla 115 – 4: Sistema contable	220
Tabla 116 – 2: Sistema contable	222
Tabla 117 – 4: Sistema contable	223
Tabla 118 – 4: Libro Mayor.....	224
Tabla 119 – 4: Registro de venta diaria (Libro Menor).....	225
Tabla 120 – 4: Registro de venta diaria (Libro Menor).....	227
Tabla 121 – 4: Registro de venta diaria (Libro Menor).....	228
Tabla 122 – 4: Libro Menor.....	229

ÍNDICE DE FICHAS

Ficha 1-2: Recepción de materia prima.....	38
Ficha 2-2: Almacenamiento de materia prima	40
Ficha 3-2: Área de producción de materia prima	41
Ficha 4-2: Área de desperdicios y desinfección	43
Ficha 5 – 2: Presentación y estandarización de recetas.....	45
Ficha 6 – 2: Personal de área de producción.....	46
Ficha 7-2 Organigrama estructural	48
Ficha 8-2: Convenios y alianzas.....	50
Ficha 9 -2: Estrategias de venta.....	53
Ficha 10-2: Identidad de la empresa	55
Ficha 11-2: Menú	57
Ficha 12-2: Atención al cliente	58
Ficha 13-2: Ambiente en el área de servicio	60
Ficha 14 – 2: Sistema de contabilidad.....	61
Ficha 15-2: Sistema de cobro a los clientes	63
Ficha 16-2: Gestión de gastos	64
Ficha 17-2: Inversión	66
Ficha 18 – 4: Ficha profesiográfica - área de ventas.....	124
Ficha 19 – 4: Área de producción	126
Ficha 20 – 4: Área administrativa	128

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 – 2: Localización de la planta.....	29
Figura 2 - 2 Localización de la planta.....	30
Figura 3 - 2: Formula Finita.....	34
Figura 4 - 3: Promoción en redes sociales.....	111
Figura 5 - 3: Promoción de menú.....	105
Figura 6 - 3: Promoción de San Valentin.....	112
Figura 7 - 3: Música en vivo.....	106
Figura 8 - 3: Música en vivo.....	113
Figura 9 - 3: Promoción especial.....	107
Figura 10 - 3: Promoción día del padre.....	114
Figura 11 - 3: Promoción día del padre.....	108
Figura 12 - 3: Logotipo.....	109
Figura 13 - 3: Tarjeta de presentación. 1.....	110
Figura 14 - 3: Carta Menú.....	111
Figura 15 - 3: Carta Menú.1.....	112
Figura 16 - 3: Carta Menú.....	113
Figura 17 - 3: Carta Menú 1.....	114
Figura 18 - 3: Carta Menú.....	115
Figura 19 - 3: Fanpage de Bar Restaurante. 1.....	116
Figura 20 - 3: Seguidores y clientes.....	117
Figura 21 - 3: Radio Centro Ambato.....	118
Figura 22 - 3: Radio la Extrema.....	118
Figura 23 - 3: Plano Arquitectonico.....	119
Figura 24 - 4: Manual de procesos.....	134
Figura 25 - 4: Botiquín.....	137
Figura 26 - 4: Uniforme área de producción.....	138
Figura 27 - 4: Uniforme área de servicio.....	139
Figura 28 - 4: Marketing.....	218
Figura 29 - 5: Sueldos.....	230
Figura 30 - 5: Inventario.....	235
Figura 31 - 5: Cuadro de inversiones.....	236
Figura 32 - 5: Clasificación de inversiones.....	237

Figura 33 - 5: Fuentes y uso de proyecto.....	238
--	-----

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – 2: Diagrama de procesos.....	35
Gráfico 2 – 2: Recepción de materia prima	39
Gráfico 3 – 2: Almacenamiento de materia prima.....	41
Gráfico 4 – 2: Área de producción de materia prima.....	42
Gráfico 5 – 2: Área de desperdicios y desinfección.....	44
Gráfico 6 – 2: Presentación y estandarización de recetas	46
Gráfico 7-2: Personal del área de producción.....	47
Gráfico 8-2: Organigrama estructural	49
Gráfico 9-2: Convenios y alianzas	51
Gráfico 10-2: Relación entre administración a empleados	53
Gráfico 11-2: Estrategias de venta	54
Gráfico 12-2: Identidad de la empresa.....	56
Gráfico 13-2: Menú.....	58
Gráfico 14-2: Atención al cliente.....	59
Gráfico 15-2: Ambiente en el área de servicio.....	61
Gráfico 16-2: Sistema de contabilidad.....	62
Gráfico 17-2: Sistema de cobro a los clientes.....	64
Gráfico 18-2: Gestión de gastos.....	65
Gráfico 19-2: Inversión.....	67
Gráfico 20 –2: Calidad de materia prima.....	69
Gráfico 21 – 2: Infraestructura y equipamiento de producción	70
Gráfico 22 – 2: Abastecimiento, almacenamiento y distribución de materia prima	71
Gráfico 23 - 2 : Infraestructura y equipamiento de servicio	73
Gráfico 24 – 2: Señalización.....	74
Gráfico 25 – 2: Calidad del servicio	75
Gráfico 26 –2: Compañerismo.....	76
Gráfico 27 – 2: Preferencia de forma de consumo.....	77
Gráfico 28 – 2: Atención de sugerencias	78
Gráfico 29 – 2: Sistema de cobro en caja.....	79
Gráfico 30 – 2: Motivación y gusto laboral	80

Gráfico 31- 2: Convivencia laboral.....	81
Gráfico 32 – 2: Gusto por la comida rápida.....	82
Gráfico 33 – 2: Frecuencia de consumo.....	83
Gráfico 34 – 2: Conocimiento previo del restaurante	84
Gráfico 35 – 2: Aspectos de un restaurante	85
Gráfico 36 –2: Producto de preferencia	86
Gráfico 37 – 2: Fast food Vegetariana	87
Gráfico 38 – 2: Preferencia de ambiente.....	88
Gráfico 39 – 2: Preferencia de forma de consumo.....	89
Gráfico 40 – 2: Preferencia de forma de consumo.....	90
Gráfico 41 – 2: Gusto por eventos culturales en el establecimiento	91
Gráfico 42 – 2: Valor económico a pagar en comida rápida.....	92
Gráfico 43 – 3: Crecimiento poblacional	100
Gráfico 44 – 4: Organigrama estructural	122
Gráfico 45 – 4: Organigrama funcional	123
Gráfico 46 – 4: HACCP	142

RESUMEN

La investigación se realizó mediante un estudio exploratorio y una investigación descriptiva para registrar y recolectar información de la situación en la que se encontraba la empresa, para establecer los aspectos más importantes a tomar en cuenta para la implementación del sistema de franquicia, con la ayuda de un manual. La investigación de corte transversal permitió determinar el nicho o muestra, para obtener información descriptiva, mediante la aplicación de encuestas, fichas de observación y entrevistas. El establecimiento ubicado en la ciudad de ambato en el cual se realizó el estudio, se evidencio mediante fichas de observación la funcionalidad del equipo en cocina, tanto en utensilios, maquinaria e insumos, recetas estándar, stock de bodega, horario de trabajo; mediante entrevistas y encuestas al cliente interno se identificó el nivel de desempeño en sus actividades y se encontró elementos para mejorar su trabajo, como, un buen ambiente laboral y un inventario completo para el desarrollo de sus deberes, se estableció el sistema de cobro, la emisión de comandas a cocina, protocolo de atención al público; en el área administrativa y financiera, se ha trabajado con un sistema contable de libro menor y mayor, proyección de ventas y control de gastos, alianzas estratégicas, buena relación con el personal y los proveedores, reclutamiento, contratación e inducción de personal. Se aplicó encuestas al cliente externo para conocer la tendencia del mercado actual, utilizando gráficos estadísticos de barras en donde se pudo encontrar una gran aceptación por el establecimiento de comida rapida con un menú variado, servicio a domicilio, envases amigables con el medio ambiente, oferta de promociones semanales. El manual de funciones es el resultado de todo este proyecto, que permite seguir una guía, para una mejora continua, con información estandarizada con ilustraciones de las actividades, métodos, técnicas que debe cumplir cada área de trabajo.

Palabras clave: <GASTRONOMÍA>, <FRANQUICIA>, <SERVICIO>, <ESTANDARIZACIÓN>, <TENDENCIAS>, <MERCADO>, <FICHAS DE OBSERVACIÓN>, <ENCUESTAS>.



Firmado electrónicamente por:

JHONATAN RODRIGO PARREÑO UQUILLAS



10-05-2021

1119-DBRA-UTP-2021

SUMMARY

The research was conducted by an exploratory and descriptive research to record and collect information about the situation in which the company was to establish the most important aspects to consider for the implementation of the franchise system, with the help of a manual. The cross-sectional investigation made it possible to determine the niche or sample, to obtain descriptive information, through the application of surveys, observation cards and interviews. The establishment located in the city of Ambato in which the study was carried out, the functionality of the kitchen equipment was evidenced by observation cards, both in utensils, machinery and supplies, standard recipes, warehouse stock, working hours; through interviews and surveys to the internal customer the level of performance identified in their activities and elements found to improve their work, like, a good working environment and a complete inventory for the performance of their duties, the charging system was established, issuance of orders to the kitchen, protocol for customer service; in the administrative and financial area, it has worked with retail accounting system and general ledger, sales projections and cost control, strategic alliances, good relations with staff and suppliers, recruitment, hiring and induction of personnel. It applied surveys the external customer to know the trend of the current market, using graphical statistical bar where could find wide acceptance by the establishment of fast food with a varied menu, home delivery, friendly packaging with the environment, offering weekly promotions. The manual functions are the result of this project, which allows you to follow a guide for continuous improvement, standardized information with illustrations of activities, methods, techniques must meet each work area.

KEY WORDS: GASTRONOMY>, <FRANCHISE>, <SERVICE>, <STANDARDIZATION>, <TRENDS>, <MARKET>, <DATA SHEETS OBSERVATION>, <SURVEYS>.

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto es un emprendimiento que ha sido elegido para desarrollar habilidades en diferentes ámbitos. Se encontró la necesidad de desarrollar un sistema más eficiente de trabajo en el establecimiento de alimentos y bebidas denominado “Los Pingüinos” en la ciudad de Ambato ofreciendo productos variados y deliciosos, pero sin perder la estructura de un fast food, con un menú diferente; mediante un servicio personalizado y a domicilio, una carta menú más amplia, activando de las páginas de la marca en redes sociales.

El establecimiento de comida rápida Bar Restaurante Los Pingüinos, tiene más de 30 años de existencia, tuvo un impacto muy positivo en el sector en el que fue fundado, varios años se lo maneja como un emprendimiento, funcionando de forma empírica; en la actualidad el mercado es mucho más grande y competitivo, nuevos establecimientos han innovado sus propuestas para mantenerse en auge y es el momento de que Los Pingüinos evolucione. Se pudo encontrar la necesidad de desarrollar este sistema de franquicias para poder definir y controlar los procesos, con el fin de que el trabajo sea más eficiente y tanto el producto como el servicio brinde la mejor calidad.

La idea de implementar un sistema de franquicia en el establecimiento analizado, es asegurar que se cumplan todos los procesos administrativos, financieros, de servicio y de producción de manera correcta y eficiente, permitiendo replicar el sistema con buenos resultados, logrando que la marca genere confianza para los comensales a la hora de escoger un buen restaurante, presentando los procesos que se realizan en la adquisición, almacenamiento, manipulación y producción de los alimentos, en redes sociales, siendo sinceros y reales con el público.

Un sistema de franquicias ayuda a establecer y sintetizar todos los procesos desde la contratación de personal, elección de proveedores, creación de menús, elaboración de las preparaciones, hasta la imagen de la empresa en decoración, uniforme del personal, atención al cliente. De manera que sea replicable su éxito en otros lugares en diferentes circunstancias. La importancia radica en que nunca debe fallar el sistema, nunca se debe perder el horizonte, ni desviar los objetivos, que una vez implantados y escritos en un manual deben ser respetados.

1. OBJETIVOS

1.1. Objetivo general

Desarrollar un proyecto de factibilidad de un sistema de franquicia en el restaurante de comida rápida Los Pingüinos en la ciudad de Ambato.

1.1.1. Objetivos Específicos

- Establecer un diagnóstico de la empresa mediante, fichas de observación, encuestas, y cuestionarios para entrevistas del cliente interno.
- Determinar el estudio de mercado mediante encuestas.
- Definir los procesos de producción, administración, ventas y financiero para un sistema de franquicias objeto de estudio.

CAPÍTULO I

1. Planteamiento del Problema.

Se pudo observar la ausencia de procesos estandarizados de producción, servicio, financiera y administración, en el establecimiento de comida rápida Los Pingüinos, que lleva más de 30 años de existencia y funcionamiento, sirviendo en la parroquia de Santa Rosa de la ciudad de Ambato, pioneros en el lugar, con el pasar de los años la ausencia de estos procesos no permitió que el establecimiento crezca de forma correcta como una empresa, mientras que el mercado avanzaba y crecía rápidamente, la evolución del restaurante era lento lo que provocó que la competencia tome la delantera en el mercado.

Al pasar de los años se han realizado modificaciones tanto en la infraestructura como en la imagen del logotipo, cambio de personal, menú, servicio, proveedores, empezando a manejar al negocio como una empresa, un proceso minucioso y necesario que debe seguir el restaurante para lograr sus metas planteadas. En la actualidad se encuentra como uno de los mejores establecimientos de comida de la localidad, pero es esencial analizar las actividades, decisiones y procesos que se realizan a diario, innovar en propuestas, ideas y tecnología para mejorar en servicio y productos, esta información se detalla en un manual de procesos que permite seguir una guía y de esa forma no se cometan errores o se omitan detalles.

Un sistema de franquicias permite establecer y sintetizar todos los procesos desde la contratación de personal, elección de proveedores, creación de menús, elaboración de las preparaciones, hasta la imagen de la empresa en decoración, uniforme del personal, atención al cliente. De manera que la empresa funcione como engranajes perfectamente ubicados y sea replicable su éxito en otros sectores de la ciudad. La importancia radica en que nunca debe fallar el sistema, nunca se debe perder el horizonte, ni desviar los objetivos, que una vez implantados y escritos en un manual deben ser respetados.

1.1. MARCO TEÓRICO

1.1.1. Origen de los restaurantes

De acuerdo con Lorca y Chacón (2016, p.12), un restaurante se define como un lugar que apertura sus instalaciones para ofrecer sus servicios y productos de alimentación, a clientes o comensales mejor referidos. Su inicio se remonta en Europa en siglos a.C. específicamente en Francia, en 1766 Boulanger en su taberna tenía un letrero escrito que decía “Venis a mí los que sufrís del estómago que yo os restauraré”, allí ofrecían un caldo muy consistente y reconstituyente que lo servía como su principal plato que llevaba de nombre “restaurant divin” que significaba restaurador divino, de donde nació el nombre actual que conocemos como restaurante.

Existen registros que describen a las tabernas como comedores públicos para hombres en el año 1700 a. C. En Egipto, 512 a.C. se aceptaba el ingreso de mujeres solo si eran casadas, en 402 a.C. con el invento de los carruajes en Inglaterra, se impulsó el desarrollo de más posadas y tabernas, siendo así, en 1200 aparecen las primeras casas de comida en Londres y Paris, en 1560 aparecen las cafeterías, creando una cultura sobre esta nueva bebida, la cual tenían el criterio de ser medicinal tanto corporal como mentalmente hablando.

Y como todo lo bueno debe expandirse, por motivos de la migración, esta bebida y este tipo de establecimiento llega a América en ciudades como Boston, Virginia y Nueva York. El primer restaurante en Estados Unidos llamado Delmonico’s se enfocó en ofrecer un buen servicio a más de un buen producto, es por ello que comenzaron a distribuir y segmentar las áreas de trabajo, como una cajera, una brigada solo para cocina y una brigada solo para servicio, lo que les permitió convertirse en un imperio de cadenas de restaurantes (Flores, 2018, p.22).

1.1.2. La gastronomía en el Ecuador

Para diversos autores (Cremades y Ansón, 2019, p. 21) la gastronomía involucra libertad, en Ecuador la gastronomía puede ser visibilizada claramente desde la colonización como un punto importante de la historia, en donde hubo el mestizaje, la mezcla cultural, la introducción de costumbres y normas al nuevo mundo. Así como productos agrícolas que los españoles introdujeron al no aceptar del todo la dieta indígena que se les presentó, es así como decidieron traer cereales, hortalizas y frutas, olivo, caña de azúcar, plantas textiles, también sazónadores como el ajo especialmente, de igual manera fueron muchos los productos que llegaron nuevos a España, como el maíz, el cacao, el ají, el tomate, aguacate, vainilla, calabaza, frijoles, tabaco, papas, etc.

Sin embargo fue en el reinado de Túpac Yupanqui cuando se construyeron un gran número de centros llamados “Los Tambos”, estos lugares fueron construidos con la finalidad de proveer de suministros a las diferentes aldeas cercanas, ofrecer hospedaje a los viajeros incas, o mensajeros chasquis, también fue un punto de posta donde llegaba un chasqui y continuaba el siguiente hasta llegar al siguiente tambo, este se lo puede considerar como el primer lugar o espacio donde se ofrecía alimentación, ya que a más de ser un centro de bodega de alimentos, había un lugar para cocinar para los viajeros, estas funciones dependían del tamaño del tambo, algunos eran del tamaño de una mini ciudad que permitían abastecer a otras ciudades o a ofrecer ayuda a viajeros mal aventurados (Jaramillo, 2012).

1.1.3. Técnicas y métodos de cocción ancestrales

Un claro ejemplo de cocción ancestral es el chocho, el cual lleva una cocción, luego es desaguado, en algunos lugares se lo deja en costales en las orillas del río para que se vaya todo su sabor amargo, después pasa al secado al sol, los secaban y posteriormente los molían para obtener harinas.

Al igual que el tostado, donde “por lo general se realizaba en granos que se tostaba en tiestos sobre fuego, para luego ser molidos o aplastados para hacer harinas.” (Ballesteros, 2009, p.8). Así también, el chuno, es un método poco popular. Consistía en dejar congelar papas en la zona del páramo para luego dejarlas secar bajo sol con el objetivo de obtener su almidón”. Por lo tanto con el pasar del

tiempo estos métodos serían compartidos con los españoles que de igual manera contribuyeron con sus conocimientos para mejorar su aplicación.

Fue en 1534 el Padre Fray Jodoco Rique y Pedro Gacial, sacerdotes Franciscanos procedente de Nicaragua que arribaron a Quito a solicitar un terreno para construir la iglesia, la cual fue ubicada en el mejor lugar, trajeron las primeras semillas de trigo que fueron sembradas en la actual plaza San Francisco en Quito, con las cuales hicieron harina y con ella hicieron el pan, receta que fue celosamente guardada al igual que la de la cerveza, también trajeron varios animales de corral para mejorar la dieta en cuanto a proteína se refiere (Ballesteros, 2009).

1.1.4. Primeros establecimientos en el Ecuador

Como dato histórico el restaurante “Las Claritas” que se encontraba cerca del Teatro Sucre, el cual contaba con lo más estético y cómodo para atender a sus comensales, fue uno de los primeros restaurantes en ser registrado en la capital, pero en nuestro país, las conocidas “huecas”, fueron las fondas populares de la gastronomía ecuatoriana más antiguas como “los tamales del sector de la Esperanza”, “los deliciosos quimbolitos ubicados en la Loma”, “el tradicional caldito de patas del Castrillón”, entre otros.

En el gobierno del General Eloy Alfaro junto con la inauguración del ferrocarril en la ciudad de Quito en el año de 1908 aparece el primer Hotel Restaurante llamado “La Estación” situado en Chimbacalle, donde se servían varios tipos de pescados frescos de río, que llegaban en el tren refrigerados en varias cajas de hielo (Jiménez, 2012).

Restaurantes como el Cambinus, el Viena y el Trocadero fueron abiertos con motivo de la Segunda Guerra Mundial, pues se generó mucha emigración judía, y al Ecuador también arribó un porcentaje de su población, quienes aportaron con la producción de embutidos como la empresa Lukul, actualmente llamada Juris, introduciendo al mercado diversos y nuevos productos.

La llega de comida extranjera con adaptaciones para nuestro país como los conocidos chifas, se establecieron en Riobamba bajo el nombre “Fuente de Soda Shanghai”. Mientras tanto en Quito por

los años 60s se fundaron nuevos e imponentes hoteles como el Colón y el Quito, constituyendo un pilar importante en la industria de la hotelería y la restauración en el país, pues ofrecían al público cenas elegantes con orquesta en vivo, un casino, y diversión nocturno como un Night Club.

Al llegar los años 90 Hugo y Frida Dehler fundadores del famoso hotel Colón se acoplaron a la cadena Hilton, marcando una iniciación en la gestión hotelera y restaurantera, ya que muchos establecimientos de alimentos y bebidas empezaron a subir sus estándares de calidad para llegar y mantenerse al nivel de la competencia (Jiménez, 2012).

1.1.5. Clasificación de los Restaurantes

1.1.5.1. Restaurante de lujo (5 estrellas)

Esta clase de restaurante necesita cumplir con algunos parámetros en cuanto a la infraestructura del establecimiento, en el producto y servicio para poder sobrepasar las expectativas del cliente, motivo por el cual deben existir dos tipos de entrada uno para clientes y otro específicamente para el personal, debe contar con un parqueadero privado con un valet parking, una sala de espera o área de bar para que el cliente espere a su acompañante o a que este lista su mesa, un comedor con decoración, mucho ambiente con muebles confortables, servicio de teléfono para el uso de los clientes, sistema de aire acondicionado y calefacción, amplios servicios sanitarios con un colaborador de limpieza, cocina, cristalería y vajilla de alta calidad, al igual que servicio personalizado de los meseros, con servicios a la americana, a la inglesa o hasta a la rusa, con el show de preparación del plato frente al cliente (Carrón, 2019, p.6).

1.1.5.2. Restaurante de primera Clase (4 tenedores)

Son los restaurantes conocido como full service, su menú debe ser amplio, su personal de igual forma debe estar muy bien presentado y con un uniforme impecable, pero sin tantos detalles en su vestido,

deben encontrarse altamente capacitados en cuanto al servicio y al producto que ofertan y debe contar con un parqueadero privado para los comensales (Carrón, 2019, p.6).

1.1.5.3. Restaurante de segunda clase (3 tenedores)

Este establecimiento también se los conoce como turístico y cuentan con una entrada para clientes, que también puede ser usada para los empleados, de igual forma pueden ingresar los proveedores, su capacidad de espacio será menor y su carta contará solo con seis tiempos a ofrecer, como entremeses, sopas y cremas, verduras y pastas, especialidades de pescado, especialidades de carnes, postres, dulces o helados y frutas, el personal debe estar presentable y uniformado, semi formal (Carrón, 2019, p.7).

1.1.5.4. Restaurante de tercera clase (2 tenedores)

En esta clase de establecimientos la puerta de ingreso podrá ser utilizada tanto por los comensales como por el personal, la vajilla del restaurante deberá ser de buen material, cristalería no tan fina, el uniforme del personal puede ser sencillo pero muy limpio. Mesas de madera o imitación, manteles servilletas, una cocina con solo lo necesario, como un horno pequeño, una estufa, una freidora, una plancha, extractor de humo, bodega de alimentos. Lavandinas, su carta menú contará con pocos tiempos de comida, máximo tres (Carrón, 2019, p.7).

1.1.5.5. Restaurante de parte clase (1 tenedor)

Este establecimiento tendrá un comedor independiente a la cocina con mesas metálicas, o de madera, con vajilla irrompible, cristalería sencilla, pero en buen estado, personal calificado con uniforme sencillo y muy limpio, baño unisex o independiente, su menú será corto en cuanto a tiempos se refiere, con solo tres opciones, como sopas, guisados o especialidades, postres de la casa. (Antonio, 2010) Todos los establecimientos de comida, sean de la categoría que estén clasificados, deben controlar y asegurar la calidad de su negocio, desde la adquisición de los insumos, el proceso de producción, la

atención al cliente, los buenos modales, cuidar la limpieza de todos los espacios, la presentación de los platillos, y la innovación en los mismos, contar con los permisos y acreditaciones pertinentes para poder ofrecer un excelente servicio (Carrón, 2019, p.8).

1.1.5.6. El establecimiento franquicia

Los restaurantes que dan forma a este tipo de restaurantes son, Mc Donald´s, Starbucks, Burger King, se caracterizan por la homogeneidad en sus cadenas de restaurantes, el servicio es rápido como su nombre lo dice y es porque la mayoría de sus procesos son inmediatos, simplificados. Estos restaurantes están pendientes de las nuevas tendencias del mercado pues por lo general son los jóvenes quienes visitan estos establecimientos (Sánchez, 2011, p. 18).

1.1.5.7. Restaurante Fast Casual

Al igual que el restaurante fast food, la afluencia de gente a estos lugares es inmensa, esto se debe porque siguen tres factores fundamentales, utilizar productos frescos y saludables, sostenibilidad y experiencia en el restaurante, empresas como Chipotle siguen estos tres factores para conseguir el éxito y triunfan en el mercado actual (Carrón, 2019, p. 6).

1.1.5.8. Restaurantes Buffet

Este tipo de restaurantes nació como una ayuda para servir a grandes grupos de personas de una manera rápida y sencilla. Toda la comida está a disposición en gran variedad y cantidad, para que puedan escoger con total libertad a cambio de un precio justo. Se divide en diferentes zonas de platos fríos, calientes o mixtos, las preparaciones deben ser sencillas de servir y fáciles de comer (Sánchez, 2011, p. 18).

1.1.5.9. Restaurantes temáticos

Estos establecimientos de comida tratan de ofrecer una experiencia completa, una perfecta combinación entre comida y ambiente. La decoración es un factor muy importante, es su principal

herramienta de ventas la cual gira en torno a la temática elegida, que puede ser de cine, súper héroes, la edad media, magia, rock, cocina italiana, cocina china, japonesa y la cocina española. El uniforme y las dinámicas con las que atienden los empleados es muy importante, el nombre de los platillos, la música y muchas cosas más ayudan a crear esa experiencia única (Lorca y Chacón, 2016, p. 9).

1.1.5.10. Restaurante Take Away o para llevar

Antes la única comida que era para llevar era la pizza y la comida china, comida que te entregaban a la puerta de tu casa en menos de 30 minutos o resultaba gratis. Pero las necesidades aumentan y las soluciones también, ahora existen varias empresas de servicio a domicilio que trabajan con restaurantes, en donde puedes pedir desde un plato muy simple como unos tacos o degustar de un menú de un restaurante Estrella Michelin, todo en la comodidad de tu hogar, utilizando estas aplicaciones móviles (Carrón, 2019, p. 7).

1.1.5.11. Restaurante de autor

En estos restaurantes el chef es capaz de expresar su arte, su estilo y su esencia a través de su comida, presentando propuestas en forma de comida, para ofrecer una alimentación más sana, fortalecida, nutritiva, llena de arte, comida con un concepto, para hacernos conocer nuevos mundos a los que nos aventuraremos en un futuro no tan distante (Rodríguez, 2020).

1.1.5.12. Restaurantes Fusión

Nacen este tipo de restaurantes en los años 70, en un contraste de platos entre oriente y occidente. Esta cocina tiene como objetivo sorprender a los comensales. Fusionando dos o más culturas, con la mezcla de ingredientes y técnicas culinarias que deben ser resumidas en un solo plato, en un solo bocado, pero con los dos estilos bien marcados, como por ejemplo tex-mex cocina norteamericana con mexicana, Nikkei es cocina peruana con japonesa, Balti cocina hindú con japonesa, chifa cocina china con peruana (Carrón, 2019, p. 6).

1.1.5.13. Restaurantes alta cocina

Es el resultado de mucho estudio y aplicación de conocimiento y calidad, la decoración, la ambientación, el servicio, la comida y las bebidas para acompañar se escogen muy cuidadosamente, la cocina tiene una brigada de cocineros profesionales, dirigida por el chef ejecutivo y el sous chef, en el salón el servicio personalizado encargado por los expertos y profesionales, que están dirigidos por el maître (Lorca y Chacón, 2016, p.10).

1.1.6. Historia de la comida rápida

La comida rápida era la forma de vivir de los Yankees, la actitud con la que realizaban sus actividad y la velocidad con la que los estadounidenses se alimentaban, nace el término “comida rápida”, el cual describe la manera en la que consumían los alimentos. Esto se debía al estilo de vida que llevaban, pues lo primero en lo que pensaban al despertarse era en comer el desayuno, en donde se podía encontrar huevos fritos, tocino, bistec, panecillos, mantequilla, mermelada, varios tipos de avenas; todo esto debía ser consumido deprisa pues a las ocho en punto debían estar sentados en su cubículo de oficina, tomando muy poco en cuenta las leyes de la gastronomía y la dietética (Carrón, 2019, p. 13).

Era y es un modo de vivir, puesto que, si un estadounidense desea desayunar en un restaurante, al sentarse el mesero rápidamente le sirve naranjas picadas o manzanas, para que coma hasta preparar la comida, después se servía el resto de comida. Existían establecimientos que vendían su política de “almuerzos rápidos”, varios carteles con ese título, al entrar varios ejecutivos con terno y sombrero hacían fila para pagar en caja el precio del almuerzo y al frente una barra de cortes de carne, sopas, ensaladas, postres, sándwich encurtidos, agua con hielo, de manera que el cliente pagaba comía lo que necesitaba y salía enseguida. (Bensoussan, 2015)

La combinación de empaque y publicidad fueron dos elementos que iban a dar forma al éxito de las marcas de comida rápida. Enfatizando aspectos como la salud de mamá que podía dormir un poco más sin preocuparse tanto del desayuno, el éxito del padre que podría desayunar y llegar rápido a la

oficina. Todo esto gracias a las comidas industrializadas, para hacer hot cakes en un abrir y cerrar los ojos, con un sabor tan idéntico como el tradicional (Martínez, 2012 p. 248).

Esto de igual manera fue aumentando en las cafeterías, para luego dar paso a los autoservicios de comida, en donde sus menús ya ofrecían los Fast Breakfast y frituras con bebidas gaseosas, a más de otros platos para la hora del almuerzo. Se convirtieron en un estilo muy llamativo de restaurante, la idea era que al tener meseras en patines el servicio sería mucho más rápido, animado, atractivo, y la gente consumiría mucho más este tipo de comida.

En 1920 aparece en EE.UU. los primeros establecimientos de hamburguesas que crecieron como cadenas, estos fueron bautizados con el nombre de “White Tower” y “White Castel”, nombres que daban a pensar a los consumidores que aquellos lugares eran limpios, el temor psicológico de infecciones que podía producir la carne picada, en estos establecimientos predominaba el color blanco que era señal de higiene (Bensoussan, 2015).

Años después los hermanos Dick y Mac inspirados por la filosofía y sistema de Henry Ford, el Fordismo, empezaron a experimentar con esquemas de restaurante como su “drive in restaurant” en 1937 con la venta de perros calientes, para luego en 1940 en San Bernardino, tuvieron su restaurante de autoservicio, teniendo problemas de costos excesivos, clientes no tan satisfechos, lo que les llevo a enfocarse en cosas más esenciales, tomando en cuenta a las familias como clientes potenciales, introduciendo un sistema de producción en cadena utilizando equipo reducido, ofreciendo hamburguesas, utilizando recipientes de cartón, bolsas de papel, para expender un producto en 15 centavos, higiénico, práctico, y bueno (Bensoussan, 2015).

Los hermanos McDonald’s fueron influenciados por su distribuidor de batidoras para convertir su negocio en franquicia, Ray Kroc impuso las franquicias tanto en la calidad como en las formas de producción, garantizando el mayor éxito encontrando la misma hamburguesa en cualquier parte del mundo, sabor uniforme. A base del triunfo de esta cadena, empezaron a aparecer copias como Kentuck (Colina, 2009, p.5).

Dando así inicio oficial del fenómeno de la industria de la comida rápida, dando paso a la llamada etnia, a finales de los años 50, un vecino de McDonald tuvo la idea de implementar el mismo sistema en comida mexicana, dando lugar al famoso Taco Bell y de igual manera la pizza comercializada por

americanos y grupos empresariales greco-americanos, que muy poco se parece a la italiana, que no tenía el mismo apogeo que en América (Colina, 2009, p.5).

1.1.7. Historia de las franquicias

En la Edad Media el término franquicia era bastante empleado, pues hacía referencia a la autorización o privilegio a favor de un subdito por determinadas actividades de comercio, pesca, explotación de recursos y otros. Etimológicamente la palabra franquicia proviene del francés franc, empleada en un documento con fecha de marzo 1232, en la localidad de Chambey en Francia. (Hazoury, 2009, p.5).

En 1850 a 1860 aproximadamente los creadores de máquinas de coser, Singer Sewing Machine Company deciden vender los derechos para que puedan enseñar el funcionamiento de las máquinas y venderlas pues carecían de recursos para poder hacerlo todo ellos mismos. Al generarse el negocio Singer obtuvo provecho del talento de sus franquiciados. De esa manera se promocionaba el nuevo producto, y se generaba capital para tener mayor producción de máquinas (Hazoury, 2009, p.5).

Este sistema fue copiado por muchas empresas con sed de crecimiento y expansión, como Coca Cola, que vendió sus derechos de embotellado a negocios locales en donde se trasladaba la fabricación, almacenamiento y producción, disminuyendo fuertes gastos que se daban al inicio como transportar su producto en tren, claramente la expansión fue mayor, tanto que en cada pueblo del mundo por más pequeño que sea, existe la marca y el producto, muy presente (Franquicia Directa, 2015).

Después de la segunda guerra mundial, muchos excombatientes regresaron a sus ciudades a reintegrarse a la sociedad, pero muchos de ellos no tenían ninguna instrucción laboral o académica, lo que era un gran problema encontrar trabajo, pero, sin embargo, contaban con cierto capital reunido que les permitió adquirir franquicias, o convertirse en inversionistas, de manera que en Estados Unidos de América se generó cientos de franquicias en todos los campos que se puedan imaginar a la comodidad del franquiciado, en automóviles en las líneas de montaje que podían desarrollar redes de distribución al por mayor utilizando capital aportado por el distribuidor independiente, de igual manera aparecieron franquicias en el área de medicina, clubs nocturnos, salones de belleza, institutos educativos y sobre todo en alimentación.

Mc Donald's es considerado como uno de los mejores modelos de franquicia en el mundo, desde el uniforme, la forma de saludar, la sonrisa en el rostro de los empleados, la decoración; la publicidad a cambiado dependiendo el país y la cultura del mismo, pero siempre va enfocado a que Mc Donald's es Familia. A partir de ahí, varias marcas de comida rápida han utilizado este sistema como su pilar de crecimiento, unos enfocándose a otro mercado y otros intentando ser la competencia de Mc Donald's, como King Burger, o Carl's Jr (Grillo, 2007, p.10).

Surgieron numerosas actividades de todos los sectores comerciales que se unieron a este método de expansión, tanto que en la década de los 80 medio millón de establecimientos daban ocupación laboral, solo en Estados Unidos. De igual forma la sed de avanzar, crear y mejorar es parte del ser humano, siempre querer la innovación, y gracias al avance de la tecnología, se fueron creando nuevos inventos, y el incremento adquisitivo de los consumidores permitían que este fuera el momento perfecto para el desarrollo de varias franquicias (Franquicia Directa, 2015).

En Latinoamérica y hablando específicamente en Ecuador, las franquicias han traído nuevas oportunidades, como por ejemplo el emprender y ser propietario de un negocio confiable, seguro, comprobado y sobre todo exitoso, utilizando nuevas tecnologías permitiendo a los franquiciados ecuatorianos la oportunidad de ofrecer nuevas experiencias a los comensales, cubriendo un mercado cada vez más exigente, con nuevas opciones, productos y servicios que son tendencias en el mercado. Este sistema se está practicando en el Ecuador hace pocos años, importando conocimiento de negocios extranjeros. Provenientes principalmente de Estados Unidos. Pero es ahora donde se está aplicando este modelo de negocio en el mercado local, expendiéndolo de manera eficiente, en las principales ciudades del país.

Se tiene presente que las enseñanzas emitidas de Estados Unidos dominan el mercado de la franquicia en Ecuador con un 80 %, mientras que la participación de marcas locales en el mercado de franquicias es bastante pequeño, aproximadamente con un 14%, aunque los datos difieren, según la Asociación Ecuatoriana de Franquicias y el Instituto Español de Comercio Externo, 152 enseñanzas operan en el país, por medio de 1200 establecimientos que dan empleo a más de 10.000 personas, registrando una facturación de 860 millones de dólares.

El crecimiento de las franquicias en el país se calcula en un 4% al año, pero el número de establecimientos por franquicia marca un 25% en crecimiento, lo que da a notar que el crecimiento del mercado es más presente por las firmas que por establecimientos independientes que se integran

al sistema. La economía dolarizada del país ha permitido que grandes marcas pusieran el ojo para expandirse en el mercado local, creando la posibilidad de establecer sus costos y ganancias sin tener variaciones o cambios, y el franquiciante le otorga al inversionista local la seguridad y confianza de su marca y prestigio internacional.

En Ecuador existen varios modelos de franquicia que se pueden delimitar en alimentación, sector farmacéutico, delicatessen, zapaterías, ferreterías, imprentas. Pero el mayor representante es el sector de alimentos y restaurantes ya que son más rentables, puesto que los alimentos son vitales y nunca se dejarán de consumir, aunque los factores económicos y la competencia estén presentes (Cabrera, 2017, p. 12).

1.1.8. Estandarización

Citando a Costales (2016, p.4) la estandarización surge gracias a los artesanos, en el primer nivel del desarrollo de la calidad, fue progresando desde su inicio y el mejoramiento de la tecnología en la producción permitiendo obtener un mejor control de los procesos de producción como en el producto terminado. Así como la aparición del sistema métrico decimal para las mediciones de longitud en Europa, conocido actualmente como sistema internacional de medidas, empezó a tomarse más en serio la estandarización de productos, procesos y servicios. Al principio se tomaba en cuenta a la estandarización en las empresas para seguir un camino que los llevaría a alcanzar la calidad, calidad que aún no estaba definida totalmente, pero lo utilizaban como punto de referencia para tomar decisiones.

La estandarización es el proceso de varios pasos a seguir que permite lograr una mejora continua, reduciendo las variables en un proceso, para cumplir o superar las expectativas creadas por el cliente, que en el mercado se clasificarían como calidad, seguridad, entrega y coste. Dentro de los procesos a seguir, ayudan a crear mayor seguridad y confianza en quienes estén realizando el trabajo, ya que se vuelve predecible y es más fácil proveer los resultados, eso quita la presión de la persona y su tarea resulta más eficiente. Al contrario de cuando no se sigue un proceso y se realiza un trabajo de forma más subjetiva, existe variación, inexactitud, sobrecarga y despilfarro, lo que se puede definir como ineficiencia (Ingrande, 2017).

1.1.8.1. Existen tres elementos que se deben tomar en cuenta

Para Fujio Cho los elementos que se deben considerar en la estandarización (Fujio Cho citado en Ingrande, 2017) son:

- *Toma de tiempo.* Refiere al tiempo que toma realizar el trabajo y cumplir con las expectativas del cliente.
- *La Secuencia de Trabajo.* Es la tarea realizada dentro del tiempo estandarizado por parte del operario encargado.
- *El Inventario.* Es primordial para que el proceso se mantenga funcionando correctamente, es el control necesario para que el operario pueda realizar su trabajo con eficiencia, al contar con los recursos adecuados.

Los estándares deben ser concretos, específicos, para ser pautas legibles y útiles, pero con cierta flexibilidad. Para poderlos ejecutar. La gente que trabaja en esto, debe formar parte del proceso y por ende participar en la mejora del modelo estandarizado.

1.1.8.2. Importancia de la estandarización

Lograr la estandarización implica la inversión de recursos tanto materiales como humanos, pero a cambio es posible gozar de tranquilidad al saber que haga quien haga la tarea encargada, realice quien realice el informe, la operación, se hará de la misma forma de como está establecido. Y aún así, si por diferentes circunstancias la persona encargada no pudo terminar su labor, la persona del siguiente turno lo podrá continuar haciendo y obtendrían el mismo resultado esperado ya que al estar estandarizado es más fácil, rápido y seguro (Mira, 2016, p.17).

Al inicio se estandarizará lo más importante y necesario para la empresa, pero conforme se va trabajando poco a poco todo sería estandarizando. Aunque los planos a veces cambian, la estandarización llegará a todas partes de la empresa. Es muy importante y necesario contar con una estandarización documentada ya que es una fuente de información confiable para recordar algún paso esencial en un proceso que tal vez no quedo muy claro y de ese modo poder desempeñar con eficiencia

sus actividades, todo esto es el paso inicial para el desarrollo del manual de procedimiento de operación, que hará que no solo se ofrezca calidad, sino también se obtenga mayor productividad. (Barrio, 2017)

1.1.8.3. Ventajas de la estandarización

Entre las diferentes ventajas de la estandarización fue posible encontrar las siguientes (Mira, 2016, p.18):

- Ayudan en la inducción a un puesto de trabajo, al igual que en el adiestramiento y capacitación.
- Se detallan las actividades de cada puesto.
- Permite coordinación de actividades.
- Proporciona datos sobre las funciones de cada colaborador.
- El manejo de tiempo permitirá tener espacios en los que se pueda trabajar la parte creativa o estimulante para el trabajador.
- Ayuda a estructurar el plan de trabajo de forma eficiente.
- Ahorra tiempo y aumenta la productividad al simplificar, pasos innecesarios.
- Materia prima, con mejor manejo de merma o desperdicios.

1.1.8.4. Puntos importantes de la estandarización

Citando a Costales (2016, p. 4-5) los factores y elementos a tomar en cuenta en la estandarización son:

- La participación del grupo de trabajo en el proceso de estandarización.
- Actualización para el personal, con el fin de lograr que este se involucre más en el tema, y lo asimile de mejor manera.
- Para que el estándar funcione, al momento de crearlo debe ser discutido con el personal que realiza ese trabajo.
- Todas las dudas deben ser cuestionadas, tomando en cuenta el punto de vista de personal que realiza esas actividades.
- La estandarización no debe ser un proceso estricto, rígido y complejo, en realidad se crea este proceso para que todo sea más fácil, eliminando pasos innecesarios, utilizando la lógica para que todo sea más sencillo y de esa manera todo sea más eficiente.

1.1.8.5. Tipos de Estándares

a. Estándar internacional ISO 9000

En 1979 se crea el Standard Comité 176 estableciendo los principios genéricos de calidad, satisfaciendo la necesidad de la existencia de una norma internacional que permita a las empresas establecer métodos de control de calidad. La elaboración del ISO contó con la presencia de 20 países y se adoptó como norma nacional, la cual es adaptable a cualquier organización sin importar su tamaño o tipo de servicio (Costales, 2016, p. 6).

b.- Excelencia EFQM

Mundialmente reconocido como marco de gestión que ayuda a transformar a la empresa para alcanzar el éxito y mejorando su rendimiento de la organización. Este modelo se maneja en una lógica sencilla pero muy poderosa, que responde a tres cuestiones

¿Por qué existe la organización? ¿Qué propósito cumple?

¿Cómo se ejecutará para cumplir con su propósito y estrategia?

¿Qué resultados se tiene hasta el momento y cuales se obtendrán en el futuro?

Este sistema permitirá contemplar a la organización en su conjunto de una manera global como un sistema complejo y a la vez organizado. Consciente la gestión de calidad total, agrupando tres funciones básicas: identificación de oportunidades de mejora, elaboración de indicadores y su seguimiento, diseñar nuevos productos o servicios (Costales, 2016, p. 6-7).

c.- Estándar de Perfección

Este tipo de estandarizado permite determinar si el trabajo realizado es suficientemente perfecto como para continuar al siguiente nivel o etapa de producción para después ser presentado al cliente. Los concedores de este tema utilizan frases que identifican que el servicio o el producto está correcto, “cero defectos o libre de errores.

Dependiendo de las necesidades del cliente la organización debe trabajar para aproximarse a la perfección en sus productos y o servicios, en donde debe haber el menor margen de error. Este estándar se maneja por medio de normas o pautas que se deben acordar con anterioridad tomando en cuenta que la perfección de la que se habla es una meta alcanzable, nada sobre natural, con lo cual se trabajará y se obtendrá empleados felices y orgullosos de su trabajo y desempeño, productos o servicios de buena calidad, y sobre todo clientes satisfechos, todo esto permite abolir la frase del “más o menos” (Costales, 2016, p. 7-8).

Todas estas normas y pautas deben ser escritas en un documento como un manual que sirva de respaldo para realizar un buen trabajo, para establecer dichas normas o pautas se debe seguir un plan que ayuda a identificar las responsabilidades más importantes y los objetivos en el trabajo, como por ejemplo escribir las tareas más importantes, clasificar los deberes por categorías, establecer sus resultados, enumerar las actividades que se deben realizar para llegar al resultado final, seleccionar los estándares para evaluar las tareas, seleccionar una opción para cada tarea y escribir cuales son los objetivos específicos (Costales, 2016, p. 7-8).

1.1.9. Los procesos

El término procesos proviene del latín, *processus*, pro (para adelante) y cere (caer, caminar), que se entiende como progreso, avance. Por ende, el proceso se define como una serie de pasos, actos, o tareas a realizar en determinado orden que conduce a un fin común, a un objetivo deseado. Esta es la acción de ir hacia adelante en el tiempo. Por lo cual es posible mencionar que su finalidad es alcanzar una salida que abarque a plenitud los requerimientos del usuario (Mira, 2016, p. 11).

En el ámbito empresarial y económico, es una sucesión de actividades humanas transformando recursos para conseguir un fin común, en donde se puede encontrar al proceso productivo, que se encarga de desarrollar productos o servicios, o al proceso de negocios, se desarrollan las tareas de manera lógica, como transferir mercancías, realizar negociaciones. Tomando en consideración las características como misión, visión, alcance y límites.

1.1.9.1. Características de los procesos

De acuerdo con Costales (2016, p. 10) las características son las siguientes:

- Se manifiestan las entradas y salidas.
- Cruza uno o varios límites de la organización.
- Son capaces de cruzar vertical y horizontalmente la organización.
- El proceso trata de responder a la pregunta de ¿Qué se va a lograr?, no del ¿Cómo se va a lograr?
- Debe ser de fácil comprensión para cualquier persona de la organización que vaya a realizar ese trabajo.
- El nombre que se debe poner al proceso debe tener relación con la actividad o el concepto del que trata aquel trabajo.

1.1.9.2. Tipos de procesos

En cuanto a los tipos de procesos es posible mencionar (Costales, 2016, p.10):

- *Procesos claves o estratégicos.* Se relaciona netamente con el negocio o actividad, tomando en cuenta aspectos como la misión, posicionamiento, estrategia, dirección.
- *Procesos de valor agregado.* Son directamente relacionados con satisfacer las necesidades de los clientes, haciendo todo lo posible para superar sus expectativas y llamar su atención, dentro de esto se encuentran las ventas, marketing, servicio y post venta.
- *Procesos que no agregan valor.* estos no se centran en agregar valor al sector externo, pero si en agregar valor interno, creando un soporte, en los anteriores procesos, dentro de este se encuentra la selección, contratación e inducción de personal, facturación, adquisición, distribución y almacenamiento de materia prima.

1.1.10. Manual de procedimientos

Es un componente muy importante, creado para obtener una información detallada, concreta, ordenada y sistematizada en la cual contiene todas las instrucciones, pautas, procesos, responsabilidades que debe saber el personal, políticas, funciones de las distintas operaciones de la empresa (Costales, 2016).

Las empresas tienen que preparar los procesos integrales de procedimientos, los cuales representan al pilar que da base al desarrollo de las actividades para establecer responsabilidades a los encargados del área de trabajo, proveyendo información detallada y útil, en la cual también se incluyen medidas de seguridad, control, objetivos a cumplir en función empresarial por parte de los participantes.

Incluir este valioso elemento en la empresa, es el primer paso para la evolución y mejoramiento continuo, ya que al tener un registro escrito de las actividades que se realizan en la empresa, permite conocer las deficiencias y las fortalezas del sistema, lo que permitirá realizar todos los cambios que con urgencia deben darse en la empresa para que el sistema sea eficiente. Pues es un instrumento de carácter administrativo que busca apoyar las labores cotidianas (Gómez, 2019, p. 13).

1.1.11. Utilidad del manual

Gómez (2019, p.13) manifiesta lo siguiente:

- Auxilian la capacidad operativa.
- Demuestra una visión global de las operaciones en las unidades responsables.
- Facilita el análisis y revisión del procedimiento realizado en las actividades encomendadas.
- Ayuda a supervisar y evaluar el trabajo desempeñado con la normalización de las actividades, evitando la duplicación de tareas innecesarias y también eliminar las poco útiles.
- Sirve como guía que se encuentra permanente para informar o retroalimentar sobre la ejecución del trabajo a realizar.
- Agiliza el proceso de contratación, orientación e inducción de nuevo personal a la empresa.
- Facilita la toma de decisiones por parte de la persona responsable de ejecutar los procedimientos.
- Ofrece un mejor aprovechamiento de los recursos humanos y materiales.

1.1.11.1. Identificación de los procedimientos

En la búsqueda de la simplificación de la elaboración de procedimientos (Costales, 2016, p. 12-15), se han diseñado esquemas para definir las variables, componentes y mecanismos para el desarrollo del modelo.

a. Aspectos básicos para la elaboración de procedimientos

- Los procedimientos de cada departamento, debe trabajar en función a las normas descritas en el manual.
- Un procedimiento debe estar compuesto de cuatro actividades como mínimo, para ser tomado en cuenta en el manual.
- Los procedimientos deben proyectar los resultados de las actividades desarrolladas de forma sistemática y dinámica.
- No registrar los procedimientos de aplicación general como tramites de viáticos, alta de personal, requisición de compra, entre otros.
- Cada procedimiento debe ser registrado de forma individual.
- El nombre del procedimiento debe ser claro y entendible para dar una idea sobre su contenido.

b. Descripción de las actividades

- La redacción del procedimiento debe ser concreto, sencillo y práctico.
- Las actividades del procedimiento deben ser enumeradas consecutivamente.
- Debe iniciar generalmente con un verbo en tiempo presente, tercera persona singular.

c. Buenas prácticas de manufactura

La industria alimentaria se encarga de la elaboración, transformación preparación, conservación y envasado de los alimentos de consumo humano y animal. La materia prima proviene de origen vegetal, animal y fúngico.

La alimentación cotidiana ha aumentado el número de alimentos disponibles en la dieta. Lo cual ha causado que exista un esfuerzo mayor y progresivo en la vigilancia de la higiene y las leyes alimentarias, con el fin de poder regular, unificar procesos y productos.

d. Fabricación

Se clasifican en seis diferentes procesos de fabricación, como, por ejemplo, manipulación de los alimentos y materia prima, almacenar, aprovechamiento de sus propiedades, elaborar para obtener un producto final, el cual será envasado y tratado para su conservación.

e. Manipulación

Disminuyen los procesos en donde el humano interviene al 100%, ahora los procesos van mejorando con la ayuda de elementos automatizados, minimizando errores y maximizando producción. Sin embargo, los trabajadores deben conocer las medidas de control para manipular alimentos, las técnicas y métodos a seguir.

f. Almacenamiento

La materia prima se ordena utilizando el sistema FIFO (primero en entrar, primero en salir). Evitando la expiración de los productos, sobre todo los perecederos, se utilizan almacenes adecuados y acondicionados al tipo de industria que maneja la empresa, estos pueden ser herméticos, aire libre, cámaras refrigerados, entre otros.

g. Elaboración

Son los procesos aplicados en los alimentos, que inicialmente se encuentran crudos y les permite transformar su estado para obtener un producto consumible y adecuado. Varios de estos procesos tienen métodos que deben ser interpretados. Como:

- *Cocción.* proceso de aplicación de calor que provoca la reacción de Milliar, por lo general son productos cárnicos.

- *Secado y deshidratación.* tradicionalmente se realizaba para secar semillas, carnes, pescados, plantas, de manera que su tiempo de vida útil se prolongue y aumente su sabor y aroma.
- *Fermentación.* Método que permite transformar las propiedades de los alimentos, como por ejemplo en el caso de la levadura.

h. Conservación

En este proceso se toma todas las medidas necesarias para disminuir o frenar la actividad microbiana en los alimentos, al igual que alargar su vida útil. Entre estas actividades de trabajo, se deben desarrollar con dos variantes.

- *Estandarización antibiótica.* Es un proceso de conservación de alimentos que prolonga su tiempo de vida útil considerablemente, es uno de los primeros modelos establecidos para este fin.
- *Estandarización por radiación.* Por medio de la radiación de microondas, o la radiación ionizante, se emplea el control de envases.

De igual manera, la refrigeración y la deshidratación son procesos que ayudan a la conservación de alimentos.

1.1.12. Reseña histórica de bar restaurante Los Pingüinos

El establecimiento Los Pingüinos nace hace 31 años, en 1989 en la parroquia de Santa Rosa de Ambato, Tungurahua, en aquel entonces la industria de alimentación se reducía a los puestos de comida en el mercado, y la existencia de restaurantes era nula, se encontraban tiendas del barrio y pequeños basares, pero en el centro de la ciudad de Ambato, los establecimientos de comida rápida ya estaban dando de qué hablar, causando conmoción entre la ciudadanía, lo que impulso el deseo de la existencia de uno de estos establecimientos en la parroquia, con un capital reducido y un espacio lo suficiente adecuado se abre por primera vez las puertas de este establecimiento, el cual aún no tenía un nombre, pero esto no fue un problema para impactar positivamente en la parroquia, la cocina era

muy pequeña y por decirlo casera, tradicional, ya que se utilizaban pailas de bronce para freír las papas y el pollo broster.

Poco a poco el menú fue creciendo por demanda de los clientes que aumentaba en número y en gustos también, de tal manera que el menú ya constaba de varios tipos de papas fritas con embutidos, carnes, hamburguesas, pollo broster, cada año el establecimiento fue haciendo mejoras, pero la más notable fue en el 2003 cuando se dio la ampliación del local, lo que permitió ofrecer más servicios a los clientes, como recepciones, fiestas transformándose en un lugar especial para la comunidad. Como ellos mismo lo mencionan era el punto de encuentro de amigos, el lugar perfecto para una cita, era el espacio donde los jóvenes se relajaban y pasaban un momento agradable.

Pasaron los años y la competencia siempre está presente, entre 2004 hasta 2008 se dio una importante etapa de crecimiento en la parroquia, abriendo paso a más establecimientos de comida rápida. Los Pingüinos, siempre han estado innovando e intentando nuevos productos, lo que le ha permitido mantenerse en el mercado y sobre todo manteniendo sus sabores y estilo.

Vienen nuevas generaciones y el patrimonio de Bar Restaurante Los Pingüinos debe trascender en el tiempo, la parroquia al igual que la ciudad crece y es por ello que este establecimiento se siente en la necesidad de abrir fronteras para ser de nuevo un espacio de alegría, relajación, punto de encuentro, de la cita perfecta, para la ciudadanía.

1.2. Marco conceptual

1.2.1. Cliente

Referente a una persona que adquiere un producto, un bien o recibe un servicio a cambio de una retribución monetaria (Casa, Ribé, & Ernest, 2008, p. 58).

1.2.2. Estudio financiero

Reside en identificar, ordenar y sistematizar información de carácter monetario, el cual involucra, inversiones, ingresos y costos, realizar un análisis y revisar que el proyecto de interés es viable, rentable económicamente, sin importar sus dimensiones (Hurtado, 2010, p.15).

1.2.3. Estudio Administrativo

Es la organización con la que trabaja el establecimiento, en la cual contiene la planificación estratégica, estructura organizacional, aspectos laborales, fuentes de reclutamiento, entre otros, con la finalidad de formular un perfil apropiado y continuar con lo trazado para alcanzar las metas propuestas (López, Aceves, Pellat & Puerta, 2008, p.1).

1.2.4. Estudio de mercado

Es una herramienta que permite recopilar y facilita la elaboración de análisis que compila información de los clientes, la competencia, el entorno y el mercado en sí, mediante herramientas estadísticas con la finalidad de conocer la aceptación o no de un producto o servicio (Miranda, 2003, p. 88).

1.2.5. Franquicia

Es un modelo de negocio dirigido en el que una persona o entidad, (franquiciador) le cede a la otra parte (franquiciado), el derecho de desarrollar su sistema de negocio a cambio de un valor económico, por un tiempo determinado, transfiriendo toda la información necesaria para su desarrollo, con la finalidad de comercializar bienes y servicios (Cepeda, 2009, p.9).

1.2.6. Marketing

Es un conjunto de acciones de gestión con el propósito de satisfacer necesidades, deseos y expectativas de consumidores mediante una serie de estrategias o técnicas aplicadas para cumplir su objetivo, como agregar valor a determinadas marcas o productos, para que el público conozca sus beneficios (Marketing Publishing, 1996, p.7)

1.2.7. “Now How” o “Saber Hacer”

Conjunto de conocimientos técnicos y administrativos que se desarrollan mediante la práctica habitual, experiencias que les ha funcionado para llegar al éxito. (APD, 2018)

1.2.8. Restaurante

Es entendido como un establecimiento que cuenta con cocina provista de equipamiento y zona de , comedor, donde se sirve al público a través de un precio monetario, comidas y bebidas, para consumirse en la misma localidad (Vaquero, 2013, p. 20).

1.2.9. Sistema

Conjunto ordenado de elementos que se relacionan e interaccionan entre sí para alcanzar un objetivo común, estos pueden ser físicos como conceptuales y pueden estar presentes en áreas del conocimiento como, física, biología, informática o computación, segmentando la realidad que puede estudiarse de manera independiente (Fernández, 2016).

1.2.10. Muestra

Es una fracción o porción de un producto o un conjunto que permite conocer características cualitativas y cuantitativas del mismo, esta porción representativa cuando está enfocada a los individuos se la conoce como muestra estadística, la cual permite conocer las propiedades del conjunto con la finalidad de poder extraer la información deseada (Guerra, Menéndez, Barrero, & Egaña, 2009, p.119).

CAPÍTULO II

2. DESCRIPCIÓN DEL EMPRENDIMIENTO.

2.1. METODOLOGÍA.

2.2. Localización y temporalización

2.2.1. Localización

El proyecto se realizó en la parroquia de Celiano Monje, Cantón Ambato, localizada en la región interandina.

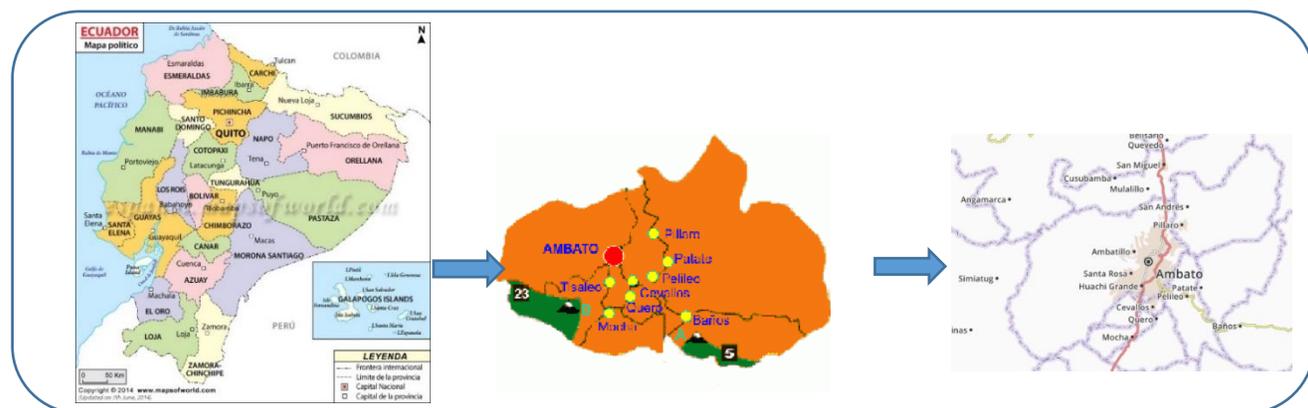


Figura 1 – 2: Localización de la planta.

Realizado por: Google imágenes, 2020

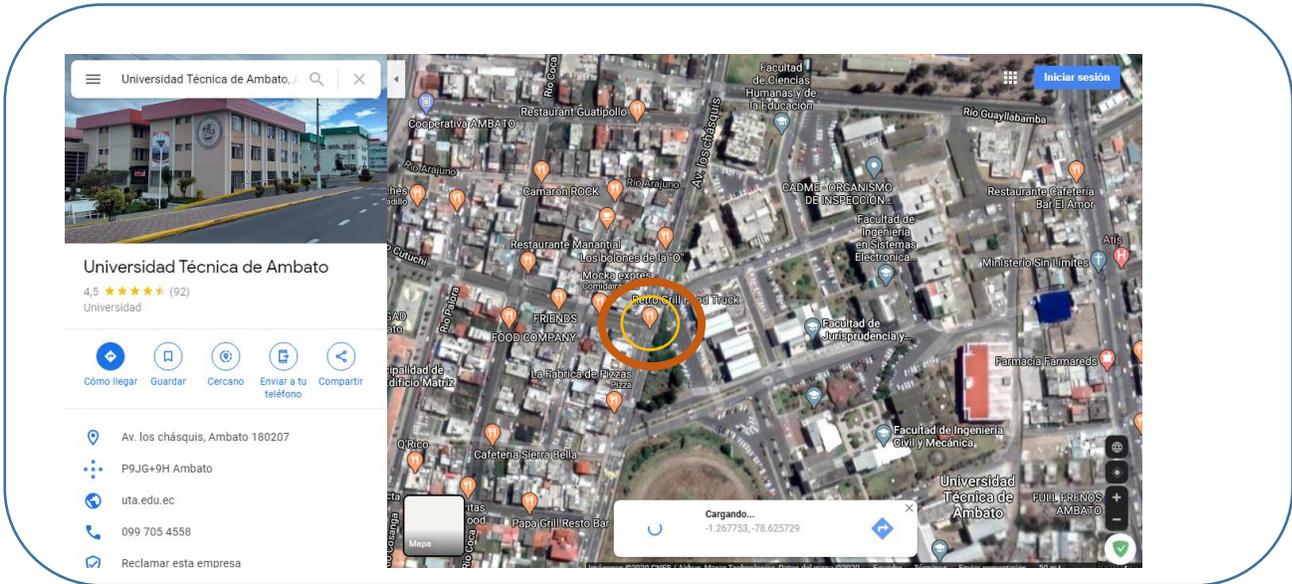


Figura 2 – 2: Localización de la planta.

Realizado por: Google maps, 2020

Tabla 1- 2: Localización

Ord	Parámetros	Celiano Monje
A	Vías de acceso	5
B	Mercado Objetivo	5
C	Concurrencia de gente.	5
D	Seguridad	3
E	Servicios básicos	5
F	Materia prima	5
G	Mano de obra directa	4
H	Costo y disponibilidad de medio de trabajo.	4
I	Condición socio económico	5
Total		41

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

2.2.1.1. Macro localización

País: Ecuador

Provincia: Tungurahua

2.2.1.2. Micro localización

Cantón: Ambato

Parroquia: Celiano Monje.

Dirección: Av. Los Chasquis y Río Payamino, frente a la Universidad Técnica de Ambato.

El restaurante estará ubicado en un lugar estratégico, en este caso está proyectado en el centro de la parroquia Celiano Monje Av. Los Chasquis y Río Payamino, frente a la Universidad Técnica de Ambato, campus Huachi Chico.

2.2.2. Temporalización

El tiempo empleado en este estudio fue alrededor de 6 meses de duración, investigando, recogiendo y procesando información del mercado, FODA, precio, plaza, producto y promoción, con el fin de codificar y sintetizar de manera accesible esta valiosa información para el lector interesado en adquirir un manual de franquicia de comida rápida.

2.3. Tipo y diseño de la investigación

Al considerar la construcción del modelo de franquicia, se utilizó inicialmente el estudio exploratorio, para obtener información sobre la empresa y conocer la situación en la que se encontraba la misma, las ventajas del modelo aplicado en el Bar Restaurante “Los Pingüinos”. Luego se utilizó un estudio descriptivo para establecer los aspectos más relevantes en la implementación del sistema de franquicia, con la ayuda de un manual.

2.3.1. Investigación descriptiva

Tiene como objetivo describir las características del fenómeno, sujeto o población a estudiar, se limita a observar lo que sucede sin buscar una explicación. Se describen características fundamentales, utilizando criterios sistemáticos proporcionando información sistemática y comparable (Martinez, 2019).

2.3.2. Investigación exploratoria

Corresponde al primer acercamiento de un tema antes de desarrollar un trabajo de investigación del mismo, más detallado y profundo, este proceso permite obtener información básica sobre la problemática. De esta manera se conoce las verdaderas implicaciones del problema, identificar los aspectos más importantes para abordar, sus resultados arrojados serán aproximaciones, las cuales necesitan de un estudio posterior más profundo para comprobar los resultados o para abrir nuevas posibilidades de investigación. (Ortiz, 2019)

2.3.3. Investigación de corte transversal

Recoge y analiza información de un momento determinado, utilizada en ciencias sociales, teniendo a un nicho o a una muestra determinada, este diseño permite obtener resultados más descriptivos que experimentales, se relaciona con la demografía y la estadística, ya que las herramientas son similares, de igual forma la de presentar los resultados. (Montano., 2018)

2.4. Métodos y técnicas

2.4.1. Método de observación

Este método consiste en la percepción del objeto de investigación y el entorno en el que se encuentra, siendo lo menos subjetivo posible, evitando que los juicios de valor se reflejen en la información registrada, este proyecto se realizó por medio de fichas de observación, para determinar el comportamiento del personal en sus actividades diarias, identificando tareas que pueden ser simplificadas y mejoradas, una observación que permitió conocer el estado de la empresa. Para crear un manual, identificando sus debilidades y fortalezas.

2.4.2. Método experimental

La experimentación contribuye al estudio de un objeto en donde el investigador crea las condiciones o las adapta para realizar su estudio. En el caso de este proyecto se experimento con los productos que se desea ofrecer al mercado, después de una encuesta para conocer las tendencias y gustos del consumidor, se procedió hacer pruebas de aceptabilidad.

El objeto de estudio se reproduce en condiciones controladas, como ferias de exposición de emprendimientos, en donde se mide la aceptabilidad del público sobre su producto y la idea del proyecto.

2.4.3. Método Inductivo – Deductivo

La deducción se refiere a ir desde lo más grande y general hasta lo más pequeño y específico, la inducción por el contrario nace desde las entrañas de un tema, hasta llegar a conclusiones generales, ambos métodos son parte del desarrollo del primer capítulo del proyecto, donde se recopiló la mayor información del restaurante, llegando a conclusiones sobre el Know How, políticas, direccionamiento, manuales, todo lo necesario para desarrollar el modelo de franquicia.

Para el diseño del manual de procesos se deben aplicar las siguientes técnicas para la recolección de información.

- **Observación:** Utilizada para comprobar la información adquirida en la encuesta y entrevista.
- **Entrevista:** Dirigida al cliente interno para conocer el nivel desarrollo y desempeño que existe en su área de trabajo.
- **Encuesta:** Dirigida al cliente y trabajadores para determinar sus necesidades y demandas.

2.5. Población y muestra

2.5.1. Población

La población seleccionada para la aplicación de la investigación de mercados es la PEA del cantón Ambato, en total 178 446 habitantes, según los datos recolectados de la Secretaria de Territorio, Hábitat y vivienda del Municipio.

2.5.2. Muestra

El tipo de muestreo fue probabilístico, es decir la muestra se obtendrá aparte de fórmulas estadísticas; será aleatorio, cada elemento del universo tendrá la misma probabilidad de ser seleccionado para ser parte de esta muestra.

Para determinar la muestra se utilizó la fórmula para población finita.

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

Figura 3 - 2: Formula Finita.

Realizado por: Dr. Mario Herrera Castellano. 2011.

Donde:

N = Total de la población.

Z = 1.96 al cuadrado (si la seguridad es del 95%)

p = Proporción esperada (en este caso 5% = 0,05)

q = 1 – p (en este caso 1 – 0,05 = 0,95)

d = Precisión (en la investigación se usa un 5%).

Según diferentes seguridades el coeficiente de Z_{α} varía, así:

- Si la seguridad Z_{α} fuese del 90% el coeficiente sería 1.645
- Si la seguridad Z_{α} fuese del 95% el coeficiente sería 1.96
- Si la seguridad Z_{α} fuese del 97.5% el coeficiente sería 2.24
- Si la seguridad Z_{α} fuese del 99% el coeficiente sería 2.576. (Castellanos, 2011)

2.5.3. Tamaño de la muestra

$$N = \frac{Z^2 pq N}{N - 1 d^2 + Z^2 pq}$$

$$N = \frac{(1,96)^2 (0,5)(0,5)(178446)}{(178446 - 1)(0,05)^2 + (1,96)^2 (0,5)(0,5)}$$

$$N = \frac{(3,84)^2 (0,25)(178446)}{(178445)(0,0025) + (3,84)^2 (0,25)}$$

$$N = 171308,16 / 446,11 + 0,96 \quad 447,07$$

$$N = 383,17$$

$$N = 383$$

Tabla 2- 2: Distribución de encuestas

Población	Instrumento	Frecuencia.
178446	Encuestas	383

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Diagrama de procesos

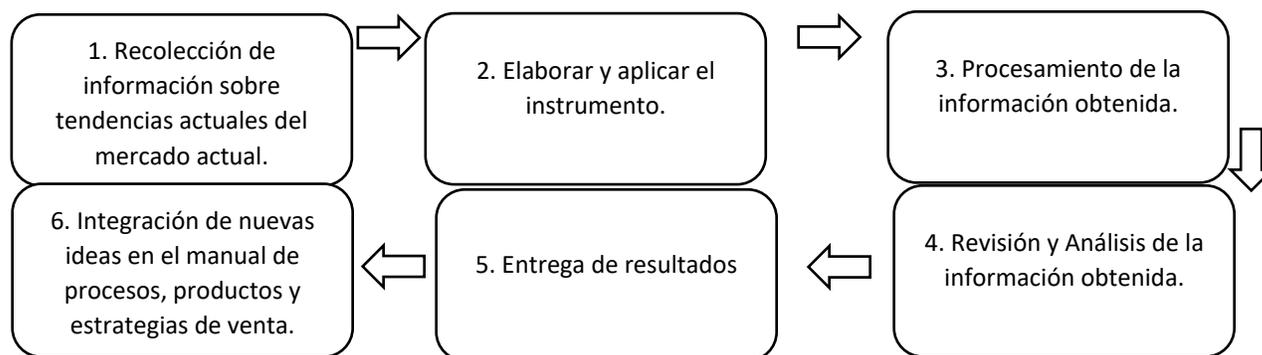


Gráfico 1 – 2: Diagrama de procesos

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

2.6. Descripción de los procedimientos

2.6.1. Recolección de información sobre tendencias del mercado actual

Recolectar información sobre las tendencias que se manejan en el mercado actual, en cuanto a productos y servicios de comida rápida, en varias paginas web muestran información sobre los nuevos hábitos de alimentación, o de adquisición de productos, en los cuales se evidencia una preocupación por la responsabilidad por el cuidado del medio ambiente, también sobre la aceptación de productos personalizados, servicios a domicilio, comida vegetariana, entre otras, lo que da paso a formular preguntas más apegadas a la realidad en la que se vive en la actualidad.

2.6.2. Elaborar y aplicar el instrumento

La elaboración de las preguntas se realizó en base al sector seleccionado en el muestreo, aplicando instrumentos como la entrevista y la encuesta, para recolectar datos de mucha relevancia para la ejecución del proyecto, para ello fue necesario aplicar estos instrumentos a jóvenes de entre 15 años hasta adultos de 60 años que consumen este tipo de producto y servicio, de manera de que los datos sean lo más reales posible.

2.6.3. Procesamiento de la información obtenida

Para el procesamiento de la información obtenida en la aplicación de los instrumentos, se procedió a ser analizada, interpretada y tabulada, de manera que la información este más ordenada y se pueda obtener los resultados con mayor facilidad.

Para la clasificación de las respuestas se utilizó en su gran mayoría gráficos estadísticos que fueron calculados en Excel y plasmados en Word, para las preguntas abiertas, se obtuvo varios comentarios que tuvieron que ser analizados desde un punto subjetivo.

2.6.4. Revisión y análisis de la información obtenida

Con la información obtenida, recolectada y clasificada, de la población del cantón Ambato, se da como resultado que en su mayoría si están dispuestos a probar comida vegetariana en menús de comida rápida, utilizar envases amigables con el medio ambiente, pagando su valor justo; consideran que el establecimiento de comida rápida debe abrir sus puertas en más zonas de la ciudad, que tenga mayor alcance para que todos puedan disfrutar de eso.

Para las respuestas de las preguntas abiertas, se analizó mediante un muestreo no probabilístico ya que son respuestas subjetivas en las que ofrecían ideas sobre promociones que les gustaría encontrar en nuestros establecimientos.

2.6.5. Entrega de resultados

Después de revisar todas las respuestas, y resultados se empezó a modificar la carta menú, las promociones, estrategias de venta, servicio, de manera que se pueda satisfacer al mercado actual y también ayudar a posicionarse como una empresa que se preocupa por sus clientes y trata de ofrecer algo más, un distintivo.

2.6.6. Integración de nuevas ideas en el manual de procesos, productos y estrategias de venta

Después de realizar la investigación necesaria, la aplicación de encuestas y entrevistas, revisar y analizar la información obtenida, organizar y presentar los resultados, se pudo ejecutar el paso siguiente, la documentación de ideas de productos y servicios, nuevas estrategias y sello personal en un manual de procesos, que se convierte en el alma del proyecto; el cual está enfocado a la población del cantón Ambato, que al ser la quinta ciudad más poblada del Ecuador, da paso a que el proyecto sea realizable.

En este manual se encuentra paso a paso, detalladamente todos los elementos, herramientas, políticas, pautas y estrategias que deben usarse para tener éxito.

2.7. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

2.7.1. Ficha de observación del establecimiento

La situación actual del departamento de producción fue determinada a través de la aplicación de fichas de observación y entrevistas, en donde se identificaron aspectos importantes en la recepción de materia prima, almacenamiento, su manipulación y servicio.

Ficha de observación

Instrucciones: Se presentan los aspectos que debe considerar en el desarrollo de cada área. Marque con una “X” en la escala atendiendo a los siguientes parámetros.

a. Área de producción

Ficha 1-2: Recepción de materia prima

#	Parámetros a observar	Cumple	Regular	No cumple
1	Se lleva un registro de ingreso			X
2	Verificación de las propiedades organolépticas del producto	X		
3	Hoja de requisición con anterioridad		X	
4	Control de cantidad solicitada y recibida	X		
5	Materia prima recibida, de calidad	X		
6	Temperatura y transporte del producto adecuado	X		
7	Verificación de tiempo de caducidad de materia prima	X		
8	Llevar y registrar en un inventario			X

Fuente: Ficha observación, 2020

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Tabla 3-2: Recepción de materia prima

ORD.	OPCIONES	F. ABSOLUTA	F. RELATIVA %
1	Cumple	5	62
2	Regular	1	13
3	No cumple	2	25
	Total	8	100

Fuente: Ficha observación observación, 2020

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

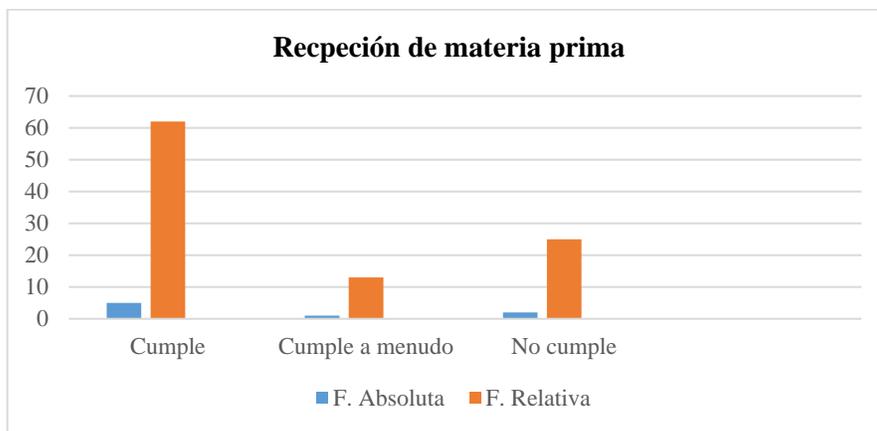


Gráfico 2 – 2: Recepción de materia prima

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Análisis descriptivo: Con los datos arrojados en la ficha de observación se registra un 62% de aspectos cumplidos, 13% cumplidos a menudo y un 25% que no se cumplen.

Análisis interpretativo: Gracias a la ficha de observación aplicada, se puede definir que en procesos de adquisición de materia prima se revisa las cantidades y la calidad de la misma, pero es necesario complementar este proceso con la ayuda de un registro que evalúe la recepción exitosa.

Ficha 2-2: Almacenamiento de materia prima

#	Parámetros a observar	Cumple	Regular	No cumple
1	Sobre pasar la capacidad de materia prima en almacén			X
2	División y clasificación de alimentos entre crudos y cocidos	X		
3	Alimentos refrigerados en temperatura de 4°C	X		
4	Alimentos congelados en temperatura de – 18°C	X		
5	Los alimentos están en estanterías y espacios de fácil acceso y limpieza		X	
6	Ventilación y luz adecuada	X		
7	Alimentos tienen contacto con el piso.		X	
8	Productos ordenados en el sistema FIFO	X		

Fuente: Ficha observación observación, 2020**Realizado por:** Medina, Fabricio, 2020**Tabla 4-2:** Almacenamiento de Materia Prima

ORD.	OPCIONES	F. ABSOLUTA	F. RELATIVA %
1	Cumple	5	62
2	Regular	2	25
3	No cumple	1	13
	Total	8	100

Fuente: Ficha observación observación, 2020**Realizado por:** Medina, Fabricio, 2020

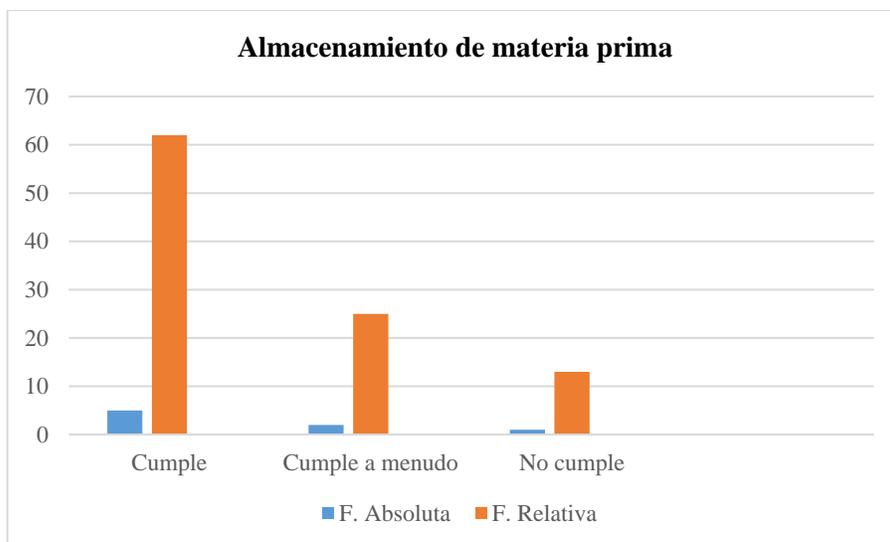


Gráfico 3 – 2: Almacenamiento de materia prima

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Análisis descriptivo: Después de haber realizado la ficha de observación y con todos los datos recogidos, se registra que en el almacenamiento de materia prima se están cumpliendo los aspectos en un 62%, un 25% se cumplen a menudo y un 13% no.

Análisis interpretativo: Con la información obtenida en la aplicación de la ficha de observación se puede determinar que el almacenaje de la materia prima se está realizando de forma correcta en temperaturas y división de géneros, la ubicación de más estanterías ayudaría a evitar productos en el piso.

Ficha 3-2: Área de producción de materia prima

#	Parámetros a observar	Cumple	Regular	No cumple
1	Respetar la cadena de frío de los alimentos		X	
2	Utilizar guantes de látex o de nitrilo para manipular los alimentos		X	
3	Contaminación cruzada en el contacto de las manos del manipulador, superficie o utensilios			X
4	Instalaciones con buena ventilación, iluminación y temperatura para trabajar			X

5	Las instalaciones son adecuadas para su limpieza, desinfección de pisos paredes y equipos	X		
6	En la preparación de alimentos se respetan los tiempos y temperaturas de cocción		X	
7	Se procura limpiar con agua caliente y detergentes los utensilios y equipos de cocina para evitar restos de comida o suciedad en general	X		
8	Utilización de métodos y técnicas en la preparación de los alimentos		X	
9	Mantener los alimentos de fuera de los 10 a 60°C para evitar la proliferación microbiana	X		

Fuente: Ficha observación observación, 2020

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Tabla 5-2: Área de producción de materia prima

ORD.	OPCIONES	F. ABSOLUTA	F. RELATIVA %
1	Cumple	3	33
2	Regular	4	44
3	No cumple	2	22
	Total	9	100

Fuente: Ficha observación observación, 2020

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

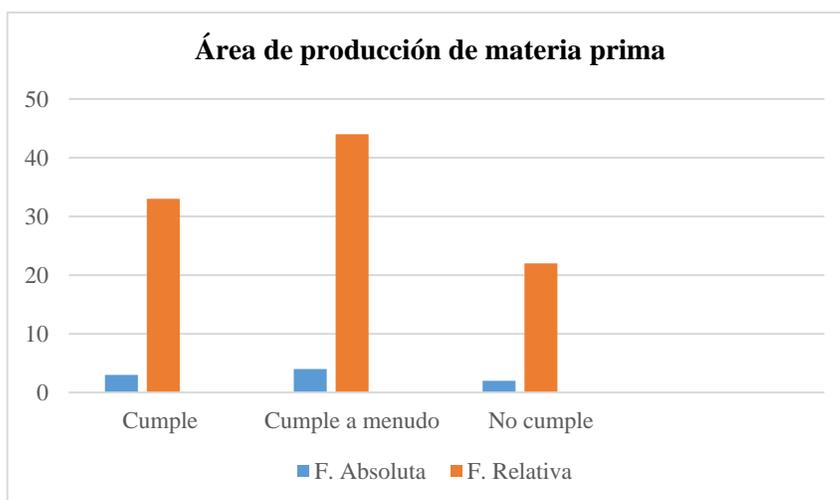


Gráfico 4 – 2: Área de producción de materia prima

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Análisis descriptivo: Del total de datos obtenidos en la ficha de observación, indica que, en el área de producción de materia prima, en un 33% se cumplen los aspectos planteados, un 44% se cumplen a menudo y el 22% no.

Análisis Interpretativo: Se obtuvo los resultados de que en el área de producción la mayoría de aspectos se cumplen regularmente, lo que indica que se debe tomar más importancia en las técnicas, métodos y tiempos de cocción, para tener mejor resultados.

Ficha 4-2: Área de desperdicios y desinfección

#	Parámetros a observar	Cumple	Regular	No cumple
1	Clasificación de desperdicios orgánicos e inorgánicos		X	
2	Existencia de lugar especializado para manejo de desperdicios			X
3	Detergentes y desinfectantes alejados de la producción de comida	X		
4	Las fundas de basura son llevadas de inmediato al contenedor cuando se llenan	X		
5	Desinfección del área con solución hipocloro antes de trabajar		X	
6	Utensilios de aseo correctos para realizar la limpieza y desinfección	X		
7	Desinfección de lavabos antes y después de la jornada de trabajo		X	
8	Plan de reciclaje con los desperdicios			X
9	Uso adecuado de los desperdicios de comida		X	

Fuente: Ficha observación observación, 2020

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Tabla 6-2: Área de desperdicios y desinfección

ORD.	OPCIONES	F. ABSOLUTA	F. RELATIVA %
1	Cumple	3	33
2	Regular	4	44
3	No cumple	2	22
	Total	9	100

Fuente: Ficha observación observación, 2020

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

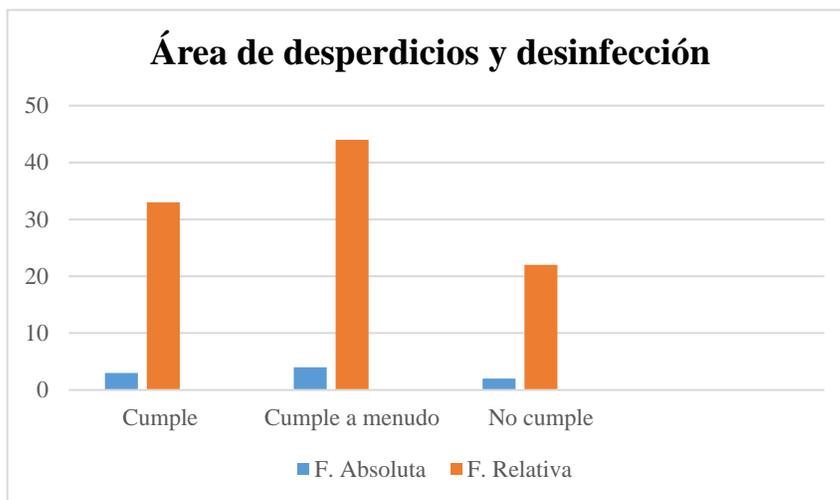


Gráfico 5 – 2: Área de desperdicios y desinfección

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Análisis descriptivo: Del total de datos obtenidos en la ficha de observación, indica que, en el área de desperdicios y desinfección, en un 33% se cumplen los aspectos planteados, un 44% se cumplen a menudo y el 22% no.

Análisis Interpretativo: Se obtuvo los resultados de que, en el área de desperdicios y desinfección, la mayoría de aspectos se cumplen regularmente, lo que indica que se debe tomar más importancia en los desperdicios que salen de cocina, como ordenarlos para luego ser desechados.

Ficha 5 – 2: Presentación y estandarización de recetas

#	Parámetros a observar	Cumple	Regular	No cumple
1	En la producción se hace uso de recetas estándar			X
2	El tiempo para despachar un pedido es rápido y bien presentado		X	
3	La vajilla es adecuada para la presentación de los montajes	X		
4	Las porciones son correctas y homogéneas en la presentación de los platos.	X		
5	Los productos en el plato llegan en una temperatura adecuado cuando llegan al comensal.	X		
6	Existe un orden y sentido de los elementos sobre el plato	X		
7	Existe un equilibrio entre sabor y color en el plato		X	
8	Existe buena relación entre precio y calidad.		X	

Fuente: Ficha observación, 2020

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Tabla 5 – 2: Presentación y estandarización de recetas

ORD.	OPCIONES	F. ABSOLUTA	F. RELATIVA %
1	Cumple	4	50
2	Regular	3	37
3	No cumple	1	13
	Total	8	100

Fuente: Ficha observación observación, 2020

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

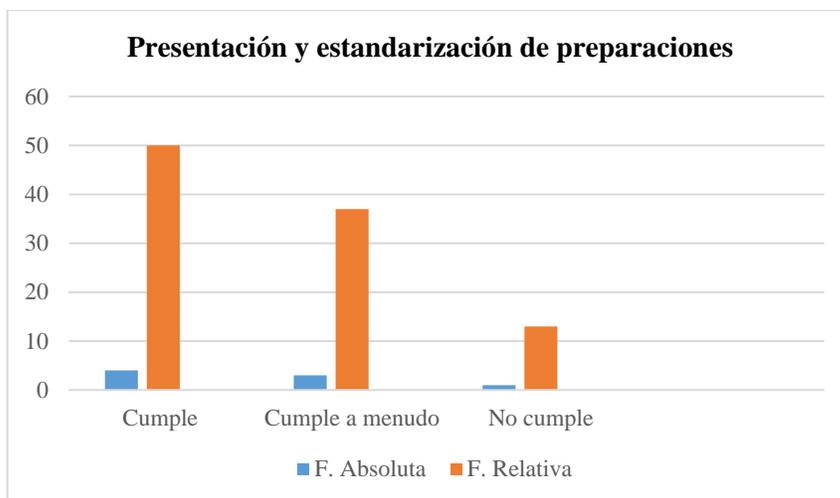


Gráfico 6 – 2: Presentación y estandarización de recetas

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Análisis descriptivo: En la información obtenida en la ficha de observación, indica que, en presentación y estandarización de preparaciones, en un 50% se cumplen los aspectos estipulados, en un 37% se cumplen a menudo y en un 13% no.

Análisis Interpretativo: Mediante la ficha de observación se obtuvo los resultados de la presentación y estandarización de preparaciones, existe preocupación por que el producto mantenga un estilo y estética uniforme, sin embargo, para que los resultados sean más objetivos se necesita trabajar con estandarización de recetas.

Ficha 6 – 2: Personal de área de producción

#	Parámetros a observar	Cumple	Regular	No cumple
1	Uso correcto de los uniformes.	X		
2	Capacitado para desempeñar sus tareas	X		
3	Uso de accesorios y colonias innecesarias		X	
4	Limpieza en su área de trabajo	X		
5	Conocimiento sobre la materia prima que manipula	X		
6	Conocimiento sobre equipos y utensilios que manipulan	X		

7	Rapidez para realizar sus actividades		X	
8	Uso correcto de su horario de trabajo		X	
9	Buena comunicación entre compañeros	X		

Fuente: Ficha observación observación, 2020

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Tabla 6 – 2: Personal del área de producción

ORD.	OPCIONES	F. ABSOLUTA	F. RELATIVA %
1	Cumple	6	67
2	Regular	3	33
3	No cumple	0	0
	Total	9	100

Fuente: Ficha observación observación, 2020

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

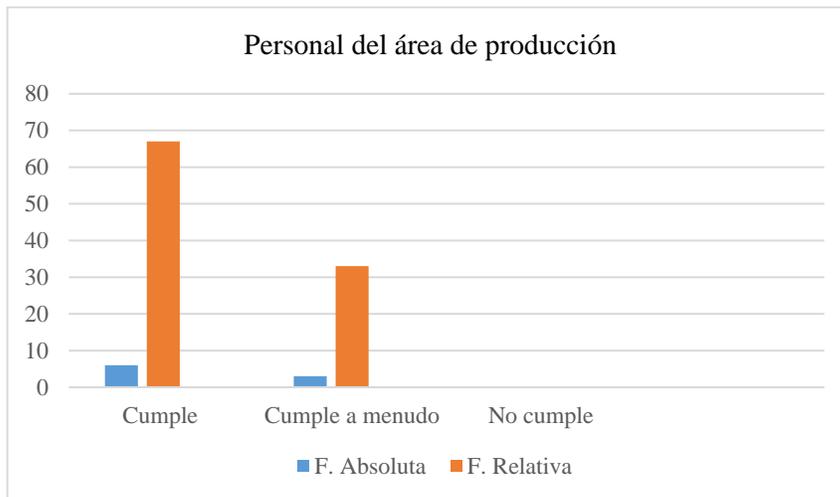


Gráfico 7-2: Personal del área de producción.

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Análisis descriptivo: Al finalizar esta ficha de observación, se encuentra que, un 67% del personal del área de producción cumplen con los parámetros indicados, el 33% lo cumple a menudo y el 0% no.

Análisis Interpretativo: Se obtuvo los resultados sobre el personal del área de producción realiza sus actividades de una forma ordenada, cumple con sus obligaciones y se esfuerza por mejorar, sin embargo, hay aspectos como el control del tiempo en ciertas actividades que debe ser reforzado.

b. Área de administración

Ficha 7-2: Organigrama estructural

#	Parámetros a observar	Cumple	Regular	No cumple
1	Existencia de un organigrama estructural definido			X
2	Papeles de la organización al día		X	
3	Actividad de la organización en plataformas virtuales		X	
4	Capacitación al personal			X
5	Distribución adecuada de tareas para el personal	X		
6	Entrevista, contratación e inducción adecuada de nuevo personal	X		
7	Encomendación de responsabilidades a jefes de área	X		

Fuente: Ficha observación observación, 2020

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Tabla 7-2: Organigrama estructural

ORD.	OPCIONES	F. ABSOLUTA	F. RELATIVA %
1	Cumple	3	42
2	Regular	2	29
3	No cumple	2	29
	Total	7	100

Fuente: Ficha observación observación, 2020

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

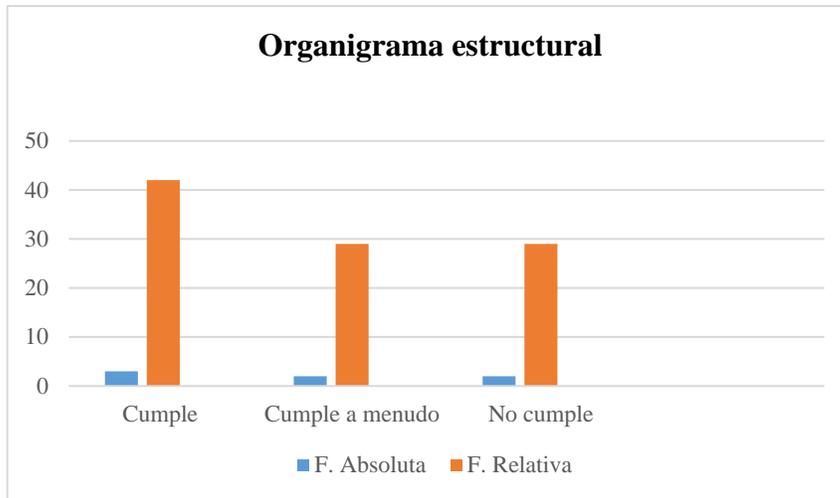


Gráfico 8-2: Organigrama estructural

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Análisis descriptivo: Al finalizar esta ficha de observación, se encuentra que, un 42% del organigrama estructural de la administración cumple con los parámetros indicados, el 29% lo cumple a menudo y el otro 29% no lo hace.

Análisis Interpretativo: Por medio de la información que arrojó la ficha de observación se obtuvo los resultados de que, el área administrativa cumple con la mayoría de sus funciones en la distribución de tareas y responsabilidades a los miembros de la organización, sin embargo, es esencial que todo eso esté detallado y escrito en un manual.

Ficha 8-2: Convenios y alianzas

#	Parámetros a observar	Cumple	Regular	No cumple
1	Proceso de búsqueda y selección de la mejor opción para proveedor.		X	
2	Buena relación con los proveedores, para crear lazos de confianza.	X		
3	Alianzas estratégicas con establecimientos cercanos a la industria como panaderías y pastelerías, otros emprendimientos.		X	
4	Convenio con el GAD para participación social como empresa.			X
5	Convenio con músicos independientes y eventos culturales para contribuir en sus eventos, para acercarnos más al mercado juvenil.		X	
6	Convenios o auspicios con equipos de fútbol		X	
7	Participación en coronaciones de reina, para incrementar la imagen de la empresa.			X
8	Alianza de productos con industrias grandes como Coca Cola o Fructi Soda.			X

Fuente: Ficha observación observación, 2020

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Tabla 8-2: Convenios y alianzas

ORD.	OPCIONES	F. ABSOLUTA	F. RELATIVA %
1	Cumple	1	13
2	Regular	4	50
3	No cumple	3	38
	Total	8	100

Fuente: Ficha observación observación, 2020

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

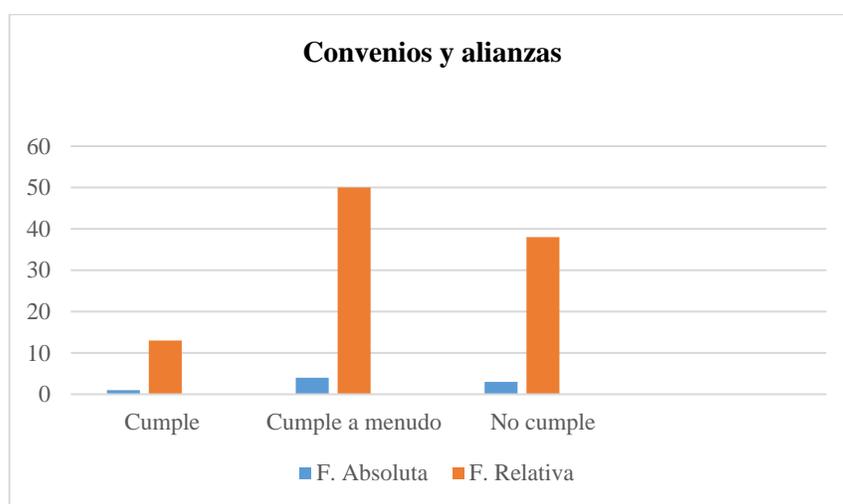


Gráfico 9-2: Convenios y alianzas

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Análisis descriptivo: Del total de la información receptada en esta ficha de observación, permite determinar que el 13% de los aspectos de convenios y alianzas son cumplidas, el 50% cumple a menudo y el 38% no cumple.

Análisis Interpretativo: Mediante la información que se logró recoger, se puede determinar que estos aspectos de alianza y convenios con músicos independientes, equipos barriales de futbol, GAD, se dan, pero ocasionalmente, lo que indica que se debe reforzar esos lazos de ayuda mutua, el trato con proveedores es considerablemente bueno, pero se necesita un registro del desarrollo de solicitud de su servicio y producto.

Ficha 9-2: Relación entre administración a empleados

#	Parámetros a observar	Cumple	Regular	No cumple
1	Existe una reunión mensual para hablar sobre el desarrollo de las actividades, objetivos y sugerencias			X
2	Incentivos y motivaciones de bonos o detalles en fechas festivas como Navidad, Año nuevo, cumpleaños.	X		
3	Reconocimiento de horas extra.		X	
4	Capacitación para aumentar y desarrollar conocimientos y habilidades del personal.			X
5	Recepción de nuevas propuestas para la empresa.	X		
6	Motivación verbal y psicológica para realizar sus tareas encomendadas.	X		
7	Predisposición para ayuda en cualquier circunstancia laboral o personal.	X		
8	Respeto y consideración entre ambas partes.	X		

Fuente: Ficha observación observación, 2020**Realizado por:** Medina, Fabricio, 2020**Tabla 9-2: Relación entre administración a empleados**

ORD.	OPCIONES	F. ABSOLUTA	F. RELATIVA %
1	Cumple	5	62
2	Regular	1	13
3	No cumple	2	25%
	Total	8	100

Fuente: Ficha observación observación, 2020**Realizado por:** Medina, Fabricio, 2020

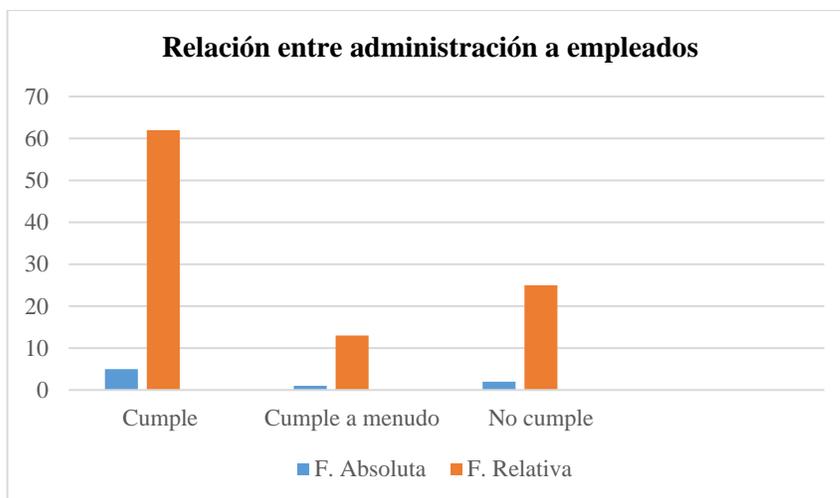


Gráfico 10-2: Relación entre administración a empleados

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Análisis descriptivo: Del total de la información receptada en esta ficha de observación, permite determinar que el 62% de los aspectos de relación entre administración y empleados son cumplidas, el 13% cumple a menudo y el 25% no cumple.

Análisis Interpretativo: Mediante la información que se logró recoger, se puede determinar que estos aspectos de relación entre administración y empleados se cumplen de una forma adecuada y considerada, sin embargo, aspectos como capacitaciones son muy importantes a tomar en cuenta.

Ficha 9 -2: Estrategias de venta

#	Parámetros a observar	Cumple	Regular	No cumple
1	Existe una reunión mensual para planificar sobre nuevos productos, estrategias y o movimientos en el mercado		X	
2	La publicidad del producto es real, en proporciones, precios y vistosidad.	X		
3	Transparencia en los procesos de manipulación de alimentos.	X		
4	Promociones en fechas importantes como Navidad, día de las madres, año nuevo, san valentín, entre otros		X	

5	Promoción en redes sociales sobre descuentos, días de locura, 2 x1, el segundo a mitad de precio	X		
6	Bebidas gratis por la compra de ciertos productos de promoción.		X	
7	Voletines entregados fuera de estadios, coliseos, conciertos, iglesias.			X
8	Participación en ferias para dar degustaciones de nuevos productos del establecimiento.			X

Fuente: Ficha observación observación, 2020

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Tabla 10-2: Estrategias de venta

ORD.	OPCIONES	F. ABSOLUTA	F. RELATIVA %
1	Cumple	3	37
2	Regular	3	38
3	No cumple	2	25
	Total	8	100

Fuente: Ficha observación observación, 2020

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

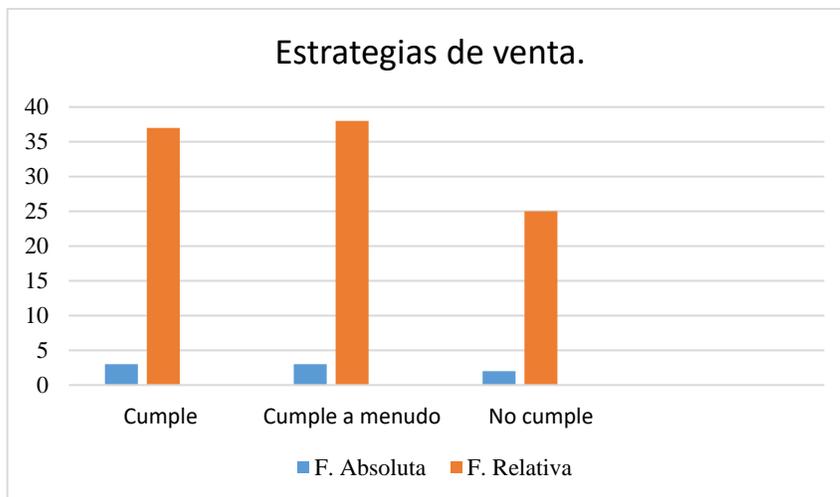


Gráfico 11-2: Estrategias de venta

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Análisis descriptivo: En la ficha de observación realizada indica que el 37% cumple con estos aspectos sobre estrategias de venta, el 38% lo cumple a menudo y 25% no.

Análisis Interpretativo: Con la información obtenida en los resultados, se puede determinar que dentro de las estrategias de venta se las aplica regularmente, lo que nos indica que se debe dar más importancia a la aplicación constante, para mejores resultados.

Ficha 10-2: Identidad de la empresa

#	Parámetros a observar	Cumple	Regular	No cumple
1	Existe misión y visión de la empresa detallada en un escrito			X
2	Los objetivos de la empresa estan detallados en un escrito	X		
3	Conocimiento del significado del nombre, slogan, logotipo y colores respectivos de la empresa.		X	
4	Existe propaganda de la empresa en medios como radio, televisión, redes sociales, paginas web.			X
5	Existe una interacción activa de la empresa en redes sociales, para que el mercado lo reconozca con facilidad.	X		
6	El uniforme es una insignia del establecimiento fácil de reconocer en cualquier parte.	X		
7	Existe un producto que identifique y represente a la empresa en el mercado.	X		
8	La historia y la continuidad de la empresa a través de los años la ha convertido en un establecimiento típico de comida rápida en el mercado.	X		

Fuente: Ficha observación observación, 2020

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Tabla 11-2: Identidad de la empresa

ORD.	OPCIONES	F. ABSOLUTA	F. RELATIVA %
1	Cumple	5	62
2	Regular	1	13
3	No cumple	2	25
	Total	8	100

Fuente: Ficha observación observación, 2020

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

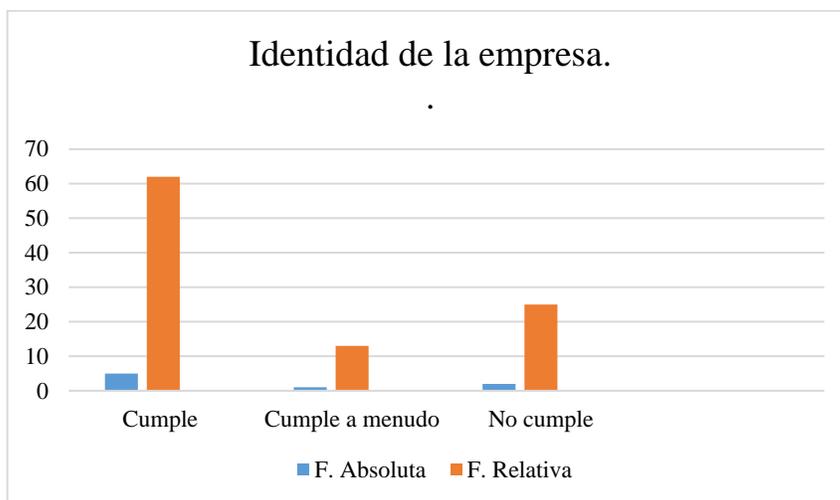


Gráfico 12-2: Identidad de la empresa

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Análisis descriptivo: Del total de la información receptada en esta ficha de observación, permite determinar que el 62% de los aspectos de identidad de la empresa son cumplidas, el 13% cumple a menudo y el 25% no cumple.

Análisis Interpretativo: Mediante la información que se logró recoger, se puede determinar que estos aspectos de identidad de la empresa son cumplidos de forma adecuada, lo que demuestra que existe en desarrollo de asimilación de información, por ejemplo, en el manual, donde se encuentra la misión, visión, objetivos, distingos, fortalezas y debilidades, entre otros.

c. Área de ventas

Ficha 11-2: Menú

#	Parámetros a observar	Cumple	Regular	No cumple
1	Existe un menú en físico, visible y entendible.	X		
2	Existe una carta menú personal para cada cliente.			X
3	Los productos del menú se renovan periódicamente.		X	
4	Existe productos para personas vegetarianas			X
5	Imágenes reales del producto que se ofrece.		X	
6	Productos con variedad de precios.	X		
7	Siempre hay todos los productos del menú.	X		
8	El diseño del arte del menú es atractivo, llamativo y bien estructurado.		X	

Fuente: Ficha observación observación, 2020

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Tabla 12-2: Menú

ORD.	OPCIONES	F. ABSOLUTA	F. RELATIVA %
1	Cumple	3	37
2	Regular	3	38
3	No cumple	2	25
	Total	8	100

Fuente: Ficha observación observación, 2020

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

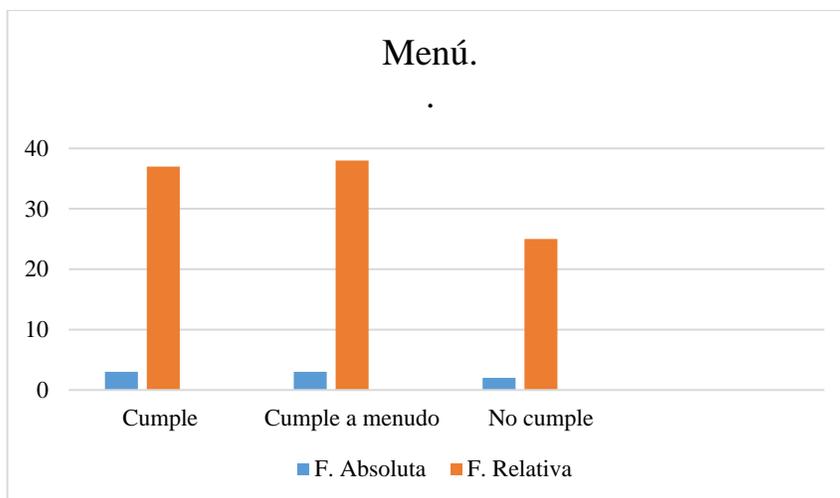


Gráfico 13-2: Menú

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Análisis descriptivo: Según los datos arrojados en la ficha de observación el 37% de los aspectos del menú han sido cumplidos, el otro 38% son cumplidos a menudo y el 25% no.

Análisis Interpretativo: Por medio de la ficha se obtuvo datos que ayudan a determinar que la efectividad del menú actual es buena, sin embargo, puede mejorar, trabajando en aspectos de innovación.

Ficha 12-2: Atención al cliente

#	Parámetros a observar	Cumple	Regular	No cumple
1	Existe un protocolo escrito para atender a los clientes			X
2	Existe un protocolo escrito para manejar problemas o discusiones con los clientes			X
3	Se utiliza correctamente el servicio americano.		X	
4	La manera de tomar la orden es adecuada y eficiente.		X	
5	Existe un sistema de manejo de comandas.		X	
6	Servicio especial para mujeres embarazadas, personas con capacidades especiales y adultos mayores	X		

7	Uniforme adecuado que identifica al personal de servicio		X	
8	Sistema de ubicación y organización de las mesas.		X	

Fuente: Ficha observación observación, 2020

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Tabla 13-2: Atención al cliente

ORD.	OPCIONES	F. ABSOLUTA	F. RELATIVA %
1	Cumple	1	13
2	Regular	5	62
3	No cumple	2	25
	Total	8	100

Fuente: Ficha observación observación, 2020

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

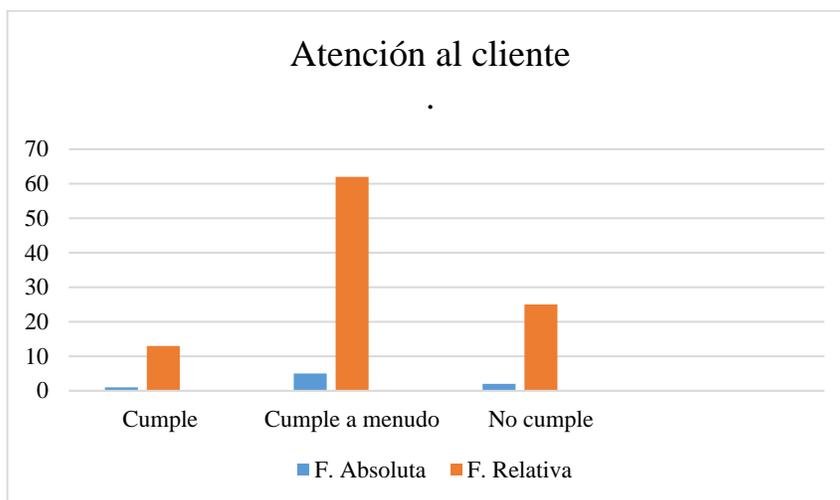


Gráfico 14-2: Atención al cliente

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Análisis descriptivo: Según los datos arrojados en la ficha de observación el 13% de los aspectos del menú han sido cumplidos, el otro 62% son cumplidos a menudo y el 25% no.

Análisis Interpretativo: Por medio de la ficha se obtuvo datos que ayudan a determinar que el servicio al cliente tiene ciertas deficiencias, ya que regularmente se cumplen los aspectos planteados y se debe mejorar la forma de atender las comandas.

Ficha 13-2: Ambiente en el área de servicio

#	Parámetros a observar	Cumple	Regular	No cumple
1	Infraestructura en buen estado	X		
2	Decoración agradable y llamativa.	X		
3	Comodidad y confort para los clientes		X	
4	Música agradable y adecuada acorde a la hora del día.	X		
5	Iluminación adecuada y limpieza en toda el área de servicio.	X		
6	Instalaciones de aseo adecuadas para los clientes	X		
7	Entrada accesible para personas en silla de ruedas o con bastón		X	
8	Seguridad con alarmas contra incendio, luces de emergencia, señalética para emergencias			X

Fuente: Ficha observación observación, 2020

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Tabla 14-2: Ambiente en el área de servicio

ORD.	OPCIONES	F. ABSOLUTA	F. RELATIVA %
1	Cumple	5	62
2	Regular	2	25
3	No cumple	1	13
	Total	8	100

Fuente: Ficha observación observación, 2020

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

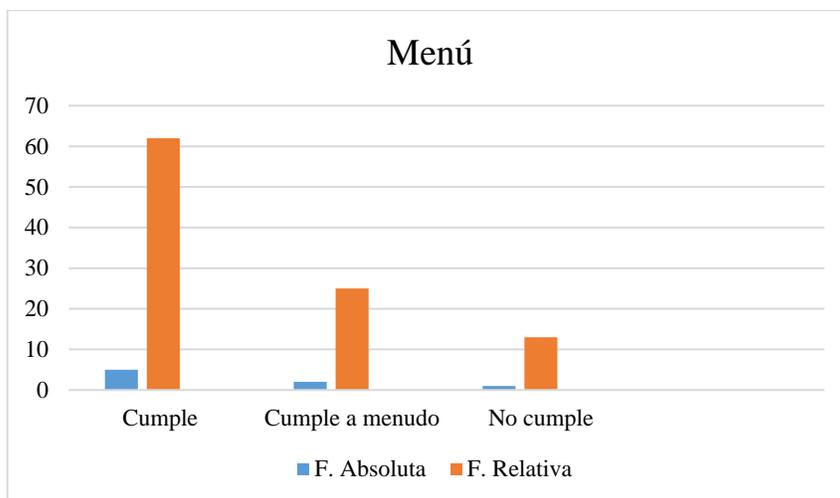


Gráfico 15-2: Ambiente en el área de servicio

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Análisis descriptivo: En la presente ficha de observación, indica que el 62% cumple los aspectos establecidos del ambiente en el área de servicio, el 25% a menudo y el 13% no se cumple.

Análisis Interpretativo: Con la información obtenida se entiende que los aspectos del ambiente del área de servicio se están cumpliendo adecuadamente, pero se puede mejorar invirtiendo en elementos de seguridad como cámaras, alarmas, señalética, entre otras.

d. Área financiera

Ficha 14 – 2: Sistema de contabilidad

#	Parámetros a observar	Cumple	Regular	No cumple
1	Existe un sistema de contabilidad escrito o virtual	X		
2	Información detallada de los usuarios de la empresa y de los proveedores con los que se trabaja			X
3	Registro de la actividad de los proveedores		X	
4	Se contempla las horas extras ha pagar para los empleados		X	

5	Análisis del desarrollo y evolución económica de la empresa	X		
6	Uso de Software gastronómico aplicado en la contabilidad de la empresa.			X
7	Proyección de ventas para fechas futuras.		X	
8	Registro de inventario actualizado de la empresa.	X		

Fuente: Ficha observación observación, 2020

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Tabla 15-2: Sistema de contabilidad

ORD.	OPCIONES	F. ABSOLUTA	F. RELATIVA %
1	Cumple	3	37
2	Regular	3	38
3	No cumple	2	25
	Total	8	100

Fuente: Ficha observación observación, 2020

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

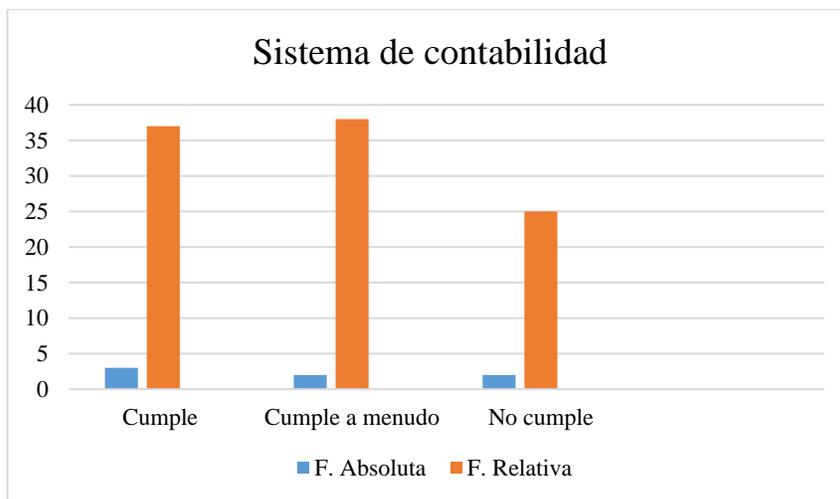


Gráfico 16-2: Sistema de contabilidad

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Análisis descriptivo: Se recolectaron datos que indican que el 37% cumple los aspectos establecidos del sistema de contabilidad, el 37% a menudo y el 25% no se cumple.

Análisis Interpretativo: Con la información obtenida se determina que se trata de llevar un control financiero, contable, pero para obtener mejores resultados es necesario, utilizar un sistema más detallado.

Ficha 15-2: Sistema de cobro a los clientes

#	Parámetros a observar	Cumple	Regular	No cumple
1	Facturación electrónica de los pagos de los clientes.			X
2	Uso de equipo especializado de cobro como máquina registradora.			X
3	Sistema de cobro, unido a las comandas de cocina.		X	
4	Algun tipo de software gastronómico aplicado en caja			X
5	Pagos con moneda electrónica o con tarjeta de crédito.			X
6	Beneficios por pagar en efectivo			X
7	Control de caja en transcurso del día y al cerrar.	X		

Fuente: Ficha observación observación, 2020

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Tabla 16-2: Sistema de cobro a los clientes

ORD.	OPCIONES	F. ABSOLUTA	F. RELATIVA %
1	Cumple	1	14
2	Regular	1	14
3	No cumple	5	72
	Total	7	100

Fuente: Ficha observación observación, 2020

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

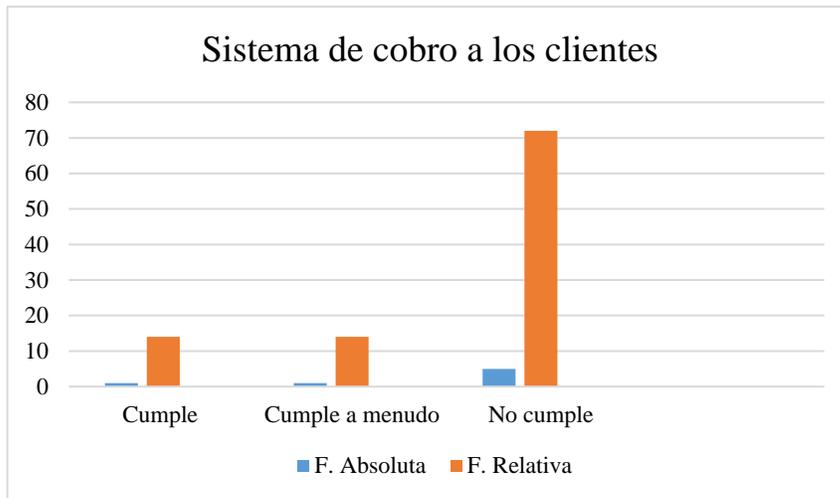


Gráfico 17-2: Sistema de cobro a los clientes

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Análisis descriptivo: Se recolectaron datos que indican que el 14% cumple los aspectos establecidos del sistema de cobro a los clientes, el 14% a menudo y el 72% no se cumple.

Análisis Interpretativo: Con la información obtenida se determina que el sistema de cobro del establecimiento es anticuado y debe ser actualizado para tener resultados más objetivos y concretos.

Ficha 16-2: Gestión de gastos

#	Parámetros a observar	Cumple	Regular	No cumple
1	Control diario de gastos	X		
2	Análisis mensual para reducir gastos innecesarios.	X		
3	Busqueda constante de nuevos y mejores proveedores en el mercado.		X	
4	Plan de control para posibles crisis en el mercado como por ejemplo paros nacionales.		X	

5	Análisis de control de recursos mal administrados en el área de producción o de servicio que generan gastos.	X		
6	Análisis de productos en el menú de menor rentabilidad que deben ser mejorados.		X	
7	Evitar intereses por mora de pagos.	X		

Fuente: Ficha observación observación, 2020

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Tabla 17-2: Gestión de gastos

ORD.	OPCIONES	F. ABSOLUTA	F. RELATIVA %
1	Cumple	4	57
2	Regular	3	43
3	No cumple	0	0
	Total	7	100

Fuente: Ficha observación observación, 2020

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

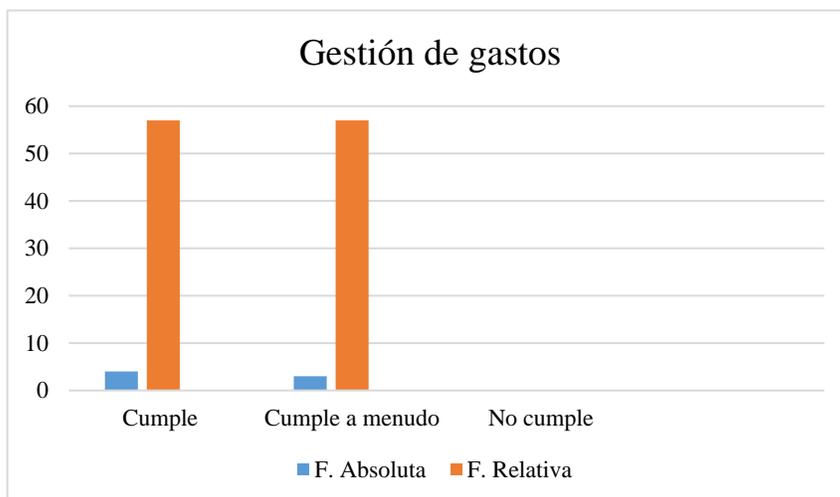


Gráfico 18-2: Gestión de gastos

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Análisis descriptivo: Se recolectaron datos que indican que el 57% cumple los aspectos establecidos en la gestión de gastos, el 14% a menudo y el 0% no se cumple.

Análisis Interpretativo: Con la información obtenida se determina que la gestión de gastos está presente en la mayoría de procesos que se realizan en la empresa, siempre buscando mermar gastos innecesarios, de igual forma, para mejorar este aspecto sería necesario conversar con todos los miembros de la empresa en una reunión mensual.

Ficha 17-2: Inversión

#	Parámetros a observar	Cumple	Regular	No cumple
1	Control de inversión mensual detallada en un escrito.		X	
2	Inversión en publicidad mensual.		X	
3	Implementación de nuevos equipos adecuados para las áreas de trabajo.		X	
4	Nuevos uniformes para la buena presentación del personal	X		
5	Renovación del area de servicio para una mejor atención al cliente.	X		
6	Mejorar los recipientes, o vajilla utilizada para servir los alimentos.	X		
7	Contratación de más personal, capacitado para mejorar la atención.		X	
8	Adquisición de mejores productos como materia prima.	X		

Fuente: Ficha observación observación, 2020

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Tabla 18-2: Inversión

ORD.	OPCIONES	F. ABSOLUTA	F. RELATIVA %
1	Cumple	4	50
2	Regular	4	50

3	No cumple	0	0
	Total	8	100

Fuente: Ficha observación observación, 2020

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

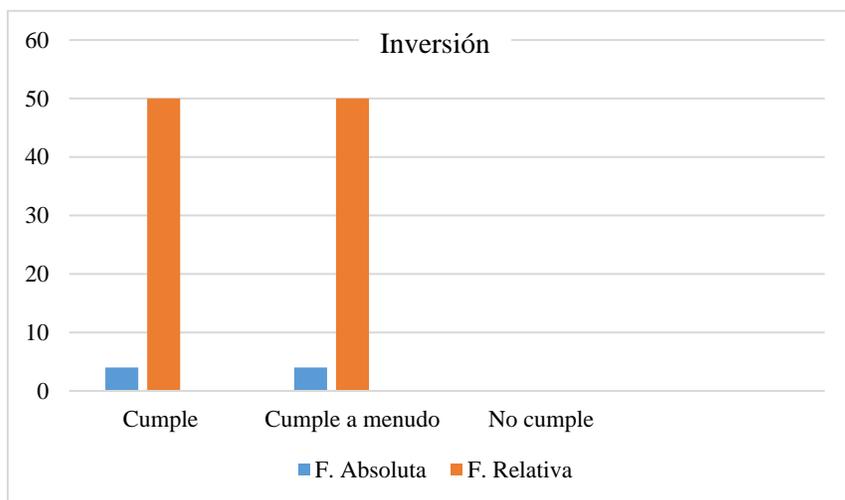


Gráfico 19-2: Inversión

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Análisis descriptivo: Se recolectaron datos que indican que el 50% cumple los aspectos determinados en inversión, el 50% a menudo y el 0% no se cumple.

Análisis Interpretativo: Con la información obtenida se determina que se invierte de manera prudente lo que mantiene a la empresa de una forma equilibrada y estable, pero es importante tomar el riesgo de invertir para poder crecer y mejorar.

2.8. Entrevistas al cliente interno

Entrevista

Este instrumento se utiliza para recolectar información de una manera más personal con el sujeto entrevistado, apreciando sus opiniones y perspectivas sobre uno o varios temas.

Tabla 19-2: Entrevista al cliente interno

Preguntas	Respuestas
¿Conoce y entiende su puesto y función que cumple en la empresa?	Entiendo las funciones que debo realizar, el papel que cumplo en la empresa, mis deberes y obligaciones.
¿Considera que las actividades diarias que realiza cumplen con un objetivo?	Si, ya que tenemos un control de inventario, sabemos cuánto debemos vender a diario.
¿Conoce usted que es un manual de procesos y para qué sirve? Si/No ¿Por qué?	Si, entiendo que es una guía con mucha información sobre la empresa, sobre nuestras tareas y para despejar cualquier duda.
¿Tiene usted algún tipo de manual para realizar sus actividades dentro del trabajo? Si/No ¿Por qué?	No, aun no se nos ha facilitado un manual completo, pero si folletos y charlas.
¿Considera usted que las actividades que desarrolla en su trabajo las realiza de forma correcta?	Según las explicaciones que nos indican, realizamos el trabajo cumpliendo con lo solicitado.
¿Considera que sea necesario hacer una pequeña reunión previa a la jornada de trabajo, para tratar varios temas? Si/No ¿Por qué?	Si, cuando se tiene un poco de tiempo libre en las mañanas, porque nos ayuda a resolver asuntos pendientes.
¿Considera que sería factible crear un manual de procesos para facilitar su trabajo y también para alcanzar mejores objetivos? Si/No ¿Por qué?	Si, ya que nos ayudaría a aprender mucho más sobre nuestra labor y se cometería menos errores.
¿Cree conveniente recibir capacitaciones de nuevos conocimientos semestralmente? Si/No ¿Por qué?	Si, por que mientras más aprendamos, nuestro trabajo va a ser mejor valorado.
¿Cree usted que la empresa estimula y ayuda a desarrollar sus habilidades y valores? Si/No ¿Por qué?	No, es un tema que, si se debería dar más énfasis, ya que en ocasiones realizamos la misma actividad varias veces y resulta tedioso.
¿De qué forma ha cambiado su vida desde que ingreso a trabajar en esta empresa?	De una manera positiva, he podido conocer a mucha gente agradable, aprender y mantenerme ocupado.

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

2.8.1. Tabulación y análisis de resultados

1. Valore el nivel de calidad de alimentos adquiridos para materia prima

Tabla 20-2: Calidad de materia prima

Ord.	Opciones	F. Absoluta	F. Relativa %
a)	Alta calidad	3	60
b)	Buena calidad	2	40
c)	Baja calidad	0	
d)	Pésima calidad	0	0
	Total:	5	100

Fuente: Encuesta, 2020

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

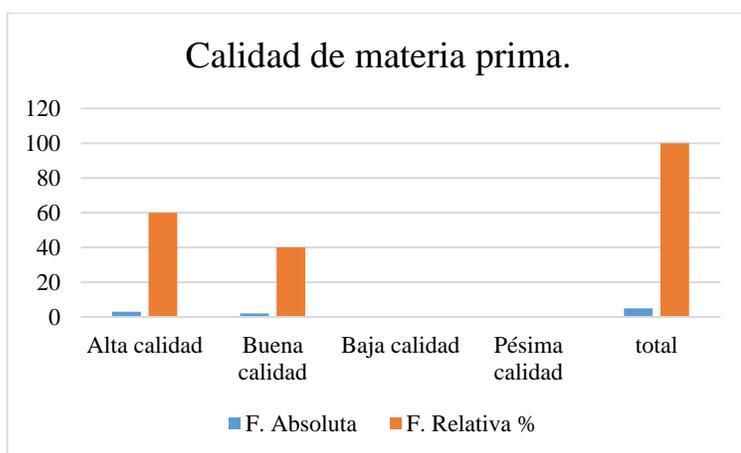


Gráfico 20 –2: Calidad de materia prima

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Análisis descriptivo: Del total de 5 personas encuestadas al 60% califica de alta calidad la materia prima adquirida, el 40% indica que es de buena calidad, mientras que el 0% indica que es de baja o de pésima calidad.

Análisis interpretativo: Según los resultados de la encuesta realizada se aprecia que la mayoría de los encuestados consideran que el establecimiento trabaja con productos de alta calidad para su manipulación y venta.

2. Califique la infraestructura y el equipamiento del área de cocina

Tabla 21 –2: Infraestructura y equipamiento de producción

Ord.	Opciones	F. Absoluta	F. Relativa %
a)	Equipos completos	1	20
b)	Equipos funcionales	2	40
c)	Completo abastecimiento de utensilios de cocina.	0	0
d)	Buena ubicación y organización de equipos y utensilios de cocina.	0	0
e)	Todas las anteriores.	2	40
	Total	5	100

Fuente: Encuesta, 2020

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

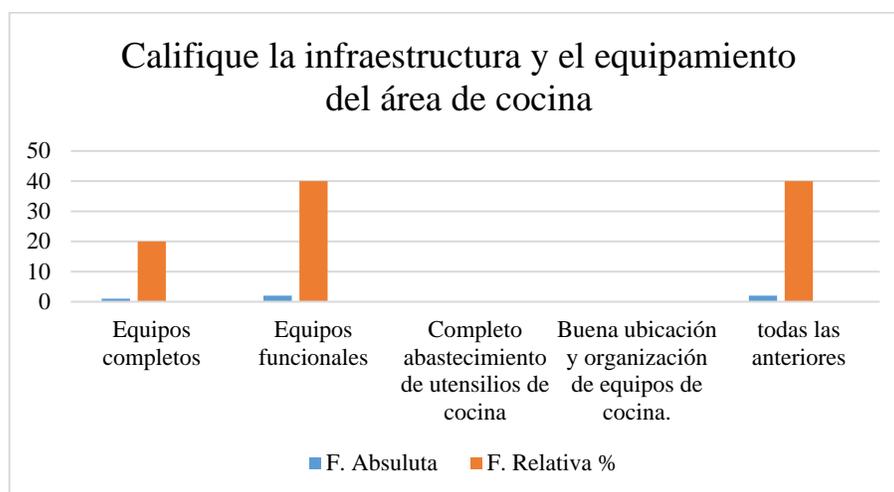


Gráfico 21 – 2: Infraestructura y equipamiento de producción

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Análisis descriptivo: Del total de las personas encuestadas el 20% indica que los equipos de cocina son completos, un 40 % califica los equipos como funcionales, completo abastecimiento de utensilios de cocina en un 0% y el 40% indica que todas las opciones anteriores se cumplen.

Análisis interpretativo: Después de la recolección de datos obtenidos con la encuesta realizada, se observa que la mayoría considera que los equipos si cumplen con los parámetros necesarios para realizar sus actividades normalmente.

3. Califique el nivel de calidad de distribución, almacenamiento y abastecimiento en bodega de materia prima

Tabla 22 – 2: Abastecimiento, almacenamiento y distribución de materia prima

Ord.	Opciones	F. Absoluta	F. Relativa %
a)	Eficiente	2	40
b)	Bueno	2	40
c)	Mala	1	20
d)	Deficiente	0	0
	Total	5	100

Fuente: Encuesta, 2020

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

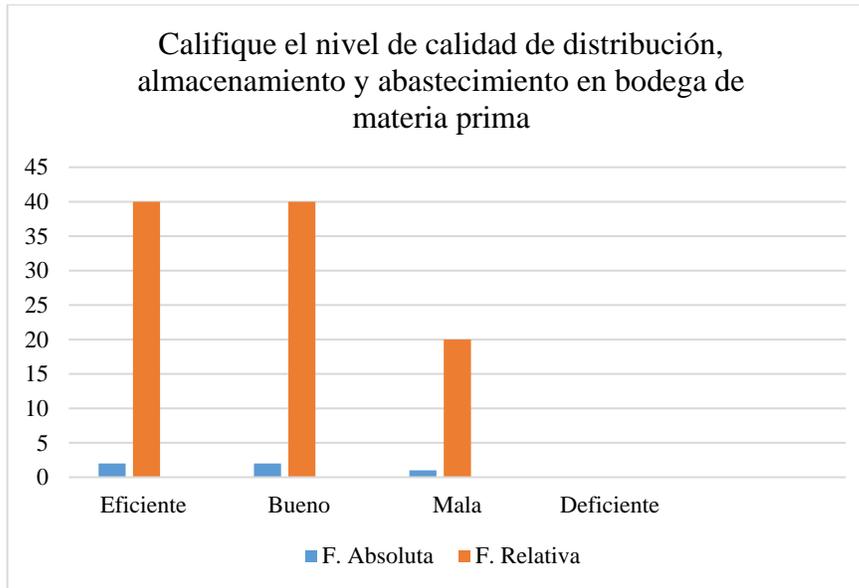


Gráfico 22 – 2: Abastecimiento, almacenamiento y distribución de materia prima

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Análisis descriptivo: Del total de encuestados el 40% califica como eficiente la distribución, almacenamiento y abastecimiento en bodega, el otro 40% como buena, el 20% como mala y el 0% en deficiente.

Análisis interpretativo: Se pudo notar que la mayoría de los encuestados consideran que la distribución, almacenaje y abastecimiento de materia prima se hace de forma correcta, sin embargo puede ser mucho más eficiente, mejorando los espacios, equipos y dedicando más tiempo para este aspecto.

4. Califique la infraestructura y el equipamiento del área de servicio

Tabla 23 - 2 : Infraestructura y equipamiento de servicio

Ord.	Opciones	F. Absoluta	F. Relativa %
a)	Equipos completos	0	0
b)	Equipos funcionales	2	40
c)	Completo abastecimiento de utensilios de cocina.	0	0
d)	Buena ubicación y organización de equipos y utensilios de cocina.	2	40
e)	Todas las anteriores.	1	20
	Total	5	100

Fuente: Encuesta, 2020

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

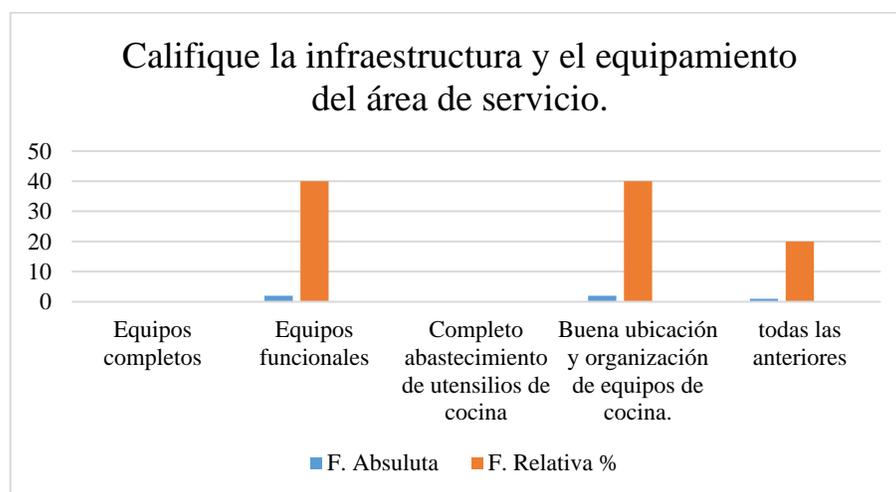


Gráfico 23 - 2 : Infraestructura y equipamiento de servicio

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Análisis descriptivo: Del total de las personas encuestadas el 0% indica que los equipos de cocina son completos, un 40 % califica los equipos como funcionales, completo abastecimiento de utensilios de servicio en un 0%, el 40% indica que hay una buena ubicación y organización de equipos y utensilios de cocina, el 20% eligió todas las anteriores.

Análisis interpretativo: Se observa que la mayoría considera que los equipos están bien ubicados y que todos los equipos son funcionales, pero se puede trabajar para mejorar esa área de trabajo.

5. ¿Considera necesario ubicar señalización en cada área de trabajo del establecimiento?

¿Por qué?

Tabla 24 – 2: Señalización

Ord.	Opciones	F. Absoluta	F. Relativa %
a)	Si	4	80
b)	No	1	20
	Total	5	100

Fuente: Encuesta, 2020

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

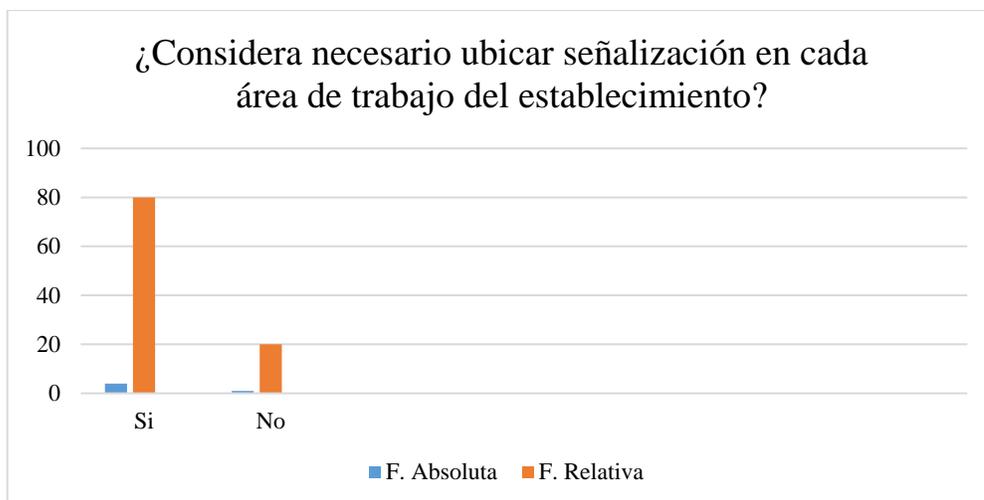


Gráfico 24 – 2: Señalización

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Análisis descriptivo: Del total de encuestas realizadas se recogió que el 40% prefiere la señalización en cada área de trabajo, un 20%, señalan que no es necesario.

Análisis interpretativo: Con los resultados obtenidos en la aplicación de la encuesta, se puede determinar que la señalización de cada área de trabajo ayudará a mejorar su desarrollo en sus labores, sobre todo para los nuevos aspirantes.

6. Califique la calidad del servicio

Tabla 25 – 2: Calidad del servicio

Ord.	Opciones	F. Absoluta	F. Relativa %
a)	Muy bueno	0	0
b)	Bueno	5	100
c)	Malo	0	0
d)	Pésimo	0	0
	Total	383	100

Fuente: Encuesta, 2020

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

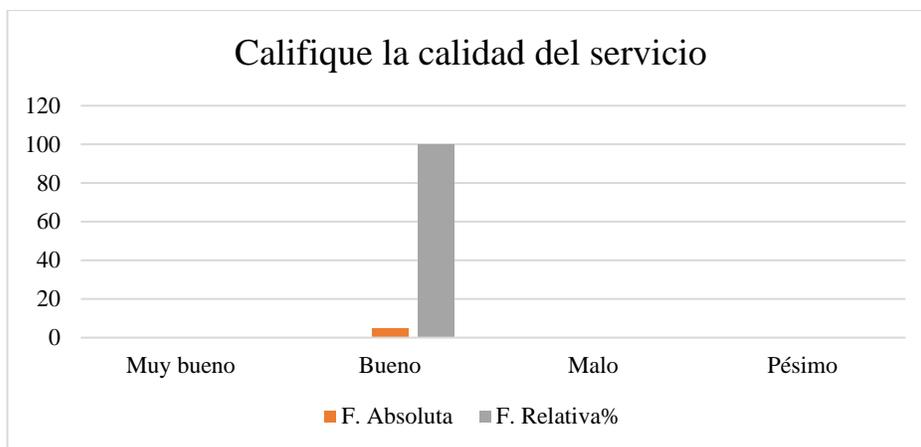


Gráfico 25 – 2: Calidad del servicio

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Análisis descriptivo: Del total de encuestados, el 100% cocinera bueno el servicio, el 0% lo califica como muy bueno, malo o pésimo.

Análisis interpretativo: Se determina que el servicio tiene una buena calificación, sin embargo puede llegar a ser muy buena con una atención más rápida.

7. Califique el nivel de compañerismo dentro de su equipo de trabajo

Tabla 26 – 2: Compañerismo

Ord.	Opciones	F. Absoluta	F. Relativa %
a)	Muy bueno	4	80
b)	Bueno	1	20
c)	Malo	0	0
d)	Pésimo	0	0
	Total	5	100

Fuente: Encuesta, 2020

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

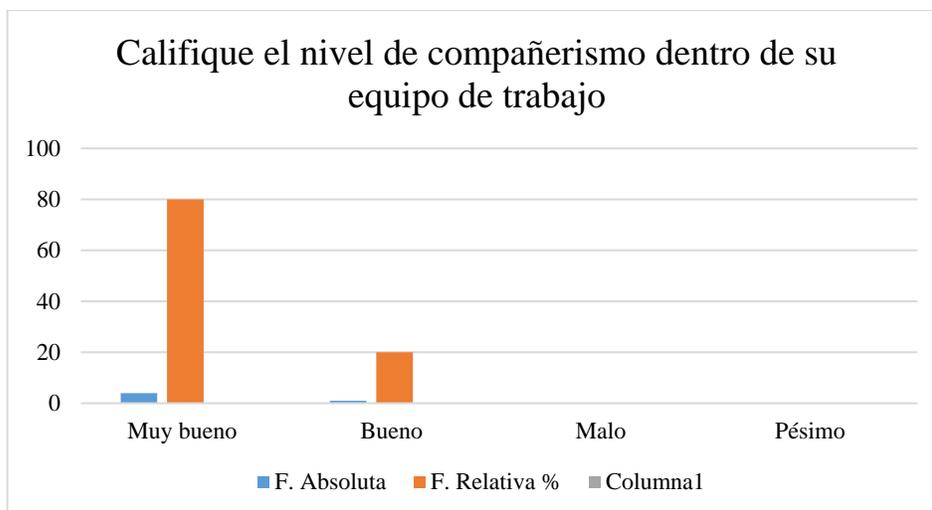


Gráfico 26 –2: Compañerismo

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Análisis descriptivo: Del total de encuestas realizadas 80% escogió muy bueno, un 20% bueno, la calificación de malo y pésimo fue 0%.

Análisis interpretativo: En su mayoría indicaron que existe un buen nivel de compañerismo en el establecimiento, los nuevos integrantes podran percibir la misma sensación.

8. Indique ¿Qué tan necesario sería realizar una reunion mensual para armar nuevas estrategias y revisar el éxito de las anteriores estrategias?

Tabla 27 – 2: Preferencia de forma de consumo

Ord.	Opciones	F. Absoluta	F. Relativa %
a)	Muy necesario.	3	50
b)	Útil	2	50
c)	Poco útil	0	0
d)	Inecesario.	0	0
	Total	5	100

Fuente: Encuesta, 2020

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

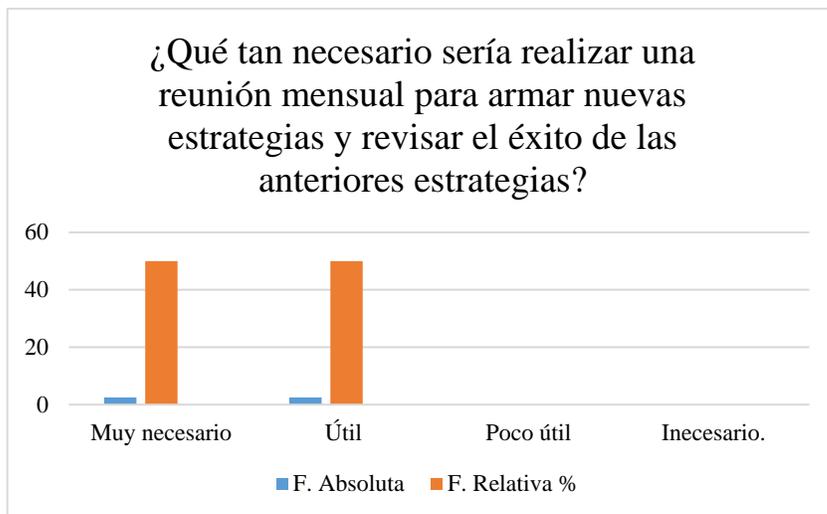


Gráfico 27 – 2: Preferencia de forma de consumo

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Análisis descriptivo: Del total encuestados el 50% considera muy necesario una reunion mensual para armar nuevas estrategias, el otro 50% considera útil, el 0% poco útil o inecesario.

Análisis interpretativo: Las respuestas obtenidas con la interrogante expuesta, manifiestan que la realizar reuniones mensuales, son importantes para mejorar continuamente.

9. Indique el nivel de atención que se toma a las sugerencias que usted ofrece

Tabla 28 – 2: Atención de sugerencias

Ord.	Opciones	F. Absoluta	F. Relativa %
a)	Mucha	2	50
b)	Regular	3	50
c)	Poco	0	0
d)	Nada	0	0
	Total	5	100

Fuente: Encuesta, 2020

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

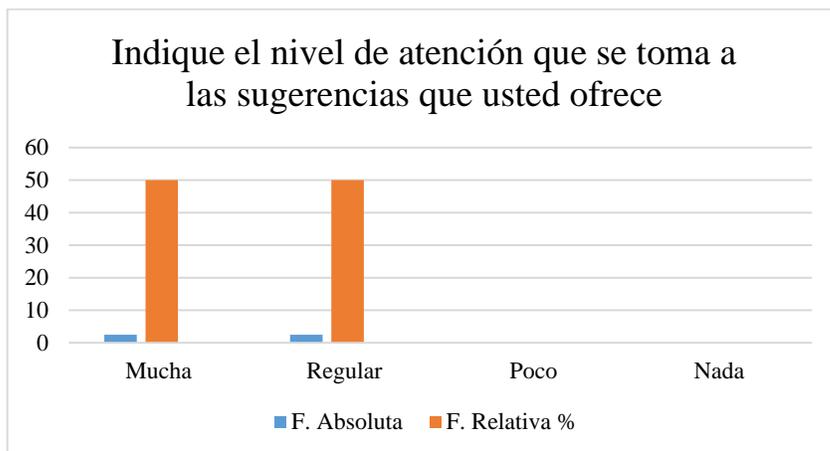


Gráfico 28 – 2: Atención de sugerencias

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Análisis descriptivo: Del total de encuestas realizadas el 50% considera que se presta mucha atención a sus sugerencias, el otro 50% considera que es regular, poco y nada fue 0%.

Análisis interpretativo: Mediante la información recolectada se pudo determinar que la valoración de las sugerencias ofrecidas por el personal es buena, pero puede mejorar, realizando las reuniones mensuales, en donde pueden ser mejor analizadas.

10. ¿Que tan eficiente considera al sistema de cobro en caja?

Tabla 29 – 2: Sistema de cobro en caja

Ord.	Opciones	F. Absoluta	F. Relativa %
a)	Eficiente	0	0
b)	Bueno	2	33
c)	Regular	3	67
d)	Deficiente	0	0
	Total	5	100

Fuente: Encuesta, 2020

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

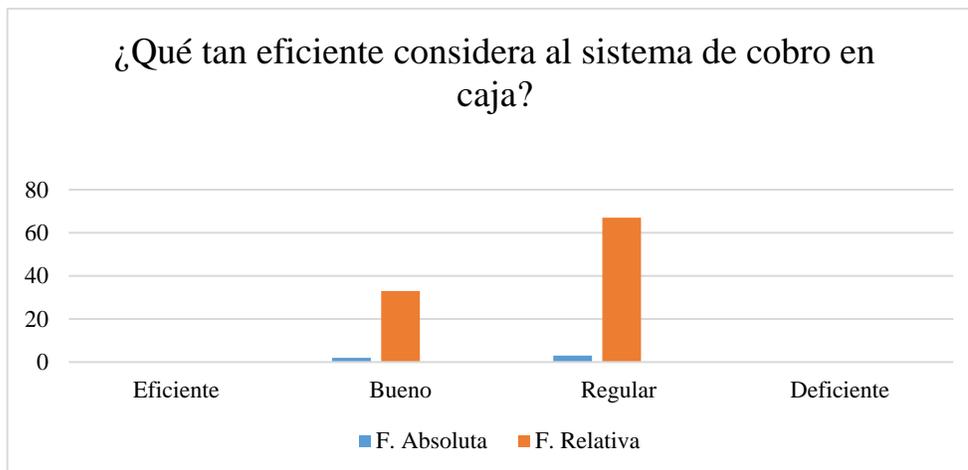


Gráfico 29 – 2: Sistema de cobro en caja

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Análisis Descriptivo: Dentro de los datos arrojados en la encuesta, el 0% afirma que el sistema de cobro en caja es eficiente, el 33% consideró que es considerablemente bueno, el 66% regular y deficiente el 0%.

Análisis Interpretativo: Se puede determinar que es muy necesario mejorar el sistema de cobro de caja al cliente externo, con la ayuda de una caja registradora para que sea más eficiente esta tarea.

11. Califique el grado de motivación y gusto por el trabajo que desarrolla

Tabla 30 – 2: Motivación y gusto laboral

Ord.	Opciones	F. Absoluta	F. Relativa %
a)	Muy Satisfactorio.	3	50
b)	Satisfactoria.	2	33,3
C)	Poco satisfactorio.	1	16,7
d)	Insatisfactorio.	0	0
	Total	5	100

Fuente: Encuesta, 2020

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

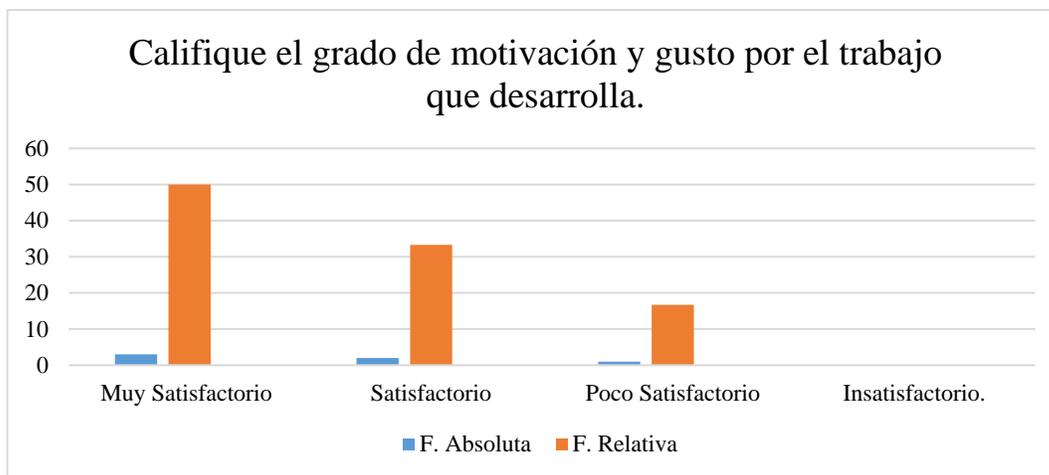


Gráfico 30 – 2: Motivación y gusto laboral

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Análisis descriptivo: Dentro de los datos obtenidos por las encuestas el 50% indica que es muy satisfactorio su desarrollo en su trabajo, el otro 33,3% considera que es satisfactorio, 16,7/ indica que es poco satisfactorio y un 0% insatisfactorio.

Análisis Interpretativo: Con los datos obtenidos se puede determinar que la mayoría de empleados tienen un desarrollo satisfactorio en su área de trabajo pero puede mejorarse rotando de actividades para que todo sea menos rutinario y aburrido.

12. Califique el grado de respeto entre los compañeros de trabajo

Tabla 31 – 2: Convivencia laboral

Ord.	Opciones	F. Absoluta	F. Relativa %
a)	Muy bueno	5	100
b)	Bueno.	0	0
C)	Malo.	0	0
d)	Inexistente.	0	0
	Total	5	100

Fuente: Encuesta, 2020

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

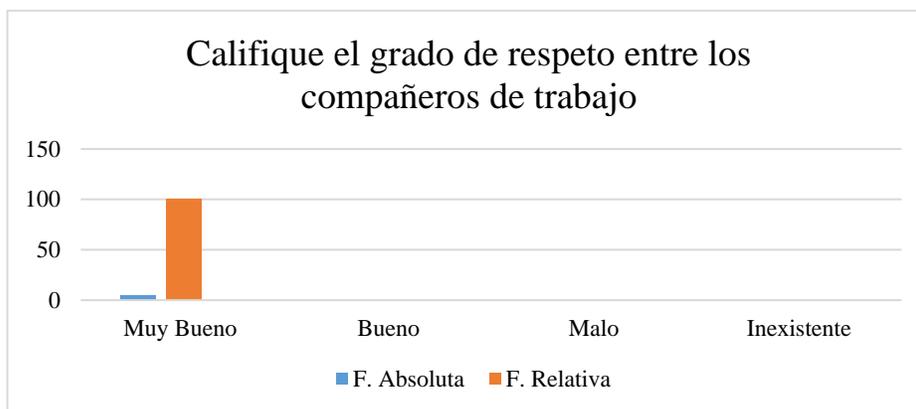


Gráfico 31- 2: Convivencia laboral

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Análisis descriptivo: Dentro de los datos obtenidos, el 100% indica que existe mucho respeto en la convivencia de los compañeros de trabajo y 0% en bueno, malo o inexistente.

Análisis Interpretativo: Con los datos obtenidos se puede determinar que la mayoría de empleados da y recibe un grado de respeto alto, cumpliendo con los valores axiológicos de la empresa.

2.9. Encuesta al cliente externo

2.9.1. Tabulación y análisis de resultados

1. Califique su gusto por la comida rápida

Tabla 32 – 2: Gusto por la comida rápida

Ord.	Opciones	F. Absoluta	F. Relativa %
a)	Me agrada mucho	240	63
b)	Me agrada	122	32
c)	Me desagrada	21	6
d)	Me desagrada mucho	0	0
	Total:	383	100

Fuente: Encuesta, 2020

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

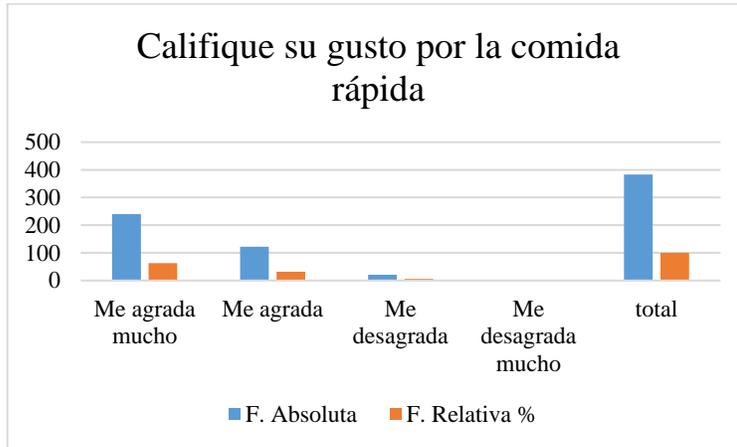


Gráfico 32 – 2: Gusto por la comida rápida

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Análisis descriptivo: Del total de 383 personas encuestadas al 63% le agrada mucho la comida rápida, el 32% indica que su gusto por la comida rápida es regular, mientras que el 6% indica que le desagrada esa comida y el 0% odia o le desagrada mucho.

Análisis interpretativo: Según los resultados de la encuesta realizada se aprecia que la mayoría de los encuestados disfrutaban de este tipo de comida, sobre todo en jóvenes.

2. ¿Con qué frecuencia consume comida rápida por semana?

TABLA 33 – 2: Frecuencia de consumo.

Ord.	Opciones	F. Absoluta	F. Relativa %
a)	1 a 2 veces	260	68
b)	3 a 5 veces	123	32
c)	Todos los días	0	0
d)	Nunca	0	0
	Total	383	100

Fuente: Encuesta, 2020

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

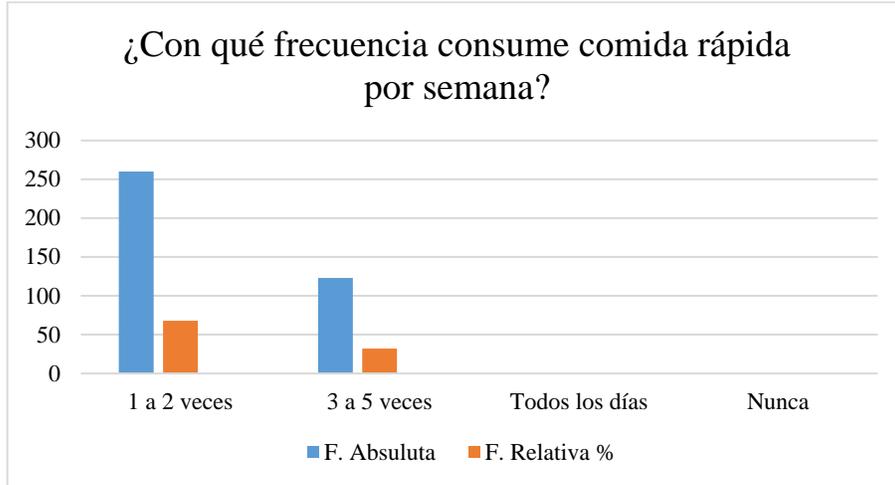


Gráfico 33 – 2: Frecuencia de consumo

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Análisis descriptivo: Del total de las personas encuestadas el 68% indica que su consumo de comida rápida es habitual, de 1 a 2 veces por semana, un 32 % de los encuestados tienen un mayor consumo a la semana de 3 a 5 veces y en consumo de todos los días es 0% al igual que no consumir ni un día de la semana.

Análisis interpretativo: Después de la recolección de datos obtenidos con la encuesta realizada, se observa que la mayoría consume comida rápida por lo menos una a dos veces por semana y hay quienes consumen casi todos los días, sin embargo es poco probable que nadie consuma esta comida todos los días o por el contrario que nunca los consume.

3.- ¿Conoce o ha escuchado sobre el establecimiento de alimentos y bebidas denominado “Bar Restaurante Los Pingüinos”? si su respuesta es no le informamos

Tabla 33 – 2: Conocimiento previo del restaurante

Ord.	Opciones	F. Absoluta	F. Relativa %
a)	Si	260	68

b)	No	123	32
	Total	383	100

Fuente: Encuesta, 2020

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

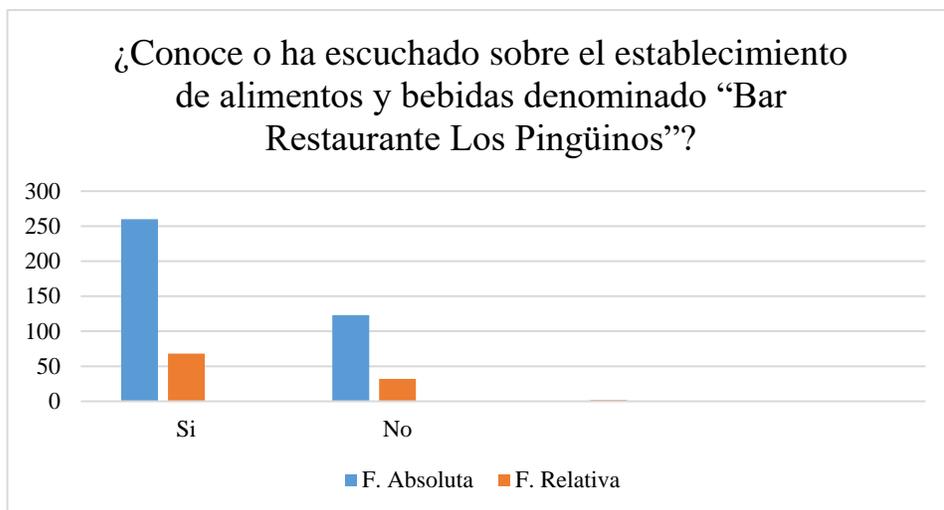


Gráfico 34 – 2: Conocimiento previo del restaurante

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Análisis descriptivo: Del total de encuestados el 68% conoce o ha escuchado hablar sobre la existencia de este establecimiento, mientras que en menor cantidad de un 32% no conoce.

Análisis interpretativo: A través de la aplicación de las encuestas se pudo notar que la mayoría de los encuestados conocen o han escuchado hablar sobre la existencia de este establecimiento, sobre todo adultos y jóvenes adultos, mientras que una cantidad menor de personas desconoce de su existencia, sobre todo las nuevas generaciones.

4.- A usted ¿Qué le llama más la atención de un Restaurante?

Tabla 34 – 2: Aspectos de un restaurante

Ord.	Opciones	F. Absoluta	F. Relativa %
a)	Sabor	123	32
b)	Servicio	0	0

c)	Precio	0	0
d)	Ambiente	0	0
e)	Todas las anteriores	260	68
	Total	383	100

Fuente: Encuesta, 2020

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

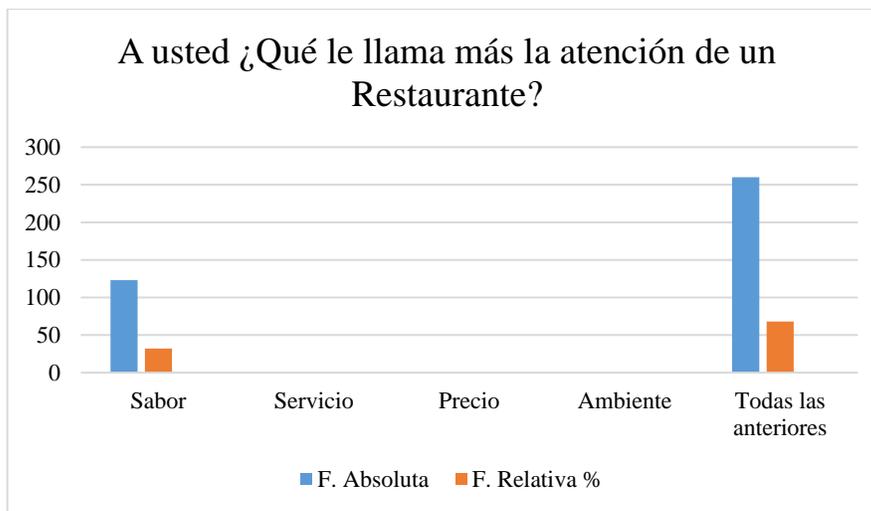


Gráfico 35 – 2: Aspectos de un restaurante

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Análisis descriptivo: Del total de personas encuestadas el 68% eligió la opción de todas las anteriores, mientras que el 32% eligió el sabor como su aspecto más llamativo.

Análisis Interpretativo: Por medio de las encuestas aplicadas, se puede notar que la mayoría de las personas encuestadas considera que el sabor, el servicio, el precio y el ambiente, son todos los aspectos importantes para que su experiencia en un restaurante sea buena, pero un sector considera que a pesar de los demás aspectos, el sabor es el más importante a la hora de ir a un restaurante.

5.- De estas preparaciones de comida rápida, ¿Cuáles son las que más le gustaría encontrar en un restaurante?

Tabla 35 –2: Producto de preferencia

Ord.	Opciones	F. Absoluta	F. Relativa %
a)	Pizza	31	8
b)	Hamburguesas	92	24
c)	Papas fritas	76	20
d)	Burritos	15	4
e)	Alitas BBQ	138	36
f)	Fideos salteados exprés	31	8
g)	Pollo frito.	0	0
	Total	383	100

Fuente: Encuesta, 2020

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

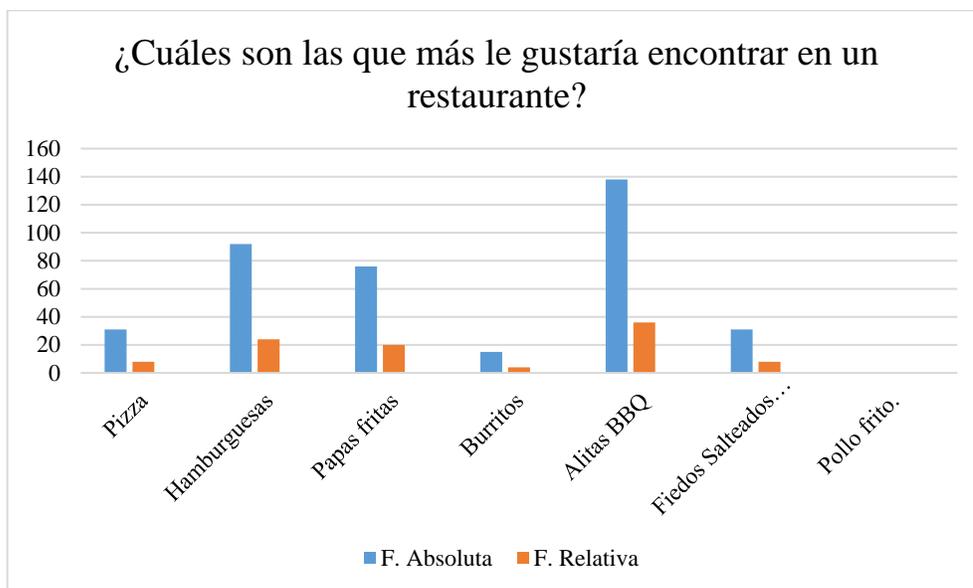


Gráfico 36 –2: Producto de preferencia

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Análisis descriptivo: Del total de encuestas realizadas se recogio que el 8% prefiere la pizza, las hamburguesas un 24%, otros prefieren las papas fritas con un 20%, en cambio con un 4% eligieron los burritos, las alitas con un 36%, los fideos salteados exprés con un 8% y el pollo frito en 0%.

Análisis interpretativo: Con los resultados obtenidos en la aplicación de la encuesta, se puede determinar que el pollo frito ya no tiene tanto impacto, ya que ahora tiene su nueva versión que son las Alitas BBQ, la nueva tendencia del mercado.

6.- ¿Le gustaría a usted que se incluya en el menú del Bar Restaurante Los Pingüinos, fast food vegetariana?

Tabla 36 – 2: Fast food Vegetariana

Ord.	Opciones	F. Absoluta	F. Relativa %
a)	Si	291	76
b)	No	92	24
	Total	383	100

Fuente: Encuesta, 2020

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020



Gráfico 37 – 2: Fast food Vegetariana

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Análisis descriptivo: Del total de encuestados, el 76% acepta la inclusión de Fast food vegetariana en el menú, mientras que el 24% dice que no.

Análisis interpretativo: Según los datos recolectados se puede determinar que el público está listo para probar nuevas propuestas más sanas y deliciosas.

7.- ¿Qué tipo de ambiente le gustaría al momento de comer?

Tabla 37 – 2: Preferencia del ambiente

Ord.	Opciones	F. Absoluta	F. Relativa %
a)	Formal	0	0
b)	Divertido	61	16
c)	Relajado	306	80
d)	Informal	15	4
	Total	383	100

Fuente: Encuesta, 2020

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

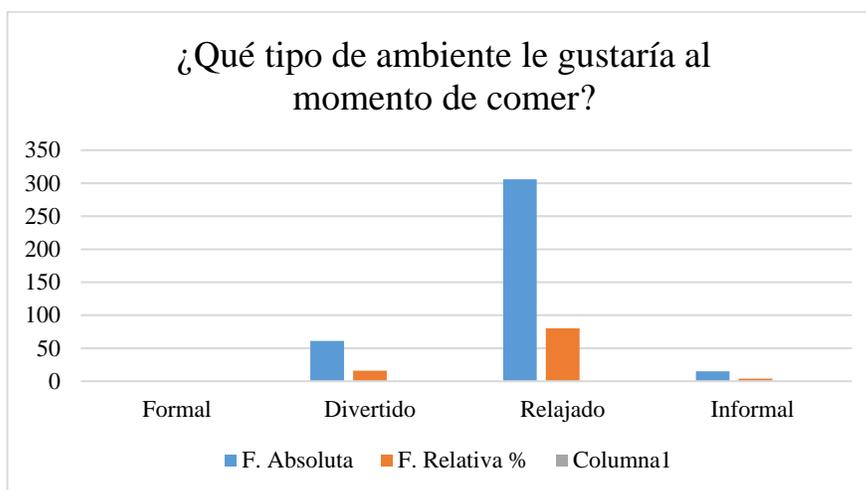


Gráfico 38 – 2: Preferencia de ambiente

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Análisis descriptivo: Del total de encuestas realizadas 80% escogió el ambiente relajado, un 16% el divertido, informal el 4% y el formal 0%.

Análisis interpretativo: De la información recolectada de las encuestas en su mayoría escogieron el ambiente relajado como su preferido, el ambiente divertido como su complemento.

8.- Cuando usted consume comida rápida lo hace:

Tabla 38 – 2: Preferencia de forma de consumo

Ord.	Opciones	F. Absoluta	F. Relativa %
a)	En el mismo lugar	276	72
b)	Pide para llevar	46	12
c)	Pedido a domicilio.	61	16
	Total	383	100

Fuente: Encuesta, 2020

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

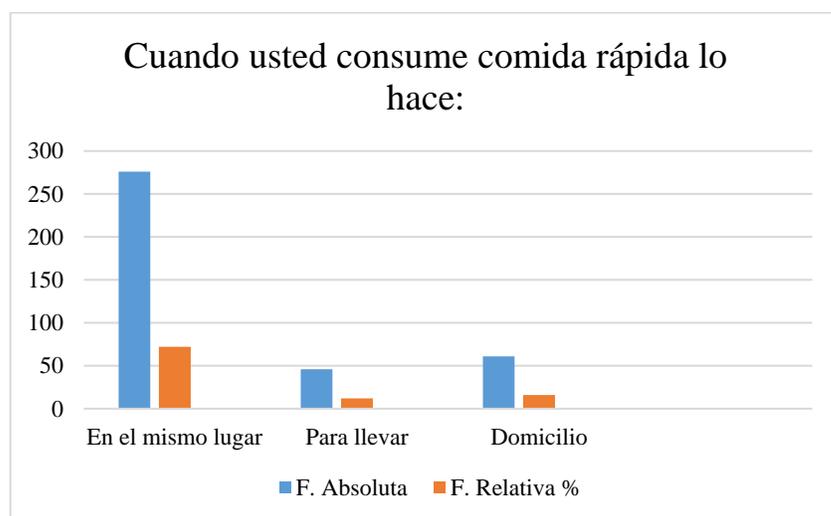


Gráfico 39 – 2: Preferencia de forma de consumo

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Análisis descriptivo: Del total encuestados el 72% prefiere consumir sus alimentos en el mismo establecimiento, el 12% prefiere para llevar y un 16% prefiere pedir el servicio a domicilio.

Análisis interpretativo: Las respuestas arrojadas por los encuestados muestran que existe mayor preferencia de consumir los alimentos en el mismo restaurante, disfrutando de la experiencia, y un menor porcentaje pediría el servicio a domicilio.

9.- Cuando consume comida rápida, usted prefiere:

Tabla 40 – 2: Preferencia del envase

Ord.	Opciones	F. Absoluta	F. Relativa %
a)	Plástico	46	12
b)	Papel	61	16
c)	Plastoformo (Espuma flex)	77	20
d)	Amigable con el ambiente	199	52
	Total	383	100

Fuente: Encuesta, 2020

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

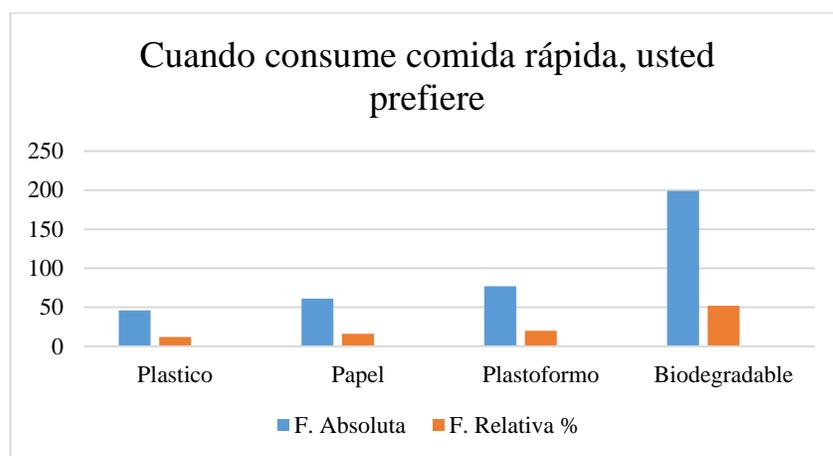


Gráfico 40 – 2: Preferencia de forma de consumo

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Análisis descriptivo: Del total de encuestas realizadas el 12% prefiere envases de plástico para su comida, el 16% prefiere el papel, Espuma flex un 20% y envases amigables con el medio ambiente por un costo mayor un 52%.

Análisis interpretativo: Mediante la información recolectada con las encuestas aplicadas se pudo determinar que los envases de plástico tradicionales tienen poca acogida mientras que sorprendentemente los recipientes amigables con el medio ambiente tienen mayor aceptación, demostrando las tendencias del consumidor del 2020.

10.- ¿Le gustaría que en el Restaurante se realice eventos culturales o benéficos una vez al mes, en donde los clientes pueden participar?

Tabla 39 – 2: Gusto por eventos culturales en el establecimiento

Ord.	Opciones	F. Absoluta	F. Relativa %
a)	Si	306	80
b)	No	77	20
	Total	383	100

Fuente: Encuesta, 2020

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

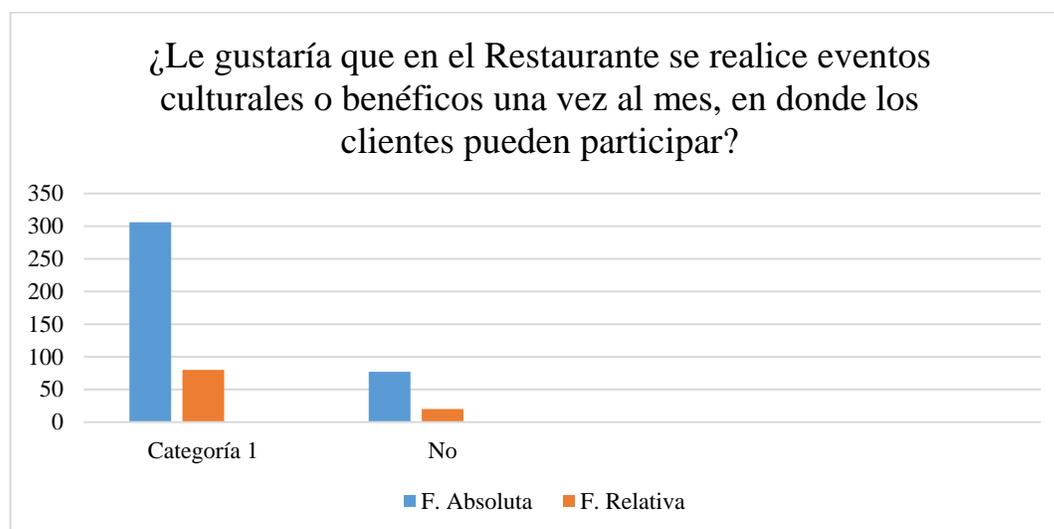


Gráfico 41 – 2: Gusto por eventos culturales en el establecimiento

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Análisis Descriptivo: Dentro de los datos arrojados en la encuesta, el 80% afirma que le gustaría la realización de eventos culturales en el establecimiento, mientras que el 20% no.

Análisis Interpretativo: Con los datos obtenidos en las encuestas realizadas, se puede determinar que hay una alta aceptación para la realización de eventos culturales y benéficos en el establecimiento.

11.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por consumir comida rápida de buena calidad?

Tabla 40 – 2: Valor económico a pagar en comida rápida

Ord.	Opciones	F. Absoluta	F. Relativa %
a)	2,00 a 3,00	184	48
b)	3,50 a 6,50	184	48
C)	10,50 a 20,00	15	4
d)	Mayor a 25,00	0	0
	Total	383	100

Fuente: Encuesta, 2020

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

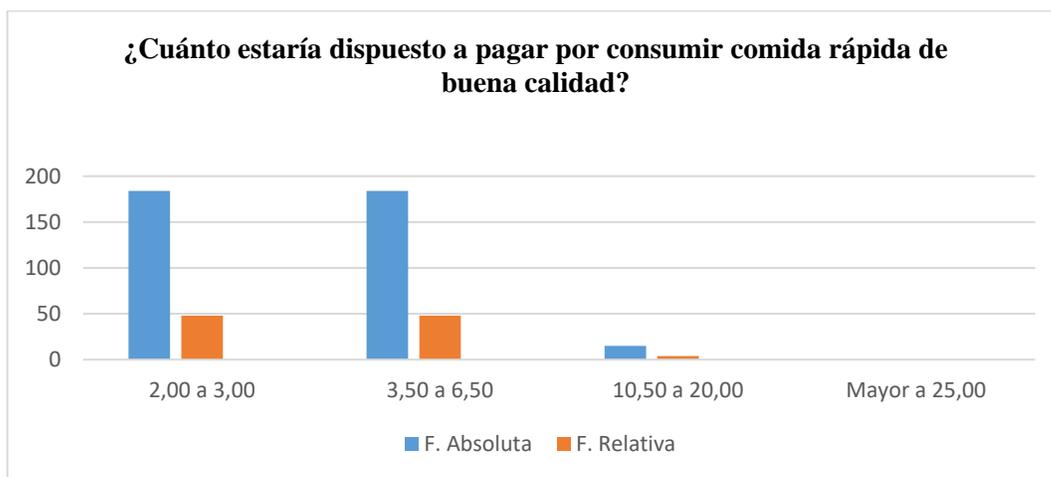


Gráfico 42 – 2: Valor a pagar en comida rápida

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Análisis descriptivo: Dentro de los datos obtenidos por las encuestas el 48% indica que esta dispuesto a pagar entre \$ 2,00 a 3,00 de consumo en comida rápida, el otro 48% también pagaría entre \$ 3,50 a 6,50 en consumo, 4% entre 10,50 a 20,00 y 0% mayor a 25%.

Análisis Interpretativo: Con los datos obtenidos en las encuestas aplicadas se puede determinar que el mercado al que se enfrenta esta dispuesto a adquirir productos de entre \$ 2 hasta los \$ 20.

12.- ¿Qué promociones le gustaría añadir a nuestro menú?

Tabla 41 – 2: Promociones

Promociones Sugeridas por el público.	
2 x 1	Combos con bebidas.
Helados	Órdenes gratis por compra de cierta cantidad de órdenes.
Postres	Alitas BBQ
Bebida Gratis	Descuentos para grupos.
Helado artesanal	2 x 1
Sánduches.	Burritos.
Pizza.	Alitas BBQ.
Descuentos	Ensalada y copa de vino.
Helado gratis por la compra de alitas en pareja.	Alitas y micheladas.

Fuente: Encuesta, 2020

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Análisis descriptivo: En la encuesta realizada, en su mayoría se pudo notar respuestas similares como, promoción de costillitas BBQ, promoción para parejas, descuentos para clientes frecuentes, incluir pizza, helados y postres en el menú.

Análisis interpretativo: Con la información obtenida en esta aplicación de encuestas se puede tener como conclusión que existen algunas promociones de las cuales los clientes desearían gozar y que podría ayudar a aumentar su mercado, sobre todo en el área de repostería.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO.

3.1. Sistema de franquicias: Procesos de producción, administración, ventas y financiero

3.1.1. Misión y visión de la empresa

3.1.1.1. Misión

Ofrecer comida rápida cuidando los procesos de producción, con un bajo impacto ambiental, al igual que proponer productos sanos accesibles y llamativos, que puedan ser adquirido en diferentes partes de la ciudad.

3.1.1.2. Visión

Establecer un sistema confiable y seguro de franquicia que permita ubicar uno de nuestros locales en diferentes partes de la ciudad, con la garantía de que el cliente reciba siempre la misma buena calidad y perciba el mismo ambiente.

3.1.2. Políticas y estrategias

Tabla 42 - 3: Políticas y estrategias

POLÍTICAS	ESTRATEGIAS
<ul style="list-style-type: none">• Mantener un personal capacitado y motivado.	<ul style="list-style-type: none">❖ Brindar una capacitación cada 3 meses a todos los trabajadores, sobre temas relacionados con la cocina, primeros auxilios, y formas correctas de atención al cliente.

	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Un ambiente de confianza, donde el trabajador pueda opinar, sentirse a gusto en su trabajo. ❖ Reuniones cada fin de mes, con el fin de analizar la situación del negocio y opinar sobre estrategias o cambios, ya sea en el trato al cliente u ofertas a brindar ese mes.
<ul style="list-style-type: none"> ● Llevar a cabo un cuidadoso proceso de higiene en todas las áreas de trabajo. 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Desinfectar nuestras áreas de trabajo, antes de proceder a preparar los alimentos. ❖ Usar las tablas adecuadas para cada ingrediente, así evitaremos una contaminación cruzada. ❖ Mantener siempre el aseo de nuestro lugar de trabajo.
<ul style="list-style-type: none"> ● Ofrecer un servicio rápido, de calidad y eficiente, manteniendo el valor cultural de cada preparación. 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Realizar el mise en place de todos los ingredientes posible, manejando una correcta conservación de los productos, con el fin de tener todo a punto y que el servicio sea más rápido. ❖ Proponer nuevas ideas de productos para el menú sin desviarse con el estilo y la misión del establecimiento. ❖ Seleccionar bien a los proveedores, buscando siempre ofrecer productos en óptimas condiciones y a la vez contar con áreas específicas para conservar a los mismos.

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

3.1.3. Valores y principios

Tabla 43 – 3: Valores y principios

Valores de trabajo:	<ul style="list-style-type: none"> ● Respeto ● Responsabilidad ● Honestidad
Axiológicas:	<ul style="list-style-type: none"> ● Clima laboral seguro ● Clima laboral estimulante para el desarrollo de la creatividad de los trabajadores y tomar en cuenta la opinión de cada individuo. ● Respeto por las normas establecidas

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

3.1.4. Distingos y ventajas competitivas

Tabla 44 – 3: Distingos y ventajas competitivas

Distingos	<ul style="list-style-type: none">● Es un establecimiento pionero en comida rápida en su localidad, y siempre busca nuevas formas de estar al tanto de las tendencias del mercado, para desarrollarlas y ofrecerlas a sus clientes.● Los procesos de adquisición y almacenamiento se realizan periódicamente a la semana, permitiendo que la producción de las preparaciones cuente con productos frescos y en buenas condiciones, lo que es notable al momento de presentar el producto final.● La comodidad es una parte importante en la decoración con servicio de wifi, sillas y mesas cómodas, con dos ambientes diferentes para abarcar un mercado más grande.
Ventajas competitivas	<ul style="list-style-type: none">● Ofrecer promociones en días festivos y conmemorativos como el día de cumpleaños.● Fidelizar a los clientes con tarjetas de cliente frecuente, para que reúnan puntos que les dará paso a obtener premios y descuentos en el establecimiento,● Establecer días de promociones de 2 x 1, o el segundo por mitad de precio.

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

3.1.5. Análisis foda

Tabla 45 – 3: Foda

ANÁLISIS INTERNO	
FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Poseer los equipos necesarios para facilitar el trabajo de producción. • Plan de trabajo veloz para satisfacer las necesidades de los clientes en el menor tiempo posible. • Personal capacitado en el manejo de equipos, conocimiento de métodos y técnicas en todas las áreas de trabajo. • Sistema de rotación de inventario, cadena de frío para producción de materia prima. 	<ul style="list-style-type: none"> • Poco espacio para almacenamiento de alimentos en producción. • Cuenta con un personal reducido, al ser un emprendimiento que está iniciando. • Presupuesto limitado. • No contar con un parqueadero para nuestros clientes.
ANÁLISIS EXTERNO	
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Ubicación estratégica, de fácil acceso en una zona transitada y comercial. • La materia prima que se usará en la preparación de los productos se encuentra fácilmente en los mercados mayoristas, a precios convenientes. • El mercado en el que se encuentra está creciendo y está listo para recibir nuevas propuestas, conceptos de comida y servicio. • El modelo de negocio está creado para poder ser replicado en otros lugares como franquicia, permitiendo crecer y expandirse por el país. 	<ul style="list-style-type: none"> • Competencia desleal en los alrededores. • Una baja en la economía y en los niveles de vida de la comunidad. • Estancamiento del mercado • Incremento de poder de los proveedores en sus políticas de venta.

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

3.2. Descripción del emprendimiento de la franquicia

En el presente apartado se desarrollará el manual de procesos para las áreas de producción, servicio, financiera y administrativo, del restaurante “Los Pingüinos”, anteriormente se analizó el diagnóstico del establecimiento de manera que el manual cubra todos los procesos que tiene el establecimiento.

3.2.1. Estudio de mercado

3.2.1.1. Demanda

Se realizó la proyección de la demanda tomando en cuenta los datos del número de habitantes de la ciudad de Ambato, en donde se toma como referencia el registro del año 2010 con 342529 habitantes, la proyección se realizó con un crecimiento poblacional de 1,2975% anual hasta el año 2025.

Datos

Po= Población

I= Tasa de crecimiento

CP= Po1 + i

Tabla 46 – 3: Crecimiento poblacional del cantón Ambato

Crecimiento Poblacional del Cantón Ambato			
Año	Población	Crecimiento geométrico	Crecimiento poblacional
2020	387309	(1 + 0,012975)	392334
2021	392334	(1 + 0,012975)	397424
2022	397424	(1 + 0,012975)	402580
2023	402580	(1 + 0,012975)	407803
2024	407803	(1 + 0,012975)	413094
2025	413094	(1 + 0,012975)	418453

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos 2010.

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

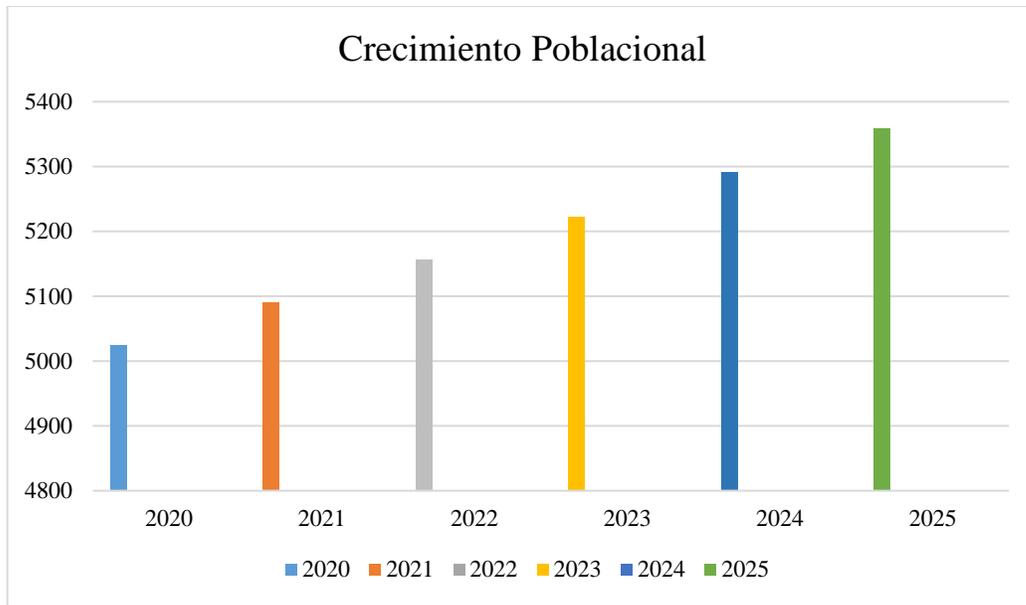


Gráfico 43 – 3: Crecimiento poblacional

Fuente: INEC

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Este tipo de servicio y producto va dirigido a aquellas personas que tienen un estilo de vida apresurado, pero desean adquirir alimentos correctamente manipulados y servidos.

El mercado va cambiando y las propuestas también, el nuevo perfil de cliente espera que la empresa se preocupe por ellos y el ecosistema, que tenga responsabilidad social, y permita que los clientes contribuyan a mejorar el planeta, por ejemplo, utilizar recipientes amigables con el medio ambiente. El consumidor cada vez es más consciente y espera la misma conciencia y preocupación de parte de las empresas a las que acude. De igual modo la población sigue creciendo y su forma de pensar también, empiezan a valorar más los servicios personalizados, servicio a domicilio, platos a la carta, “calidad mejor que cantidad” y eso ayuda a que el mercado crezca, innove y mejore.

3.2.2. *Oferta*

El mercado se encuentra en crecimiento acelerado, todos buscan una realización mucho más grande y fructífera, convirtiéndose en empresa para dar trabajo a más personas, y eso se evidencia desde los proveedores, que cada vez tratan de ofrecer un producto más controlado, medido y valorado.

Existen varios establecimientos de comida alrededor, con ideas y productos novedosos. Es una competencia fuerte que llevan un tiempo considerable en esta zona, pero siempre es bueno la apertura de nuevas propuestas, con un enfoque diferente, realizando una planificación, un estudio para analizar a la competencia, de modo que se pueda anticipar cualquier imprevisto y saber que promociones, productos, agregados van a cautivar al público con mayor intensidad.

3.2.3. *Mix de mercado*

3.2.3.1. *Producto*

La franquicia como tal esta envasada en el manual de procesos que contiene información detallada de cada uno de los departamentos, como producción en donde se encuentran las recetas estándar de las preparaciones, la forma adecuada de adquirir, almacenar, distribuir y manipular los alimentos, normas de seguridad para desarrollar los puntos críticos de control, conocimientos importantes de cocina como técnicas, métodos de cocción.

Administración, propone un proceso adecuado para la solicitud de nuevos aspirantes, inducción y capacitación de los mismos, convenios con proveedores, estrategias de venta en marketing, análisis del desarrollo de la empresa.

Financiera, contempla todos los datos financieros de la empresa, desde la adquisición de materia prima hasta la venta de los productos, pagos a proveedores, entre otros. Aquí se encuentra presente un sistema contable de libro menor de ventas diarias y libro mayor de periodos, análisis del desarrollo financiero de la empresa, como reducir gastos innecesarios, aprovechar recursos.

Servicio, se encuentra el protocolo de atención al cliente necesario y útil para lograr que el comensal se sienta cómodo y encantado con el ambiente que percibe en el establecimiento. Es un manual con el ingrediente secreto para el éxito.

Se busca captar la atención y el interés del público, ofreciendo un nuevo aire en productos de alimentos y bebidas de comida rápida, enfocado principalmente a la juventud, existe nuevas

tendencias, estilos de vida que van influyendo en la creación de nuevos productos, como la comida vegana, vegetariana, ovo lacto vegetariana y muchas otras más.

El producto también debe ser fácil de llevar, cómodo para comer tanto en el establecimiento o para llevar, el servicio a domicilio con la ayuda de las distintas aplicaciones móviles resulta muy práctico. el nombre del producto debe ser llamativo y con sentido, por ejemplo, la “Salchipapa Hambatu” que representa el primer nombre de la ciudad de Ambato, Hambatu en quichua que significa “colina de la rana”, la preparación es una adaptación del yapingacho ambateño con el huevo, el chorizo ambateño, un aderezo de aguacate, papas fritas y curtido, bastante simple pero representativo.

3.2.3.2. Precio

El establecimiento cuenta con varios años de trayectoria, el cliente tiene la confianza de saber que está adquiriendo un buen producto y garantizado, sin embargo, al intentar ingresar en nuevos mercados, donde la competencia es más fuerte, se debe considerar una adecuación en los precios para ganar la confianza de los nuevos clientes.

Los productos más simples como en este caso serían las papas y hamburguesas Junior, deben ser muy accesibles, con un margen de ganancia moderado o no tan alto, de manera que la demanda aumente, crezca y por volumen la ganancia sea satisfactoria.

Pero también es importante tomar en cuenta la apreciación de valor que el cliente puede dar al ver y recibir el producto, se espera ofrecer un alto estándar de calidad, comida rápida, pero utilizando materia prima de buena calidad, con los cuidados necesarios en su producción, manipulación y entrega. Los precios también se determinarán de acuerdo a los costos establecidos en el estudio financiero.

3.2.3.3. Plaza

Es un anhelo cautivar el mercado potencial de los jóvenes y también de las familias, el método de distribución del producto debe ser de dos formas, el primero es dentro del establecimiento, con comodidad, buen ambiente, con alimentos servidos en envases y vajilla adecuada. Y la otra forma es utilizando aplicaciones móviles de entrega a domicilio, fortaleciendo un lazo con estas empresas que

permiten ofrecer nuestro producto a diferentes partes de la ciudad, garantizando la entrega a tiempo y por un precio justo.

El tipo de cliente que se ha observado, tiene preferencia por estos dos tipos de distribución, jóvenes que buscan un lugar de reunión, para compartir entre amigos un momento agradable con buen ambiente y deliciosa comida, o familias que prefieren disfrutar de su comida en la comodidad de su hogar.

3.2.3.4. Promoción

La promoción es muy esencial e importante para lograr el éxito que la empresa buscar obtener, la forma en la que la imagen de la empresa entrará al mercado debe ser muy llamativa y convincente, teniendo en cuenta los colores representativos, logotipo, eslogan y varios elementos más, se podrá elegir el medio en el que se difundirán los servicios y productos de la empresa.

Pues, puede ser por medio de relaciones públicas, donde se conseguirá lograr un acercamiento mucho más fuerte con los clientes, con la comunidad, participando en eventos culturales, educativos o de entretenimiento, permitiendo que la empresa se dé a conocer a un público más grande, para que prueben los productos y perciban su servicio, esto también ayuda a difundir el testimonio de cada cliente, el llamado de “boca en boca”, basta una publicación en redes sociales, contarle a sus amigos, familiares o conocidos y mucha gente se enterará de cuanto disfrutó visitar este establecimiento. Es por ello que es muy importante ofrecer el mismo estándar de calidad todos los días a cada hora.

Los medios de difusión son variados en los de se debe invertir en la publicidad, como la radio, televisión, medios impresos y en las nuevas tendencias de venta por internet, un arma muy poderosa, capaz de captar la atención de masas, esta publicidad siempre será exitosa usando mucha creatividad y siendo perseverantes.

Dentro del área de promoción, las redes sociales son los pilares fundamentales en donde se permite que los clientes sean parte de la página de la empresa y puedan interactuar con la misma, y brinda información de los nuevos productos y servicios. Por ello las promociones serán lanzadas para los días de menor afluencia con el objetivo de incrementar las ventas. Siendo muy útil crear una base de

datos de los clientes para crear un grupo que reciben información sobre nuevas promociones, descuentos y beneficios.

3.2.4. Promoción en redes sociales

3.2.4.1. Actividad de publicidad en redes sociales.



Figura 4 - 3: Promoción en redes sociales

Fuente: Medina, Fabricio, 2020



Figura 5 - 3: Promoción de menú.

Fuente: Medina, Fabricio, 2020.

Feliz San Valentin

VIERNES
14.02.2020
16:00

"LA COMIDA NOS UNE"

Promoción de alitas en pareja

¡12 alitas, tres salsas, 2 limonadas y 1 porción grande de papas!

¡Quema la foto de tu ex y recibe la promoción de 7 alias + bebida + papas por 3.50!

¿TE ATREVES?

LUGAR: BAR RESTAURANTE "LOS PINGUINOS, CENTRO DE SANTA ROSA, CALLE GUAYAQUIL Y NEPTALI SANCHO.

Los Pinguinos
BAR RESTAURANT

Figura 6 - 3: Promoción de San Valentin

Fuente: Medina, Fabricio, 2020.

Provincial de Tumb...

KEVIN "ÑAÑO DE PIERNA"

Los Pinguinos
BAR RESTAURANT

EN VIVO

VIERNES 14/02/20

DESDE LAS 18:30 HORAS

DIREC: CENTRO DE SANTA ROSA, CALLE GUAYAQUIL Y NEPTALI SANCHO ESQUINA.

Figura 7 - 3: Música en vivo.

Fuente: Medina, Fabricio, 2020.

BarRestaurante Los Pingüinos
8 de febrero · 🌐

Mañana invitamos a todos nuestros amigos a compartir una tarde junto a StiloPersonal real desde las 12:00 en nuestros almuerzos de domingo en familia, excelente música y deliciosa comida en BarRestaurante Los Pingüinos, ¡Que Viva Santa Rosa! y no se olviden 🤔🤔🤔🤔 de revisar nuestras publicaciones por San Valentín.



STILO PERSONAL

Los Pingüinos
BAR RESTAURANT

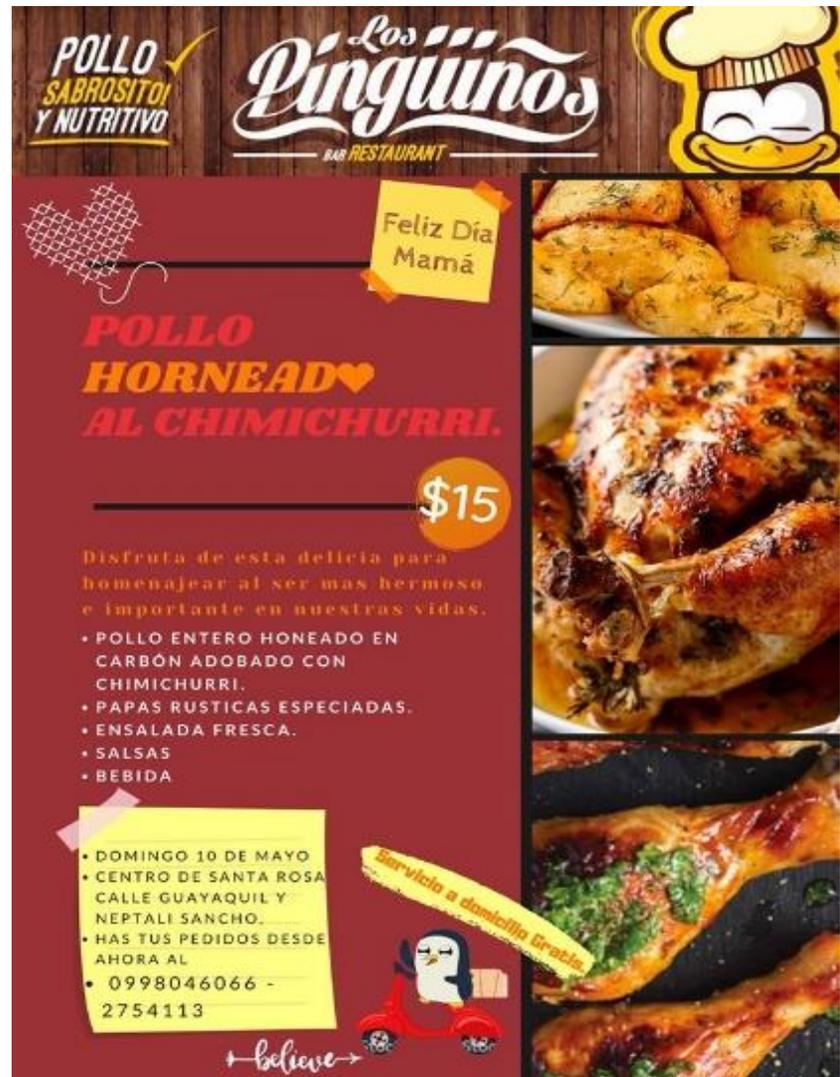
EN VIVO

DOMINGO 09/02/20
DESDE LAS 12:00 HORAS

DIREC: CENTRO DE SANTA ROSA, CALLE GUAYAQUIL Y NEPTALI SANCHO ESQUINA.

Figura 8 - 3: Música en vivo.

Fuente: Medina, Fabricio, 2020



POLLO SABROSITO Y NUTRITIVO

Los Pingüinos
BAR RESTAURANT

Feliz Día Mamá

POLLO HORNEADO AL CHIMICHURRI.

\$15

Disfruta de esta delicia para homenajear al ser más hermoso e importante en nuestras vidas.

- POLLO ENTERO HONEADO EN CARBÓN ADOBADO CON CHIMICHURRI.
- PAPAS RUSTICAS ESPECIADAS.
- ENSALADA FRESCA.
- SALSAS
- BEBIDA

DOMINGO 10 DE MAYO
CENTRO DE SANTA ROSA
CALLE GUAYAQUIL Y NEPTALI SANCHO.
HAS TUS PEDIDOS DESDE AHORA AL
0998046066 - 2754113

Servicio a domicilio Gratis

believe

Figura 9 - 3: Promoción especial.

Fuente: Medina, Fabricio, 2020.

Ilustración. 1- 4. Promociones.

POLLO SABROSITO Y NUTRITIVO

Los Pinguino
BAR RESTAURANT

¡GRAN RIFA PARA PAPA!

¡GANAR 4 PREMIOS!

GRATIS

- 1º: 1/2 POLLO BROSTER.
- 2º: 1/4 POLLO BROSTER
- 3º: 1 ALITA BBQ PERSONAL
- 4º: 1 HAMBURGUESA DE POLLO CROCANTE.
- POR CADA ORDEN DE COMPRA ESTAS PARTICIPANDO.

SORTEO DIA DOMINGO

- CENTRO DE SANTA ROSA CALLE GUAYAQUIL Y NEPTALI SANCHEZ.
- LAS 10S PLEJ DOS DESDE ¡AHORA! AL
- 0998046066 - 0958719072

servicio a domicilio

believe

Figura 10 - 3: Promoción día del padre.

Fuente: Medina, Fabricio, 2020.

POLLO SABROSITO Y NUTRITIVO

Los Pinguino
BAR RESTAURANT

¡FELIZ DIA PAPA!

¡COSTILLAS!

¡MI EJEMPLO A SEGUIR!

- 200 G DE COSTILLA DE CERDO.
- PAPAS FRITAS
- ENSALADA COLESLAW
- SALSA A ELECCIÓN.
- CERVEZA PILSENER 750 ML

¡ANTICIPA TU PEDIDO!

- DIRECCIÓN:
- CENTRO DE SANTA ROSA CALLE GUAYAQUIL Y NEPTALI SANCHEZ.
- HASTA TUS PEDIDOS DESDE ¡AHORA! AL
- 0998046066 - 0958719072

servicio a domicilio

Salsa PLO clásica.

Salsa ploute de chipotle.

Salsa de naranja.

Figura 11 - 3: Promoción día del padre.

Fuente: Medina, Fabricio, 2020.

3.2.4.2. Slogan

“Cocinamos para capeones, cumple tus sueños.”

3.2.4.3. Logotipo



Figura 12 - 3: Logotipo

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

3.2.4.4. Descripción del logotipo

Colores:

Café o marrón ■. Representa a la experiencia que se va a vivir, asociando este color con la comodidad, acogedor, clásico, confort, humildad y equilibrio. Como la madera o el chocolate, el café, el otoño.

Color Blanco □. Este noble color, crea una apreciación de limpieza, pureza e inocuidad, al igual que de amplitud, utilizado en lugares de espacio no tan extenso, combina con todos los colores y refleja confianza para los consumidores.

Color Amarillo ■. Color estimulante relacionado con la naturaleza, la vida, salud, actitud positiva y alegría, es un color amigable para estimular el apetito.

Color Negro ■. Este imponente color representa poder, elegancia, sofisticación, combina con todos los colores, da seguridad, sin embargo no es recomendable utilizar en exceso ese color para representar alimentos.

Elementos

Madera. Es un elemento importante en el logotipo, pues refleja la decoración utilizada dentro y fuera del establecimiento, brindando un ambiente de confort, comodidad, hogareño, simplicidad y elegancia.

Pingüino. Es un personaje icónico en este establecimiento, representa el nombre y la personalidad del lugar, ya que el pingüino se lo asocia al caballero que viste sus smoking de gala para la noche, fieles compañeros de vida, nobleza, unión, cuida de su familia, casador por naturaleza.

Toca de chef. Refleja la experiencia y los conocimientos que posee la empresa para llevar acabo sus funciones y para enfrentar nuevos retos.

3.2.4.5. Tarjeta de presentación



Figura 13 - 3: Tarjeta de presentación.

Realizado por: Medina. Fabricio, 2020.

3.2.4.6. Carta menú



Figura 14 - 3: Carta Menú.

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

POLLO
SABROSITO!
Y NUTRITIVO

Los Pinguinos
BAR RESTAURANT



MENÚ HAMBURGUESAS

/...HAMBURGUESAS./

- HAMBR. CLÁSICA...../2,00
- HAMBR HAWAIANA..../2,30
- HAMBR DE POLLO...../3,00
- HAMBR CONSENTIDA./3,00



/.HAMBURGUESAS

- HAMBR LUNAR...../3,00
- HAMB. DOBLE...../ 3,00
- HAMB. GIGANTE...../ 4,00
- HAMB. VEGETARIANA PICANTE
...../ 3,00
- HAMB. VEGETARIANA CON
CHAMPIÑONES...../3,00



Figura 15 - 3: Carta Menú.1

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

POLLO
SABROSITO
Y NUTRITIVO

Los Pinguinos
BAR RESTAURANT



MENÚ PAPAS

/..SALCHIPAPAS./

- SALCHIPAPA JUNIOR../1,00
- PAPA HAMBATU...../2,00
- PAPAS LUNARES...../2,50
- PAPAS ENDIABLADAS../2,00
- PAPAS CHAMPIÑON Y JAMÓN...../2,75



///...PAPI CARNE...//

- PAPICARNE JUNIOR...../2,00
- PAPICARNE DOBLE...../2,00
- PAPICARNE CONSENTIDA../2,75
- PAPICARNE HAWAIANA..../2,50
- CHILE DE CARNE/3,00
- PAPICARNE LUNAR...../3,00



Figura 16 - 3: Carta Menú

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

POLLO
SABROSITO!
Y NUTRITIVO

Los Pinguinos

BAR RESTAURANT



MENÚ ALITAS

/...ALITAS PERSONALES.../3,75/

- 4 ALITAS + 1 SALSA + 1 PORCIÓN DE PAPAS + 1 BEBIDA + SALSA TARTARA.

/..ALITAS EN PAREJA../7,00/

- 8 ALITAS + 3 SALSA + 2 PORCIÓN DE PAPAS + 2 BEBIDAS + SALSA TARTARA.

/..ALITAS ENTRE AMIGOS../10,50/

- 12 ALITAS + 4 SALSA + 4 PORCIÓN DE PAPAS + 4 BEBIDAS + SALSA TARTARA.

/..ALITAS EN FAMILIA../20,50/

- 24 ALITAS + 5 SALSA + PORCIÓN EXTRA GRANDE DE PAPAS + 6 BEBIDAS + SALSA TARTARA.

///...SALSAS...///

- BBQ CLÁSICA.....
- BBQ JACK DANIELS.....
- BÚFALO PICANTE.....
- MARACUYA.....
- PIÑA.....
- CHOCOLATE Y MANÍ.....
- MIEL Y MOSTAZA.....
- TERIYAKI Y AJONJOLI.....
- NARANJA.....
- SALSA ESPECIAL SEMANAL ???



Figura 17 - 3: Carta Menú

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

POLLO SABROSITO Y NUTRITIVO

Los Pinguinos
BAR RESTAURANT



MENÚ POLLO BROSTER

- /...PRESA DE POLLO.../2,75/
- 1 PRESA DE POLLO + PAPAS + ENSALADA + SALSAS.
- /...1/4 POLLO../4,50/
- 2 PRESAS DE POLLO + PAPAS + ENSALADA + SALSAS..
- /...1/2 POLLO.../8,00/
- 4 PRESAS DE POLLO + PORCIÓN GRANDE DE PAPAS + ENSALADA + SALSAS.
- /..POLLO ENTERO../15,00/
- 8 PRESAS + 1 PRESA EXTRA + PORCIÓN GRANDE DE PAPAS + ENSALADA + SALSAS + BEBIDA GRANDE 1,35 LT.







Figura 18 - 3: Carta Menú

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

3.2.4.7. Medios publicitarios

Los medios o canales de publicidad que se emplean en este proyecto son dos y son aquellos que el público percibe con más frecuencia e intensidad, estas son, las redes sociales como Facebook, Instagram, whatsapp, youtube; y también publicidad en radio, en este caso se utiliza los servicios de la Radio Centro y Radio Extrema, que son las más escuchadas por adultos y jóvenes y con mayor cobertura de cuñas publicitarias en sus propagandas.



Figura 19 - 3: Fanpage de Bar Restaurante.

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020



Figura 20 - 3: Seguidores y clientes.

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020



Figura 21 - 3: Radio Centro Ambato.

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020



Figura 22 - 3: Radio la Extrema.

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020.

3.3. Estudio técnico

3.3.1. Diseño de la planta

3.3.1.1. Plano arquitectónico

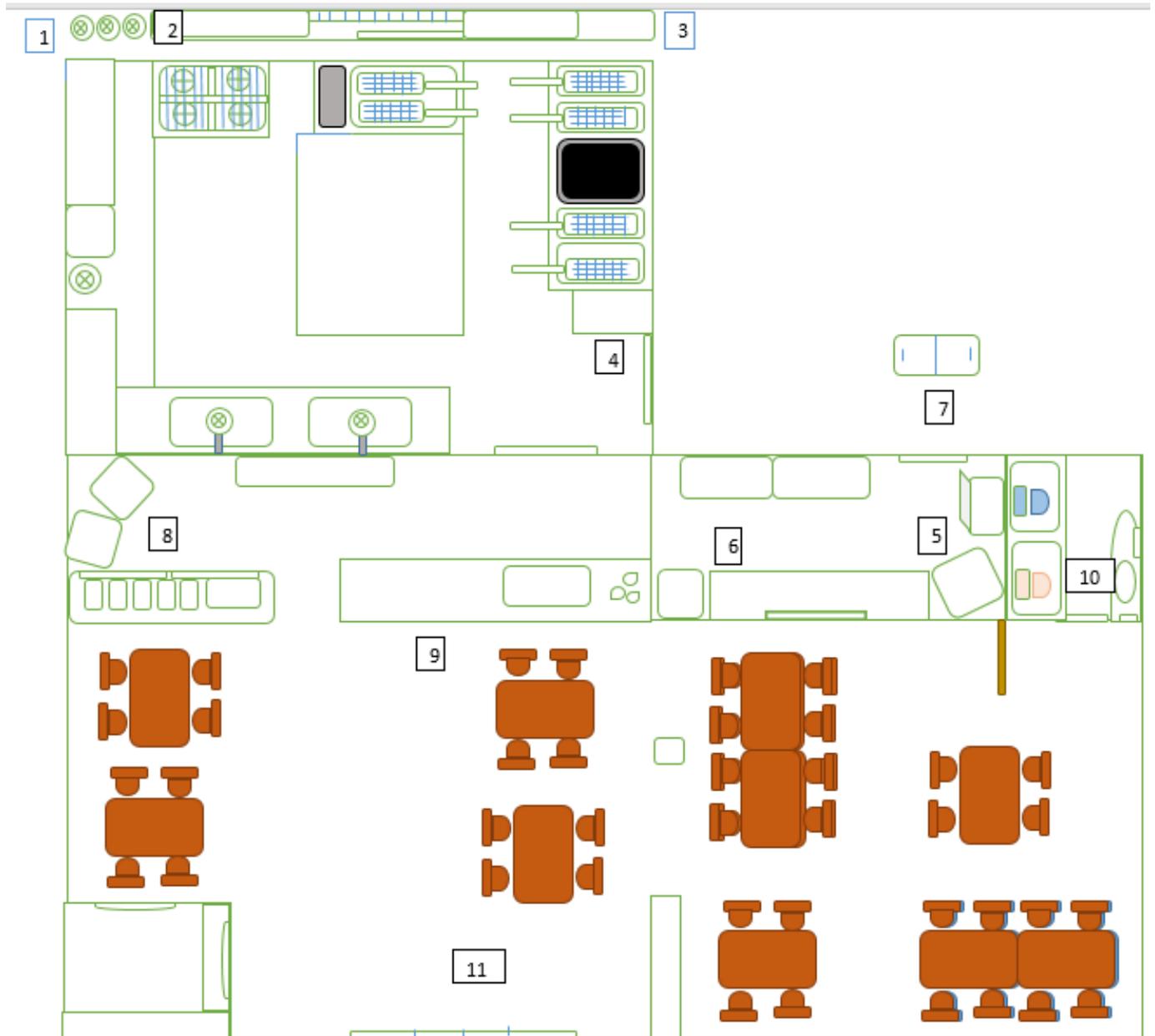


Figura 23 - 3: Plano Arquitectónico.

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Análisis:

Área 1: Entrada para empleados y atención a proveedores, vía directa a la bodega de tanques de gas, bodega de verduras.

Área 2: Espacio reservado para ubicar los tanques de gas, los cuales proveerán al resto de áreas de este recurso por medio de mangueras con válvulas etiquetadas.

Área 3: Bodega de alimentos frescos como legumbres, frutas y hortalizas.

Área 4: Espacio utilizado para cocina caliente, un espacio reducido pero funcional en el que se encuentra el horno, la estufa, la plancha, microondas, licuadora, pozos, freidora y mesones de trabajo.

Área 5: Espacio destinado para cocina fría, con elementos como un mesón de trabajo, licuadora, batidora y refrigeradora.

Área 6: Bodega de seco, en donde se encuentran todo tipo de alimentos enlatados y en conserva, guarda una temperatura ambiente y un bajo nivel de humedad, espacio destinado para guardar materiales indirectos, en estanterías y cajas.

Área 7: Dentro de este se encuentran los refrigeradores para mantener carnes, lácteos y *alimentos en producción*.

Área 8: *Espacio* de exhibición de bebidas gaseosas, jugos envasados, aguas embotelladas y cervezas de varios tipos, al igual que un congelador de helados con vitrina.

Área 9: Se utiliza para la atención a los clientes en donde se encuentra el mostrados de atención, mesas y sillas.

Área 10: Espacio de aseo personal para clientes, con una pared decorativa de madera en la entrada, dispensador de jabón, papel higiénico, baño de hombre y de mujer, mueble de lavabo.

Área II: Es parte de la instalación en donde se ubica la entrada y salida para los clientes, gradas de ingreso y en la parte externa la publicidad del establecimiento.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO JURIDICO.

4.1. Organización

- “Restaurante Los Pingüinos” esta administrado por un gerente encargado de crear planes estratégicos, desarrollar un plan de negocios, proyección de ventas, estrategias de marketing, declaraciones contables y controlar que funcionen correctamente el resto de áreas de trabajo.

- El área de producción el jefe de cocina es el responsable de todo el proceso de producción de la cocina, manejo de personal, gestión de compras, evaluación y creación de los menús, control de costos de la operación, con la ayuda de los cocineros encargados de hacer la producción, almacenar y manipular los alimentos para obtener los platillos a servir, manteniendo limpia su harea de trabajo y cuidando todas las normas de seguridad.

- Controla la calidad de los alimentos que salen de cocina y que seran servidos a los clientes, controla el servicio, trato al cliente, limpieza y orden en el área de servicio, toma de comandas, cobro de pedidos, comunicar las recomendaciones del cliente.

4.2. Organigrama Estructural



Gráfico 44 – 4: Organigrama estructural

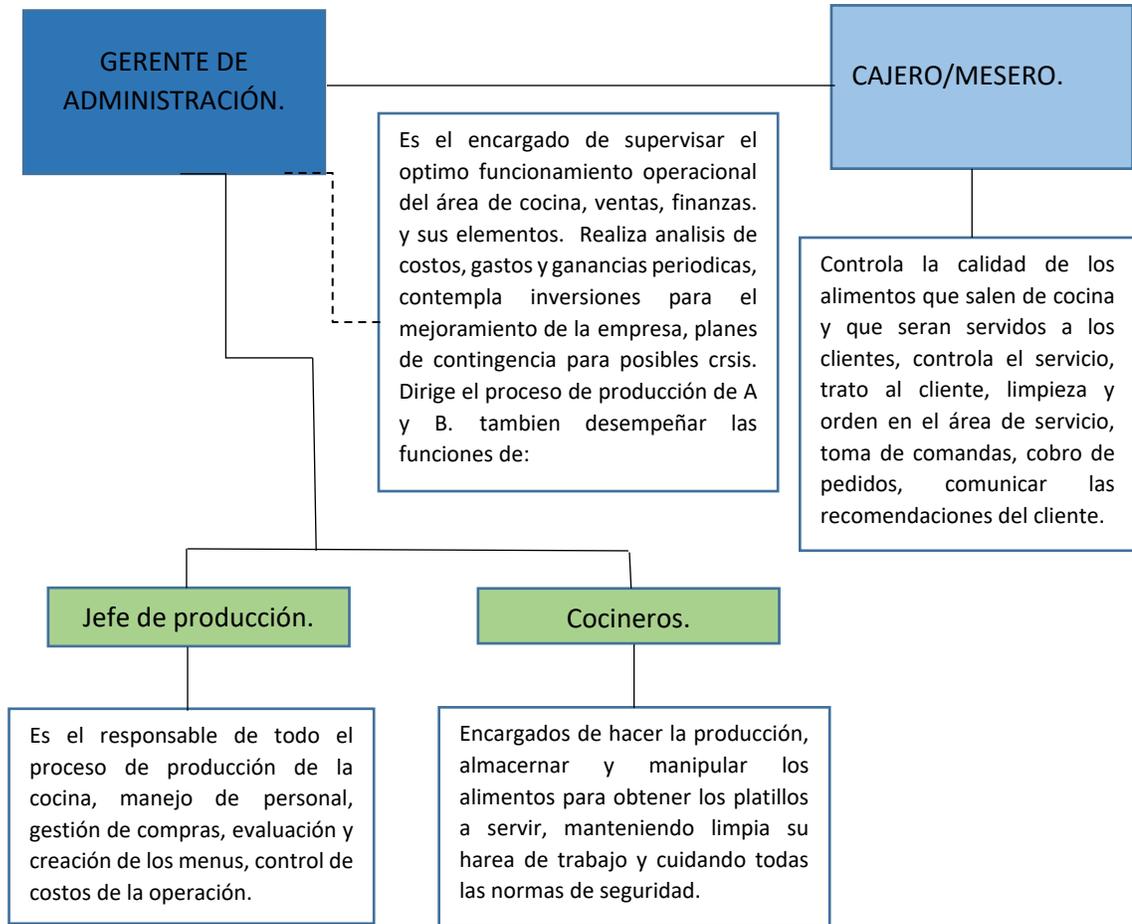
Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Niveles Jerárquicos.	Relación de dependencia.
<div style="display: flex; align-items: center;"> <div style="width: 20px; height: 15px; background-color: #003366; margin-right: 5px;"></div> Alta Dirección. </div> <div style="display: flex; align-items: center;"> <div style="width: 20px; height: 15px; background-color: #0070C0; margin-right: 5px;"></div> Gestión Ejecutiva. </div>	<div style="display: flex; align-items: center;"> <div style="width: 20px; height: 15px; border: 2px solid black; margin-right: 5px;"></div> Responsabilidad funcional </div> <div style="display: flex; align-items: center;"> <div style="width: 20px; height: 15px; border: 1px solid black; margin-right: 5px;"></div> Directas de la empresa. </div> <div style="display: flex; align-items: center;"> <div style="width: 20px; height: 15px; border: 1px dashed black; margin-right: 5px;"></div> Consultorías externas especiales. </div> <div style="display: flex; align-items: center;"> <div style="width: 20px; height: 15px; border-bottom: 1px solid black; margin-right: 5px;"></div> Relación de línea. </div> <div style="display: flex; align-items: center;"> <div style="width: 20px; height: 15px; border-bottom: 1px solid black; margin-right: 5px;"></div> <div style="margin-right: 5px;"> </div> <div style="width: 20px; height: 15px; border-bottom: 1px solid black;"></div> Relación de autoridad funcional </div>

<p>Elaborado por:.....</p> <p>Fecha de elaboración: 23/06/2020</p>	<p>Aprobado por:.....</p> <p>Fecha de aprobación:.....</p>
--	--

4.3. Organigrama funcional

Gráfico 45 – 4: Organigrama funcional



Niveles Jerárquicos.	Relación de dependencia.	
<p>Alta Dirección.</p> <p>Gestión Ejecutiva.</p> <p>Gestión de Apoyo</p>	<p>Responsabilidad funcional</p> <p>Directas de la empresa.</p> <p>Consultorias externas especiales.</p>	<p>Actividades subcontratadas.</p> <p>Relación de línea.</p> <p>Relación de autoridad funcional</p>

Elaborado por:	Aprobado por:
Fecha de elaboración: 23/06/2020	Fecha de aprobación:

4.4. Fichas profesiográficas

4.4.1. Cargas y funciones del área comercial

4.4.1.1. Ficha profesiográfica

Nombre del empleado: Lisbeth Padilla.

Área de trabajo: Ventas

Ficha 18 – 4: Ficha profesiográfica - área de ventas

FICHA PROFESIOGRÁFICA		
CARGO: VENTAS. 1. Descripción: el trabajador se encarga del área de ventas y atención al cliente de la empresa.	Código: 0001	Código: 0001 Fecha: 01/04/2020.
2. EQUIPOS DE TRABAJO		
CAJA REGISTRADORA. TABLET.		
3. REQUISITOS GENERALES Escolar: primaria X Secundaria X Preparatoria X Estudios universitario		
EXPERIENCIA: Chifa Asia. – Chifa Santa Rosa.		
4. CONDICIONES DE TRABAJO		

AMBIENTE	LUMINOSIDAD: Alto HUMEDAD: Poca TEMPERATURA: Normal	RUIDO: Normal OLORES: Aromatizantes POLVO: Poco	ESPACIO: Cómodo ALTURA: 5M.
REGLAMENTO	Supervisión para: Personal de ventas. Supervisión recibida de: Fabricio Medina. Cont.c/ colegas sección gerencia y ventas.		Cont.c/secciones: Es necesario. Cont.c/ empresas Es necesario. Cont.c/ público: Es necesario.
5. ACTIVIDADES			
<p>Descansando: 1 vez</p> <p>Andando: 6 veces</p> <p>Por hora: producción para la venta</p> <p>Por hora: atendiendo clientes.</p> <p>Por hora: limpiando.</p>			
6. CARACTERÍSTICAS PSICOLÓGICAS			
Inteligencia general: X Inteligencia reproductiva: Aptitud espacial: X Verbal y social: X Mecánica:	Numérica: X Raciocinio abstracto: X Atención p/ Detalles: X Rapidez de precepción: Atención distribuida: X	Memoria visual: X Memoria auditiva: X Memoria para números: X Cálculo mental rápido:	
7. CARACTERÍSTICAS PSICO- FISIOLÓGICAS			
Discriminación cromática: X Visión de profundidad: X	Coordinación con las manos: X Coordinación con los pies: X		

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

4.4.2. Área de producción

Nombre del empleado: Henry Fabricio Medina García.

Área de trabajo: Cocina

Ficha 19 – 4: Área de producción

FICHA PROFESIOGRÁFICA			
CARGO: COCINA 1. Descripción: El trabajador se encarga del área de almacenamiento y producción de alimentos.	Código: 0002		Código: 0002 Fecha: 10/12/2018.
2. EQUIPOS DE TRABAJO			
Freidora Plancha Estufa Horno. 3. REQUISITOS GENERALES Escolar: Primaria X Secundaria X Preparatoria X Estudios universitario X			
EXPERIENCIA: Hotel Arahua Resort Spa – Hotel Quindeloma - ESPOCH Gastronomía.			
4. CONDICIONES DE TRABAJO			
AMBIENTE	LUMINOSIDAD: Alto HUMEDAD: Poca TEMPERATURA: Normal	RUIDO: Alto OLORES: Alimentos	ESPACIO: Bien distribuido. ALTURA: 5M.

		POLVO: Poco	
REGLAMENTO	Inspección de: Alimentos y equipos de producción. Control de: Sanidad e inocuidad. Cont.c/ Manipulador de alimentos.	Cont.c/secciones por areas: Es necesario. Cont.c/ equipos de cocina caliente: Es necesario. Cont.c/ equipos de cocina fría: Es necesario.	
5. ACTIVIDADES Contacto con personal de servicio: 12 veces Descanso: 2 veces Por hora: Inventario de alimentos en producción. Por hora: Control de temperaturas de equipos de área caliente y fría. Por hora: Limpieza de áreas.			
6. CARACTERÍSTICAS PSICOLÓGICAS			
Inteligencia general: X Inteligencia reproductiva: Aptitud espacial: X Verbal y social: X Mecánica:	Numérica: X Raciocinio abstracto: X Atención p/Detalles: X Rapidez de precepción: Atención distribuida: X	Memoria visual: X Memoria auditiva: X Memoria para números: X Cálculo mental rápido: X	
7. CARACTERÍSTICAS PSICO- FISIOLÓGICAS			
Discriminación cromática: X Visión de profundidad: X	Coordinación con las manos: X Coordinación con los pies: X		

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

4.4.3. Área administrativa

Nombre del empleado: Rosa García

Área de trabajo: Gerencia

Ficha 20 – 4: Área administrativa

FICHA PROFESIOGRÁFICA			
CARGO: GERENCIA. 1. Descripción: El trabajador se encarga del área administrativa, financiera y gestión de recursos.	Código: 0003		Código: 0003 Fecha: 9/12/2018.
2. EQUIPOS DE TRABAJO			
CAJA REGISTRADORA. Laptop. ESCRITORIO. 3. REQUISITOS GENERALES Escolar: Primaria X Secundaria X Preparatoria X Estudios universitario			
EXPERIENCIA: Distribuidora TÍA - Bar Restaurante Los Pingüinos.			
4. CONDICIONES DE TRABAJO			
AMBIENTE	LUMINOSIDAD: Alto HUMEDAD: Poca TEMPERATURA: Normal	RUIDO: Normal OLORES: Aromatizantes POLVO: Poca	ESPACIO: Comodo ALTURA: 5M.

REGLAMENTO	Supervisión para: Personal de ventas. Supervisión recibida de: Fabricio Medina. Cont.c/ colegas sección gerencia y ventas.	Cont.c/secciones: Es necesario. Cont.c/ empresas Es necesario. Cont.c/ público: Es necesario.
<p align="center">5. ACTIVIDADES</p> <p>Descansando 2 veces</p> <p>Andando 5 veces</p> <p>Por hora: Inventario de bodega</p> <p>Por hora: Atendiendo asuntos financieros y administrativos</p> <p>Por hora: Supervisando al personal y atendiendo clientes.</p>		
<p align="center">6. CARACTERÍSTICAS PSICOLÓGICAS</p>		
Inteligencia general: X Inteligencia reproductiva: Aptitud espacial: X Verbal y social: X Mecánica: X	Numérica: X Raciocinio abstracto: X Atención p/Detalles: X Rapidez de precepción: Atención distribuida: X	Memoria visual: X Memoria auditiva: X Memoria para números: X Cálculo mental rápido: X
<p align="center">7. CARACTERÍSTICAS PSICO- FISIOLÓGICAS</p>		
Discriminación cromática: X Visión de profundidad:	Coordinación con las manos: X Coordinación con los pies: X	

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

4.5. Marco legal.

4.5.1. Marco Jurídico que rige a las franquicias en el Ecuador.

A diferencia de otros países donde sí tienen un marco jurídico específico para franquicias, en el Ecuador no existe una legislación específica. Existen disposiciones legales generales en el Código Civil, Código de Comercio y demás leyes, pero principalmente la franquicia se la establece por el acuerdo entre las partes. En el Ecuador existe la libertad para que las partes negocien y establezcan las condiciones, incluyendo aspectos legales, comerciales, tributarios, etc. En los casos en que se negocie una franquicia internacional, normalmente las compañías que desean otorgar la franquicia tienen un modelo de contrato conocido como “CONTRATO MASTER”, documento que sirve de base para iniciar las negociaciones. (Abogados, 2020, pág. 4)

4.5.2. Ley del Artesano.

Art. 1.- Esta ley ampara a los artesanos que pertenezcan a asociaciones, corporaciones, gremios, uniones artesanales o de forma individual, en la producción de bienes, servicios o arte y transforman materia prima con predominio de la labor fundamentalmente manual, por medio de maquinas, equipos y herramientas, sin sobrepasar sus activos fijos, sin tomar en cuenta los terrenos y edificios, el monto señalado por la ley. (Profesional, 2003, págs. 1, 2, 4)

Art. 2.- Para gozar de los beneficios que otorga la presente ley, se considera:

- a) Artesano Maestro de Taller, persona natural que domina el arte o la técnica de oficio, con conocimientos teóricos y prácticos, que ha obtenido el título y calificación correspondiente, conforme a los reglamentos pertinentes y disposiciones legales y dirige personalmente un taller para servir al público. (Profesional, 2003, págs. 1, 2, 4)
- b) Artesano Autónomo, persona que realiza su oficio o arte con o sin inversión de implementos de trabajo. (Profesional, 2003, págs. 1, 2, 4)
- c) Asociaciones, gremios cooperativas y uniones de artesanos, conforman unidades económicas diferentes de la individual y se encuentren legalmente reconocidas. (Profesional, 2003, págs. 1, 2, 4)

Art. 3.- Se tomara en cuenta la fecha de iniciación de la producción efectiva del taller artesanal, una vez comiencen la entrega, venta y expendio de productos, utilizando como mínimo el cincuenta por ciento, de la capacidad del taller. (Profesional, 2003, págs. 1, 2, 4)

Art. 13.- Para el goce de los beneficios establecidos en esta ley. Debera presentarse la solicitud al Ministerio de Industrias, Comercio, integración y pesca, el que efectuara los estudios y comprobaciones que someterá a consideración del Comité Interinstitucional de Fomento Artesanal el informe correspondiente. (Profesional, 2003, págs. 1, 2, 4)

a) Los beneficios que deben concederse, su proporción y, en los casos pertinentes el respectivo plazo. (Profesional, 2003, págs. 1, 2, 4)

b) Las condiciones que deberán satisfacer los talleres artesanales. Aceptada la solicitud, el Ministerio procederá a la elaboración del Acuerdo Interministerial de concesión de beneficios que será expendido por los Ministros de Industrias, Comercio, Integración y Pesca. Y de Finanzas y Crédito Público. (Profesional, 2003, págs. 1, 2, 4)

Art. 14.- El Comité interinstitucional de fomento Artesanal, Sesionará por lo menos una vez semana. (Profesional, 2003, págs. 1, 2, 4)

Art. 15.- El Ministerio de Industrias, Comercio, Integración y Pesca notificará la copia certificada del Acuerdo Interministerial al interesado. (Profesional, 2003, págs. 1, 2, 4)

4.5.3. Requisitos.

Para obtener la certificación de taller artesanal, se debe presentar los siguientes documentos.

1. Copia de cédula de identidad.
2. Copia de la papeleta de votación.
3. Foto tamaño carnet, actualizada y a color.
4. Tipo de sangre.
5. Solicitud adquirida en la JNDA, Juntas provinciales y cantonales. (Vieira, 2018.)

Para obtener la calificación, se debe presentar los siguientes requisitos:

1. Copia del Título Artesanal o Acta de Grado.
2. Copia de la cédula de identidad.
3. Copia de la papeleta de votación.
4. Foto tamaño carnet, actualizada y a color.
5. Papeleta de depósito bancario. (Vieira, 2018.)

Permisos necesarios para su funcionamiento.

1. Inscripción del negocio en el SRI.
2. Registrarse en la patente Municipal.

3. Pago de vigilancia.
4. Tasa de habilitación del establecimiento.
5. Permiso omitido por el Ministerio de Salud, para manipulación de alimentos.
6. Pago a los bomberos.
7. Registro del Ministerio de Salud.
8. Acta de compromiso para Limpieza de tramaps de grasa.

5.5.4. Mitigación del impacto ambiental.

- Control de plagas.
- Correcto desecho de aceites usados.
- Clasificación y reciclaje de materiales inorgánicos y orgánicos.
- Reducción de consumo de energía eléctrica.
- Control de consumo de agua.

5.5.5. Acciones remediales.

- La correcta limpieza de bodegas y control de alimentos en producción al igual que la utilización de deinfectates para prevenir la existencia de roedores e insectos que puedan contaminar la materia prima.
- Los aceites no deben ser desechados en los lavandines, es recomendable colocarlos en recipientes muy bien tapados para ser desechados en la basura o a su vez en centros de reciclaje para la realización de brea o velas.
- Utilizar recipientes de basura con etiquetas y de diferentes colores para la clasificación de desechos orgánicos e inorgánicos, también se puede gestionar estos desechos orgánicos para ser entregados como alimento de cerdos de crianza, recibiendo una bonificación al final del año.
- Por medio de la utilización de adaptadores Morfi, que funcionan de manera inteligente para ahorrar energía eléctrica prendiendo los equipos y luces en un horario específico, controlados desde el celular.

- El agua debe ser utilizada de manera adecuada en la limpieza de los pisos, mesones, vajilla, batería de cocina entre otros, para esto se puede utilizar llaves ahorradoeas de agua.

4.6. Manual de procesos

Introducción: Detallado general de aspectos como una pequeña reseña histórica del establecimiento, objetivos, misión, visión del manual y del establecimiento, normas de seguridad y manipulación de alimentos, organigrama de los puestos de trabajo del restaurante con sus funciones y características.

- Procesos del área de la cocina.
- Procesos del área de servicio.
- Procesos del área administrativa.
- Procesos del área financiera.

4.6.1. *Manual de procesos de cocina, servicio, administración y finanzas*



Figura 24 - 4: Manual de procesos

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

4.6.2. *Presentación*

El presente manual de procesos está elaborado y dirigido a todos los colaboradores de este establecimiento, con la finalidad de desarrollar y mejorar sus destrezas y habilidades para que tengan una noción más clara sobre las funciones que deben realizar en sus actividades, para obtener un mejor resultado frente a las necesidades y expectativas del cliente, tomando como referencia los principios de la empresa.

4.6.3. *Introducción*

El siguiente documento detalla los procesos a seguir en el área de producción, servicio, finanzas y administración del establecimiento, para que los nuevos integrantes o colaboradores de esta empresa puedan realizar su trabajo con éxito sin ningún inconveniente. En el presente manual se detalla aspectos importantes como actividades y materiales que necesitarán para su correcto desenvolvimiento en su entorno laboral.

4.7. *Objetivo general*

Desarrollar un sistema de franquicia funcional y rentable mediante un estudio detallado del Restaurante Los Pinguinos, aplicable en el mercado.

4.7.1. *Objetivos específicos*

- Compilar toda la información relevante mediante manuales divididos por áreas.
- Informar al lector de forma concreta y objetiva, de la utilidad y certeza de este manual.
- Establecer este sistema en un manual que pueda ser un producto comercializado con éxito en el mercado.

4.8. *Reseña hisotira de la empresa*

El establecimiento nace hace en 1989 en la parroquia de Santa Rosa de Ambato, Tungurahua, con un capital reducido y un espacio lo suficiente adecuado se abre por primera vez las puertas, con impacto positivo en la parroquia. Con una paila de bronce y mucha fe en Dios empezó este negocio ofreciendo el primer pollo frito de la localidad.

Los Pingüinos, se caracterizan por innovar, intentando nuevos productos, lo que le ha permitido mantenerse en el mercado, manteniendo su sabor y estilo. Vienen nuevas generaciones y el patrimonio de Bar Restaurante Los Pingüinos debe trascender en el tiempo, es por ello que nos sentimos en la necesidad de abrir fronteras para llevar esta felicidad a más personas.

4.9. Misión y visión de la empresa

4.9.1. Misión

Ofrecer comida rápida cuidando los procesos de producción, con un bajo impacto ambiental, al igual que proponer productos sanos accesibles y llamativos, que puedan ser adquirido en diferentes partes de la ciudad.

4.9.2. Visión

Establecer un sistema confiable y seguro de franquicia que permita ubicar uno de nuestros locales en diferentes partes de la ciudad, con la garantía de que el cliente resiva siempre la misma buena calidad y perciba el mismo ambiente.

4.10. Normas de trabajo

4.10.1. Normas de seguridad y limpieza

4.10.1.1. Salud

En caso de presentar síntomas, comunicar al jefe de área sobre el malestar, como dolor estomacal, dolor del cuerpo, náuseas, diarrea, fiebre, vómito, entre otros; lo que permitirá tomar la decisión más adecuada, como puede ser hacer uso del botiquín de primeros auxilios, o acudir a un doctor.

4.10.1.2. Botiquín



Figura 25 - 4: Botiquín

Realizado por: Googel images, 2020

Contenido:

- Cutiras (cubrir cortes o lesiones despues de haber sido desinfectadas).
- Vendas (de distintos tamaños)
- Gasa (Para detener hemorrágias o cubrir heridas grandes).
- Esparadrapo (Unir y fijar vedas o gasas)
- Paracetamol (medicina genérica para bajar la fiebre)
- Ibuprofeno (Control de dolores)
- Alcohol (Para desinfectar heridas e instrumentos para curar)
- Jabón (para lavar manos, heridas y material de curación)
- Voltaren (desinflamante muscular en crema)
- Pomada (crema aplicada en quemaduras).

Nota: Si el usuario se siente mal desde casa, comunicarse lo mas pronto con administración para reportar su estado y su ausencia del día de trabajo, presentar permiso médico que justifique su falta.

4.10.1.3. Higiene personal

Mantener su higiene personal diario en un alto grado de aceptabilidad. Teniendo en cuenta estos aspectos:

- Uñas cortas y limpias
- Cabello corto o recogido y asegurado con una malla.
- Evitar colonias y perfumes fuertes.
- Evitar exceso de maquillaje y pintura.
- Sin barba, en caso de tenerla utilizar mascarilla o red para barba.
- Uniforme

Uniforme área de producción



Figura 26 - 4: Uniforme área de producción.

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Nota:

- Esta ropa de trabajo es exclusiva para realizar sus actividades en manipulación de alimentos y de preferencia sera de colores claros, que refleja limpieza y cuidado, no se deberá salir a la calle con esta ropa ya que se puede contaminar con el ambiente.
- La malla de cabello debe cubrir totalmente impidiendo que este caiga sobre la comida.
- Si se necesita guantes para realizar alguna actividad en específico, debera hacerlo, lavando de manos periódicamente.

Uniforme área de servicio



Figura 27 - 4: Uniforme área de servicio.

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Nota:

- Esta ropa de trabajo debe ser formal pero bastante cómoda para atender a los clientes, esta prenda también dependerá de la época del año en la que se encuentre, para fechas como navidad, año nuevo, carnaval, san valentín tendrá que usarse un distintivo acorde a la festividad.
- La malla de cabello debe cubrir totalmente impidiendo que este caiga sobre la comida.

- Si se necesita guantes para realizar alguna actividad en específico, deberá hacerlo, lavando sus manos periódicamente.

4.10.1.4. Hábitos higienicos

Se prohíbe en el puesto de trabajo; fumar, masticar chicle, comer, toser, estornudar cerca de los alimentos, ya que esto puede permitir que caigan los microorganismos salivales. Es necesario desarrollar un buen hábito de lavado de manos con frecuencia, ya es esto reducida la posibilidad de una contaminación cruzada, o una contaminación directa.

Tabla 47 – 4: **Habitos de higiene**

			
Moja tus manos con agua tibia y aplica un poco de jabón frotando las palmas de tus manos sin agua.	Frotar entre tus dedos y pulgares.	Junta las manos y frota una sobre la otra,	Frota circularmente cada dedo con tu otra mano.
			
Frota las uñas en las palmas de tu mano	Frota en la parte superior de la palma de la mano en forma circular.	Frota las muñecas de cada mano.	Enjuagar con agua limpia y secar con una toalla o papel.

Fuente: Google imágenes.

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

- **Limpieza**

Eliminar todos los residuos visibles que pueda ayudar a la proliferación de bacterias, atraer insectos y roedores.

- **Desinfección**

Proceso a realizar después de la limpieza, para eliminar de forma profunda los microorganismos y su reproducción, para ello también se debe tener una prevención sobre todo en la zona de desechos y desperdicios, que puede llegar a ser un foco de contaminación, debe ser limpiado constantemente y desinfectado. Se puede utilizar la solución de cloro con cuatro partes de agua y una de cloro.

- **HACCP**

Sistema que permitirá prever los problemas, se especifica lo que se debe hacer para obtener alimentos seguros para la salud del consumidor.

HACCP

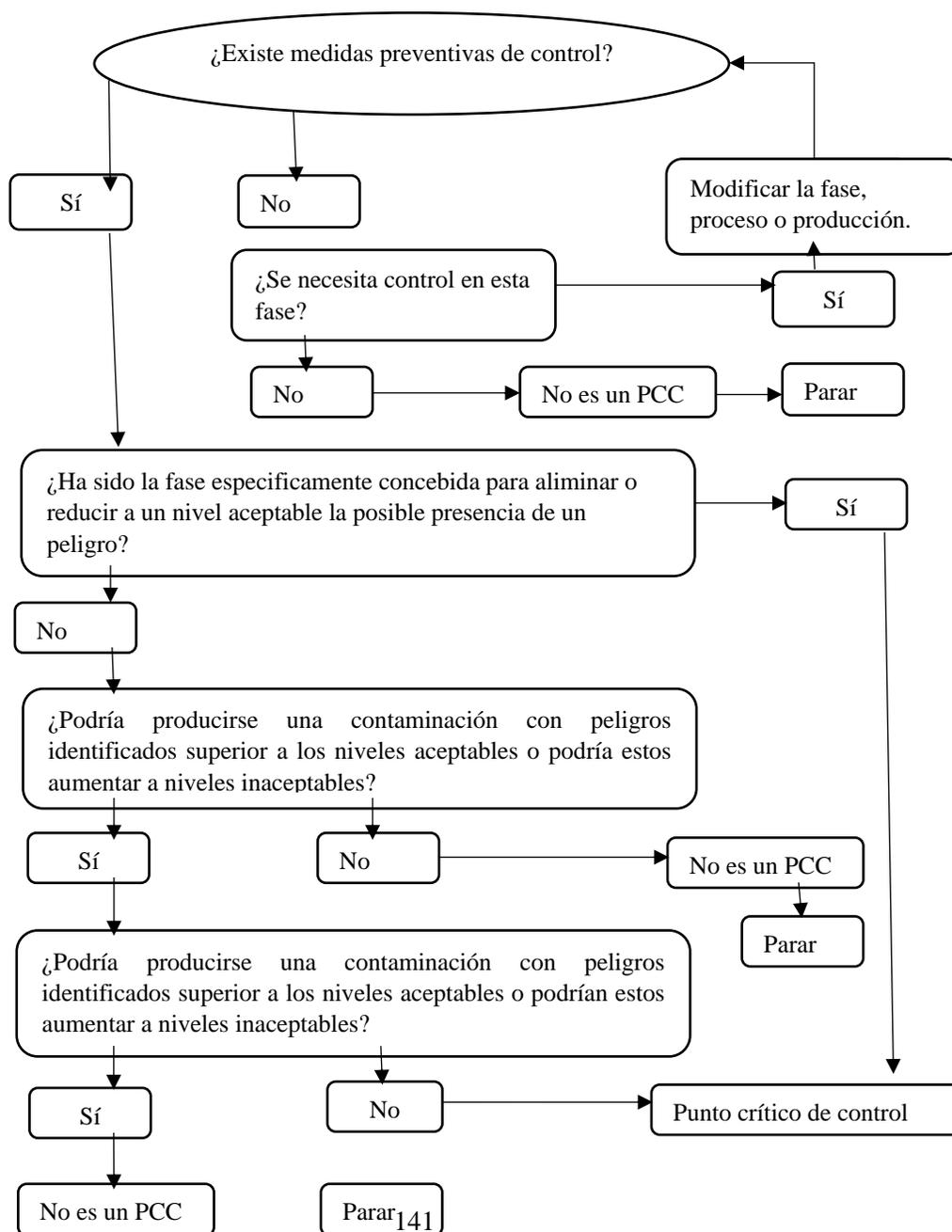




Gráfico 46 – 4. HACCP

- Pasar el siguiente peligro identificado del proceso descrito.
 - Los niveles aceptables e inalcanzables necesitan ser definidos teniendo en cuenta los objetivos globales cuando identifican los PCC del plan de HACCP.
- **Conducta personal**

El trato y la conducta del personal debe desarrollarse bajo las bases de urbanidad, primero el trato del personal con la empresa, ya que se abren las puertas de este hogar en donde se ha invertido en equipos e infraestructura para que su ambiente laboral sea aceptable, su honestidad es esencial para con nosotros, de igual forma, debe existir honestidad, colaboración, compañerismo, respeto y tolerancia, creando un ambiente de amigable que permitira que se desarrollen con fluides todas las actividades. Es necesario y esencial que internamente el grupo de trabajo se encuentre en armonía, ya que esto se verá reflejado en el trato y convivencia con el cliente. Ser cortés, paciente, honesto, con una gran sonrisa.

- **Horarios**

Horarios rotativos para todo el personal, se detalla la información en la siguiente tabla:

Tabla 48 – 4: Horarios del personal de trabajo

PUESTO	MAÑANA	TARDE
Jefe de producción.	9:00 a.m. – 14:00 p.m.	19:00 p.m. – 22:00 p.m.
Cocinero 1	9:00 a.m. – 17:00 p.m.	
Cocinero 2		14:00 p.m. – 22:00 p.m.
Mesero	9 a.m. – 17: p.m.	
Mesero		13:00 a.m. – 21:00 p.m.

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020



MANUAL DE PROCESOS



PROCESOS DEL ÁREA DE PRODUCCIÓN.



JUNTOS LO LOGRAREMOS!

2020 2021.

4.11. Procesos de área de cocina

4.11.1. Instrucciones generales

Tabla 49 – 4: Instrucciones generales

	MANUAL DE PROCESOS DEL ÁREA DE COCINA	FECHA: 24/05/2020.
		VERSIÓN: 1
INSTRUCCIONES GENERALES		
<p>En esta área de producción se debe tomar en cuentas varios procesos que se desarrollan en un orden específico y con las herramientas adecuadas. Dentro de estas se encuentran:</p> <ul style="list-style-type: none">• Control de la oferta gastronómica, responsabilidad de la materia prima que debe ser manipulada con buenas prácticas de manufactura, siguiendo los procesos planteados en el manual.• Recepción, verificación, almacenaje de materia prima en cada estación.• Horarios para atención y recepción de proveedores, de 8:00 am – 9:00 am y en la tarde de 4 pm – 5 pm.• Preparación y emplatado de los platillos a ofrecer.• Control, limpieza de utensilios, espacio de trabajo y equipos. <p>Para la realización de estas actividades se tiene designado a las personas responsables, con sus materiales y documento de apoyo.</p>		

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Orden de compra de materia prima

Tabla 50 - 4: Orden de compra de materia prima

	MANUAL DE PROCESOS DEL ÁREA DE COCINA	PC 001
		FECHA: 24/05/2020.
	Proceso: Orden de compra materia prima.	VERSIÓN: 1
INSTRUCCIONES GENERALES		
<p>Objetivo:</p> <ul style="list-style-type: none"> Controlar el stock de materia prima en bodega mediante un registro y una requisición detallada que permite la elaboración de todas las preparaciones. <p>Alcance:</p> <div style="text-align: center;">  </div> <p>Elaborado por: Medina. Fabricio. 2020</p> <p>Grafico: Proceso de orden de compra materia prima.</p> <p>Referencia:</p> <p>Método de compra estrecha proporcional a la producción: se realizan de acuerdo al desarrollo de los planes de producción, artículos de consumo regular, controlando la existencia de almacén.</p> <p>Horario de requisición: En el transcurso de la semana se realizan las requisiciones de materia prima, en días establecidos que se detallan a continuación.</p>		
Realizado por: Medina, Fabricio, 2020		

Tabla 51 – 4: Horario de requisición de materia prima

Tabla. Horario de requisición de materia prima.

Productos.	Días.
Pollo.	Lunes.
Carne de res y cerdo.	Martes y viernes.
Frutas, verduras, hortalizas.	Lunes y jueves.
Embutidos y pescado.	Martes y miércoles.
Condimentos y no perecederos.	Lunes y jueves.

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

- Stock mínimo del producto: Para poder cumplir con todos las preparaciones de la carta menú es necesario tener un abastecimiento continuo en bodega, los productos que no se encuentran en la lista se deberan comprar solo cuando sea necesario para determinadas tareas.

Tabla. Stock mínimo y máximo de bodega semanal.

PRODUCTO	STOCK MÍNIMO	STOCK MÁXIMO
	CARNES	
Pollo	15 u	30 u
Carne molida	5 lb	15 lb
Chuleta de cerdo	10 u	25 u
Pescado	5 lb	9 lb
Pulpa de carne.	2 lb	4 lb
	EMBUTIDOS	
Salchicha de res.	10 lb	20 lb
Salchichon boton.	2,5 lb	5 lb
	HORTALIZAS	
Cebolla paiteña	10 lb	15 lb
Cebolla perla	3 lb	6 lb
Cebolla blanca	2 lb	4 lb
Ajo	2 lb	5 lb
Pimiento	3 lb	6 lb

Succini	3 lb	7 lb
Lechuga crespa	4 u	8 u
Tomates	½ caja	1 ½ caja
Perejil	2 atados	4 atados
Cilantro	1 atado	2 atados
Apio	1 atado	2 atados
Ají	3 lb	6 lb
Zanahoria	4 lb	7 lb
Papa	4 qq	10 qq
Jengibre	½ lb	1 lb
Limón mayer	4 lb	7 lb
Col	1 u	3 u
Piña	1 u	5u
Maracuyá	3 lb	9 lb
Tomate de árbol	3 lb	10 lb
	CONDIMENTOS	
Sal	6 lb	8 lb
Pimienta	1 lb	2 lb
Comino	½ lb	1 lb
Orégano	1 lb	2 Lb
Curri	½ lb	1 Lb
	ABASTOS	
Aceite	1 bidón	2 bidones
Arroz	12 lb	30 lb
Huevos	24 u	36 u
Azúcar	5 lb	10 lb
Maicena	1 lb	2 lb
Avena	3 lb	5 lb
Lenteja	1 lb	2 lb

Mantequilla	1 lb	2 lb
Apanadura	2 lb	3 lb

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Responsables:

- Área de cocina (Jefe de producción)

Definiciones:

- Stock: Conjunto de materia prima que se almacena en una bodega o estanterías para ser utilizada posteriormente en los procesos de producción o para su expendio posterior.

Insumos:

- Hoja de papel
- Esfero.

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Tabla 52 – 4: Orden de compra de materia prima

	ÁREA DE PRODUCCIÓN		PC 001
			FECHA: 24/05/2020.
	Proceso: Orden de compra materia prima.		VERSIÓN: 1
PASOS	ACTIVIDAD	RESPONSABLE	
1	Identificar los productos que se anotaron en la requisición del inventario.	Jefe de Producción	
2	Anota en la hoja de requisición los productos que se deben comprar con cantidades e información detallada.	Jefe de Producción	
3	Entregar la hoja de requisición a administración para que gestione la compra con los proveedores.	Jefe de Producción	
4	Identificación, valoración y compra de los productos solicitados en el mercado.	Jefe de Producción	

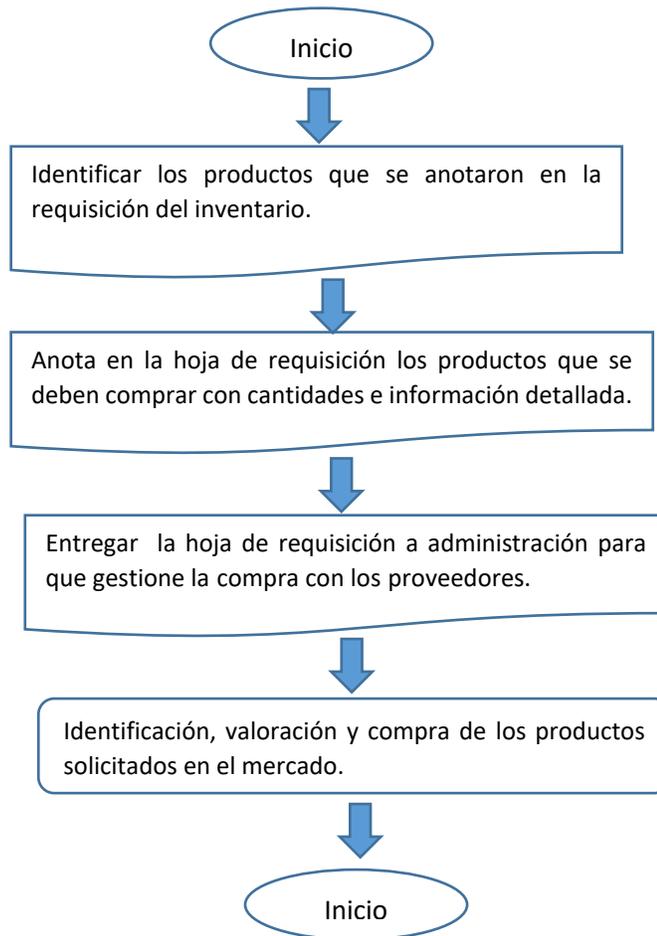
Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Tabla 53 – 4: Orden de compra de materia prima

	ÁREA DE PRODUCCIÓN	PC 001
		FECHA: 24/05/2020.
	Proceso: Orden de compra materia prima.	VERSIÓN: 1

Diagrama de flujo:

Flujograma 1. Proceso orden de compra materia prima.



Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Tabla 54 – 4: Orden de compra de materia prima

	ÁREA DE PRODUCCIÓN	PC 001	
		FECHA: 24/05/2020.	
	Proceso: Orden de compra materia prima.	VERSIÓN: 1	
Hoja de requisición			
N° Pedido	0001	Plazo de envío	2
Fecha	1		
Referencias			
Rec/Cód.	Descripción	Cantidad	Precio
3	4	5	6
Total			
Condiciones	Aceptado por:		
7	9		
Forma de pago			
8			

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Nota: Los números están colocados a corde al orden en que se debe llenar el formato.

Recepción y almacenamiento de materia prima

Tabla 55 – 4: Recepción y almacenamiento de materia prima

	MANUAL DE PROCESOS DEL ÁREA DE COCINA	PC 002
		FECHA: 24/05/2020.
	Proceso: Recepción y almacenamiento de la materia prima.	VERSIÓN: 1
INSTRUCCIONES GENERALES		
<p>Objetivo:</p> <ul style="list-style-type: none"> Almacenar la materia prima según sus características, manteniendo el control y su calidad, obteniendo productos en óptimas condiciones para la elaboración de preparaciones y desarrollo de actividades. <p>Alcance:</p> <div style="text-align: center;">  </div> <p>Grafico: Proceso de recepción y almacenamiento de materia prima</p> <p>Realizado por: Medina, Fabricio, 2020</p> <p>Referencia:</p> <ul style="list-style-type: none"> Método FIFO (Primero en entrar, primero en salir): Se realiza un orden para dar uso a los productos que se almacenan, el primero en haber entrado es el primero que debe ser usado por su tiempo de estancia. Sectorización de productos: En bodega se encuentran estanterías para distribuir los productos, como verduras, frutas, hortalizas, en otro lugar se encuentra el congelador para preservar las carnes, pollos embutidos y todo lo que se realice para producción, que estará ordenado de manera que no exista contaminación cruzada, en el refrigerador se encuentran todo el mise en place, que se utilizará para el servicio. De igual forma existen el espacio de estantería para los productos secos, como condimentos y abastos. 		

- **Temperaturas de almacenamiento:** en la siguiente tabla se detalla las temperaturas adecuadas para el almacenamiento de cada producto según su clasificación para su óptima preservación.

Tabla . Métodos de conservación

Género	Refrigeración	Tiempo de conservación.	Congelación	Tiempo de conservación.
Carnes	0°C – 4°C	48 horas Max	- 18° C	Hasta 4 meses.
Pescado	0°C – 4°C	24 horas Max	- 18° C	Hasta 2 meses.
Embutidos	0°C – 4°C	48 horas Max	- 18° C	Hasta 3 meses.
Hortalizas	2°C – 8°C	5 días Max	-	-
Condimentos	T° Ambiente	-	-	-
Abastos	T° Ambiente	-	-	-

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Resonsables:

- Jefe de cocina y cocineros.

Definiciones:

- **Abasto:** conjunto de víveres que dentro de un restaurante son alimentos no perecederos, secos o empacados que no necesitan de refrigeración o congelación en la mayoría de sus casos para su óptima conservación, solo áreas secas de poca luz y temperatura ambiente.
- **Contaminación cruzada:** Es el efecto de juntar dos tipos de alimentos, provocando una combinación de olor, sabor o hasta textura, esto también puede efectuarse al colocar un alimento sobre superficies que no han sido limpiadas y desinfectadas.

Insumos:

- Copia de hoja de requisición.
- Balanza.
- Esfero.
- Recibos y facturas.
- Guantes.
- Calculadora.

Tabla 56 – 4: Recepción y almacenamiento de materia prima

	ÁREA DE PRODUCCIÓN	PC 001
		FECHA: 24/05/2020.
	Proceso: Orden de compra materia prima.	VERSIÓN: 1
PASOS	ACTIVIDAD	RESPONSABLE
1	Recepción y verificación de propiedades organolépticas y características de materia prima, al igual que su peso y cantidad.	Jefe de Producción y cocineros.
2	Revisar y verificar que la balanza indique el peso correcto al pedido en la hoja de requisición.	Jefe de Producción y cocineros.
3	Archivar recibos y facturas.	Jefe de producción y cocineros.
4	Clasificar, etiquetar y almacenar el producto.	Cocineros
5	Mediante las pautas establecidas en el proceso de almacenamiento, acomodar los productos según sus características.	Cocineros

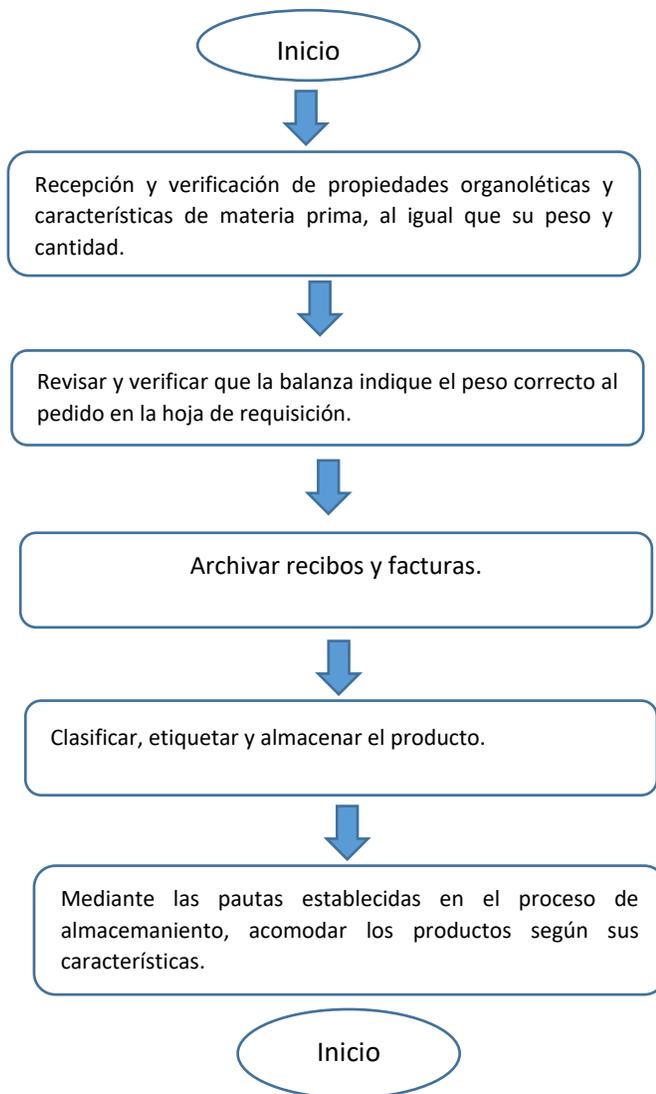
Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Tabla 57 – 4: Recepción y almacenamiento de materia prima

	ÁREA DE PRODUCCIÓN	PC 002
		FECHA: 24/05/2020.
	Proceso: Orden de compra materia prima.	VERSIÓN: 1

Diagrama de flujo:

Flujograma 2. Recepción y almacenamiento de la materia prima.



Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Tabla 58 – 4: Recepción y almacenamiento de materia prima

Bar Restaurante Los Pingüinos	
Producto/ Preparación:	
Fecha de elaboración:	
Fecha de vencimiento:	
Porción / peso.	

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Producción del menú diario.

Tabla 59 - 4: Producción del menú diario

	MANUAL DE PROCESOS DEL ÁREA DE COCINA	PC 003
		FECHA: 24/05/2020.
	Proceso: Preparación de la carta menú diaria.	VERSIÓN: 1
INSTRUCCIONES GENERALES		
<p>Objetivo:</p> <ul style="list-style-type: none"> Desarrollar la producción para carta menú, utilizando las buenas prácticas de manufactura, abasteciendo el mise en place para el servicio diario. <p>Alcance:</p> <div style="text-align: center;">  </div> <p>Grafico: Proceso de preparación de producción de la carta menú diaria.</p> <p>Realizado por: Medina, Fabricio, 2020</p>		

Referencia:

- **BPM:** Sistema de prevención para la controlar la inocuidad de los alimentos, desempeñada por todos los trabajadores del restaurante, los cuales deben conocer para desempeñar sus labores y de esa manera evitar contaminaciones cruzadas, físicas, químicas, mal uso de tiempos y técnicas de cocción.
- **Contaminación en los alimentos:** Uno de los problemas mas freguentes es la contaminación cruzada que se da cuando los alimentos tienen contacto con otros alimentos en mal estado, o sobre superficies que no han sido limpiadas y desinfectadas, contaminación física cuando por ejemplo vegetales que estan en descomposición tienen contacto con el resto de vegetales, dañándolos, contaminación química por el contacto de pesticidas, detergentes entre otros.
- **Mise en place:** Se refiere a tener todo a punto, todo listo, en el restaurante esto se refiere a elaborar salsas, hacer carnes de hamburguesa, cortar vegetales, porcionar carnes y embutidos.
- **Temperatura de cocción:**

Género	Temperatura mínima de cocción.
Carne de res	63°C
Pollo	74°C
Cerdo	63°C
Pescados	63°C

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Responsables:

- Jefe de producción.
- Cocineros.

Definiciones:

- **Mise en place:** Puesto a punto, listo antes de.
- **Porcionar:** cortar en partes generosamente iguales un producto o una preparación.

Insumos:

- **Cocina**
- **Utensilios de cocina**
- **Caserolas**
- **Materia prima**
- **Hora de producción semanal**
- **Recipientes**

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Tabla 60 – 4: Producción del menú diario

	ÁREA DE PRODUCCIÓN		PC 003
			FECHA: 24/05/2020.
	Proceso: Producción de carta menú diaria.		VERSIÓN: 1
PASOS	ACTIVIDAD	RESPONSABLE	
1	Revisar los congeladores y refrigerador de mise en place, para establecer que producción deber ser reabastecida.	Jefe de Producción y cocineros.	
2	Iniciar el Mise en place.	Jefe de Producción y cocineros.	
3	Empezar con la producción desde los que llevan más procedimientos, hasta los de menor procedimiento.	Jefe de producción y cocineros.	
4	Culminar con las preparaciones a las 12:00 h y para ya poder atender a los comensales.	Cocineros	
5	Rectificar sabores en caso de ser necesario, enfriar y colocar en recipientes etiquetados para almacenarlos o para su uso inmediato.	Jefe de producción/ Cocineros	
6	Limpieza del área de trabajo.	Cocineros	

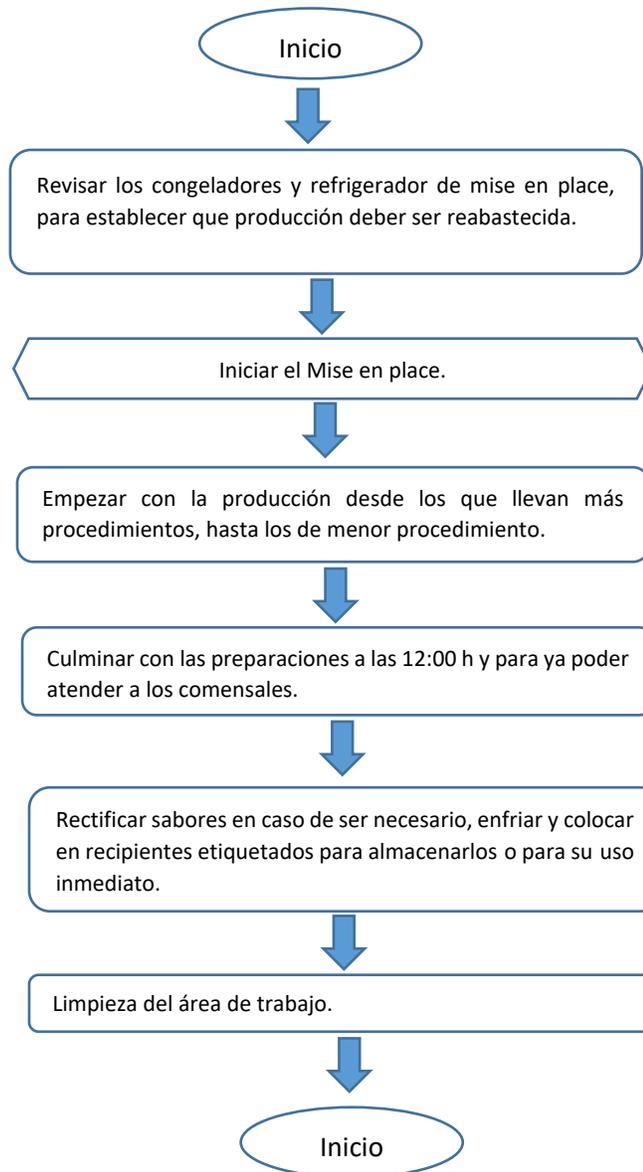
Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Tabla 61 – 4: Producción del menú diario

	ÁREA DE PRODUCCIÓN	PC 003
		FECHA: 24/05/2020.
	Proceso: Producción de la carta menú diaria.	VERSIÓN: 1

Diagrama de flujo:

Flujograma 3. Producción de la carta menú diario



Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Tabla 62 – 4: Producción del menú diario

	Hoja de producción semanal “Bar Restaurante Los Pingüinos.”		PC 001				
			FECHA: ①				
	Proceso: Orden de compra materia prima.		VERSIÓN: 1				
Desde el..... ② Hasta ③ el..... ②							
Día	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Salsas							
Carnes							
Embutidos							
Empaques							
Pulpas					④		
Vegetales							
Especias							
Adobos							
Firma del responsable ⑤	Observación: ⑥						

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Nota: Los números indican el orden para llenar el formato.

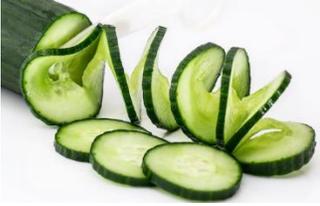
Tabla 63 – 4: Mise en place

	Hoja guía de producción semanal medidas y cortes. “Bar Restaurante Los Pingüinos.”	PC 001
		FECHA:
	Proceso: Mise en place.	VERSIÓN: 1
Desde el..... Hasta el.....		
Salsas	Empacar en tarrinas de ½ lt.	
Carne de churrasco	Porcionar de 80 a 90 g.	
Filetes de pollo	Porcionar de 85 a 95 g.	
Filetes de pescado	Porcionar de 80 a 95 g.	
Carne de Hamburguesa	Porción de 80 g.	
Papas fritas	Porción de 80 g.	
Embutidos	Cortar y porcionar en fundas de 5 lb.	
Chuleta de cerno	Empacar en fundas transparentes individualmente.	
Pulpas de fruta.	Porción de 80 g.	
Pastas de vegetales.	Porción de tarrina de ½ lt.	
Espicias	Empacar en envases de vidrio de 250 g.	
Observación: Utilizar herramientas como balanza, gramera, jarra medidora, para mayor exactitud y mejores resultados.		

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Tabla 64 – 4: Mise en place

	Hoja guía de producción semanal medidas y porciones. “Bar Restaurante Los Pingüinos.”	PC 001
		FECHA:
	Proceso: Mise en place.	VERSIÓN: 1
Desde el..... Hasta el.....		
	Mire poix: Corte de verduras en cubos de 1 cm o 1,5 cm de lado, son cortes irregulares.	
	Brunoise: corte de verduras en cubitos de (3mm x 3mm x 3mm)	
	Pluma: Corte muy fino de 2 mm, aprovechando la longitud del producto en cuestión.	
	Juliana: Deben ser tiras finas y alargadas. Aproximadamente de unos 3mm x 3mm x 6mm.	
	Filetear: Cortar un alimento en lonjas delgadas o finas, en filetes uniformes de espesor y más menos el mismo largo.	
	Noisette: Formar pequeñas pelotas del tamaño de avellanas, con la ayuda del utensilio denominado sacabocados o paricien.	

	<p>Chiffonade: Corte de verduras como col, repollo, lechuga, agrupando hojas, para envolverlas como cilindro y cortarlas finamente con una medida de 5mm.</p>
	<p>Torneado: Es un corte ovalado, de distancia aproximada de 4 cm y un diámetro de 3 cm, sus extremos deben ser punteagudos.</p>
	<p>Batonnet: Corte rectangular con una medida de (6mm x 6mm x 6 - 7,5 cm).</p>
	<p>Paysanne: Corte de rombo con medidas de (12mm x 12mm 3mm).</p>
	<p>Rondela o chip: Corte circular con una medida aproximada de 1,5 cm x 7 mm de espesor.</p>

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Tabla 65 – 4: Mise en place

	Hoja guía de producción semanal Tabla de picar. “Bar Restaurante Los Pingüinos.”	PC 001
	Proceso: Mise en place.	FECHA: VERSIÓN: 1
Correcto uso de la tabla de picar.		
	Tabla de corte blanca: Pastas, quesos, pan, bollería.	
	Tabla de corte verde: Frutas y verduras.	
	Tabla de corte amarilla: Carnes blancas (pollo, pavo...)	
	Tabla de corte azul: Pescados y mariscos.	
	Tabla de corte roja: Carnes rojas (ternera, cordero...)	
	Tabla de corte marrón: Carnes cocinadas y fiambres.	

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Elaboración de los platos de la carta

Tabla 66 - 4. Elaboración de los platos de la carta

	MANUAL DE PROCESOS DEL ÁREA DE COCINA	PC 004
		FECHA: 24/05/2020.
	Proceso: Elaboración de los platos de la carta	VERSIÓN: 1
INSTRUCCIONES GENERALES		
<p>Objetivo:</p> <ul style="list-style-type: none"> Elaborar la variedad de preparaciones de la carta menú mediante la utilización de la receta estándar, manteniendo las características y calidad de las mismas. <p>Alcance:</p>  <p>Grafico: Elaboración de los platos de la carta</p> <p>Realizado por: Medina, Fabricio, 2020</p> <p>Referencia:</p> <ul style="list-style-type: none"> BPM: Sistema de prevención para la controlar la inocuidad de los alimentos, desempeñada por todos los trabajadores del restaurante, los cuales deben conocer para desempeñar sus labores y de esa manera evitar contaminaciones cruzadas, físicas, químicas, mal uso de tiempos y técnicas de cocción. 		

- **Contaminación en los alimentos:** Uno de los problemas más frecuentes es la contaminación cruzada que se da cuando los alimentos tienen contacto con otros alimentos en mal estado, o sobre superficies que no han sido limpiadas y desinfectadas, contaminación física cuando por ejemplo vegetales que están en descomposición tienen contacto con el resto de vegetales, dañándolos, contaminación química por el contacto de pesticidas, detergentes entre otros.
- **Mise en place:** En el restaurante las carnes, embutidos, pescados están congelados, pollo frito y alitas precocidas, para ser terminadas al instante, las guarniciones como ensaladas se realizan en la mañana, papas fritas se encuentran precocidas, esto se lo realiza en la mañana, para ser terminadas a la minuta.
- **Temperatura de cocción:**

Género	Temperatura mínima de cocción.
Carne de res	63°C
Pollo	74°C
Cerdo	63°C
Pescados	63°C

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Responsables:

- Jefe de producción.
- Cocineros.

Definiciones:

- **Mise en place:** Puesto a punto, listo antes de.
- **Porcionar:** cortar en partes generosamente iguales un producto o una preparación.

Insumos:

- Cocina
- Utensilios de cocina
- Caserolas
- Materia prima
- Comandas
- Platos y envases.

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Tabla 67 – 4: Elaboración de los platos de la carta

	ÁREA DE PRODUCCIÓN		PC 003
			FECHA: 24/05/2020.
	Proceso: Producción de carta menú diaria.		VERSIÓN: 1
PASOS	ACTIVIDAD	RESPONSABLE	
1	Recibir y ordenar comanda.	Jefe de Producción y cocineros.	
2	Alistar el mise en place con los ingredientess del platillo.	Jefe de Producción y cocineros.	
3	Realizar la cocción de los géneros cárnicos y guarniciones.	Jefe de producción y cocineros.	
4	Emplatar la preparación, de 7 a 15 minutos.	Jefe de producción/ Cocineros	
5	Revisar que el plato se encuentre óptimo y anunciar al mesero que el plato esta listo para el servicio.	Jefe de producción/ Cocineros	
6	Limpieza del área de trabajo para la siguiente comanda.	Jefe de producción/ Cocineros	

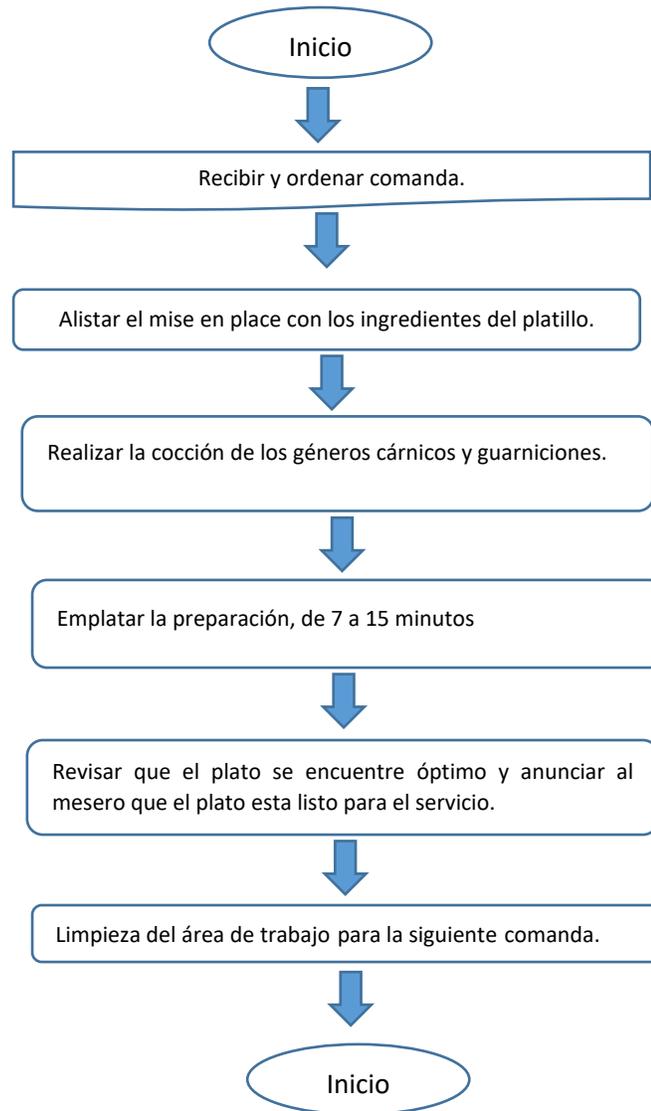
Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Tabla 68 – 4: Elaboración de los platos de la carta

	ÁREA DE PRODUCCIÓN	PC 004
		FECHA: 24/05/2020.
	Proceso: Elaboración de los platos de la carta menú.	VERSIÓN: 1

Diagrama de flujo:

Flujograma 4. Elaboración de los platos de la carta menú.



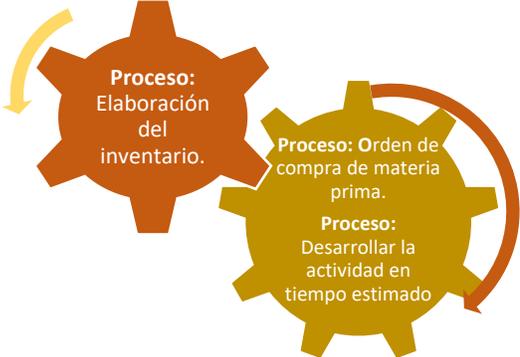
Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Tabla 69 – 4: Receta estandar

	“Bar Restaurante Los Pingüinos”			
	RECETA ESTÁNDAR			
N 0001				
Nombre del plato: ①				
Número de porciones: ②				
Elaborado por: ③				
Ingredientes	cantidades	Unidades	Costo unitario	Mise en place
④	⑤	⑥	⑦	⑧
Costo total:				
Precio sugerido:				⑨
Procedimiento				
⑩				
Observación:				
⑪				

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Tabla 70 - 4: Elaboración del inventario

	MANUAL DE PROCESOS DEL ÁREA DE COCINA	PC 005
		FECHA: 24/05/2020.
	Proceso: Elaboración del inventario.	VERSIÓN: 1
INSTRUCCIONES GENERALES		
<p>Objetivo:</p> <ul style="list-style-type: none"> Controlar la cantidad de materia prima en stock mediante una hoja registro de inventario permitiendo que el área de producción no sea interrumpida. <p>Alcance:</p> <div style="text-align: center;">  </div> <p>Grafico: Elaboración del inventario.</p> <p>Realizado por: Medina, Fabricio, 2020</p> <p>Referencia:</p> <ul style="list-style-type: none"> Inventario permanente: Este modelo de inventario permite registrar diariamente las entradas y salidas de materia prima, este modelo se relaciona con el proceso de roden de compra, este se lo realiza al final de la jornada. Valoración de existencias: Se realiza con el documento establecido por la empresa, este modelo se registra de entrada, salida y existencia de materia prima. 		

Responsables:

- Jefe de producción.
- Cocineros.

Definiciones:

- **Inventario:** Es el conteo, identificación y registro de la materia prima existente físicamente en bodega, este proceso se lo realiza periódicamente.

Insumos:

- Ficha de Inventario.
- Esfero.

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

	ÁREA DE PRODUCCIÓN	PC 005
		FECHA: 24/05/2020.
	Proceso: Elaboración del inventario.	VERSIÓN: 1
PASOS	ACTIVIDAD	RESPONSABLE
1	Acudir a bodega o estanterías con la ficha de inventario.	Jefe de Producción y cocineros.
2	Identificar los productos que han sido utilizados en preparaciones para producción de carta menú.	Jefe de Producción y cocineros.
3	Contar, identificar y registrar la cantidad de productos existentes después de la jornada de trabajo.	Jefe de producción y cocineros.
4	Registrar los productos que necesitan de reposición para completar el stock.	Jefe de producción/ Cocineros
5	Evaluar que productos se están utilizando en mayor cantidad, para considerar comprar al granel, o al mayoreo.	Jefe de producción/ Cocineros
6	Ordenar y limpiar el área.	Jefe de producción/ Cocineros
7	Escribir el nombre del responsable que llenó la ficha.	Jefe de producción / Cocineros
8	Entregar la hoja a administración para su revisión y aprobación.	Jefe de producción / Cocineros.

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Tabla 72 – 4: Elaboración del inventario

		PC 005
--	--	---------------

	ÁREA DE PRODUCCIÓN	FECHA: 24/05/2020.
	Proceso: Elaboración del inventario.	VERSIÓN: 1

Diagrama de flujo: **Flujograma 5. Elaboración del inventario.**



Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Tabla 73 – 4: Elaboración del inventario

	“Bar Restaurante Los Pingüinos” FICHA DE INVENTARIO DE COCINA.		N 0001
Fecha: ①			
Turno: ②			
Elaborado por: ③			
Producto	Stock	Existencia.	Requisición.
Pollo	20 u		
Carne de churrasco.	3 lb		
Chuleta de cerdo	20 u		
Pescado	5 lb		
Salchicha de res	5 lb		
Chorizo botón.	3 lb		
Carne de hamburguesa.	10 lb		
Cebolla perla	10 lb		
Cebolla paiteña	15 lb	④	
Cebolla blanca	6 lb		
Tomate	1 caja		
Lechuga	3 u		
Zanahoria	1 caja		
Pimiento	15 u		
Ají	2 lb		
Succini	3u		
Ajo	4 lb		
Apio	1 atado		
Perejil	1 atado		
Arveja	1 lb		

Jengibre	½ lb		
Limón mayer	20 u		
Papa única	1 qq		
Sal	2 lb		
Pimienta	½ lb		
Comino	1 lb		
Orégano	1 lb		
Azúcar	5 lb		
Aceite	1 bidón		
Arroz	1qq		
Huevos	1 cubeta		
Avena	1 arroba		
Mantequilla	1 lb		
Observación:	⑥		
Aprobado por:	⑤		

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Nota: Los números corresponden al orden que debe ser desarrollado este formato



MANUAL DE PROCESOS



PROCESOS DEL ÁREA DE SERVICIO.



JUNTOS LO LOGRAREMOS!

2020 2021.

4.12. Procesos del area de servicio

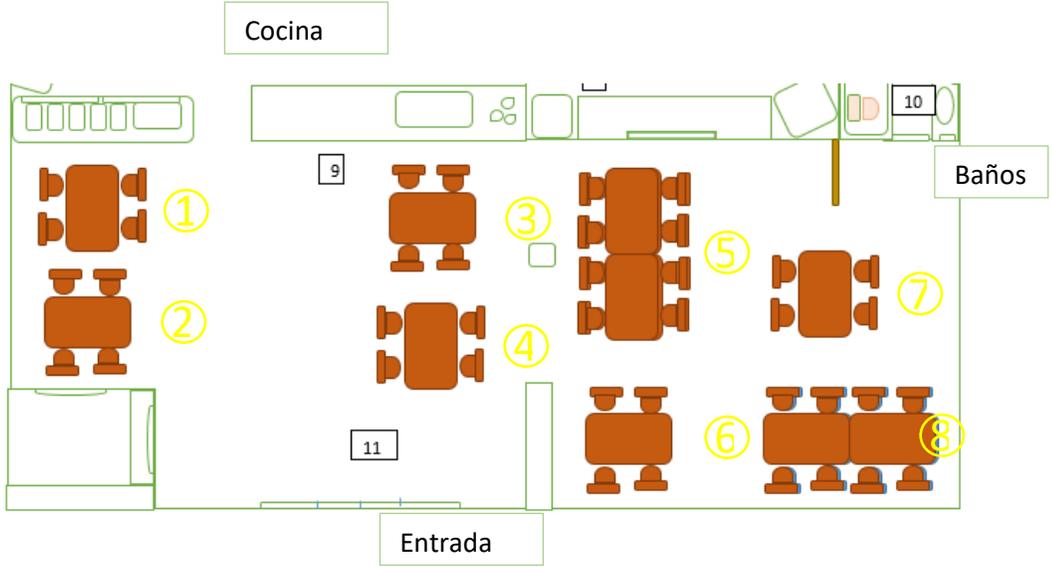
Tabla 74 – 4: Instrucciones generales, área de servicio

	MANUAL DE PROCESOS DEL ÁREA DE SERVICIO	FECHA: 24/05/2020.
	INSTRUCCIONES GENERALES	VERSIÓN: 1

Las actividades del área de servicio consta de procesos que deben ser desempeñados correctamente. Se debe tomar en cuenta ciertos aspectos importantes en esta área.

- **El horario de servicio:** empieza de 12:00 pm hasta las 21:00 h organizando y limpiando su área de trabajo para el siguiente día de trabajo.
- **El área de atención:** debe estar impecable, las mesas no tienen ninguna decoración, a más del petit menage que sera colocando cuando un cliente este utilizando la mesa.
- **Numeración de mesas:** esta enumeración no esta marcada fisicamente, pero el personal debe conocer el orden de la colocación de las mesas y su numeración, para un servicio ágil, rápida y con mejor margen de error.

Imagen . Numeración de mesas.



Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Tabla 75 – 4: Mise en place servicio

	MANUAL DE PROCESOS DEL ÁREA DE SERVICIO	PC 006
	Proceso: Mise en place servicio.	FECHA: 24/05/2020.
		VERSIÓN: 1
<p>Objetivo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Organizar las mesas y el area de servicio mediante las pautas planteadas en el manual para ofrecer un mejor servicio. <p>Alcance:</p> <div style="text-align: center;">  </div> <p>Gráfico: Elaboración del mise en place del área de servicio</p> <p>Realizado por: Medina, Fabricio, 2020</p> <p>Referencias:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mise en place es una herramienta de trabajo que permite prevenir y planificar una tarea, preparando todo antes del desarrollo del producto final. <p>Responsables:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Meseros. <p>Definición:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Petit – Menage: Son elementos que se colocan en el centro de la menta para complementar la comida, pueden ser especias, sal, azúcar, salsas, servilletas. <p>Insumos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Trapeadores, Escobas, Productos de limpieza, Limpiones. 		

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Tabla 76 – 4: Mise en place servicio

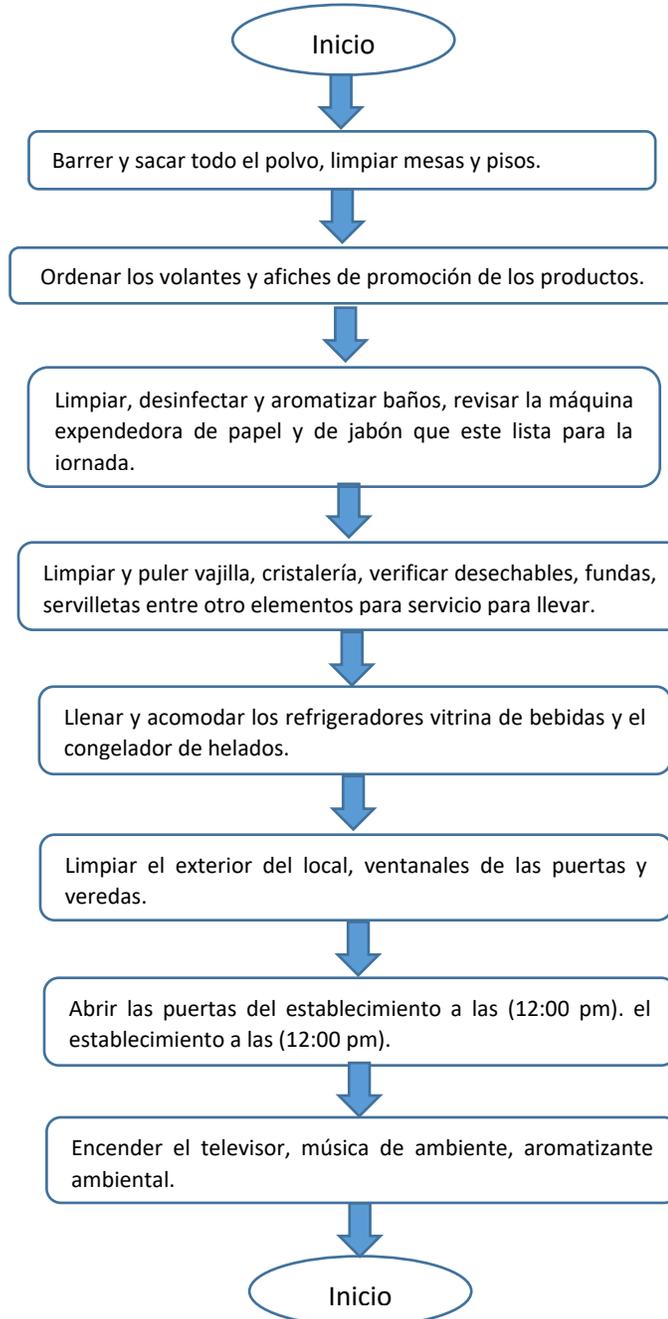
	ÁREA DE SERVICIO		PC 006
			FECHA: 24/05/2020.
	Proceso: Mise en place área de servicio.		VERSIÓN: 1
PASOS	ACTIVIDAD	RESPONSABLE	
1	Barrer y sacar todo el polvo, limpiar mesas y pisos.	Jefe de Producción y cocineros.	
2	Ordenar los volantes y afiches de promoción de los productos.	Jefe de Producción y cocineros.	
3	Limpiar, desinfectar y aromatizar baños, revisar la máquina expendedora de papel y de jabón que este lista para la jornada.	Jefe de producción y cocineros.	
4	Limpiar y pulir vajilla, cristalería, verificar desechables, fundas, servilletas entre otro elementos para servicio para llevar.	Jefe de producción/ Cocineros	
5	Llevar y acomodar los refrigeradores vitrina de bebidas y el congelador de helados.	Jefe de producción/ Cocineros	
6	Limpiar el exterior del local, ventanales de las puertas y veredas.	Jefe de producción/ Cocineros	
7	Abrir las puertas del establecimiento a las (12:00 pm).	Jefe de producción / Cocineros	
8	Encender el televisor, música de ambiente, aromatizante ambiental.	Jefe de producción / Cocineros.	

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Tabla 77 – 4: Mise en place servicio

	ÁREA DE SERVICIO	PC 006
		FECHA: 24/05/2020.
	Proceso: Mise en place área servicio	VERSIÓN: 1

Diagrama de flujo: Flujograma 6. Mise en place área de servicio.



Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Tabla 78 – 4: Desarrollo del servicio

	MANUAL DE PROCESOS DEL ÁREA DE SERVICIO	PC 007
	Proceso: Desarrollo del servicio.	FECHA: 24/05/2020.
		VERSIÓN: 1

Objetivo:

- Desarrollar un correcto servicio al cliente tomando en cuenta las normas que se plantean en el manual, mejorando la experiencia del cliente.

Alcance:



Grafico: Desarrollo del servicio

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Referencias:

- Protocolo de atención al cliente: Al recibir a un cliente se debe transmitir la mejor energía que el pueda sentir, esto se puede lograr con una gran sonrisa, higiene personal, un atento saludo formal con un agradable tono de voz, pedir de favor que tome asiento y en que se le puede servir, presentar la carta, sugerir opciones, repetir la orden solicitada. Al despedir agradecer su visita y ofrecer una despedida formal.

Responsables:

- Meseros.

Definición:

- Protocolo: herramienta compuesta de pautas que señalan la forma de realizar una actividad o la forma de como afrontar una situación o persona.

Insumos: Comandas, Esferos, Carta menú, Limpiones

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Tabla 79 – 4: Desarrollo del servicio

	ÁREA DE SERVICIO	PC 007
		FECHA: 24/05/2020.
	Proceso: Desarrollo del servicio	VERSIÓN: 1
PASOS	ACTIVIDAD	RESPONSABLE
1	Protocolo de bienvenida al comensal.	Mesero
2	Tomar la comanda, describiendo el menú, ofreciendo sugerencias y repitiendo la comanda solicitada para verificar.	Mesero
3	Entregar comanda en cocina, preparar cubiertos, sevilletas, salsas, fundas y empaques en caso de ser para llevar.	Mesero
4	Llevar la preparación solicitada y estar atento si desean hacer un nuevo pedido en la misma mesa.	Mesero
5	Desbarasar la mesa.	Mesero
6	Esperar la solicitud de la cuenta por parte del cliente.	Mesero
7	Despedir al cliente agradeciendo su visita.	Mesero
8	Limpiar el espacio utilizado para un nuevo pedido.	Mesero

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Tabla 80 – 4: Desarrollo del servicio

	ÁREA DE SERVICIO	PC 006
		FECHA: 24/05/2020.
	Proceso: Mise en place área servicio	VERSIÓN: 1

Diagrama de flujo:

Flujograma 6. Mise en place área de servicio.

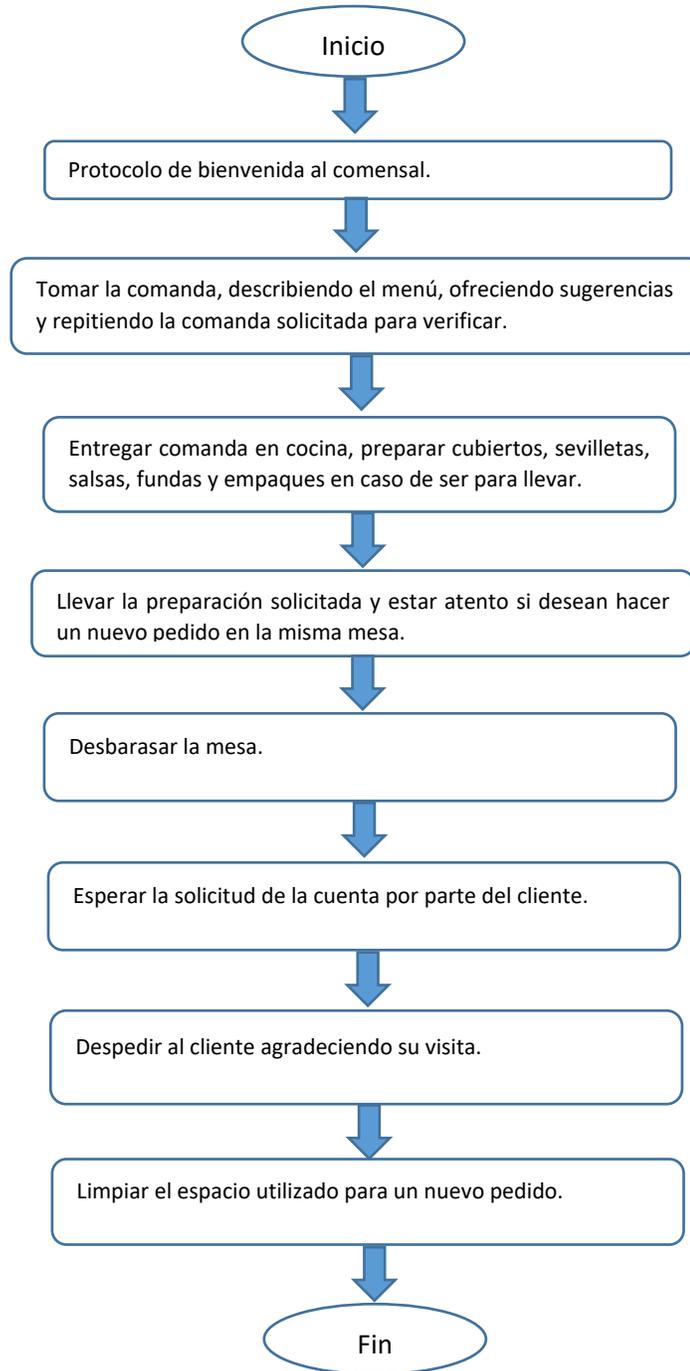


Tabla 81 – 4: Toma de comanda

	MANUAL DE PROCESOS DEL ÁREA DE SERVICIO	PC 001
	Sub-Proceso: Toma de comanda.	FECHA: 24/05/2020.
		VERSIÓN: 1
<p>Objetivo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar un correcto la toma de pedidos mediante el uso de comandas escritas evitando equivocaciones o confusiones en las órdenes, ofreciendo un buen servicio. <p>Alcance:</p> <div style="text-align: center;">  </div> <p>Grafico . Desarrollo de toma de comandas</p> <p>Realizado por: Medina, Fabricio, 2020</p> <p>Referencias:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Método SNAP, los compradores actuales estan sobre cargados de información, tendencias, modas, que les dificulta tomar pequeñas decisiones a la hora de adquirir un producto, este método se centra en la forma en la que los clientes toman decisiones, influenciando sobre ellos positivamente de manera que acaben escogiendo una opción, pensando que lo hicieron ellos solos, sin ninguna sugerión. Esta técnica aplica en consumo de bebidas, porciones adicionales de guarniciones, platos extra, entre otros. <p>Responsables:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Meseros. <p>Definición:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comanda: Herramienta para la toma o registro de pedidos que permite seleccionar y detallar productos que desea adquirir el cliente, también se puede encontrar información como el número de mesa, quien elaboró la comanda, puede ser llenada de forma electrónica o manual, permite dar a conocer en cocina que producto deben elaborar y servir. • Guarniciones: Productos para acompañar el género principal del plato, que combine sabores y texturas. <p>Insumos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comandas • Esferos • Carta menú 		

Tabla 82 – 4: Toma de comanda

	ÁREA DE SERVICIO		PC 007
			FECHA: 24/05/2020.
	Sub - Proceso: Toma de comanda.	VERSIÓN: 1	
PASOS	ACTIVIDAD	RESPONSABLE	
1	Entregar la carta menú al cliente.	Mesero	
2	Indicar las secciones de la carta, de como está organizado y dejar que de 3 a 5 minutos para que el cliente elija lo que desee ordenar.	Mesero	
3	Acercase y tomar la orden, hacer sugerencias, preguntar si desean algo más.	Mesero	
4	Repetir el pedido para confirmar que este correcto, retirar carta.	Mesero	
5	Llevar la comanda a cocina y asegurarse que su pedido esta en marcha, y esta correcto.	Mesero	
6	Llevar el pedido a la mesa y desear buen provecho.	Mesero	
7	Preguntar a la mitad del servicio si esta satisfecho con su pedido y sugerir otros acompañantes, o productos extra que puedan mejorar su experiencia.	Mesero	

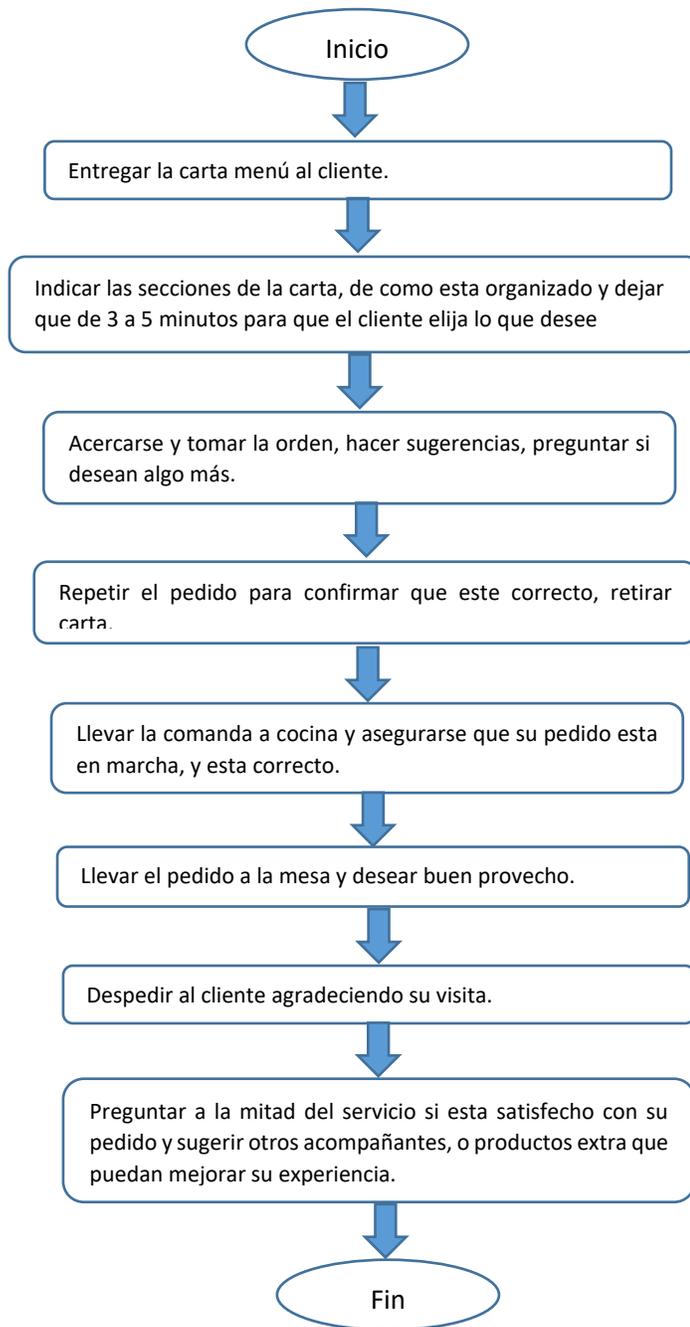
Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Tabla 83 – 4: Toma de comanda

	MANUAL DE PROCESOS DEL ÁREA DE SERVICIO	PC 001
		FECHA: 24/05/2020.
	Sub - Proceso: Toma de comanda.	VERSIÓN: 1

Diagrama de flujo:

Flujograma 8. Toma de comanda.



Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Tabla 84 – 4: Toma de comanda

	“Bar Restaurante Los Pingüinos”			
	Comanda			
N° 0001				
N° de Mesa: ①		N° Pax: ②		Fecha: ③
Elaborado por:				
Cantidad ④	Descripción ⑤			
Los números indican el orden en el que se debe llenar la comanda.				

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Tabla 85 – 4: Desbarazado

	MANUAL DE PROCESOS DEL ÁREA DE SERVICIO	PC 002
	Sub-Proceso: Toma de comanda.	FECHA: 24/05/2020.
		VERSIÓN: 1
<p>Objetivo:</p> <ul style="list-style-type: none"> Desarrollar pautas que permitan despejar y limpiar el espacio ocupado por el cliente ofreciendo un buen servicio. <p>Alcance:</p> <div style="text-align: center;">  </div> <p>Gráfico: Desarrollo de desbarazado.</p> <p>Realizado por: Medina, Fabricio, 2020</p> <p>Referencias:</p> <ul style="list-style-type: none"> Desbarazar: Acción de retirar, vajilla, cristalería, limpiar y ordenar la mesa que fue usada por un comensal. <p>Responsables:</p> <ul style="list-style-type: none"> Meseros. <p>Definición:</p> <ul style="list-style-type: none"> Vajilla: Herramienta para la toma o registro de pedidos que permite seleccionar y detallar productos que desea adquirir el cliente, también se puede encontrar información como el número de mesa, quien elaboró la comanda, puede ser llenada de forma electrónica o manual, permite dar a conocer en cocina que producto deben elaborar y servir. Cristalería: Productos para acompañar el género principal del plato, que combine sabores y texturas. Comensal: Persona que acude a un establecimiento de alimentos y bebidas, para solicitar un servicio y producto a cambio de una transacción económica. <p>Insumos:</p> <ul style="list-style-type: none"> Charol. Desinfectante ambiental. Limpiones. 		

Tabla 86 – 4: Desbarasado

	ÁREA DE SERVICIO		PC 002
			FECHA: 24/05/2020.
	Sub - Proceso: Desbarasado.		VERSIÓN: 1
PASOS	ACTIVIDAD	RESPONSABLE	
1	Esperar a que lo comensales terminen su comida o indiquen que ya no comerán más.	Mesero	
2	Pedir permiso y retirar el primer plato por la izquierda.	Mesero	
3	Ubicar el cuchillo como base y el tenedor encima.	Mesero	
4	Luego retirar el siguiente plato ubicándolo en el antebrazo izquierdo.	Mesero	
5	Con la ayuda del tenedor y el cuchillo empujar los restos de comida hacia el plato que está en la mano.	Mesero	
6	No llevar exceso de platos que pueda causar problemas.	Mesero	
7	Con la ayuda de un charol recoger los vasos y el petit menage.	Mesero	
8	Limpiar los restos de comida de la mesa y el suelo, pasar desinfectante aromático.	Mesero	

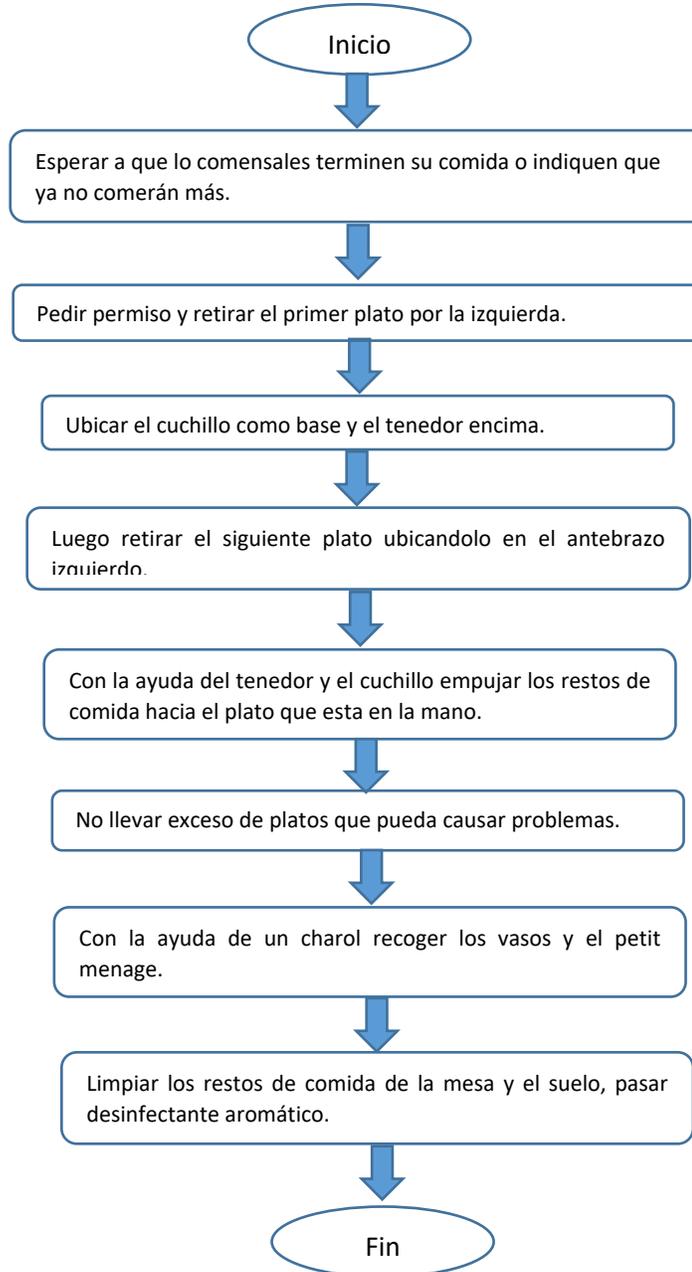
Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Tabla 87 – 4: Desbarazado

	MANUAL DE PROCESOS DEL ÁREA DE SERVICIO	PC 002
		FECHA: 24/05/2020.
	Sub - Proceso: Desbarasado.	VERSIÓN: 1

Diagrama de flujo:

Flujograma 8. Desbarasado



Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Tabla 88 – 4: Elaboración del inventario del área de servicio

	MANUAL DE PROCESOS DEL ÁREA DE SERVICIO	PC 008
	Proceso: Realización del inventario del área de servicio.	FECHA: 24/05/2020.
		VERSIÓN: 1
<p>Objetivo:</p> <ul style="list-style-type: none"> Elaborar un inventario mediante un documento de registro de la existencia artículos y productos en stock, evitando pérdidas, por caducidad o desaparición, permitiendo tener un abastecimiento óptimo. <p>Alcance:</p> <div style="text-align: center;">  </div> <p style="text-align: center;">Realizado por: Medina. Fabricio. 2020.</p> <p style="text-align: center;">Grafico . Elaboración del inventario del área de servicio.</p> <p>Referencias:</p> <ul style="list-style-type: none"> Método FIFO (Primero en entrar, primero en salir): Se realiza un orden para dar uso a los productos que se almacenan, el primero en haber entrado es el primero que debe ser usado por su tiempo de estancia. Sectorización de productos: En bodega que en este caso serían las vitrinas y refrigeradores vitrina se encuentran estanterías para distribuir los productos, como cervezas, refrescos, jugos envasados, aguas envasadas, de igual forma helados o postres en el congelador de helados, también en la vitrina de dulces. Ordenando de manera que no exista contaminación cruzada en el caso de los postres o helados, de igual forma el orden de ubicar las bebidas para no permitir que se caduquen. <p>Responsables:</p> <ul style="list-style-type: none"> Meseros. <p>Definición:</p> <ul style="list-style-type: none"> Método: Conjunto de pasos que deben ser seguidos para llegar a un objetivo, llegar a un fin. Existencia: Es la cantidad de materia prima que se encuentra en la bodega o en estanterías. <p>Insumos:</p> <ul style="list-style-type: none"> Ficha de inventario. Esfero. 		

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Tabla 89 – 4: Elaboración del inventario del área de servicio

	ÁREA DE SERVICIO.	PC 008
		FECHA: 24/05/2020.
	Proceso: Elaboración del inventario.	VERSIÓN: 1
PASOS	ACTIVIDAD	RESPONSABLE
1	Acudir a las vitrinas o estanterías con la ficha de inventario y llenar los primeros datos de información del encabezado de la hoja.	Mesero.
2	Identificar los productos que han sido utilizados en el servicio.	Mesero.
3	Contar, identificar y registrar la cantidad de productos existentes después de la jornada de trabajo.	Mesero.
4	Registrar los productos que necesitan de reposición para completar el stock.	Mesero.
5	Evaluar que productos se están utilizando en mayor cantidad, para considerar comprar al mayoreo.	Mesero.
6	Ordenar y limpiar el área.	Mesero.
7	Entregar la hoja a administración para su revisión y aprobación.	Mesero.

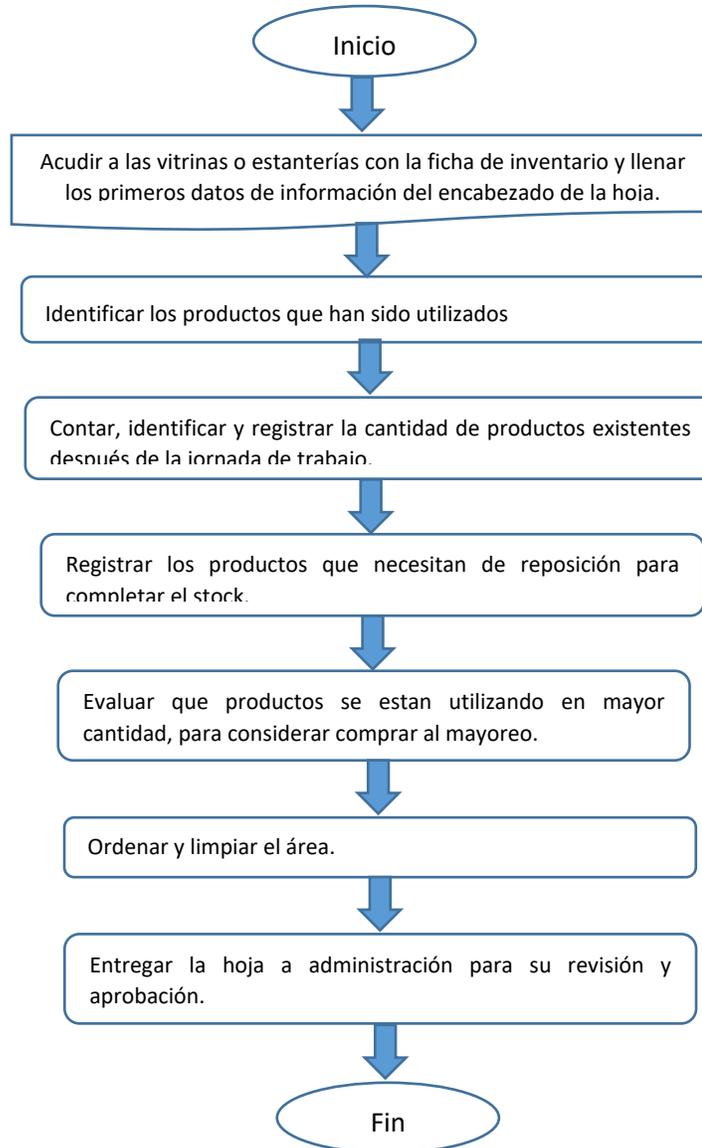
Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Tabla 90 – 4: Desbarasado

	MANUAL DE PROCESOS DEL ÁREA DE SERVICIO	PC 002
		FECHA: 24/05/2020.
	Sub - Proceso: Desbarasado	VERSIÓN: 1

Diagrama de flujo:

Flujograma 8. Desarasado



Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Tabla 91 – 4: Elaboración del inventario del área de servicio

	“Bar Restaurante Los Pingüinos” Ficha de inventario área de servicio. N° 0001			
	Realizado por: ①		Fecha de elaboración: ②	
Producto	Stock	Inventario inicial	Inventario final	Requisición.
Coca Cola 1025 ml	24 u			
Coca cola 700 ml	24 u			
Inca cola 1000 ml	20 u			
Fuse Tea 1800 Ml	24 u			
Fuse Tea 700 ml	12 u		③	
Agua Dasani natural 500 ml	12 u			
Agua Dasani con gas 500 ml	12 u			
Fructi Soda 1025 ml	12 u			
Fructi Soda 500 ml	24 u			
Chocobananas	10 u			
Helados	5 lt			
Mani dulce	20 u			
Dulces de menta.	25 u			
Observación: ④				
Aprobado por: ⑤				

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Nota: Los números indican el orden en el que se debe llenar la comanda.

Tabla 92 – 4: Servicio a domicilio.

	MANUAL DE PROCESOS DEL ÁREA DE SERVICIO	PC 008
	Proceso: Servicio a domicilio.	FECHA: 24/05/2020.
		VERSIÓN: 1
<p>Objetivo:</p> <ul style="list-style-type: none"> Planificar un proceso de propaganda, toma y atención de pedidos a domicilio. <p>Alcance:</p> <div style="text-align: center;">  </div> <p>Gráfico . Servicio a domicilio.</p> <p>Realizado por: Medina, Fabricio, 2020</p> <p>Referencias:</p> <ul style="list-style-type: none"> 4 Redes Sociales fundamentales: Se utiliza Facebook, como la plataforma más viral para promocionar publicidad pagada, crear eventos y programar fechas de promociones, Whatsapp útil para la atención al público con la ayuda de Whatsapp Business con respuestas planificadas, Instagram va a ser el catálogo virtual para exponer fotos en tiempo real tomadas desde el celular o fotografías profesionales sobre el establecimiento, producto y servicio, Tik Tok es la red de videos instantaneos más útil en la actualidad que permite hacer videos de calidad y de inmediato publicarlos en las demás redes sociales. Sectorización de zonas: Se segmenta al mercado en un radio de alcance para el servicio a domicilio, en un motorizado desde el punto 0 que sería el establecimiento, hacia las afueras, 30 min de distancia. <p>Responsables:</p> <ul style="list-style-type: none"> Administrador. 		

Definición:

- **Whatsapp Business:** Soporte destinado para negocios, recibe una gran cantidad de volumen de mensajes, ofrece un servicio más personalizado y controlado con respuestas pre fabricadas al público.
- **Segmentar:** Separar o dividir una cosa en segmentos, en partes.

Insumos:

- Celular inteligente.
- Esfero.

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Tabla 93 – 4: Servicio a domicilio.

	ÁREA DE SERVICIO		PC 002
			FECHA: 24/05/2020.
	Sub - Proceso: Servicio a domicilio.		VERSIÓN: 1
PASOS	ACTIVIDAD	RESPONSABLE	
1	Planificar un día a la semana el contenido que se va a publicar el resto de días, promociones, propaganda anuncios.	Administración.	
2	Mantener activas las cuentas en redes sociales, con Creator studio, como centro de control para las respuestas, de Instagram y Facebook	Administración.	
3	Instalar Whatsapp Business, para crear respuestas rápidas, automatizado, catálogos con precios de productos y servicios, controlar los mensajes enviados, fuera de horario	Administración.	
4	Sectorizar el radio a la redonda de servicio a domicilio usando un motorizado, para registrar la distancia de 30 min a la redonda.	Administración.	
5	Guardar las ubicaciones de los clientes con aplicaciones como What are place o Location Saber, para ofrecer un mejor servicio.	Administración.	
6	Crear contenido, de cierta forma para informar, dar soluciones, ayudar a una persona, crear confianza en el público para luego ofrecer el producto.	Administración.	
7	Utilizar envases adecuados para el transporte de comida, utilizar etiquetas para diferenciar los pedidos		

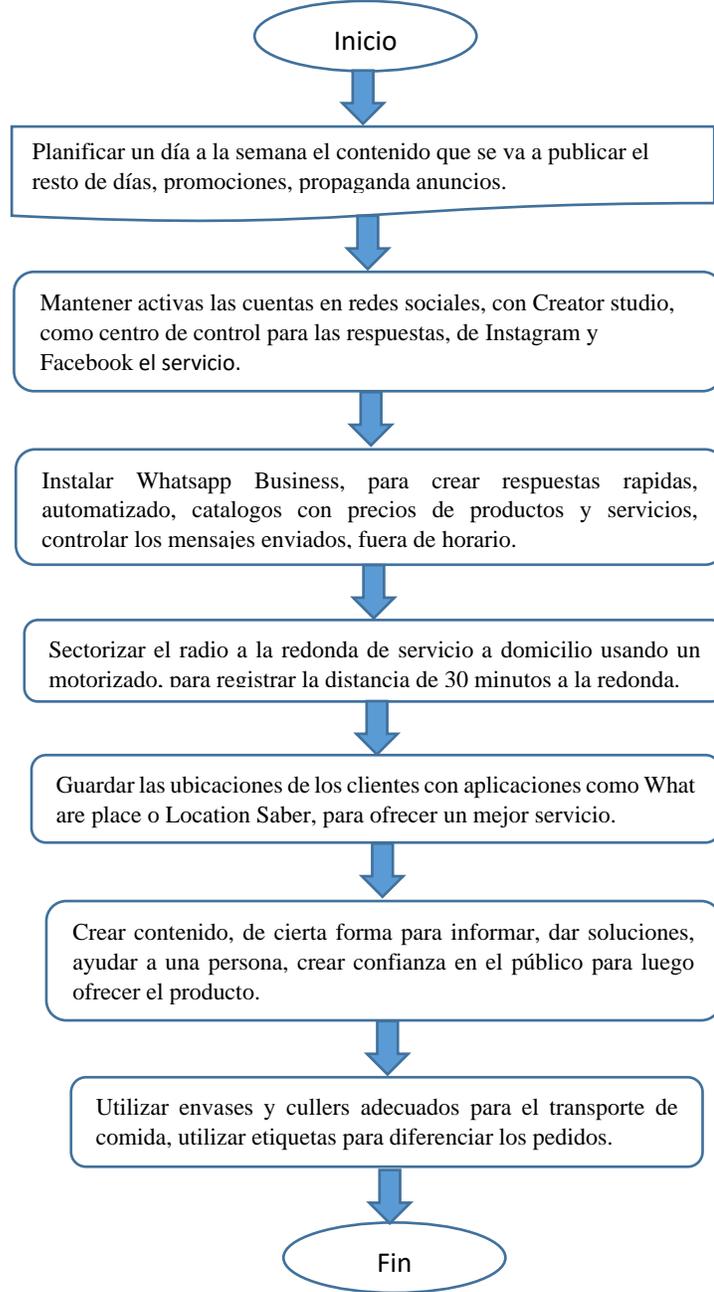
Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Tabla 94 – 4: Servicio a domicilio

	MANUAL DE PROCESOS DEL ÁREA DE SERVICIO	PC 002
		FECHA: 24/05/2020.
	Sub - Proceso: Servicio a Domicilio.	VERSIÓN: 1

Diagrama de flujo:

Flujograma 8. Servicio a domicilio.



Realizado por: Medina, Fabricio, 2020



MANUAL DE PROCESOS



PROCESOS DEL ÁREA ADMINISTRATIVA.



JUNTOS LO LOGRAREMOS!

2020 2021.

4.13. Procesos del área administrativa.

Tabla 95 – 4: Instrucciones generales área administrativa

	MANUAL DE PROCESOS DEL ÁREA ADMINISTRATIVA.	FECHA: 24/05/2020.
	INSTRUCCIONES GENERALES	VERSIÓN: 1
<p>Las actividades del área administrativa consta de procesos que deben ser desempeñados correctamente para obtener resultados positivos entre los miembros de la empresa y con los clientes. Se debe tomar en cuenta ciertos aspectos importantes en esta área.</p> <ul style="list-style-type: none">• Socialización de la entidad de la empresa con todos los miembros: Los miembros de la empresa deben conocer a la empresa, saber su misión, la visión a futuro, los objetivos por los que estan trabajando, metas, responsabilidades y beneficios de ser parte de este grupo de trabajo.• La contratación de personal: Debe ser un proceso minucioso y eficaz, para identificar al individuo que cumple con el perfil que necesita la empresa para que funcione correctamente y ayude al avance de la misma.• Marketing: Se debe planificar estrategias de venta, analizando el mercado actual, que aspectos le llama mas la atención a los clientes. Este aspecto debe ser desarrollado principalmente en redes sociales.• Motivación a los miembros de la empresa: Esto ayuda a tener una mejor relación con sus empleados, pequeños detalles en fechas como sus cumpleaños, navidad, san valentin, carnaval, entre otros.		

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Tabla 96 – 4: Estrategias y toma de decisiones

	MANUAL DE PROCESOS DEL ÁREA ADMINISTRATIVA.	PC 006
	Proceso: Estrategias y toma de decisiones.	FECHA: 24/05/2020.
		VERSIÓN: 1
<p>Objetivo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Planificar estrategias mediante la identificación de necesidades en el mercado encontrando soluciones aplicables y positivas. <p>Alcance:</p> <div style="text-align: center;">  </div> <p>Gráfico. Estrategias y toma de decisiones.</p> <p>Realizado por: Medina, Fabricio, 2020</p> <p>Referencias:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Método por mayoría: este es una herramienta que se utiliza para la toma de decisiones de mediana o menor importancia, o cuando deben ser decisiones de rápida respuesta, en donde el criterio de la mayoría del grupo es la que se acepta como la mejor. • Brain storm, tormenta de ideas: esta técnica se realiza de mejor forma en grupos pequeños, en torno a un tema central se dan muchas ideas, son anotadas para luego ser analizadas, descartadas o escogidas. <p>Responsables: Gerente, Asesor financiero, Personal de servicio y producción.</p> <p>Definición:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estrategia: Es un plan que se compone de una serie de planificaciones que ayudan a tomar decisiones para dirigir un asunto o lograr un objetivo. <p>Insumos: Pizarra, Marcador</p>		

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Tabla 97 – 4: Estrategias y toma de decisiones

	ÁREA DE ADMINISTRACIÓN		PC 006
			FECHA: 24/05/2020.
	Proceso: Estrategias y toma de decisiones.		VERSIÓN: 1
PASOS	ACTIVIDAD	RESPONSABLE	
1	Diagnóstico y análisis de necesidades, causas y problemas	Jefe administrativo.	
2	Determinar alternativas posibles, puede ser con una lluvia de ideas.	Jefe administrativo.	
3	Análisis y evaluación de las alternativas puestas a consideración, escogiendo las mejores opciones, dependiendo del tiempo que tomará realizarlo, posibilidad financiera, personal.	Jefe administrativo.	
4	Seleccionar la mejor opción, tomando en cuenta la relación costo-beneficio, solución parcial o total, flexibilidad ante cambios.	Jefe administrativo.	
5	Implementación y aplicación de la mejor opción. Mediante un plan con un programa reflejando el costo, el personal involucrado.	Jefe administrativo.	
6	Periodo de ejecución, seguimiento y control.	Jefe administrativo.	

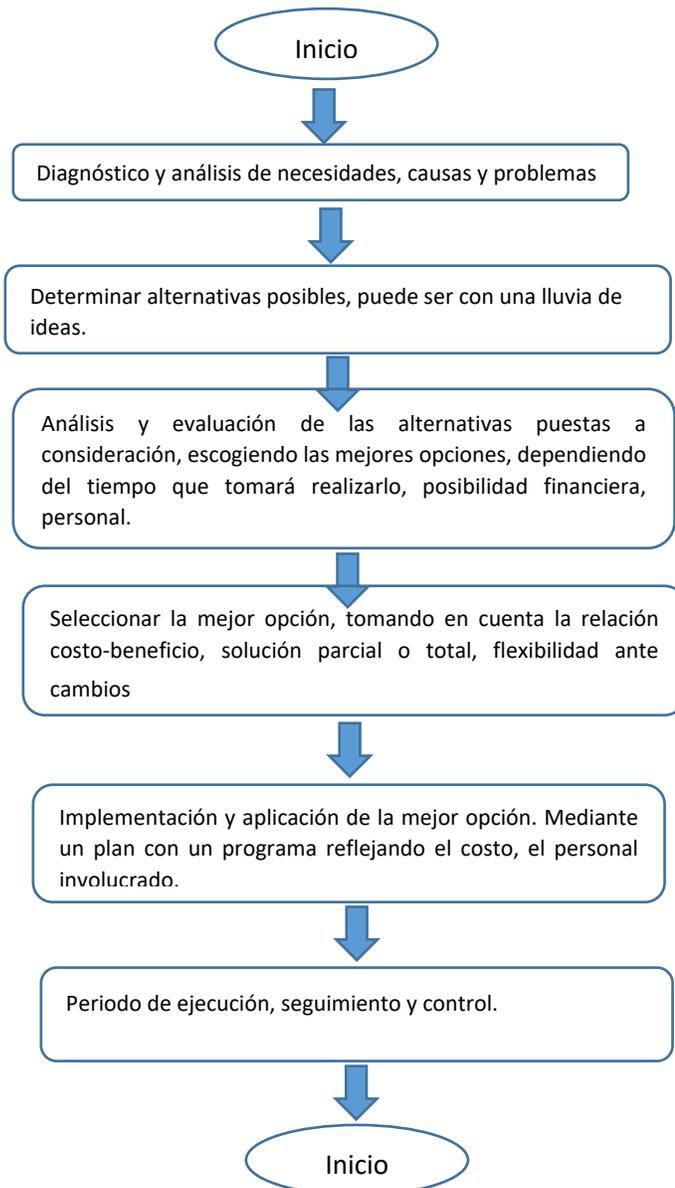
Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Tabla 98 - 4: Estrategias y toma de decisiones

	ÁREA DE ADMINISTRACIÓN.	PC 006
		FECHA: 24/05/2020.
	Proceso: Estrategias y toma de decisiones.	VERSIÓN: 1

Diagrama de flujo:

Flujograma 6. Estrategias y toma de decisiones.



Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Entrevista, contratación e inducción

Tabla 99 – 4: Entrevista, contratación e inducción

	MANUAL DE PROCESOS DEL ÁREA ADMINISTRATIVA.	PC 006
	Proceso: Entrevista, contratación e inducción.	FECHA: 24/05/2020.
		VERSIÓN: 1
<p>Objetivo:</p> <ul style="list-style-type: none"> Desarrollar un sistema estableciendo los parametros que debe cumplir el aspirante que desea ser parte de esta empresa controlando y garantizando calidad. <p>Alcance:</p> <div style="text-align: center;">  </div> <p>Grafico. Entrevista, contratación e inducción</p> <p>Realizado por: Medina, Fabricio, 2020</p> <p>Referencias:</p> <ul style="list-style-type: none"> Entrevista preliminar: de corta duración con preguntas concretas con el fin de eliminar a las opciones menos vistosas, dejando un reducido número de participantes que serán parte de más pruebas. Entrevista laboral: valoración psicológica, nivel de estudio, procedencia, antecedentes penales, experiencia, opinión sobre la ideología de la empresa, habilidades, expectativas. <p>Responsables:</p> <ul style="list-style-type: none"> Gerente. <p>Definición:</p>		

- Preliminar: Sirve como introducción para tratar un tema o una materia en específico
- Valoración psicológica: Determina el estado de salud mental de la persona.

Insumos:

- Ficha de reclutamiento.
- Esfero.

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Tabla 100 – 4: Entrevista, contratación e inducción

	ÁREA DE ADMINISTRACIÓN	PC 006
		FECHA: 24/05/2020.
	Proceso: Entrevista, contratación e inducción.	VERSIÓN: 1
PASOS	ACTIVIDAD	RESPONSABLE
1	Anunciar en medios la apertura de vacantes para contratación de personal para la empresa.	Jefe administrativo.
2	Planificar citas con los postulantes, realizando una breve entrevista preliminar.	Jefe administrativo.
3	Realizar la entrevista para descartar las opciones menos vistosas y tomar en cuenta los mejores.	Jefe administrativo.
4	Aperturar un día de prueba, analizar la mejor opción, más confiable y con mejores expectativas.	Jefe administrativo.
5	Elegir la mejor opción, que cumpla con los parámetros establecidos.	Jefe administrativo.
6	Socializar la información necesaria de la empresa, comenzar con la inducción estableciendo sus deberes, responsabilidades y beneficios.	Jefe administrativo.
7	Evaluación de su avance y desarrollo.	Jefe administrativo.

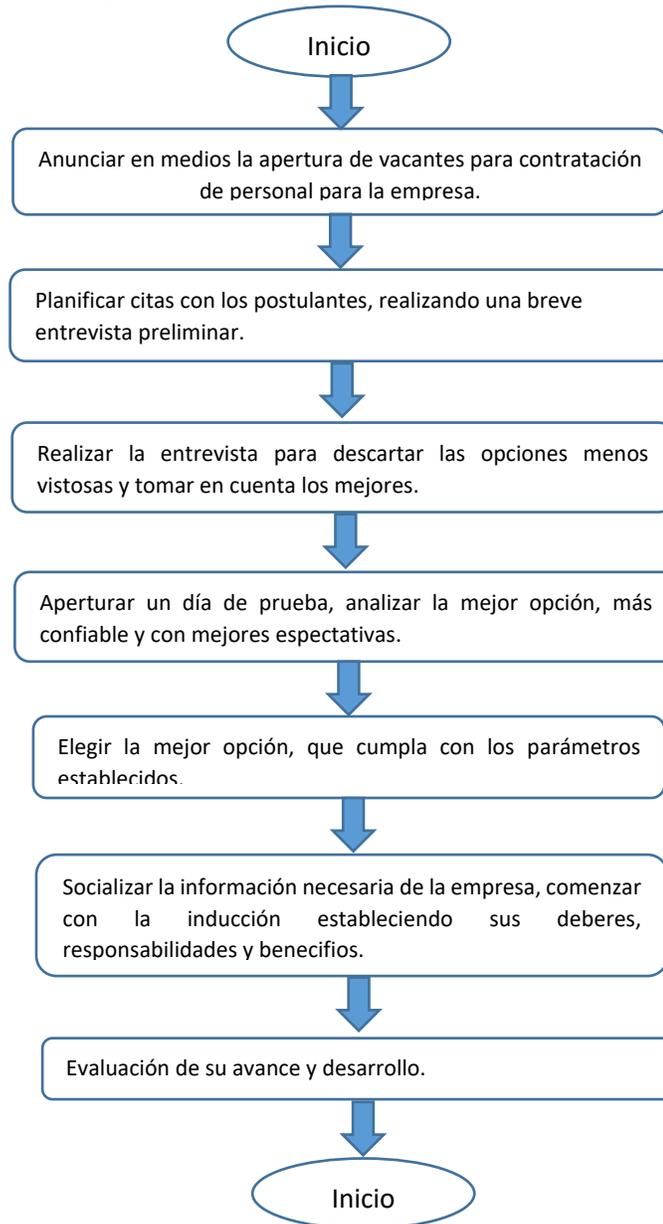
Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Tabla 101 – 4: Entrevista, contratación e inducción

	ÁREA DE ADMINISTRACIÓN.	PC 006
		FECHA: 24/05/2020.
	Proceso: Entrevista, contratación e inducción.	VERSIÓN: 1

Diagrama de flujo:

Flujograma 6. Estrategias y toma de decisiones.



Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Tabla 102 – 4: Ficha de Entrevista

	“Bar Restaurante Los Pingüinos”	
	Ficha de entrevista	
	N° 0001	
Departamento solicitante	①	
Puesto a cubrir	②	
Categoría	○	
Remuneración	④	
Tipo de contrato	<ul style="list-style-type: none"> • Fijo • Tiempo indefinido • Temporal • Tiempo parcial • Aprendizaje • Prácticas. 	
<ul style="list-style-type: none"> • Candidato. 		
Nombres:	ID:	Fecha de nacimiento:
Nacionalidad:	Contacto:	Dirección:
Nivel de estudio:	<ul style="list-style-type: none"> • Primaria • Secundaria • Bachiller • Estudio universitario • Especialización. 	Sexo: <ul style="list-style-type: none"> • Masculino. • Femenino.
Experiencia:		
Habilidades:		
Expectativa:	⑦	
Los números indican el orden en el que se debe llenar la comanda.		

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Tabla 103 – 4: Ficha de evaluación de nuevo personal

	“Bar Restaurante Los Pingüinos” Ficha de evaluación de nuevo personal N° 0001		
	Cumple	En ocasiones	No cumple
Factores intelectuales			
Inteligencia general.			
Razonamiento abstracto.			
Capacidad de análisis.	①		
Dotes de síntesis.			
Aptitud numérica.			
Aptitud espacial.			
Dotes verbales.			
Dotes imaginativos.			
Capacidad de innovación.			
Factores de responsabilidad			
Confianza en darle una tarea.		②	
No se retira sin haber acabado sus labores.			
Ayuda y colabora con sus demás compañeros.			
Llega puntual .			
No conversa demasiado en el trabajo.			
No ocupa el celular mientras trabaja.			
Habilidades.			
Aumento de velocidad en sus tareas.		③	

2

Desempeña más tareas.			
Cuida los detalles.			
Limpieza en el área.			
Aporta ideas. Mejor comunicación con el cliente y con sus compañeros de trabajo.			
Honestidad.			
Urto de materia prima o dinero.			
Habla con la verdad.		④	
Utiliza los productos adecuados.			
Aplica las técnicas de cocción adecuadas.			
Elaborado por:		Fecha de elaboración:	⑤
Los números indican el orden en el que se debe llenar la comanda.			

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Motivación y comunicación con el personal

Tabla 104 - 4: Motivación y comunicación con el personal

	MANUAL DE PROCESOS DEL ÁREA ADMINISTRATIVA.	PC 007
	Proceso: Motivación y comunicación con el personal.	FECHA: 24/05/2020.
		VERSIÓN: 1
<p>Objetivo:</p> <ul style="list-style-type: none"> Elaborar un plan estructurando ideas que motiven y mejoren la relación laboral entre el personal. <p>Alcance:</p> <div style="text-align: center;">  </div> <p>Gráfico: Motivación y comunicación con el personal</p> <p>Realizado por: Medina, Fabricio, 2020</p> <p>Referencias:</p> <ul style="list-style-type: none"> Liderazgo: Habilidad que tiene una persona para influir positivamente sobre las demás personas o en un grupo, impulsando para que el equipo trabaje con entusiasmo, para alcanzar metas como grupo. Esta persona dirige sus acciones para conseguir grandes logros. Motivación: Es el estado interno que activa, dirige y mantiene la conducta, es el señalamiento o énfasis hacia una determinada acción que realiza una persona, para que la realice con gusto y de mejor manera. <p>Responsables:</p> <ul style="list-style-type: none"> Gerente. <p>Insumos:</p> <ul style="list-style-type: none"> Pizarrón, marcador 		

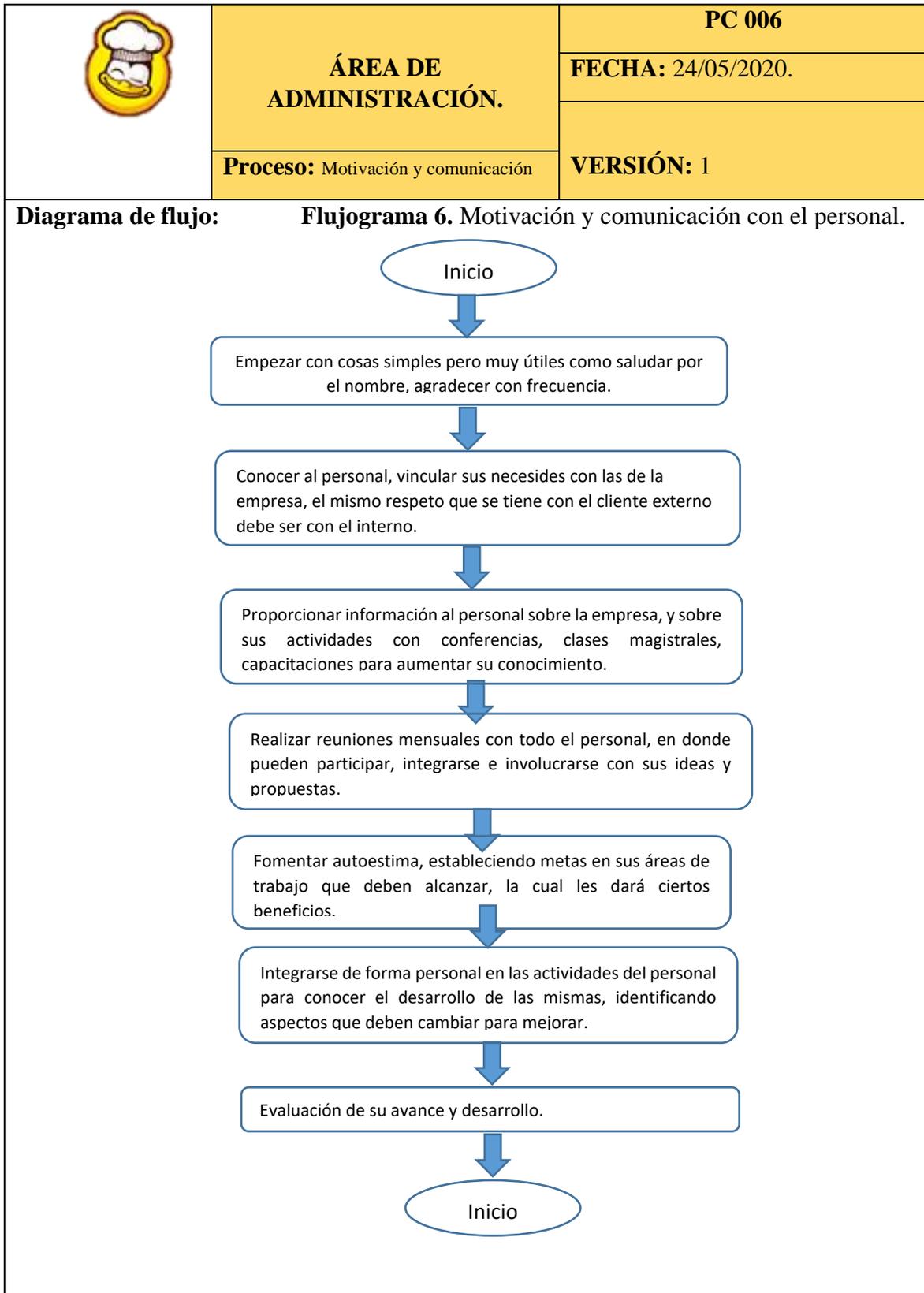
Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Tabla 105 - 4: Motivación y comunicación con el personal

	ÁREA DE ADMINISTRACIÓN		PC 006
			FECHA: 24/05/2020.
	Proceso: Motivación y comunicación con el personal.		VERSIÓN: 1
PASOS	ACTIVIDAD	RESPONSABLE	
1	Empezar con cosas simples pero muy útiles como saludar por el nombre, agradecer con frecuencia.	Jefe administrativo.	
2	Conocer al personal, vincular sus necesidades con las de la empresa, el mismo respeto que se tiene con el cliente externo debe ser con el interno.	Jefe administrativo.	
3	Proporcionar información al personal sobre la empresa, y sobre sus actividades con conferencias, clases magistrales, capacitaciones para aumentar su conocimiento.	Jefe administrativo.	
4	Realizar reuniones mensuales con todo el personal, en donde pueden participar, integrarse e involucrarse con sus ideas y propuestas.	Jefe administrativo.	
5	Fomentar autoestima, estableciendo metas en sus áreas de trabajo que deben alcanzar, la cual les dará ciertos beneficios.	Jefe administrativo.	
6	Integrarse de forma personal en las actividades del personal para conocer el desarrollo de las mismas, identificando aspectos que deben cambiar para mejorar.	Jefe administrativo.	
7	Evaluación de su avance y desarrollo.	Jefe administrativo.	

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Tabla 106 – 4: Motivación y comunicación con el personal



Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Tabla 107 – 4: Formato Metas a alcanzar

	<p>“Bar Restaurante Los Pingüinos”</p> <p>Metas a alcanzar.</p> <p style="text-align: right;">N° 0001</p>				
<p>Nombres</p>	<p>Valorar del 1 al 5, donde 1 es la peor puntuación y 5 la mejor.</p>				
	<p>Limpieza, orden e inocuidad en todo momento en su área de trabajo.</p>	<p>Puntualidad</p>	<p>Trabajo en equipo.</p>	<p>Desempeño de tareas</p>	<p>Tiempo y calidad para atender a un cliente o servir un producto.</p>
<p>Nombre x</p>					
<p>Nombre y</p>					
<p>Nombre z.</p>					
<p>Total:</p>					
<p>Observación:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Quien obtenga una calificación de 25 puntos recibe un bono. • Entre el rango de 20 – 24, recibe órdenes de compra. • Entre el rango de 15 – 20, entradas al cine. • Entre el rango de 1 – 14, mayor atención y ayuda para mejorar su desempeño laboral. 					

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Tabla 108 – 4: Marketing

	MANUAL DE PROCESOS DEL ÁREA ADMINISTRATIVA.	PC 007
	Proceso: Marketing.	FECHA: 24/05/2020.
		VERSIÓN: 1
<p>Objetivo:</p> <ul style="list-style-type: none"> Elaborar un proceso de marketing continuo mediante redes sociales y radio para que más gente conozca el servicio y los productos que ofrece el establecimiento. <p>Alcance:</p> <div style="text-align: center;">  </div> <p>Gráfico: Marketing</p> <p>Realizado por: Medina, Fabricio, 2020</p> <p>Referencias:</p> <ul style="list-style-type: none"> Marketing gastronómico: conjunto de acciones realizadas con el fin de captar y cautivar clientes en fin de satisfacer las necesidades de los clientes a través de servicios y productos gastronómicos. Copywriting: Generar deseo, hambre y confianza a través de las palabras persuasivas, acompañadas de imágenes evocadoras, que se diferencia de la típica web escaparante. <p>Definiciones.</p> <ul style="list-style-type: none"> Escaparante: es el espacio exterior, de las tiendas que se utiliza para exponer las mercancías en venta al público. Evocar: Recordar algo percibido, aprendido o conocido. Persuasivo: Es hábil y eficaz para persuadir. <p>Responsables:</p> <ul style="list-style-type: none"> Gerente. <p>Insumos: Marcador, Pizarrón</p>		
<p>Realizado por: Medina, Fabricio, 2020</p>		

Tabla 109 – 4: Marketing

	ÁREA DE ADMINISTRACIÓN	PC 006	
		FECHA: 24/05/2020.	
		VERSIÓN: 1	
Proceso: Marketing.	PASOS	ACTIVIDAD	RESPONSABLE
1	Empezar con la difusión, dando a conocer al público sobre la existencia del establecimiento, sus productos y servicios.	Jefe administrativo.	
2	Utilizar herramientas como rifas o encuestas, para conseguir números de celular de los clientes.		
3	Registrar al cliente en la base de datos, para próximas encuestas, valoraciones, ofrecer promociones y descuentos, felicitarle por su cumpleaños, entre otros.	Jefe administrativo.	
4	Invitar personajes como blogueros o influencers que visiten el restaurante, de manera que puedan dar a conocer en sus artículos o videoblogs la importancia del establecimiento, llamando la atención de más personas.	Jefe administrativo.	
5	Integrarse en las redes sociales. Añade las redes sociales en la carta o en tarjetas de presentación, crear hashtags para twitter e instagram, para que tus clientes participen con las fotos y comentarios sobre tu comida y servicio.	Jefe administrativo.	
6	Promociona y fomenta las fiestas familiares, día de la madre, del padre, del niño, entre otros, fechas especiales para promociones especiales.	Jefe administrativo.	
7	Video promocional, señalando como llegar al establecimiento, el ambiente, el servicio, la comida que se ofrece y la buena experiencia que van a vivir al visitarnos. Este sera publicado en redes sociales.	Jefe administrativo.	

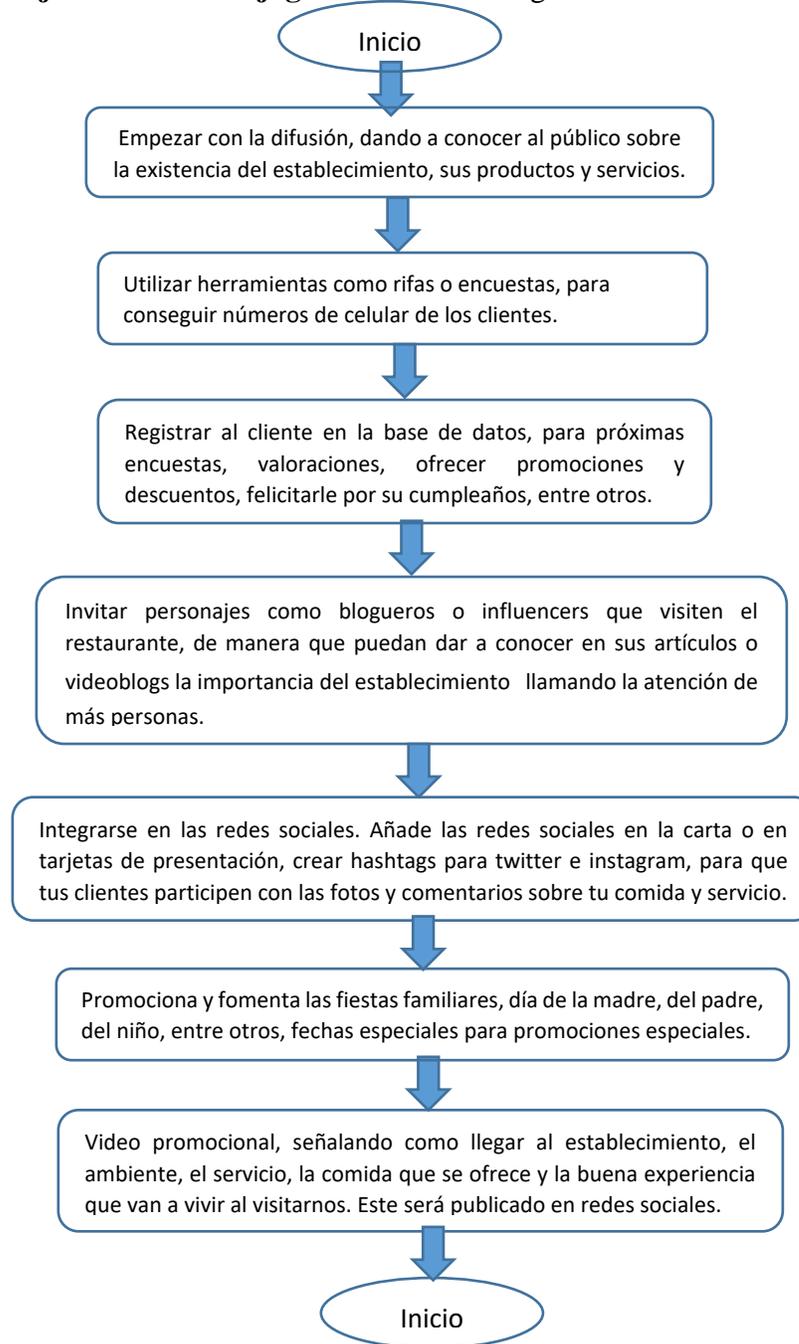
Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Tabla 110 – 4: Marketing

	ÁREA DE ADMINISTRACIÓN.	PC 007
		FECHA: 24/05/2020.
	Proceso: Marketing	VERSIÓN: 1

Diagrama de flujo:

Flujograma 7. Marketing



Realizado por: Medina, Fabricio, 2020



Figura 28 - 4: Marketing

Fuente: Bar Restaurante Los Pingüinos



4.14. Área financiera

Tabla 111 – 4: Sistema contable

	MANUAL DE PROCESOS DEL ÁREA FINANCIERA	PC 007
	Proceso: Sistema contable	FECHA: 24/05/2020.
		VERSIÓN: 1

Objetivo:

- Implementar un sistema contable registrando las actividades comerciales, económicas, visualizando el desarrollo financiero de la empresa.

Alcance:



Grafico: Marketing

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Referencias:

- Libro Diario: Documento que registra de forma cronológica las transacciones económicas que realiza la empresa, mediante asientos contables, llevando una contabilidad día a día.
- Libro mayor contable: Registro de las cuentas contables de la empresa, da a conocer el saldo que va quedando en cada cuenta por las operaciones registradas en todo momento, revisando cada cuenta contable por separado.
- Sistema contable: Contiene toda la información importante de la empresa, datos financieros, que facilitan el entendimiento actual de la empresa.

Definiciones.

- Transacción: Trato en donde dos partes llegan a un acuerdo comercial de compra y venta.
- Asientos contables: Es una anotación en los libros contables de las operaciones que se realizan en las cuentas de una empresa. En estos se encuentran el Debe y el Haber.
- Contabilidad: sistema que controla y registra los gastos e ingresos o cualquier actividad económica que se realiza en una empresa.
- Cuentas contables: instrumentos que registran las operaciones donde se asientan los activos, pasivos y el patrimonio.

Responsables:

- Gerente.

Insumos:

- Computadora.

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Tabla 112 – 2: Sistema contable

	ÁREA FINANCIERA.	PC 006
		FECHA: 24/05/2020.
		Proceso: Sistema contable.
PROCESO: Sistema contable.	VERSIÓN: 1	
PASOS	ACTIVIDAD	RESPONSABLE
1	Iniciar el sistema contable con el registro de libro mayor para visualizar el desarrollo financiero de la empresa.	Jefe administrativo.
2	Realizar los esquemas de mayor, tipo “T”.	Jefe administrativo.
3	Para llenar el esquema T, primero se escribe el nombres de la cuenta.	Jefe administrativo.
4	Identificar las columnas de Debe y Haber, registrar los datos según corresponda.	Jefe administrativo.
5	Totalizar los Debe, “movimiento Deudor” y totalizar los Haber, “movimiento Acreedor”.	Jefe administrativo.
6	Si el movimiento Deudor es mayor al Acreedor, se llama “Saldo Deudor”, o si el mov. Acreedor es mayor al Deudor, se llama “Saldo Acreedor”.	Jefe administrativo.
7	Cuando la suma del Debe y el Haber es igual, se colocan dos líneas inclinadas y paralelas, invalidando la cuenta, para evitar que se incluyan datos falsos.	Jefe administrativo.
8	Este procesos se debe realizar con cada actividad financiera realizada en la empresa. Al final se analiza todos los movimientos y se toman decisiones para mejorar las ganancias.	Jefe administrativo.

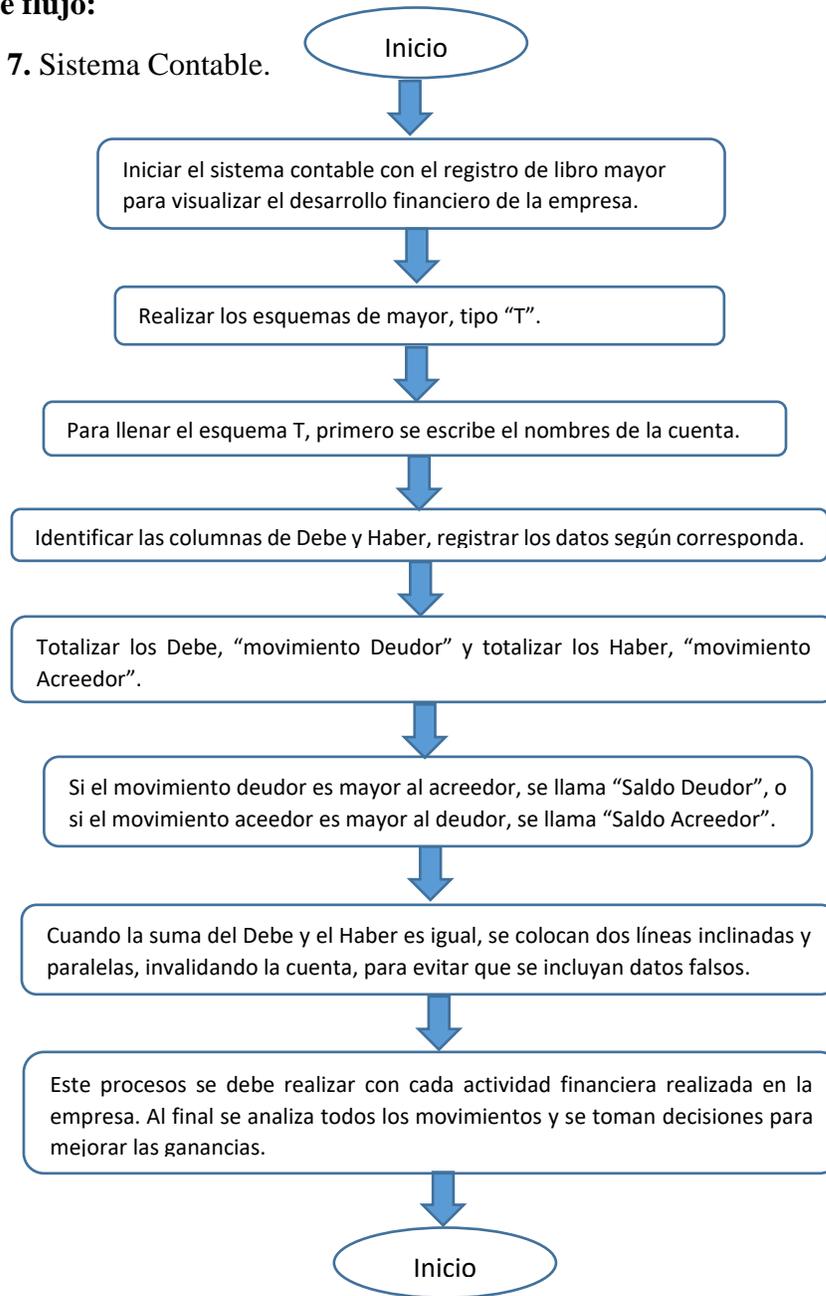
Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Tabla 113 – 4: Sistema contable

	ÁREA FINANCIERA.	PC 007
		FECHA: 24/05/2020.
	Proceso: Sistema Contable.	VERSIÓN: 1

Diagrama de flujo:

Flujograma 7. Sistema Contable.



Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Tabla 114 – 4: Libro Mayor

① CAJA		CLIENTES ⑥	
②			
1) ③	2,000,00		2,000,00 ⑦ (1
			⑧
④	2,000,00		2,000,00 ⑨
⑤	2,000,00		2,000,00 ⑤

- 1) Nombre de la cuenta de Debe.
- 2) Número de asiento contable.
- 3) Debe registrado en el libro diario.
- 4) Movimiento y saldo Deudor.
- 5) Movimiento y saldo Deudor.
- 6) Nombre de la cuenta de Haber.
- 7) Número de asiento Acreedor.
- 8) Abono registrado en el libro diario.
- 9) Movimiento y saldo Acreedor
- 10) Movimiento y saldo Acreedor.

Registro de venta diaria (Libro Menor)

Tabla 115 – 4: Registro de venta diaria (Libro Menor)

	MANUAL DE PROCESOS DEL ÁREA FINANCIERA	PC 007
	Proceso: Libro Menor.	FECHA: 24/05/2020.
		VERSIÓN: 1
<p>Objetivo:</p> <ul style="list-style-type: none"> Implementar un sistema contable registrando las actividades comerciales, económicas diarias, para el cierre de caja de forma correcta.. <p>Alcance:</p> <div style="text-align: center;">  </div> <p>Gráfico: Marketing</p> <p>Realizado por: Medina, Fabricio, 2020</p> <p>Referencias:</p> <ul style="list-style-type: none"> Libro Diario: Documento que registra de forma cronológica las transacciones económicas que realiza la empresa, mediante asientos contables, llevando una contabilidad día a día. Libro mayor contable: Registro de las cuentas contables de la empresa, da a conocer el saldo que va quedando en cada cuenta por las operaciones registradas en todo momento, revisando cada cuenta contable por separado. Sistema contable: Contiene toda la información importante de la empresa, datos financieros, que facilitan el entendimiento actual de la empresa. <p>Definiciones.</p>		

- Transacción: Trato en donde dos partes llegan a un acuerdo comercial de compra y venta.
- Asientos contables: Es una anotación en los libros contables de las operaciones que se realizan en las cuentas de una empresa. En estos se encuentra el debe y el haber.
- Contabilidad: sistema que controla y registra los gastos e ingresos o cualquier actividad económica que se realiza en una empresa.
- Cuentas contables: instrumentos que registran las operaciones donde se asientan los activos, pasivos y el patrimonio.

Responsables:

- Gerente.

Insumos:

- Computadora.

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Tabla 116 – 4: Registro de venta diaria (Libro Menor)

	MANUAL DE PROCESOS DEL ÁREA FINANCIERA	PC 006
		FECHA: 24/05/2020.
	Proceso: Libro Menor.	VERSIÓN: 1
PASOS	ACTIVIDAD	RESPONSABLE
1	Iniciar el sistema contable con el registro de libro menor o Diario, para registrar las actividades financieras desde el inicio hasta el final de la jornada.	Jefe administrativo.
2	Se anota la fecha de la transacción.	Jefe administrativo.
3	Colocar el código contable.	Jefe administrativo.
4	Identificar las columnas de: Caja, Caja general, Clientes y venta de productos, colocamos el nombre de la cuenta y se anota el valor en la columna correspondiente.	Jefe administrativo.
5	Registrar pagos a proveedores, pequeñas compras del día, ventas y cobros.	Jefe administrativo.
6	Asegurarse de anotar todas las actividades económicas de la empresa, esto funciona como un borrador para luego pasar al libro mayor sin errores.	Jefe administrativo.
7	Al finalizar cada periodo contable es necesario cerrar las nóminas (ingresos, costos y gastos), su valor debe empezar en cero para el siguiente ciclo.	Jefe administrativo.

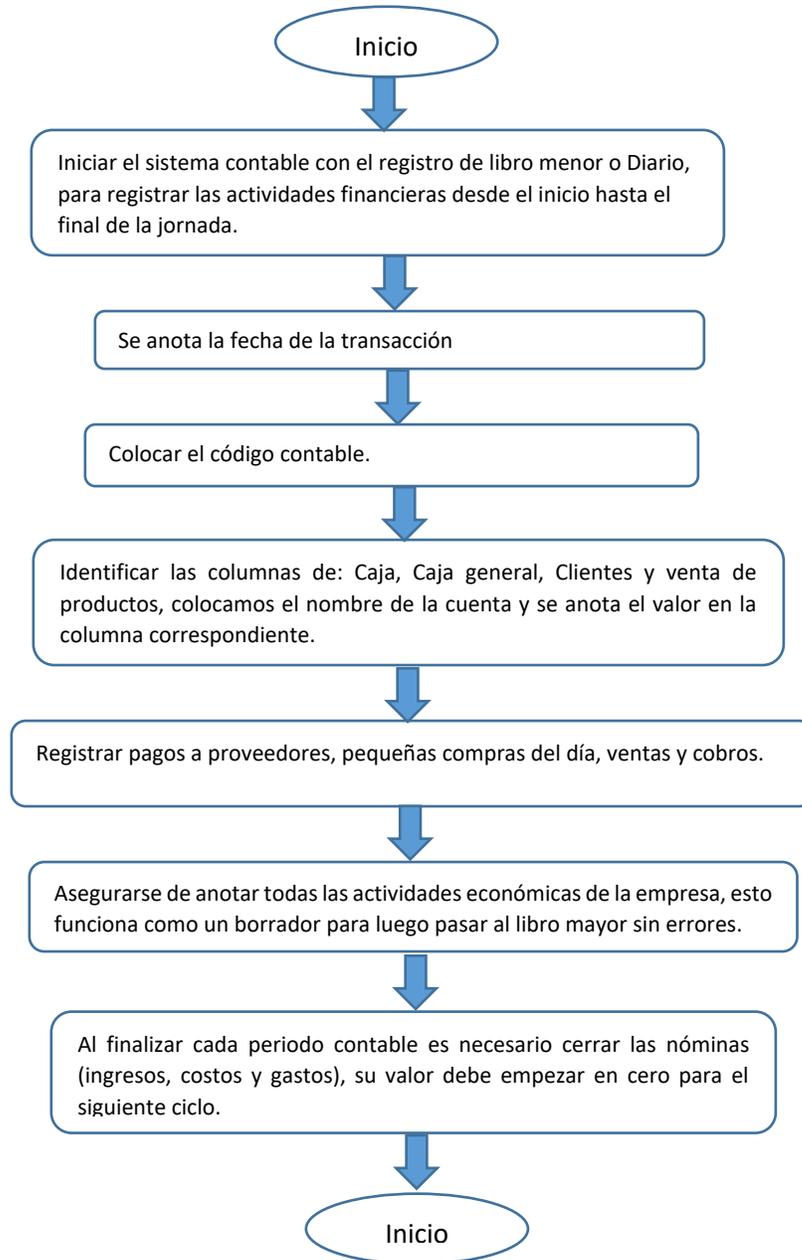
Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Tabla 117 – 4: Registro de venta diaria (Libro Menor)

	MANUAL DE PROCESOS DEL ÁREA FINANCIERA	PC 007
		FECHA: 24/05/2020.
	Proceso: Libro menor.	VERSIÓN: 1

Diagrama de flujo:

Flujograma 7. Marketing



Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

Libro Menor

Tabla 118 – 4: Libro Menor

⑥

		① ÁREA DE ADMINISTRACIÓN Proceso: Libro Menor.		PC 006		
				VERSIÓN: 1		
Fecha		CÓDIGO	CUENTA Y DETALLE	AUXILIAR.	DEBE	HABER
2020						
JULIO	6	1105	Caja		6,000	
		110505	Caja general	6,000		
		1305	Clientes		24,000	
		4135	Venta de productos.			29,000
Total:						

- 11) Nombre de la cuenta de Debe.
- 12) Número de asiento contable.
- 13) Debe registrado en el libro diario.
- 14) Movimiento y saldo Deudor.
- 15) Movimiento y saldo Deudor.
- 16) Nombre de la cuenta de Haber.
- 17) Número de asiento Acreedor.
- 18) Abono registrado den el libro diario.
- 19) Movimiento y saldo Acreedor
- 20) Movimiento y saldo Acreedor.

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO.

5.1. Estudio financiero

5.1.1. Sueldos

SUELDOS DE EMPLEADOS				
MANO DE OBRA DIRECTA				
CARGO	SUELDO MENSUAL	SUELDO TRIMESTRAL	SUEDOS ANUALES	BENEFICIOS SOCIALES 12,15%
COCINERO	386	1158	4632	140,697
AYUDANTE DE COCINA	386	1158	4632	140,697
TOTAL	772	2316	9545,394	281,394

VENTAS				
MANO DE OBRA DIRECTA				
CARGO	SUELDO MENSUAL	SUELDO TRIMESTRAL	SUEDOS ANUALES	BENEFICIOS SOCIALES 12,15%
MESERO/CAJERO	386	1158	4632	140,697
TOTAL	386	1158	4772,697	140,697

1298,697

Figura 29 - 5: Sueldos

Fuente: Medina, Fabricio, 2020

5.1.2. *Inventario.*

CUADRO DE INVERSIONES

BIEN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
EQUIPO DE COMPUTO			
COMPUTADORA LAPTOP TOSHIBA	1	435	435
TOTAL	1	435	435

BIEN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
MAQUINARIA EQUIPOS			
REFRIGERADORA MABE	1	175,00	175,00
FREIDORA	1	400,00	400,00
COCINA INDUSTRIAL 4 QUEMADORES -ELECTROLUX	1	100,00	100,00
LICUADORA OSTER	1	50,00	50,00
HORNO DE ACERO INOXIDABLE- ELECTROLUX	1	200,00	200,00
BATIDORA DELUXE 4 LT	1	30,00	30,00
MICROONDAS-ELECTROLUX	1	50,00	50,00
PLANCHA	1	100,00	100,00
FLAMBEADOR	1	30,00	30,00
BALANZA	2	15,00	30,00
PROCESADOR DE ALIMENTOS	1	35,00	35,00
PARRILLA	1	40,00	40,00
PELADORA DE PAPAS	1	100,00	100,00
PICADORA DE PAPAS	1	35,00	35,00
REFRIGERADOR DE BEBIDAS	2	-	-
CONGELADORES	2	150,00	300,00
TOTAL	19	1.510,00	1.675,00

BIEN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
MUEBLES Y ENSERES			
MUEBLES Y ENSERES PRODUCCIÓN			
MESAS DE TRABAJO	1	100,00	100,00

ESTANTERIAS	4	20,00	80,00
MUEBLES Y ENSERES VENTAS			
MESAS DE MADERA	8	15,00	120,00
SILLAS DE METAL	32	5,00	160,00
MOSTRADOR	1	65,00	65,00
SISTEMA DE SONIDO	1	200,00	200,00
FLOTEROS	4	5,00	20,00
CANDELABROS	8	10,00	80,00
TV PLASMA 42 PULGADAS	1	180,00	180,00
LAMINAS PROTECTORAS ANTIFLUIDOS	4	35,00	140,00
BANDEJAS DE DESINFECCIÓN	2	22,00	44,00
TOTAL		657,00	1.189,00

100% ADMINISTRACION VENTAS

BIEN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
MENAJE Y VAJILLA			
PLATOS GRANDES REDONDOS	43	1,5	64,5
PLATO CUADRADO GRANDE	36	1,5	54
PLATOS SOPEROS	112	1,25	140
AJICEROS PEQUEÑOS DE CERAMICA	8	0,5	4
ENSALADERAS DE VIDRIO GRANDES	3	2	6
PIREX	3	5	15
JARRAS DE VIDRIO MEDIANAS	3	2,5	7,5
JARRAS DE VIDRIO GRANDES	3	3	9
JARROS TRANSPARENTES	6	1	6
VASOS PEQUEÑOS	50	0,6	30
VASOS GRANDES	68	1	68
PLATOS OVALADOS	38	1,54	58,52
PLATOS BASE PEQUEÑOS	6	1,4	8,4

PLATOS BASE MEDIANOS	33	1,35	44,55
CONSOMEROS	20	1	20
FLOREROS DE CRISTAL	4	4,35	17,4
COPAS ALTAS HELADO	35	1,15	40,25
COPAS BAJAS POSTRES	58	0,95	55,1
TEQUILEROS	50	0,8	40
PLATOS REPOSTEROS PEQUEÑOS	42	0,5	21
OLLA PRESIÓN	1	45	45
ESPRIMIDOR DE NARAJA	1	7,27	7,27
CAFETERA	1	28,5	28,5
LINEAS PEQUEÑAS	5	5,5	27,5
JUEGO DE CORTAPASTAS	1	6,3	6,3
TERMO GRANDE	1	5	5
TERMO PEQUEÑO	1	3	3
HIELERA	1		0
PAILA EXTRA GRANDE	1	20	20
PAILA GRANDE	1	7	7
PAILAS PEQUEÑAS	6	5	30
PRENSA PAPAS	1	6,5	6,5
OLLA GIGANTE	1	22	22
OLLA GRANDE	2	14	28
OLLA MEDIANA	9	9,5	85,5
OLLA PEQUEÑA	8	5	40
TAMIZ DE PLASTICO	3	3	9
TAMIZ DE METAL	4	6	24
COLADORES	2	5	10
ESPUMADERA	1	3	3
CUCHARONES	5	2,75	13,75
ESPATULAS DE METAL	4	2,75	11
ESPATULAS DE PLASTICO	2	2	4
TABLAS DE PICAR	4	5	20
BANDEJAS GRANDES	6	3,25	19,5
BANDEJAS PEQUEÑAS	5	2,5	12,5

BARILLAS	2	8	16
CHAIRA	1	4	4
JARRAS PLASTICAS	5	2,00	10
CUCHILLOS TRAMONTINA	6	1,50	9
BOWLS	6	2,50	15
SARTEN DE TEFLON MEDIANO	2	8,00	16
CEBOLLERO TRAMONTINA	4	10,00	40
PUNTILLA	2	2,50	5
OLLA A PRECION	1	30,00	30
SALEROS	6	1,00	6
BANDEJAS PLASTICAS ANTIDESLIZANTES	3	3,00	9
PINZAS	8	2,00	16
TOTAL	43	62,50	1.373,54

BIEN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
SUMINISTROS Y MATERIALES			
ESFEROS	2	0,50	1,00
CUADERNOS	1	1,00	1,00
ESCOBA	2	1,50	3,00
TRAPEADOR	2	2,00	4,00
COLORO	1	2,00	2,00
DESINFECTANTE PARA PISOS	1	2,50	2,50
GEL DESINFECTANTE PARA MANOS	1	2,25	2,25
ESPONJA LAVAPLATOS	1	0,50	0,50
LAVA VAJILLAS	1	1,00	1,00
CONTENEDOR DE BASURA MEDIANO -PLAST.	1	3,50	3,50
FUNDA PARA BASURA (PAQUETES)	1	1,25	1,25
PAPEL HIGIENICO	1	1,00	1,00
RECOGEDOR DE BASURA	1	1,00	1,00

PAPEL FILM	1	2,00	2,00
PAPEL DE COCINA	1	2,00	2,00
PAPEL ALUMINIO	1	2,00	2,00
PALILLO DE DIENTES	1	0,50	0,50
LIMPIONES	2	1,00	2,00
PLATO PLASTICO RECTANGULAR	8	1,00	8,00
CAJA GUANTES DE LATEX	1	14,00	14,00
GUANTES DESECHABLES 100 U, CLIENTES	5	1,00	5,00
TOTAL	18	24,00	54,50

un año 654,00
tres meses 163,5

BIEN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
MATERIALES INDIRECTOS			
FUNDAS BLANCAS GRANDES 100 U			
FUNDAS BLANCAS PEQUEÑAS 100U			
FUNDAS BLANCAS MEDIANAS 100 U	1	1,50	1,50
BANDEJAS DESECHABLES DE 25 U	1	1,25	1,25
TARRINAS PLASTICAS DOCENA	1	1,50	1,50
VASOS DESECHABLES DE CAFÉ (PAQUETE)	1	2,00	2,00
TENEDORES PLASTICOS (PAQUETE)	1	1,50	1,50
CUCHILLOS PLASTICOS (PAQUETE)	1	1,50	1,50
CUCHARAS PLASTICAS (PAQUETE)	1	1,50	1,50
FUNDAS PARA SALSAS (PAQUETE)	2	0,75	1,50
SERVILLETAS (PAQUETE) 300 U	4	1,25	5,00
PAPEL HIGENICO 300 M.	2	2,00	4,00
TOTAL	7	10,75	21,25
		TOTAL ANUAL	255,00

VALOR TRIMESTRAL 63,75

ACTIVOS FIJOS		
MAQUINARIA Y EQUIPO	1.675,00	1.675,00

Figura 30 - 5: Inventario.

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

5.1.3. Cuadro de inversiones

CUADRO DE INVERSIONES.			
INVERSIONES FIJAS	INVERSIONES REALIZADA	INVERSIONES POR REALIZAR	TOTAL DE LAS INVERSIONES
ACTIVOS			4.719,27
EQUIPO DE COMPUTO.		435,00	435,00
VEHICULO			-
MAQ. EQUIPO	-	1.675,00	1.675,00
MUEBLES Y ENSERES		1.189,00	1.189,00
MENAJE Y VAJILLA		1.373,54	1.373,54
1% IMPREVISTOS	-	46,73	46,73
ACTIVOS DIFERIDOS			1.142,52
GTOS. ORGANIZACIÓN		317,48	317,48
GTOS. INSTALACIÓN		450,00	450,00
GTOS. EXPERIMENTACIÓN		104,72	104,72
GTOS. PUBLICIDAD		239,00	239,00
GTOS. CAPACITACIÓN		20,00	20,00
1% IMPREVISTOS	-	11,31	11,31
CAPITAL DE TRABAJO			11.765,59
MATERIA PRIMA		6.668,76	6.668,76
MANO DE OBRA DIRECTA		2.597,39	2.597,39
SERVICIOS BASICOS		285,00	285,00
SUELDO VENTAS		1.298,70	1.298,70
SUMINISTROS Y MATERIALES		163,50	163,50
COMBUSTIBLE Y LUBRICANTES		72,00	72,00
MATERIALES INDIRECTOS		63,75	63,75
GASTO ARRIENDO		300,00	300,00
CAJA - BANCO	200,00	-	200,00
IMPREVISTOS 1%		116,49	116,49
TOTAL	200,00	17.427,37	17.627,37

Figura 31 - 5: Cuadro de inversiones 1

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

5.1.4. Clasificación de inversiones

CLASIFICACIÓN DE LAS INVERSIONES.	
1. INVERSIONES EN ACTIVOS FIJAS	
DETALLE	VALOR
MAQUINARIA Y EQUIPO	1675
EQUIPO DE COMPUTO	435
MUEBLES Y ENSERES	1189
MENAJE Y VAJILLA	1373,54
IMPREVISTOS (1%)	46,7254
TOTAL DE ACTIVOS FIJOS	4719,27
2. INVERSIONES EN ACTIVOS DIFERIDOS	
DETALLE	VALOR
GASTOS DE ORGANIZACIÓN	317,48
GASTOS DE INSTALACIÓN	450
GASTOS DE PUBLICIDAD	239
GASTOS EXPERIMENTACIÓN	104,724
GASTOS DE CAPACITACIÓN.	20
IMPREVISTOS (1%)	11,31204
TOTAL	1142,51604
3. CAPITAL DE TRABAJO	
DETALLE	VALOR
MATERIA PRIMA	6668,76
MATERIALES INDIRECTOS	63,75
MANO DE OBRA DIRECTA	2597,394
COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES	72
SERVICIOS BÁSICOS	285
GASTO ARRIENDO	300
SUELDOS VENTAS	1298,697
SUMINISTROS Y MATERIALES	163,5
CAJA - BANCOS	200
CONTINGENCIA (1%)	116,49101
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	11765,592
TOTAL DE LA INVERSIÓN	
DETALLE	VALOR
ACTIVOS FIJOS	3345,73
ACTIVOS DIFERIDOS	1142,51604
ACTIVOS REALIZABLES	1537,04
CAPITAL DE TRABAJO	11602,092
TOTAL	17627,37
FINANCIAMIENTO	
PRÉSTAMO PROPIO	0
PROVEEDORES	10958,6135
TOTAL FINANCIAMIENTO	17627,37

Figura 32 - 5: Clasificación de inversiones.

Realizado por: Medina, Fabricio, 2020

5.1.5. Fuentes y usos de proyecto

FUENTES Y USOS DE PROYECTO				
RUBROS	USO DE FONDOS	FUENTES FINANCIEROS		PROVEEDORES
		REC. PROP	EXTERNO	
INVERSIONES FIJAS				
MAQU. Y EQUIPOS	1675	1675		
EQUIPOS DE COMPUTO	435	435		
MUEBLES Y ENSERES	1189	1189		
MENAJE Y VAJILLA	1373,54	1373,54		
IMPREVISTO 1%	46,7254	46,7254		
ACTIVOS DIFERIDOS				
GTOS. ORGANIZACIÓN	317,48	317,48		
GTOS. INSTALACIÓN	450	450		
GTOS. EXPERIMENTACIÓN	104,724	104,724		
GTOS. PUBLICIDAD	239	239		
GTOS. CAPACITACIÓN	20	20		
IMPREVISTOS 1%	11,31204	11,31204		
CAPITAL DE TRABAJO				
MATERIA PRIMA	6668,76			6668,76
MANO DE OBRA DIRECTA	2597,394	2597,394		
MATERIALES INDIRECTOS	63,75	63,75		
SUELDOS VENTAS	1298,697	1298,697		
GASTOS DE ARRIENDO	300	300		
COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES	72	72		
SUMINISTROS Y MATERIALES	163,5	163,5		
SERVICIOS BÁSICOS	285	285		
CAJA BANCO	200	200		
CONTINGENCIA 1%	116,49101	116,49101		
TOTAL	17627,37345	10958,6135	0	6668,76

Figura 33 - 5: Fuentes y uso de proyecto

Medina, Fabricio, 2020

CONCLUSIONES

- El establecimiento de comida rápida Los Pingüinos, cuenta con los requisitos necesarios para la implementación de un sistema de franquicia con la ayuda del manual de procesos elaborado en este presente proyecto, principalmente por su tiempo de existencia y reconocimiento en el mercado.
- La empresa se encuentra estable, con un futuro próspero, considerando la implementación del manual de procesos que ayudará pulir aquellos detalles que debían ser reforzados, en la aplicación de las fichas de observación, encuestas y cuestionarios al cliente interno se pudo conocer la opinión y concepto que tenían de la empresa, creando una mejor relación y por consiguiente un mejor ambiente de trabajo ya que ahora todos se encuentran en la misma sintonía y direccionados al mismo objetivo.
- El mercado que se conocía ha cambiado y por esa razón la empresa también debe evolucionar, varios aspectos importantes se encontraron como por ejemplo una respuesta positiva ante la utilización de recipientes más amigables con el medio ambiente, incluir preparaciones vegetarianas en el menú de comida rápida. En la situación actual post pandemia, los sectores de mayor comercio son de alimentación y salud, lo que ofrece un futuro estable para esta actividad económica.
- Se logró abarcar la mayor parte posible de aspectos que se deben detallar de la empresa para que la persona que adquiera el manual de procesos pueda entender, desarrollar y mantener con seguridad el sistema de franquicia, este manual contiene los resultados del estudio realizado desde los aspectos internos y externos de la empresa, con una proyección al mercado futuro.

RECOMENDACIONES

Se recomienda:

- Tomar en cuenta el sistema de franquicias que maneja Mc Donald's, ya que es considerado como el número en el mercado, sus procesos de producción son muy eficientes y con un bajo margen de error, lo que lo convierte en un ejemplo y un referente.
- Para el incentivo y la buena convivencia entre el personal es muy necesario realizar actividades extracurriculares como días de reunión informal, premios por mejorar el rendimiento de trabajo, esto hace que el cliente interno este contento y eso se reflejará en la calidad de servicio y producto que se ofrezca al público, al igual que invertir en nuevos equipos que mejoren el desarrollo del trabajo.
- Se debe estar consiente que el mundo cambia y sus necesidades también, es por eso que es necesario empaparse de información actualizada para conocer lo que necesita el mercado y dar tres pasos adelantes antes que la competencia.
- Es importante revisar y cuestionar las políticas, normas, objetivos y visiones de la empresa para mejorar, estos aspectos no pueden ser inmutables, necesitan ser flexibles para innovar y avanzar.

GLOSARIO

Franquicia: Es un formato de negocio para la comercialización de bienes o servicios, en donde una persona jurídica o natural accede por cierto tiempo el derecho de utilizar su marca o nombre comercial, crea una relación comercial en donde una parte paga una cantidad de dinero a la otra parte para la explotación de su marca. (Sánchez., 2010)

Transversal: Consiste en introducir un tema en la vida diaria para abordarlo posteriormente de forma permanente. (Solano, 2014)

Nicho de mercado: Es una porción de un segmento de mercado que está conformado por un grupo reducido de personas como también puede ser de empresas que posee ciertas características y necesidades comunes. (Galán., s.f.)

Parámetro: Es un elemento de un sistema que permite clasificarlo y poder evaluar algunas de sus características como el rendimiento, la amplitud o la condición. Es el valor que representa algo que queremos medir. (Arias, s.f.)

Etimológico: Es la rama de la lingüística encargada de estudiar y descifrar las palabras, encontrando su significado y razón de ser, forma de expresión y adaptación en diferentes culturas. (Yirda, 2020)

Operario: Se refiere al trabajador de oficios de talleres, trabajos y reparaciones a domicilio, realizando habitualmente un trabajo manual por cuenta ajena. (UniversoJus, 2015)

Adiestramiento: Se enfoca en actualizar y perfeccionar los conocimientos y habilidades del equipo, adiciona instrucción a los trabajadores para mejorar procesos o aumentar la productividad. (Runahr, 2018)

Merma: Es toda pérdida de material, aumentando los costos de inventarios, en la manufactura también eleva los gastos en materia prima, mano de obra y costos de producción. (erp, 2021)

Abolir: Es el acto de anular una ley, proceso o costumbre, en una determinada comunidad. (Ucha, 2011)

Fúngico: Se designa a un grupo de organismos eucariotas entre los que se encuentran los mohos, las levaduras y los organismos productores de setas. (Fungi, 2020)

FIFO: Son siglas en inglés de First In First Out (Primero en Entrar Primero en Salir), es uno de los métodos de gestión logística más utilizados para almacenar productos perecederos, evita que los productos alcancen su fecha de caducidad, reduciendo pérdidas. (logística., 2018)

Milliar: Es una reacción que consiste en el conjunto de reacciones químicas producidas entre las proteínas y los azúcares de los alimentos a altas temperaturas y que generan ese color, sabor y olor a tostado. (Maillard, 1970)

Demografía: Es una ciencia social y sus estudios sobre la población humana pueden ser de forma comparativa y cuantitativa, por medio de la estadística, para estudiar su estructura, evolución, características y tamaño de población. (Quiroa, 2021)

Tabulación: Se refiere a la codificación y la transcripción de datos obtenidos en la investigación de mercado, los resultados serán presentados en tablas o mapas gráficos explicando las variables analizadas. (DanyLopez29, 2016)

BIBLIOGRAFÍA

- Antonio, J. (2010, abril 1). *nociones basicas de restauranteria.* . Retrieved from <http://tallerdeturismopractico2.blogspot.com/p/clasificacion-de-los-restaurantes.html>
- APD, R. (2018, 10 30). *APD.es*. Retrieved from <https://www.apd.es/que-es-el-know-how/>
- Arias, e. R. (s.f.). *Economipedia* . Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/parametro.html>
- Ballesteros, A. K. (2009, Julio). *ISSUU*. Retrieved from *Influencia de la conquista española en la gastronomía del siglo XVI en la ciudad de Quito:* <https://issuu.com/academiaculinaria/docs/tesis>
- Barrio, F. I. (2017, Febrero 2). *LinkedIn*. Retrieved from <https://www.linkedin.com/pulse/la-importancia-de-estandarizar-fernando-irigoyen-barrio>
- Bensoussan, M. (2015, Noviembre 18). *Algarabía* . Retrieved from <https://algarabia.com/ideas/el-origen-de-la-comida-rapida/>
- Carrón, A. (2019). *Servicio básico de alimentos y bebidas y tareas de postservicio en el restaurant*. Logroño: TUTOR FORMACIÓN.
- Casa, Ribé, & Ernest. (2008). *Diccionario de administración y contabilidad de empresa: contabilidad financiera y de gestión (contabiliada externa e interna)*. Barcelona: J. M. BOSCH.
- CB, M. (2011, Julio 19). *Aspectos Interesantes.* . Retrieved from https://es.overblog.com/Estudio_administrativo_en_que_consiste_y_otros_aspectos_interesantes-1228321767-art257005.html
- Cepeda, J. (2009). *Franquicia*. Bogotá: El Cid Editor.
- Colina, J. (2009). *Análisis empresarial de una empresa de la industria de comida rápida*. El Cid Editor.
- Costales, F. (2016). *Estandarización de procesos en el área de producción del restaurante tierra blanca.* Retrieved from <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/11355/1/84T00509.pdf>
- Cremades, J., & Ansón, R. (2019). *Derecho y gastronomía* . Madrid: Dykinsob.
- DanyLopez29. (17 de noviembre de 2016). *slideshare*. Obtenido de <https://es.slideshare.net/DanyLopez29/tabulacin-de-datos-69151553>
- Debitoor*. (n.d.). Retrieved from <https://debitoor.es/glosario/cliente>
- Dictionnaire de Trévoux*. (1771).

- Duarte, G. (2008, Octubre). *Definición ABC*. Retrieved from <https://www.definicionabc.com/general/estudio.php>
- Erp, B. (2021). Bind erp. Obtenido de <https://blog.bind.com.mx/que-es-merma>
- Excelencia, C. (2020). *Club Excelencia en gestión*. Retrieved from <https://www.clubexcelencia.org/modelo-efqm>
- Federico. (2020, Marzo 18). *Zona Económica*. Retrieved from <https://www.zonaeconomica.com/estudio-financiero>
- Federico. (2020, Julio). *Zona económica*. Retrieved from <https://www.zonaeconomica.com/estudio-financiero>
- Fernández, V. (2016). *Desarrollo de sistemas de información*. Barcelona: Edicions Universitat Politècnica de Catalunya.
- Flores, A. (2018). *Servicio en restaurante*. RA-MA editorial.
- Franquicia Directa. (2015, 08 14). *FranquiciaDirecta.com*. Retrieved from <https://www.franquiciadirecta.com/informacion/guiaparacomprarfranquiciasynegocios/historiadelsistemadefranquicias/175/977/>
- Fungi. (31 de diciembre de 2020). wikipedia. Obtenido de <https://es.wikipedia.org/wiki/Fungi>
- Galán., J. S. (s.f.). economipedia. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/nicho-de-mercado.html>
- Gerencia. (2015, marzo 5). *Popular*. Retrieved from <https://www.impulsapopular.com/gerencia/que-es-un-manual-de-procesos/#:~:text=marzo%20%2C%202015%20%7C%20Gerencia,la%20gesti%C3%B3n%20de%20la%20organizaci%C3%B3n>
- Gómez., G. (2001, 12 11). *Gestiopolis*. Retrieved from <https://www.gestiopolis.com/manuales-procedimientos-uso-control-interno/>
- Grillo, A. M. (2007). *El contrato de Franquicia*. Cuba: Universidad de Cienfuegos "Carlos Rafael Rodríguez".
- Guerra, C., Menéndez, E., Barrero, R., & Egaña, E. (2009). *Estadística*. Félix Varela.
- Hazoury, L. (2009). *Las franquicias*. El Cid Editor.
- Hurtado, C. (2010). *Análisis financiero*. Bogotá: FOCO Ediciones.
- Ingrande, T. (2017, mayo 25). *Kailean consultores*. Retrieved from <http://kailean.es/estandarizar-trabajar-de-forma-organizada-y-controlada/>
- Jaramillo, M. (2012). *Texto guía de Cocina Ecuatoriana*. Quito.
- Jiménez, D. (2012, Agosto Jueves 9). *Técnicas de Restaurante*. Retrieved from http://dorisjimenezduran.blogspot.com/2012/08/historia-del-restaurante_9.html

- Kotler, P. (2018, Julio 23). *rock content*. Retrieved from <https://rockcontent.com/es/blog/marketing-2/>
- Kroc, R. (2009). *Mc.Donalds.com*. Retrieved from <https://www.mcdonalds.com/us/es-us/about-us/our-history.html>
- López, M., Aceves, J., Pellat, A., & Puerta, C. (2008, Agosto 28). *Estudia admiiistrativo, un apoyo en la estructura organizacional del proyecto de inversión*. Retrieved from itson.mx: <https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/documents/no56/estudioadmtivo.pdf>
- Lorca, E., & Chacón, A. (2016). *Servicio básico de restaurante-bar*. Murcia: Cano Pina.
- Logística., A. y. (2 de Julio de 2018). Stocklogistic. Obtenido de <https://www.stocklogistic.com/metodo-fifo-valoracion-stock-almacen/>
- Maillard, R. d. (1 de enero de 1970). prevensystem. Obtenido de <https://www.prevensystem.com/internacional/705/noticia-alteracion-de-los-alimentos-reaccion-de-maillard-y-acrilamida.html#:~:text=La%20reacci%C3%B3n%20de%20Maillard%20consiste,sabor%20y%20olor%20a%20tostado.>
- Marketing Publishing. (1996). *Técnicas aplicadas de marketing*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos.
- Martinez, C. (2019, Marzo). *Lifeder.com*. Retrieved from <https://www.lifeder.com/investigacion-descriptiva/>
- Martínez, V. (2012). *Fast food frente a la dieta mediterránea*. Valencia: Mayo.
- Mesquita, R. (2018, julio 23). *rockcontent*. Retrieved from <https://rockcontent.com/es/blog/marketing-2/>
- Miranda, J. (2003). *Gestión de proyectos, Evaluación Financiera Económica Social Ambiental*. Bogotá: MM editores.
- Montano., J. (2018, Mayo 28). *Lifeder*. Retrieved from <https://www.lifeder.com/investigacion-transversal/>
- Nuño, P. (2017, julio 7). *emprendepyme*. Retrieved from <https://www.emprendepyme.net/que-es-un-estudio-de-mercado.html>
- Ortiz, J. (2019, Abril). *Lifeder*. Retrieved from <https://www.lifeder.com/investigacion-exploratoria/>
- Portales, D. (2011). *Estudio Técnico*. Retrieved from Asegura tus proyectos.: <https://e-tecnico.webnode.es/servicios/>
- Porto, J. P. (2009). *Definición.de*. Retrieved from <https://definicion.de/muestra/>
- Quiroa, M. (2021). Economipedia. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/demografia.html>
- Raffino., M. E. (2020, junio 21). *Concepto.de*. Retrieved from <https://concepto.de/sistema/>

- Rodríguez, E. (2020, Agosto 16). *EloyRodriguez.com*. Retrieved from <https://eloyrodriguez.com/tipos-de-restaurantes/>
- Runahr. (10 de Noviembre de 2018). Runahar.com. Obtenido de <https://runahr.com/recursos/hr-management/capacitacion-vs-adiestramiento/>
- Sánchez., L. (5 de Enero de 2010). *emprender pyme.net*. Obtenido de <https://www.emprendepyme.net/que-es-una-franquicia.html>
- Sánchez, A. (2011). *Aervicio y atenciónal cliente en restaurantes*. Málaga: IC Editorial.
- Solano, D. (13 de Junio de 2014). *Conexiónesan*. Obtenido de <https://www.esan.edu.pe/conexion/actualidad/2014/06/13/transversalidad-marketing-social/>
- Ucha, F. (fabrero de 2011). *Definiciónabc*. Obtenido de <https://www.definicionabc.com/general/abolir.php>
- UniversoJus. (10 de Agosto de 2015). *UniversoJus.com*. Obtenido de <http://universojus.com/definicion/operario>
- Vaquero, J. (2013). *Servicio en restaurante*. Madrid: Editorial CEP, S.L.
- Vargas, C. F. (2016). *Estandarización de procesos en el area de producción del restaurante tierra blanca 2014*. Retrieved from <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/11355/1/84T00509.pdf>
- Yirda., A. (2019, septiembre 11). *Concepto definición*. Retrieved from <https://conceptodefinicion.de/proceso/>
- Yirda, A. (18 de Junio de 2020). *conceptodefinición*. . Obtenido de <https://conceptodefinicion.de/etimologia/>



Firmado electrónicamente por:

JHONATAN RODRIGO PARREÑO UQUILLAS

ANEXOS.

ANEXO A CUESTIONARIO AL CLIENTE INTERNO.



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO



**FACULTAD SALUD PÚBLICA
ESCUELA DE GASTRONOMÍA**

Riobamba -----/-----/-----

Masculino: _____ Ciudad que proviene:

Femenino: _____

Ocupación: _____

Objetivo:

- Identificar la percepción del cliente interno sobre la empresa, recopilando información que permita mejorar y o fortalecer varios aspectos que ayudaran a realizar un trabajo más eficiente y por ende mejorar la atención al cliente externo.

1.- Califique el nivel de calidad de alimentos adquiridos para materia prima

- a) Alta calidad
- b) Buena calidad
- c) Baja calidad
- d) Pésima calidad

2.- Califique el nivel de calidad de distribución y almacenamiento de la materia prima.

- a) Eficiente.
- b) Buena.
- c) Mala.
- d) Deficiente.

3.- Califique la infraestructura y el equipamiento del área de cocina, donde 1 es el nivel más bajo y 5 el más alto.

Aspectos	1	2	3	4	5
Equipamiento completo					
Funcional					
Estado					
Ubicación y organización					

4.- Califique la infraestructura y el equipamiento del área de servicio.

Aspectos	1	2	3	4	5
Equipamiento completo					
Funcional					
Estado					
Ubicación y organización					

5.- ¿Considera necesario ubicar señalización en cada área de trabajo del establecimiento? ¿Por qué?

- a) Si
- b) No

¿Por qué?.....

6.- Califique la calidad del servicio

- a) Muy bueno
- b) Bueno
- c) Malo
- d) Pésimo

7.- Califique la presentación de los alimentos

- a) Muy atractiva.
- b) Atractiva.

- c) Poco atractiva.
- d) Desagradable.

8.- ¿Considera que el menú a ofrecer es variado? ¿Por qué?

- a) Si
- b) No

.....

9.- ¿Que producto le gustaría aumentar en el menú?

.....

10.- Entre estas propuestas ¿Cuál le parece más efectiva para agradecer a nuestros clientes?

- a) Barra libre de ajís variados y atractivos.
- b) Buffet de ensaladas para los almuerzos de fines de semana.
- c) Barra de cuatro ensaladas para el diario.
- d) Promociones para grupos grandes.

11.- Califique estos aspectos del uniforme

Aspectos	1	2	3	4	5
Seguridad					
Salubridad					
Estetica					

12.- ¿Considera que el abastecimiento de bodega es completo? ¿Qué agregaría o eliminaría?

- a)
- b)

.....

13.- Califique el nivel de compañerismo dentro de su equipo de trabajo

- a) Muy bueno

- b) Bueno
- c) Malo
- d) Pésimo

14.- Considera que sea educado realizar un manual con las normas, objetivos y misiones de la empresa están bien explicadas y comprendidas entre los trabajadores? Por que

- a) Si
- b) No

.....
.....

15.- Del 1 al 5 indique que tan necesario seria realizar una reunión mensual para armar nuevas estrategias y revisar el éxito de las anteriores estrategias?

- a) Muy necesario
- b) Útil
- c) Poco útil
- d) Innecesario

16.- del 1 al 5 indique el nivel de atención que se toma a las sugerencias que usted ofrece

- a) Mucha
- b) Regular
- c) Poco
- d) Nada

17.- ¿Qué tan eficiente considera al sistema de cobro en caja? ¿Por qué?

- a) Eficiente
- b) Bueno
- c) Regular
- d) Deficiente

18.- Del 1 al 5 califique el control de gastos diarios

- a) Eficiente
- b) Bueno

- c) Malo
- d) Pésimo

19.- Del 1 al 5 califique el grado de respeto entre los compañeros de trabajo

- a) Muy bueno
- b) Bueno
- c) Malo
- d) Inexistente

20.- del 1 al 5 califique el grado de motivación y gusto por el trabajo que desarrolla.

- a) Muy Satisfactorio
- b) Satisfactorio
- c) Poco satisfactorio
- d) Insatisfecho.

Anexo B: APLICACIÓN DE LA ENCUESTA AL CLIENTE INTERNO.



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO



FACULTAD SALUD PÚBLICA

ESCUELA DE GASTRONOMÍA

Riobamba -----/-----/-----

Masculino: _____ **Ciudad que proviene:**

Femenino: _____

Ocupación: _____

Objetivo:

- Identificar la percepción del cliente interno sobre la empresa, recopilando información que permita mejorar y o fortalecer varios aspectos que ayudaran a realizar un trabajo más eficiente y por ende mejorar la atención al cliente externo.

1.- Califique el nivel de calidad de alimentos adquiridos para materia prima

- a) Alta calidad
- b) Buena calidad
- c) Baja calidad
- d) Pésima calidad

2.- Califique la infraestructura y el equipamiento del área de cocina.

- a) Equipos completos.
- b) Equipos funcionales.
- c) Completo abastecimiento de utensilios de cocina.
- d) Buena ubicación y organización de equipos y utensilios de cocina.
- e) Todas las anteriores.

3.- Califique el nivel de calidad de distribución, almacenamiento y abastecimiento en bodega de materia prima.

- a) Eficiente.
- b) Buena.
- c) Mala.
- d) Deficiente.

4.- Califique la infraestructura y el equipamiento del área de servicio.

- a) Equipos completos.
- b) Equipos funcionales.
- c) Completo abastecimiento de utensilios de cocina.
- d) Buena ubicación y organización de equipos y utensilios de cocina.
- e) Todas las anteriores.

5.- ¿Considera necesario ubicar señalización en cada área de trabajo del establecimiento? ¿Por qué?

- a) Si
- b) No

¿Por qué?.....

6.- Califique la calidad del servicio

- a) Muy bueno
- b) Bueno
- c) Malo
- d) Pésimo

7.- Califique el nivel de compañerismo dentro de su equipo de trabajo

- a) Muy bueno
- b) Bueno
- c) Malo
- d) Pésimo

8.- indique que tan necesario seria realizar una reunión mensual para armar nuevas estrategias y revisar el éxito de las anteriores estrategias?

- a) Muy necesario
- b) Útil
- c) Poco útil
- d) Innecesario

9.- indique el nivel de atención que se toma a las sugerencias que usted ofrece

- a) Mucha
- b) Regular
- c) Poco
- d) Nada

10.- ¿Qué tan eficiente considera al sistema de cobro en caja? ¿Por qué?

- a) Eficiente
- b) Bueno
- c) Regular
- d) Deficiente

11.- Califique el grado de motivación y gusto por el trabajo que desarrolla.

- a) Muy Satisfactorio
- b) Satisfactorio
- c) Poco satisfactorio
- d) Insatisfecho.

12.- Califique el grado de respeto entre los compañeros de trabajo

- a) Muy bueno
- b) Bueno
- c) Malo
- d) Inexistente

ANEXO C: CUESTIONARIO ENCUESTA AL CLIENTE EXTERNO.



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO



FACULTAD SALUD PÚBLICA

ESCUELA DE GASTRONOMÍA

Riobamba -----/-----/-----

Masculino: _____ Ciudad que proviene:

Femenino: _____

Ocupación: _____

Saludo

Objetivo:

- Identificar la aceptabilidad del público a la apertura de franquicias de “Los Pingüinos”, un establecimiento de alimentos y bebidas en el área de comida rápida, que se pueda encontrar en diferentes partes de la ciudad ofreciendo su servicio y productos.

Marque una x lo que usted considere

1.- Califique su gusto por la comida rápida.

- a) Me agrada mucho
- b) Me agrada
- c) Me desagrada
- d) Me desagrada mucho

2.- ¿Con qué frecuencia consume comida rápida por semana?

- a) 1 a 2 veces
- b) 3 a 5 veces
- c) Todos los días
- d) Nunca

3.- ¿Conoce o ha escuchado sobre el establecimiento de alimentos y bebidas denominado “Bar Restaurante Los Pingüinos”? si su respuesta es no le informamos.

- a) Si
- b) No

4.- Si contesto “sí” en la pregunta anterior califique al establecimiento marcando del 1 al 4 siendo el 1 el de mayor importancia y el 4 el de menor importancia.

Tabla 2: Calificación al establecimiento de A y B.

	1	2	3	4
Sabor				
Atención				
Precio				
Ambiente				

Fuente: Cuestionario.

Elaborado por: (Medina, 2020)

5.- ¿Considera usted que este tipo de establecimiento debería ser una franquicia que pudiese estar en diferentes partes de la ciudad ofreciendo su servicio y productos?

a) Si

b) No

¿Por qué? :.....

6. - ¿Qué producto de comida rápida le gustaría encontrar en nuestro establecimiento?

.....

7.- Marque con una x el tipo de preparación ¿Cuál de estas preparaciones de comida rápida le llama más la atención?

a) Pizza

- b) Hamburguesas
- c) Papas fritas
- d) Burritos
- e) Alitas BBQ
- f) Fideos salteados exprés
- g) Pollo frito

8.- Califique su grado de aceptación de incluir comida rápida vegetariana en nuestro menú.

- a) Me agrada mucho
- b) Me agrada
- c) Me desagrada
- d) Me desagrada mucho

9.- ¿Qué tipo de ambiente le gustaría al momento de comer?

- a) Formal
- b) Divertido
- c) Relajante
- d) informal

10.- Cuando Ud. consume comida rápida lo hace:

- a) En el mismo lugar
- b) Pide para llevar
- c) Pedido a domicilio con recarga del servicio, garantizando su bienestar.

11.- Cuando consume comida rápida, Ud. Prefiere

- a) Envases de plástico
- b) Envases de papel
- c) Envases de plastoforno (Espuma flex)
- d) Envases amigables con el medio ambiente por un precio mayor.

12.- ¿Pagaría un precio un poco mayor por utilizar recipientes amigables con el medio ambiente?

- a) Si

b) No

13.- ¿Qué opinión le merece a la existencia de un escenario para expresión cultural en el establecimiento?

a) Muy interesante

b) Interesante

c) Poco interesante

d) Nada interesante

14.- ¿Qué opinión le merece a la realización de eventos culturales o benéficos una vez al mes, en donde los clientes pueden participar?

a) Muy interesante

b) Interesante

c) Poco interesante

d) Nada interesante

15.- ¿Con qué frecuencia almuerza fuera de casa?

a) Una a 2 veces a la semana

b) Tres a 4 veces a la semana

c) Más de 4 veces a la semana

15.- ¿Qué expectativa tiene de un almuerzo en un restaurante? (elegir una opción)

a) Buen sabor

b) Económico

c) Saludable

d) Variado

16.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un almuerzo que cumpla todas sus expectativas?

a) 2,50 a 2,75

b) 3,00 a 3,50

c) 3,75 a 4,00

17.- De los siguientes productos de consumo de almuerzos ¿Cuál es el que le da mayor aceptación? Enumere del 1 al 5 siendo el 1 el de mayor aprobación y 5 el de menor aprobación.

Tabla 3: Productos de mayor aceptación

Productos	1	2	3	4	5
Comida casera					
Comida vegetariana					
Almuerzos todo al carbón					
Solo platos a la carta					
Menú ejecutivo por un precio mayor					
Comida internacional por un precio mayor					

Fuente: Cuestionario

Elaborado por: (Tapia, Medina, 2019)

18.- ¿Dónde le gustaría poder adquirir este producto?

- a) Cafetería
- b) Restaurante
- c) Servicio de comida rápida
- d) Bar

19.- ¿Tiene algún comentario o sugerencia sobre el producto?

20.- ¿Qué productos le gustaría añadir a nuestro menú?

ANEXO D: APLICACIÓN DE LA ENCUESTA.



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO



FACULTAD SALUD PÚBLICA

ESCUELA DE GASTRONOMÍA

Riobamba -----/-----/-----

Masculino: _____

Ciudad que proviene:

Femenino: _____

Ocupación: _____

Reciba un cordial saludo, el objetivo de la presente encuesta es:

- Identificar el nivel de aceptabilidad del público en la apertura de franquicias de Bar Restaurante “Los Pingüinos”, establecimiento de comida rápida, que aspira ofrecer sus servicios y productos en diferentes partes de la ciudad de Ambato.

Marque una x lo que usted considere

1.- Califique su gusto por la comida rápida.

- a) Me agrada mucho
- b) Me agrada
- c) Me desagrada
- d) Me desagrada mucho

2.- ¿Con qué frecuencia consume comida rápida por semana?

- a) 1 a 2 veces
- b) 3 a 5 veces
- c) Todos los días
- d) Nunca

3.- ¿Conoce o ha escuchado sobre el establecimiento de alimentos y bebidas denominado “Bar Restaurante Los Pingüinos”? si su respuesta es no le informamos.

- a) Si
- b) No

4.- A usted ¿Qué le llama más la atención de un Restaurante?

- a) Sabor

- b) Servicio
- c) Precio
- d) Ambiente
- e) Todas las anteriores.

5.- De estas preparaciones de comida rápida, ¿Cuáles son las que más le gustaría encontrar en un restaurante?

- a) Pizza
- b) Hamburguesas
- c) Papas fritas
- d) Burritos
- e) Alitas BBQ
- f) Fideos salteados exprés
- g) Pollo frito

6.- ¿Le gustaría a usted que se incluya en el menú del Bar Restaurante Los Pingüinos, fast food vegetariana?

- a) Si
- b) No

7.- ¿Qué tipo de ambiente le gustaría al momento de comer?

- a) Formal
- b) Divertido
- c) Relajante
- d) informal

8.- Cuando Ud. consume comida rápida lo hace:

- a) En el mismo lugar
- b) Pide para llevar
- c) Pedido a domicilio con recarga del servicio, garantizando su bienestar.

9.- Cuando consume comida rápida, Ud. Prefiere

- a) Envases de plástico
- b) Envases de papel

- c) Envases de plastoforno (Espuma flex)
- d) Envases amigables con el medio ambiente por un precio mayor.

10.- ¿Le gustaría que en el Restaurante se realice eventos culturales o benéficos una vez al mes, en donde los clientes pueden participar?

- a) Si
- b) No

11.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por consumir comida rápida de buena calidad?

- a) 2,00 a 3,00
- b) 3,50 a 6,50
- c) 10,50 a 20,00
- d) Mayor a 25,00

12.- ¿Qué promociones le gustaría añadir a nuestro menú?

ANEXO E: RECETAS ESTÁNDAR.

 ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTANDAR 					
Salchipapa Junior		N° pax 1	FECHA DE ELAB	15/10/2018	
Siglas Menú	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO	MISE EN PLACE
	papas	110	g	\$ 0,20	
	salsas	15	g	\$ 0,15	
	salchicha	1	u	\$ 0,15	
	vegetales	20	g	\$ 0,10	
			TOTAL	\$ 0,60	
			Prc. sugerido	\$ 1,00	
PROCEDIMIENTO:					
Pelar y picar las papas en batonett, freir a 180°C y dorar la salchicha, acompañar de salsas y curtido.					

 ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA FICHA DE RECETA ESTANDAR 					
Salchi papa Hambatu		N° pax 1	FECHA DE ELAB	15/10/2018	
Siglas Menú	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO	MISE EN PLACE
	papas	120	g	\$ 0,30	
	salsas	15	g	\$ 0,15	
	chorizo ambateño	20	g	\$ 0,25	
	huevo	1	u	\$ 0,15	
	vegetales	20	g	\$ 0,10	
			TOTAL	\$ 0,80	
			Prc. sugerido	\$ 2,00	
PROCEDIMIENTO:					
Pelar y picar las papas en batonett, freir a 180°C y dorar la salchicha en la plancha con un poco de ajo frier el huevo a baja temperatura, acompañar de salsas y curtido.					



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE SALUD PÚBLICA
ESCUELA DE GASTRONOMÍA
FICHA DE RECETA ESTANDAR



Salchipapas con queso		N° pax 1	FECHA DE ELAB	15/10/2018	
Siglas Menú Completo	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO	MISE EN PLACE
	papas	180	g	\$ 0,30	
	salas	20	g	\$ 0,15	
	salchicha	1	u	\$ 0,22	
	salsa de queso	50	g	\$ 0,60	
	queso fresco	25	g	\$ 0,23	
	vegetales	20	g	\$ 0,10	-
			total	\$ 1,60	
			Prc. sugerido	\$ 2,50	

PROCEDIMIENTO:

Pelar y picar las papas en batonett, freir a 180°C y dorar la salchicha, calentar la salsa de queso cortar la salchicha en laminas, verter la salsa de queso sobre las papas, rallar el queso fresco, añadir la salchicha picada y acompañar con la ensalada y salsas.



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE SALUD PÚBLICA
ESCUELA DE GASTRONOMÍA
FICHA DE RECETA ESTANDAR



Papas endiabladas		N° pax 1	FECHA DE ELAB	15/10/2018	
Siglas Menú Completo	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO	MISE EN PLACE
	papas	180	g	\$ 0,30	
	salsas	0,15	g	\$ 0,15	
	salsa bufalo	0,4	g	\$ 0,50	
	salchicha	1 1/2	u	\$ 0,22	
	vegetales	0,2	g	\$ 0,10	
			TOTAL	\$ 1,27	
			Prc. sugerido	\$2	

PROCEDIMIENTO:

Pelar y picar las papas en batonett, freir a 180°C y dorar la salchicha, calentar la salsa bufalo sumergir la salchicha en la salsa, espolvorear páprika picante sobre las papas, colocar la salchicha sobre las papas con salsa y acompañar con la ensalada y salsas para las papas.



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE SALUD PÚBLICA
ESCUELA DE GASTRONOMÍA
FICHA DE RECETA ESTANDAR



hamburguesa Junior		N° pax 1	FECHA DE ELAB	15/10/2018	
Siglas Menú	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO	MISE EN PLACE
	carne	75	g	\$ 0,33	
	vegetales	50	g	\$ 0,30	
	pan	1	u	\$ 0,20	
	salsas	15	g	\$ 0,15	
	papas	60	g	\$ 0,10	
	sal	10	g	\$ 0,02	
	pimienta	5	UNIDAD	\$ 0,01	
	queso	1	rebanada	\$ 0,15	
			TOTAL	\$ 1,26	
			Prc. sugerido	\$ 2,00	

PROCEDIMIENTO:

mezclar la carne molida con pimienta, cebolla, ajo picado en fine bruoise, sal, pimienta, pelar y picar las papas en batonett, dorar la carne en la plancha, calentar el pan, colocar la lechuga, tomates rondelas la carne, queso cheddar, salsas y tapar, acompañar con la pequeña porción de papas fritas.



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE SALUD PÚBLICA
ESCUELA DE GASTRONOMÍA
FICHA DE RECETA ESTANDAR



Hamburguesa Hawaihana		N° pax 1	FECHA DE ELAB	15/10/2018	
Siglas Menú	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	COSTOS	
				COSTO UNITARIO	CANTIDAD
	carne	75	g	\$ 0,33	
	vegetales	50	g	\$ 0,30	
	pan	1	u	\$ 0,20	
	salsas	15	g	\$ 0,15	
	papas	60	G	\$ 0,10	
	queso	1	rebanada	\$ 0,15	
	piña	1	rebanada	\$ 0,15	
	pimienta	5	g	\$ 0,01	
	sal	10	g	\$ 0,02	
			total	\$ 1,41	
			Prc. sugerido	\$ 2,30	

PROCEDIMIENTO:

mezclar la carne molida con pimienta, cebolla, ajo picado en fine bruoise, sal, pimienta, pelar y picar las papas en batonett, dorar la carne en la plancha, sacar el corazon de la piña y poner en la plancha calentar el pan, colocar la lechuga, tomates rondelas la carne, queso cheddar, salsas y tapar, acompañar



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE SALUD PÚBLICA
ESCUELA DE GASTRONOMÍA
FICHA DE RECETA ESTANDAR



Hamburguesa milanesa de pollo		N° pax 1	FECHA DE ELAB	15/10/2018	N° pax:
Siglas Menú	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	COSTOS	
				COSTO UNITARIO	CANTIDAD
	pechuga de pollo	1	u	\$	0,30
	harina	5	g	\$	0,06
	apanadura	5	ml	\$	0,08
	huevo	15	u	\$	0,04
	vegetales	20	g	\$	0,15
	pan	1	ml	\$	0,20
	papas	120	g	\$	0,30
	salsas	15	g	\$	0,15
	queso	1	u	\$	0,15
	sal y pimienta	12	g	\$	0,05
	tomate	20	g		
	sal	10	g		
			total	\$	1,48
			Prc. sugerido		2,75

PROCEDIMIENTO:

Filetear las pechugas de pollo, marinar con ajo, salpimentar, páprika, romero, pasar por harina, huevo y apanadura, refrigerar, freír papas, dorar la milanesa en aceite a 170°C, tostar el pan, colocar lechuga, rebanadas de tomate, la milanesa, lamina de queso, salsa pomodoro y servir con salsas y papas fritas.



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE SALUD PÚBLICA
ESCUELA DE GASTRONOMÍA
FICHA DE RECETA ESTANDAR



Hamburguesa gigante		N° pax	1	FECHA DE ELAB	15/10/2018	
Siglas Menú	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	COSTOS		
				COSTO UNITARIO	CANTIDAD	
	carne molida	150	g	\$	0,66	
	vegetales	30	g	\$	0,20	
	pan	1	u	\$	0,20	
	papas	120	g	\$	0,30	
	salsa	20	g	\$	0,15	
	tocino	1	loncha	\$	0,22	
	queso chedar	1	rebanada	\$	0,15	
	queso mozzarella	25	g	\$	0,25	
	limon	1 1/2	u	\$	0,05	
	azucar	30	g	\$	0,05	
			total	\$	2,23	
			Prc. sugerido	\$	3,50	

PROCEDIMIENTO:

en los 150 gr da carne rellenar de queso chedar y dorar en la plancha caliente, freir papas, dorar el pan colocar los vegetales, dorar el tocino, colocar la carne en el termino solicitado, colocar el queso chedar colocar el tocino crocante encima, licuar 2 limones pausadamente con azucar y agua, tamizar y rectificar sabor, escarchar el vaso y servir la limonada, servir con papas fritas, ensalada fresca y salsas.



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE SALUD PÚBLICA
ESCUELA DE GASTRONOMÍA
FICHA DE RECETA ESTANDAR



Carnipapa Junior		N° pax	1	FECHA DE ELAB	15/10/2018	
Siglas Menú	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	COSTOS		
				COSTO UNITARIO	CANTIDAD	
	carne	75	g	\$	0,33	
	papas	120	g	\$	0,30	
	salsas	15	u	\$	0,15	
	vegetales	20	g	\$	0,10	
	salchicha	1 1/4	u	\$	0,05	
			TOTAL	\$	0,93	
			Prc. sugerido	\$	2,00	

PROCEDIMIENTO:

Dorar la carne en la plancha caliente, pelar, picar y freir papas, freir la salchicha, para servir saborizar las papas con sal y páprika, encima colocar la carne, acompañar con ensalada, la salachicha frita y servir con salsas



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE SALUD PÚBLICA
ESCUELA DE GASTRONOMÍA
FICHA DE RECETA ESTANDAR



Carnipapa consentida		N° pax 1	FECHA DE ELAB	15/10/2018	
Siglas Menú	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	COSTOS	
				COSTO UNITARIO	CANTIDAD
	carne	75	g	\$	0,33
	salchichon botón	1	u	\$	0,30
	huevo	1	u	\$	0,15
	papas	180	g	\$	0,30
	salsas	15	u	\$	0,15
	vegetales	20	g	\$	0,10
	sal/pimienta	7	u	\$	0,05
			ml	\$	-
			TOTAL	\$	1,38
			Prc. sugerido	\$	3,00

PROCEDIMIENTO:

Dorar la carne en la plancha caliente, pelar, picar y freir papas, freir el salchichon, para luego cortar en rebanadas, freir huevo e baja llama y tapado, saborizar las papas con sal y páprika, encima colocar la carne, acompanar con ensalada, el salachichon, huevo frito y servir con salsas.



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE SALUD PÚBLICA
ESCUELA DE GASTRONOMÍA
FICHA DE RECETA ESTANDAR



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

Chile de carne		N° pax 1	FECHA DE ELAB	15/10/2018	
Siglas	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO	MISE EN PLACE
	papas	180	g	\$ 0,30	
	salas	15	g	\$ 0,15	
	carne	75	g	\$ 0,33	
	tomate	60	g	\$ 0,10	
	cebolla	25	g	\$ 0,10	
	pimiento	15	g	\$ 0,10	-
	ajo	5	g	\$ 0,05	
	ají	10	g	\$ 0,10	
	frijoles	125	g	\$ 0,30	
	condimentos	10	g	\$ 0,05	
			Total	\$ 1,58	
			Prc. sugerido	\$ 3,00	

PROCEDIMIENTO:

Pelar y picar las papas en batonett, freir a 180°C y aparte sofreir los vegetales, incorporar la carne y el aji. cocinar los frijoles aparte y juntar en la mazcla anterior, rectificar sabores, servir las papas, encima la el chile de carne y acompañar con la ensalada y salsas.



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE SALUD PÚBLICA
ESCUELA DE GASTRONOMÍA
FICHA DE RECETA ESTANDAR



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

Chile de carne		N° pax 1	FECHA DE ELAB	15/10/2018	
Siglas	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO	MISE EN PLACE
	papas	180	g	\$ 0,30	
	salas	15	g	\$ 0,15	
	carne	75	g	\$ 0,33	
	tomate	60	g	\$ 0,10	
	cebolla	25	g	\$ 0,10	
	pimiento	15	g	\$ 0,10	-
	ajo	5	g	\$ 0,05	
	ají	10	g	\$ 0,10	
	frijoles	125	g	\$ 0,30	
	condimentos	10	g	\$ 0,05	
			Total	\$ 1,58	
			Prc. sugerido	\$ 3,00	

PROCEDIMIENTO:

Pelar y picar las papas en batonett, freir a 180°C y aparte sofreir los vegetales, incorporar la carne y el aji. cocinar los frijoles aparte y juntar en la mazcla anterior, rectificar sabores, servir las papas, encima la el chile de carne y acompañar con la ensalada y salsas.



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE SALUD PÚBLICA
ESCUELA DE GASTRONOMÍA
FICHA DE RECETA ESTANDAR



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO					
Alitas personales		N° pax 1	FECHA DE ELAB	15/10/2018	
Siglas	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO	MISE EN PLACE
	alitas	4	u	\$ 1,00	
	papas	120	g	\$ 0,30	
	salas para papas	15	g	\$ 0,15	
	salsas de alitas	75	g	\$ 0,50	
	vegetales	25	g	\$ 0,10	
	limon	1 1/2	u	\$ 0,10	
	azucar	30	g	\$ 0,05	-
	harina	50	g	\$ 0,07	
	adobo	15	g	\$ 0,10	
			Total	\$ 2,37	
			Prc. sugerido	\$ 3,75	

PROCEDIMIENTO:
Precocinamos las alitas cortadas en un mirepoix, aparte pelamos y picamos las papas en batonnet y freir sacar las alitas del caldo y adobarlas con ajo, sal y pimienta, rebozar por harina y freir en aceite a 180°C calentar la salsa preseleccionada, estilar el aceite exsesivo y bañarlo en la salsa, servir junto a las papas y vegetales como zanahoria y apio desvenado en corte batonnet.



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE SALUD PÚBLICA
ESCUELA DE GASTRONOMÍA
FICHA DE RECETA ESTANDAR



Presa de pollo		N° pax 1	FECHA DE ELAB	15/10/2018	
Siglas	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO	MISE EN PLACE
	pollo	1	presa	\$ 0,75	
	papas	120	g	\$ 0,20	
	harina	30	g	\$ 0,10	
	cabolla	10	g	\$ 0,03	
	ajo	5	g	\$ 0,02	
	pimienta	2	g	\$ 0,01	
	mostaza	5	g	\$ 0,05	-
	pimiento	10	g	\$ 0,03	
	sal	5	g	\$ 0,04	
	aceite	4	g	\$ 0,04	
	cilantro	10	g	\$ 0,02	
	cebolla blanca	10	g	\$ 0,03	
	vegetales	20	g	\$ 0,10	
	salsas	15	g	\$ 0,15	
			Total	\$ 1,57	
			Prc. sugerido	\$ 2,75	

PROCEDIMIENTO

Cortar el pollo por presas, retirando el exceso de cuero y grasa del producto, en una licuadora procesar todos los ingredientes del adobo, adobar el pollo en esa mezcla por un medio día, calentar el aceite a 140°C rebozar el pollo por harina y cocinar por media hora en el aceite caliente, aparte pelar y picar las papas en batonnet, freir y acompañar al pollo con ensalada y salsas.



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE SALUD PÚBLICA
ESCUELA DE GASTRONOMÍA
FICHA DE RECETA ESTANDAR



Presa de pollo		N° pax 1	FECHA DE ELAB	15/10/2018	
Siglas	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO	MISE EN PLACE
	pollo	1	presa	\$ 0,75	
	papas	120	g	\$ 0,20	
	harina	30	g	\$ 0,10	
	cabolla	10	g	\$ 0,03	
	ajo	5	g	\$ 0,02	
	pimienta	2	g	\$ 0,01	
	mostaza	5	g	\$ 0,05	-
	pimiento	10	g	\$ 0,03	
	sal	5	g	\$ 0,04	
	aceite	4	g	\$ 0,04	
	cilantro	10	g	\$ 0,02	
	cebolla blanca	10	g	\$ 0,03	
	vegetales	20	g	\$ 0,10	
	salsas	15	g	\$ 0,15	
			Total	\$ 1,57	
			Prc. sugerido	\$ 2,75	

PROCEDIMIENTO

Cortar el pollo por presas, retirando el exceso de cuero y grasa del producto, en una licuadora procesar todos los ingredientes del adobo, adobar el pollo en esa mezcla por un medio día, calentar el aceite a 140°C rebozar el pollo por harina y cocinar por media hora en el aceite caliente, aparte pelar y picar las papas en batonnet, freir y acompañar al pollo con ensalada y salsas.



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE SALUD PÚBLICA
ESCUELA DE GASTRONOMÍA
FICHA DE RECETA ESTANDAR



1/2 de pollo		N° pax 1	FECHA DE ELAB	15/10/2018	
Siglas	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO	MISE EN PLACE
	pollo	4	presa	\$ 3,00	
	papas	360	g	\$ 1,00	
	harina	80	g	\$ 0,30	
	cabolla	15	g	\$ 0,06	
	ajo	8	g	\$ 0,05	
	pimienta	4	g	\$ 0,04	
	mostaza	10	g	\$ 0,10	-
	pimiento	18	g	\$ 0,06	
	sal	10	g	\$ 0,08	
	aceite	8	g	\$ 0,08	
	cilantro	20	g	\$ 0,05	
	cebolla blanca	20	g	\$ 0,06	
	vegetales		g	\$ 0,20	
	salsas		g	\$ 0,30	
			Total	\$ 5,38	
			Prc. sugerido	\$ 8,50	

PROCEDIMIENTO

Cortar el pollo por presas, retirando el exceso de cuero y grasa del producto, en una licuadora procesar todos los ingredientes del adobo, adobar el pollo en esa mezcla por un medio día, calentar el aceite a 140°C rebozar el pollo por harina y cocinar por media hora en el aceite caliente, aparte pelar y picar las papas en batonnet, freir y acompañar al pollo con ensalada y salsas.



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE SALUD PÚBLICA
ESCUELA DE GASTRONOMÍA
FICHA DE RECETA ESTANDAR



1 pollo entero		N° pax 1	FECHA DE ELAB	15/10/2018	
Siglas	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO	MISE EN PLACE
	pollo	8	presa	\$ 6,00	
	papas	540	g	\$ 2,00	
	harina	160	g	\$ 0,60	
	cabolla	30	g	\$ 0,12	
	ajo	16	g	\$ 0,10	
	pimienta	8	g	\$ 0,08	
	mostaza	20	g	\$ 0,20	-
	pimiento	36	g	\$ 0,12	
	sal	20	g	\$ 0,16	
	aceite	16	g	\$ 0,19	
	cilantro	40	g	\$ 0,10	
	cebolla blanca	40	g	\$ 0,12	
	vegetales	40	g	\$ 0,20	
	salsas	45	g	\$ 0,40	
			Total	\$ 10,39	
			Prc. sugerido	\$ 14,00	

PROCEDIMIENTO

Cortar el pollo por presas, retirando el exceso de cuero y grasa del producto, en una licuadora procesar todos los ingredientes del adobo, adobar el pollo en esa mezcla por un medio día, calentar el aceite a 140°C rebozar el pollo por harina y cocinar por media hora en el aceite caliente, aparte pelar y picar las papas en batonnet, freir y acompañar al pollo con ensalada y salsas.



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE SALUD PÚBLICA
ESCUELA DE GASTRONOMÍA
FICHA DE RECETA ESTANDAR



Churrasco		N° pax 1	FECHA DE ELAB	15/10/2018	
Siglas	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO	MISE EN PLACE
	carne	150	g	\$ 0,82	
	papas	180	g	\$ 0,40	
	vegetales	35	g	\$ 0,30	
	sal	10	g	\$ 0,08	
	ajo	10	g	\$ 0,05	
	pimienta	5	g	\$ 0,03	
	huevo	2	g	\$ 0,15	-
	salsas	15	g	\$ 0,12	
	cebolla perla	15	g	\$ 0,10	
	aceite	20	g	\$ 0,20	
	perejil	25	g	\$ 0,10	
	vinagre	10	g	\$ 0,08	
	oregano	5	g	\$ 0,05	
	menta	5	g	\$ 0,05	
	limon	1 1/2	u	\$ 0,10	
	azucar	30	g	\$ 0,10	
			Total	\$ 2,73	
			Prc. sugerido	\$ 5,00	

PROCEDIMIENTO

Porcionar la carne en 150 g, espalmear con el mazo carnico y refrigerar, picar todos los vegetales, mezclar en un recipiente, añadir el vinagre, zumo de limon, sal, pimienta, oregano y rectificar. salpimentar la carne y en la plancha caliente dejar dorar, aparte freir los dos huevos y aparte sasonar la carne con chimichurri, servir con papas fritas, salsas, huevos perfectos y carne jugosa.



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE SALUD PÚBLICA
ESCUELA DE GASTRONOMÍA
FICHA DE RECETA ESTANDAR



Costillas	N° pax 1	FECHA DE ELAB	15/10/2018		
Siglas	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO	MISE EN PLACE
	costillas de cerdo	150	g	\$ 0,73	
	papas	180	g	\$ 0,40	
	vegetales	35	g	\$ 0,30	
	sal	10	g	\$ 0,08	
	salsa BBQ	50	g	\$ 0,50	
	ajo	5	g	\$ 0,03	
	pimienta	5	g	\$ 0,03	
	salsas	15	g	\$ 0,12	
	cebolla perla	7	g	\$ 0,05	
	aceite	10	g	\$ 0,10	
	perejil	15	g	\$ 0,05	
	vinagre	5	g	\$ 0,04	
	oregano	3	g	\$ 0,03	
	menta	3	g	\$ 0,03	
	limon	1 1/2	u	\$ 0,10	
	azucar	30	g	\$ 0,10	
			Total	\$ 2,69	
			Prc. sugerido	\$ 4,50	

PROCEDIMIENTO

Precocinar las costillas en un mirepoix en olla de presión, en la plancha caliente dorar las costillas con sal y pimienta, aparte freír papas con cascara en cuartos, aparte decorar el plato con los vegetales del día, calentar la salsa BBQ, sumergir las costillas en la salsa, decorar el plato con las papas, costillas y chimichurri aparte, acompañado de una limonada y salsas para las papas.



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE SALUD PÚBLICA
ESCUELA DE GASTRONOMÍA
FICHA DE RECETA ESTANDAR



Corvina en salsa de camarones		N° pax 1	FECHA DE ELAB	15/10/2018	
Siglas	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO	MISE EN PLACE
	corvina	150	g	\$ 1,08	
	papas	180	g	\$ 0,40	
	vegetales	35	g	\$ 0,30	
	arroz	10	g	\$ 0,20	
	crema de leche	50	g	\$ 0,30	
	ajo	5	g	\$ 0,05	
	pimienta	5	g	\$ 0,03	
	salsas	15	g	\$ -	
	cebolla perla	7	g	\$ 0,05	
	aceite	10	g	\$ 0,10	
	perejil	15	g	\$ 0,05	
	vino blanco	5	g	\$ 0,15	
	camarón	45	g	\$ 0,45	
	menta	3	g	\$ 0,03	
	limon	1 1/2	u	\$ 0,10	
	azucar	30	g	\$ 0,10	
			Total	\$ 3,39	
			Prc. sugerido	\$ 5,50	

PROCEDIMIENTO

Porcionar la corvina en 150 g marinar con menta, limon, ajo y salpimentar, limpiar los camarones, sofreír cebolla y ajo, vino blanco y reducir, añadir los camarones y saltear, añadir la crema de leche, rectificar sabores, dorar la corvina en la plancha caliente, aparte freír las papas con cascara, ensalada, papas crocantes, salsa de camarón y corvina jugosa.



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE SALUD PÚBLICA
ESCUELA DE GASTRONOMÍA
FICHA DE RECETA ESTANDAR



Milanesa de pollo con		N° pax 1	FECHA DE ELAB	15/10/2018	
Siglas	PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO	MISE EN PLACE
	pechuga de pollo	150	g	\$ 0,50	
	papas	180	g	\$ 0,30	
	vegetales	35	g	\$ 0,30	
	arroz	10	g		
	crema de leche	50	g	\$ 0,30	
	ajo	5	g	\$ 0,05	
	pimienta	5	g	\$ 0,03	
	champiñones	45	g	\$ 0,45	
	cebolla perla	7	g	\$ 0,05	
	aceite	10	g	\$ 0,10	
	perejil	15	g	\$ 0,05	
	vino blanco	5	g	\$ 0,15	
	queso	1	rebanada	\$ 0,30	
	jamon	1	rebanada	\$ 0,10	
	limon	1 1/2	u	\$ 0,10	
	azucar	30	g	\$ 0,10	
			Total	\$ 2,88	
			Prc. sugerido	\$ 4,50	

PROCEDIMIENTO

Porcionar la pechuga de pollo, salpimentar y reposar, aparte freir las papas con cascara, en un sartén con aceite caliente pone mantequilla, ofreir cebolla y ajo incorporar fondo de pollo, champiñones, vino blanco y saltear, crema de leche y rectificar sabores, rebozar la pechuga en harina, pasar por huevo y luego apanadura, freir por 10 min, a baja llama, servir con queso y jamon encima acompañado de papas, salsa de champiñones, ensalada y limonada.