

Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua

UNAN-Managua

Facultad Regional Multidisciplinaria de Carazo

FAREM-Carazo

Departamento de Ciencia Económicas y Administrativas



**Seminario de graduación para optar al título de licenciatura en
Administración Turística y Hotelera.**

Tema:

Propuesta de estrategias de mercado de servicio para empresas turísticas de la
IV región.

Subtema:

Propuestas de estrategias de mercado de servicio en el área alimentos y bebidas,
para el restaurante La Bandeja del municipio de Niquinohomo departamento de
Masaya, durante el II semestre 2016.

Autores:

- Br. Portocarrero Tardencilla Sandra Estefhania.
- Br. Sánchez Aguirre Paola del Socorro.

Carnet

12-09359-9

12-09460-0

Tutor: Lic. Martha José Arévalo Medrano.

Jinotepe, Diciembre 2016

Índice

Contenido	N° pág.
Dedicatoria.....	I
Agradecimiento.....	II
Valoración Docente.....	III
Resumen.....	IV
1. Introducción del Tema y Subtema	1
2. Justificación.....	2
3. Objetivos de Subtema.....	3
4. Desarrollo del Subtema	4
4.1 Descripción de la Empresa.....	4
4.1.1 Datos Generales.....	4
4.1.2 Razón social.....	4
4.1.3 Antecedentes	4
4.1.6 Valores	5
4.1.7 Políticas.....	6
4.1.8 Estructura Organizativa	7
4.1.9 Descripción del plan de mercadeo.....	8
4.2 Descripción del departamento de Alimentos y Bebidas del Restaurante La Bandeja	8
4.2.1 Organización del área.....	8
4.2.2 Descripción física del lugar	24
4.2.3 Descripción del servicio.....	25
4.2.4 Matriz Comparativa de las 4P's basada en la competencia.	26
4.3.1 Casa de la Calidad	29
4.3.2 Análisis FODA y Estrategias.....	39
4.3.3. Propuestas de estrategias de Mercadeo de servicios para el Restaurante La Bandeja	45
4.3.4 Diseño de la Oferta de Servicio.....	68
4.3.5 Plan de Costo de la Propuesta de Mercadeo para el Restaurante La Bandeja en el segundo semestre 2016.	75
4.3.6 Mecanismos de control.....	83
6 Conclusiones.....	91
7 Recomendaciones.....	92

8	Bibliografía.....	94
9	Anexos	96

Tabla de Ilustración

Ilustración 1	Estructura Organizativa.....	7
Ilustración 2	Plano de Restaurante La Bandeja	24
Ilustración 3	Canal de distribución de la Bandeja.....	28
Ilustración 4	Casa de la Calidad.....	36
Ilustración 5	Estrategia de Ventilador.....	58
Ilustración 6	Estrategias de rótulos de aviso para Fumar.....	59
Ilustración 7	Estrategia de rótulos para parqueo	59
Ilustración 8	Oferta de buñuelos.....	63
Ilustración 9	Estrategias de promoción en cuadríciclo.....	63
Ilustración 10	Estrategia de promoción	64
Ilustración 11	Slogan de restaurante La Bandeja.....	67
Ilustración 12	Flujograma de proceso de elaboración de plato	73
Ilustración 13	flujograma del mecanismo de control.....	90

Índice de Tabla

Tabla 1	Ficha de Puesto Gerente General.....	10
Tabla 2	Ficha de puesto del administrador	11
Tabla 3	Ficha de puesto del contador	13
Tabla 4	Ficha de puesto del jefe de cocina	13
Tabla 5	Ficha de puesto del cocinero.....	14
Tabla 6	Ficha de puesto del jefe de plato.....	15
Tabla 7	Ficha de puesto del asistente de plato	16
Tabla 8	Ficha de puesto del jefe de Bar	17
Tabla 9	Ficha de puesto del Barthender	18
Tabla 10	ficha de puesto de jefe de mesero	21
Tabla 11	ficha de puesto de mesero	21
Tabla 12	Ficha de puesto de mantenimiento.....	24

Tabla 13 Matriz comparativa de las 4P's basada en la competencia.....	27
Tabla 14 Precios en comparación a la competencia	28
Tabla 15 Necesidades de los clientesAsignación de grado de importancia a las necesidades de los clientes.....	30
Tabla 16 Jerarquización de las necesidades	31
Tabla 17 Nivel de importancia de los clientes	32
Tabla 18 Evaluación de la competencia.....	33
Tabla 19 Evaluación con la competencia	34
Tabla 20 Jerarquización de las necesidades	35
Tabla 21 Matriz FODA.....	41
Tabla 22 Estrategias DAFO.....	44
Tabla 23 Desarrollo de Estrategias en base a las 4 P's.....	55
Tabla 24 Estrategias Postres	55
Tabla 25 Estrategias de refrescos.....	55
Tabla 26 Margen de ganancia de postres y refrescos.....	56
Tabla 27Amortización ventilador de techos.....	58
Tabla 28 Amortización de rótulos	60
Tabla 29 Amortización de pinturas	60
Tabla 30 Amortización de cámaras de vigilancia	61
Tabla 31 Medios de publicidad.....	65
Tabla 32 Fichas Técnica de Costo del producto.	71
Tabla 33 costo de plato	72
Tabla 34 Simbología ANSI para el proceso de plato.....	74
Tabla 35 Plan de Costo.....	77
Tabla 36 Ficha de costo de ventiladores.....	79
Tabla 37 Ficha de rótulos.....	80
Tabla 38 Ficha de costo Fachada.	80
Tabla 39 costo de cámaras de vigilancia	81
Tabla 40 Costos de contrato de internet	81
Tabla 41 Costo por promoción	82
Tabla 42 Presupuesto de publicidad	83

Tabla 43 Costo de diseño de un Slogan	83
Tabla 44 Mecanismo de control	89

Dedicatoria

El presente trabajo lo dedicamos a:

Dios todo poderoso por permitirnos gozar de una vida tan maravillosa, por brindarnos la sabiduría, capacidad y fortaleza necesaria para llegar a esta etapa de nuestra vida profesional.

Por todas las bendiciones recibidas, por las destrezas y habilidades de las cuales nos hizo merecedores y la gracia de llegar hasta este día tan esperado.

A nuestros padres por todo su apoyo, consejos, comprensión, amor y ayuda en los momentos difíciles. Nos han dado todo lo que somos como persona, nuestros valores, principios, carácter, empeño, nuestra perseverancia, coraje para conseguir nuestros objetivos, y por dejarnos la herencia más preciada nuestros estudios.

A nuestra familia que a lo largo de nuestra carrera nos han aconsejado y brindado su apoyo animándonos siempre a luchar por las metas para ser mejores en la vida.

Sandra Portocarrero Tardencilla

Paola Sánchez Aguirre

Agradecimiento

Primeramente, a Dios, todo poderoso, dador de vida y de sabiduría, que por su infinita voluntad nos ha permitido culminar nuestros estudios universitarios, por habernos dado salud, fuerza, sabiduría y entendimiento para superar las pruebas y dificultades que se nos presentaron.

A nuestros padres que con tanto sacrificio nos han sacado adelante, nos han motivado para alcanzar nuestras metas, por su apoyo incondicional durante todo el transcurso de nuestras vidas, por darnos la oportunidad de optar por una carrera profesional.

A la compañera que forma parte de este grupo, por su amistad y confianza, por sus grandes aportes y su valiosa colaboración, por su tiempo y esfuerzos, por su dedicación, ya que, sin el trabajo de equipo, la formulación de este documento no hubiera sido posible.

A los docentes, fuente de conocimiento, que a lo largo de nuestra carrera nos enseñaron y orientaron bajo sus valiosas experiencias, contribuyendo a nuestra formación como profesionales durante estos largos años, preparándonos para los retos de la vida.

A todas las personas de Restaurante La Bandeja que nos brindaron su colaboración en la realización del presente trabajo, por darnos la oportunidad y confianza de visitar la empresa y facilitarnos información necesaria para el desarrollo de este trabajo.

Muchas gracias !!!

Sandra Portocarrero Tardencilla

Paola Sánchez Aguirre

Valoración Docente

Resumen

El presente trabajo de investigación consiste en la descripción de propuesta de estrategias de mercadeo para el Restaurante La Bandeja del municipio de Niquinohomo, durante el segundo semestre del año dos mil dieciséis, para lo cual fue necesario describir las generalidades de la institución en la que se detalla cada una de las áreas, específicamente el área de alimentos y bebidas esto para valorar la calidad del servicio que brinda en base a la competencia, además de la situación actual y el entorno.

Por lo cual fue necesario aplicar un instrumento el cual sirve para la medición de la calidad del servicio, para de esta manera lograr un mejor rendimiento a nivel laboral lo que ayudara de una manera más efectiva a brindar un servicio con eficacia.

La investigación se realizó en base a la metodología de estudio de caso, obteniendo información de diversas fuentes como documentos internos de la empresa, entrevistas, observaciones, informantes claves.

Las estrategias diseñadas para la mejora del servicio brindado ayudaran a que se mantenga posicionado en el mercado y tenga un mejor reconocimiento a nivel regional, el cual vendrá ayudar de manera satisfactoria el servicio.

Para lo cual es necesario, aplicar un seguimiento de control el cual abarcara, estrategias, responsable, acción, medios de verificación, tiempo, todo esto con el fin de lograr compensar la fidelización del cliente

1. Introducción del Tema y Subtema

El presente trabajo está orientado en base a la realización de un estudio de mercado para el restaurante la Bandeja, durante el segundo semestre del año dos mil dieciséis.

La cual es una empresa dedicada a ofrecer servicios de Alimentos y Bebidas, esta se encuentra ubicada en el municipio de Niquinohomo, departamento de Masaya, kilómetro 53 ½ carretera Masatepe- Catarina, cubriendo este la demanda del Municipio de Niquinohomo y sus alrededores, con el tiempo ha venido brindando servicios de calidad lo cual lo han caracterizado de la competencia, como el mejor de la zona.

Esto lo ha llevado a ser catalogado como un restaurante de 3 tenedores según INTUR (Instituto Nicaragüense de Turismo) Ley 298 basado en el reglamento de alimentos y bebidas.

Pese al pasar el tiempo dicho negocio ha tenido algunas dificultades que hacen que algunos meses su clientela disminuya para lo cual fue necesario realizar un estudio donde se utilizaron herramientas básicas para un negocio hoy en día, como son la Casa la calidad, esta herramienta ayuda a ver las necesidades de los clientes, que es lo que se requiere mejorar en el negocio dándonos cuenta en que se está fallando y en que se puede mejorar y análisis FODA que ayuda a mostrar las fortalezas, debilidades, internas de la entidad, las oportunidades y amenazas externas las cuales nos permiten analizar bien la situación en la que se está y brindar soluciones mediante estrategias que ayudarán al restaurante a mejorar su calidad, ya que hoy en día vivimos en un mundo tan cambiante en donde se debe diferenciar de la competencia mostrando originalidad.

Las propuestas de estrategias de mercado ayudarán al propietario del restaurante a elevar el nivel de calidad en la entrega del servicio, además se utilizó la mezcla del marketing mix, esta permitió establecer las diferentes estrategias de producto, precio, plaza y promoción, así mismo se llevará a cabo un plan de costo de las

diferentes propuesta de mercado para dicho restaurante, en el cual incluye los costos mensuales de cada estrategia a implementar, estableciendo mecanismos de control que ayuden a darle seguimiento a las mismas logrando un mejor cumplimiento de los estándares establecidos.

2. Justificación

El presente trabajo de modalidad de seminario de graduación está orientado en el diseño de estrategias mercadológicas en el área de alimentos y bebidas del Restaurante La Bandeja, siendo de mucha importancia para la empresa dado que proporcionará nuevos conocimientos útiles y muy productivos que permitirá la ampliación de su cartera de cliente.

Este trabajo representa un gran beneficio para dicho negocio, ya que durante la realización de las herramientas Casa de la Calidad y análisis FODA, se lograron encontrar debilidades y oportunidades que la empresa puede aprovechar para desarrollar y poner en práctica acciones de mejora que contrarresten estas debilidades y hagan más eficiente el desempeño de la organización.

Este documento permite llevar a cabo un orden lógico y coherente del diseño de las propuestas de estrategias basada en las 4 P's de la mezcla del marketing, que ayudará al propietario de la Bandeja a aplicarlas en un corto plazo contrarrestando las debilidades del negocio, así posicionando al restaurante como uno de los mejores de la ciudad.

3. Objetivos de Subtema

Objetivo General

Proponer estrategias de mercado de servicio para el Restaurante La Bandeja ubicada en el Municipio de Niquinohomo, Departamento de Masaya, durante el segundo semestre 2016.

Objetivos Específico

- 1 Describir las generalidades del Restaurante La Bandeja, en el área de Alimentos y Bebidas.
- 2 Aplicar las herramientas de análisis FODA y casa de la calidad en el servicio que ofrece el Restaurante La Bandeja en el área de Alimentos y Bebidas.
- 3 Detallar la propuesta de estrategias de mercado de servicio.

4. Desarrollo del Subtema

4.1 Descripción de la Empresa.

4.1.1 Datos Generales

4.1.2 Razón social

Esta empresa se encuentra registrada con el número RUC 4061809320001L, como persona natural a nombre del Propietario el Sr. Jesús María Conto, con el nombre de Restaurante La Bandeja.

4.1.3 Antecedentes

Restaurante la Bandeja se encuentra ubicado en el municipio de Niquinohomo, departamento de Masaya, kilómetro 53 ½ carretera Masatepe- Catarina y a tan solo 7 km de su cabecera departamental.

Esta empresa abrió sus puertas el 14 de septiembre de 1978, su propietario Jesús María Conto, para la fecha laboraba como administrador en un restaurante de un poblado aledaño el cual observó que había mucha demanda y decidió arriesgarse y poner un pequeño restaurante con capital propio en su pueblo natal Niquinohomo.

El cual inicio con 4 meseros y 3 cocineras cada uno ubicado en sus diferentes puestos y las cocineras en las respectivas áreas de la cocina, su infraestructura era un bajarete que contaba con 15 mesas de 4 sillas cada una, de estilo bar (hierro y madera) para en aquel tiempo laboraban solamente los días domingos.

Actualmente el restaurante cuenta con 2 salones, 1 de 18 mesas las que incluye mesas grandes y el otro salón con 20 mesas incluyendo el tambo (anexo del segundo salón) y 4 ranchos, 3 de ellos cuentan con una mesa y la última cuenta con 3 mesas.

Al pasar el tiempo han mejorado satisfactoriamente tanto en tecnología como en la calidad del servicio y la buena atención de sus trabajadores hacia el cliente.

Así mismo aumento la cantidad de trabajadores los cuales están divididos en las diferentes áreas para el buen funcionamiento del establecimiento, debido al aumento que ha tenido en los últimos años.

Este lugar ofrece una gran variedad de comidas nacionales e internacionales, licores, vinos, refrescos naturales y postres que lo han caracterizado como el mejor de la zona y sus alrededores.

4.1.4

Misión

4.1.5

Visión

Restaurante La Bandeja, es una empresa que carece de ciertos requisitos estipulados por el ente regulador de empresas turísticas INTUR, para ello es necesario plasmar físicamente la misión y visión en el establecimiento, en un punto estratégico, donde todos sus trabajadores puedan observarla para de esta manera tener una misma y mejor orientación en función de sus labores.

Por tal razón se aplicó un instrumento “Entrevista” (anexo 4) al dueño donde el expresó lo que desea para su empresa, su razón de ser y lo que quiere a futuro como establecimiento, por tal motivo a continuación se presenta la Misión y Visión del restaurante, (Pág. 40).

4.1.6 Valores

- Responsabilidad
- Honestidad
- Compañerismo
- Respeto

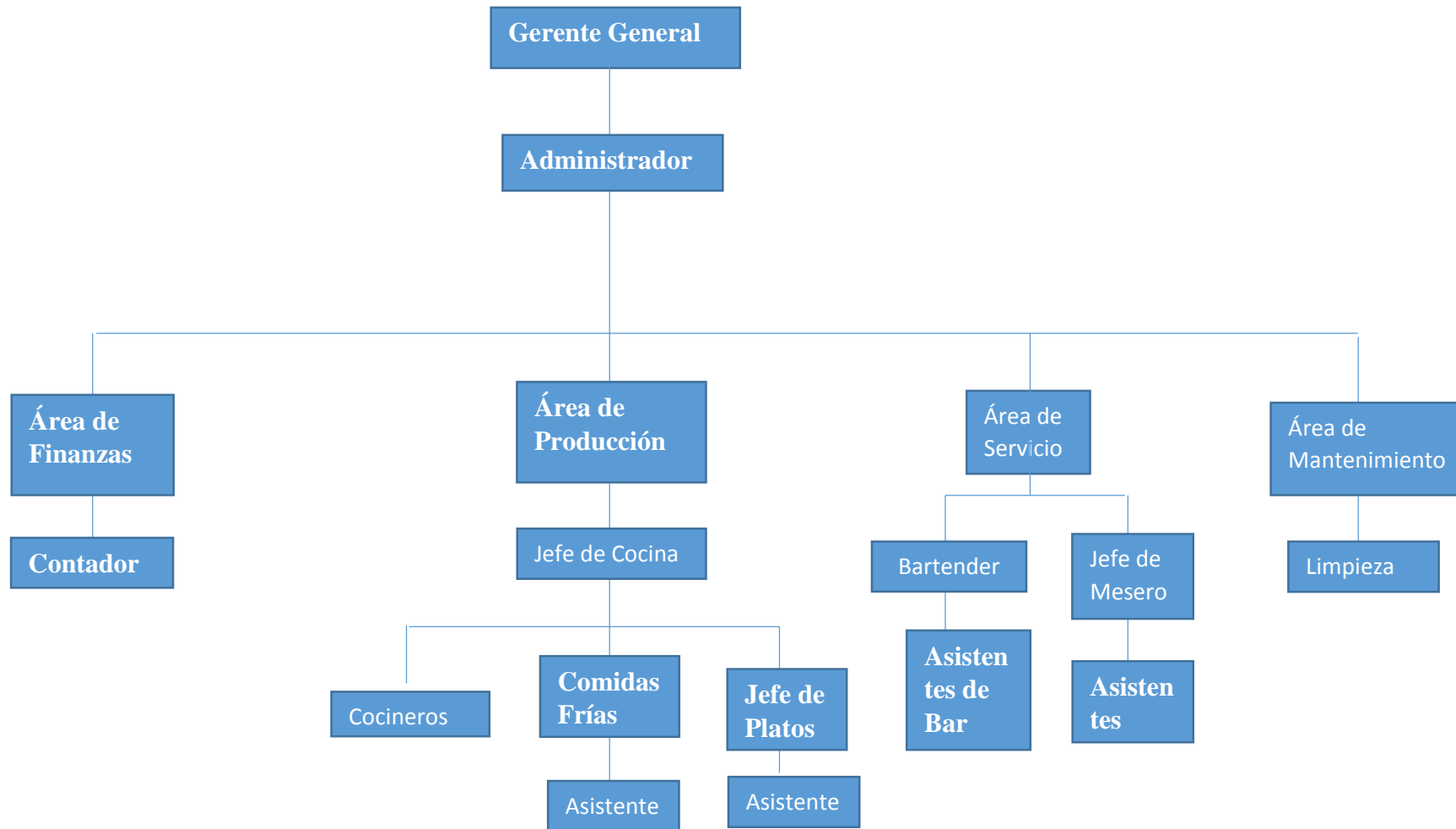
- Ética profesional
- Seguridad.

4.1.7 Políticas

- Brindar trato justo y esmerado a todos los clientes, en sus solicitudes y reclamos, acatando los procedimientos establecidos.
- Todos los integrantes de la empresa deben mantener un comportamiento ético.
- Llevar a cabo un cuidadoso proceso de higiene en todas las áreas del local.
- Portar el uniforme correspondiente.
- Todos los colaboradores tendrán un horario de salida y entrada establecido a excepción de los meseros que tienen salidas rotativas.
- Los colaboradores recibirán su almuerzo y cena.
- Las mesas deben de ser limpiadas después de cada cliente, (Cambios de puntas).
- Proporcionar oportunamente a los trabajadores los útiles, instrumentos y materiales necesarios y adecuados para ejecutar su trabajo.
- Cumplir los requisitos legales y reglamentarios aplicables en la organización.
- No está permitido el uso de celulares en horas laborales.
- No se aceptan cheques.
- Se aceptan tarjetas de crédito.
- La supervisión de parte del propietario a la Gestión del desempeño laboral.

4.1.8 Estructura Organizativa

Ilustración 1 Estructura Organizativa



4.1.9 Descripción del plan de mercadeo

Un plan de mercadeo es una guía que las empresas utilizan para ayudar a promover sus productos y servicios y de esta manera llegar a los clientes potenciales. El plan de mercadeo de tu empresa debe describir tus esfuerzos de publicidad y de mercadeo para el próximo año, incluyendo todo, desde anuncios impresos y comerciales de televisión hasta campañas de correo electrónico (Williams, 2010).

Por ende, Restaurante La Bandeja no cuenta con un plan de mercadeo, puesto que no existe un encargado en el área, pero cuenta con una página web y en las redes sociales como Facebook la cual muestra información del sitio como su infraestructura, instalaciones, platillos, pequeño recorrido en parte de la finca, entre otros; página la cual está siendo actualmente administrada por un responsable directo.

4.2 Descripción del departamento de Alimentos y Bebidas del Restaurante La Bandeja

4.2.1 Organización del área

Restaurante La Bandeja cuenta con una organización bien definida esto para el buen desempeño y eficiencia de sus trabajadores en la labor de sus actividades, para ello el establecimiento cuenta con una estructura organizacional.

Primeramente, se encuentra el gerente general quien es el que dispone de los recursos financieros dirige, controla y supervisa todas las actividades a través del administrador quien es el portavoz del dueño, este quien tiene bajo su control a todos los trabajadores en caja, cocina y meseros.

Cuenta con doce meseros, incluidos dos ayudantes los cuales están divididos en dos grupos, primeramente, en el salón # 1 laboran cuatro meseros y un ayudante y en el segundo salón laboran seis meseros con su respectivo ayudante, los cuales de manera equitativa cubren los ranchos, dando asistencia a todas las mesas con las que cuenta el restaurante.

Se encuentra la jefa de cocina quien tiene a su cargo a 8 trabajadores, estos bien distribuidos en diferentes puestos para atender cualquier necesidad de los clientes, y de esta manera poder brindar un servicio de manera rápida y efectiva, así mismo se encuentra el área de ensaladas quien dispone de una jefa y dos subordinados al igual que el área de platos, en la parte de afuera se encuentra el bar quien tiene un jefe y dos subordinados para de igual manera satisfacer las necesidades de los clientes, también cuenta con el área de limpieza quien se encarga de mantener una buena presentación al área ante los clientes que lo visitan.

Ficha ocupacional descripción de cargos y funciones

Según (Hernández, Rodríguez, & Sergio, 2011). El análisis de puesto es un método administrativo para estudiar las unidades de trabajo, que consisten en separar todas las actividades que se realizan en un puesto y las partes que lo conforman a fin de conocer a detalle sus componentes.

A continuación, se muestran las diferentes fichas de puestos.

Gerente General

Descripción del Cargo		
Nombre del Cargo: Gerente General	Fecha de Elaboración	Fecha de revisión
Código:01		
Unidad de dependencia: Ninguna		
Resumen: Su función es planificar, organizar, dirigir y controlar el trabajo de la empresa.		
Descripción Detallada:		
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Mantener una comunicación constante con los proveedores. ➤ Manejo del efectivo de las ventas. ➤ Certificar nóminas. ➤ Deposito del efectivo en entidades bancarias. ➤ Organizar reuniones con el personal, para mejorar calidad del servicio. 		
Requisitos del cargo:		
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Nivel Académico: Lic. Admón. Turística y hotelera, Admón. de empresas o carreras afines. ➤ Conocimientos: Área de alimentos y bebidas, contabilidad, recursos humanos. ➤ Experiencia: 2 años en puestos similares 		
Habilidades:	Condiciones del cargo:	
Liderazgo, Seguridad, Capacidad para resolver problemas, Responsabilidad, Capacidad trabajo en equipo, Motivación al personal.	Espacio amplio	
	Espacio limpio	
	Facilidades tecnológicas	

Tabla 1 Ficha de Puesto Gerente General

Tabla 2 Ficha de puesto del administrador

Descripción del Cargo		
Nombre del Cargo: Administrador	Fecha de Elaboración	Fecha de revisión
Código:02		
Unidad de dependencia: Gerente General		
Resumen: Su función es planificar, organizar, dirigir y controlar las funciones de la empresa.		
Descripción Detallada: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Elabora y controla el presupuesto de distintas actividades operativas. ➤ Mantener una comunicación constante y negociaciones con los proveedores. ➤ Gestionar la compra de materia prima e insumos. ➤ Elaborar nóminas. ➤ Llevar los registros contables de la empresa. ➤ Supervisar, dirigir y controlar las actividades operativas de la empresa. 		
Requisitos del cargo: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Nivel académico: Lic. Admón. Turística y Hotelera, Admón. De Empresa o carreras afines. ➤ Conocimientos: Elaboración de estados financieros, área de alimentos y bebidas, recursos humanos. ➤ Experiencia: 2 años en puestos similares. 		
Habilidades: Liderazgo, capacidad de trabajo en equipo, responsabilidad, honestidad, capacidad para resolver problemas.	Condiciones del cargo: Espacio amplio Espacio limpio Facilidades tecnológicas	

Descripción del Cargo			
Nombre del Cargo: Contador	Fecha de Elaboración	Fecha de revisión	
Código:03			
Unidad de dependencia: Gerente General			
Resumen: Su función es controlar las actividades financieras de la empresa			
Descripción Detallada:			
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Control de inventarios ➤ Control de cuentas bancarias ➤ Arqueo de faltantes con los meseros ➤ Registrar las facturas recibidas de los proveedores ➤ Calculo de las planillas de retención sobre la renta ➤ Llevar mensualmente los libros generales de compras y ventas ➤ Llevar todos los registros contables a la ventanilla electrónica tributaria (VET) ➤ Control y ejecución de solvencias de seguro obligatorio 			
Requisitos del cargo:			
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Nivel Académico: Lic. en Contabilidad, Admón. De Empresas o carreras afines ➤ Conocimientos: Elaboración de estados financieros ➤ Experiencia: 2 años en puestos similares 			
Habilidades: Liderazgo, Seguridad, Responsabilidad,		Condiciones del cargo: Amplio espacio, ventilación adecuada, Espacio limpio, Facilidades tecnológicas, iluminación natural y artificial eficiente	

Descripción del Cargo		
Nombre del Cargo: Jefe de Cocina	Fecha de Elaboración	Fecha de revisión
Código:04		
Unidad de dependencia: Administrador		
Resumen: su función es planificar, organizar, dirigir y controlar el trabajo en la cocina.		
Descripción Detallada:		
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Dirigir las diferentes funciones de los cocineros. ➤ Supervisar la calidad del servicio. ➤ Supervisar el montaje de los diferentes platos. ➤ Controlar el tiempo de entrega de pedidos. ➤ Controlar la calidad de los ingredientes ➤ Hacer los pedidos de materia prima ➤ Asesorar a la gerencia en la compra de los equipos ➤ Supervisa la limpieza 		
Requisitos del cargo:		
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Nivel académico: Lic. Artes culinarias o carreras afines ➤ Conocimientos: Diseño de artes culinarias ➤ Experiencia: 2 años en puestos similares 		
Habilidades: Liderazgo, seguridad, responsabilidad, honestidad, capacidad trabajo en equipo, capacidad para resolver problemas.	Condiciones del cargo: Amplio espacio, espacio limpio, recursos materiales disponibles, materia prima disponible	

Tabla 3 Ficha de puesto del contador

Tabla 4 Ficha de puesto del jefe de cocina

Tabla 5 Ficha de puesto del cocinero

Descripción del Cargo		
Nombre del Cargo: Cocineros	Fecha de Elaboración	Fecha de revisión
Código:05		
Unidad de dependencia: Jefe de Cocina		
Resumen: Controla el montaje de los platos		
Descripción Detallada: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Verifica la limpieza total de los utensilios ➤ Añade ingredientes necesarios para la elaboración de los diferentes platillos ➤ Agregar las porciones adecuadas al momento de servir ➤ Diseña el montaje del plato. ➤ Entregan los pedidos directamente al mesero 		
Requisitos del cargo: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Nivel Académico: Técnico en Artes culinarias o carreras afines ➤ Conocimientos: Diseño de platos, ➤ Experiencia: 2 años en puestos similares 		
Habilidades: Rapidez, Responsabilidad, capacidad trabajo en equipo, capacidad para resolver problemas, seguridad, honestidad	Condiciones del cargo: Espacio amplio, espacio limpio, recursos materiales disponibles, materia prima disponible	

Descripción del Cargo		
Nombre del Cargo: Jefe de Plato	Fecha de Elaboración	Fecha de revisión
Código:06		
Unidad de dependencia: Jefe de Cocina		
Resumen: Su función es organizar, dirigir y controlar el área de platos.		
Descripción Detallada: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Realiza inventarios de los utensilios ➤ Organiza el área de platos ➤ Lavado y secado de los utensilios ➤ Facilita los platos a los cocineros ➤ Responde por objetos perdidos o quebrados 		
Requisitos del cargo: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Nivel académico: ➤ Conocimientos: ➤ Experiencia: 		
Habilidades: Rapidez, Responsabilidad, Capacidad trabajo en equipo, Trabajo bajo presión	Condiciones del cargo: Espacio amplio Espacio seguro Espacio limpio	

Tabla 6 Ficha de puesto del jefe de plato

Tabla 7 Ficha de puesto del asistente de plato

Descripción del Cargo		
Nombre del Cargo: Asistente de platos	Fecha de Elaboración	Fecha de revisión
Código:07		
Unidad de dependencia: Jefe de cocina		
Resumen: Su función es organizar el área de platos		
Descripción Detallada:		
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Organiza el área de platos ➤ Lavado y secado de los utensilios ➤ Facilita los platos a los cocineros 		
Requisitos del cargo:		
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Nivel académico: Técnico en cocina o escolaridad mínima de secundaria ➤ Conocimientos: Básicos de cocina ➤ Experiencia. Mínima de 1 año en puestos similares 		
Habilidades: Rapidez, responsabilidad, puntualidad, capacidad trabajo en equipo, capacidad para resolver problemas		Condiciones del cargo: Espacio amplio, espacio limpio, condiciones materiales necesarias

Descripción del Cargo		
Nombre del Cargo: Jefe de Bar	Fecha de Elaboración	Fecha de revisión
Código:08		
Unidad de dependencia: Administración		
Resumen: su función es planificar, organizar, dirigir y controlar las diferentes funciones del bar		
Descripción Detallada: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Verificar la limpieza del bar ➤ Constatar que todos los licores estén en orden ➤ Confirmar que los asistentes puedan realizar los cocteles ➤ Supervisar que los cocteles lleven las medidas exactas ➤ Verificar que los cocteles vayan en las copas correspondientes ➤ Realizar inventario de entradas y salidas del bar ➤ Instruir a los asistentes a realizar los diferentes refrescos con las medidas exactas ➤ Constante comunicación con proveedores 		
Requisitos del cargo: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Nivel académico: técnico en artes culinarias o carreras afines ➤ Conocimientos: Decoración de cocteles, mezclas, recursos humanos ➤ Experiencia: Mínima de 2 años en puestos similares 		
Habilidades: Rapidez, responsabilidad, honestidad, capacidad de trabajo en equipo, capacidad para resolver problemas,	Condiciones del cargo: Espacio amplio, espacio limpio, facilidades de recursos materiales	

Tabla 8 Ficha de puesto del jefe de Bar

Tabla 9 Ficha de puesto del Barthender

Descripción del Cargo		
Nombre del Cargo: Bartender	Fecha de Elaboración	Fecha de revisión
Código:09		
Unidad de dependencia: Jefe de bar		
Resumen: Su función es organizar y controlar las diferentes funciones del bar		
Descripción Detallada: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Limpieza del bar ➤ Constatar que todos los licores estén en orden ➤ Realizar diferentes cocteles ➤ Verificar que los cocteles lleven las medidas exactas ➤ Verificar que los cocteles vayan en las copas correspondientes ➤ Realizar inventario de entradas y salidas del bar ➤ Realizar los diferentes refrescos con las medidas exactas ➤ Constante comunicación con clientes y meseros 		
Requisitos del cargo: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Nivel académico: técnico en artes culinarias o carreras afines ➤ Conocimientos: decoración de cocteles, elaboración de cocteles, mezclas, atención al cliente ➤ Experiencia. Mínima de 2 años en puestos similares 		
Habilidades: responsabilidad, capacidad trabajo	Honestidad, puntualidad, en equipo,	Condiciones del cargo: Espacio amplio, espacio limpio, recursos materiales disponibles

capacidad para resolver problemas, confianza, seguridad	
--	--

Descripción del Cargo

Nombre del Cargo: Jefe de Meseros	Fecha de Elaboración	Fecha de revisión
Código:010		
Unidad de dependencia: Jefe de Meseros		
Resumen: Su función es planificar, organizar, dirigir y controlar las diferentes actividades de los meseros		
Descripción Detallada: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Diseña rol de actividades de los meseros ➤ Realiza inventarios de los utensilios exclusivos de los meseros ➤ Supervisa la calidad del servicio ➤ Responde por utensilios perdidos exclusivos de los meseros a la administración ➤ Supervisa el montaje de las mesas ➤ Atención al comensal ➤ Tomar la orden al comensal ➤ Informar a administración de menú o porta menús en mal estado ➤ Verifica que el comensal se encuentre a gusto ➤ Reportar los mobiliarios que se encuentren en mal estado (sillas, mesas) 		
Requisitos del cargo: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Nivel académico: Técnico en cocina, escolaridad mínima de secundaria ➤ Conocimientos: Atención al cliente, Cocina, ➤ Experiencia: Mínima de 2 años en puestos similares 		
Habilidades: Confiabilidad, espíritu de cooperación, puntualidad, cortesía, higiene, conocimientos básicos, habilidad, capacidad	Condiciones del cargo: espacio limpio, recursos materiales disponibles, espacio amplio	

trabajo en equipo, capacidad para resolver problemas, capacidad de retención

Tabla 10 ficha de puesto de jefe de mesero

Tabla 11 ficha de puesto de mesero

Descripción del Cargo		
Nombre del Cargo: Mesero	Fecha de Elaboración	Fecha de revisión
Código:011		
Unidad de dependencia: Jefe de Meseros		
Resumen: Su función es organizar y controlar las actividades que se le designan y satisfacer al comensal		
Descripción Detallada: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Atención al comensal ➤ Tomar orden del comensal ➤ Constantemente presentarse a la mesa para verificar si el comensal necesita algo ➤ Llevar los platillos a la mesa ➤ Llevar la cuenta a la mesa ➤ Limpiar, Montar mesas, alineamientos de sillas ➤ Presentar el menú al comensal ➤ Limpieza de vidrios, madera, barandas, plantas ➤ Rellenar saleros, pimenteros, azucareras, ➤ Cambiar mantelería luego que el comensal se retira ➤ Darle una despedida agradable 		
Requisitos del cargo: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Nivel académico: Escolaridad mínima de secundaria ➤ Conocimientos: atención al cliente, cocina 		

➤ **Experiencia: Mínima de 1 año en puestos similares**

Habilidades: Confiabilidad, espíritu de cooperación, puntualidad, cortesía, higiene, conocimientos básicos, habilidad, capacidad trabajo en equipo, capacidad para resolver problemas, capacidad de retención

Condiciones del cargo: espacio amplio, espacio limpio, recursos materiales disponibles

Descripción del Cargo

Nombre del Cargo: Mantenimiento

Fecha de Elaboración

Fecha de revisión

Código:013

Unidad de dependencia: Administración

Resumen: su función es planificar, organizar, dirigir y controlar la limpieza del establecimiento

Descripción Detallada:

- **Revisar los botes de basura**
- **Limpieza total de los salones y ranchos**
- **Limpieza y acondicionamiento de los baños**
- **Limpieza de sillas y mesas**
- **Limpieza del patio del restaurante**
- **Limpieza de centro de recreación infantil**
- **En casos de emergencia ayudar a los meseros a retirar mesas**
- **Reportar utensilios de limpieza en mal estado**

Requisitos del cargo:

- **Nivel académico: Escolaridad mínima de secundaria**
- **Conocimientos: Atención al cliente, cocina**
- **Experiencia: Mínima de 1 año en puestos similares**

Habilidades: Rapidez, responsabilidad, honestidad, seguridad, capacidad trabajo en equipo, capacidad para resolver problemas

Condiciones del cargo: Espacio amplio, espacio seguro, recursos materiales disponibles

Tabla 12 Ficha de puesto de mantenimiento

4.2.2 Descripción física del lugar

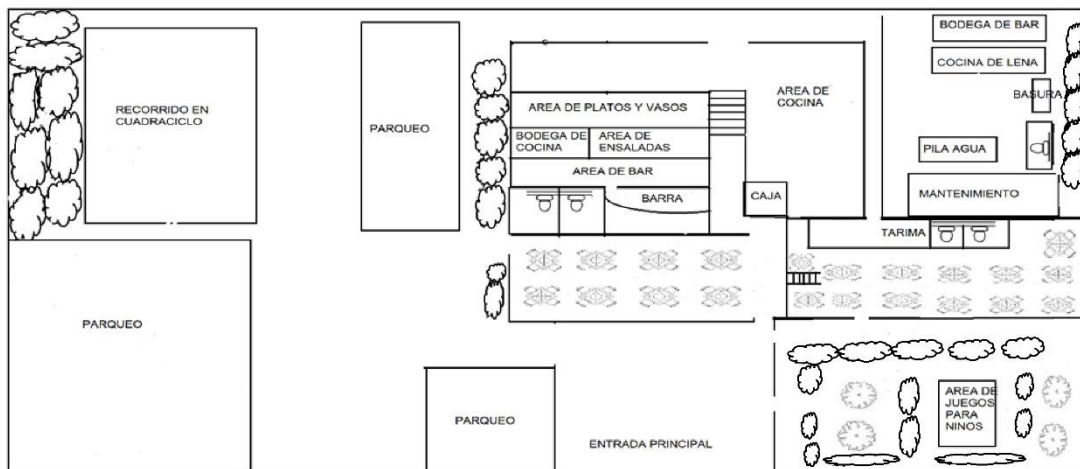


Ilustración 2 Plano de Restaurante La Bandeja

El establecimiento cuenta con un terreno de una manzana, el cual se encuentra distribuido el restaurante, en su interior posee dos salones; el primero cuenta con 18 mesas y el segundo con 20 mesas (incluyen mesas grandes y pequeñas) además de eso cuenta con el tambo, anexo al segundo salón con 9 mesas y tres pequeños ranchos de una mesa cada uno y un toldo con tres mesas, lo que da un total de 54 mesas en todo el restaurante, cada salón tiene sus propios baños para damas y caballeros. Al frente de los dos salones se encuentra un pequeño

jardín este para darle un ambiente agradable al establecimiento, además de contar con área de juegos para niños. El área de bar se encuentra ubicado al frente del primer salón, con su correspondiente barra este posee en su interior tres exhibidores y un frízer además de contar con gran variedad de bebidas nacionales e internacionales, el área de ensaladas se encuentra ubicada en medio del área de bar y el área de platos esta cuenta con un amplio espacio, y con todas las herramientas necesarias para laborar cómodamente luego está ubicada el área de los platos que cuenta con una mesa, dos estantes de aluminio y el pantry dividido en dos áreas uno para vasos y cubiertos y el otro para platos.

La cocina se caracteriza por ser el área más grande, esta cuenta con dos cocinas industriales, donde se preparan los diferentes pedidos ya sean sopas de pollo o mariscos, filetes, parrilladas, bocas, etc.

Al lado derecho se encuentra una mesa grande de metal donde se marinan los diferentes pedidos y al lado izquierdo se preparan las bocas, tostones, tajadas, etc. En la parte de afuera se encuentra una pequeña cocina donde se prepara todo al carbón. Además de esta cuenta con otra cocina de uso exclusivo para lavar los peroles.

Cuenta con un área de estacionamiento lo suficientemente grande para que quepan cuarenta carros, así mismo un pequeño parqueo para los cuadriciclos que le dan un valor único a la oferta del restaurante.

4.2.3 Descripción del servicio

En el Restaurante La Bandeja, desde que el cliente llega a las instalaciones se le recibe con una cálida bienvenida, por parte del mesero o asistentes de protocolo así mismo se le muestra los diferentes salones por los que puede escoger de los cuales se dividen en dos, o puede optar por los ranchos en un ambiente fresco en el que se puede estar a gusto en un ambiente natural, el mesero encargado le ofrece los diferentes tipos de Alimentos y Bebidas mediante un menú, el cual ellos hacen su elección y el mesero toma su pedido

y lo lleva hacia al área de cocina donde lo preparara el cocinero correspondiente, la cual tarda en preparar la comida en tan solo 10 minutos, mientras tanto puede disfrutar en un ambiente sano de música agradable, luego de haber esperado el tiempo necesario, puede disfrutar del sazón original del restaurante, luego cuando el cliente termina de comer llega el mesero a dejarle la factura de lo que consumió así mismo el cliente paga y el encargado lo despide poniendo a su disposición siempre el restaurante y deseándole que vuelva pronto.

Actualmente el Restaurante ofrece diferentes tipos de Alimentos y Bebidas, tanto nacional como internacional entre ellas se destaca Pescado a la Bandeja, como la especialidad de la casa que lo diferencia de la competencia, por su sabor único. Entre los platos más vendidos se encuentran Lomo de Costilla, Filete a la Plancha, Lomo de Cerdo, Fajitas de Pollo, Sopa de Mariscos, Parrilladas, Arroz con Camarón y entre las bebidas más vendidas están Frut Punch, Te de cálala, Jugo de Naranja, Te de Jamaica y Pitahaya (este último por temporada) entre los Cocktails más demandados están el Macuá, el Daiquiri, el Margarita y la Piña colada.

Otro de los servicios que el establecimiento ofrece es el de eventos, el cual puede optar por la variedad que este ofrece ya sea para quince años, bodas, almuerzos, cenas, aniversarios, entre otros. Además, cuenta con un recorrido en cuatriciclos por la finca donde puede apreciar una gran variedad de árboles frutales entre ellos los que más se destacan son arboles de naranja, mandarinas, limones dulces, plátanos, pitahayas, aguacates, cocos, naranja agria, así también apreciar la fauna existente como garrobos, gallinas, ardillas, patos, mariposas.

4.2.4 Matriz Comparativa de las 4P's basada en la competencia.

Análisis de la competencia

Consiste en el estudio y análisis de los competidores, para posteriormente, en base a dicho análisis, tomar decisiones o diseñar estrategias que permitan competir adecuadamente con ellos.

Esta matriz se realizó con el objetivo de comparar cada una de las cuatro P, en base a la competencia más fuerte que tiene Restaurante La Bandeja durante el segundo semestre del dos mil dieciséis.

Tabla 13 Matriz comparativa de las 4P's basada en la competencia

Matriz Comparativa de las 4p's basado en la Competencia			
Mezcla del Marketing			
PRODUCTO	<ul style="list-style-type: none"> • Pescado a la Bandeja. • Lomo de Costilla. • Filete a la Plancha. 	<ul style="list-style-type: none"> • Asados de Mi Pueblo. • Brochetas de Camarón. • Churrasco. 	<ul style="list-style-type: none"> • Surtido Bonanza. • Alitas Picantes. • Churrasco.
PRECIO	<ul style="list-style-type: none"> • C\$ 270 • C\$ 270 • C\$ 260 	<ul style="list-style-type: none"> • C\$ 270 • C\$ 260 • C\$ 160 	<ul style="list-style-type: none"> • C\$ 300 • C\$ 150 • C\$ 220
PLAZA	Restaurante la Bandeja, Asados de mi pueblo y Campestre Bonanza, utilizan el canal de distribución #0, debido a que los clientes consumen directamente el servicio.		
PROMOCIÓN	Restaurante La Bandeja y la competencia, no cuenta con ningún tipo de promociones		

Producto

Es el medio por el cual se satisfacen las necesidades de los consumidores (Roberto Espinoza, 2014).

Restaurante La Bandeja ofrece diversidad de comidas a la carta, en los cuales resalta: Pescado a la Bandeja, Lomo de Costilla y Filete a la Plancha.

En comparación a su competencia Asados de mi Pueblo, cuenta con una oferta variada de comida a la carta en los que sobresale: Asados de mi Pueblo, Churrasco de Filete y Brocheta de Camarón.

Restaurante Bonanza ofrece una gama de comidas a la carta, de los cuales tienen mayor porcentaje de ventas: Alitas Picantes, Surtido Bonanza, Churrasco de Filete.

Precio

(Roberto Espinoza, 2014) Expresó que es la variable del marketing mix por la cual entran los ingresos de una empresa.

Los platillos varían debido a la oferta, ya que cada establecimiento se define por una especialidad, cabe señalar que dichos precios no incluyen I.V.A.

Tabla 14 Precios en comparación a la competencia

Restaurante La Bandeja	Pescado a la Bandeja	C\$ 270
Asados de mi Pueblo	Asados de mi Pueblo	C\$ 270
Campestre Bonanza	Surtido Bonanza	C\$ 300

Fuente: Elaborado por estudiantes, Noviembre del 2016.

Plaza

La distribución juega un papel clave en la gestión comercial de cualquier compañía (Roberto Espinoza, 2014).

Restaurante La Bandeja utiliza el canal de distribución directo debido a que los clientes consumen directamente el servicio, siendo el mismo canal que utiliza la competencia.



Ilustración 3 Canal de distribución de la Bandeja

Promoción

Podemos encontrar diferentes herramientas de comunicación: venta personal, promoción de ventas, publicidad, marketing directo y las relaciones públicas (Roberto Espinoza, 2014).

Restaurante La Bandeja y la competencia, no cuenta con ningún tipo de promociones.

Herramientas de Evaluación de La Calidad del Servicio

4.3.1 Casa de la Calidad

Casa de la calidad (QFD), es un diagrama utilizado para definir los deseos de los clientes y las capacidades de una empresa, por esta razón es necesario realizar una planeación para saber lo que el cliente quiere y está buscando según sus necesidades (Blanco, 2006).

Para la realización de la casa de la calidad, primeramente se visitó el lugar para saber la cantidad de clientes que visitan el restaurante (ver anexo 2) , después se realizó el diseño metodológico, en la cual se calculó la muestra dando un resultado de 321 encuesta, con un pilotaje de 50 que son un 14.49% de la muestra ver (Anexo 3), aplicándola luego a los clientes del Restaurante La Bandeja el día 18 de septiembre en un horario de 11:00am a 4: 30 Pm, ver (anexo 6), prontamente se utilizó la herramienta del SPSS V 18, en la cual se procesó los datos en el alfa de Crombach, para saber la fiabilidad de las preguntas, ver (Anexo 9),luego se realizó el análisis de resultado de la encuesta, ver (anexo 10) en el cual se detalla cada aspecto de las preguntas, Ya habiendo realizado este proceso y obtenido los QUE´S (Necesidades de los clientes) se procedió a hacer la Casa de la calidad, realizando una estructura en la que se mostrará la correlación entre los QUE´S y los COMO (Soluciones a las inquietudes de los clientes) este será el cuerpo de la casa y las correlaciones de los COMO (que sería el techo de la casa de la calidad) ver (Ilustración 3 Casa de la Calidad).

A continuación, se mostrará la estructura de la Casa de la Calidad del Restaurante La Bandeja).

Tabla 15 Necesidades de los clientes

N°	Necesidades de los clientes
1.	Que Tenga una mejor ventilación.
2.	Que Cuento con internet.
3.	Que las asistencias de los meseros sean más eficientes.
4.	Que haya una mejor coordinación entre meseros y cocineros al momento del pedido.
5.	Que implementen medios de publicidad.
6.	Que el personal maneje el idioma inglés.
7.	Que el Restaurante cuente con variedad en el menú (Postres y refrescos).
8.	Que aumente la variedad de sus servicios (Piscina).
9.	Que tenga un mejor control sobre las personas que venden a los alrededores.
10.	Que implementen promociones en sus ofertas.

Asignación de grado de importancia a las necesidades de los clientes

Tabla 16 Jerarquización de las necesidades

Jerarquización de las necesidades.		
Aspectos Estratégicos	Necesidades Tácticas	Necesidades a detalles
Prestación del servicio	❖ Menú	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Que el Restaurante cuente con variedad en el menú, (Postres, Refrescos). ❖ Que tengan un mejor control sobre las personas que venden a sus alrededores.
	❖ Instalaciones	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Que aumente la variedad en sus servicios. ❖ Que tenga una mejor ventilación. ❖ Que cuente con internet. ❖ Que implementen medios de publicidad.
Aspectos Tangibles del servicio.	❖ Instalación	❖ Que la mezcla de los ingredientes sea la adecuada
		<ul style="list-style-type: none"> ❖ Que las condiciones tanto interna como externa sean agradables. ❖ Que el servicio sanitario se encuentre con condiciones óptimas de higiene
Atención personalizada y capacidad de repuesta.	❖ Profesionalidad del personal	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Que las asistencias de los meseros sean más eficientes. ❖ Que haya una mejor coordinación entre meseros y cocineros a la hora del pedido. ❖ Que el personal maneje el idioma inglés.

N°	Necesidades de los clientes	N° de Importancia
1.	Que Tenga una mejor ventilación.	4
2.	Que Cuento con internet.	5
3.	Que las asistencias de los meseros sean más eficientes.	4
4.	Que haya una mejor coordinación entre meseros y cocineros al momento del pedido.	4
5.	Que implementen medios de publicidad.	5
6.	Que el personal maneje el idioma inglés.	5
7.	Que el Restaurante cuente con variedad en el menú (Postres y refrescos).	4
8.	Que aumente la variedad de sus servicios (Piscina).	5
9.	Que tenga un mejor control sobre las personas que venden a los alrededores.	5
10.	Que implementen promociones en sus ofertas.	4
1= No es importante, 2= Poco Importante, 3 = Regular, 4=Importante, 5= Muy importante		

Tabla 17 Nivel de importancia de los clientes

La tabla 17 refleja el nivel de importancia que se le da a las diferentes necesidades que tiene el cliente, desde el uno que es el menos importante, como el Cinco que es el que a merita un grado alto de importancia.

Percepciones de los clientes con relación al servicio de restaurante La Bandeja, con respecto al servicio de la competencia “Restaurante Asados de mi Pueblo” y “Restaurante Bonanza”.

Requerimientos del cliente QUES	NIC	Evaluación		
		La Bandeja ◆	Asados de mi Pueblo ●	Campestre Bonanza ★
Que Tenga una mejor ventilación.	4	4	4	3
Que Cuento con internet.	5	5	4	5
Que las asistencias de los meseros sean más eficientes.	4	4	4	4
Que haya una mejor coordinación entre meseros y cocineros al momento del pedido.	4	4	4	3
Que implementen medios de publicidad.	5	5	4	4
Que el personal maneje el idioma inglés.	5	4	4	4
Que el Restaurante cuente con variedad en el menú (Postres y refrescos).	4	4	3	3
Que aumente la variedad de sus servicios (Piscina).	5	3	1	3
Que tenga un mejor control sobre las personas que venden a los alrededores.	5	5	1	1
Que implementen promociones en sus ofertas.	4	5	4	2

Tabla 18 Evaluación de la competencia

Requerimientos del cliente QUES	NIC	Evaluación				
		1	2	3	4	5
Que Tenga una mejor ventilación.	4			★	●	◆
Que Cuento con internet.	5				●	◆
Que las asistencias de los meseros sean más eficientes.	4				●	◆
Que haya una mejor coordinación entre meseros y cocineros al momento del pedido.	4				●	◆
Que implementen medios de publicidad.	5			★	●	◆
Que el personal maneje el idioma inglés.	5			★	●	◆
Que el Restaurante cuente con variedad en el menú (Postres y refrescos).	4			●	★	◆
Que aumente la variedad de sus servicios (Piscina).	5	●		★		◆
Que tenga un mejor control sobre las personas que venden a los alrededores.	5	●	★			◆
Que implementen promociones en sus ofertas.	4		★		◆	●

Tabla 19 Evaluación con la competencia

En la tabla 19 se puede evaluar que restaurante La Bandeja en comparación a su competencia Asados de mi pueblo y Campestre Bonanza, se encuentra en un nivel de importancia intermedio, puesto que debe de mejorar algunos aspectos para poder ser un restaurante líder a nivel municipal.














Que	Como	Relación
Que Tenga una mejor ventilación.	Ubicando abanicos en puntos claves del Restaurante.	
Que Cuento con internet.	Contratando el servicio de internet.	
Que las asistencias de los meseros sean más eficientes.	Brindando capacitaciones en atención al cliente.	
Que haya una mejor coordinación entre meseros y cocineros al momento del pedido.	Teniendo un mejor control de las entradas de las órdenes.	
Que implementen medios de publicidad.	Asignación de fondos para inversiones de publicidad.	
Que el personal maneje el idioma inglés.	A través de cursos intensivos del idioma.	
Que el Restaurante cuente con variedad en el menú (Postres y refrescos).	Agregar nuevos productos al menú, mediante los proveedores actuales.	
Que aumente la variedad de sus servicios (Piscina).	Inversión de fondo para un nuevo servicio, (Piscina).	
Que tenga un mejor control sobre las personas que venden a los alrededores.	Contratando un guardia de seguridad.	
Que implementen promociones en sus ofertas.	Aplicando descuentos en sus servicios.	
 Relación Débil  Relación Fuerte  Relación muy fuerte		

Tabla 20 Jerarquización de las necesidades

La tabla 20 refleja, la relación que tienen los QUE, (Necesidades de los clientes), con los Como, (Soluciones a las necesidades de los clientes), clasificándolo en relación: Fuerte, Muy fuerte y débil.

Las tablas antes mencionadas, representarán lo que es el cuerpo de la casa de la calidad.

Teniendo en el techo de la casa de la calidad las relaciones de los COMO.

La aplicación de esta herramienta, Casa de la calidad en el Restaurante La Bandeja, ayudó a determinar las necesidades de los clientes, esto con el fin de brindar soluciones oportunas en un corto y largo plazo, el cual ayudó al diseño de nuevas estrategias, esto para el mejoramiento de la calidad en el servicio, según las necesidades reflejadas por los clientes reales en las encuestas aplicadas.

Según los resultados reflejados en base a la competencia en la Casa de la calidad se retoma que Restaurante La Bandeja en comparación a la competencia, Asados de mi Pueblo y Campestre Bonanza se encuentra en un nivel de importancia intermedio de lo cual, es necesario que el propietario mejore ciertos aspectos para satisfacer a la demanda actual y potencial.

- Que tenga una mejor ventilación.

El restaurante cuenta con diversos abanicos, ubicados en puntos claves de los diferentes salones esto para brindar una mejor satisfacción a sus clientes, pero estos no cubren en su totalidad ya que fue reflejado en las encuestas aplicadas a sus clientes reales como una necesidad de mejor ventilación.

- Que cuente con internet

Hoy en día la tecnología se hace necesaria cada vez más por tal motivo se ha venido incorporando a establecimientos de servicios y productos. En lo que se espera brindar una satisfacción directa al cliente esto no debería estar exento en el restaurante La Bandeja ya que es una recompensa a sus clientes por la fidelidad que han brindado durante años.

- Que haya una mejor coordinación entre meseros y cocineros al momento del pedido.

Este punto fue resultado de las encuestas aplicadas a los clientes reales, sucede muy poco expreso x cliente, pero no es grato de que se confundan, ya que resulta molesto para algunos.

- Que implementen medios de publicidad.
Un factor muy importante para dar a conocer al mercado, un establecimiento es a través de los diferentes medios de publicidad, los cuales no están siendo utilizados por el restaurante ya que el único método es el de boca en boca y es necesario para ampliar su mercado meta.
- Que el personal maneje el idioma inglés.
En un mundo donde se está diversificando el mercado gastronómico es necesario que los trabajadores de cada establecimiento manejen el idioma inglés, este para tener la capacidad de brindar un servicio de calidad a personas nacionales como extranjeros.
- Que el restaurante cuente con variedad en el menú.
Otra de las inquietudes reflejadas en las encuestas fue la poca diversidad de postres y refrescos en el menú, de lo cual es necesario aumentar para brindarle una mejor satisfacción al cliente al momento de solicitar este servicio.
- Que aumente la variedad en su servicio.
Una de las desventajas que muestra el restaurante, es la falta de servicio en época de verano lo que disminuye sus ventas y afluencia de clientes, lo que debería ser tomado muy en cuenta ya que es un factor muy importante según las temporadas y preferencias de los consumidores.
- Que tengan un mejor control sobre las personas que venden a los alrededores.
El restaurante brinda la oportunidad a pequeños vendedores de ofrecer su producto al cliente, pero esto resulta molesto e incómodo para algunos ya que lo hacen en momentos de consumir el servicio, además de ser muy insistentes en la adquisición del producto ofertado, para lo cual es necesario

implementar un mejor control sobre estos vendedores y halla mutua satisfacción sin perjudicar a nadie.

- Que implementen promociones en su oferta.

Una de las atracciones básicas en un restaurante son las promociones que oferta según sus servicios, por lo cual restaurante La Bandeja no puede quedarse atrás y perder oportunidad de aumentar su cartera de clientes, además de compensar la fidelidad de sus clientes que por años lo han preferido e identificado como el mejor.

4.3.2 Análisis FODA y Estrategias

La matriz de análisis FODA, es una conocida herramienta estratégica de análisis de la situación de la empresa cuyo principal objetivo es el de aplicar la matriz en una organización, ofrecer un claro diagnóstico para poder tomar las decisiones estratégicas oportunas y mejorar en el futuro, esta permite identificar tanto las oportunidades como las amenazas que presenta nuestro mercado, y las fortalezas y debilidades que muestra nuestra empresa, (Roberto Espinosa, 2013).


A continuación se muestra el análisis FODA, diagnóstico el cual se realizó en Restaurante La Bandeja, donde ayudó a identificar aspectos relevantes tanto a nivel interno como externo de la empresa, esto con el fin de conocer las Fortalezas las cuales caracterizan el lugar de la competencia y debilidades que presenta actualmente la empresa, las cuales han venido dando insatisfacción a los clientes así mismo las oportunidades las cuales se pueden aprovechar para mejorar la calidad del servicio y amenazas que pueden perjudicar la estabilidad de la empresa en el mercado competitivo.

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	DEBILIDADES	AMENAZAS
1. Se encuentra ubicado en un punto estratégico.	1. Cuenta con publicidad de boca en boca por parte de sus clientes.	1. No cuenta con la tecnología necesaria para cubrir las necesidades del cliente. (cámaras de seguridad, WIFI)	1. Las temporadas bajas, disminuyen las ventas.
2. Cuenta con una infraestructura adecuada y mobiliarios necesarios.	2. Poca competencia en su localización.	2. Incapacidad de la mano de obra para cubrir la demanda en la temporada alta.	2. Inflación de productos en el mercado.
3. Amplio espacio de parqueo.	3. Convenios con el INTUR para mejorar la calidad del personal por medios de capacitaciones.	3. Al momento de entregar los pedidos se confunden.	3. Existencia de competencia indirecta masiva de negocios en áreas aledañas.
4. El área de cocina está organizada.	5. Conocimiento por parte del dueño al segmento de mercado al que está dirigido.	4. En días feriados no solicitan a que todo el personal labore.	4. Nuevas tendencias de consumo de los turistas.
5. Personal amable.	6. Apoyo por parte del gobierno a las Mipyme en la realización de préstamos.	5. No cuenta con las herramientas de cocina necesarias para cubrir la demanda.	5. Precios bajos por parte de la competencia.
6. Cuenta con capital suficiente para realizar inversiones futuras.		6. Falta de promociones.	
7. Posee buena imagen pública.		7. Falta de conocimientos técnicos para elaborar presupuestos al momento de comprar para los días que más afluencia de clientes se tiene.	
8. Oportunidad de ofrecer precios bajos según sus proveedores en el mercado competitivo.		8. Falta de ventilación en el local	
		9. No cuenta con rotulación en el área de parqueo y en el área en donde se puede fumar.	
		10. Carece de mantenimiento en el	

		área externa del restaurante (fachada)	
		11. Carece de actualizaciones en medios de publicidad. (Página web, Facebook.)	
		12. No cuenta con una identificación física de la misión y visión.	
		13. Personal no bilingüe.	

Tabla 21 Matriz FODA

4.3.2.1 Estrategias DAFO

	<p align="center">Lista fortalezas</p>	<p align="center">Lista debilidades</p>
<p>Factores internos</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Se encuentra ubicado en un punto estratégico 2. Cuenta con una infraestructura adecuada y mobiliarios necesarios. 3. Amplio espacio de parqueo. 4. El área de cocina está organizada. 5. Personal amable. 6. Cuenta con capital suficiente para realizar inversiones futuras. 7. Posee buena imagen pública. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. No cuenta con la tecnología necesaria para cubrir las necesidades del cliente. (Cámaras de seguridad, WIFI). 2. Incapacidad de la mano de obra para cubrir la demanda en la temporada alta. 3. Al momento de entregar los pedidos se confunden. 4. En días feriados no solicitan a que todo el personal labore. 5. No cuenta con las herramientas de cocina necesarias para cubrir la demanda. 6. Falta de promociones. 7. Falta de conocimientos técnicos para elaborar presupuestos al momento de comprar para los días que más afluencia de clientes se tiene. 8. Falta de ventilación en el local 9. No cuenta con rotulación en el área de parqueo y en el área en donde se puede fumar. 10. Carece de mantenimiento en el área externa del restaurante (fachadas) 11. No cuenta con publicidad. (Página web, Facebook, etc.) 12. No cuenta con una misión y visión establecida. 13. Personal no bilingüe.
<p align="center">Factores Externos</p>	<p align="center">FO.</p>	<p align="center">DO.</p>
<p>Lista oportunidades</p>		

<ol style="list-style-type: none"> 1. Cuenta con publicidad de boca en boca por parte de sus clientes. 2. Cuenta con una infraestructura adecuada y mobiliarios necesarios. 3. Amplio espacio de parqueo. 4. El área de cocina está organizada. 5. Conocimiento por parte del dueño al segmento de mercado al que está dirigido. 6. Apoyo por parte del gobierno a las Mipyme en la realización de préstamos. 	<p>F6-O6: Aprovechar el apoyo por parte del gobierno a las MIPYMES en la realización de préstamos para poder invertir en nuevas actividades recreativas solventándolo con el capital extra en inversiones futuras, manteniéndolo y aumentando los clientes.</p>	<p>(D1,D5,D8,D10)-O.6: A provechar el apoyo del gobierno para las MIPYMES en la realización de préstamos para invertir en equipos tecnológicos (WIFI, Cámara de seguridad, mejorar la fachada del local como la ventilación y mantenimiento externo al lugar e invertir en herramientas de cocinas para mejorar el proceso y cubrir la demanda y así aumentar la satisfacción de los clientes.</p> <p>D11-O1: A provechar la publicidad de boca en boca para realizar y mantener estrategias publicitarias para la captación de nuevos clientes.</p>
<p>Lista de amenazas</p>	<p>FA.</p>	<p>DA.</p>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Las temporadas bajas, disminuyen las ventas. 2. Inflación de productos en el mercado. 3. Existencia de competencia indirecta masiva de negocios en áreas aledañas. 4. Nuevas tendencias de consumo de los turistas. 5. Precios bajos por parte de la competencia 	<p>F1-A1: Aprovechar la buena localización del restaurante para poder aumentar los clientes en las temporadas bajas.</p> <p>F6-A5: Aprovechar el capital con el que cuenta el restaurante para buscar nuevos proveedores con precios bajos y materia prima de</p>	<p>D6-A1: Crear estrategias promocionales para atraer clientes en temporadas bajas.</p> <p>D1.D11-A1.A3: Instalación de recursos tecnológicos (WIFI. Cámaras de seguridad), implementación de estrategias publicitarias para atraer nuevos clientes y diferenciarse de la competencia.</p>

	<p>calidad para contrarrestar los precios bajos que ofrece la competencia.</p> <p>F7-A3.A4: Aprovechar la buena imagen pública con la que cuenta el restaurante manteniendo la tendencia entre los turistas para que ellos se vuelvan clientes fieles y no consuman en la competencia.</p>	
--	--	--

Tabla 22 Estrategias DAFO

4.3.3. Propuestas de estrategias de Mercadeo de servicios para el Restaurante La Bandeja

4.3.3.1 Descripción de la propuesta

El diseño de la propuesta que se plantea a continuación ha sido elaborado para resolver todos los problemas identificados en la etapa de diagnóstico de la situación actual, basándonos en la ley 298, capítulo III, artículo 10. El cual se refiere a un manual de categorización que incluye tres parámetros como la planta física, documentación para la realización de la calidad y realización de la encuesta al turista.

Después de haberle aplicado dos tipos de herramientas, “Casa de la Calidad y Análisis FODA” al Restaurante La Bandeja, se muestran las siguientes estrategias, que tienen como objetivo Mejorar la calidad en el servicio, y de esta manera satisfacer las necesidades de los clientes, compensando su fidelidad.

A continuación, se presentan las siguientes propuestas de estrategias a corto plazo que mayor incidencia tuvieron en el estudio de las herramientas antes mencionadas.

➤ Presentación de la Misión y Visión del Restaurante La Bandeja:

Para una mejor presentación de las ideas que tiene el propietario del Restaurante La Bandeja sobre su misión y visión del negocio, es necesario crear una presentación física de la misma en el establecimiento.

Es la expresión perdurable del propósito que distingue a una organización de otras empresas similares, es la declaración de la razón de ser (David, 2013).

Visión

Ser reconocido y preferido como el mejor restaurante a nivel regional, como un grupo de trabajo original, sólido y profesional con calidad humana y principios éticos, que ofrece un servicio de excelencia a sus clientes, posibilidades de desarrollo a su personal, trato justo en el desarrollo de la atracción turística de nuestra región.

Misión

(David, 2013) Expresó que misión es todo tipo de organización que resulta de especial importancia para los gerentes y ejecutivos que estén acuerdo respecto a la visión básica de aquello que la empresa busca alcanzar a largo plazo.

Satisfacer las necesidades gastronómicas de nuestros clientes, ofreciendo un servicio con la más alta calidad donde se sobrepasen las expectativas de nuestros consumidores y ser un espacio de trabajo que permita la realización personal y el desarrollo de sus trabajadores en el grupo, tomando como estrategia principal el mejoramiento continuo de los estrictos estándares de higiene en un ambiente seguro, agradable y familiar a un precio justo.

➤ Calidad del servicio en la atención al cliente en el restaurante La Bandeja.

Según (Lovelock, Christopher, & Wirtz, 2015), La calidad es sinónimo de excelencia innata, una señal de estándares inquebrantables y alto desempeño, necesita conocimientos comunes para ser capaz de abordar aspectos como la medición de la calidad del servicio, la identificación de causas de la disminución del servicio, y el diseño y la implementación de acciones correctivas.

Aplicando los métodos de control adecuado a nivel interno de la empresa, esto con el fin de mejorar la calidad del servicio que se ofrece.

➤ **Diversificación del Menú:**

Agregándole nuevos postres y refrescos al menú, para que el cliente tenga variedad a la hora de escoger entre esas líneas de producto.

➤ **Aumento de los ventiladores:**

Agregando nuevos ventiladores al lugar, colocándolo en puntos clave donde no llega mucho el aire, para que el comensal se sienta a gusto, en un ambiente agradable fresco y disfrute pasar su tiempo en familia.

➤ **Rotular las áreas de Parqueo y área para Fumar:**

Para dar una mejor orientación del establecimiento, teniendo siempre un orden.

➤ **Mejorar la infraestructura externa del local, (Fachada).**

Creando una buena imagen del establecimiento, para atraer a su vez a la clientela.

➤ **Crear estrategias promocionales para el Restaurante La Bandeja.**

Llamando la atención de los clientes, mediante ofertas promocionales, para mantener una relación entre el restaurante y el cliente.

➤ **Instalación de recursos tecnológico (Cámaras y WIFI).**

Actualmente estamos en un mundo cambiante en donde la tecnología hoy en día es básica, lo cual ha tomado un rumbo en la vida cotidiana, por lo tanto, la instalación de cámaras servirá para la vigilancia del lugar, y la instalación de WIFI, para que los clientes logren conectarse a sus redes sociales, dándole publicidad a su vez al restaurante y creando una nueva distracción al visitante.

➤ **Crear estrategias publicitarias para el Restaurante La Bandeja.**

Realizando estrategias adecuadas para dar a conocer el lugar ya sea por medios de comunicación como los son:

- La Radio.
- Televisión.

➤ **Diseño de un Slogan que identifique a restaurante la Bandeja.**

Elaborando un slogan llamativo para atraer a los clientes por el cual muestre las características propias del restaurante.

4.3.3.2 Sugerencias

Se sugiere realizar las siguientes estrategias de largo Plazo, para poder mejorar la excelencia en el servicio brindando una atención de calidad.

➤ **Brindar cursos intensivos del Idioma Inglés hacia los meseros del Restaurante**

Con el objetivo de diferenciarse de la competencia y personalizar la atención dada en dicho restaurante.

Recibiendo los meseros un curso intensivo del idioma inglés con un período de duración de un año, para una atención personalizada.

➤ **Invertir en herramientas de cocinas**

Esta con el objetivo de mejorar el proceso a la hora de la elaboración de los alimentos.

➤ **Invertir en nuevas actividades recreativas, (Piscina).**

Con el objetivo de aumentar la demanda en temporadas bajas como lo es el verano, dándole un valor agregado al lugar.

➤ **Integrar un Quiosco a la par de las instalaciones del Restaurante La Bandeja, donde se ofrezcan productos propios de la finca y de los vendedores que lo visitan.**

Con el objetivo de que los vendedores lugareños tengan un lugar donde vender sus productos, teniendo ésta una capacidad para 10 vendedores, cobrándole un valor significativo de C\$ 600 mensual, para la recuperación de la inversión, a su vez dándole opciones de compra al cliente en la venta de productos

tradicionales, así como: Cajetas, artesanías, alfeñiques, pan, frutas, así mismo promoviendo la cultura de nuestro país.

4.3.3.3 Desarrollar estrategias en base a las 4 P

La Mezcla de Mercadotecnia es definida como un grupo de herramientas de marketing las cuales son combinadas para producir la respuesta a la cual se quiere llegar con respecto al mercado meta (Kotler, 2010).

Estrategia/Corto Plazo	Objetivo Específico	Acción	Responsable	Impacto Esperado	Nivel de Aseguramiento Recursos	Costo Mensual
Producto: <ul style="list-style-type: none"> Diversificación del Menú 	<ul style="list-style-type: none"> Realizar la integración de nuevos postres y refrescos al menú. 	<ul style="list-style-type: none"> Realización de postres como: Buñuelos Nica, Pasteles (Fresa, Chocolate), Sorbetes (Ron con pasas, Chocolate, Vainilla) y la implementación de refrescos naturales como: Jugo de Piña (Copa), Linaza (copa) 	<ul style="list-style-type: none"> Gerente General. 	<ul style="list-style-type: none"> Que los clientes del restaurant e tengan un menú con más opciones al momento de escoger sus postres y refrescos, para que tengan una mayor degustación. 	<ul style="list-style-type: none"> Alto. 	C\$ 6,090
Precio: <ul style="list-style-type: none"> precios comparativos 	<ul style="list-style-type: none"> lograr una rápida penetración de mercado 	<ul style="list-style-type: none"> Búsqueda de proveedores para poder ofrecer los 	<ul style="list-style-type: none"> Gerente General. 	<ul style="list-style-type: none"> Con la diversificación del 	<ul style="list-style-type: none"> Alto 	-----

<p>con la competencia en la integración de la línea de nuevos productos en postres y refrescos.</p>	<p>para que el producto sea acogido y conocido por los consumidores.</p>	<p>nuevos productos en comparación con la competencia y con una muy buena calidad.</p>		<p>menú (Postres y Refresco), se pretende ofrecerlos a precios competitivos, para que sean conocidos y aceptados por los clientes</p>		
---	--	--	--	---	--	--

<p>Plaza o Punto de Venta:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Calidad del servicio en atención al cliente, en el restaurante La Bandeja. • Aumento de los ventiladores. • Rotular las áreas de Parqueo y área para Fumar. • Mejorar la infraestructura externa del local, (Fachada). 	<ul style="list-style-type: none"> • Mejorar la calidad en el servicio, con un estricto control estandarizado en el área de cocina. • Aumentar la ventilación en el Restaurante con el fin de que el cliente se siente cómodo. • Definir las áreas mediante rótulos, (parqueo y área para fumar), para la mejor orientación del cliente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Efectuando controles y supervisiones en el área de cocina, esto para evitar el retraso en la entrega de pedidos. • Instalación de ventiladores, cámaras de seguridad y wifi, Ubicar los rótulos de parqueo y de fumar para tener un mayor orden en el restaurante y una mejor orientación y comodidad al cliente. • . Mejorar la fachada del restaurante para que los clientes 	<ul style="list-style-type: none"> • Jefa de cocina. • Gerente General. • Gerente Administrativo. • Gerente general. 	<ul style="list-style-type: none"> • Optimizar la calidad del servicio mediante controles internos. • Reducir el calor por medio de la instalación de ventiladores. • Evitar problemas entre clientes definiendo el área de parqueo y el área de fumar. • Dar a los clientes una mejor comodidad y seguridad 	<ul style="list-style-type: none"> • Medio • Alto • Alto • Alto • Medio 	<p>-----</p> <p>C\$2,598</p> <p>C\$ 280</p> <p>C\$ 2,750</p>
--	---	--	--	--	--	---

<ul style="list-style-type: none"> • Compra de recursos tecnológicos, (Cámara y WIFI). 	<ul style="list-style-type: none"> • Mejorar la fachada del restaurante la Bandeja, para la buena imagen del lugar. • Instalación de recursos tecnológicos (Cámaras y WIFI). 	<p>siempre tengan una buena imagen del local.</p>		<p>instalando cámaras de seguridad y wifi.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mejorar la fachada del local para que el local no tenga un mal aspecto. 		<p>C\$ 13,080</p> <p>C\$1,500</p>
<p>Promoción:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ejecución de estrategia promocional de cuadrículo 	<ul style="list-style-type: none"> • Crear estrategias promocional es para el Restaurante La Bandeja. • Dar a conocer la oferta de restaurante 	<ul style="list-style-type: none"> • Ejecutar promociones en temporadas bajas para atraer la atención de la clientela y clientes potenciales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Gerente General. 	<ul style="list-style-type: none"> • Aumentar la demanda en temporadas bajas con la realización de estrategias promociona 	<ul style="list-style-type: none"> • Medio • Alto. • Alto 	<p>C\$1,000</p> <p>C\$ 3,280</p>

Tabla 23 Desarrollo de Estrategias en base a las 4 P's

De acuerdo el cuadro de desarrollo de estrategias en base a las 4 P's se desarrollan las siguientes estrategias.

Producto:

- **Realizar la integración de nuevos postres y refrescos al menú.**

De la siguiente manera se procederá a realizar la estrategia de la diversificación del menú.

Para esta estrategia se planea la nueva búsqueda de proveedores para la compra de los siguientes postres.

Tabla 24 Estrategias Postres

Postres	Proveedores
Buñuelos Nica.	Comerciante de Niquinohomo Doña Mariela Guevara.
Pasteles de Chocolate, Fresa.	Price Smart
Sorbete de Ron con Pasas, Chocolate.	Empresa Esquimo

Fuente: Elaborado por el equipo de seminario

Pedidos de buñuelos, los cuales serán entregados los días lunes, miércoles, viernes y domingos en horario de 10 00 am.

La Estrategia de la diversificación de la línea de Producto de refresco es la siguiente:

Tabla 25 Estrategias de refrescos

Refrescos	Proveedor
Jugo de Piña	Sra. Mariela Guevara, comerciante de Niquinohomo
Linaza	

Fuente: Elaborado por estudiantes de seminario

Pedido de refrescos, los cuales serán entregados una vez a la semana en horario de 10 30 am

Precio:

- **Precios en comparación a la competencia en la integración de la línea de productos de postres y refrescos**

El precio es el valor monetario que le asigna al producto al momento de ofrecerlo o venderlo a los consumidores (Philip Kotler, 2008) .

El Restaurante la Bandeja aumentará nuevos agregados en líneas de postres ya existentes y refrescos con precios en comparación a la competencia, con el fin de aumentar nuevas líneas en productos y estas sean acogidas y conocidas por los consumidores y así diversificando el menú, y dándole una mayor opción al cliente a la hora de escoger su producto.

Tabla 26 Margen de ganancia de postres y refrescos

Producto	Proveedores		Precio de Compra por unidad	Margen de Ganancia	Precio de Venta por unidad.
Postres					
Buñuelos Nica	Sra. Mariela Guevara	3 buñuelos de buen tamaño.	C\$10	C\$ 20 (200%)	C\$30
Pasteles de chocolate, Fresa	Price Smart	Mediano (1 Libras)	C\$ 400 cada pastel, de este se sacarán 16 trozos con un valor de C\$ 25 cada pieza.	C\$15 (60%)	C\$40
Sorbete de Ron con Pasas, Chocolate Cerezas.	Empresa Esquimo Masaya) Pali Masaya	Galón Bolsa de cereza (Docena)	C\$220 cuesta el Galón C\$ 25 Cerezas, 25 copas se saca del galón, C\$9 cuesta cada	C\$ 36 (400%)	C\$ 45

			copa incluida la cereza.		
Refrescos					
Jugo de Piña	Sra. Mariela Guevara	Copa grande	C\$ 450 (Cuesta 5 galones), 40 copas salen del balde, C\$11.25 cada copa.	C\$ 1,350 por galones (300%) Cada copa se gana 33.75 córdobas.	C\$45
Linaza	Sra. Mariela Guevara	Copa grande	C\$ 450 (5 galones), 40 copas salen de los galones, C\$11.25 cada copa.	C\$ 1,350 por galones (300%) Cada copa se gana 33.75 córdobas.	C\$ 45

Elaborado por equipo de seminario

Plaza o Punto de Venta:

Hace referencia a las plazas o puntos de venta en donde el producto es ofrecido o vendido a los consumidores, así como a la forma en que es distribuido o trasladado hacia dichas plazas o puntos de venta.

Por lo tanto, se crearon estrategias para la mejora del Restaurante La Bandeja dentro de ellas se encuentran:

- **Calidad del servicio en atención al cliente, en el restaurante La Bandeja.**
 - ◆ Disminuir la regulación en grados de los exhibidores en tiempos establecidos, esto con el fin de agilizar el proceso de cocción de los pedidos, en horarios estimados de 11:00am a 05:00pm que son las horas de mayor afluencia.
 - ◆ Prestar una mejor atención a la lectura de pedidos, esto para evitar confusiones en los términos de cocción u otros servicios requerido.

- ◆ Efectuando una mejor y más rápida agilización en la entrega de pedidos, ver anexo 10.

- **Aumento de los ventiladores.**

Se comprarán dos ventiladores, los cuales se colocarán en puntos clave, para darle un ambiente más fresco al restaurante, dándole tanto comodidad como un ambiente más agradable.

Por lo cual se realizaron cotizaciones para poder seleccionar un producto favorable, pero a la vez de calidad, incluyendo dentro de las cotizaciones las siguientes empresas: Price Smart con un precio por unidad de C\$ 2,300 y la Curacao que es el proveedor elegido para la compra de los ventiladores marca mastertech modelo MTC5631AW, color blanco de 5 velocidades cantidad de aspa 3 tipo de interruptor control de pared tamaño de diámetro (Plg) 56" con un año de garantía.

Ilustración 5 Estrategia de Ventilador



Se realizó la siguiente amortización en recuperación de la inversión en el tiempo.

$$\text{Cuota de amortización} = \frac{10\% \times 1,299}{10} = 129.9$$

10

Tabla 27 Amortización ventilador de techos

Ventilador de techo

<i>Años de vida útil</i>	Cuota Anual de amortización amortizado	Amortización Acumulada	Valor pendiente
1	129.9	129.9	1169.1
2	129.9	259.8	1039.2
3	129.9	389.7	909.3
4	129.9	519.6	779.4
5	129.9	649.5	649.5
6	129.9	779.4	519.6
7	129.9	909.3	389.7
8	129.9	1039.2	259.8
9	129.9	1169.1	129.9
10	129.9	1299	0

Elaborado por equipo de seminario

- **Rotular las áreas de Parqueo y área para Fumar.**

Esta estrategia, consiste en dar hacer cuatro rótulos, dos para el área de parqueo y dos para ubicarlo dentro del restaurante, uno para el salón uno y el segundo para el salón número dos, todo para darle una mejor comodidad y orientación al cliente.



Ilustración 6 Estrategias de rótulos de aviso para Fumar



Ilustración 7 Estrategia de rótulos para parqueo

Se realizó una tabla de amortización para valorar la vida útil del artículo.

Tabla 28 Amortización de rótulos

Rótulos			
Años de vida útil	Cuota Anual de amortización amortizado	Amortización Acumulada	Valor pendiente
1	70	70	210
2	70	140	140
3	70	210	70
4	70	280	0

Elaborado por estudiante

- **Mejorar la infraestructura externa del local, (Fachada).**

Esta estrategia, consiste en pintar la fachada del restaurante la Bandeja, para darle una mejor imagen al lugar, resaltando su fachada, y así llamando la atención tanto del cliente real como los clientes potenciales.

Además del proveedor seleccionado, se cotizo en distintos distribuidores del mismo producto como pinturas Lanco con un precio de C\$ 1,130 cada cubeta y el galón a un precio de C\$544 y pinturas Corona la cubeta con precio de C\$ 4,000 , y el galón a C\$770 siendo la mejor opción pinturas protecto.

Tabla 29 Amortización de pinturas

Pinturas			
Años de vida útil	Cuota Anual de amortización amortizado	Amortización Acumulada	Valor pendiente
1	1000	1000	1000
2	1000	2000	0

Elaborado por equipo de seminario.

Se amortizo el producto seleccionado para saber la vida útil que este tendrá en el transcurso del tiempo.

Compra de recursos tecnológicos, (Cámara y WIFI).

Para darle una mayor seguridad al lugar y a los clientes del establecimiento, se colocarán cámaras web en el Restaurante la Bandeja, los cuales tendrán los costos siguientes.

Se cotizo en empresas distribuidoras del mismo producto, las cuales fueron Price Smart teniendo por unidad las cámaras a 237.25 con un total de las dos cámaras de 474.5, Light in the box otro proveedor que ofrece el producto a un costo por unidad de \$200, costo total \$400, habiendo seleccionado como proveedor a la empresa SEVASA en la compra de dos cámaras de vigilancia con marcas Q See IP QCN7001B Resolución 720p 30 FPS (1280X720) Resistente a la intemperie cámaras para uso interior y exterior Proporcionan hasta 100 pies de visión nocturna 30 Leds IR Sensor de Imagen 1/3" 1.3 MP Lente 6mm Vigilancia desde teléfono móvil, iPhone, BlackBerry y otros Smartphone con 6 meses de garantía.

Se realizó la siguiente amortización en recuperación de la inversión en el tiempo.

$$\text{Cuota de amortización} = \frac{14.3 \times 6,540}{100} = 934$$

Tabla 30 Amortización de cámaras de vigilancia

Cámara de Seguridad

<i>Años de vida útil</i>	Cuota anual de amortización	Amortización acumulada	Valor pendiente
1	C\$ 934	C\$934	C\$5604
2	C\$934	C\$1868	C\$4670
3	C\$934	C\$2802	C\$3736
4	C\$934	C\$3736	C\$2802
5	C\$934	C\$4670	C\$1868
6	C\$934	C\$5604	C\$934
7	C\$934	C\$6538	C\$0

Elaborado por Estudiante

También se contratará los servicios de internet para darle un mejor ambiente al lugar, y que las personas puedan revisar sus redes sociales, y a su vez posteen fotos del lugar, dándole publicidad al restaurante.

Para ofrecer el servicio de internet se cotizo IBW, el cual se tiene que adquirir el servicio de Telecable y este no es necesario en el restaurante por lo cual se descartó y la empresa claro ofreció un mejor servicio a menor precio con un valor de \$50 mensual.

Promoción:

Consiste en dar a conocer, informar, recordar la existencia del producto a los consumidores, así como persuadir, estimular y motivar su compra, consumo o uso.

❖ Ejecución de estrategia promocional.

Dentro de las estrategias promocionales para el restaurante La Bandeja se encuentran:

- Realizando descuentos en temporadas bajas en el mes de Septiembre los días martes y jueves descuentos en buñuelos en horarios de dos de la tarde a cinco de la tarde y descuentos en refrescos como jugo de piña, linaza los días sábados de una de la tarde a tres de la tarde.

Posteriormente en el mes de Septiembre se promocionará los días domingo por un consumo mínimo de C\$600 tendrá derecho 2 personas a una vuelta en un cuadracilos por la finca en horario de una de la tarde a tres de la tarde, el cliente que no pueda conducir recibirá ayuda por parte del encargado.

Las siguientes promociones serán publicadas por medio de las redes sociales correspondientes del restaurante.

Restaurante La Bandeja ofrece descuentos en sus siguientes productos

Buñuelos

Jugo de Piña

Refresco de Linaza

Ilustración 8 Oferta de buñuelos

Solo Restaurante La Bandeja te consiente, por consumir la cantidad de por lo mínimo C\$ 600 dos personas por mesa tendrán el derecho de dar una vuelta en cuadracíclos por las instalaciones del Restaurante admirando la flora y fauna que posee este bello lugar.



Los Esperamos!!!



Ilustración 9 Estrategias de promoción en cuadraciclo

Ilustración 10 Estrategia de promoción



Crear estrategias publicitarias para el Restaurante La Bandeja.

Realizando estrategias adecuadas para dar a conocer el lugar ya sea por medio de comunicación como lo es:

- La Radio.
- Televisión.

Por consiguiente, se reflejará el siguiente cuadro con el objetivo de Realizar esfuerzos publicitarios para persuadir al cliente real del restaurante La Bandeja, convenciéndolo de que el servicio ofertado en La Bandeja es el mejor de la ciudad de Niquinohomo, departamento de Masaya.

Elección de Medios

Mensaje:

El mensaje que se pretende publicitar deberá ser codificado según el lenguaje del receptor, para facilitar el proceso de codificación.

Se deberá hacer especial énfasis en las actividades que este tipo de target prefiere realizar, por tanto, el mensaje que se comunicará, será el siguiente.

Tabla 31 Medios de publicidad

Medio	Localización	Impacto esperado	Frecuencia	Veces a repetir	Costo Unitario
Radio	Estéreo sur 10.6 FM, en los siguientes programas. Mañana: Cronometro Musical Al medio día: Música del recuerdo. Tardes: Músicas variadas Noche: Estrella del deporte	Es la radio más escuchada a nivel de Carazo, Masaya y sintonizada en la IV Región considerando que se transmitirá la cuña radial en los programas que tienen mayor rating, con el objetivo de que la información llegue a todo el público blanco, incrementando de esta forma la	4 Veces al día por un mes Seria 120 pautaciones	De lunes a viernes por la mañana, al medio día y en la tarde. 2 días de bonificación Sábado y Domingo.	C\$ 33.33Por día

		cartera de clientes por ende la demanda y el posicionamiento de mercado.			
televisivo	Canal 28(+TV) Masaya-Carazo de la señal de Telecable.	Al utilizar como medio de comunicación el canal 28 (+ TV.) La información que se brindara a través del anuncio publicitario podrá llegar a los municipios del departamento de Masaya, por lo que el taller el restaurante La Bandeja captaría mayor cantidad de clientes potenciales lo cual incrementaría su cartera de clientes y por ende generaría mayor rentabilidad al negocio.	Una vez al día por un mes	De lunes a viernes por la tarde.	C\$ 400.00 Diario. C\$ 2,000.00 Semanal.

Para ver Spot publicitario radial y televisivo ver anexo 11.

Con esto se pretende:

- Aumentar la cartera de clientes actual.

- Incrementar el margen de utilidades al final de cada periodo de operaciones
- Aumentar los volúmenes de ventas del restaurante.
- Ganar más participación de mercado.
- Reducir la participación de mercado de la competencia.
- Mejorar su posición competitiva en el segmento de mercado atendido.

➤ **Diseño de un Slogan que identifique a restaurante la Bandeja.**


Creación de un slogan atractivo para atraer a los clientes, por el cual ellos se sientan cómodos con el trato que restaurante ofrece.



Ilustración 11 Slogan de restaurante La Bandeja

4.3.4 Diseño de la Oferta de Servicio

4.3.4.1 Ficha técnica de costo de cada producto

Ficha Técnica de Producto Terminado															
Nombre del Producto	Pescado a la Bandeja														
Descripción del Producto	Preparación que consiste en un pescado de Tilapia en salsa de tomate el cual es primeramente despinado y luego procesado para ser servido														
Lugar de Elaboración	Producto elaborado en el área de cocina ubicada en el restaurante La Bandeja. Km 53 ½ carretera Masatepe las Esquina. Temperatura promedio. Teléfono de Contacto, 2558-0750.														
Composición Nutricional	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td>Proteína</td> <td style="text-align: right;">18.4-20.8</td> </tr> <tr> <td>Grasa total</td> <td style="text-align: right;">2.2-4.5</td> </tr> <tr> <td>Fosforo</td> <td style="text-align: right;">191-285</td> </tr> <tr> <td>Calcio</td> <td style="text-align: right;">15-33</td> </tr> <tr> <td>Hierro</td> <td style="text-align: right;">1-3</td> </tr> <tr> <td>Fibra</td> <td style="text-align: right;">5</td> </tr> <tr> <td>Carbohidratos</td> <td style="text-align: right;">40</td> </tr> </table>	Proteína	18.4-20.8	Grasa total	2.2-4.5	Fosforo	191-285	Calcio	15-33	Hierro	1-3	Fibra	5	Carbohidratos	40
Proteína	18.4-20.8														
Grasa total	2.2-4.5														
Fosforo	191-285														
Calcio	15-33														
Hierro	1-3														
Fibra	5														
Carbohidratos	40														
Presentación y Empaque comercial.	250 gr														
Característica Organolépticas															



Requisitos Mínimos y normatividad	Norma sanitaria de preparación de alimentos	
Tipo de Conservación	Refrigeración	Temperatura de 0 a 4 grados centígrados.
Consideraciones para el almacenamiento.	Mantener y conservar la cadena de frío de 0c a 5´C	
Formulación	Materia Prima Insumo	Porcentaje (%)
	1 Pescado Tilapia	1 1/2 Lb
	Insumos para el adobo del pescado	Porcentaje (%)
	Insumos para el Marinado	
	Pimienta	2 gr
	Salsa Inglesa	5 ml
	Orégano	2 gr
	Cajun	2 gr
	Vinagre	5ml
	Apio	4 gr
	Cebolla	50 gr
	Chiltoma	3 gr
	Sal	2 gr
	Agua	250 ml
	Azúcar	4 gr
	Ajo	3 gr
	Aditivo y/o Insumo	Porcentaje (%)
	Pescado	1 ½ Lb
	Agua	1,000ml
	Limón	10 ml
	Tomate	80 gr
	Cebolla	50 gr
	Chiltoma	4 gr
	Sobre consomé de mariscos	1
	Sal	3 gr
	Pimienta	2 gr
	Salsa inglesa	2 onza
Ingredientes de la Salsa		
Guarnición	Salsa de tomate	4 Onzas
	Cebolla	50 gr
	Tomate	80 gr
	papa	½ libra
	Tostón	6 gr

	Tortilla	2 gr
	Arroz	153.4 gr

Valor sugerido por presentación	C\$ 270
Vida útil estimada	Máximo 1 día
Instrucciones de consumo	Una vez preparado el plato consumirlo

Tabla 32 Fichas Técnica de Costo del producto.

INSUMOS PARA EL MARINADO	Cantidad en unidades	Costo por unidades	Cantidad en porciones	Costo por porciones
Pimienta	10 gr	C\$ 7	2 gr	C\$ 1.4
Salsa inglesa	700 ml	C\$ 95	5 ml	C\$ 0.67
Orégano	160 gr	C\$ 186	2 gr	C\$ 2.325
Cajun	5 gr	C\$ 8	2 gr	C\$ 3.2
Vinagre	1000 ml	C\$ 24	5 ml	C\$ 0.12
Apio	500 gr	C\$ 20	4 gr	C\$ 0.16
Cebolla	120 gr	C\$ 23 lb	50 gr	C\$ 9.58
Chiltoma	40 gr	C\$ 4	3 gr	C\$ 0.3
Sal	454 gr	C\$ 6	2 gr	C\$ 0.02
Agua	750 ml	C\$ 12	250 ml	C\$ 4
Azúcar	454 gr	C\$ 15	4 gr	C\$ 0.13
Ajo	8 gr	C\$ 7	3 gr	C\$ 2.62
ADITIVO INSUMOS	Y/O			
Pescado	1 ½ lb	C\$ 40	1 ½ lb	C\$ 60
Agua	750 ml	C\$ 12	250 ml	C\$ 4
Limón	30 ml	C\$ 4	10 ml	C\$ 1.33
Tomate	50 gr	C\$ 5.50	30 gr	C\$ 3.3
Cebolla	120 gr	C\$ 23 lb	50 gr	C\$ 9.58
Chiltoma	40 gr	C\$ 4	3 gr	C\$ 0.3
Sobre consomé de mariscos	88 gr	C\$ 9	8 gr	C\$ 0.81
Sal	454 gr	C\$ 6	3 gr	C\$ 0.02
Pimienta	10 gr	C\$ 7	2 gr	C\$ 1.4

Salsa inglesa	700 ml	C\$ 95	5 ml	C\$ 0.67
INGREDIENTES DE LA SALSA DE TOMATE				
Salsa de tomate	400 gr	C\$ 22	6 gr	C\$ 0.33
Cebolla	120 gr	C\$ 23 lb	50 gr	C\$ 9.58
Tomate	50 gr	C\$ 5.50	30 gr	C\$ 3.3
GUARNICION				
Arroz	800 gr	C\$ 15	153.4 gr	C\$ 2.87
Papa	297 gr	C\$ 50	25 gr	C\$ 4.20
Tostón	150 gr	C\$ 4	8 gr	C\$ 0.21
Tortilla	3 gr	C\$ 2	3 gr	C\$ 2
TOTAL		C\$ 616		C\$128.78

Tabla 33 costo de plato

Para la obtención de los resultados en la ficha de costo del plato Pescado a la Bandeja, fue necesario agregar los ingredientes por unidad, ya sean en gramos o en mililitros en sus tamaños correspondientes, con los precios establecidos en el mercado, de tal modo que se logró adquirir las cantidades por porciones de un plato, siendo esto necesario para la realización de una regla de tres, la cual arrojará los costos por porciones, esto para saber la diferencia de costo por porción de la de costo por unidad.

Regla de Tres

ejemplo Sal

$$\frac{2 \text{ gr} * \text{C\$ } 6}{454 \text{ gr}} = \text{C\$ } 0.02$$

454 gr

Flujograma de Proceso de preparación de pescado a La Bandeja.

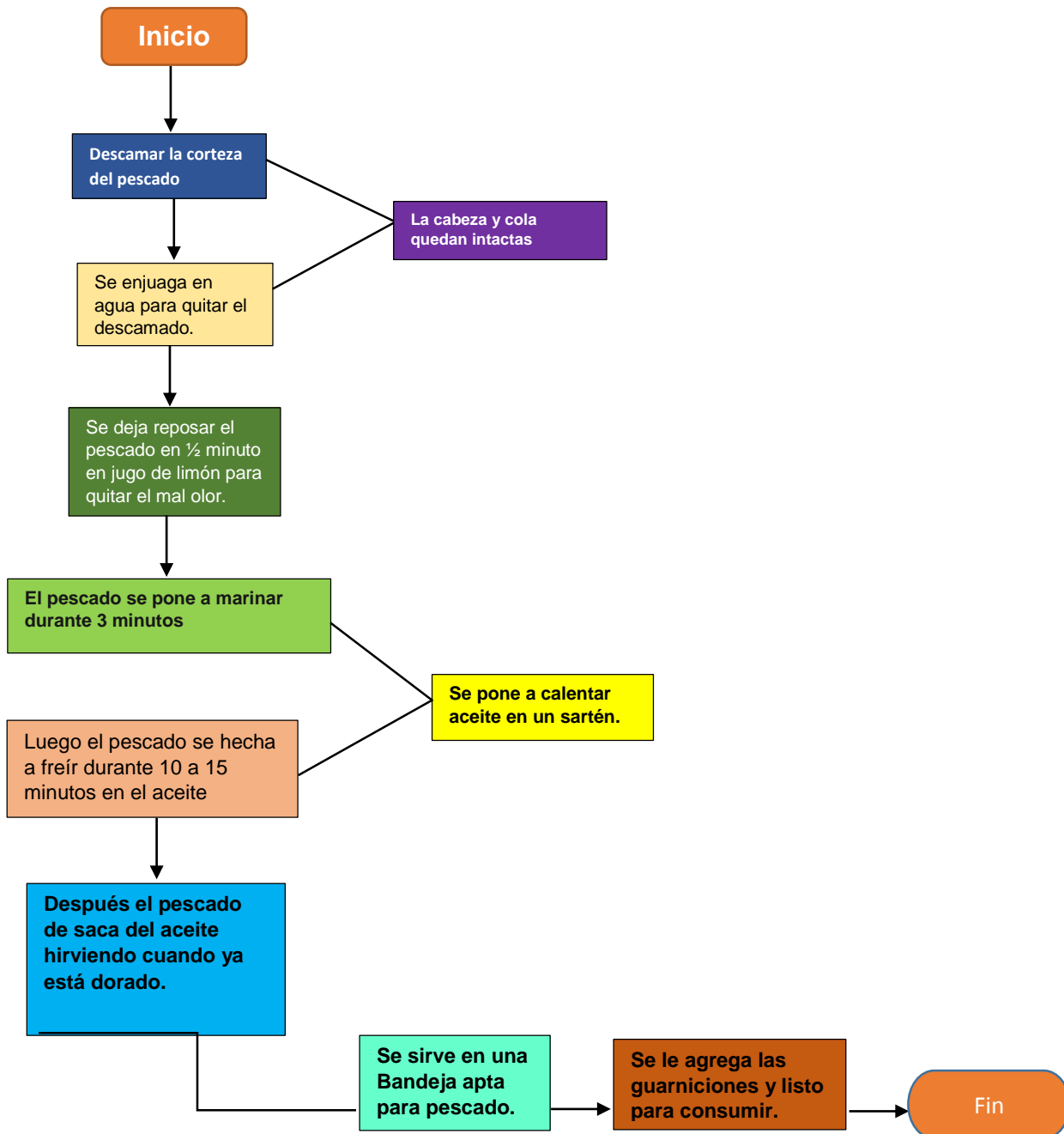


Ilustración 12 Flujograma de proceso de elaboración de plato

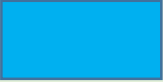
PREPARACION DEL PLATO	
	Inicio y fin del proceso
	Descamar la corteza del pescado.
	La cabeza y cola quedan intactas.
	Se enjuaga en agua para quitar el descamado.
	Se deja reposar el pescado en $\frac{1}{2}$ minuto en jugo de limón para quitar el mal olor.
	El aceite se calienta mientras el pescado está en reposo.
	El pescado se pone a marinar durante tres minutos.
	Luego el pescado se hecha a freír en el aceite caliente durante diez a quince minutos.
	El pescado se saca del aceite hirviendo cuando ya está dorado.
	Se sirve en una Bandeja apta para pescado.
	Se le agrega las guarniciones y listo para consumir.

Tabla 34 Simbología ANSI para el proceso de plato

4.3.5 Plan de Costo de la Propuesta de Mercadeo para el Restaurante La Bandeja en el segundo semestre 2016.

El siguiente plan de costo de las propuestas de mercadeo, tiene como objetivo determinar los costos de las propuestas de estrategias de mercado en Restaurante La Bandeja durante el segundo semestre dos mil dieciséis.

Conceptos según Estrategias	Costo Mensual	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Diversificación del menú								
Postres								
❖ Buñuelos Nica	C\$400	C\$400	C\$400	C\$400	C\$400	C\$400	C\$400	C\$ 2,400
❖ Pasteles:								
• Chocolate								
• Fresa	C\$ 1,600	C\$ 1,600	C\$ 1,600	C\$ 1,600	C\$ 1,600	C\$ 1,600	C\$ 1,600	C\$ 9,600
❖ Sorbete:								
• Ron con pasas y Chocolate	C\$490	C\$490	C\$490	C\$490	C\$490	C\$490	C\$490	C\$ 2,940
• Refrescos	C\$		C\$	C\$	C\$	C\$	C\$	C\$ 10,800

• Descuento	C\$3,280	---	---	C\$3,280	---	---	---	
• Promoción de venta.				C\$1,000				C\$ 1,000
• Publicidad en radio y Tv.	C\$1,000	---	---		---	---	---	
	C\$9,000	---	---	---	---	---	C\$9,000	C\$9,000
• Diseño de un Slogan.								
	C\$180	---	---	---	---	C\$ 180		C\$ 180

Costo Total								C\$ 81,255

Tabla 35 Plan de Costo.

En las siguientes tablas se detallan la información de cada estrategia a la hora de la elaboración de los costos.

Producto (incluye fijación de precio comparada con la competencia)

➤ **Diversificación del menú**

Costo Mensual:

◆ **Buñuelos:**

$C\$ 10 \times 10 \text{ servicios} = C\$ 100$

$10 \text{ servicios} \times 4 \text{ semanas} = 40 \text{ servicios al mes}$

$40 \text{ servicios} \times C\$10 = C400$

Cada servicio tiene un valor de C\$ 10 en la semana se venden 10 servicios y al mes se venden 40 servicios que equivalen a 4 semanas x 10 servicios = 40 servicios mensuales con un costo mensual de C\$400, dicho costo se obtiene al multiplicar los 40 servicios mensuales por el costo de cada servicio que en este caso equivale a c\$10.

◆ **Pasteles:**

$C\$ 400 / 16 \text{ trozos de pasteles} = C\25

$4 \text{ Pasteles} \times 16 \text{ trozos} = 64 \text{ trozos}$

$4 \text{ pasteles} \times C\$400 = C\$1,600 \text{ mensual}$

$64 \text{ trozos mensual} \times C\$25 = C\$1,600 \text{ mensual.}$

Cada pastel cuesta C\$400 del cual se le saca 16 trozos y cada trozo cuesta C\$25 al mes, se compran 4 pasteles equivalentes a 64 trozos, con un costo mensual de C\$1,600 por los 4 pasteles (54 trozos).

◆ **Refrescos:**

5 galones equivalen a un balde de fresco

1. Jugo de piña= C\$450 (5 galones) x 1 a la semana =C\$450

C\$ 450x 4 (5 galones) al mes = C\$ 1,800

2. Linaza=C\$ 450 (5 galones) x 1 a la semana=C\$450

C\$ 450 x 4 (5 galones) al mes C\$1,800

Por cada sabor (Linaza y Piña) al mes se compran 4 (galones), ya que a la semana se compran un (5 galones) con un costo mensual de C\$ 1,800 por cada sabor (Linaza y piña).

◆ **Esquimo:**

Un galón de esquimo=220/ 25 copas= C\$ 8.8

Cereza (Decoración) cuesta 0.21 c/u

Costo de copa con cereza =C\$8.8 +C\$ 0.21= C\$ 9.01

Precio de venta= C\$45 con un margen de ganancia del 400%, ya que cada copa con cereza cuesta C\$8.8).

Se comprará 2 galones de esquimo con la bolsita de cereza para adorno de este mismo y esto al mes sumará la cantidad de C\$490 mensual.

Plaza

◆ **Aumento de ventiladores**

Cantidad	Producto	Proveedores	Costo por unidad	Costo total
2	Ventiladores de Techo.	La Curacao	C\$ 1,299	C\$ 2,598

Tabla 36 Ficha de costo de ventiladores

Tabla 37 Ficha de rótulos

◆ **Rotular las áreas de parqueo y área para fumar**

Cantidad	Productos	Proveedores	Costo por unidad	Costo Total
4	Rótulos	Imprenta María Auxiliadora. Prop. Wilmor Uzaga	C\$ 70	C\$ 280

◆ **Mejorar la infraestructura externa del local (fachada)**

◆ Cantidad	Producto	Proveedores	Costo por unidad
2	Cubeta de Pintura Color Salmón	Pinturas Protecto	C\$ 2,000
1	Galón de pintura color Blanco.	Pintura Protecto	C\$ 350
Mano de Obra		Juan Calero	C\$ 400
Total			C\$ 2,750

Tabla 38 Ficha de costo Fachada.

◆ **Compra de recursos tecnológicos (Cámara, WIFI)**

Cantidad	Producto	Proveedores	Precio unitario	Costo total
2	Cámara de vigilancia.	Empresa de recursos tecnológico SEVASA	\$ 218 (C\$ 6,540)	\$436 (C\$13,080)

Tabla 39 costo de cámaras de vigilancia

Empresa	Precio Mensual
Claro	\$ 50

Tabla 40 Costos de contrato de internet

Promoción

◆ **Descuentos en postres como buñuelos y refrescos de piña y linaza**

Descuento de postre de buñuelos.

3 buñuelos tienen un costo de C\$10 lo cual el precio de venta es igual a C\$ 30 realizando un descuento del 33%= C\$10

Para determinar el precio de venta con descuento se resta el descuento equivalente a C\$10 menos el precio de venta sin descuento C\$ 30, obteniendo el precio de venta con el descuento del 33% igual a C\$ 20

Precio de venta con descuento que equivale a C\$20 x 40 servicios mensuales de buñuelos= C\$800

Precio de venta sin descuento que equivale a C\$ 30x 40 servicios mensuales de buñuelos= C\$1,200

C\$1,200 ganancia sin descuento –C\$ 800 ganancia con descuento en el servicio de buñuelos= C\$400 esto equivale al costo del descuento realizado por los 40 servicios.

Descuento en refresco de piña y linaza.

Un Balde de refresco (linaza o piña), tiene un costo de C\$ 450 de cada balde salen 40 copas con un costo unitario por cada copa de C\$ 11.25 a dicho costo unitario se le aplica un margen de ganancia del 300% equivalente a C\$ 33.75 por cada copa, con un precio de venta de C\$ 45, en donde a dicho precio de venta se le aplicara un descuento del 20% equivalente a C\$ 9.

Por lo tanto: 40 copas x 4 baldes mensuales = 160 copas mensuales.

160 copas mensuales x precio de venta sin descuento C\$ 45 = 7,200

160 copas mensuales x precio de venta con descuento C\$ 36 = 5,760

En donde el costo del descuento equivale a C\$ 1,440, esto se obtiene mediante la resta del total de ganancias sin descuento (7,200) menos el total de ganancias con descuento (5,760).

♦ **Vuelta en cuadríciclo por consumo de C\$ 600 como mínimo.**

Se le pagará a un encargado en publicar la promoción que tiene la Bandeja y a su vez será el encargado del que no pueda manejar el cuadríciclo él lo conduzca con la otra persona, también se recargará C\$400 en gasolina al mes al cuadríciclo para que siempre mantenga el tanque lleno.

	Costo Unitario	Costo mensual
Encargado	C\$300	C\$ 600
Cuadríciclo	C\$100	C\$ 400
Costo total al mes	C\$ 1,000	

Tabla 41 Costo por promoción

◆ Plan Publicitario

Cantidad	Descripción	Unidades de Medidas	de	Costo unitario	Costo total Mensual
1	Diseño y edición de un spot publicitario: Radio Stereo Sur	Duración	50	C\$ 33.3	C\$ 1000
		segundo			
1	Diseño y edición de un spot publicitario: Tv, +TV canal 28.	Duración	50	C\$ 400	C\$ 8000
		segundo			
Costo total	C\$9,000				

Tabla 42 Presupuesto de publicidad

◆ Creación de un Slogan

Proveedor	Costo del diseño del Slogan
Imprenta Santiago	C\$180

Tabla 43 Costo de diseño de un Slogan

4.3.6 Mecanismos de control

La esencia del control reside en la verificación de si la actividad controlada está alcanzando o no los resultados deseados, Cuando se habla de resultados deseado se parte del principio de que estos resultados estaban previstos y requieren ser controlados (Chiavenato, Administracion , 2001).

La siguiente tabla de mecanismo de control se realizó con el objetivo de darle un seguimiento a las propuestas de estrategias, durante el segundo semestre 2016.

Los mecanismos de control a implementar para mantener la calidad en el Servicio serán los siguientes:

Estrategias	Áreas	Responsable	Verificación de medios	de Acción	Mes	Tiempo	Horas
Calidad del servicio en atención al cliente, en el restaurante La Bandeja.	Área de cocina	Jefa de cocina	<ul style="list-style-type: none"> Control Supervisión 	Mediante controles estandarizados y supervisión a nivel del área de cocina.	II Semestre del año 2016	24 semanas	6 horas por día
Diversificación del menú (Refrescos y Postres)	Áreas de Alimentos y Bebidas	Gerente General	<ul style="list-style-type: none"> Facturas de compra del producto. Contratos comerciales de compraventa. 	Mediante cotizaciones para seleccionar el proveedor más factible siempre y cuando con productos de calidad.	Diciembre	1Semana	5 horas por día y 20 horas a la semana

Aumento de ventiladores	Área de Salones	Gerente General	<ul style="list-style-type: none"> • Proformas previas a la compra. • Facturas. • Garantía. 	Por medio de cotizaciones realizadas en las diferentes empresas, realizando la compra del producto.	Noviembre	1 día de cotizaciones 1 día de compra e instalación Que da un total de 2 Días.	2 hrs de cotizaciones y 3 hrs de compra e instalación que dan un total de 5 Horas
Rotulación de áreas para parqueo y áreas para fumar	Área de Parqueo y Salón #1	Gerente Administrativo	<ul style="list-style-type: none"> • Proformas previas a la compra. • Facturas de compra. 	Cotización con diferentes proveedores, previo a la compra de los rótulos.	Noviembre	1 día de cotización y 1 día de instalación sumando un total de 2 Días.	2 hrs de cotizaciones y 1 hr de instalación que suman un total de 3 horas.
Mejorar la infraestructura externa del local, (Fachada).	Área externa del Restaurante	Gerente General	<ul style="list-style-type: none"> • Cotizaciones previas a la compra. • Facturas de compra. 	Cotizar los diferentes posibles proveedores, para seleccionar el más indicado.	Diciembre	1 día la compra de los materiales a utilizar y contratación de la mano de obra y 2 días para pintar la fachada,	2 horas de cotización previo a la compra, 40 minutos de compra ,8 hora de mano de

						logrando sumar un total de 3 Días.	obra por día el cual la obra se llevará a cabo en 2 días que son 16 horas que da un total de 18 Horas con 40 minutos.
Instalación de recursos tecnológicos (cámaras y wifi)	Área de salón 1 y salón 2	Gerente General	<ul style="list-style-type: none"> • Proforma previa a la compra. • Facturas. • Contrato. 	Compra y contratación de los recursos tecnológicos (Cámaras y Wifi).	Noviembre	1 Día	2 horas de cotización y 1 hora de instalación del equipo lo que da un total de 3 Horas

Promoción en cuadrículo por consumo de C\$ 600 como mínimo.	Área de Promoción	Gerente General	<ul style="list-style-type: none"> • Cotizaciones. • Facturas por anuncios radiales. 	Por medio de persuasión al cliente de adquirir el servicio en el momento promocionado	Diciembre	2 Días	Duración 3 horas al día, 2 veces al mes con un total de 6 horas
Descuentos en postres y refrescos.	Alimentos y Bebidas.	Gerente General.	<ul style="list-style-type: none"> • Promociones • Facturas 	En temporadas bajas, para atraer clientela	Noviembre	3 Días	Los buñuelos estarán promocionados los días martes y jueves en horario de 2 a 5 pm y los refrescos los días sábados de 1 a 3 pm con un total de 5 horas.

<p>Crear estrategias publicitarias para restaurante La Bandeja.</p>	<p>Área de Publicidad</p>	<p>Gerente General</p>	<p>Se cotizo en diferentes medios radiales y televisivos para el efecto de las promociones.</p>	<p>Contratación de anuncio radial y televisivo, mediante spot publicitario.</p>	<p>Diciembre</p>	<p>30 días</p>	<p>Cada spot publicitario tiene una duración de 20 segundo lo cual se transmitirá 3 veces al día que da un total de 60 segundos, por los 30 días que se transmitirá da un total de 1,800 segundos, por 60 seg que comprende un minuto, dando un total de 30 minutos</p>
---	---------------------------	------------------------	---	---	------------------	----------------	---

Diseño de un slogan que identifique el restaurante La Bandeja	Área de Publicidad	Gerente General	<ul style="list-style-type: none"> Cotizaciones previas al diseño del slogan. 	Diseño de un Slogan, para la identificación del lugar.	Noviembre	1 Día	5 horas
---	--------------------	-----------------	--	--	-----------	-------	---------

Tabla 44 Mecanismo de control

Flujograma de mecanismo de control

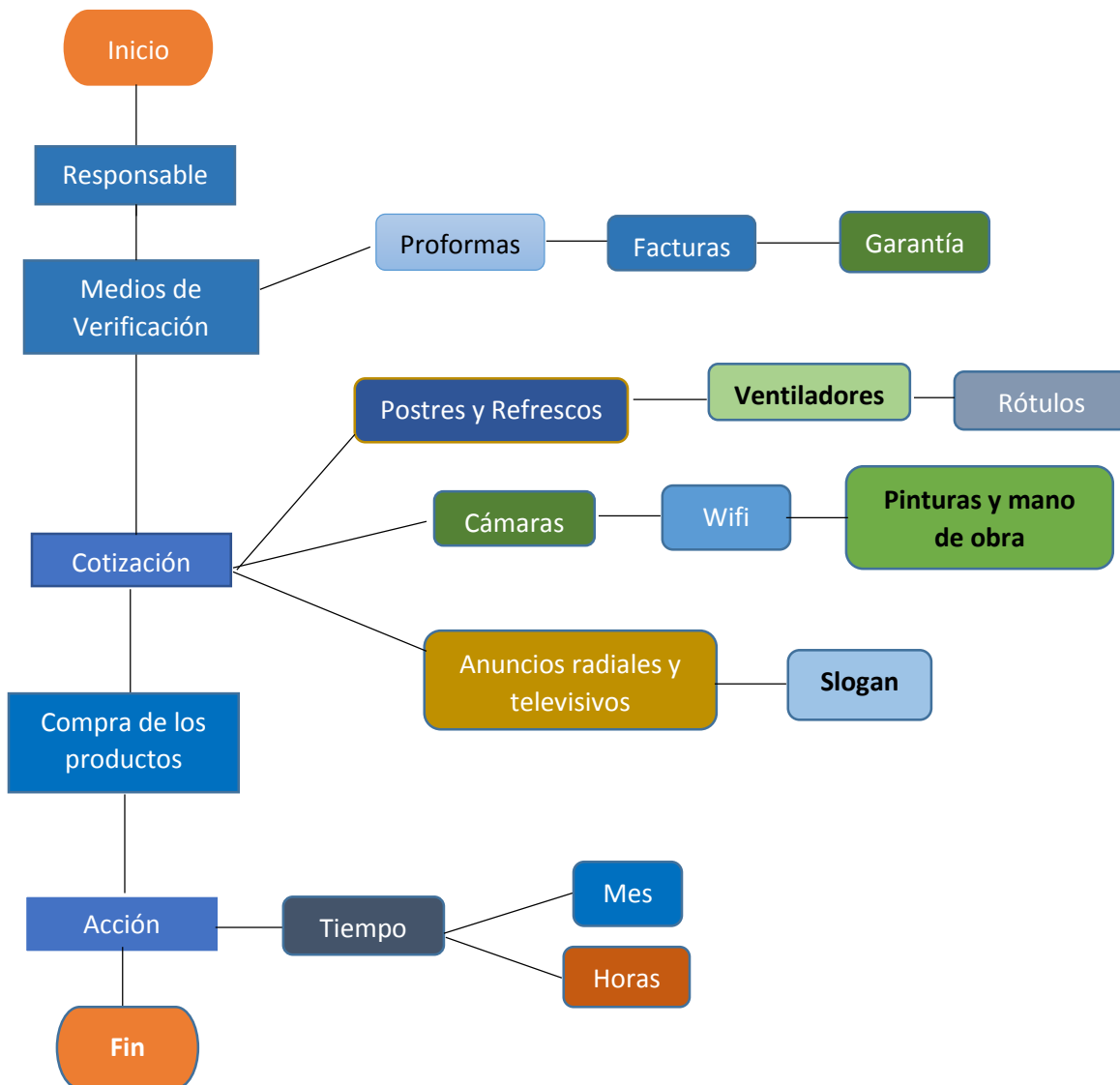


Ilustración 13 flujograma del mecanismo de control

6 Conclusiones

El sector gastronómico se encuentra en un momento de gran desarrollo, los restaurantes cada vez toman más fuerza como punto de encuentro social y de negocio; esta es una de las razones por las cuales la competencia del sector es muy alta, no solo porque existe un gran número de restaurantes, sino que la mayoría de estos brindan gran variedad, calidad y servicio a sus clientes.

A continuación, se presenta la conclusión del trabajo investigativo realizado por estudiantes de Administración Turística y Hotelera, durante el segundo semestre del año dos mil dieciséis.

Se logró describir paso a paso las generalidades del restaurante La Bandeja, esto con el fin de conocer detalladamente sus datos generales, razón social, antecedentes, valores, políticas, estructura organizativa e incluyeron todas las áreas, específicamente el área de alimentos y bebidas, lo cual lo identifica y caracteriza de la competencia.

Para ello fue necesario aplicar instrumentos en los que arrojaron los datos necesarios para la elaboración del análisis FODA y casa de la calidad en el servicio que ofrece el restaurante, y de esta manera se brindó soluciones rápidas y efectivas para lograr la satisfacción del cliente mediante estrategias.

Además de esto el restaurante se encuentra en una etapa de incremento, por lo que es necesario contar con estrategias que le permitan darse a conocer y posicionarse como un restaurante líder en el mercado de comida a la carta. Los resultados del estudio de mercados permitieron observar que el restaurante debe concentrarse en dos variables de la mezcla de mercadeo, las cuales son producto y promoción, y se debe tener en cuenta implementar estrategias como: rediseñar la carta, aprovechar las tendencias del sector, fortalecer el servicio; actualizar sitio web del restaurante, incrementar presencia en redes sociales, crear estrategias promocionales, e implementar plan de fidelización.

El estudio de mercado permitió afirmar que el restaurante debe continuar ofreciéndole al cliente la calidad en los productos que ofrece actualmente. Los clientes valoran y reconocen la calidad como una de las mayores fortalezas.

7 Recomendaciones

Después de haber realizado el estudio investigativo en el Restaurante La Bandeja en el área de alimentos y Bebidas, el equipo de trabajo presenta las siguientes recomendaciones:

Corto Plazo:

- Continuar la diversificación de productos en la línea de postres y refrescos.
- Después de los resultados que proporcionaron las herramientas aplicadas en el estudio, darle un constante seguimiento a la mejora en la aplicación de las estrategias para de esta manera brindar satisfactoriamente un servicio de calidad.
- Contratación de los servicios de asesoría de un profesional en mercadeo.
- Aplicar fichas técnicas y de costos en los platos para una mejor organización y de esta manera logrando el cumplimiento de lo planeado.
- Destinar los costos de inversión de cada estrategia a mediano y largo plazo.

Largo Plazo:

Se sugiere al propietario del Restaurante la Bandeja el seguimiento de las estrategias a largo plazo, para poder mejorar la calidad del servicio:

- Brindar cursos intensivos del Idioma Inglés hacia los meseros del Restaurante
- Invertir en herramientas de cocinas
- Invertir en nuevas actividades recreativas, (Piscina).

- Integrar un Quiosco a la par de las instalaciones del Restaurante La Bandeja, donde se ofrezcan productos propios de la finca y de los vendedores que lo visitan.
- Aprovechar los convenios con INTUR para capacitar al personal en atención al cliente

Estas sugerencias se basan en los resultados arrojados por las encuestas aplicadas a los clientes reales de dicho restaurante.

8 Bibliografía

Best, J. J. (2007). *Marketing estrategico*. madrid: Pearson Educacion.

Blanco, J. L. (2006). *Administración de la Calidad*. México D. F: Donna C. S. Summers.

Chiavenato, I. (2001). *Administración*. Bogotá S.A: Mc Graw Hill.

Chiavenato, I. (2000). *Administracion* . Mexico: McGraw Hill.

David, F. R. (2013). *Administración estratégica*. México: PEARSON EDUCACION.

Etcheverry, R. E. (2006). *Dirección estrategica de marketing*. Asuncion Paraguay: Mc Graw Hill.

fisher, W. P. (s.f.). *Marketing creativo ara el servicio de comidas*.

Hernández, Rodríguez, & Sergio. (2011). *Fundamentos de Gestión empresarial enfoque basado en competencia*. México: Mc Grall- Hill.

Lovelock, Christopher, & Wirtz. (2015). *Marketing de Servicios personal de tecnología y estrategias*. México: Pearson educación .

Maseda, A. P. (1999). *Gestión de la calidad*. Mexico: Alfa Omega.

Philip Kotler, G. A. (2008). *Fundamentos del marketing*. México: Pearson, pretince Hall.

Thomas rusell, W. I. (2005). *publicidad*. mx: pearson.

Valiñas, R. F. (2012). *Segmentación de mercado*. México: Thompson learning .

Anexo 2 Visita a restaurante la Bandeja

Salón 1



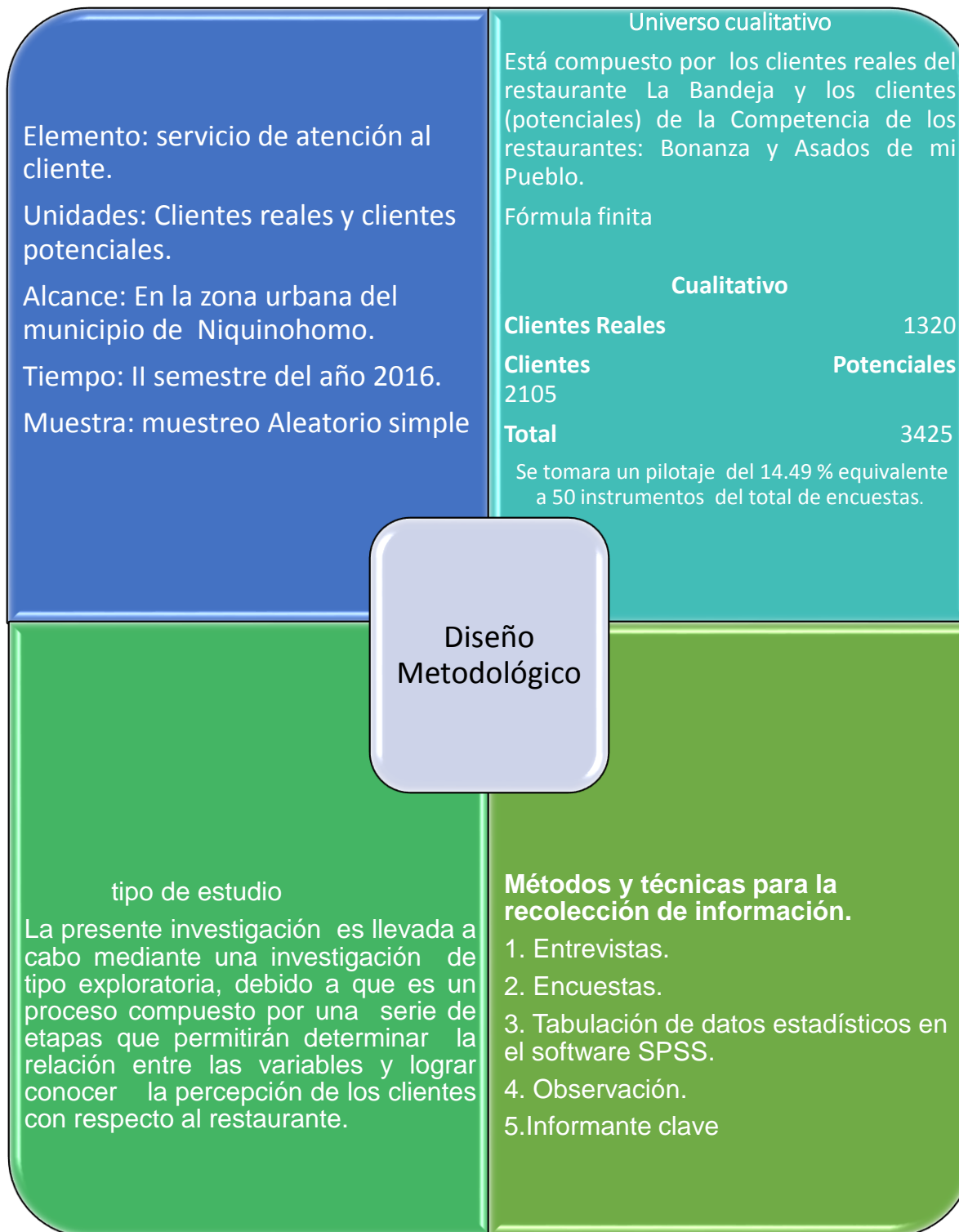
Área Multifuncional



Salón 2



Anexo 3 Matriz del Diseño Metodológico





**Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua
UNAN-Managua
Facultad Regional Multidisciplinaria de Carazo.
FAREM-Carazo**



Entrevista dirigida al Propietario del Restaurante La Bandeja.

Objetivo: Recolectar información necesaria del Restaurante La Bandeja y su vez para la realización de la Misión y visión de dicho restaurante, durante el 2 semestre 2016.

LE AGRADECEMOS DE ANTEMANO SU PARTICIPACIÓN Y EL TIEMPO REQUERIDO AL CONTESTARNO LA SIGUIENTE ENTREVISTA.

1. ¿Cuándo inicio operaciones Restaurante la Bandeja?
2. ¿Qué lo motivo a abrir un restaurante y por qué en el municipio de Niquinohomo?
3. ¿Con cuanto personal y materiales inició restaurante la Bandeja?
4. ¿Cómo está distribuido actualmente restaurante La Bandeja?
5. ¿Con cuanto personal cuenta actualmente restaurante la Bandeja?
6. ¿Restaurante la Bandeja cuenta con Misión, visión, valores y políticas?
7. ¿Puesto que no posee Misión y visión restaurante la Bandeja, Considera usted la siguiente propuesta de Misión y visión para tenerla dentro dicho restaurante?

“Agradecemos su colaboración”

Anexo 4 Entrevista al propietario de Restaurante la Bandeja



Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua
UNAN-Managua
Facultad Regional Multidisciplinaria de Carazo.
FAREM-Carazo



Encuesta dirigida a clientes reales.

Objetivo: Recolectar información necesaria para el análisis de la percepción de los clientes del Restaurante.

LES AGRADECEMOS DE ANTEMANO SU PARTICIPACIÓN Y EL TIEMPO REQUERIDO AL LLENAR LA ENCUESTA.

MARQUE CON UNA X EL ÍTEM QUE USTED CREA CONVENIENTE PARA SU RESPUESTA.

I. Aspecto Demográfico

1. Femenino Masculino

1) Edad

1. 21-30 _____

2. 31-40 _____

3. 41-50 _____

4. 51-60 _____

5. 61 a más _____

2) ¿Cuál es su ocupación?

3) Estudiante____ 2. Comerciante____ 3. Empleo Formal____ 4. Empresario____

5. Otros____

6. ¿De dónde nos visita? (Lugar de procedencia)

II. Aspectos relacionados con la frecuencia de demanda del servicio.

1) ¿Es primera vez que visita el restaurante?

1. Sí

2. No

(Si su respuesta es sí pase directamente a la pregunta Núm.4)

2) ¿Cuánto tiempo lleva utilizando el servicio que brinda el restaurante?

1. Menos de un mes _____ 4. Más de tres años_____

2. De tres a seis meses _____
3. Entre seis meses y un año _____

3) ¿Con qué frecuencia demanda el servicio de restaurante?

1. Diariamente _____ 2. Varias veces a la semana _____ 3. Varias veces al mes _____
4. Alguna vez a lo largo del año _____

4) ¿A través de que medio conoció el servicio de restaurante?

- I. Publicidad en la web _____ 2. Publicidad en Tv _____ 3. Publicidad en Radio _____
5. Prensa o revistas _____ 5. Amigos, colegas o contactos _____ 6. Otros especifique _____

III. Aspectos tangibles del servicio

Por favor valore los siguientes Atributos

Crterios	Deficiente	Regular	Bueno	Muy Bueno	Excelente
1. Profesionalidad del Servicio					
2. Amabilidad del personal.					
3. Presentación del personal.					
4. Relación calidad precio.					
5. Variedad del menú.					
6. Calidad de los alimentos.					
7. Comodidad de las instalaciones.					
8. Ambiente interno.					

9. Infraestructura del restaurante.					
10. Identificación publicitaria del restaurante.					
11. Condiciones de servicios sanitarios.					

IV. Aspectos relacionados con la prestación del servicio

1. El tiempo de espera es razonable. 1. Si_____ 2. No_____
2. El plato consumido tuvo buen sabor 1.Si_____2. No_____
3. Considera que la condimentación en los alimentos es la indicada 1.Si_____2. No_____
4. Considera que la porción de los alimentos era la adecuada Si_____ 2. No_____
5. Tuvo algún inconveniente en el servicio otorgado por el restauranteSi_____2.No_____
6. No los podría compartir

V. Aspectos relacionados con la capacidad de respuesta

1. Disposición de los colaboradores al ayudarles en todo momento
 1. Deficiente____ 2.Bueno____ 3.Muy Bueno____4.Excelente_____

VI. Aspectos relacionados con la atención personalizada

Evalúe los siguientes indicadores, considera que:

1. Los colaboradores fueron corteses con usted todo el tiempo 1.Si_____ 2.No_____
2. Cuando le atendieron contaban con el suficiente conocimiento para responder todas sus inquietudes. 1.Si_____ 2.No_____

3. Que aspectos considera más importantes en la prestación del servicio que le oferta el restaurante.

4. Existe alguna sugerencia que le gustaría compartir para mejorar la calidad en el servicio del restaurante.

5. Recomendaría usted el servicio del restaurante a otras personas 1.Si____ 2.No____

6. Razones por la que lo recomendaría el servicio de restaurante (Seleccione una de ellas)

1. Por la calidad en la atención____2.Por la calidad del servicio de comidas y bebidas____

3. Por los precios ofertados____4.Por el ambiente de restaurante____

“Agradecemos su colaboración”

Anexo 5 Encuesta dirigida a clientes reales del Restaurante La Bandeja

Aplicación de Encuesta



Anexo 6 Aplicación de encuesta

Flujograma de proceso de mejora de la calidad en el servicio

Anexo 7 Flujograma de la calidad del servicio



Anexo 8 Oferta actual del menú

Fachada Actual del Restaurante la Bandeja



Factura del Restaurante



Oferta Actual del menú



Restaurante "LA BANDEJA"

Carne de Res / Beef
All beef dishes are made w/ Filet Mignon unless otherwise specified and are served w/ white rice and french fries or fried plantain

Filete a la Parmisera / Porter Steak	CS 110
Filete Mignon / Filet Mignon	CS 290
Filete a la Milanesa / Breaded Steak w/ melted cheese	CS 270
Perrito Mixta / Mixed Grilled Platter	CS 290
Filete a la Plancha / Seared Filet Served on an iron grill	CS 260
Papa de Filete a la Jalapeno / Beef Tips served in a creamy jalapeno sauce	CS 260
Churrasco de Filete / Grilled Tenderloin Filet Mignon served w/ chimichurri sauce a traditional herb sauce	CS 260
Beefsteak de Filete / Grilled Steak on a tomato or onion sauce	CS 260
Carne Asada de Filete / Seasoned Grilled Beef	CS 260
Lomo de Costilla / T. Bone Nice Style	CS 270
Brocheta Mixta / Mixed Shish - Kabobs	CS 270
Brocheta de Filete / Filet Shish - Kabobs	CS 250
Fajitas de Filete / Steak Fajitas	CS 190
Beefsteak de Lomo Grande (Tenderloin Steak)	CS 200
Carne Asada de Lomo Grande / Tenderloin Grilled Beef	CS 200
Lingua en Salsa / Served Tongue in a savory tomato sauce	CS 220
Filete Croûta / Grilled filet served w/ refined beans, rice, fried sweet plantain and pico de gallo	CS 240

Carne de Cerdo / Pork

Chigrita de Cerdo / Grilled Pork Chop	CS 240
Lomo de Cerdo Asado / Grilled Pork Steak	CS 220
Costilla de Cerdo / Pork ribs	CS 190

Sopas / Soups

Sopa de Mariscos / Seafood Soup	CS 260
Sopa de Pollo / Chicken Soup	CS 160
Sopa de Tomate / Tomato Soup	CS 100
Consomé de Mariscos / Seafood Consommé	CS 120
Consomé de Pollo / Chicken Consommé	CS 90

Extras

Queso, Tostón, Salsa Jalapeno (to) / Fried Cheese, Fried Green Plantain, White Jalapeno Sauce	CS 50
Papas / French Fries	CS 60

Restaurante "LA BANDEJA"

Aves / Poultry

Oveja Blanca	CS 250
Filete de Pollo / Grilled Chicken Breast	CS 220
Pollo al Vino / Sauced Chicken in a wine sauce served w/ vegetables	CS 210
Pollo Frito o Asado / Fried or Grilled Chicken	CS 190
Fajitas de Pollo / Chicken Fajitas	CS 230
Brocheta de Pollo / Chicken Shish - Kabobs	CS 190
Pollo a la Cañata o Ensalada de Pollo / Crispy fried chicken or chicken salad	CS 190
Churrinos de Pollo / Chicken fingers	CS 190
Filete de Pollo a la Milanese / Breaded chicken breast w/ melted cheese	CS 250

Mariscos / Seafood

Cocido de Camarones / Shrimp Cocktail	CS 130
Cocido de Conchas / Mussel Cocktail	CS 110
Camaron Emparizado o al Ajillo / Breaded Shrimp or red shrimp stew	CS 270
Brocheta de Camaron / Shrimp shish - Kabobs	CS 220
Ensalada o Arroz con Camarones / Salad or Rice w/ shrimps	CS 270
Pescado a la Bandeja / House Specialty Fish	CS 270

Antojitos a la Bandeja / Traditional Specials at La Bandeja

Plato Croûta / A selection of traditional treats	CS 140
Tirol en Salsa Jalapeno o de Tomate / Chicken plates in jalapeno or tomato sauce	CS 140
Tirol Emparizado / Breaded Chicken gizzards	CS 150
Enjilitos con Crema y Tostones / Refried beans w/ sour cream + fried green plantains	CS 130
Ensalada de Aguacate (Temporada) / Avocado salad (seasonal)	CS 110
Tostón con Queso / Fried green plantains with fried cheese	CS 130

Restaurante "LA BANDEJA"

Rones Importados / Imported Rums

1/2 Botella de Bacardi Oro y Blanco C/B	CS 310
1/2 Botella de Bacardi Oro y Blanco Lisa	CS 290
Trago Ron Bacardi Oro y Blanco	CS 28

Tequila

1/2 Botella de Tequila Oro C/B	CS 580
1/2 Botella de Tequila Oro Lisa	CS 480
1/2 Botella de Tequila Blanco C/B	CS 580
1/2 Botella de Tequila Blanco Lisa	CS 480
Trago Tequila Oro / Tequila Shot Gold	CS 45
Trago Tequila Blanco / Tequila Shot Silver	CS 45

Served with a choice of a small appetizer

- 1- Grilled pork
- 2- Tenderloin Steak
- 3- Tenderloin Grilled Beef.

Cervezas Nacionales / Domestic Beer

Victoria y Toña (Bot. 12 Oz.)	CS 35
Victoria y Toña (Lata)	CS 43
Premium	CS 48

Cervezas Importadas / Imported Beer

Corona, Heineken (Bot. o Lata)	CS 65
Smirnoff	CS 65

Gaseosas / Sodas

Coca Cola, Pepsi (Bot. 12 oz.)	CS 22
Sabores Rojina, Fanta	CS 22
Sprite (500 ml)	CS 30
Ode	CS 35
Pequeña	CS 20

Restaurante "LA BANDEJA"

Refrescos Naturales / Fresh Juices

Pichel Grande de Fruit Punch / Large Pitcher of fruit punch	CS 180
Pichel Grande de Jugo de Naranja / Large Pitcher of Orange Juice	CS 150
Pichel Grande de Te Helado / Large Pitcher of Iced Tea	CS 150
Pichel Pequeño de Fruit Punch / Small Pitcher of Fruit Punch	CS 90
Pichel Pequeño de Jugo de Naranja / Small Pitcher of Orange Juice	CS 75
Pichel Pequeño de Te Helado / Small Pitcher of Iced Tea	CS 75
Copa de Fruit Punch / Glass of fruit punch	CS 45
Copa de Jugo de Naranja / Glass of Orange Juice	CS 40
Copa de Te Helado / Glass of Iced Tea	CS 40
Copa de Te de Jamaica / Glass of Iced Jamaica tea	CS 40

Postres / Desserts

Tres Leches / Sweet Caramel Pudding	CS 50
Icaicos en Miel, Torronjas en Miel y Pao V / Sweet Native Fruit cured in honey grape fruit cured in honey, rum cake	CS 45

Cigarrillos

Dunhill 20	CS 60
Dunhill 10	CS 35
Pall Mall 20	CS 55
Pall Mall 10	CS 30
Kent y Windsor 20	CS 60
Kent 10	CS 35
Belmont Extra Suave y Rojo 20	CS 50
Belmont Extra Suave y Rojo 10	CS 30
Fosforos	CS 3

Gracias por Preferencias
Estimado Cliente, estos precios aún no incluyen I.V.A. y propina.

Restaurante "LA BANDEJA"

Aperitivos / Cocktails

Margarita	CS 90
Bloody Mary	CS 90
Planter's Punch	CS 90
Tom Collins	CS 90
Pina Colada	CS 80
Mazda	CS 80
Cocido Flor de Caña "Daquiri" / Daquiri with Flor de Caña	CS 60

Licores Importados / Imported Liquors

1/2 Bot. Whisky J. Walker C/N y Chivas R. C/B	CS 1000
1/2 Bot. Whisky J. Walker C/N y Chivas R. Lisa	CS 860
1/2 Bot. Whisky W. Grants y Ballantines C/B	CS 700
1/2 Bot. W. Grants y Ballantines Lisa	CS 580
1/2 Bot. Something Special y J. W. C/R C/B	CS 800
1/2 Bot. Something Special y J. W. C/R Lisa	CS 680
Tragos J. Walker C/N y Chivas Regal	CS 80
Tragos Something Special y J. Walker C/R	CS 70
Tragos de Vodka Stolichnaya	CS 60
Descorche Botella de Whisky	CS 200

Served with a choice of a small appetizer

- 1- Grilled pork
- 2- Tenderloin Steak
- 3- Tenderloin Grilled Beef.

Vodkas

1/2 Bot. de V. Absolut C/B	CS 650
1/2 Bot. de V. Absolut Lisa	CS 560
1/2 Bot. de Vodka Finlandia C/B	CS 580
1/2 Bot. de Vodka Finlandia Lisa	CS 380
1/2 Bot. de Vodka Stolichnaya C/B	CS 450
1/2 Bot. de Vodka Stolichnaya Lisa	CS 350
1/2 Bot. Vodka Stolichnaya Lisa	CS 45
Tragos de Vodka Absolut y Finlandia	CS 40
Tragos de Vodka Stolichnaya	CS 200
Descorche de Botella Vodka	CS 200

Gracias por Preferencias
Estimado Cliente, estos precios aún no incluyen I.V.A. y propina.

Gracias por Preferencias
Estimado Cliente, estos precios aún no incluyen I.V.A. y propina.

Herramienta del Alfa de Crombach

Anexo 9 Herramienta del Alfa de Crombach

→ Escala: TODAS LAS VARIABLES

Resumen del procesamiento de los casos

		N	%
Casos	Válidos	50	38.0
	Excluidos ^a	1	2.0
	Total	51	100.0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Crombach	N de elementos
.701	25

Estadísticos de la escala

Media	Varianza	Desviación típica	N de elementos
55.32	29.977	5.475	25

El Alfa de Crombach es una herramienta que determina la confiabilidad, es un instrumento de medición.

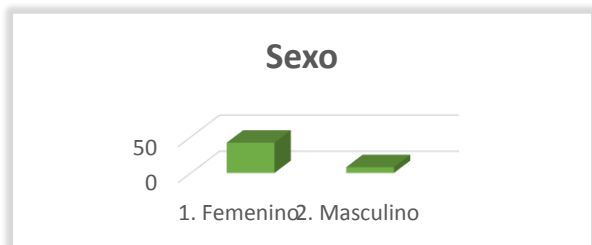
Esta herramienta nos permitió ver la fiabilidad de las preguntas que se realizaron en la encuesta, así mismo dando como resultado de un .701, siendo este fiable para la puesta en marcha de la encuesta.

Análisis del procesamiento de encuesta en Excel

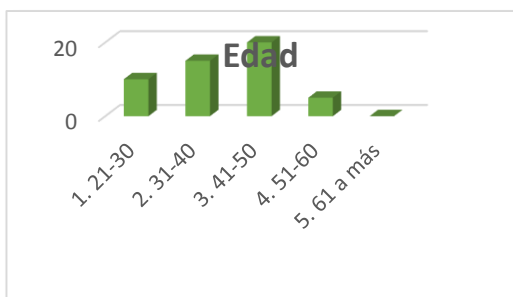
El siguiente análisis de resultado de la encuesta fue realizado en el Restaurante La Bandeja el día 18 de septiembre en un horario de 11:00am a 4: 30 Pm, esta herramienta nos reflejó las necesidades de los clientes que son los QUE´S, este instrumento fue de gran ayuda para poder crear la casa de la calidad.

Anexo 10 Análisis de resultado

A continuación, se reflejan los siguientes resultados de la encuesta.



Del total de encuestado en el restaurante La Bandeja, el 8% fueron del sexo Masculino, teniendo más incidencia el sexo femenino con un total del 42%.



El 5% en contestar la encuesta era entre las edades de 51 a 60 años, el 10% resultaron entre las edades de 21 a 30 años, teniendo un 15% las edades de 31 a 40 años, teniendo más visitas al restaurante La Bandeja las personas entre las edades de 41 a 50 con un 20%.

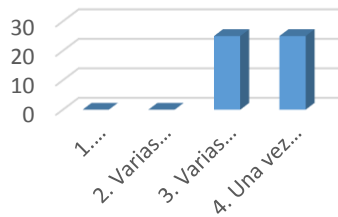


Según los datos reflejados en la encuesta al restaurante La Bandeja el 8% de los que rellenaron la encuesta eran estudiante, el 0% comerciantes, el 25% tienen empleos formales, el 7% eran empresarios, algunos de ellos tienen sus propias empresas, y los otros tienen un 10%.



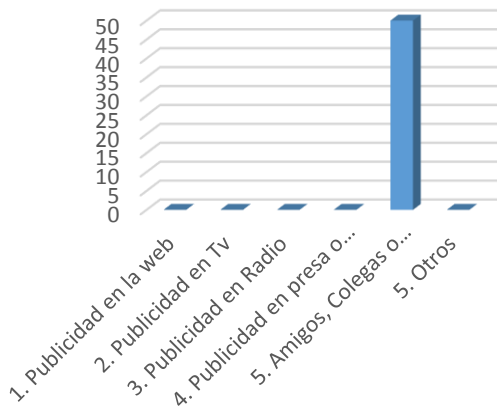
El 5% que visitan el restaurante la Bandeja eran del departamento de Carazo, de lugares como son Jinotepe, Diriamba y San Marcos, el otro 5% eran del departamento de Granada, ellos decían que les gustaba llegar al restaurante porque tiene un ambiente agradable y les gusta el lugar, el 10% eran del departamento de Masaya, comprendían los municipios de la Concha, Masatepe, Masaya y Niquinohomo y por último se encuentra con un 30% el departamento de Managua, puesto que ellos son clientes fieles del restaurante, les gusta el lugar y por lo fresco que es.

Frecuencia de demanda del servicio



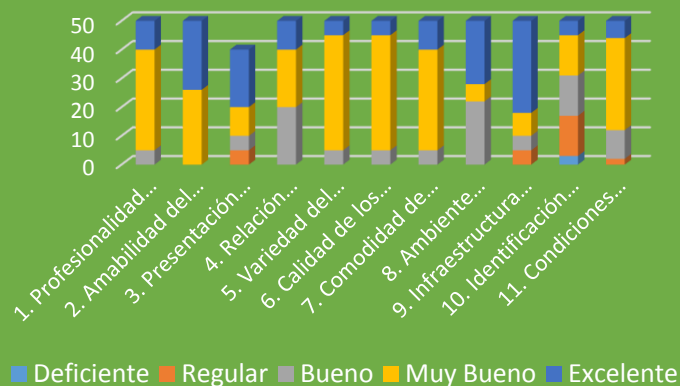
La frecuencia con que visitan las personas el restaurante varía ya que hay personas que lo visitan varias veces al mes con un el 25%, y el otro 25% una vez a lo largo del año, puesto que ellos se mantienen trabajando, pero cuando deciden salir de la rutina prefieren visitar el restaurante.

Medios en que conoció el servicio de restaurante



El 50% dijeron haber conocido el restaurante la Bandeja, por medio de amigos, colegas o contactos, puesto que el restaurante no posee un plan publicitario que dé a conocer de una mejor manera el restaurante, solo existe la publicidad de boca en boca donde cada persona que visita el restaurante recomienda el lugar y una página web que actualmente la han actualizado, pero que en tiempos atrás estaba desactualizada.

Valoración de los atributos del servicio

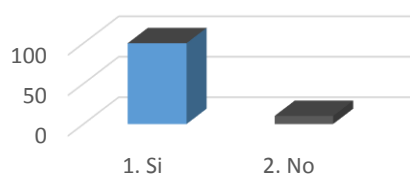


El siguiente resultado refleja los aspectos tangibles del restaurante La Bandeja, la valoración de los atributos en el servicio, mostrando en porcentaje la selección de las respuestas que están seleccionadas en Deficiente, Bueno, Muy bueno y excelente, tomando en cuenta del 0% al 50%.

Atributos	Deficiente	Regular	Bueno	Muy Bueno	Excelente
Profesionalidad del Servicio			5%	35%	10%
Amabilidad del personal.				26%	24%
Presentación del personal.		5%	5%	10%	20%
Relación calidad precio.			20%	20%	10%
Variedad del menú.			5%	40%	5%
Calidad de los alimentos.			5%	40%	5%
Comodidad de las instalaciones.			5%	35%	10%
Ambiente interno.			22%	6%	22%

Infraestructura del restaurante.		5%	5%	8%	32%
Identificación publicitaria del restaurante.	3%	14%	14%	14%	5%
Condiciones del servicio sanitario.		2%	10%	32%	6%

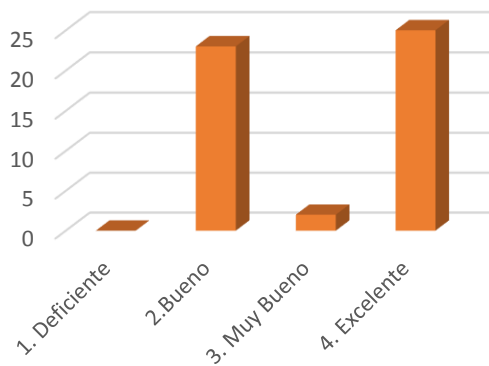
Aspectos relacionados con la prestación del servicio



- 5. ¿Tuvo algún inconveniente en el servicio otorgado por el restaurante?
- 4. ¿Considera que la porción de los alimentos era la adecuada?
- 3. ¿Considera que la condimentación en los alimentos es la indicada?
- 2. ¿El plato consumido tiene buen sabor?

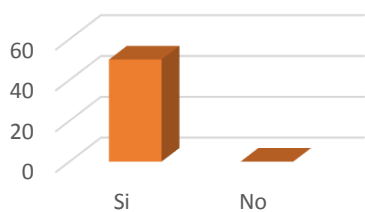
El siguiente gráfico muestra los aspectos relacionados con la prestación del servicio, siendo el color Azul un total del 40% que son los "Si", el color gris muestra el 10% que son los "No" que sobresale en la pregunta siguiente en que si el comensal tuvo algún inconveniente en el servicio otorgado, definitivamente el 10% muestra el error que tuvieron los meseros al dejar la orden se confundieron en platillo.

Disposición de los colaboradores al ayudarle en todo momento



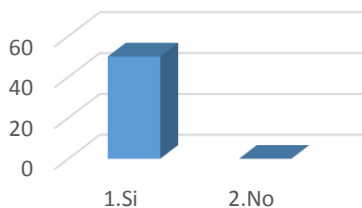
Con un 23%, los clientes catalogaron de bueno la disposición de los colaboradores a la hora de ayudarle en todo momento, un 2% de bueno y obteniendo un 25% excelente de manera que hay pequeños problemas en lo que se debe de trabajar para que la atención de los meseros sea más eficiente.

Colaboradores Corteses



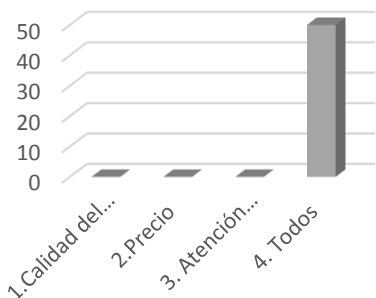
Obteniendo el 50% en su totalidad, los clientes expresaron en la encuesta que los colaboradores del restaurante fueron corteses en todo momento con ellos por lo que están contentos con la atención de los meseros.

Conocimiento sobre el servicio a ofertar



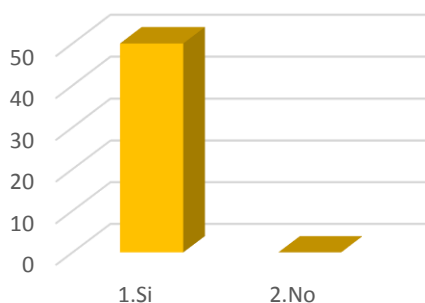
Por medio de esta herramienta se logró ver que el 50% de los clientes dijeron que si, que los meseros tenían conocimiento acerca del producto que estaban ofertando.

Aspectos importantes en la prestación del servicio



En su totalidad el 50% de los encuestados dijo que todos los incisos que son: Calidad del servicio, precio y atención personalizada son muy importantes a la hora de la prestación de un servicio y que a ellos les gustaría que se le atendiera así.

Recomendaría el servicio de restaurante



El 50% de los encuestados dijeron que, si recomendaría, el servicio de restaurante la Bandeja, puesto que les gusto el trato y el ambiente que este posee.

Anexo 11 Spot publicitario

Guion Radial.

Los placeres, la Gastronomía, los pequeños detalles, hacen la diferencia Restaurante La Bandeja, deliciosos antojitos y comida a la carta, variedad y apetitosas postres tradicionales, no te vayas sin probar nuestro plato de la Cas pescado a la Bandeja, disfruta del mejor lomo de Costilla de la ciudad en un ambiente acogedor, el sitio donde puedes relajarte y dialogar con la familia, visítanos estamos ubicados en el km 53 ½ carretera Masatepe- Catarina, Niquinhomo- Masaya o llámanos al 25580750, un lugar con el mejor sabor de la comida nacional e internacional, Restaurante La Bandeja te consiente.

Guion Televisivo.

1. Descripción General.

Título:

Género: Spot publicitario

Formato:

Duración: 50 segundos

Cliente: Restaurante La Bandeja

Realizador: Agencia Publicitaria “Refleja tu destino”

Productor: Agencia Publicitaria “Refleja tu destino”

2. Idea.

“Refleja tu destino” es una agencia publicitaria que se dedica a realizar diversos tipos de publicidad audiovisuales.

3. Objetivos.

El anuncio se realiza con el fin de promover Restaurante La Bandeja.

4. Publico Meta:

Personas que habitan en el departamento de Masaya y que quiere pasar un momento agradable en familia y sus amigos.

5. Tratamiento:

Recursos narrativos: Planos detalles, planos medios, planos generales, encuadres, composición e iluminación entre otros.

Recursos dramáticos: Expresiones faciales del actor, música y efectos.

Punto de vista: Narrador omnisciente.

6. Condiciones de uso del Material.

Spot publicitario de Carácter Comercial.

7. Sinopsis.

Una persona con carácter informativo y persuasivo dando a conocer el servicio que ofrece el local a las personas con duda donde probar unos deliciosos antojitos tradicionales y

8. Necesidades para la producción.

9. Necesidades técnicas

Cámara video, Luces, reflectores, Micrófono, Ropa según el evento

10. Necesidades humanas

Autores dos mujeres, un hombre Camarógrafo.

Guio técnico

El mejor sabor de la comida nacional e internacional

Restaurante La Bandeja

Escena 1

Locación: El negocio

Extra

Día Tarde, Noche

Guion técnico
Escena 2
Local
Extra

Duración	Plano	Encuadro	Vestuario y otros detalles	Ambiente (Iluminación)	Sonido
20 seg	8.30 am	Actor principal con carácter informativo y persuasivo dando a conocer los servicios	Uniforme Casual.	Ambiente laboral con pantalla del local	Una música de ambiente sinfónica
Duración	Plano	Encuadro	Vestuario y otros detalles	Ambiente	Sonido
		Actores secundarios brindando más información del negocio de lo que ofrece	Uniforme casual.	Ambiente laboral con pantalla del local	Una música de ambiente sinfónica