

**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO SUDAMERICANO**



**TECNOLOGÍA EN GASTRONOMÍA**

**“MODELO DE GESTIÓN ADMINISTRATIVA, MERCADEO Y  
DE PRODUCCIÓN GASTRONÓMICA DEL BAR  
RESTAURANTE LA MANCHA DE DON QUIJOTE DE LOJA,  
2022”.**

**INFORME DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A  
LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE TECNÓLOGO EN LA  
CARRERA DE GASTRONOMÍA**

**AUTORA:**

Mogrovejo Romero Julia Elvira

**DIRECTORA:**

Lcda. Nancy Marina Guzmán Villa

**Loja, mayo de 2022**

**CERTIFICACIÓN**

Loja, 19 de mayo de 2022

Lcda. Nancy Marina Guzmán Villa

**DOCENTE TUTORA DE PROYECTO DE TITULACIÓN**

**CERTIFICA:**

Que la señora, Mogrovejo Romero Julia Elvira ha cumplido al 100% los requerimientos del proceso de proyecto de titulación denominado: **“MODELO DE GESTIÓN ADMINISTRATIVA, MERCADEO Y DE PRODUCCIÓN GASTRONÓMICA DEL BAR RESTAURANTE LA MANCHA DE DON QUIJOTE DE LOJA, 2022”**, es cuanto puedo certificar en honor de la verdad.

Atentamente,



Lcda. Nancy Marina Guzmán Villa

**DOCENTE TUTORA**

**AUTORÍA**

Yo, Mogrovejo Romero Julia Elvira, con C.I 1102417407, y en calidad de estudiante de la carrera de Gastronomía de Instituto Superior Tecnológico Sudamericano, y autora del proyecto: **“MODELO DE GESTIÓN ADMINISTRATIVA, MERCADEO Y DE PRODUCCIÓN GASTRONÓMICA DEL BAR RESTAURANTE LA MANCHA DE DON QUIJOTE DE LOJA, 2022”**, juramentadamente certifico que este proyecto es de autoría propia, en el que se ha realizado un contexto, con la citación adecuada al caso.



Lcda. Mogrovejo Romero Julia Elvira

C.I 1102417407

## DEDICATORIA

Por creer en mí, por los años compartidos, por los hijos maravillosos procreados, este esfuerzo es nuestro, a ti va dedicado con amor compañero mío.

Por formarme, enseñarme a soñar y permitirme descubrir la libertad, por haberme hecho amar y agradecer cada día transcurrido en la sabiduría de los años plateados, aquí entrego uno más de sus sueños cumplidos amados Marthita y Teófilo.

Por ser mi reto diario, mi orgullo y regalarme el don de ser madre, a ustedes con amor infinito José, Diego, Stefanía y Chris. Por darme el mejor motivo para sonreír siempre gracias Rebeca y Karina mis princesas y por los nietos que vendrán. A ustedes por haberme hecho descubrir el amor más genuino y eterno, mis princesas Julieta Isabella y María Victoria, les dedico mi carrera que sin lugar a duda será la generadora de momentos inolvidables y permitirá crear las historias más bellas.

*Julia Elvira Mogrovejo Romero*

## AGRADECIMIENTO

Creaste una historia de amor con mi vida, gracias Señor. Agradecida con el soporte de mi familia y amigos quienes son verdaderas bendiciones.

Debo dejar constancia de mi profundo agradecimiento a los socios del “Restaurante La Mancha de don Quijote”, por confiar en mí y permitirme desarrollar este proyecto de investigación.

Como no agradecer al “Suda” Instituto Superior Tecnológico Sudamericano, sus Autoridades y planta docente, en especial a los docentes de la carrera de Gastronomía, quienes con la enseñanza de sus valiosos conocimientos contribuyeron a mi formación personal y profesional, gracias a cada una de ustedes por su paciencia, dedicación, apoyo incondicional y amistad.

Finalmente, quiero extender mi sincero agradecimiento a la Licenciada Nancy Marina Guzmán Villa, principal colaboradora durante todo este proceso, quien con su dirección, conocimiento, enseñanza y colaboración permitió el desarrollo de este trabajo.

*Julia Elvira Mogrovejo Romero*

## ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS

Conste por el presente documento la Cesión de los Derechos de proyecto de investigación de fin de carrera, de conformidad con las siguientes cláusulas:

PRIMERA. - Por sus propios derechos; la Lcda. Nancy Marina Guzmán Villa, en calidad de directora del proyecto de investigación de fin de carrera; y Mogrovejo Romero Julia Elvira, en calidad de autora del proyecto de investigación de fin de carrera; mayores de edad emiten la presente acta de cesión de derechos.

SEGUNDA. – Mogrovejo Romero Julia Elvira, realizó la Investigación: **“MODELO DE GESTIÓN ADMINISTRATIVA, MERCADEO Y DE PRODUCCIÓN GASTRONÓMICA DEL BAR RESTAURANTE LA MANCHA DE DON QUIJOTE DE LOJA, 2022”**, para optar por el título de Tecnólogo en Gastronomía, en el Instituto Superior Tecnológico Sudamericano de Loja, bajo la dirección de la Lcda. Nancy Marina Guzmán Villa.

TERCERA. - Es política del Instituto que los proyectos de investigación de fin de carrera se apliquen y materialicen en beneficio de la comunidad.

CUARTA. - Los comparecientes Lcda. Nancy Marina Guzmán Villa, en calidad de Director del proyecto de investigación de fin de carrera y como autora, Mogrovejo Romero Julia Elvira, por medio del presente instrumento, tiene a bien ceder en forma gratuita sus derechos de proyecto de investigación de fin de carrera

titulado: “**MODELO DE GESTIÓN ADMINISTRATIVA, MERCADEO Y DE PRODUCCIÓN GASTRONÓMICA DEL BAR RESTAURANTE LA MANCHA DE DON QUIJOTE DE LOJA, 2022**”, y, conceden autorización para que el Instituto pueda utilizar esta investigación en su beneficio y/o de la comunidad, sin reserva alguna.

QUINTA. - Aceptación. - Las partes declaran que aceptan expresamente todo lo estipulado en la presente cesión de derechos.

Para constancia suscriben la presente cesión de derechos, en la ciudad de Loja, en el mes de mayo del año 2022.



.....  
**DIRECTORA**

Lcda. Nancy Marina Guzmán Villa



.....  
**AUTORA**

Lcda. Julia Elvira Mogrovejo Romero

## DECLARACIÓN JURAMENTADA

Loja, mayo de 2022

**Nombres:** Julia Elvira

**Apellidos:** Mogrovejo Romero

**Cédula de Identidad:** 1102417407

**Carrera:** Gastronomía

Semestre de ejecución del proceso de titulación: Octubre – mayo 2022

Tema de proyecto de investigación de fin de carrera con fines de titulación:  
**“MODELO DE GESTIÓN ADMINISTRATIVA, MERCADEO Y DE PRODUCCIÓN GASTRONÓMICA DEL BAR RESTAURANTE LA MANCHA DE DON QUIJOTE DE LOJA, 2022”.**

En calidad de estudiante del Instituto Superior Tecnológico Sudamericano de la ciudad de Loja;

Declaro bajo juramento que:

1. Soy autor del trabajo intelectual y de investigación del proyecto de fin de carrera.
2. El trabajo de investigación de fin de carrera no ha sido plagiado ni total ni parcialmente, para la cual se han respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas.



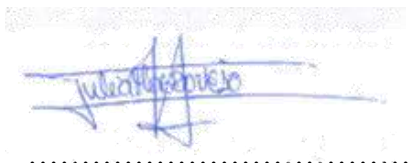
3. El trabajo de investigación de fin de carrera presentada no atenta contra derechos de terceros.
4. El trabajo de investigación de fin de carrera no ha sido publicado ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.
5. Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falsificados, ni duplicados, ni copiados. Las imágenes, tablas, gráficas, fotografías y demás son de mi autoría; y en el caso contrario aparecen con las correspondientes citas o fuentes.

Por lo expuesto; mediante la presente asumo frente al INSTITUTO cualquier responsabilidad que pudiera derivarse por la autoría, originalidad y veracidad del contenido del trabajo de investigación de fin de carrera.

En consecuencia, me hago responsable frente al INSTITUTO y frente a terceros, de cualquier daño que pudiera ocasionar al INSTITUTO o a terceros, por el incumplimiento de lo declarado o que pudiera encontrar causa en el trabajo de investigación de fin de carrera presentada, asumiendo todas las cargas pecuniarias que pudieran derivarse de ello.

Asimismo, por la presente me comprometo a asumir además todas las cargas pecuniarias que pudieran derivarse para EL INSTITUTO en favor de terceros por motivo de acciones, reclamaciones o conflictos derivados del incumplimiento de lo declarado o las que encontraren causa en el contenido del trabajo de investigación de fin de carrera.

De identificarse fraude, piratería, plagio, falsificación o que el trabajo de investigación haya sido publicado anteriormente; asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente dispuesta por la LOES y sus respectivos reglamentos y del Instituto Tecnológico Superior Sudamericano de la ciudad de Loja.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Julia Mogrovejo', is written over a set of horizontal lines. Below the signature, there is a dotted line indicating the end of the signature area.

AUTOR(A)  
Lcda. Mogrovejo Romero Julia Elvira  
C.I. 1102417407

## INDICE DE CONTENIDOS

CERTIFICACIÓN .....	II
AUTORÍA.....	III
DEDICATORIA .....	IV
AGRADECIMIENTO .....	V
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS.....	VI
DECLARACIÓN JURAMENTADA .....	VIII
INDICE DE CONTENIDOS .....	XI
ÍNDICE DE TABLAS .....	XV
INDICE DE ILUSTRACIONES.....	XVIII
INDICE DE GRÁFICOS .....	XIX
1. RESUMEN.....	1
2. ABSTRACT.....	2
3. PROBLEMÁTICA.....	3
4. TEMA .....	6
5. JUSTIFICACIÓN .....	7
6. OBJETIVOS .....	9
6.1 Objetivo General .....	9
6.2 Objetivos Específicos .....	9
7. MARCO TEÓRICO.....	10
7.1 Marco Institucional.....	10
7.1.1 Salón Principal del Bar-Restaurante “La Mancha de Don Quijote”	
10	
7.1.2 Logotipo de la empresa .....	11

7.1.3	Misión.....	12
7.1.4	Visión .....	12
7.1.5	Valores.....	13
7.1.6	Organigrama Estructural .....	14
7.1.7	Menú.....	15
7.2	Marco Conceptual .....	16
7.2.1	Gestión Administrativa de Bares y Restaurantes .....	16
7.2.2	Cocina.....	18
7.2.3	Cocina Profesional Integrada .....	19
7.2.4	Buenas Prácticas de Manufactura.....	20
7.2.5	Conservación de productos .....	23
7.2.6	Proveedores .....	25
7.2.7	Gastronomía Vanguardista .....	26
7.2.8	Productos de restaurante.....	35
7.2.9	Tipos de platillos .....	37
8.	METODOLOGÍA .....	42
8.1	Métodos de Investigación.....	42
8.1.1	Método fenomenológico.....	42
8.1.2	Método hermenéutico.....	43
8.1.3	Método práctico proyectual.....	43
8.2	Técnicas de Investigación .....	44
8.2.1	Entrevistas .....	45
8.2.2	Encuestas .....	45
8.2.3	Muestra .....	46
8.2.4	Determinación del universo.....	48
8.3	Análisis e interpretación de resultados.....	50
8.3.1	Análisis e interpretación de resultados de las encuestas .....	50

8.3.2	Análisis e interpretación de resultados de las entrevistas.....	91
9.	PROPUESTA DE ACCIÓN .....	96
9.1	Introducción.....	96
9.2	Información bibliográfica.....	97
9.2.1	Gestión administrativa.....	97
9.2.2	Buenas prácticas de manufactura .....	107
9.2.3	Higienización de alimentos o inocuidad.....	108
9.2.4	Ingeniería de menú .....	112
9.2.5	Marketing gastronómico.....	113
9.2.6	Productos de restaurante.....	115
9.2.7	Estándares de Calidad .....	119
9.2.8	Especialidades del área gastronómica .....	120
9.2.9	Garde Manger.....	120
9.3	Flujogramas de procesos: Materia Prima .....	123
9.3.1	Flujograma N° 1: Proceso orden de compra materia prima.....	123
9.3.2	Flujograma N° 2: Almacenamiento de la materia prima.....	125
9.3.3	Flujograma N° 3: Preparación del menú diario.....	127
9.3.4	Flujograma N° 4: Preparación de los platos a la carta .....	129
9.3.5	Flujograma N° 5: Mise en place salón .....	131
9.3.6	Flujograma N° 6: Arreglo de la mesa luego del consumo .....	133
9.3.7	Flujograma 7: Preparación de bebidas .....	135
9.3.8	Flujograma 8: Preparación de caldos .....	137
9.3.9	Flujograma 9: Preparación de carnes .....	138
9.4	Recetas de costos.....	139
9.5	Resultados obtenidos en la escala hedónica .....	164
9.6	Guía para el Bar Restaurante la Mancha de Don Quijote .....	197
9.6.1	Portada.....	197

9.6.2	Índice de Contenidos .....	198
9.6.3	Contraportada .....	200
10.	CONCLUSIONES .....	202
11.	RECOMENDACIONES .....	203
12.	BIBLIOGRAFÍA .....	204
13.	ANEXOS .....	208
13.1	Presupuesto .....	208
13.2	Cronograma .....	209
13.3	Oficio de aprobación del tema por parte del vicerrector .....	210
13.4	Oficio de solicitud para el Café Restaurante “La Mancha de Don Quijote”	211
13.5	Oficio de respuesta del Café Restaurante “La Mancha de Don Quijote”	212
13.6	Certificado de ejecución del proyecto en Café Restaurante “La Mancha de Don Quijote” .....	213
13.7	Certificado de revisión y aprobación del abstract.....	214
13.8	Plantilla de encuesta.....	215
13.9	Plantilla de entrevista.....	219
13.10	Reglamento Interno de Trabajo .....	225
13.11	Fotografías .....	242
13.12	Hojas de Fabricación .....	245

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Distribución de frecuencia y porcentajes de participantes en base al sexo..	50
Tabla 2: Frecuencia y porcentaje con respecto a la edad del participante. ....	52
Tabla 3: ¿Cuántas veces visitó un restaurante durante los seis meses pasados?.....	54
Tabla 4: ¿Cuál es la razón principal para visitar un bar restaurante?.....	56
Tabla 5: ¿Tiene algunas variedades de menús?. ....	59
Tabla 6: ¿Tiene algún tipo de comida de preferencia?. ....	61
Tabla 7: ¿Prefiere la comida fría o caliente?.....	63
Tabla 8: ¿Prefiere comida condimentada o qué conserve el sabor original?. ....	65
Tabla 9: ¿Considera degustar nuevos platillos en el bar restaurante La Mancha de Don Quijote?.....	67
Tabla 10: ¿Se cumplen sus expectativas con el servicio de meseros del restaurante?.....	69
Tabla 11:¿Espera que el mesero conozca a cabalidad las respuestas a sus preguntas acerca del menú de un bar restaurante?.....	71
Tabla 12:¿Espera que el servicio de un bar restaurante sea atento y oportuno todo el tiempo?.....	73
Tabla 13: ¿Es importante para usted la limpieza del local de un bar restaurante?.....	75
Tabla 14: ¿Considera que el área del baño debe ser extremadamente limpia?.....	77
Tabla 15: ¿Cómo valora la comida de un bar restaurante?. ....	79
Tabla 16: ¿Cómo valora las bebidas de un bar restaurante?. ....	81
Tabla 17:¿Considera que el bar restaurante debe ofrecer WiFi entre sus servicios?.	83
Tabla 18: ¿Le gustaría que el bar restaurante La Mancha de Don Quijote ofrezca poder realizar órdenes en línea (online)?.....	85
Tabla 19: ¿Considera que el bar restaurante debe tener en su página web el menú y la facilidad de hacer reservaciones?.....	87
Tabla 20: Organigrama Estructural Bar Restaurante "La Mancha de Don Quijote". ....	101

Tabla 21: Sopa de pollo.....	139
Tabla 22: Arroz relleno. ....	140
Tabla 23: Buñuelos con miel. ....	141
Tabla 24: Arveja con guineo. ....	142
Tabla 25: Mini bandeja paisa. ....	143
Tabla 26: Mousse de maracuyá.....	144
Tabla 27: Sancocho de res.....	145
Tabla 28: Cuero con papa y garbanzo.....	146
Tabla 29: Higos con queso.....	147
Tabla 30: Trigo con pata de cerdo.....	148
Tabla 31: Filete de pollo al limón. ....	149
Tabla 32: Suflé de mango. ....	150
Tabla 33: Crema de habas. ....	151
Tabla 34: Lengua guisada. ....	152
Tabla 35: Pera en vino tinto. ....	153
Tabla 36: El gobernador.....	154
Tabla 37: Encebollado.....	155
Tabla 38: Omelet de camarón. ....	156
Tabla 39: Hamburguesa de sancho. ....	157
Tabla 40: Crepés de dulce. ....	158
Tabla 41: Horchata.....	159
Tabla 42: Chicha de arroz. ....	160
Tabla 43: Chicha morada. ....	161
Tabla 44: Infusión de guayusa. ....	162
Tabla 45: Chicha de avena. ....	163
Tabla 46: Sopa de pollo.....	164
Tabla 47: Arroz relleno. ....	166
Tabla 48: Buñuelos con miel. ....	167
Tabla 49: Arveja con guineo. ....	169
Tabla 50: Mini bandeja paisa. ....	170
Tabla 51: Mousse de maracuyá.....	171
Tabla 52: Sancocho de res.....	173
Tabla 53: Cueros con papa y garbanzo. ....	174
Tabla 54: Higos con queso.....	175



Tabla 55: Trigo con pata de cerdo.....	177
Tabla 56: Filete de pollo al limón. ....	178
Tabla 57: Granizado de mango. ....	179
Tabla 58: Crema de habas. ....	181
Tabla 59: Lengua guisada. ....	182
Tabla 60: Peras al vino tinto. ....	183
Tabla 61: El gobernador.....	185
Tabla 62: Encebollado.....	186
Tabla 63: Omelet de camarón. ....	187
Tabla 64: Hamburguesa de sancho. ....	187
Tabla 65: Crepés de dulce. ....	188
Tabla 66: Horchata.....	191
Tabla 67: Chicha de arroz. ....	192
Tabla 68: Chicha morada. ....	193
Tabla 69: Infusión de guayusa. ....	194
Tabla 70: Chicha de avena. ....	195
Tabla 71: Costos y presupuestos .....	208

## INDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Salón Principal Bar Restaurante "La Mancha de Don Quijote" .....	10
Ilustración 2: Logotipo Bar Restaurante "La Mancha de Don Quijote" .....	11
Ilustración 3: Organigrama Estructural Bar Restaurante "La Mancha de Don Quijote" .....	14
Ilustración 4: Carta de menú del Bar Restaurante "La Mancha de Don Quijote" .....	15
Ilustración 5: Diseño Arquitectónico Cocina Profesional Integrada.....	19
Ilustración 6: Cocina Profesional Integrada.....	20
Ilustración 7: Diagrama de flujos en procesos de restauración colectiva .....	25
Ilustración 8: Gastronomía Vanguardista.....	26
Ilustración 9: Gelificación.....	28
Ilustración 10: Esferificación .....	28
Ilustración 11: Terrificación.....	29
Ilustración 12: Nitrógeno líquido .....	30
Ilustración 13: Sous vide.....	30
Ilustración 14: Parrilla inversa .....	31
Ilustración 15: Pistola de ahumado .....	31
Ilustración 16: Evaporador de Rotación.....	32
Ilustración 17: Pacojet.....	33
Ilustración 18: Centrífuga .....	33
Ilustración 19: Deshidratador .....	34
Ilustración 20: Sifón.....	35
Ilustración 21: Gestión administrativa .....	97
Ilustración 22: Flujograma N° 1: Proceso orden de compra materia prima.....	123
Ilustración 23: Flujograma N° 2: Almacenamiento de la materia prima .....	125
Ilustración 24: Flujograma N° 3: Preparación del menú diario .....	127
Ilustración 25: Flujograma N° 4: Preparación de los platos a la carta .....	129
Ilustración 26: Flujograma N° 5: Mise en place salón.....	131
Ilustración 27: Flujograma N° 6: Arreglo de la mesa luego del consumo .....	133

Ilustración 28: Flujograma N° 7: Preparación de bebidas .....	135
Ilustración 29: Flujograma N° 8: Preparación de caldos .....	137
Ilustración 30: Flujograma N° 9: Preparación de carnes .....	138

## INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Distribución de frecuencia y porcentajes de participantes en base al sexo. .....	50
Gráfico 2: Frecuencia y porcentaje con respecto a la edad del participante. ....	52
Gráfico 3: ¿Cuántas veces visitó un restaurante durante los seis meses pasados?.....	54
Gráfico 4: ¿Cuál es la razón principal para visitar un bar restaurante?. ....	56
Gráfico 5: ¿Tiene algunas variedades de menús?. ....	59
Gráfico 6: ¿Tiene algún tipo de comida de preferencia?. ....	61
Gráfico 7: ¿Prefiere la comida fría o caliente?.....	63
Gráfico 8: ¿Prefiere comida condimentada o qué conserve el sabor original?. ....	65
Gráfico 9: ¿Considera degustar nuevos platillos en el bar restaurante La Mancha de Don Quijote?. ....	67
Gráfico 10: ¿Se cumplen sus expectativas con el servicio de meseros del restaurante?. .....	69
Gráfico 11: ¿Espera que el mesero conozca a cabalidad las respuestas a sus preguntas acerca del menú de un bar restaurante?.....	71
Gráfico 12: ¿Espera que el servicio de un bar restaurante sea atento y oportuno todo el tiempo?.....	73
Gráfico 13: ¿Es importante para usted la limpieza del local de un bar restaurante?.	75
Gráfico 14: ¿Considera que el área del baño debe ser extremadamente limpia?.....	77
Gráfico 15: ¿Cómo valora la comida de un bar restaurante?. ....	79
Gráfico 16: ¿Cómo valora las bebidas de un bar restaurante?. ....	81
Gráfico 17: ¿Considera que el bar restaurante debe ofrecer WiFi entre sus servicios?. .....	83
Gráfico 18: ¿Le gustaría que el bar restaurante La Mancha de Don Quijote ofrezca poder realizar órdenes en línea (online)?. ....	85
Gráfico 19: ¿Considera que el bar restaurante debe tener en su página web el menú y la facilidad de hacer reservaciones?.....	87

Gráfico 20: Sopa de pollo. ....	165
Gráfico 21: Arroz relleno. ....	166
Gráfico 22: Buñuelos con miel. ....	167
Gráfico 23: Arveja con guineo. ....	169
Gráfico 24: Mini bandeja paisa. ....	170
Gráfico 25: Mousse de maracuyá. ....	171
Gráfico 26: Sancocho de res. ....	173
Gráfico 27: Cueros con papa y garbanzo. ....	174
Gráfico 28: Higos con queso. ....	175
Gráfico 29: Trigo con pata de cerdo. ....	177
Gráfico 30: Filete de pollo al limón. ....	178
Gráfico 31: Granizado de mango. ....	179
Gráfico 32: Crema de habas. ....	181
Gráfico 33: Lengua guisada. ....	182
Gráfico 34: Peras al vino tinto. ....	183
Gráfico 35: El gobernador. ....	185
Gráfico 36: Encebollado. ....	186
Gráfico 37: Omelet de camarón. ....	187
Gráfico 38: Hamburguesa de sancho. ....	188
Gráfico 39: Crepés de dulce. ....	189
Gráfico 40: Horchata. ....	191
Gráfico 41: Chicha de arroz. ....	192
Gráfico 42: Chicha morada. ....	193
Gráfico 43: Infusión de guayusa. ....	194
Gráfico 44: Chicha de avena. ....	195

## 1. RESUMEN

La administración es de fundamental importancia para cualquier emprendimiento, pero sobre todo aquellas empresas gastronómicas, proporcionando el apoyo que necesita para poder mejorar y facilitar las actividades administrativas, funcionales y operativas que conlleven a la estabilidad empresarial y de esta manera lograr salvaguardarla de manera eficiente y convertirla en una empresa rentable.

Es así que, para el desarrollo del presente proyecto de investigación se utilizaron diferentes métodos y técnicas, los cuales permitieron tener un mejor acercamiento al problema objeto de estudio y con ello establecer las posibles soluciones. Por tanto, se utilizaron los métodos: Fenomenológico, que permitió la aplicación de encuestas y entrevistas con la finalidad de identificar los gustos y preferencias de los posibles consumidores; el método hermenéutico, que facilitó la recopilación bibliográfica de todos los conceptos e información de los ingredientes y productos a utilizar; finalmente el método práctico proyectual aplicado con el objetivo de realizar, producir y presentar un producto que sea capaz de satisfacer las necesidades de los consumidores y que esté al alcance de todos.

Se concluye la investigación señalando que la aplicación de métodos y técnicas de investigación permitió identificar la aceptación de los nuevos productos a ofertar, así también los resultados de la evaluación sensorial por parte de los profesionales de la gastronomía y de la potencial clientela fueron efectivos, al manifestar en su mayoría que son productos elaborados de manera correcta y que cumplen con todos los estándares de calidad requeridos.

## 2. ABSTRACT

Administration is of fundamental importance for any enterprise, but especially for the gastronomy industry as it provides the support needed to improve and facilitate the administrative, functional and operational activities that lead to business stability. This will, in turn, safeguard it efficiently and turn it into a profitable business.

Thus, for the development of this research project, different methods and techniques were used, which allowed a better approach to the problem under study and thereby establish possible solutions. For this study, the following methods were used: Phenomenological, which allowed the application of surveys and interviews in order to identify the tastes and preferences of potential consumers; the hermeneutical method, which facilitated the bibliographic compilation of all the concepts and information on the ingredients and products to be used; and the practical project method applied with the aim of realizing, producing and presenting a product that is capable of satisfying the needs of consumers and that is available to everyone.

Finally, this investigation concludes by pointing out that the application of research methods and techniques allowed identifying the acceptance of the new products to be offered. In addition, the results of the sensory evaluation by the gastronomy professionals and the potential clientele were effective, as most of them state that the products were made correctly and that they met all the required quality standards.

### 3. PROBLEMÁTICA

El servicio de alimentación responde a una estructura específica según las necesidades del consumidor, exigencias que se espera sean satisfechas. El entorno en el que hoy operan las empresas de restauración ha variado notablemente, han emergido nuevas realidades y debemos ajustarnos a éstas. Nos encontramos con un mercado con demanda mucho más exigente, que, si bien ofrece grandes oportunidades, debe reajustarse y reformarse de acuerdo a las nuevas tendencias. Lo que implica adoptar modelos que vayan de acuerdo a la misión, visión y objetivos de la empresa de alimentos y bebidas en particular, con un enfoque local, nacional y global (Araluce Letamendía, 2001).

La tendencia mundial dentro de la industria de la alimentación y bebidas es satisfacer al cliente, por lo que el modelo de gestión tiene que ser implementado en base a mantener esa relación. Adaptarse a estas nuevas circunstancias posiciona a la gestión de negocios de alimentación y bebidas en una inminente evolución y en la adopción de un modelo unificado dentro del mundo de los negocios en el que se rompan barreras locales y nacionales. Es menester entonces buscar innovación de los restaurantes, bares y cafeterías, considerando esta transición como la clave del éxito (Guerrero Spindola, 2011).

Ecuador no es la excepción al cambio y modificación del tipo de gestión empresarial en lo que a establecimientos de alimentos y bebidas se refiere. Incrementar los estándares de calidad en todos los sectores del país pasa a ser una prioridad, para lograr que las empresas tengan el rédito económico que les permita mantenerse en el

mercado. La calidad de servicio al cliente implica no sólo garantizar un buen proceso, sino la aplicación de técnicas más eficientes, abaratar costos y adquirir responsabilidad social. (Torres, Vallejos, & Burbano, 2019).

En este contexto, las empresas de restaurantes, bares y cafeterías de la ciudad de Loja, no pueden estar exentas de esta evolución. La riqueza gastronómica de la ciudad y provincia amerita su difusión y su trascendencia a nivel regional, nacional y global. En lo que al valor gastronómico lojano se refiere, la revista de turismo y desarrollo Turydis en uno de sus artículos publicado en el 2017 enfatiza: “En lo que respecta a la ciudad de Loja, ésta ha sido catalogada en el contexto nacional como el último rincón del país, alejada durante años de los polos de crecimiento nacionales por situaciones de distancia y hasta hace poco, por las malas condiciones en vías de comunicación. A causa de este abandono, en sus ciudadanos no existe una identificación de sus valores simbólicos, sus valores de fe, su cultura, su ciencia y su industria, lo que ha mermado la participación a nivel nacional de sus productos. Pero el mayor problema es no contar con un distintivo que transmita la esencia del territorio, por lo que se plantea una propuesta de creación de una marca territorial de la ciudad de Loja, como una estrategia de comunicación de su identidad cultural, para posicionarla a nivel nacional e internacional.” (Godoy & Godoy, 2017)

Ser parte de la industria globalizada se convierte entonces en una realidad de subsistencia de las empresas de restaurantes; y, en esa dirección es que el bar cafetería La Mancha de Don Quijote, se involucrará en tal evolución y rediseñará su modelo de gestión empresarial para elaborar procesos de producción mediante la estandarización y la implementación de un modelo administrativo, orientado al servicio al cliente,



procurando la satisfacción de las expectativas del consumidor ofreciendo un producto y servicio de calidad.

#### **4. TEMA**

“MODELO DE GESTIÓN ADMINISTRATIVA, MERCADEO Y PRODUCCIÓN GASTRONÓMICA DEL BAR RESTAURANTE LA MANCHA DE DON QUIJOTE DE LOJA, 2022”.

## 5. JUSTIFICACIÓN

Embarcarse en nuevos retos y aprendizajes para poder evolucionar empresarialmente, amerita, sin lugar a dudas, mejor formación profesional. El Instituto Superior Tecnológico Sudamericano ha impartido los conocimientos necesarios para desarrollar habilidades y destrezas en cuanto a la tecnología gastronómica concierne. La investigación: Modelo de Gestión Administrativa, Mercadeo y Producción Gastronómica del Bar-Restaurante La Mancha de Don Quijote de Loja, 2022 está dirigida a la titulación de tercer nivel en la Tecnología Superior en Gastronomía.

Elaborar nuevos procesos en la empresa de alimentos y bebidas mejorará la estructura administrativa; estandarizará procesos de producción y provocará una innovadora oferta en el mercado a través de eficientes estrategias de marketing, que conducirán a proporcionar un excelente servicio al cliente e incrementará los ingresos de la empresa.

El bar restaurante La Mancha de Don Quijote alcanzará entonces los cambios de exigencia social para continuar operando. Modernizar el sistema administrativo y operativo de la empresa irrumpe en una aceptación de las nuevas circunstancias, integrando, incluso, procesos de adaptación sustentables y sostenibles que cumplan con la responsabilidad social de protección al ambiente contribuyendo así a la campaña de sustentabilidad y sostenibilidad global.

Atender la demanda del cliente nos incentiva a reestructurar el bar-restaurante para ofrecer un espacio acogedor que ofrezca productos de calidad utilizando materia

prima de excelencia, producida en mercados locales en su mayoría. Nos reta a crear un sitio que sin competir por precio en el mercado pueda adicionar comida saludable con atención rápida, esmerada y personalizada logrando que la experiencia del cliente sea única.

Al referirnos a experiencia única, decimos: insertar cultura, arte, tradición e innovación, siendo ésta la esencia con la que se creó La Mancha de Don Quijote, reorganizando, modernizando, tecnificando el bar-restaurante, sin perder lo característico de nuestra tierra, que el arte de su gente, que el talento de cada artista pueda traspasar fronteras y que la degustación de sus platillos contribuya a que esa experiencia única sea una generalidad para los comensales locales, regionales, nacionales e internacionales.

La Mancha de Don Quijote será, por tanto, uno de los bar-restaurantes de emprendedores lojanos, capacitados por una de las mejores instituciones educativas del país, cuyas expectativas empresariales y sociales cumplirán con el aporte económico y social al generar empleo y al prestar servicios de calidad, con una visión y misión de acogida al arte, cultura y tradición, en un marco de continua innovación y creatividad.

## **6. OBJETIVOS**

### **6.1 Objetivo General**

Modernizar la estructura administrativa, operativa y gastronómica, mediante los procesos administrativos, gastronómicos, estandarizaciones, marketing digital, ofertando un servicio de vanguardia y calidad al cliente.

### **6.2 Objetivos Específicos**

- En base a los resultados obtenidos con la aplicación de encuestas y entrevistas a consumidores y ciudadanos en general, mediante el proceso de verificación de resultados, se establecerán los platillos de mayor demanda de la población seleccionada y se elaborará el nuevo menú del bar-restaurante “La Mancha de Don Quijote”.
- De la consulta bibliográfica realizada se elaborarán los manuales para empleados, conforme a la realidad del bar-restaurante “La Mancha de Don Quijote”; y, se estructurarán los organigramas de la empresa.
- Diseñar el Manual Administrativo, Operativo y Gastronómico, mediante levantamiento de formatos, estandarizaciones de procesos, control de inventarios, y mejoramiento de las alternativas gastronómicas del restaurante, con el propósito de ofrecer servicio de calidad.

## 7. MARCO TEÓRICO

### 7.1 Marco Institucional

#### 7.1.1 *Salón Principal del Bar-Restaurante “La Mancha de Don Quijote”*



*Ilustración 1: Salón Principal Bar Restaurante "La Mancha de Don Quijote".  
Fuente: La Autora.*

El territorio ecuatoriano posee una asombrosa y exquisita riqueza cultural y gastronómica, cada sector tiene sus características peculiares que la distinguen del resto de poblados. Tanto se destaca y es tan elevado este atractivo que en el año 1978 la UNESCO describe a la ciudad de Quito como: “un ensamble sui generis armónico, donde las acciones del hombre y la naturaleza se han juntado para crear una obra única y trascendental en su categoría” y la declara como Primer Patrimonio Cultural de la Humanidad, este hecho ha significado que Quito sea considerado como un lugar para visitarlo de manera habitual por turistas tanto nacionales como extranjeros.

Continuar mostrando al mundo el potencial cultural y gastronómico del Ecuador y particularmente de Loja convirtiéndose en una responsabilidad social empresarial. La Mancha de Don Quijote asumiendo esta responsabilidad se enfocará en alcanzar niveles de competitividad basados en el compromiso social, respeto a la cultura e integración de ciencia, arte y tecnología que conlleven a obtener un beneficio mutuo y favorezca la relación empresa-sociedad.

### 7.1.2 Logotipo de la empresa



*Ilustración 2: Logotipo Bar Restaurante "La Mancha de Don Quijote".  
Fuente: La Autora.*

El bar-restaurante La Mancha de Don Quijote abre sus puertas al público en el mes de agosto de 2013. Se ha caracterizado por acoger el turista extranjero y ajusta sus instalaciones para esa demanda con la intención de transferir cultura, arte y gastronomía lojanas, siguiendo las directrices de sus mentores como el filósofo neoyorquino Bruno Toscano y el lojano Cristian Castillo.

Su infraestructura acoge una antigua casona en el centro de la ciudad de Loja y cuenta con ambientes separados en los que el cliente es quien escoge el lugar que prefiere para el tiempo que va a permanecer en el establecimiento, cuenta con una sala de lectura, una sala donde casi siempre se presenta arte y música o un espacio en donde se puede sentar al aire libre a disfrutar su bebida y platillo preferido.

En este contexto el bar restaurante La Mancha de Don Quijote encuadra su misión, visión y valores.

### **7.1.3 Misión**

“La Mancha de Don Quijote es un sitio de esparcimiento innovador y creador de ambientes adecuados a cada cliente, con un servicio gastronómico y atención de calidad”.

### **7.1.4 Visión**

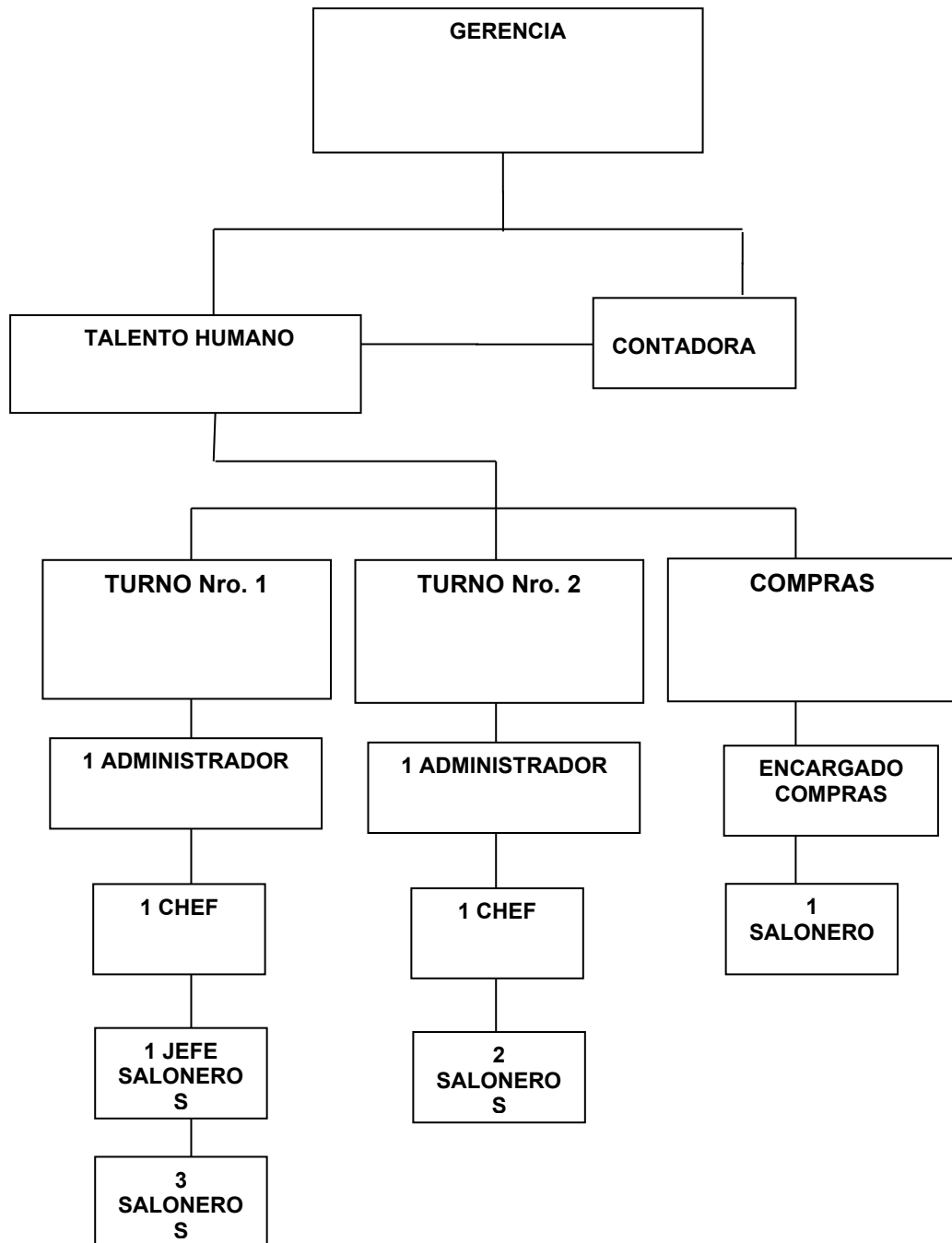
“La Mancha de Don Quijote se enfocará en fomentar el arte, la cultura y la gastronomía, procurando entregar el mejor servicio al cliente e integrando la innovación y creación gastronómica, para otorgar experiencia única en cada visita de sus clientes”



### **7.1.5 Valores**

“Servicio social con responsabilidad, transmisión de arte y cultura, profesionalismo, respeto por el territorio y sus productos, ética e integridad, compromiso con la calidad de servicio, identidad local y nacional.”

### 7.1.6 Organigrama Estructural



*Ilustración 3: Organigrama Estructural Bar Restaurante "La Mancha de Don Quijote".  
Fuente: La Autora.*

7.1.7 Menú



Ilustración 4: Carta de menú del Bar Restaurante "La Mancha de Don Quijote".  
Fuente: La Autora.

## 7.2 Marco Conceptual

### 7.2.1 *Gestión Administrativa de Bares y Restaurantes*

Son varios los modelos gerenciales que fortalecen los procesos de las empresas de bares y restaurantes y contribuyen a que se posicione en el competitivo mercado y le conceden a la vez un escenario de autenticidad diferenciándolo de la competencia. La innovación, creatividad e investigación de acuerdo a las competencias propias del establecimiento junto a un plan adecuado de gestión administrativa van a proporcionar las herramientas estratégicas que el bar o restaurante requieran para poder mantener, promover e impulsar con eficiencia y eficacia dicha gestión.

Edward W Deming, en 1950 manifestó que: “sugiere una nueva y radical definición de la función de una empresa: Más que hacer dinero, es mantenerse en el negocio y brindar empleo por medio de la innovación, la investigación, la mejora constante y el mantenimiento”, esta mejora constante puede y debe estar fundamentada en la implementación del modelo adecuado en la gestión de la empresa, en donde la constancia en el propósito será primordial en su futuro desarrollo. (Monge & Zhunio, APLICACIÓN DE MODELOS GERENCIALES EN LOS ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS DEL CENTRO HISTÓRICO DE QUITO, 2013)

Si bien los modelos de gestión creados, marcaron y seguirán marcando la pauta para el mejoramiento en las empresas de producción es digno de destacar el beneficio que los mismos han proporcionado a las empresas de servicios y de manera especial en este sector en las empresas vinculadas con la actividad de alimentos y bebidas

visualizando en estos modelos la posibilidad de mejoras y transformaciones permanentes, dando la opción para que cambien y se adecuen a su entorno.

Se vuelven organizaciones flexibles que a su vez tienen políticas que cambian con el propósito de alcanzar sus metas a corto, mediano y largo plazo. En la correcta gestión de un restaurante se encuentra la principal clave de su rentabilidad y, por tanto, de la continuidad del negocio a largo plazo. Dicha gestión es compleja al intervenir en ella muchos factores. Además, la forma de gestión es distinta según quién la dirija pudiendo ser un negocio administrado por el mismo dueño, modelo de franquicia o externalización de la gestión a un tercero. (Menorquina, 2017).

El bar restaurante La Mancha de Don Quijote adoptará la gestión administrativa ejecutada por el mismo dueño para posteriormente poder adoptar el modelo de gestión a un tercero.

En las empresas de restauración se realizan una serie de actividades como:

- a) La administración de la empresa
- b) Comercialización mediante actividades de publicidad, promoción y ventas.
- c) Mantenimiento de las instalaciones y equipos.
- d) Gestión de personal
- e) En base a estas actividades, la restauración requiere los perfiles profesionales que respondan a:
  - f) Efectuar los cambios necesarios que respondan a la evolución de la demanda en el mercado.
  - g) Mantener una política de calidad

- h) Actualizarse en las nuevas tecnologías
- i) Prestar los servicios de acuerdo al estilo e identidad de la empresa.
- j) Aportar el valor agregado que superen las expectativas de los comensales.
- k) Desarrollar una política de prevención de riesgos laborales. (Felipe Gallego, 2012)

El mayor activo de la empresa de restauración es su base operativa, los recursos humanos los que se mantienen en contacto con el cliente. Por lo tanto, es indispensable que el personal de la empresa sea capacitado continuamente para poder responder a la demanda del mercado, puesto que los procesos operativos de las empresas de restauración exigen dedicación plena, física y mental. La cocina y sus cocineros se convierten en protagonistas; consecuentemente, la organización de la empresa debe integrar a sus colaboradores en compartir y cumplir con la misión, visión, cultura, objetivos de la empresa.

### **7.2.2 *Cocina***

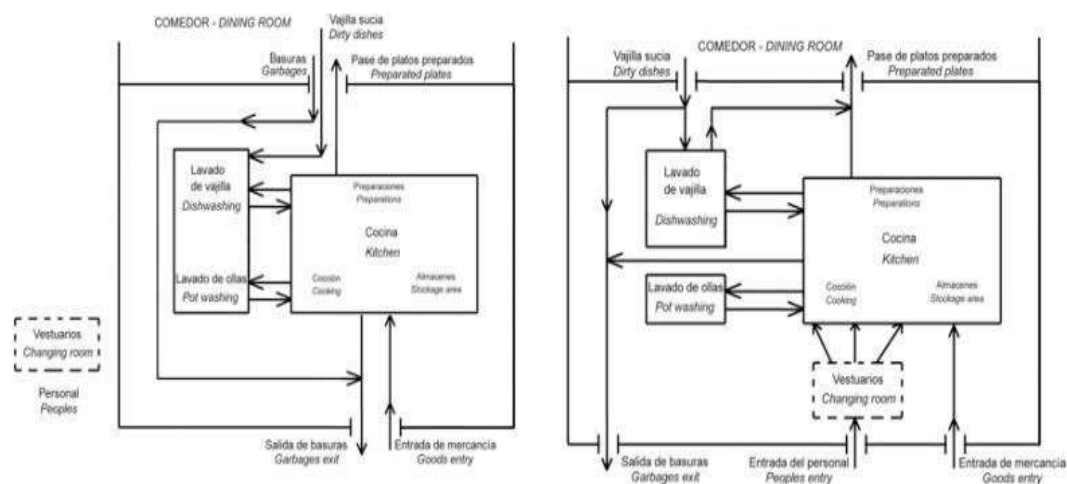
El nuevo panorama gastronómico se enfrenta a la revolución culinaria, se pasa de una cocina familiar a una revelación culinaria en donde el talento y la creatividad con resultados impresionantes y enfrentándonos a un producto terminado con matices de texturas, sabores, aromas y colores plasmando la libertad del chef y rompiendo esquemas, respondiendo a tendencias de acuerdo a los valores socioculturales.

La cocina de cada restaurante posee una personalidad propia respondiendo a la filosofía del cocinero, a la ubicación geográfica, al tipo de restaurante lo que facilitará la producción de nuevos estilos. El verdadero método culinario debe estar jerarquizado por lo tanto el jefe de cocina deberá definir el área de la cocina y sus

anexos en donde se transformarán los alimentos. Deben contemplarse todos los espacios necesarios para el desempeño óptimo. Por lo tanto, será muy conveniente que cada zona sea independiente entre sí, pero tengan comunicación a la vez.

### 7.2.3 Cocina Profesional Integrada

La cocina de un restaurante debe ser profesional integrada, la nouvelle cuisine ha revolucionado la filosofía culinaria y se han diseñado cocinas con cambios significativos.



**Ilustración 5:** Diseño Arquitectónico Cocina Profesional Integrada.

**Fuente:** Expo Horeca Magazine.

La división de una cocina más recomendada es:

- Cocina caliente transforma los alimentos por medio del calor.
- Cuarto frío su función principal es la conservación de los alimentos perecederos.
- Área de pastelería para elaborar productos dulces o salados, debe estar conectada con la cocina caliente.
- Recepción de materia prima

- Plonge para el lavado de utensilios de cocina
- Cuarto de verduras
- Economato donde se almacenan los productos no perecederos
- Fregaderos de vajilla
- Vestidor
- Comedor de empleados (Horeca, 2019)



*Ilustración 6: Cocina Profesional Integrada.  
Fuente: Expo Horeca Magazine.*

#### **7.2.4 Buenas Prácticas de Manufactura**

La garantía de entregar productos de calidad inocuos la otorga la buena práctica de manufactura (BPM) cuya práctica adecuada y constante se encargará de la protección de la salud del consumidor al proporcionar productos sanos, seguros y nutritivos. Por lo tanto, se deben incluir planes y programas que vayan orientados a cumplir con las regulaciones establecidas por los departamentos de control, entre estos



podemos mencionar las siguientes sugerencias de planes y programas en los que deben capacitarse a los empleados:

Plan de Saneamiento:

- Programa de limpieza y desinfección.
- Programa de residuos sólidos
- Programa de control de plagas.
- Programa de capacitación.
- Programa de control de calidad del agua potable
- Programa de control de proveedores.
- Programa de distribuidores.
- Plan de muestreo.
- Programa de mantenimiento.
- Programa de aseguramiento de la calidad.
- Programa de control de procesos.
- Programa de trazabilidad.
- Programa de tratamiento de aguas residuales. (Castro & Salgado, 2007)

La ejecución y seguimiento oportuno de estos planes y programas facilitarán el control desde la compra y recepción de la materia prima hasta la entrega del producto preparado degustado por el comensal, así como la posterior recolección limpieza y organización del salón y los puestos de trabajo. Cumpliendo con los requisitos que exige el análisis de riesgos y control de puntos críticos (HACCP) facilitarán la detección e identificación de riesgos de contaminación de los alimentos.

Los programas de aseguramiento de la calidad permiten:

- Prevención antes que detección.
- Brindar confianza.
- Satisfacer las expectativas en forma consistente.
- Operar efectiva y eficientemente.
- Hacerlo bien la primera vez y siempre. (Castro & Salgado, 2007)

En el artículo publicado por la revista Vector, en su volumen 2 del año 2007 otorga especial relevancia a la buena práctica de manufactura y concluye lo siguiente: “La implementación, seguimiento y control de las BPM, ha demostrado la efectividad en cuanto a higiene personal, utilización de implementos como gorro, tapabocas, guantes, calzado antideslizante, indumentaria aseada, ausencia de joyas y uñas pintadas. La implementación de BPM, permite:

- a) Higiene en los procesos de elaboración, envasado, almacenamiento, expendio, transporte y distribución.
- b) Una adecuada disposición y manejo correcto de los residuos sólidos.
- c) Alto nivel de capacitación, en todos y cada uno de los temas que componen las BPM. Esta capacitación se puede realizar mediante talleres, charlas magistrales, días de campo, avisos alusivos y estímulos por rendimiento.
- d) La escasa o nula presencia de Enfermedades Transmitidas por Alimentos (ETA's), debido a que las fuentes de contaminación se controlan, los manipuladores aplican normas higiénicas de tipo personal y en los procesos de los alimentos hay una adecuada limpieza y desinfección, la presencia de vectores se minimiza y hay una adecuada disposición y manejo de los residuos sólidos.

- e) Permite una mayor satisfacción de los clientes y del empresario” (Castro & Salgado, 2007)
- f) La rentabilidad de una empresa de alimentos y bebidas radica en la buena gestión y en los mecanismos de control que se implementen. Parte de este control está en la forma en que lleve el control de inventario. El inventario es llevar el registro de las existencias del restaurante, este enlistado permite a la empresa saber cuánto se tiene en existencias y cuál es el valor económico de las mismas. Para facilitar dicho control debemos elaborar: escandallos para poder establecer con precisión el costo de la materia prima que se usa en la preparación de cada plato. Las fichas técnicas deben ser diseñadas para cada platillo y bebida y se debe incluir ingredientes, proceso de elaboración y la fotografía de la preparación, lo que facilita poder hacer la réplica por cualquier empleado del área de cocina. Las fichas de pedido nos aportan la información de cada proveedor y los precios que entregan la materia prima. (Garza, 2021)

Actualmente encontramos una serie de programas que permiten llevar este inventario que permiten automatizar el control, el entrenamiento oportuno y el uso permanente del mismo permitirán tener una información real y facilitarán el aprovisionamiento de materia prima en forma oportuna y permitirán graduar las compras para evitar desperdicios y pérdidas.

### **7.2.5 Conservación de productos**

Si bien la recepción y almacenamiento de la mercadería debe ser organizada y cuidadosamente colocada en el sector que le corresponde es muy importante saber

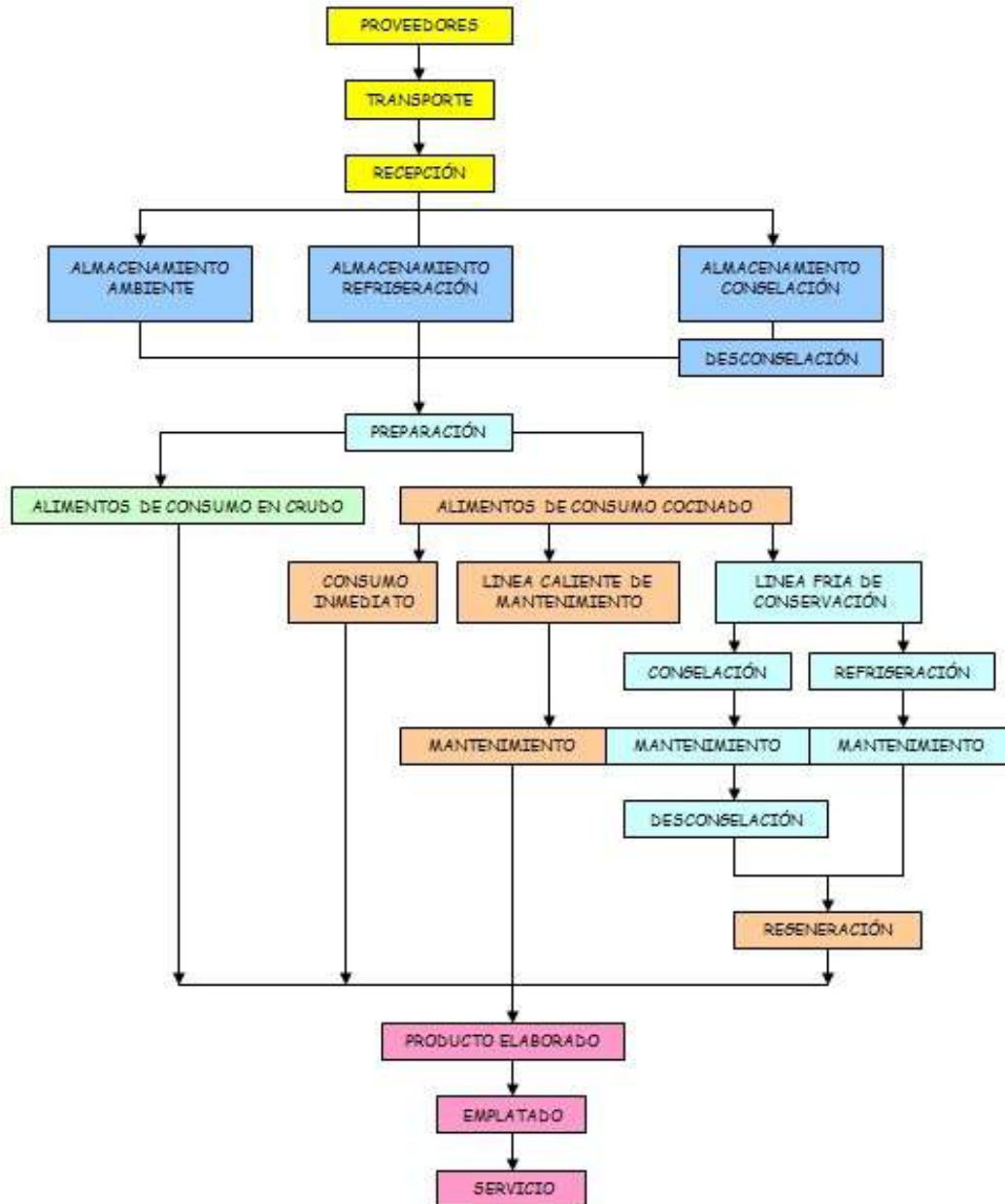
respetar los métodos de conservación de los productos que se utilizan en un restaurante. El almacén debe estar equipado de tal manera que la temperatura sea la adecuada; generalmente cuarto frío, economato y bodega.

La recepción y almacenaje de géneros responden a normas de conservación como:

- Jamás se deben dejar los productos en el suelo, siempre en la estantería que les corresponda.
- Facilitar la circulación del aire, por lo tanto, no deben estar juntos.
- Los géneros más antiguos deben estar primero.
- Los productos crudos deben ir separados de los cocinados.
- Los productos congelados deben estar sellados correctamente y en congeladores registrando la fecha de recepción.

El almacenaje debe ser considerado por el tipo de producto y sus necesidades de conservación: Productos perecederos, necesitan frío para su conservación, pero se debe diferenciar entre los frescos que son aquellos que se los va a consumir en poco tiempo. Los productos congelados necesitan bajas temperaturas para prolongar su vida útil y los productos no perecederos no necesitan estar en el cuarto frío, pero sí en percha. (Gil Martínez, 2010)

La empresa de productos alimenticios FORMAINOVABIO en su página web difunde un diagrama de flujo bastante funcional que ilustra de mejor manera el proceso de recepción, almacenamiento y conservación de los alimentos:



**Ilustración 7:** Diagrama de flujos en procesos de restauración colectiva.  
**Fuente:** FormainnovaBio.

### 7.2.6 Proveedores

Dentro de la buena gestión de lugares de expendio de alimentos y bebidas se debe seleccionar a cada uno de los proveedores y tener algunas alternativas de quienes puedan entregar la materia prima necesaria dentro de estándares de calidad muy altos.

Para dicho control debe elaborarse un ficha por cada proveedor que contenga parámetros como: horario y fecha de entrega, calidad de producto etiquetado con fecha de caducidad. (Armendariz, 2016)

Cada proveedor debe otorgar confianza y continuidad, pues de sus productos depende la calidad de servicio también, será nuestro aliado en el momento de seleccionar el producto y cuidará siempre entregar lo mejor de acuerdo a la demanda del restaurante.

### ***7.2.7 Gastronomía Vanguardista***

La cocina de vanguardia es un movimiento surgido recientemente en las cocinas de todo el mundo, que tiene como objetivo innovar en la cocina utilizando diferentes técnicas para la preparación de productos de alta calidad. A través de una visión moderna, la cocina de vanguardia transforma el placer de la buena comida en un reto permanente que busca satisfacer las expectativas de nuestros comensales con sabores variados y aromas exquisitos. (Asociacion de Chefs del Ecuador, 2018)



***Ilustración 8: Gastronomía Vanguardista.***  
***Fuente: (Asociacion de Chefs del Ecuador, 2018).***

Dentro de la cocina de vanguardia encontramos especialidades como la cocina molecular, que aplica principios de química y física para preparar platillos con alto atractivo visual y sabor incomparable; este estilo moderno es una rama muy novedosa de la cocina contemporánea.

#### *7.2.7.1 Características de la cocina de vanguardia*

Uno de los aspectos básicos de la cocina de vanguardia es poder sorprender positivamente a la persona que degustará los alimentos, por lo que debemos procurar una estética impecable y servir porciones reducidas con comida atractiva a la vista. Un platillo ligero, con poca grasa y que sorprenda, motiva al comensal a explorar más sabores. Podemos sembrar esta curiosidad si cuidamos la estética, el olor, el sabor y la textura al momento de ofrecer nuestra preparación. (Doperto, 2013)

#### *7.2.7.2 Métodos y técnicas de cocción vanguardistas*

##### *Gelificación*

La gelificación es una técnica de la cocina de vanguardia que consiste en convertir alimentos en líquido y posteriormente en geles, esta reacción se logra gracias a la incorporación de agentes gelificantes que proporcionan cualidades específicas a su estructura y viscosidad (Porrás, 2019).



**Ilustración 9:** Gelificación.  
**Fuente:** (Porras, 2019).

### *Esferificación*

Esta es una técnica antigua creada para imitar la textura de las huevas de pescado; sin embargo, en los años 90 fue retomada por la cocina de vanguardia para convertir líquidos como vinos o zumos de frutas en gelatina y así lograr que estos queden encapsulados de forma esférica (Porras, 2019).



**Ilustración 10:** Esferificación.  
**Fuente:** (Porras, 2019).



### *Terrificación*

En este método de cocina de vanguardia, tomamos líquidos o pastas a base de aceite y los transformamos en alimentos con textura de tierra, creando así un alimento novedoso y muy delicioso (Porras, 2019).



**Ilustración 11:** *Terrificación.*

**Fuente:** (Porras, 2019).

### *Nitrógeno líquido*

El nitrógeno es un elemento que se encuentra en la atmósfera de nuestro planeta y que consigue volverse líquido al exponerse a una temperatura de  $-195.79$  °C. El uso del nitrógeno líquido como técnica dentro de la cocina de vanguardia, implica la cocción de los alimentos por medio de la congelación, simplemente debemos introducir los alimentos que deseemos congelar en el nitrógeno líquido, cuidando de no dañar la piel de nuestras manos. Se recomienda utilizar guantes (Porras, 2019).



**Ilustración 12:** Nitrógeno líquido.

**Fuente:** (Porras, 2019).

### *Sous vide*

Una técnica que nos permite sellar los alimentos al vacío utilizando bolsas de plástico, posteriormente los sumergimos en baños de agua caliente para controlar así su temperatura. Este tipo de preparación te permitirá determinar el punto de cocción de los alimentos con mucha precisión, pues se usan temperaturas bajas que van desde los 60°C hasta los 90°C (Porras, 2019).



**Ilustración 13:** Sous vide.

**Fuente:** (Porras, 2019).

### *Parrilla inversa*

Esta técnica de cocción toma el nombre de anti-parrilla o parrilla inversa, pues usa un tipo de parrilla que, en lugar de calentar, enfría rápidamente los alimentos. De

esta forma se logra llegar a temperaturas de hasta  $-34.4\text{ }^{\circ}\text{C}$ , sin necesidad de usar nitrógeno líquido. Este método logra texturas frías y cremosas ya que es capaz de congelar cremas, mousses, purés y salsas; por este motivo se usa bastante en repostería de vanguardia (Porrás, 2019).



*Ilustración 14: Parrilla inversa.*  
*Fuente: (Porrás, 2019).*

#### *Pistola de ahumado*

Técnica de cocina de vanguardia utilizada por los mejores chefs del mundo para ahumar o caramelizar los alimentos de una forma muy rápida y sencilla, ofrece una comida de sabor exquisito sin necesidad de aplicar calor directo, ya que es capaz de marinar los alimentos con el humo antes de cocinarlos (Porrás, 2019).



*Ilustración 15: Pistola de ahumado.*  
*Fuente: (Porrás, 2019).*

### *Evaporador de Rotación o Rotostat*

Instrumento empleado en los laboratorios de química para separar sustancias por medio de la evaporación, su uso se comenzó a adaptar en la cocina de vanguardia en el año 2004, gracias a que podía retener los aromas de ingredientes como el chocolate, café o fresas sin necesidad de dejar rastros físicos de ellos (Porras, 2019).



**Ilustración 16:** *Evaporador de Rotación.*  
**Fuente:** (Porras, 2019).

### *Pacojet*

Un instrumento capaz de preparar helados y sorbetes, así como preparaciones saladas estilo mousses, rellenos y salsas. Lo primero que se debe hacer es congelar los ingredientes a  $-22^{\circ}\text{C}$  durante 24 horas, posteriormente los colocamos en el pacojet y dejamos que su cuchilla procese el alimento con cortes muy finos para crear una pasta suave. Algunas de sus mayores ventajas es que no desperdicia alimentos, ahorra tiempo, produce resultados de alta calidad y te permite ser muy creativo e innovador (Porras, 2019).



**Ilustración 17:** Pacojet.  
**Fuente:** (Porras, 2019).

### *Centrífuga*

El uso de este instrumento nos permite separar la parte sólida de la líquida en los alimentos, Por ejemplo, se pueden utilizar fresas para extraer el líquido y volverlo gelatina, mientras el puré lo transformamos en coulés; de esta forma podemos crear un postre de fresa centrifugada. También te será posible conseguir agua de gran pureza (Porras, 2019).



**Ilustración 18:** Centrífuga.  
**Fuente:** (Porras, 2019).

### *Deshidratador*

Esta técnica de cocina de vanguardia nos permite deshidratar las frutas y verduras rápidamente. Gracias a este método, los alimentos pueden eliminar el agua evitando dañarse, no pierden sus nutrientes y pueden adquirir texturas y sabores muy concentrados (Porras, 2019).



**Ilustración 19:** *Deshidratador.*

**Fuente:** (Porras, 2019).

### *Sifón*

La introducción de este aparato en la cocina de vanguardia tiene aproximadamente 20 años, se utiliza con frecuencia en la cocina molecular para producir tanto espumas frías como calientes, con una textura suave y esponjosa parecida al mousse, pero con la ventaja de que no necesita usar lácteos ni huevos. Se recomienda que el sifón esté hecho con materiales metálicos (Porras, 2019).



**Ilustración 20:** Sifón.  
**Fuente:** (Porrás, 2019).

## **7.2.8 Productos de restaurante**

### **7.2.8.1 Definición**

Los productos de restaurante son aquellos que permiten desarrollar todas las actividades requeridas dentro del mismo y que permiten que el recurso humano haga uso de ellos de manera que permitan el progreso del restaurant y generan comodidad y satisfacción a los clientes (Armendaris, 2012).

### **7.2.8.2 Características**

Un buen restaurante debe cumplir con ciertas características que inviten a los comensales a disfrutar su experiencia y regresar. Aunque la calidad de la comida es la más importante, no es la única. Elementos como el ambiente, ubicación, el servicio del personal, son todos sumamente importantes para que el comensal disfrute su estancia.

### 7.2.8.3 *Calidad*

Este es el más importante, si la calidad de la comida es buena, todo lo demás se hace más simple. Ingredientes frescos y de buena calidad, chefs que saben respetarlos y prepararlos y personal que conoce la manera adecuada de servirlos son fundamentales para cumplir con este punto. Así como es importante ofrecer buena comida, también es importante dar variedad a los platillos. Si nunca cambiamos el menú, caemos el riesgo de caer en la monotonía para los comensales que ya nos conocen. En cambio, si ofrecemos nuevos platillos de manera constante, les damos una razón para volver a visitar nuestro restaurante (El Poder del Consumidor, 2021).

Aquí podrían entenderse muchas cosas por ambiente, pero lo más importante es que sea agradable. Una iluminación adecuada para el tipo de restaurante, mesas correctamente ordenadas que permitan el libre paso, una decoración agradable, todo es importante. También es fundamental tener un adecuado uso de la música, tanto en estilo como en volumen.

Excelente trato del personal. El personal debe tener una actitud educada, de servicio y dispuesta a ayudar al comensal en todas sus necesidades. Esto puede ser tan sencillo como cumplir con ciertas necesidades en la comida (como menos picante, si así lo pide el cliente), a un saludo afectuoso a los visitantes frecuentes. El personal es el primer embajador de nuestro restaurante y es necesario que entienda la importancia de su labor.

Otro punto fundamental en el éxito de un restaurante si quiere que los comensales repitan la visita. Cumplir con todo lo anterior no servirá de mucho si está



ubicado en una zona lejana o de difícil acceso. De igual manera, si nuestra ubicación no ofrece comodidad o seguridad es poco probable que los comensales regresen. Elegir una buena ubicación es una de las decisiones más importantes incluso antes de abrir el restaurante.

### **7.2.9 Tipos de platillos**

#### *7.2.9.1 Entradas o aperitivos*

Las entradas son todas aquellas preparaciones que se sirven antes del primer plato y que, en algunas ocasiones lo sustituyen. Pueden colocarse en platos individuales o al centro. Pueden ser frías o calientes y sus posibilidades son infinitas. Por otra parte, las entradas, tanto frías como calientes, son aquellas que se sirven con anterioridad a un plato principal, aunque también la conjunción de ambas o de la petición de calientes o frías, pueden disponerse como una comanda completa, sin necesidad pues de platos principales. La diferencia entre calientes y fría son la temperatura de los alimentos. Lógicamente las primeras deben llegar a la mesa calientes (con una temperatura mayor a 60 ° C -sopas, cremas, etc-) y el servicio de las frías se realiza a una temperatura igual o inferior a 25 ° C. (ensaladas, con sus vinagretas salsas o aderezos.

#### *7.2.9.2 Plato fuerte o principal*

Se entiende por plato fuerte, al plato principal de una comida o menú, el más copioso o contundente, o el que por su personalidad define la totalidad de la comida. Generalmente es una preparación de carne o pescado y en caliente, aunque, según los

casos, puede ser también un plato de legumbres, o un guiso de verduras. Sólo en el caso de un menú a base de platos fríos puede considerarse plato fuerte una preparación en frío.

### *7.2.9.3 Postres*

Los postres son ese toque dulce que se acostumbra consumir al final de las comidas, para algunos es indispensable, para otros simplemente es algo que puede haber o no. Incluso desde la prehistoria, nuestros antepasados buscaban alimentos dulces porque eso significaba energía. En la actualidad consumimos cosas dulces ya no solo por supervivencia, sino por gusto, aunque es posible que después de la evolución aún conservemos el deseo de lo dulce por instinto.

En la antigüedad cada cultura tuvo su propio significado de postre, pero las comidas terminaban por lo regular en frutos frescos o secos, productos lácteos y miel, para la edad media el toque final de las comidas comenzó a ser algo más complejo: jaleas, compotas, flanes y pasteles. Finalmente fue hasta el siglo XVII que los postres se comenzaron a convertir en verdaderas obras de arte en las que la decoración y las texturas jugaban un papel fundamental, surgieron las pastas base (hojaldre, choux, genovesa), confituras, merengues, cremas y postres tan apreciados como el helado.

### *7.2.10 Formatos*

Las empresas de alimentos y bebidas al implementar el modelo de gestión deben incluir los controles y procedimientos, saber desde el costo exacto de los

insumos hasta registrar las actividades diarias que nos permitirá hacer el seguimiento para cumplir objetivos y metas y posteriormente poder tomar decisiones.

Con los avances tecnológicos en la actualidad existen una serie de formatos ya establecidos que pueden ser adaptados a cada restaurante para poder controlar todas las áreas: compras, producción, comedor, limpieza, inventarios, costos, presupuestos, perfiles profesionales, recetas estándar, manual de operaciones, higiene de alimentos, marketing.

#### ***7.2.11 Evaluación Sensorial***

La producción alimenticia no puede estar aislada de la evaluación sensorial, y se ha convertido en una herramienta principal para determinar la aceptación y el grado de satisfacción de un producto en el mercado, también es una herramienta fundamental en el marketing de la empresa.

En el libro la evaluación sensorial una metodología actual para tecnología de alimentos de Emma Wittig sostiene que se debe “respetar los resultados obtenidos por la evaluación que jueces imparciales hagan del producto. No cumplir con este precepto básico ha llevado al fracaso a muchos esfuerzos por introducir nuevos alimentos dados por el sector privado o el público.” “combina la fisiología de la percepción sensorial, en especial de gusto, olfato y visión, la elaboración mental que se hace en la corteza cerebral a partir de lo percibido en la cual se incorpora la subjetividad de lo sentido el uso de la estadística moderna que permite poner a prueba una hipótesis y dar respuestas objetivas con confiabilidad y error medible y, finalmente, una excelente

presentación de los aspectos técnicos y prácticos de las pruebas específicas.” (Wittig, 2020)

Para poder realizar una correcta evaluación sensorial de los alimentos se necesita seguir un proceso y contar con laboratorios, muestras, degustadores, métodos de evaluación, análisis estadístico. En el proceso de evaluación sensorial se van a medir diferencias y cualidades del alimento, con su técnica de preparación y sus propios utensilios.

- El panel de degustación analizará las muestras y fundamentará su evaluación en:
- Apariencia = todas las muestras deben tener la misma forma, consistencia, color y apariencia.
- Tamaño = todas las muestras deben ser del mismo tamaño.
- Temperatura = óptima para degustación.
- Recipientes = de la misma medida y color.
- Orden de presentación = debe indicarse con anterioridad el orden de presentación.
- Número de muestras = de 3 a 8
- Hora de degustación = depende del horario disponible de los laboratorios.
- Frecuencia de las degustaciones = no más de dos al día.
- Duración de la degustación = de 5 a 15 minutos. (Wittig, 2020)

### ***7.2.12 Escalas Hedónicas***

Ante el desarrollo constante de nuevos productos y en un mercado de innovación constante y nuevas tendencias se debe preparar productos que cubran estas

exigencias. Se mencionó anteriormente la importancia de la evaluación sensorial en la preparación de alimentos y en este contexto se deberán utilizar como herramientas eficientes las escalas hedónicas conocidas también como Just-About-Right (JAR), las mismas que son utilizadas para identificar los atributos o deficiencias de un alimento. Las escalas buscan el punto ideal y nos permitirán determinar si el producto tendrá o no aceptación en el mercado. (Fernández, García, & Fuentes, 2018)

Las escalas hedónicas o las JAR responden a un proceso que implica la elaboración de fichas de cata, procesamiento e interpretación de resultados en base a los atributos que va a evaluar la ficha de cata tomando en cuenta la aceptación del producto por el cliente como objetivo principal.

En cuanto a la gastronomía, luego de la investigación de campo que se realice se plantearán los elementos significativos y de diseño de los platos y bebidas que va a ofrecerá en su menú el Bar-Restaurante “La Mancha de Don Quijote”.

## **8. METODOLOGÍA**

La metodología en la que se fundamentará el presente proyecto de investigación es la experimental puesto que se crearán una serie de procesos de gestión administrativa, de producción gastronómica y de mercadeo y para poder cumplir los objetivos propuestos se aplicarán los métodos hermenéutico, fenomenológico y práctico proyectual.

### **8.1 Métodos de Investigación**

#### ***8.1.1 Método fenomenológico***

El método fenomenológico se enfoca en la esencia de la experiencia compartida es decir se utilizarán métodos y técnicas los cuales se emplearán para la recolección de información verídica y real con esto se pretende describir y entender los fenómenos desde diferentes fuentes de información desde la perspectiva construida colectiva para que mediante esta indagación se pueda otorgar una condición para un nuevo conocimiento partiendo de un aprendizaje previo. (Amaya, Davila, Jara, & Murcia, 2020)

La búsqueda de información se basará en experiencias humanas, la observación cotidiana, la experiencia adquirida de aquellas personas involucradas en la administración de empresas similares que ofrecen el servicio de alimentos y bebidas. A través de la información obtenida se podrá aplicar el método fenomenológico en las

prácticas diarias de la oferta de alimentos y bebidas del Bar Restaurante “La Mancha de Don Quijote”.

### **8.1.2 Método hermenéutico**

La hermenéutica inicialmente se la relacionaba con la interpretación de textos, luego Hans-Georg Gadamer le da un giro filosófico y sostiene que el ejercicio del entendimiento involucra la interpretación y trata de construir una fenomenología de la comprensión. Gadamer la define como “una reflexión filosófica sobre las condiciones generales de la comprensión y la interpretación, procesos fundamentales de la vida humana. La hermenéutica filosófica de Gadamer nos propone analizar fenomenológicamente estos procesos y su carácter esencialmente lingüístico y, puesto que toda nuestra relación con la realidad descansa en la interpretación, la hermenéutica tiene carácter universal y se convierte, para Gadamer, en la filosofía primera.” (Ortiz, 2015)

Tratándose de una investigación fáctica, se aplicarán métodos lógicos como el hermenéutico cuyo objeto es la interpretación de los textos, información bibliográfica necesaria que tengan relación directa con la propuesta de investigación.

### **8.1.3 Método práctico proyectual**

La metodología práctico proyectual es el conjunto de procedimiento dictados por la experiencia que se ha utilizado dentro de un proceso para dar solución a un problema, es decir, consiste en una serie de pasos necesarios dispuestos en un orden lógico, los cuales obedecen a valores objetivos que se convierten en instrumentos

operativos; por tanto, este método no es algo absoluto y definitivo ya que está sujeto al cambio siempre y cuando se encuentren otro valor que mejoren el proceso. (UDE, 2015)

El método fenomenológico se fusionará entonces con el método práctico proyectual. De su denominación se colige que se trata de realizar diversas operaciones lógicas y secuencialmente ordenadas para provocar excelentes resultados. Este método tiene importancia para abordar la temática propuesta dado que se perfila hacia un rediseño del modelo de gestión administrativa, mercadeo y producción gastronómica del Bar-Restaurante “La Mancha de Don Quijote”, proyectado para el año 2022.

Se modificarán los manuales existentes en base del nuevo modelo de gestión, se rediseñará la información técnica, escrita y verbal en redes sociales y en medios de información social, se estandarizarán procesos gastronómicos y se adecuará un sistema de programas contables de emprendimientos locales, ajustado al sistema de costeo gastronómico que permita obtener resultados precisos de costo y rentabilidad competitiva en función del mercado y la calidad del servicio que ofrecerá el Bar-Restaurante “La Mancha de Don Quijote”.

## **8.2 Técnicas de Investigación**

Para poder obtener resultados del servicio que el Bar-Restaurante “La Mancha de Don Quijote” desea entregar a la ciudadanía lojana se utilizarán como técnicas de investigación: Entrevistas y encuestas.



### **8.2.1 Entrevistas**

Definición: “Una forma de encuentro, comunicación e interacción humana de carácter interpersonal e intergrupal (esto es, dos o más de dos personas), que se establece con la finalidad, muchas veces implícita de intercambiar experiencias e información mediante el dialogo, la expresión de puntos de vista basados en la experiencia y el razonamiento, y el planteamiento de preguntas. Tiene objetivos prefijados y conocidos, al menos por el entrevistador. En la asignación de roles, el control de la situación o entrevista lo tiene el entrevistador. Implica la manifestación de toda la gama de canales de comunicación humanos: verbal (oral), auditivo, cenestésico, táctil, olfativo, no verbal (gestual y postural) y paralingüístico (tono, volumen, intensidad y manejo del silencio).” (Aragón, 2002)

Nada más alentador y confiable que un conversatorio con los expertos en la gastronomía y el mercado lojano. Serán además tomadas en cuenta aquellas personas que fomentan el turismo lojano y de alguna manera son conocedoras de la cultura, arte, tradición y gastronomía. La entrevista se aplicará a un grupo de clientes frecuentes con formulario escrito pudiendo procederse en forma oral o escrita.

### **8.2.2 Encuestas**

La encuesta es una herramienta de recolección de información cualitativa y/o cuantitativa de una población ya establecida para una correcta aplicación de este instrumento el investigador deberá formular un cuestionario de preguntas el cual va acorde a los objetivos de estudio, deberá tener una muestra representativa de la

población a la cual se procederá encuestar y no menos importante las preguntas del cuestionario deberán ser concretas ya que esto facilitara la interpretación de la información recolectada. (Westreicher, 2020)

Para el proyecto de investigación dirigido a implementar nuevos diseños de gestión y control de procesos se elaborará un cuestionario apropiado cuyas variables le permitan obtener respuestas fidedignas y contribuyan a mejorar el servicio que presta el bar restaurante orientado a entregar calidad y eficiencia.

La técnica de observación será aplicada con la verificación ocular enfocándose en el servicio y el grado de satisfacción del cliente. Poniendo en práctica procesos de capacitación al personal del servicio de atención al usuario.

Se procesará los resultados de la investigación de campo aplicando técnicas estadísticas y mediante representación gráfica permitirá visualizar el comportamiento y las exigencias de la demanda.

### **8.2.3 Muestra**

La población seleccionada para tomar la muestra para el presente proyecto de investigación es el cantón Loja. Según los datos recolectados en el último censo de acuerdo a las proyecciones del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC en el año 2020 la población total del cantón Loja será de 274.112 personas, para esto se aplicará la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 \sigma^2 N}{e^2(N - 1) + Z^2 \sigma^2}$$

En donde:

$n$  = es el tamaño de la muestra poblacional a obtener

$N$  = es el tamaño de la población total.

$\sigma$  = representa la desviación estándar de la población. En caso de desconocer este dato es común utilizar un valor constante que equivale a 0.5

$Z$  = es el valor obtenido mediante niveles de confianza. Su valor es una constante, por lo general se tienen dos valores dependiendo el grado de confianza que se desee siendo 99% el valor más alto (este valor equivale a 2.58) y 95% (1.96) el valor mínimo aceptado para considerar la investigación como confiable.

$e$  = representa el límite aceptable de error muestra, generalmente va del 1% (0.01) al 9% (0.09), siendo 5% (0.05) el valor estándar usado en las investigaciones.

Una vez establecido los valores adecuados, se procede a realizar la sustitución de los valores y aplicación de la fórmula para obtener el tamaño de la muestra poblacional correspondiente al universo finito determinado.

$$n = \frac{(1,96)^2 * (0,5)^2 * 274112}{(0,05)^2 * (274112 - 1) + (1,96)^2 * 0,5^2}$$

$$n = \frac{(3,84) * (0,25) * (274112)}{(0,0025) * (274112 - 1) + (3,84) * (0,25)}$$

$$n = \frac{205.584}{685.278 + 0,96}$$

$$n = \frac{205.584}{686.23}$$

$$n = 383.6$$

#### **8.2.4 Determinación del universo**

Según los datos recolectados en el último censo de acuerdo a las proyecciones del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC en el año 2020, la población total del cantón Loja será de 274.112 personas, este representa el universo para el muestreo en este estudio.

##### *8.2.4.1 Muestra para el estudio*

La población seleccionada para tomar la muestra para el presente proyecto de investigación es el cantón Loja. Luego de aplicar la fórmula correspondiente para obtener el tamaño de la muestra, se determinó que el análisis debe consistir de por lo menos 387 personas, a quienes se les aplicará las encuestas y entrevistas correspondientes.

##### *8.2.4.2 Elaboración de la encuesta*

La encuesta fue desarrollada en 4 partes. La primera parte tiene como objetivo entender las diferencias entre las perspectivas de distintos grupos de edad y sexo. Las tres partes siguientes están orientadas a evaluar las preferencias en cuanto a preparación gastronómica, servicio al cliente y el control de calidad. El cuestionario

del formulario se originó en base a bibliografía concerniente a evaluaciones de establecimientos de alimentos y bebidas. La encuesta completa se la puede encontrar en la sección de anexos.

#### *8.2.4.3 Elaboración de las entrevistas*

Los formularios de entrevistas fueron elaborados para recolectar opiniones y perspectivas de expertos locales en el área gastronómica y proveedores de la materia prima para el restaurante. Se procedió a entrevistar a cinco galenos de la institución educativa en la que recibí mi instrucción profesional y a cinco proveedores que han sido responsables de suministrar los productos para el bar restaurante La Mancha de Don Quijote. Las preguntas fueron dirigidas a recabar información sobre los modelos de gestión administrativa, de mercadeo y de producción gastronómica en lo que respecta a los profesionales en gastronomía. Referente a los proveedores las preguntas estuvieron dirigidas a descubrir el nivel de conocimiento en cuanto al proceso de trazabilidad de la materia prima y el control de calidad.

### 8.3 Análisis e interpretación de resultados

#### 8.3.1 Análisis e interpretación de resultados de las encuestas

Parte 1: Datos Demográficos sobre sexo y edad

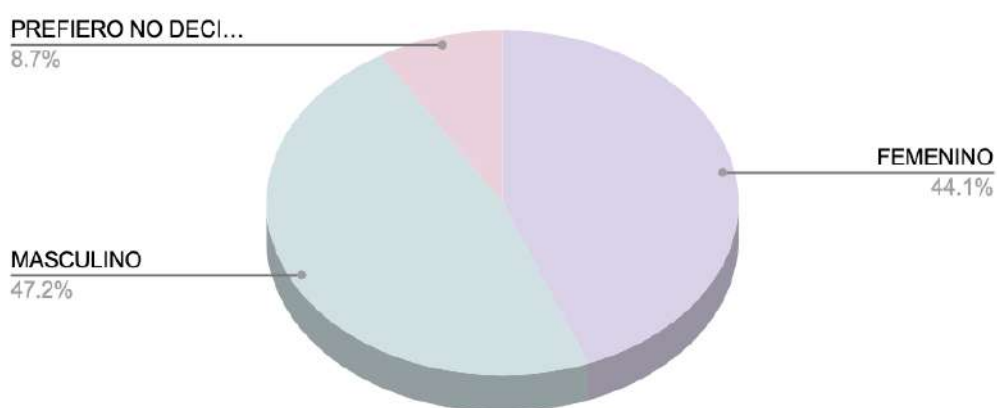
#### Sexo

*Tabla 1: Distribución de frecuencia y porcentajes de participantes en base al sexo.*

VARIABLE	NÚMERO DE PERSONAS	PORCENTAJE
Femenino	169	44.1 %
Masculino	181	47.2 %
Prefiero no decirlo	34	8.7 %
Total	384	100 %

*Fuente: Datos obtenidos de la encuesta.*

#### Sexo:



*Gráfico 1: Distribución de frecuencia y porcentajes de participantes en base al sexo.*

*Fuente: Datos obtenidos de la encuesta.*

### **Análisis cuantitativo**

De la población encuestada 181 personas fueron de sexo masculino, 169 personas de sexo femenino y 34 personas prefirieron no decirlo. Esta probación representa el 47.2% de hombres, 44.1% de mujeres y 8.7% de personas que prefieren no decirlo.

### **Análisis cualitativo**

El interés por responder a la encuesta es similar en cuanto al sexo, tanto hombres como mujeres dieron respuesta a esta encuesta.

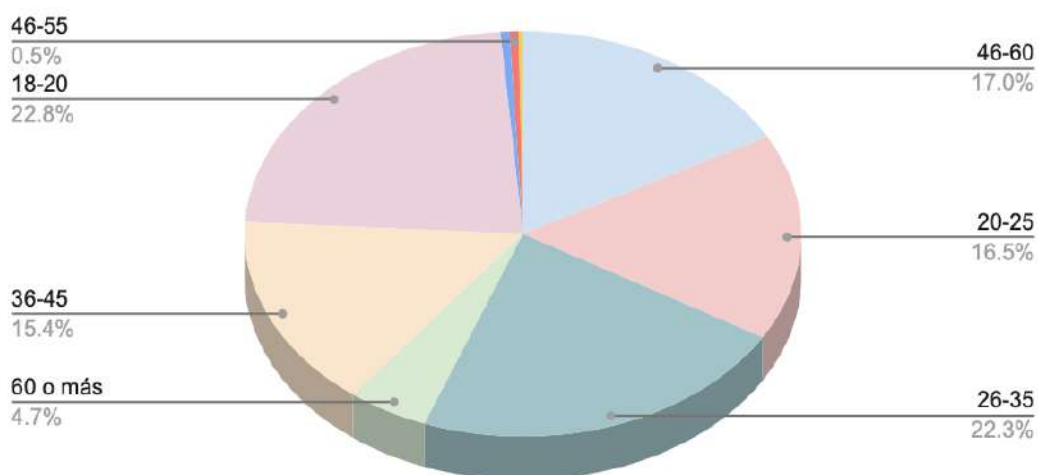
## Edad

**Tabla 2:** Frecuencia y porcentaje con respecto a la edad del participante.

RANGO DE EDAD	NÚMERO DE PERSONAS	PORCENTAJE
18 – 20	88	22.8 %
20 – 25	64	16.5 %
26 – 35	86	22.3 %
36 – 45	60	15.4 %
46 – 60	68	17.5 %
60 ó más	18	4.7 %
Total	384	100 %

*Fuente:* Datos obtenidos de la encuesta.

### Edad:



**Gráfico 2:** Frecuencia y porcentaje con respecto a la edad del participante.

*Fuente:* Datos obtenidos de la encuesta.



### **Análisis cuantitativo**

Determinar la edad de los encuestados nos lleva a tener una idea más clara sobre el tipo de población que respondió con mayor porcentaje a este cuestionario. Encontrándonos con 88 personas en un promedio de edad de 18 a 20 años que representa el 22.8 %, 86 personas en un promedio de 26 a 35 años equivalente a 22.3 %, 68 personas en un promedio de 46 a 60 años constituido por 17.5 %, 64 personas dentro de las edades de 20 a 25 simbolizado por el 16.5 %, 60 personas en las edades de 36 a 45 con el 15.4 %, y 18 personas de 60 o más años con un porcentaje de 4.7 %.

### **Análisis cualitativo**

La información recabada nos lleva a estimar las edades entre las que fluctuará nuestra posible clientela, las personas en edades de 18 a 20 y de 26 a 35 años frecuentan más los restaurantes. Cabe destacar que la diferencia entre las edades de 20 a 25, 36 a 45 y 46 a 60 años lo hacen con cierta frecuencia, sin que haya una diferencia significativa del grupo que más frecuenta, el interés disminuye en las personas de 60 años o más.

Parte 2: Cuestionario sobre experiencia gastronómica.

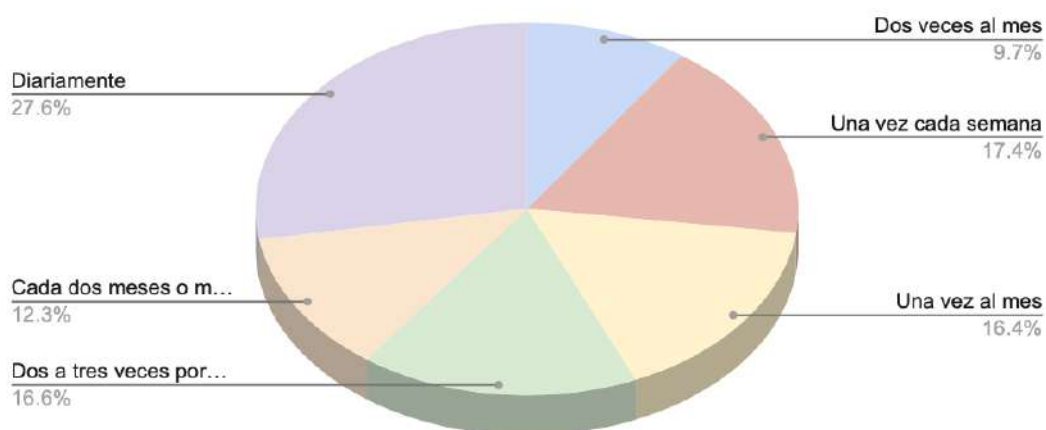
### 1. ¿Cuántas veces visitó un bar restaurante durante los seis meses pasados?

**Tabla 3:** ¿Cuántas veces visitó un restaurante durante los seis meses pasados?.

NÚMERO DE VECES DE VISITA	NÚMERO DE PERSONAS	PORCENTAJE
Diariamente	106	27.6 %
Dos o tres veces por semana	64	16.6 %
Una vez cada semana	67	17.4 %
Dos veces al mes	37	9.7 %
Una vez al mes	63	16.4 %
Cada dos meses	47	12.3 %
Total	384	100 %

*Fuente:* Datos obtenidos de la encuesta.

### 1. ¿Cuántas veces visitó un bar restaurante durante los seis meses pasados?



**Gráfico 3:** ¿Cuántas veces visitó un restaurante durante los seis meses pasados?.

*Fuente:* Datos obtenidos de la encuesta.

### **Análisis cuantitativo**

Respecto a la frecuencia con la que las personas de la ciudad de Loja visitan un establecimiento de restauración 106 personas visitan diariamente con un 27.6 %, 67 personas representado por 17.4 % visitan una vez cada semana, 64 personas que equivale a 16.6 % visitan de dos a tres veces por semana, 63 personas con un valor del 16.4 % visitan una vez al mes, 37 personas visitan dos veces al mes con un porcentaje de 9.7 %, y 47 personas simbolizado por el 12.3 % visitan cada dos meses.

### **Análisis cualitativo**

La información recolectada nos permite intuir que la frecuencia con la que la que se visita los restaurantes es bastante elevada en un rango de dos meses; de hecho, se puede estimar que en un mes tendremos una afluencia diaria a un restaurante de por lo menos un tercio de la población. El otro tercio acudirán semanalmente y el resto de la población mensualmente. Esta información puede ser utilizada para estimar el menú diario y cambios semanales y mensuales en base a frecuencias de visitas.

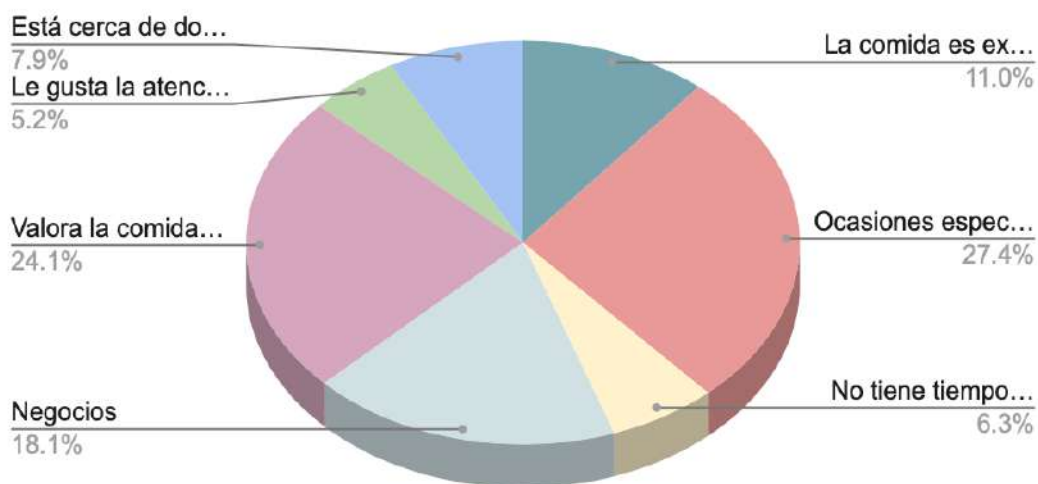
## 2. ¿Cuál es la razón principal para visitar un bar restaurante?

**Tabla 4:** ¿Cuál es la razón principal para visitar un bar restaurante?.

RAZÓN PRINCIPAL DE VISITA A UN RESTAURANTE	NÚMERO DE PERSONAS	PORCENTAJE
Negocios	70	18.1 %
Valora la comida del menú	93	24.1 %
Ocasiones especiales	105	27.4 %
Está cerca de donde reside	30	7.9 %
No tiene tiempo para cocinar	24	6.3 %
La comida es excelente	42	11.0%
Le gusta la atención y el ambiente	20	5.2 %
Total	384	100 %

**Fuente:** Datos obtenidos de la encuesta.

## 2. ¿Cuál es la razón principal para visitar un bar restaurante?



**Gráfico 4:** ¿Cuál es la razón principal para visitar un bar restaurante?.

**Fuente:** Datos obtenidos de la encuesta.

### **Análisis cuantitativo**

Al investigar las razones por las que las personas de la ciudad de Loja visitan un restaurante, respondieron de la siguiente manera a las variables planteadas: 103 personas equivalente al 27.4% en ocasiones especiales visitan un restaurante, 91 personas visitan porque valoran la comida del menú representado por el 24.1%, 68 personas con el 18.1% tienen reuniones de negocios en un restaurante, 41 personas simbolizado por el 11.0% visitan porque la comida es excelente, 30 personas presentadas por el 7.9 % frecuentan un restaurante por la cercanía, 24 personas constituido por 6.3% no tienen tiempo para preparar comida en casa, 20 personas compuesto por el 5.2 % llegan a un restaurante porque les gusta la atención y el ambiente.

### **Análisis cualitativo**

La visita a un restaurante tiene como razón principal las ocasiones especiales, seguida por lo que se ofrece en el menú, resultados que nos permiten asegurar que los clientes que frecuentan un restaurante es para celebrar algo. Estos criterios nos animan a crear un menú variado que responda a los intereses de los comensales y que aquellos que deseen celebrar ocasiones especiales puedan encontrar en La Mancha de Don Quijote una variedad de paquetes que les aseguren que su celebración será llevada con éxito y responsabilidad. Debemos considerar también a los clientes que desean tener sus reuniones de negocios en nuestro establecimiento quienes podrán encontrar en este establecimiento las garantías y privacidad pertinentes para poder llevar a cabo sus

reuniones. La atención y el ambiente para la clientela no es en realidad una razón importante para visitar un restaurante.

### Parte 3. Percepción de su experiencia en un bar restaurante

#### COMIDA

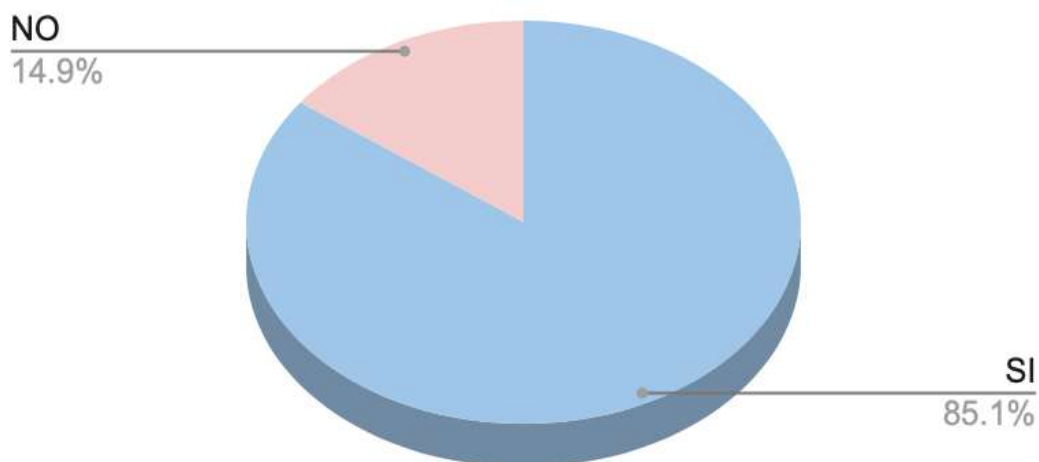
### 3. ¿Tiene algunas variedades de menús?

**Tabla 5:** ¿Tiene algunas variedades de menús?.

VARIETADES DE MENÚS	NÚMERO DE PERSONAS	PORCENTAJE
Sí	327	85.1 %
No	57	14.9 %
Total	384	100 %

**Fuente:** Datos obtenidos de la encuesta.

### 3. ¿Tiene algunas variedades de menús?



**Gráfico 5:** ¿Tiene algunas variedades de menús?.

**Fuente:** Datos obtenidos de la encuesta.

### **Análisis cuantitativo**

En la sección que respecta a la sección de comida, las personas que tienen preferencias por diferentes variedades de menús son 327 que equivale al 85.1% y tan solo 57 persona que representan al 14.9% de los encuestados no tienen preferencias de menús.

### **Análisis cualitativo**

De la encuesta desarrollada se puede determinar que la clientela lojana tiene preferencias por menús variados, que el menú de La Mancha de Don Quijote si posee un menú variado, tomando en consideración que el menú es uno de los principales elementos de marketing del Restaurante, un medio de comunicación sin igual que habla por sí sólo, puesto que a través del menú del restaurante, los clientes podrán elegir los productos que han de consumir y eso se ve reflejado en tus ventas; por lo tanto, en base al criterio de la clientela el bar restaurante intentará recopilar en su menú la riqueza de la gastronomía lojana y ajustará con sus propios aportes la gastronomía internacional de más demanda, para poder ofrecer una variedad de comida exquisita e intentará posicionar la gastronomía lojana en cualquier parte donde La Mancha de Don Quijote abra sus restaurantes.



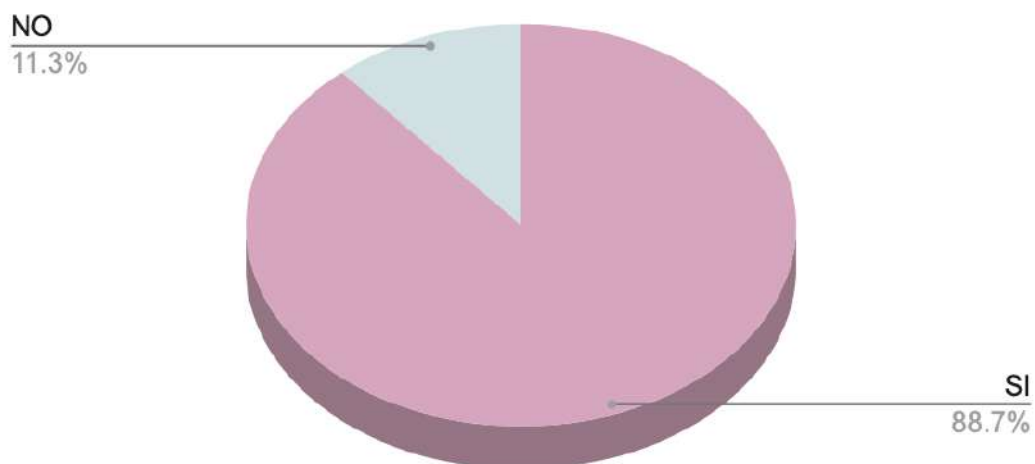
#### 4. ¿Tiene algún tipo de comida de preferencia?

**Tabla 6:** ¿Tiene algún tipo de comida de preferencia?.

TIENE COMIDA DE PREFERENCIA	NÚMERO DE PERSONAS	PORCENTAJE
Sí	341	88.7 %
No	43	11.3 %
Total	384	100 %

**Fuente:** Datos obtenidos de la encuesta.

#### 4. ¿Tiene algún tipo de comida de preferencia?



**Gráfico 6:** ¿Tiene algún tipo de comida de preferencia?.

**Fuente:** Datos obtenidos de la encuesta.

#### Análisis cuantitativo

Respecto a las preferencias de comida la mayoría personas, 341 personas que equivale a un 88.7% que respondieron a la encuesta sostienen que si tienen comidas de su preferencia y tan solo 43 representado por el 11.3% expresaron que no hay un tipo de comida que prefieran.

### **Análisis cualitativo**

El concepto de preferencia alimenticia implica una situación de elección y se refiere a cuál de dos o más alimentos se escoge, diferenciándose así del término de "gusto". La variedad de gustos culinarios y necesidades de los clientes, ha hecho que éste sea uno de los aspectos más importantes a la hora de buscar donde comer, principalmente por la variedad gastronómica que se pueda encontrar en un restaurante, por lo que los restaurantes que toman en cuenta estas necesidades, tendrán más posibilidades de ser elegidos.

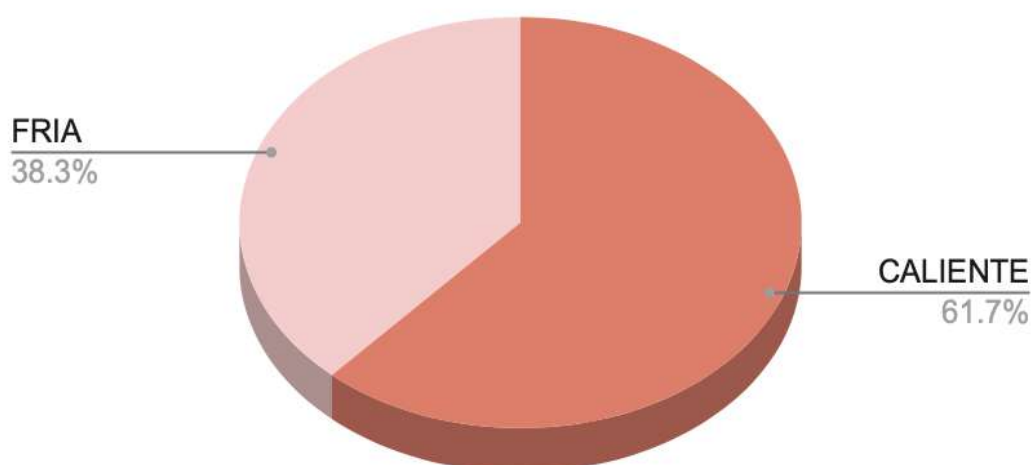
## 5. ¿Prefiere la comida fría o caliente?

**Tabla 7:** ¿Prefiere la comida fría o caliente?.

COMIDA FRÍA O CALIENTE	NÚMERO DE PERSONAS	PORCENTAJE
Sí	237	61.7 %
No	147	38.3 %
Total	384	100 %

**Fuente:** Datos obtenidos de la encuesta.

## 5. ¿Prefiere la comida fría o caliente?



**Gráfico 7:** ¿Prefiere la comida fría o caliente?.

**Fuente:** Datos obtenidos de la encuesta.

### Análisis cuantitativo

La población fue cuestionada en cuanto a la preferencia de comida fría y caliente y 237 personas representado por el 61.7% expresaron su preferencia por la comida caliente, mientras que 147 personas equivalente a 38.3% tienen preferencia por la comida fría.

### **Análisis cualitativo**

Las encuestas nos permiten aprehender que la preferencia por la comida fría es significativa respecto a la comida caliente. Los alimentos calientes o cocidos facilitan la digestión, pero es importante la ingesta de alimentos fríos o crudos por su nivel vitamínico y nutricional. Este criterio debe ser tomado en cuenta por el restaurante para poder incluir en el menú alternativas de comida fría y/o caliente que podría ser interpretada también como una tendencia a preferir la comida nutritiva y saludable.

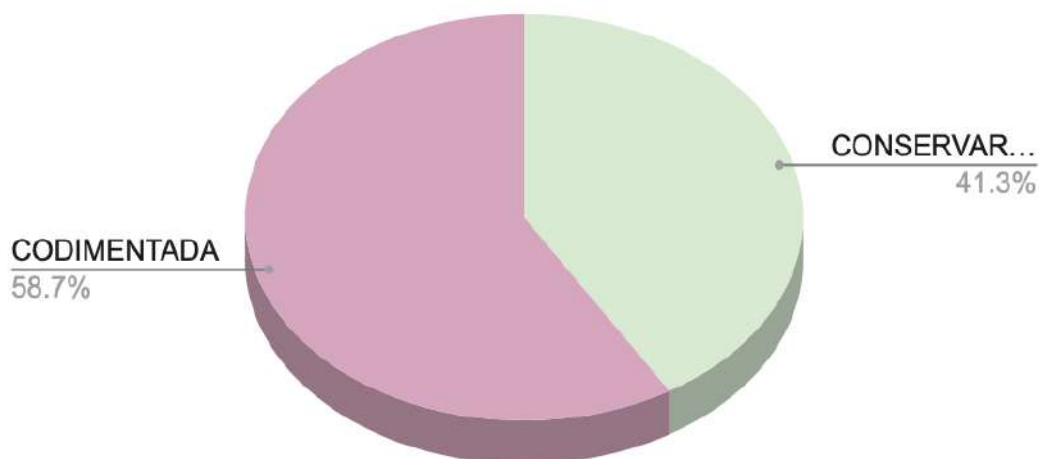
## 6. ¿Prefiere comida condimentada o que sepa bien?

**Tabla 8:** ¿Prefiere comida condimentada o qué conserve el sabor original?.

PREFERENCIA DE COMIDA	NÚMERO DE PERSONAS	PORCENTAJE
Condimentada	225	58.7 %
Sabor original	159	41.3 %
Total	384	100 %

*Fuente:* Datos obtenidos de la encuesta.

### 6. ¿Prefiere comida condimentada o qué conserve el sabor original?



**Gráfico 8:** ¿Prefiere comida condimentada o qué conserve el sabor original?.

*Fuente:* Datos obtenidos de la encuesta.

### Análisis cuantitativo

Nos interesaba saber si las personas encuestadas preferían comida condimentada y/o que conserve su sabor original; 220 personas representadas por el 58.7% indicaron su preferencia por la comida condimentada mientras que 157 simbolizado por el 41.3% prefieren la comida que conserve su sabor original.

## **Análisis cualitativo**

Como respuesta a la presente pregunta se obtiene que los encuestados manifiestan que prefieren los alimentos en su estado original, refieren que los condimentos a pesar de darle el sabor a la comida, nuestro régimen alimenticio es algo que se lo debe saber administrar para evitar problemas que van desde una simple indigestión hasta los estragos estomacales causados por la gastritis. En el mercado existe un sinnúmero de productos que comúnmente se utilizan en la cocina de los ecuatorianos. Desde barras y cubos hasta sazonadores en polvo se pueden encontrar en las perchas listos para su uso. Sin embargo, los excesos de estos ingredientes en las comidas pueden alterar el correcto funcionamiento del aparato digestivo. Ante ello, refieren que los alimentos ofertados en muchos restaurantes suelen llevar una gran cantidad de sazonadores que pueden llegar a ser nocivos para su salud, motivo por el cual hay que elegir bien el lugar donde se come. Muchas veces, por su alta concentración de sabor, la persona ni siquiera puede percatarse del estado en que se encuentra la comida. Puede ser que en algún momento esta se esté en descomposición, y la persona no lo notará sino hasta que se sienta mal o vaya al médico.

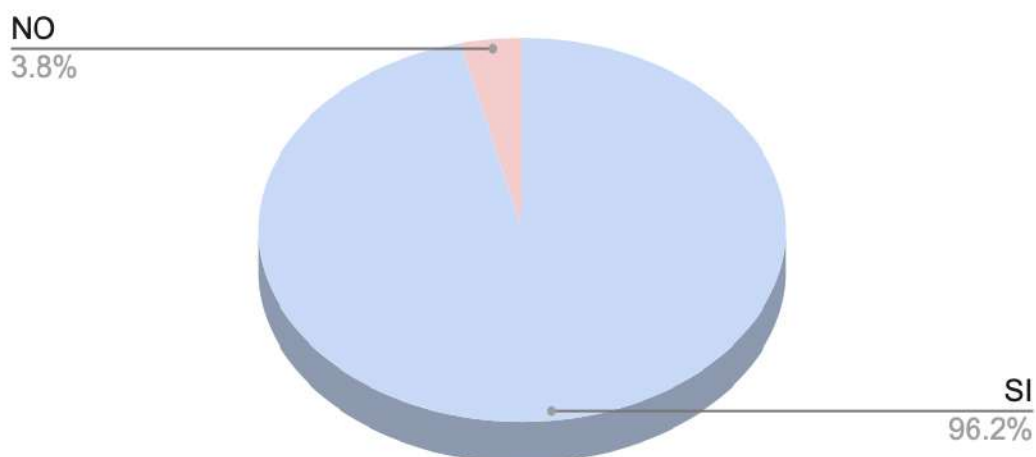
## 7. ¿Considera degustar nuevos productos?

**Tabla 9:** ¿Considera degustar nuevos platillos en el bar restaurante La Mancha de Don Quijote?.

NUEVOS PLATILLOS EN LA MANCHA DE DON QUIJOTE	NÚMERO DE PERSONAS	PORCENTAJE
Sí	369	96.2 %
No	15	3.8 %
Total	384	100 %

*Fuente:* Datos obtenidos de la encuesta.

### 7. ¿ Considera degustar nuevos platillos en el bar restaurante La Mancha de Don Quijote?



**Gráfico 9:** ¿Considera degustar nuevos platillos en el bar restaurante La Mancha de Don Quijote?.

*Fuente:* Datos obtenidos de la encuesta.

### Análisis cuantitativo

A la pregunta de incrementar nuevos platillos al menú del bar restaurante La Mancha de Don Quijote un total de 363 personas que equivale al 96.2% contestaron que sí y 14 personas con el 3.8% no consideran degustar nuevos platillos.

## **Análisis cualitativo**

Los encuestados señalan que la innovación gastronómica es un pilar indiscutible a la hora de pensar un nuevo producto de cualquier categoría. Es importante, aportar valores diferenciales en el diseño de sus productos alimenticios, sus clientes lo notarán y lo preferirán. Los restaurantes tienen que comenzar a innovar, porque los clientes sienten los medios sociales como su forma de vida, no como una innovación o algo ajeno a ellos. Muchos han nacido con ellas, otros las han adoptado como un modo de comportamiento.



## SERVICIO

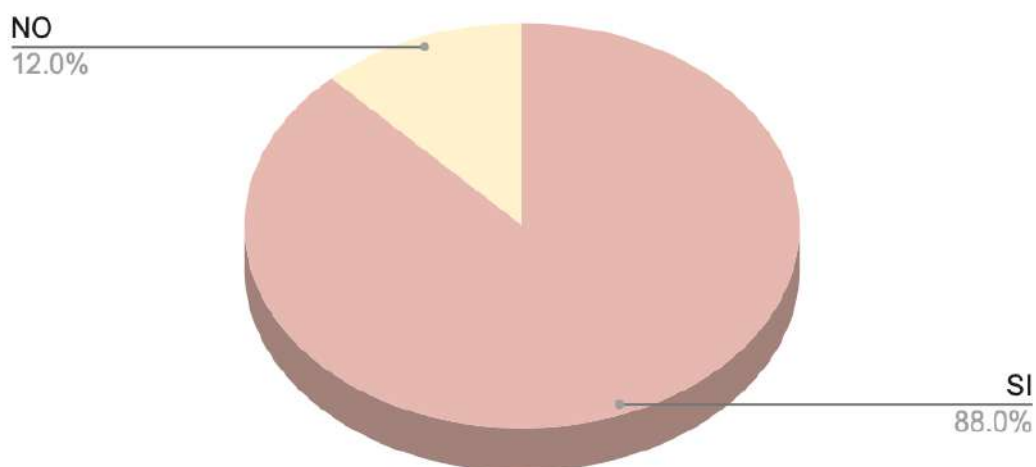
### 8. ¿Se cumplen sus expectativas con el servicio de meseros de un restaurante local?

**Tabla 10:** ¿Se cumplen sus expectativas con el servicio de meseros del restaurante?.

EXPECTATIVAS CON EL SERVICIO DE MESEROS	NÚMERO DE PERSONAS	PORCENTAJE
Sí	338	88.0 %
No	46	12.0 %
Total	384	100 %

**Fuente:** Datos obtenidos de la encuesta.

### 8. ¿Se cumplen sus expectativas con el servicio de meseros del restaurante?



**Gráfico 10:** ¿Se cumplen sus expectativas con el servicio de meseros del restaurante?.

**Fuente:** Datos obtenidos de la encuesta.

### **Análisis cuantitativo**

En cuanto al servicio que prestan los meseros en el restaurante, la población encuestada respondió que sí 332 personas simbolizado por el 88.0% y que no 45 personas representado por el 12%.

### **Análisis cualitativo**

La mayoría de la población encuestada manifiestan estar satisfechas con la atención y servicio que prestan los meseros, estiman que el servicio al cliente es un factor determinante en la obtención del éxito de cualquier negocio, pero tiene mayor importancia cuando se trata de un local de venta de comidas. Los comensales modernos exigen de un restaurante más que una comida de calidad; requieren una fusión especial entre el sabor de los alimentos y el ambiente del lugar. Comer en un restaurante debe ser una experiencia que deleite el cuerpo y la mente.

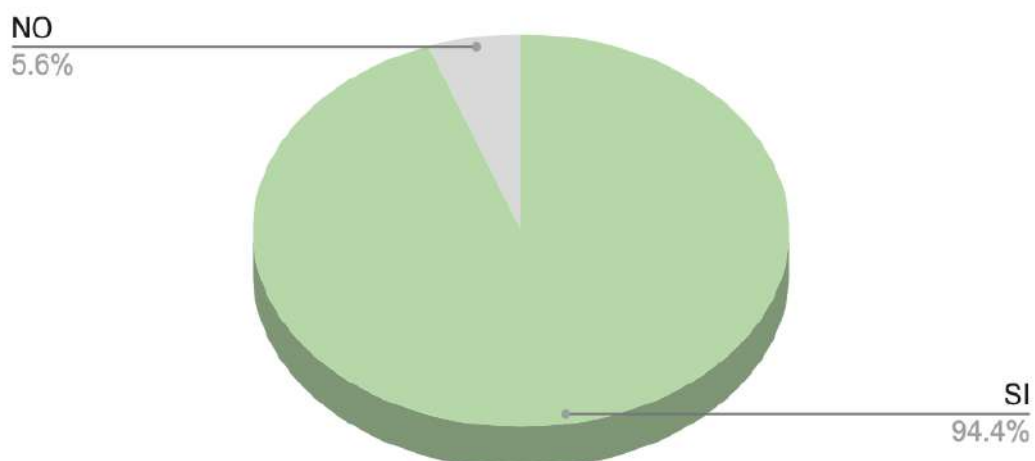
**9. ¿Espera que el mesero conozca a cabalidad las respuestas a sus preguntas acerca del menú de un bar restaurante?**

**Tabla 11:** ¿Espera que el mesero conozca a cabalidad las respuestas a sus preguntas acerca del menú de un bar restaurante?.

CONOCIMIENTO DEL MENÚ POR PARTE DEL MESERO	NÚMERO DE PERSONAS	PORCENTAJE
Sí	363	94.4 %
No	21	5.6 %
Total	384	100 %

**Fuente:** Datos obtenidos de la encuesta.

**9. ¿Espera que el mesero conozca a cabalidad las respuestas a sus preguntas acerca del menú de un bar restaurante?**



**Gráfico 11:** ¿Espera que el mesero conozca a cabalidad las respuestas a sus preguntas acerca del menú de un bar restaurante?.

**Fuente:** Datos obtenidos de la encuesta.

### **Análisis cuantitativo**

En cuanto al servicio que prestan los meseros en el restaurante, la población encuestada respondió que sí 363 personas que representa el 88.0% y que no 21 personas que equivale al 12%.

### **Análisis cualitativo**

La exigencia del cliente debe ser traducida en servicio de calidad con eficiencia y atraer clientes que tengan más poder de gasto. Entendiendo que el servicio constituye las diferentes formas en las que podemos hacer llegar el manjar preparado a la persona que lo va a degustar, pudiendo ser éste el cliente de un restaurante, o cualquier miembro familiar que se sienta en la mesa para comer. La importancia del departamento de alimentos y bebidas en un restaurante radica en que es el responsable de mantener la alta calidad de los alimentos y servicios.

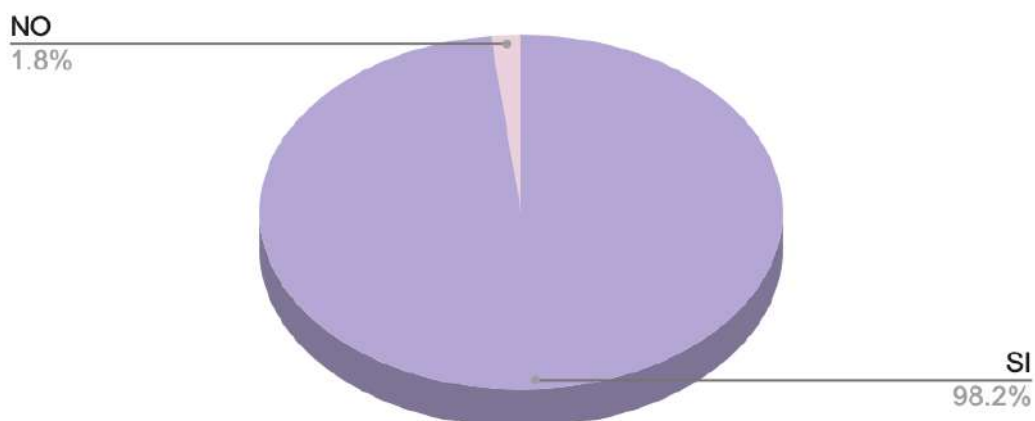
## 10. ¿Espera que el servicio de un bar restaurante sea atento y oportuno todo el tiempo?

**Tabla 12:** ¿Espera que el servicio de un bar restaurante sea atento y oportuno todo el tiempo?.

ATENCIÓN AL CLIENTE	NÚMERO DE PERSONAS	PORCENTAJE
Sí	377	98.2 %
No	7	1.8 %
Total	384	100 %

**Fuente:** Datos obtenidos de la encuesta.

10. ¿Espera que el servicio de un bar restaurante sea atento y oportuno todo el tiempo?



**Gráfico 12:** ¿Espera que el servicio de un bar restaurante sea atento y oportuno todo el tiempo?.

**Fuente:** Datos obtenidos de la encuesta.

### Análisis cuantitativo

Del total de la población encuestada se tiene 377 equivalente a 98.2% espera que el servicio de un bar restaurante sea atento y oportuno todo el tiempo; mientras que 7 personas simbolizadas por el 1.8% manifiestan que no.

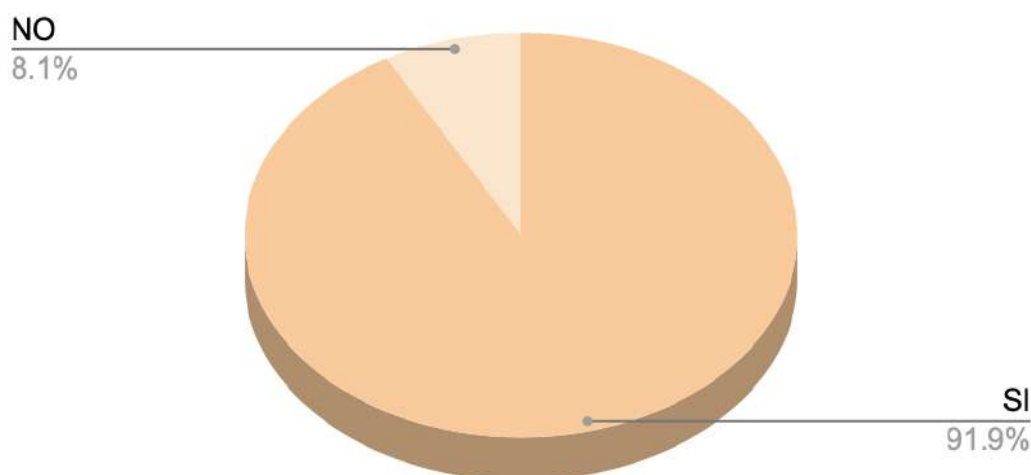
## **Análisis cualitativo**

Dentro de los criterios emitidos por los encuestados se tiene que atender bien significa cuidar el momento del recibimiento. Es importante que el comensal se lleve una primera impresión positiva, pues eso condicionará sus sensaciones durante toda la comida. Para ello hay que ir a su encuentro, mirarlo a los ojos y darle la bienvenida con una sonrisa. También cuidar la imagen y comunicarse con él de forma clara, escuchando sus demandas y ofreciéndole mesa en cuanto sea posible. Despedirse y agradecerle la visita es igual de esencial. Sí también, es importante relacionarse tanto con los clientes de forma directa como a través de las redes. Las cuentas en redes ofrecen una gran oportunidad para atraer nuevos comensales.

## LIMPIEZA

**11. ¿Es importante para usted la limpieza del local de un bar restaurante?***Tabla 13: ¿Es importante para usted la limpieza del local de un bar restaurante?.*

IMPORTANCIA DE LA LIMPIEZA	NÚMERO DE PERSONAS	PORCENTAJE
Sí	377	98.2 %
No	7	1.8 %
Total	384	100 %

*Fuente: Datos obtenidos de la encuesta.***11. ¿Es importante para usted la limpieza del local de un bar restaurante?***Gráfico 13: ¿Es importante para usted la limpieza del local de un bar restaurante?.**Fuente: Datos obtenidos de la encuesta.***Análisis cuantitativo**

En lo que se refiere a la limpieza de un bar restaurante, la población encuestada respondió que sí 377 personas que representa el 98.20% y que no 7 personas que equivale al 1.8%.

## **Análisis cualitativo**

Para los encuestados esta pregunta representa uno de los aspectos más importantes al momento de ofertar un producto gastronómico ya que mantener la desinfección y limpieza en restaurantes es imprescindible para garantizar que todas las instalaciones, maquinaria, utensilios y otros equipos del local no sean una causa de contaminación cruzada en los alimentos. Y es importante recalcar las dos cosas, limpieza y desinfección, porque una superficie limpia en apariencia puede ser una fuente de bacterias. Es por ese motivo que a veces las tox infecciones alimentarias por contaminación cruzada pueden suceder hasta en los restaurantes mejor valorados: un descuido en la desinfección de una encimera, por ejemplo, puede resultar en un problema de salud pública, aunque le hayamos quitado la suciedad. Un producto alimenticio en mal estado puede ocasionar graves consecuencias de salud para quien lo consuma; de igual forma, la contaminación cruzada puede llegar a ser perjudicial para la salud del individuo.



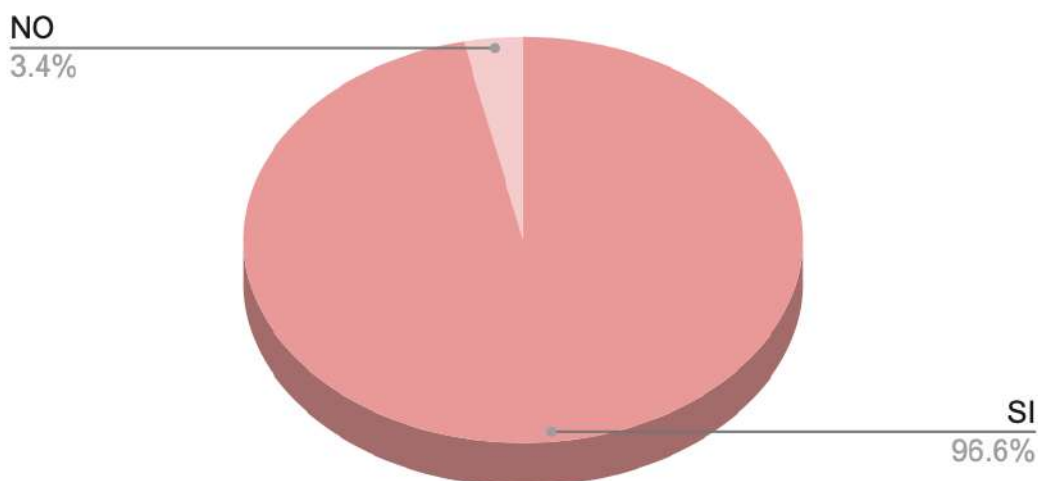
## 12. ¿Considera que el área del baño debe ser extremadamente limpia?

**Tabla 14:** ¿Considera que el área del baño debe ser extremadamente limpia?.

LIMPIEZA DEL BAÑO DE UN BAR RESTAURANTE	NÚMERO DE PERSONAS	PORCENTAJE
Sí	371	96.6 %
No	13	3.4 %
Total	384	100 %

*Fuente:* Datos obtenidos de la encuesta.

## 12. ¿Considera que el área del baño debe ser extremadamente limpia?



**Gráfico 14:** ¿Considera que el área del baño debe ser extremadamente limpia?.

*Fuente:* Datos obtenidos de la encuesta.

### Análisis cuantitativo

En lo que respecta a la limpieza del baño de un bar restaurante, la población encuestada respondió que sí 371 personas que representa el 96.6% y que no 13 personas que simboliza el 3.4%.

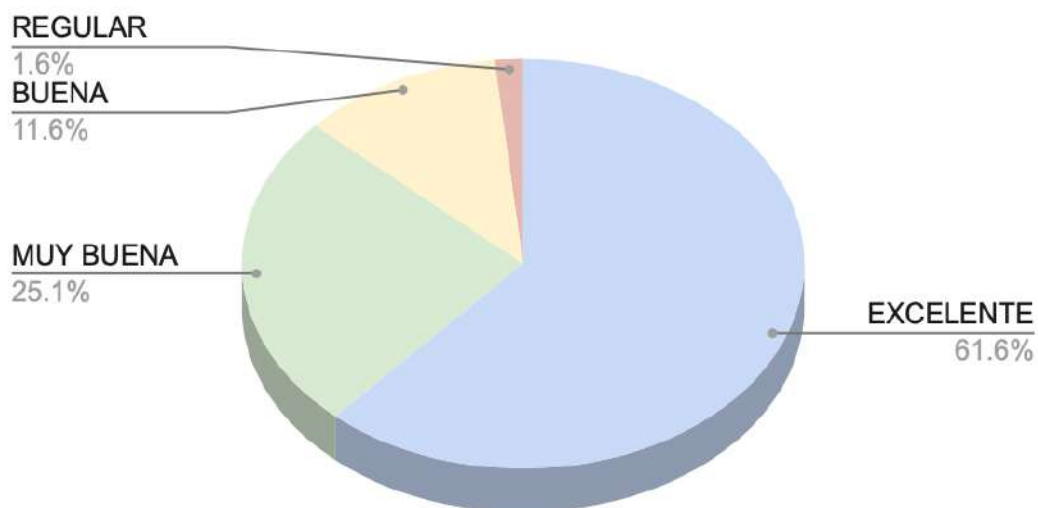
## **Análisis cualitativo**

La higiene de todos los espacios es un factor clave a la hora de mantener la salubridad y el nivel de confort adecuado de las personas. En un restaurante, los niveles de higienización deben ser de la máxima exigencia, entre otras cosas porque se trata de un lugar en donde se manipulan productos alimenticios, que serán posteriormente consumidos. Cualquier espacio laboral y personal debe ser higienizado al máximo posible. Los restaurantes son responsables de abastecer día a día a miles de personas, ofreciendo productos alimenticios de todo tipo. El nivel de responsabilidad de un restaurante para con su clientela, a la hora de ofrecer productos no contaminados y de la mejor calidad, supera sin duda alguna al de cualquier otro ambiente de trabajo.

## PERCEPCIÓN SOBRE LA COMIDA Y LA BEBIDA

**13. ¿Cómo valoras la comida de un bar restaurante local?***Tabla 15: ¿Cómo valora la comida de un bar restaurante?.*

VALORACIÓN DE LA COMIDA	NÚMERO DE PERSONAS	PORCENTAJE
Regular	6	1.6 %
Buena	44	11.6 %
Muy buena	97	25.1 %
Excelente	237	61.6 %
Total	384	100 %

*Fuente: Datos obtenidos de la encuesta.***13. ¿Cómo valoras la comida de un bar restaurante local?***Gráfico 15: ¿Cómo valora la comida de un bar restaurante?.**Fuente: Datos obtenidos de la encuesta.*

### **Análisis cuantitativo**

En lo que respecta a la valoración de la comida en un bar restaurante local, la población encuestada respondió que es excelente 237 con un 61.6%, seguidamente indicaron que es muy buena 97 personas que representan al 25.1%, a continuación, señalan buena 44 simbolizados por 11.6% y finalmente regular 6 encuestados que simboliza el 1.6%.

### **Análisis cuantitativo**

Los encuestados en sus repuestas indican que uno de los aspectos visuales que tenemos en cuenta a la hora de evaluar un plato preparado es el color y la intensidad de color del plato. Si los colores son apagados tenemos la sensación que el plato es soso de sabor o que se ha pasado de cocción. El tamaño de los ingredientes que conforman el plato también juega un papel fundamental, generalmente no nos gustan ni demasiado grandes ni demasiado pequeños. Cuando pasamos a la fase de gustativa, primero evaluamos el olor y acto seguido la textura y el sabor, tanto el sabor natural como el sabor salado. Aquí no hay punto medio, o esperamos encontrar sabores de recetas tradicionales con un sabor muy natural o en cambio sabores muy innovadores que llamen nuestra atención.

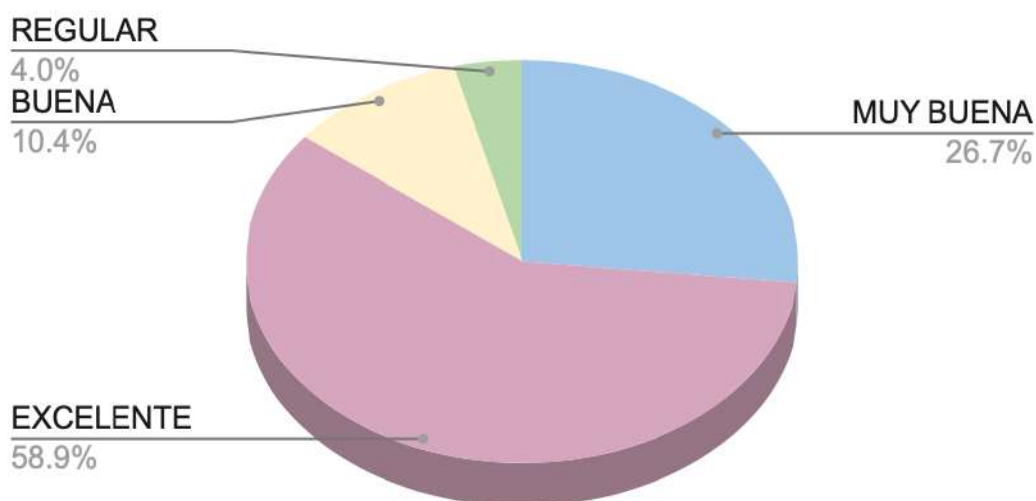
#### 14. ¿Cómo valoras las bebidas de un bar restaurante local?

**Tabla 16:** ¿Cómo valora las bebidas de un bar restaurante?.

VALORACIÓN DE LAS BEBIDAS	NÚMERO DE PERSONAS	PORCENTAJE
Regular	15	4.0 %
Buena	40	10.4 %
Muy buena	103	26.7 %
Excelente	226	58.9 %
Total	384	100 %

**Fuente:** Datos obtenidos de la encuesta.

#### 14. ¿Cómo valoras las bebidas de un bar restaurante local?



**Gráfico 16:** ¿Cómo valora las bebidas de un bar restaurante?.

**Fuente:** Datos obtenidos de la encuesta.

#### Análisis cuantitativo

En lo que respecta a la valoración de las bebidas en un bar restaurante local, la población encuestada respondió que es excelente 226 con un 58.9%, inmediatamente

indicaron que es muy buena 103 personas que representan al 26.7%, a continuación, señalan buena 40 constituidos por 10.4% y finalmente regular 15 encuestados que simboliza el 4%.

### **Análisis cuantitativo**

La oferta de los establecimientos de Alimentos y Bebidas debe contemplar la manera de estimular unificadamente los cinco sentidos del consumidor; los cuales pueden ser usados a favor del gestor intensificando las sensaciones y provocando reacciones de consumo favorables. La variedad de bebidas en la dieta puede contribuir también a incrementar la ingesta de micronutrientes. Muchas bebidas aportan nutrientes importantes como vitaminas, antioxidantes y electrolitos: los zumos de fruta pueden contribuir a cumplir las 5 raciones diarias de fruta y verduras recomendadas; las bebidas deportivas contienen pequeñas cantidades de azúcar y de electrolitos y por ello, además de rehidratar, ayudan a recuperar el desgaste energético y la pérdida de sales minerales después del ejercicio. Bebidas con cafeína como el café, el té y algunos refrescos han demostrado también contribuir a la hidratación.

Parte 4: Percepción sobre innovación y tecnología

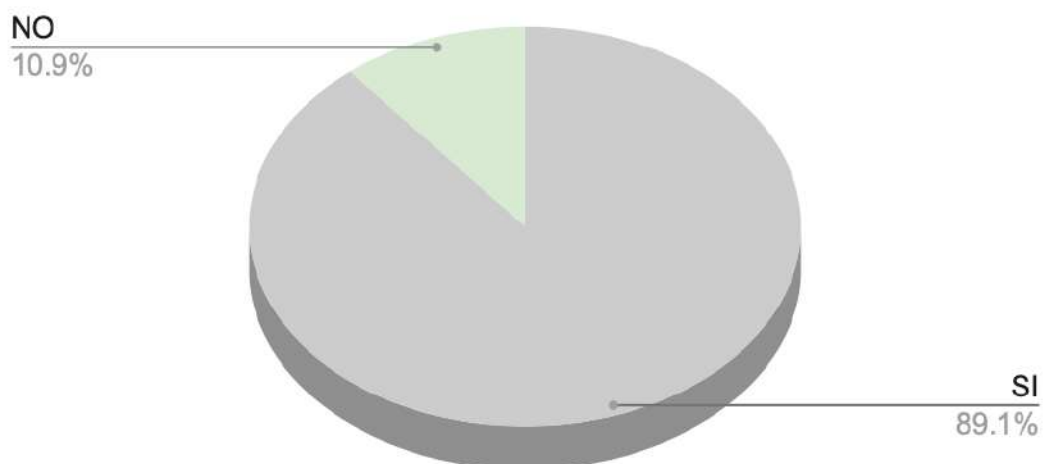
**16. ¿Considera que el bar restaurante debe ofrecer WiFi entre sus servicios?**

**Tabla 17:** ¿Considera que el bar restaurante debe ofrecer WiFi entre sus servicios?.

OFRECIMIENTO DEL WIFI	NÚMERO DE PERSONAS	PORCENTAJE
Si	342	89.1 %
No	42	10.9 %
Total	384	100 %

**Fuente:** Datos obtenidos de la encuesta.

16. ¿Considera que el bar restaurante debe ofrecer WiFi entre sus servicios?



**Gráfico 17:** ¿Considera que el bar restaurante debe ofrecer WiFi entre sus servicios?.

**Fuente:** Datos obtenidos de la encuesta.

### **Análisis cuantitativo**

En lo que concierne al servicio de Wi Fi en un bar restaurante, la población encuestada respondió que sí 342 personas que representa el 89.1% y que no 42 personas que simboliza el 10.9%.

### **Análisis cualitativo**

Esto permite mejorar el servicio al cliente, si también el posicionamiento en los buscadores, generar un lazo estrecho con los usuarios y, en definitiva, crear una comunidad en torno a la marca. Por otro lado, al contar con unas redes sociales cuidadas, también aumentará la confianza en el restaurante.



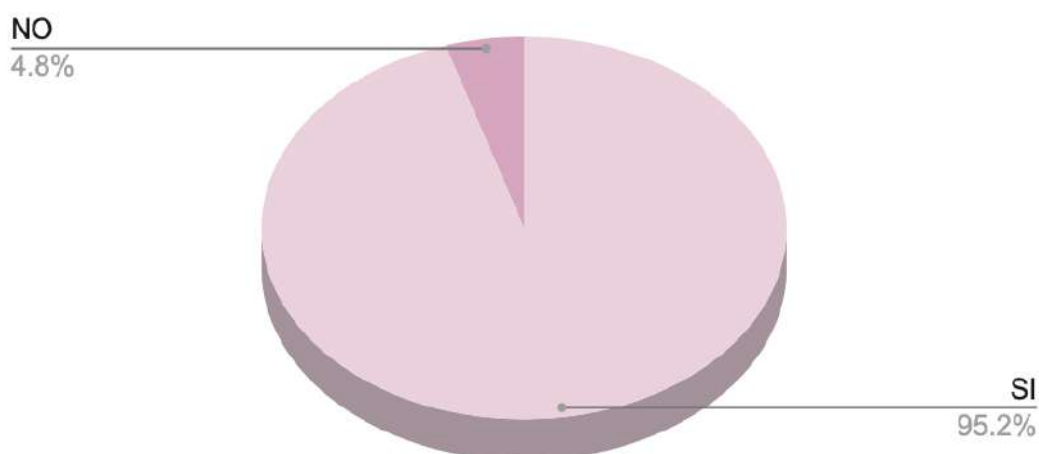
### 17. ¿Le gustaría que el bar restaurante ofrezca poder realizar órdenes online?

**Tabla 18:** ¿Le gustaría que el bar restaurante La Mancha de Don Quijote ofrezca poder realizar órdenes en línea (online)?.

OFRECIMIENTO DEL WIFI	NÚMERO DE PERSONAS	PORCENTAJE
Si	342	95.2 %
No	42	4.8 %
Total	384	100 %

*Fuente:* Datos obtenidos de la encuesta

17. ¿ Le gustaría que el bar restaurante La Mancha de Don Quijote ofrezca poder realizar órdenes en línea (online)?



**Gráfico 18:** ¿Le gustaría que el bar restaurante La Mancha de Don Quijote ofrezca poder realizar órdenes en línea (online)?.

*Fuente:* Datos obtenidos de la encuesta.

### Análisis cuantitativo

En lo que refiere a que el bar restaurante La Mancha de Don Quijote ofrezca poder realizar órdenes en línea (online), la población encuestada respondió que sí 342 personas que representa el 95.2% y que no 42 personas que simboliza el 4.8%.

## **Análisis cualitativo**

La importancia de adaptarnos a la era tecnológica y tener presencia en Internet para tu restaurante es crucial para el funcionamiento del comercio. Hoy en día, las reservas online han aumentado. Teniendo en cuenta que gran parte de los usuarios que buscan restaurantes por Internet termina reservando, parece obvio que tener un buen sistema de reservas digital aumenta las ventas.

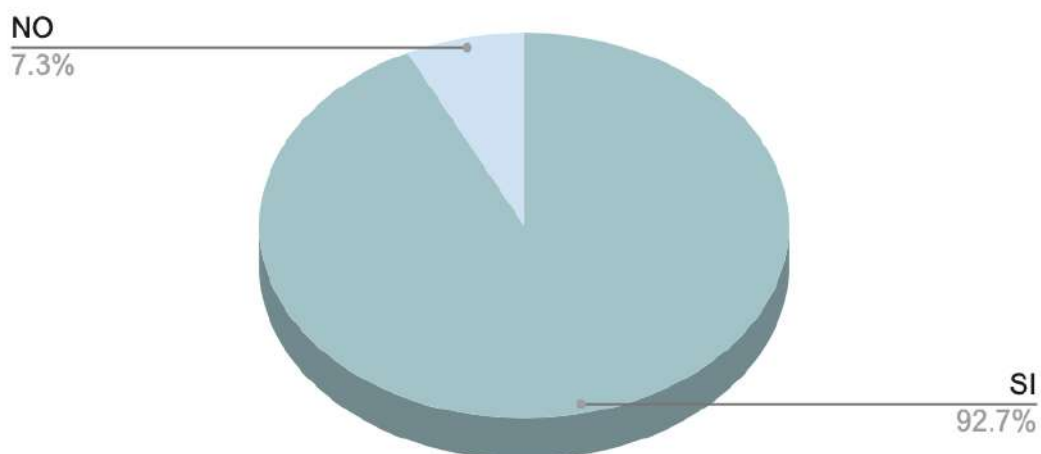
**18. ¿Considera que el bar restaurante debe tener en su página web el menú y la facilidad de hacer reservaciones?**

**Tabla 19:** ¿Considera que el bar restaurante debe tener en su página web el menú y la facilidad de hacer reservaciones?.

OFRECIMIENTO DEL WIFI	NÚMERO DE PERSONAS	PORCENTAJE
Si	342	92.7 %
No	42	7.3 %
Total	384	100 %

**Fuente:** Datos obtenidos de la encuesta.

**18. ¿Considera que el bar restaurante debe tener en su página web el menú y la facilidad de hacer reservaciones?**



**Gráfico 19:** ¿Considera que el bar restaurante debe tener en su página web el menú y la facilidad de hacer reservaciones?.

**Fuente:** Datos obtenidos de la encuesta.

### **Análisis cuantitativo**

En lo que describe que el bar restaurante debe tener en su página web el menú y la facilidad de hacer reservaciones, la población encuestada respondió que sí 342 personas que representa el 92.7% y que no 42 personas que simboliza el 7.3%.

### **Análisis cualitativo**

Gracias a las reservas online nos podremos asegurar un mejor y mayor aprovechamiento de todas las oportunidades de negocio que se nos presentan. El cliente puede acceder en cualquier momento y a cualquier hora al sistema de reservas online. Por lo tanto, no es necesario que esperen a que el restaurante esté abierto. Así, el restaurante no pierde la oportunidad de hacer negocio en ningún momento. El método que suelen utilizar la mayoría de restaurantes es fijar el tiempo de espera en 15 minutos, después de los cuales se llamará al cliente y si no contestan o no nos aseguran que llegarán en breve, nos disculparemos y daremos la mesa a un cliente de paso u otra nueva reserva.

*Análisis general de los resultados obtenidos en las encuestas*

La Gestión Administrativa se remonta desde hace mucho tiempo atrás, tanto así que las tareas de construir una sociedad que económicamente sea aceptable, basándose en las normas básicas de conducción fueron realizadas bajo la supervisión empírica de los que se conocen en la actualidad como; procesos administrativos, mismos que son base para un correcto desempeño de las actividades empresariales y el perdurar en el mercado que actualmente es competitivo, por la cual, las organizaciones deben aprovechar todas aquellas herramientas que se encuentran a su disposición, con las cuales se han hecho grandes multinacionales y aquellas naciones que son hoy en día potencias mundiales. Cuando se habla de un modelo de Gestión Administrativa se trata de una descripción de aquellas relaciones que muchas de las veces resultan complejas de ser entendidas y es aquí que se las desglosa para ser captadas de forma sencilla, es así, que la planificación, organización, dirección y control se han convertido en el pilar fundamental de toda empresa sea cual sea su razón de existir, sus características, su mercado objetivo; cabe señalar que el cumplimiento de objetivos y metas es mucho más factible de ser alcanzados, cumplidos a cabalidad cada uno de los pasos que son propios de un gerente o administrador.

De acuerdo a los resultados obtenidos de las encuestas se puede manifestar que la importancia de la gestión administrativa, radica en la toma de decisiones de manera oportuna, considerando el aprovechamiento de las fortalezas y superando las debilidades en la organización de empresas. El cumplimiento de los objetivos a corto y largo plazo plasmado en la planificación empresarial genera la necesidad de formular planes de acción o estrategias, que permiten desarrollar soluciones eficientes a la problemática detectada. En la actualidad, gracias a la globalización, la gestión

administrativa es una herramienta imprescindible, para la generación de soluciones que permitan a una organización lograr la competitividad y posicionamiento en el mercado. La empresa cuenta con ventajas competitivas ya que ofrece precios esencialmente bajos, además cuenta con altos niveles de innovación en la oferta de sus servicios.

### **8.3.2 *Análisis e interpretación de resultados de las entrevistas***

#### **1. ¿Cree que es importante la implementación de un modelo de gestión en los establecimientos de alimentos y bebidas?**

Los profesionales de la Gastronomía indican que sí, ya que la gestión de alimentos es el conjunto de procedimientos destinados a organizar, dirigir, administrar, evaluar y controlar actividades, recurso humano y procesos del servicio de alimentación, con la finalidad de brindar alimentación con los más altos estándares de calidad y garantizar que las necesidades de los comensales, de la misma manera la gestión o administración de alimentos es un término que se utiliza para designar la labor de preparación de alimentos y administración de servicios alimentarios en hoteles o restaurantes.

#### **2. ¿Considera que es importante el marketing digital como estrategia de mercadeo para un establecimiento de alimentos y bebidas? ¿Por qué?**

Los gastrónomos refieren que el marketing digital ayuda a orientar a las empresas hacia un público objetivo. Hoy día no se puede permanecer ajenos al mercado, los especialistas de marketing deben ser capaces de entender qué es lo que dice el mercado o entorno del mercado conocido como macro entorno. Así también, los estudios de mercado digitales permiten eliminar las barreras existentes y acceder a información más actual y útil que la tecnología brinda a disposición de las empresas.

### **3. ¿Cuál es su opinión respecto a la estandarización de procesos en el departamento de producción de un establecimiento de alimentos y bebidas?**

Los profesionales de la gastronomía refieren que es muy necesario ya que estando estandarizado los procesos, el producto y servicio que se ofrece siempre será igual para todos y nos ayuda a manejar de buena manera nuestra bodega e inventario. Por otro lado, la estandarización, tal como se aplica a los productos frescos, puede describirse como "La aceptación común de la práctica de clasificar el producto y ofrecerlo para la venta, en términos de calidad que han sido definidos en forma precisa y que son constantes en el tiempo y la distancia".

### **4. ¿Qué aspectos del menú de un bar restaurante llaman su atención?**

Los gastrónomos manifestaron que el menú es la oferta de alimentos que dependen de la materia prima con la que se cuente y de igual manera el tipo de establecimiento al que se refiera. Este debe contar también con ciertas características desde diversos puntos, por ejemplo: Económico. Revisar la materia prima con la que se cuenta para no desechar ninguno, de igual forma utilizar alimentos de la zona en donde se encuentre el establecimiento para no añadir gastos extras como transporte, así como los de temporada que tienen un costo relativamente bajo. De la organización. Repartir las funciones de manera equitativa, así como prever cual situación que se pueda presentar al momento de adquirir la materia prima, por ello se debe hacer con anticipación. La presentación. El menú debe ser elaborado con un papel resistente y de color claro, además se debe dejar un pequeño espacio entre el nombre de tiempo de comida y los platillos que se ofrecen para que no se vea acumulado de un solo lado y



pueda aburrir al comensal, las letras deben ser claras, así como evitar faltas ortográficas.

## **5. ¿Cuál es su recomendación para la selección de proveedores para un establecimiento de alimentos y bebidas?**

Los docentes señalan que, en la gestión de compras, la evaluación de proveedores no solo debe ser una tarea inicial antes de la contratación, sino que se debe desarrollar frecuentemente. Buscar proveedores de manera constante es una inversión rentable en un mercado competitivo, en donde los precios siempre varían junto con la oferta y la demanda. Por ello, es fundamental contar con ciertos criterios para dicha evaluación, entre los cuales están: Los precios. Sirve para analizar si existen sobrecostos en los productos o servicios brindados, así como para comparar las tarifas que otorgan la competencia a comparación del proveedor actual. La reputación. Esto brindará confianza y credibilidad en cuanto a los precios, procesos logísticos y materias primas. La localización. Considera aspectos como los tiempos de desplazamiento, los posibles retrasos, la flexibilidad en las entregas, etc. La calidad de lo suministrado. Es un aspecto que varía según el tiempo, aún más cuando se trata de productos tecnológicos. La calidad del servicio del proveedor. Si presentan dificultades de logística, por ejemplo, puede aumentar los costos de transporte para la empresa. Por ello, buscar un proveedor con un servicio más óptimo supondrá mayor rentabilidad.

## **6. ¿Qué recomendaciones considera deben ser implementadas para el control de inventario para un establecimiento de alimentos y bebidas?**

Los gastrónomos indican que, uno de los métodos más usados para clasificar los productos de un restaurante es el sistema ABC, que se basa en identificar los productos que tienen un impacto importante en el valor global de tu almacén. Para realizarlo, debes clasificar los insumos que utilizas para la elaboración de tu menú según su relevancia en el consumo y su costo. Insumos A: son los que componen al menos 70 por ciento del valor total en dinero de tu materia prima. Insumos B: componen aproximadamente el 20 por ciento del valor total. Insumos C: representan el 10 por ciento restante. De acuerdo con esta clasificación, tus insumos A deben ser los que mayor costo le generan a tu restaurante y, por lo tanto, en estos debes es donde debes invertir mayor cuidado y control. Algunos ejemplos de insumos A son todas las carnes, los lácteos y los mariscos. Tus insumos B serán los que representen un costo intermedio para tu almacén, como pueden ser las frutas y verduras, mientras que los insumos C son los que te generen el menor costo, por ejemplo, las especias.

*Análisis general de los resultados obtenidos en las encuestas*

El objetivo de una gestión de calidad debe ser meta de todo propietario de un restaurante. Quien conoce de negocios, especialmente de los del sector gastronómico, sabe que para sobrevivir es necesario gestionar bien. Un restaurante es una empresa compleja, en la que hay que atender a múltiples factores de los que depende el éxito. La competencia obliga a mantener ciertos estándares, pues de lo contrario el restaurante fracasa. La cocina, la atención de la sala, el servicio en general, la relación con los clientes, los proveedores, los problemas y sus soluciones, los pagos, el marketing, son aspectos clave para el gestor o administrador. Quien aspire a una gestión de calidad, debe controlar y administrar al mismo tiempo todos esos factores.

La gestión de calidad comprende todas las acciones y procedimientos que garantizan la excelencia en los productos y procesos. Aplicado al restaurante, este concepto se refiere especialmente a la calidad del servicio global, que se valora en función de las expectativas del cliente. Las normas ISO 9001 e ISO 14001, estandarizan los procesos para optimizar la calidad de una empresa. Principalmente, debe consistir en reducir los fallos y errores y mejorar el operativo general. Estas normas están basadas en la planificación y la evaluación, como caminos para trabajar de manera más eficaz y eficiente. Es decir, que una buena planificación optimizará los procesos, reducirá errores y ahorrará costes y efectos negativos.

## **9. PROPUESTA DE ACCIÓN**

### **9.1 Introducción**

Las actividades de gestión administrativa no son más que un conjunto de actividades coordinadas y desarrolladas por una empresa con el fin de dirigir y controlar una organización; esto permite obtener una mayor eficacia, productividad, iniciativa y flexibilidad de la gestión que se realiza, comprenden procesos relacionados a planificar, organizar, dirigir, controlar y coordinar la empresa, lo que permite crear o añadir valor a través de sus funciones y actividades.

Entre los principales criterios que se deben considerar dentro de la gestión administrativa (GA) se encuentran aquellas acciones relacionadas a los procesos administrativos fundamentales de planeación, organización, dirección control y coordinación. Para este estudio se tomaron en consideración ciertas actividades que se apegan a la dinámica cotidiana que se ejercen en una organización y que son de suma importancia; entre éstas se encuentran el manejo estructural de la organización, el control de costos y gastos y las estrategias comerciales. Este tipo de acciones, que se efectúa en varios escenarios empresariales que se dedican al comercio, influye en el cumplimiento de los objetivos y los resultados organizacionales, de forma especial en aquellos establecimientos que se dedican a la oferta de productos y servicios gastronómicos.

Estudiar estas actividades de gestión administrativa, en el sector de alimentos y bebidas, permite entender la realidad de cómo se desenvuelven los gerentes, empresarios o propietarios durante su administración y, más aún, permite conocer el

nivel de gestión que existe en un sector geográfico, en especial en aquellas zonas donde se desarrolla una dinámica gastronómica y turística muy fuerte y representativa. Para esto se toma en consideración los principios básicos de la administración referente a las operaciones o funciones administrativas: Operación Administrativa (OA), Financiera (OF), Contable (OC) y Comercial (OM). La correcta o incorrecta ejecución de éstos puede favorecer o afectar los resultados de la empresa.

## 9.2 Información bibliográfica

### 9.2.1 *Gestión administrativa*



**Ilustración 21:** *Gestión administrativa.*  
**Fuente:** (Armendariz, 2016).

El desempeño de los establecimientos de alimentos y bebidas debe estar en constante evolución pues están sujetos a una alta competitividad para poder sobrevivir y crecer en el demandante mercado. La industria de la restauración está inmersa en una aventura constante a pesar de los problemas socioeconómicos que los habitantes enfrenten, alimentarse es necesidad básica del ser humano y por lo tanto el bar restaurante La Mancha de Don Quijote adoptará un modelo de gestión orientado a

satisfacer tales necesidades y obtener la rentabilidad necesaria que le permita crecer y permanecer competitivamente.

Este modelo de gestión será acorde a las necesidades y demandas del sector, el mismo que va a favorecer el desempeño administrativo, operativo y de mercadeo respondiendo a normativas y medidas internacionales de estandarización y sistemas de gestión de calidad. La implementación de un modelo de gestión, controles de procesos y servicio ofrecido van a contribuir a cumplir con los objetivos. La empresa de restauración "*La Mancha de Don Quijote*" ha venido desempeñándose en forma empírica desde sus inicios, en donde el control administrativo reposaba en el jefe de cocina, sin control contable y de personal, con un menú no estandarizado y con un servicio de calidad bajo.

Para el año 2017 el bar restaurante "*La Mancha de Don Quijote*" cambia de propietarios y se implementan controles contables y de inventario. Al término del primer año, los análisis financieros arrojan resultados poco alentadores y se revelan cifras rojas que alarman su continuidad y ponen en riesgo a la empresa (ver anexo.). Sin embargo; con el ánimo de continuar se sigue luchando para mantener la Mancha como generalmente se la conoce, estableciendo organización estructural, administrativa y de procedimientos de control interno hasta el 14 de marzo de 2020. A partir de esta fecha y por la emergencia sanitaria por COVID 19 por política del estado, se confinó a la población a aislamiento, lo que obligó a cerrar el local físicamente desde esa fecha y se mantuvo pago de nóminas por cuenta personal de la dueña hasta el mes de mayo de 2020; situación que limitó la continuidad operativa de

la misma, agravando aún más su situación económica, al tener que asumir liquidación de personal y pago de arriendo sin que se haya generado ingresos durante la pandemia.

Al transcurrir casi dos años de inestabilidad de salud y economía producida por factores externos y ajenos al normal desenvolvimiento administrativo y económico de las empresas privadas, se observa alternativas de levantamiento económico a través de propuestas estatales como créditos del Banco del Estado al 1% para emprendimientos y de apoyo tributario para aquellos que coadyuven al desarrollo económico y social de la región y el país.

Con estos antecedentes se propone un nuevo modelo de gestión administrativa, de mercadeo y de producción gastronómica del Bar Restaurant "La Mancha de Don Quijote".

#### *9.2.1.1 Organización estructural*

Partiremos con una organización estructural básica y flexible de incorporación frente al crecimiento a futuro que se espera en La Mancha de Don Quijote.

El 29 de septiembre de 2021 se constituye LAMANCHADEDONQUIJOTE S.A.S, como una sociedad de acciones simplificadas, cuyo expediente es el 327586, con RUC 1191795195001 y número de inscripción 32402, ubicada en la Av. Orillas del Zamora y Segundo Puertas temporalmente hasta su nueva apertura. Tiene por objeto dedicarse a la actividad venta al por mayor de bebidas alcohólicas, incluso el envasado de vino a granel sin transformación; así como también podrá ejecutar las actividades: restaurantes, cevicherías, picanterías, cafeterías, etc., incluido comida

para llevar; actividades de preparación y servicio de bebidas para su consumo inmediato en bares, tabernas, coctelerías, discotecas, cervecerías y pubs; y, cualquier actividad mercantil o civil lícita.

Está constituida por tres socios con participaciones en partes iguales, cada uno con el 33.33%, conformada por los siguientes socios: José Miguel Flores Mogrovejo, Julia Elvira Mogrovejo Romero y Jhon Paúl Riofrío Trelles. Se nombraron a la Lic. Julia Elvira Mogrovejo Romero, como Presidente; y, al Sr. John Paúl Riofrío Trelles como Gerente, con las inscripciones 32404 y 32403. (Ver anexo). Para el inicio de las actividades se tramitó el permiso de funcionamiento en el Municipio de Loja y encontrándose bajo el control de la Superintendencia de Compañías.





**Tabla 20:** Organigrama Estructural Bar Restaurante "La Mancha de Don Quijote".  
**Fuente:** La Autora.

El nivel Directivo, lo constituyen la Junta de Socios, la Presidenta y el Gerente, quienes se encargan de establecer las políticas que direccionen el Restaurant, la ejecución y control de las mismas.

Como parte del apoyo organizativo se encuentra Talento Humano, Contabilidad y Bodeguero, que constituye el nivel Administrativo; cuyas personas en forma coordinada seleccionarán y escogerán al personal operativo, quienes estarán sujetos a las regulaciones que establece el reglamento interno de trabajo; planificarán

las compras y registrarán los movimientos financieros a través del sistema contable, cuyos resultados permitirán al nivel directivo tomar las acciones correctivas y establecer las políticas.

Inicia el nivel Operativo el chef, un asistente de cocina, un jefe de saloneros y cinco saloneros o meseros, quienes desarrollan la razón de ser de la Mancha de Don Quijote, cuya función principal es ejecutar las políticas emitidas por el nivel Directivo, las disposiciones del Gerente y los procedimientos determinados en el nivel Administrativo. Quizá es la parte más importante de atención en la organización, porque de cuyo desempeño dependen la generación de ingresos y la proyección de la rentabilidad de la organización, a través del servicio y la calidad del producto ofrecido. Cuyas funciones estará explícitamente escritas en el manual de funciones del personal.

#### *9.2.1.2 Sistema Contable*

Se dispondrá de un sistema de costeo de empresas locales lojanas, apoyando al emprendimiento local y se analizará la conveniencia en el mercado, de softwares tales como: Isyplus, Fisual Fac., etc.

#### *9.2.1.3 Gestión de mercadeo*

El avance tecnológico se convierte en un detonante de sobrevivencia para los pequeños emprendimientos, pues nos enfrentamos a una era digital. Las estrategias de mercadeo deben estar orientadas y ajustadas a adoptar estos cambios y mantenerse en constante evolución. El bar restaurante La Mancha de Don Quijote hará uso de las herramientas que el marketing digital ofrece.

Las posibilidades de difusión de lo que ofrece el bar restaurante estará ahora disponible en redes sociales y llegará a este potencial público. Las estrategias online que se desplieguen van a estar orientadas a atraer nuevos clientes y a establecer fidelidad con aquellos que han estado desde sus orígenes. Se mantendrá una excelente promoción de sus productos, habrá ofertas especiales que permitan que éstos tengan siempre una buena demanda.

Se abre un mundo de posibilidades al utilizar la geolocalización, los cupones electrónicos, tarjetas de lealtad. Los consumidores contarán con una serie de herramientas que les permitirán navegar por distintos navegadores y podrá acceder a La Mancha de Don Quijote, visitarnos virtualmente hasta llegar a someter su propia orden que se la podrá tener lista a su llegada al local o podrá ser entregada en su domicilio.

El bar restaurante adopta la era del internet proporcionando herramientas útiles que permitan el uso de aplicaciones en el celular, con la que puedan mantenerse informados de los acontecimientos diarios del restaurante, asegurando que el acceso sea efectivo con una pronta atención. Garantizará que la experiencia del consumidor digital sea de comunicación efectiva, compra segura cuyos resultados establezcan su fidelidad con la empresa. La página web, Facebook e Instagram serán una de las responsabilidades diarias asignadas al administrador para garantizar siempre el nivel de calidad que se ofrece.

Existirá siempre la apertura a poner el feedback o comentarios permitiendo al cliente dejar sus impresiones y recomendaciones y recibiendo nuestro criterio en un

ámbito de respeto y colaboración mutua, esta alternativa permitirá mejorar la comunicación mediante la interacción e individualización.

La mercadotecnia adecuada se convierte en una herramienta fundamental para la eficacia operativa del bar restaurante, recursos como las redes sociales a través de las plataformas se convierten en estrategias del marketing digital, que pueden lograr la reducción de costos, la difusión de información en tiempo real, detectar el mercado potencial al que se puede ganar, establecer excelente comunicación con los clientes y por supuesto dar a conocer la marca en forma global.

Particularmente el bar restaurante La Mancha de Don Quijote se favorecerá con el manejo de redes sociales al poder difundir fotografías de lo que contiene el menú, al promocionar sus producciones con un significativo número de personas, al facilitar que se identifique la marca y su localización geográfica; además, mantener la comunicación constante con los clientes y estar atentos a sus pedidos, reservaciones, inquietudes y comentarios, provocará el posicionamiento del bar restaurante en el mercado.

#### *9.2.1.4 Gestión de producción gastronómica*

La globalización culinaria exige que los bares y restaurantes de la actualidad ofrezcan en sus menús productos globalizados pudiendo mencionar las hamburguesas, las bebidas gaseosas, los famosos batidos, las tortillas y los tacos mexicanos, el arroz chino y así podemos seguir nombrando un sinnúmero de productos que han logrado cruzar fronteras y acercar el mundo culinario.

Asimilar la cultura a través de las papilas gustativas implica entonces llegar con una producción gastronómica de gran sabor y óptima calidad. El bar restaurante La Mancha de Don Quijote emprenderá en este reto y ofrecerá a la variada clientela un menú de calidad.

Es función del chef la elaboración del menú del bar restaurante La Mancha de Don Quijote, el mismo que será reestructurado y se incluirá otras alternativas gastronómicas con un menú variado de por lo menos ocho semanas e incluirá los eventos especiales, cuya peculiaridad se seguirá manteniendo como parte de la identidad del bar restaurante. También es función del chef estandarizar las recetas que se vayan a ofrecer. Para la estandarización de las recetas se crearán formatos propios.

Para la producción gastronómica el chef contará con materia prima de calidad, cuidadosamente seleccionada dando preferencia al mercado local y con compras semanales de productos frescos que respondan a los estándares de calidad en base a la evaluación sensorial y respetando la cadena de frío. La selección de los proveedores será una tarea conjunta entre el administrador y el chef.

#### 9.2.1.5 Proveedores

El almacenamiento de los productos en bodega estará a cargo del bodeguero y el asistente de cocina, quienes se tienen que acoger a las regulaciones para el almacenamiento de la materia prima y control de inventarios. Cada ingreso a bodega responderá a la ficha de pedido y la orden autorizada por el gerente para la adquisición

de materia prima en base a los reportes de inventario. La salida de materia prima desde bodega a cocina será diaria llenando la ficha correspondiente.

Para el control de las materias primas e insumos se utilizarán los métodos de valoración y control de inventarios dispuestos por la normativa contable, que consisten en:

- **FIFO (UEPS).** - *“últimas entradas, primeras salidas”*
- **LIFO (PEPS).** - *“primeras entradas, primeras salidas”*
- **PROMEDIO PONDERADO**

Por la característica del negocio y al ser los productos de materia prima e insumos, perecibles, se utilizará el método contable de promedio ponderado que permite sacar un promedio de los costos en relación de las compras de cada producto; y, el método de control de inventarios será el PEPS, que significa que lo primero que ingresa será lo primero que salga de la Bodega a Cocina, en razón de ir a la par o mantener consistencia con las fechas de compra y las de caducidad de cada uno de los productos, a fin de que la calidad del producto terminado o de los platos de la carta sean óptimos.

En lo que respecta a la recepción de las órdenes desde el cliente al mesero se realizará mediante comandas, las misma que deberán ser entregadas en cocina y luego de procesada la orden es responsabilidad del mesero entregarlas con cuenta cerrada en la caja para proceder al cobro respectivo.

### **9.2.2 Buenas prácticas de manufactura**

La buena práctica de manufactura es en si la garantía de calidad que el cliente necesita, pues comprenden aspectos de higiene, inocuidad y saneamiento que se debe mantener durante el día a día del desempeño de las actividades del bar restaurante La Mancha de Don Quijote. Se pondrá en práctica un programa para evaluar y fortalecer los procesos en los diferentes departamentos que vayan en función de garantizar al consumidor que los alimentos que el bar restaurante ofrece no comprometerán su salud y son confiablemente saludables.

Estas buenas prácticas de manufactura estarán controladas por los siguientes planes y programas:

- Plan de saneamiento
- Programa de limpieza y desinfección que incluye limpieza diaria y limpieza detallada semanal.
- Programa de reciclaje de basura diario
- Programa de control de plagas tres veces al año
- Plan de capacitación
- Buena práctica de manufactura
- Plan de control de la materia prima a proveedores.

### 9.2.3 *Higienización de alimentos o inocuidad*

Para garantizar la seguridad alimentaria de un producto y alargar su vida útil en unas condiciones adecuadas, es necesario someter al alimento a una serie de tratamientos dirigidos no sólo a mantener su calidad organoléptica y nutricional sino a asegurar su calidad higiénico-sanitaria. Son los tratamientos higienizantes, que tienen como objetivo eliminar todos los microorganismos potencialmente patógenos. Además, limitan la proliferación de aquellos que, aun no siendo productores de enfermedades, pueden alterar las características del producto.

Los alimentos son productos perecederos, es decir, con el tiempo se alteran y deterioran y pierden sus características originales de sabor, olor, aspecto y, en ocasiones, desarrollan organismos y sustancias nocivas para la salud. Los mecanismos de alteración de los alimentos están relacionados con:

- Procesos fisicoquímicos: oxidación, enranciamiento y otros fenómenos relacionados con los parámetros ambientales (luz, humedad, aire...) y reacciones de degradación enzimática.
- Procesos microbiológicos: proliferación de microorganismos alterantes, ya presentes en los alimentos o incorporados como contaminantes. Aunque los microorganismos patógenos (productores de enfermedades) normalmente no son alterantes, deben eliminarse del alimento para evitar que éste se convierta en vehículo de enfermedades.

Para ralentizar su deterioro y eliminar los posibles microorganismos patógenos o alterantes, los alimentos se someten a tratamientos de conservación más o menos



agresivos, dependiendo de la naturaleza y del uso del alimento, que alargan su periodo de utilización sin que esto suponga un riesgo para el consumidor. Estos procesos aportan al producto estabilidad frente al deterioro fisicoquímico y microbiológico y ayudan al mantenimiento de sus propiedades sensoriales y nutricionales, además de garantizar su consumo eliminando los microorganismos patógenos. Así, un objetivo prioritario de la conservación de los alimentos es la eliminación o reducción de los posibles organismos vivos (micro o macroorganismos) a través de tratamientos higienizantes.

#### *9.2.3.1 La temperatura*

La mayoría de los microorganismos crecen a temperaturas templadas. Los métodos de conservación de alimentos están basados en procesos químicos o físicos. Entre los químicos se encuentra la utilización de aditivos, como los conservantes y antioxidantes, sustancias que van a permitir alargar la vida útil del producto retrasando las alteraciones producidas por el efecto de la luz, el calor o el aire sobre los alimentos. También la adición de ciertas sustancias químicas tiene efectos antimicrobianos, por ejemplo los tratamientos a base de cloro.

Los métodos físicos aplican técnicas mediante las que se crean unas condiciones incompatibles con el desarrollo de los microorganismos a la vez que ralentizan su deterioro, como la reducción de la humedad del alimento (deseccación, deshidratación, liofilización); el incremento de la concentración de sales o azúcar; la eliminación del oxígeno, que impide el desarrollo de microorganismos aerobios (envasado al vacío); la sustitución del aire por otros gases (atmósfera modificada); o el ahumado, que basa su acción tanto en la desecación del producto como en la acción bacteriostática de algunas de las sustancias que se generan durante el proceso. Sin

embargo, y cuando se trata de controlar el desarrollo de los microorganismos, la temperatura y, en concreto, el calor, es el factor determinante sobre el que se basan muchos de los tratamientos higienizantes.

La mayoría de los microorganismos crecen a temperaturas templadas (10-60° C con una zona especialmente activa entre 20-45° C), mientras que su desarrollo se ralentiza gradualmente a bajas temperaturas hasta el punto de paralizarse a medida que descendemos bajo cero, cosa que también ocurre con las reacciones enzimáticas alterantes, por lo que tanto la refrigeración como la congelación son buenos sistemas de conservación de alimentos. Sin embargo, y aunque la congelación produce «cierta mortalidad» microbiana, no puede considerarse un tratamiento higienizante, es decir, que elimina los posibles microorganismos presentes en un alimento. Por el contrario, las temperaturas elevadas (mayores de 65° C), sí destruyen los microbios, mediante mecanismos de coagulación enzimática que impiden su desarrollo.

#### *9.2.3.2 Conservación con calor*

En este factor, el calor intenso, se basan los tratamientos térmicos, procesos higienizantes que buscan alargar la conservación del alimento reduciendo su carga microbiana y eliminando los posibles microorganismos patógenos y sus esporas (formas resistentes) para hacerlo más seguro. El efecto higiénico del tratamiento térmico dependerá de la relación temperatura-tiempo, del número y tipo de microorganismos que se hallen en el alimento -hay microorganismos más resistentes que otros-, así como de otros factores de termorresistencia, entre los que destaca el pH. La temperatura y tiempo del tratamiento variarán según el efecto que el calor ejerza sobre el alimento y de otros posibles métodos de conservación que vayan a emplearse conjuntamente.

La esterilización es el tratamiento térmico higienizante más agresivo. Sus elevadas temperaturas, de más de 100° C mantenidas en algunos casos hasta 20 minutos pueden alterar en ocasiones el valor nutricional y organoléptico del alimento. Su finalidad es inactivar toda forma de vida en el producto. Actualmente, este tipo de tratamiento ha sido reemplazado por el UHT (Ultra-High Temperature) o uperización. En este proceso se alcanzan temperaturas elevadas de hasta 150° C, pero durante espacios muy cortos de tiempo, menos de cinco segundos. A continuación, se produce un rápido enfriamiento. Además de alargarse la vida útil del producto y garantizar su seguridad al consumo, éste se ve mucho menos afectado en su calidad sensorial y nutricional. Se utiliza para higienizar leche, zumos de frutas, cremas, yogures, sopas y guisos.

La pasteurización es un proceso más suave, a temperaturas menores de 100° C (normalmente 70° C), que contribuye a conservar el alimento sobre el que se aplica, siempre que se complemente con otro método de conservación, en el caso de la leche, la refrigeración. Cuanto mayor sea la temperatura, menor será el tiempo de aplicación y viceversa. Por ejemplo, si se calienta un alimento a 72° C se mantiene unos 15 o 20 segundos y se enfría rápidamente a 4° C. Este tratamiento térmico está destinado a destruir los microorganismos patógenos y, ocasionalmente, los alterantes en alimentos no termorresistentes como en el caso de los zumos de frutas, el huevo y también los lácteos. Produce pocos cambios nutricionales y sensoriales pero su periodo de conservación es muy inferior al de los alimentos esterilizados.

#### **9.2.4 Ingeniería de menú**

La Ingeniería de menús es una estrategia de marketing y de gestión para restaurantes, que muestra al director o gerente; información sobre la rentabilidad y la popularidad de los platos de la carta, para luego poder tomar decisiones como: planificación de la carta, hacer escandallos, crear recetas estándar, fijación de precios, etc. Esta ingeniería de menú ayudara a manejar adecuadamente todas las técnicas de preparación, ciertas porciones y colores, aplicadas para que el producto agrade al consumidor.

La Ingeniería de menús, está dentro de una herramienta de gestión, porque controla costos y ayuda a tomar decisiones, ya que con la información que se obtiene, se pueden posicionar los platos en la carta de la manera más rentable posible. Y esto es muy importante, una carta NO tiene que ser un listado de platos, sino que tiene que ser el mejor anuncio que tenga el restaurante para sus clientes y como buena publicidad, tiene que estar diseñada en base a estrategias de marketing y comunicación.

Aquí es cuando viene el trabajo de ingeniería de menús, por ejemplo, una de las medidas que se puede tomar es la de reducir los costes del plato, pero sin sacrificar su popularidad, porque cuántas veces hemos ido a un restaurante, donde pedimos el mismo plato y nos preguntamos si han cambiado el chef. Este plato ya no es igual, lo que tal vez ha pasado es que simplemente han reducido los costos, pero ya no lo pediremos más, entonces hay que tener mucho cuidado en como reducimos los costos

sin que perjudique su gran demanda. La ingeniería de menú es la base de la reinterpretación de los platos tradicionales y ayuda a estandarizar procesos.

### **9.2.5 Marketing gastronómico**

El Marketing gastronómico es un proceso que comienza entendiendo quién es el cliente objetivo y qué necesidades tiene para luego crear productos y servicios personalizados para él, e influir en su decisión de compra a través de estrategias centradas en su experiencia y en hacerle más feliz. Por citar algunas tendencias en marketing gastronómico de suma importancia:

**Diferenciación:** En un mercado donde hay mucho de lo mismo, los restaurantes tienen que encontrar su propuesta de valor y comunicarlo efectivamente a sus clientes.

**Innovación:** Una buena manera de diferenciarse es cambiando alguna parte de sus procesos, por ejemplo, a la hora de tomar nota, pagar o buscar el restaurante en Internet. La innovación no tiene que ser cara ni complicada, sino pensada en mejorar y ser diferentes a la competencia.

**Atención al cliente en cada momento de la verdad:** Sin clientes felices, no hay empresa sostenible a largo plazo. Llevo años enseñando a cómo atender mejor a los clientes, sin olvidar la venta como parte del proceso.

### *9.2.5.1 Estrategias de promoción gastronómica*

#### **El tiempo**

Crea la secuencia de servicio perfecta para tu negocio y forma a tu personal cada día para ejecutarla a la perfección.

#### **Oferta gastronómica reducida y conceptualizada**

No ofrezcas muchos productos; menos y mejor es preferible que mucho y regular.

#### **La experiencia**

Reflexiona dónde la experiencia de tu negocio comienza y acaba. La experiencia no es solo la comida, es todo lo que tu cliente vive en tu restaurante e incluso fuera de él.

#### **La limpieza**

Piensa si tu establecimiento está limpio en todas sus áreas y si todo tu personal es consciente de la importancia de comer en un lugar agradable y limpio ¡Siempre! No solo cuando se abre el restaurante.

## **La falta de marketing visual para vender más comida**

Y si, también es un aprendizaje ver que hasta en las mejores empresas del mundo no saben vender su producto de una manera más visual y apetitosa.

### **9.2.6 *Productos de restaurante***

Los productos de restaurante son aquellos que permiten desarrollar todas las actividades requeridas dentro del mismo y que permiten que el recurso humano haga uso de ellos de manera que permitan el progreso del restaurant y generan comodidad y satisfacción a los clientes.

#### **9.2.6.1 *Características***

Un buen restaurante debe cumplir con ciertas características que inviten a los comensales a disfrutar su experiencia y regresar. Aunque la calidad de la comida es la más importante, no es la única. Elementos como el ambiente, ubicación, el servicio del personal, son todos sumamente importantes para que el comensal disfrute su estancia.

### **Calidad de la comida**

Este es el más importante, si la calidad de la comida es buena, todo lo demás se hace más simple. Ingredientes frescos y de buena calidad, chefs que saben respetarlos y prepararlos y personal que conoce la manera adecuada de servirlos son fundamentales para cumplir con este punto.

### **Ser novedosos con la gastronomía**

Así como es importante ofrecer buena comida, también es importante dar variedad a los platillos. Si nunca cambiamos el menú, caemos el riesgo de caer en la monotonía para los comensales que ya nos conocen. En cambio, si ofrecemos nuevos platillos de manera constante, les damos una razón para volver a visitar nuestro restaurante.

### **Ambiente**

Aquí podrían entenderse muchas cosas por ambiente, pero lo más importante es que sea agradable. Una iluminación adecuada para el tipo de restaurante, mesas correctamente ordenadas que permitan el libre paso, una decoración agradable, todo es importante. También es fundamental tener un adecuado uso de la música, tanto en estilo como en volumen.

### **Excelente trato del personal**

El personal debe tener una actitud educada, de servicio y dispuesta a ayudar al comensal en todas sus necesidades. Esto puede ser tan sencillo como cumplir con ciertas necesidades en la comida (como menos picante, si así lo pide el cliente), a un saludo afectuoso a los visitantes frecuentes. El personal es el primer embajador de nuestro restaurante y es necesario que entienda la importancia de su labor.



## **Ubicación**

Otro punto fundamental en el éxito de un restaurante si quiere que los comensales repitan la visita. Cumplir con todo lo anterior no servirá de mucho si está ubicado en una zona lejana o de difícil acceso. De igual manera, si nuestra ubicación no ofrece comodidad o seguridad es poco probable que los comensales regresen. Elegir una buena ubicación es una de las decisiones más importantes incluso antes de abrir el restaurante.

### *9.2.6.2 Como suele clasificarse la carta en un restaurante*

La carta del restaurante es uno de los instrumentos más importantes dentro del negocio gastronómico o (carta de precio) ya que es la pieza a través de la cual el cliente que ya nos ha elegido seleccionará qué va a consumir: el menú es el órgano de comunicación entre el restaurante y el cliente y por lo tanto debe promover un encuentro entre las preferencias o gustos del cliente y la oferta del local.

## **División de la carta**

- Grupo 1: Entremeses fríos y calientes, consumidos como primer plato.
- Grupo 2: Caldos, sopas, cremas y consomés. Se sirven también como primer plato y, preferiblemente, durante las cenas.
- Grupo 3: Verduras y ensaladas: Pueden servirse también como primeros platos y en otras muchas ocasiones forman parte, como guarnición, de los platos principales a base de carnes y pescados.

- Grupo 4: Pastas, huevos y arroces: Lo indicado en el párrafo anterior es válido para estos productos alimenticios.
- Grupo 5: Pescados y mariscos: Por regla general, suelen servirse después de los primeros platos y antes de las carnes, y, hoy día, se consideran un plato principal que puede sustituir a las carnes.
- Grupo 6: Carnes: Constituyen casi siempre el plato fuerte y suelen servirse antes de los postres.
- Grupo 7: Postres: Entre otras especialidades, suelen incluirse frutas frescas, en almíbar y en macedonia; pastelería; dulces de cocina; y helados.
- De ahí que el número adecuado de platos puede situarse entre 25 y 40 especialidades bien elegidas y distribuidas en tan sólo cuatro o cinco series: entradas, entremeses, platos principales, sugerencias o especialidades y postres

### **Comida Gourmet**

En este proceso, hablamos de la selección de la mejor materia prima -los ingredientes-, el tiempo óptimo de cocción de cada uno de los alimentos, el mejor emplatado posible e incluso la temperatura idónea a la que se sirve.

Dentro de todas las cualidades que caracterizan a un producto Gourmet, la calidad es la que prima siempre por encima del resto. Es el valor del que parte para la creación de un producto exquisito. La calidad influye en diferentes aspectos. Por un lado, en la experiencia de las personas que seleccionan cuidadosamente la materia

prima, la calidad de la propia materia prima, el cuidado en su elaboración o el detallismo en su empaquetado o presentación en el plato.

### **9.2.7 Estándares de Calidad**

En el aseguramiento de la calidad en la industria alimentaria los sistemas como las buenas prácticas de manufactura (BPM), el sistema HACCP Hazard Analysis and Critical Control Points, las normas ISO 9000/9001/14000/22000, y el sistema BRC British Retail Consortium son aplicados para asegurar la calidad alimentaria.

#### **ISO 22000**

Es la norma de Sistemas de Gestión de la Inocuidad de los Alimentos, su implementación puede ayudar a las empresas alimentarias a facilitar e incrementar su capacidad de producir alimentos inocuos, por lo tanto, la seguridad y calidad de los mismos. Esta certificación aumentará la confianza por parte del consumidor, tanto en su aspecto higiénico sanitario como de calidad, con el consiguiente aumento de competitividad y participación del mercado cada vez más exigente.

### **9.2.8 Especialidades del área gastronómica**

#### *Chef*

Chef ejecutivo o chef de cocina es la persona dedicada a cargo de una cocina, el responsable de la creación de las recetas y del menú, de la formación del personal y de supervisar toda la cocina.

#### *Asistente de cocina*

Los ayudantes de cocina o auxiliares de cocina, son personas profesionales que ayudan en la preparación y elaboración de los platos en una cocina. Trabajan bajo la supervisión de chefs y cocineros, personas a las que el ayudante de cocina tiene que proporcionar ayuda.

### **9.2.9 Garde Manger**

El garde manger es considerado por muchas como la estación más exigente, trabajo en cualquier cocina tiene como significado de despensa cuarto frío o lugar de cocina fría, también es ser capaz de aplicar el condimento adecuado a los platillos que van a ser servicio frío y en otras cosas los platillos que van a ser servidos calientes. El garde manger es el tercero en la jerarquía de la cocina y es en la encargado de la preparación de alimentos fríos como embutidos, frutas, ensaladas como buffet entre otros, también es el encargado de la mise place de la materia prima de esta manera también prepara otro tipo de alimentos para pasarlos a los otros cuartos de preparación de alimentos se encarga del desplace y limpieza de ciertos alimentos; hay que destacar

que una gran presentación solo se va tan lejos como localidad de la comida que se sirve y que constantemente se centró en la salubridad el saneamiento, los condimentos, el tiempo y la temperatura de los productos.

La cocina fría nació con los cambios de hábitos sociales experimentados en los últimos años y la reducción de disponibilidad de tiempo para las labores domésticas; esto llevo a un incremento notable de la demanda de platos preparados fríos, en el verano también se buscan platos refrescantes y ligeros para sustituir a los potajes, sopas y cocidos que tomamos durante los meses de invierno.

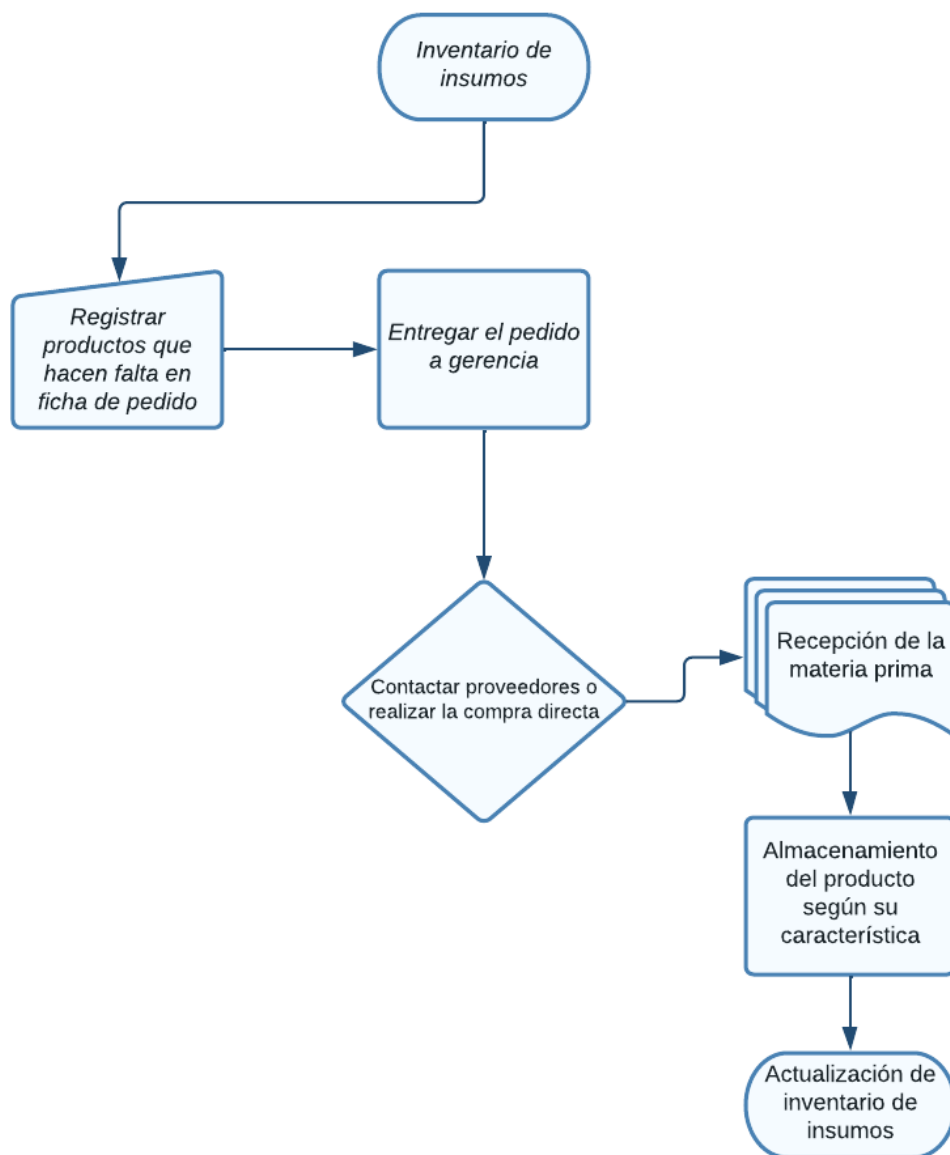
La expresión Garde manger se empleaba en la antigüedad (época de la alta Edad Media en Europa) para identificar el espacio cercano a la cocina donde se guardaban quesos, jamones, salchichas, embutidos en general. En aquella época, al no haber electricidad, se empleaban la sal, el azúcar y las especias para conservar los alimentos. Cuando se preparaba un banquete se guardaban en este espacio de la cocina los alimentos que necesitan estar alejados del calor de los hornos.

La cocina fría tiene sus antecedentes desde las primeras civilizaciones ya que nació por la necesidad de tener comida en épocas de escasez; sometiendo los alimentos a diferentes métodos de conservación. Estos métodos fueron descubiertos por «casualidad», por ejemplo, las tribus de caza colgaban las carnes cerca del fuego para mantenerlas lejos de los animales, donde se secaban y ahumaban. El pescado en salmuera se consumió desde las grandes civilizaciones como los chinos y griegos que dejaban el pescado en salmuera a la orilla del mar para que se fermentara o se secara.

La cocina fría es un área donde se elaboran todas las recetas que requieren una preparación mínima o nula en la mayoría de los casos. También tiene referencia a todos los alimentos fríos sin importar que hayan estado calientes en algún punto, por lo que es todo compuesto de aperitivos, acompañamientos, ensaladas o guarniciones.

### 9.3 Flujogramas de procesos: Materia Prima

#### 9.3.1 Flujograma N° 1: Proceso orden de compra materia prima



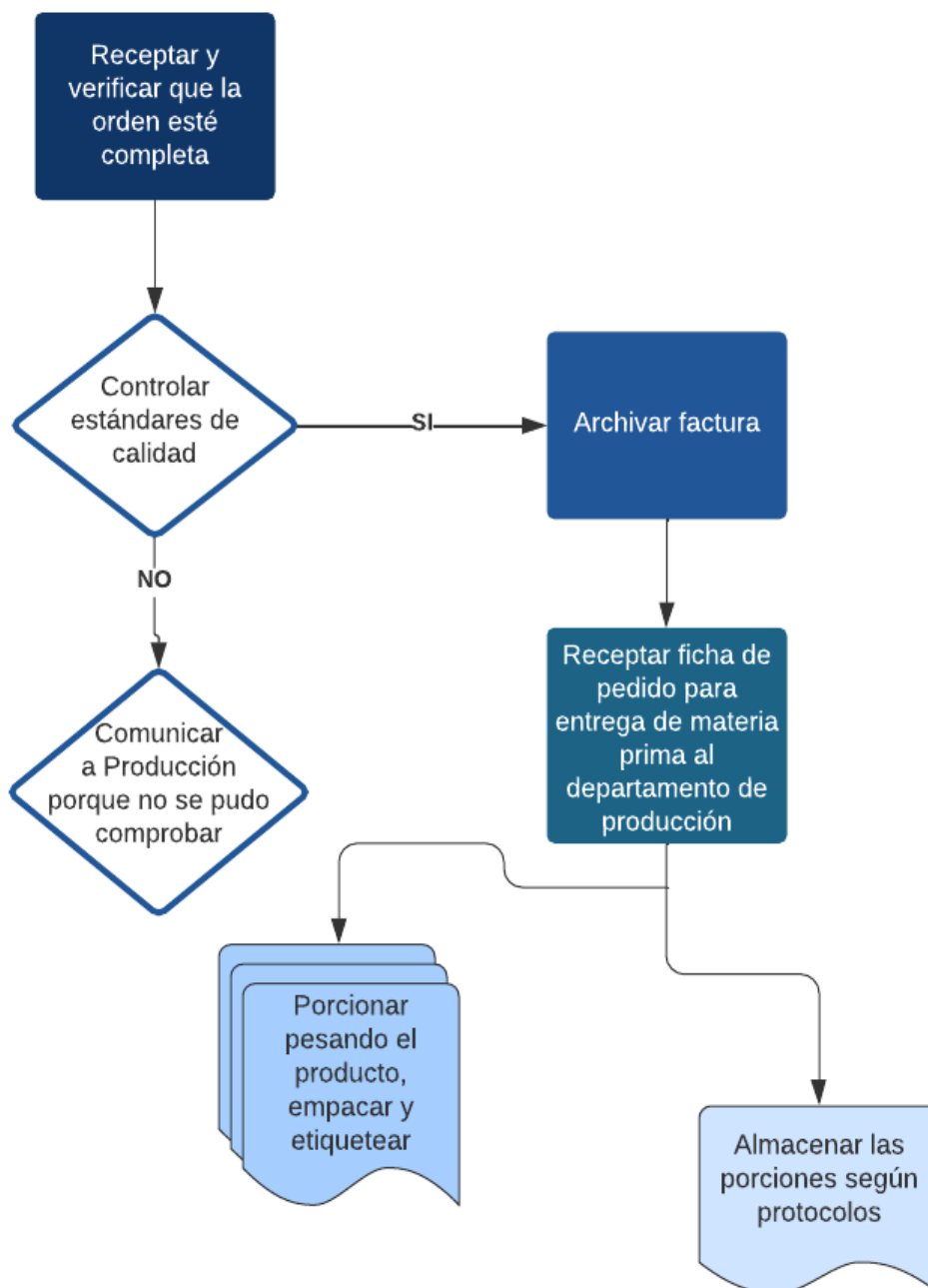
**Ilustración 22:** Flujograma N° 1: Proceso orden de compra materia prima.  
**Fuente:** La autora.

**Procedimiento:**

1. Elaborar un inventario de insumos que se tienen en bodega para saber lo que se debe adquirir.
2. Registrar productos que hacen falta en ficha de pedido.
3. Entregar el pedido a gerencia para que sea revisado y aprobado.
4. Contactar proveedores con la finalidad de cotizar precios, caso contrario realizar la compra directa.
5. Recepción y revisión de la materia prima que ha sido adquirida.
6. Almacenamiento del producto según su característica, para evitar la confusión o pérdida de los productos, garantizando el apropiado almacenamiento y conservación del mismo y con ello evitar la contaminación cruzada.
7. Actualización de inventarios de insumos.



### 9.3.2 Flujograma N° 2: Almacenamiento de la materia prima

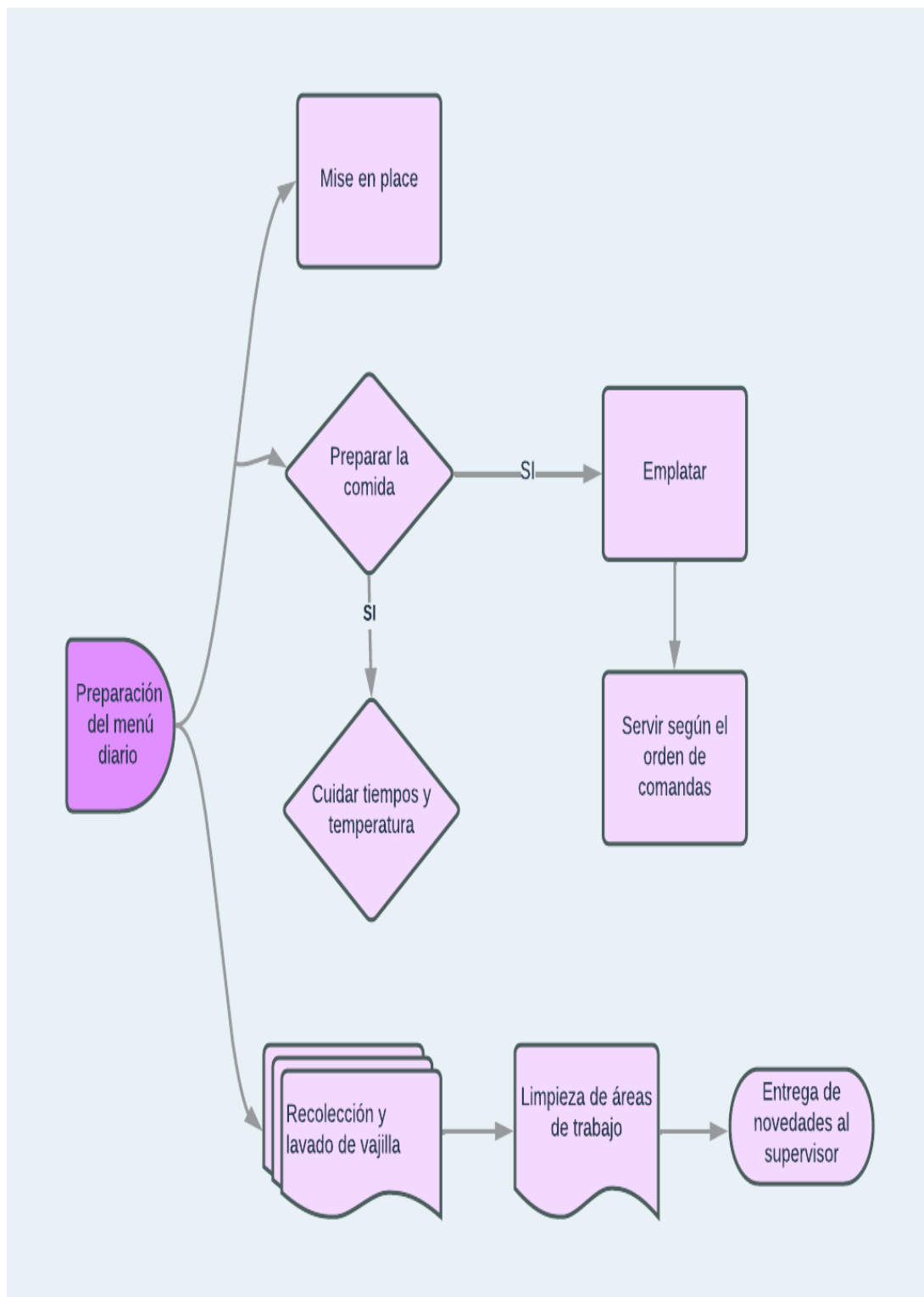


**Ilustración 23:** Flujograma N° 2: Almacenamiento de la materia prima.  
**Fuente:** La autora.

**Procedimiento:**

1. Receptar y verificar que la orden este completa.
2. Controlar estándares de calidad. Si no se pudo hacer este control comunicar a supervisión la razón por la que no se pudo hacer tal control.
3. Archivar factura.
4. Receptar ficha de pedido para entrega de materia prima al departamento de producción.
5. Almacenar las porciones según protocolos.

### 9.3.3 Flujograma N° 3: Preparación del menú diario



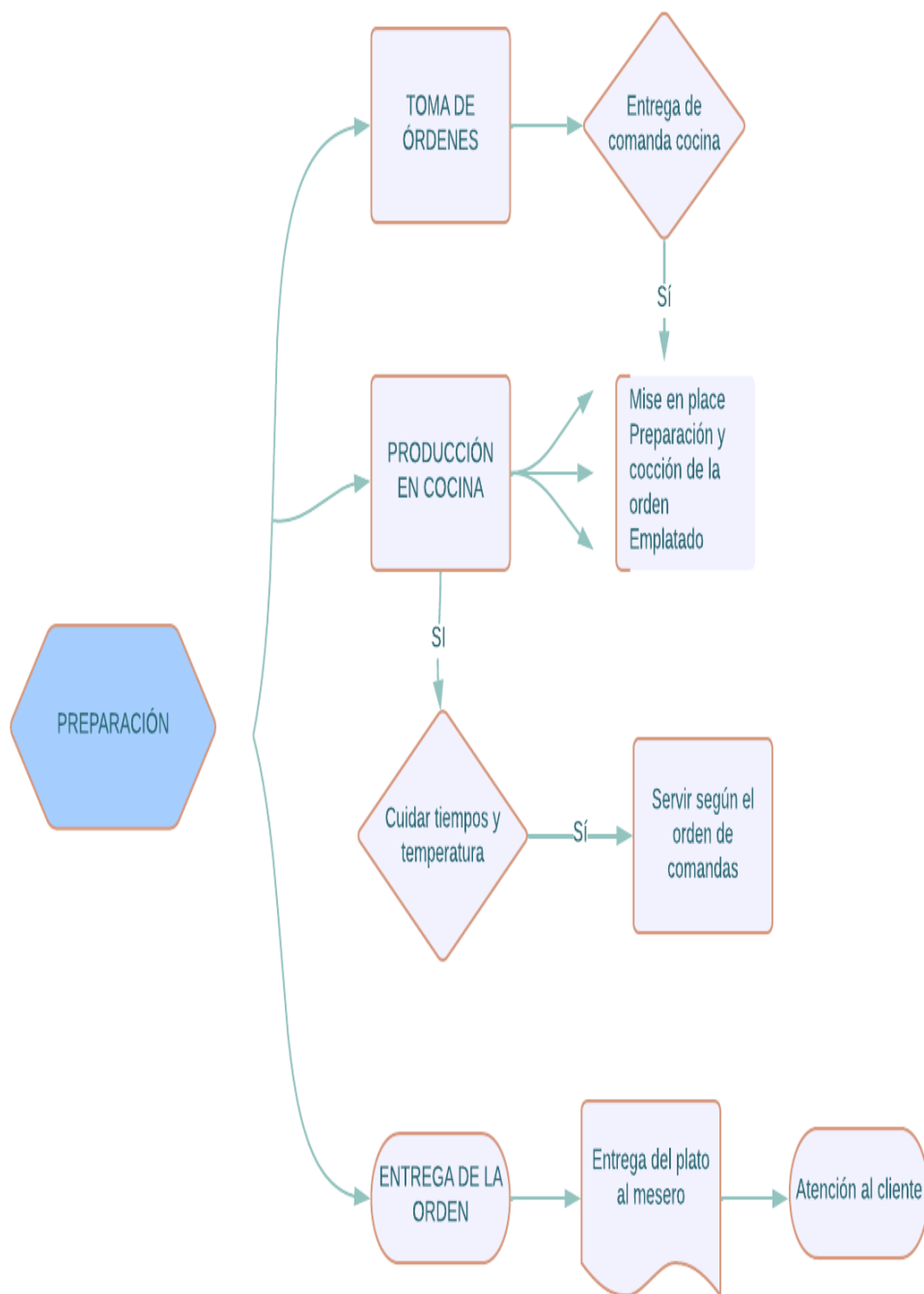
**Ilustración 24:** Flujograma N° 3: Preparación del menú diario.  
**Fuente:** La autora.

**Procedimiento:**

Cada menú diario estará sujeto a las siguientes rutinas:

1. Mise en place de los ingredientes
2. Preparación de la comida. Teniendo especial atención a tiempos y temperatura de cocción.
3. Emplatar cuidando los pesos y cantidades de cada porción
4. Servir según el orden de comandas.
5. Luego de prestado el servicio y una vez retirado el cliente se procederá a recoger la vajilla y llevarla al sector de lavado.
6. Limpieza del área de servicio y de trabajo.
7. Reportar novedades al supervisor.

### 9.3.4 Flujograma N° 4: Preparación de los platos a la carta

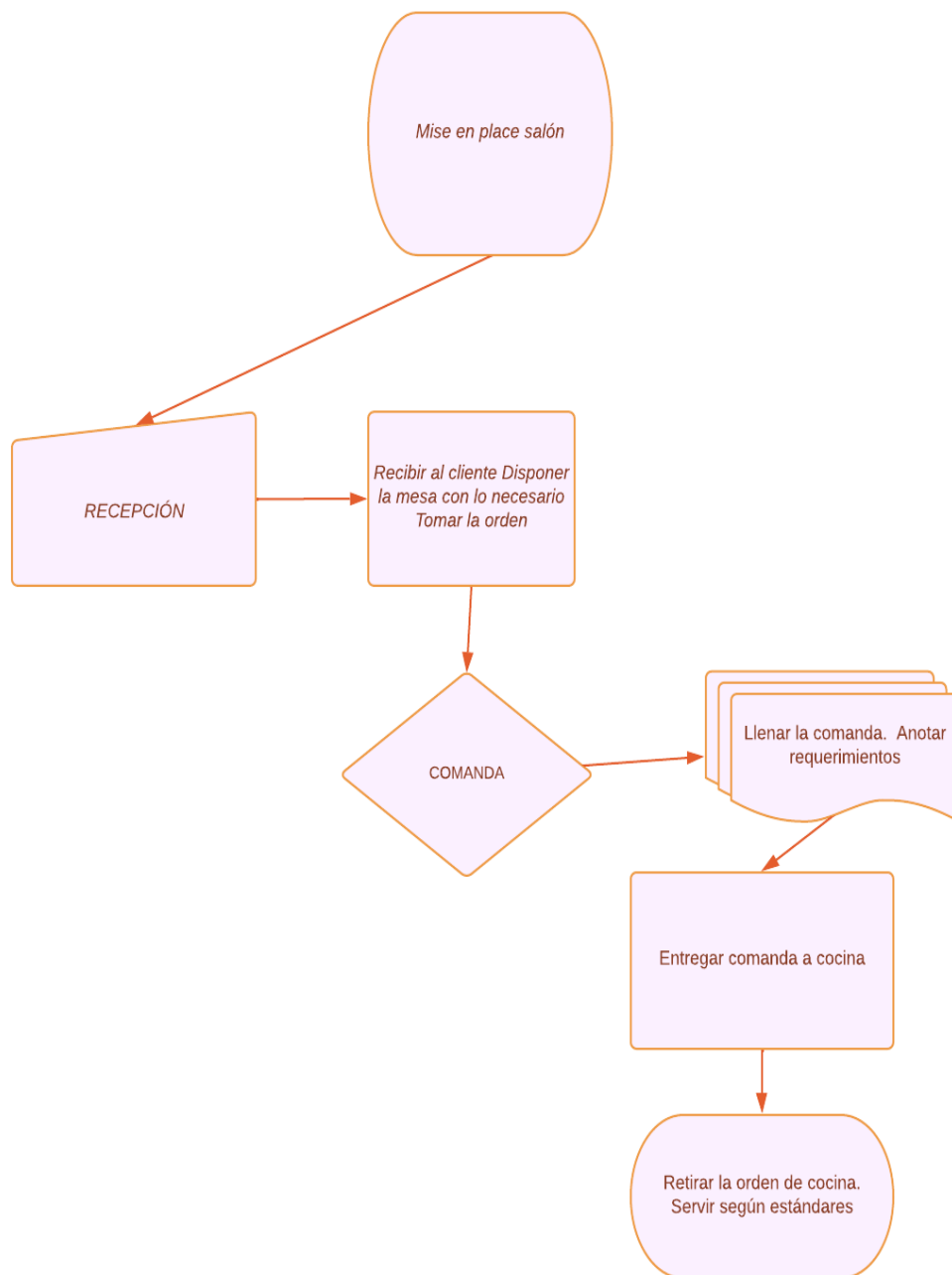


**Ilustración 25: Flujograma N° 4: Preparación de los platos a la carta.**  
**Fuente: La autora.**

**Procedimiento:**

1. Toma de órdenes.
2. Entrega de comanda en cocina.
3. Producción en cocina. Mise en place, preparación y cocción de la orden, emplatado
4. Cuidar tiempos y temperatura.
5. Servir según la orden de comandos.
6. Entrega de la orden.

### 9.3.5 Flujograma N° 5: Mise en place salón



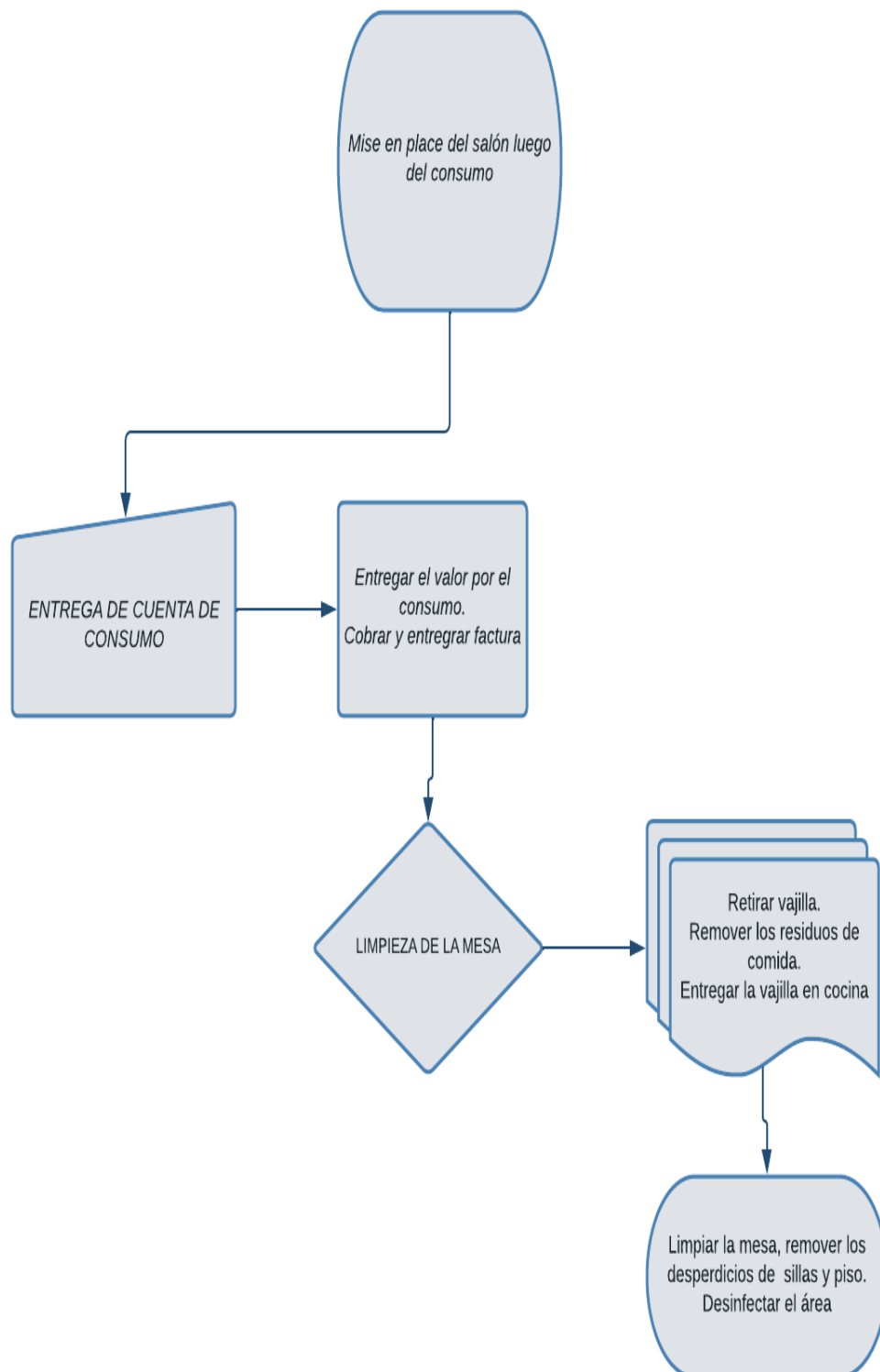
**Ilustración 26:** Flujograma N° 5: Mise en place salón.  
**Fuente:** La autora.

**Procedimiento:**

1. Recibir al cliente con formalidad y acompañarlo al sitio que elija para servirse.
2. Disponer la mesa con lo necesario.
3. Tomar la orden.
4. Llenar la comanda.
5. Anotar requerimientos.
6. Entregar comanda a cocina.
7. Retirar la orden de cocina.
8. Servir según estándares.



### 9.3.6 Flujograma N° 6: Arreglo de la mesa luego del consumo

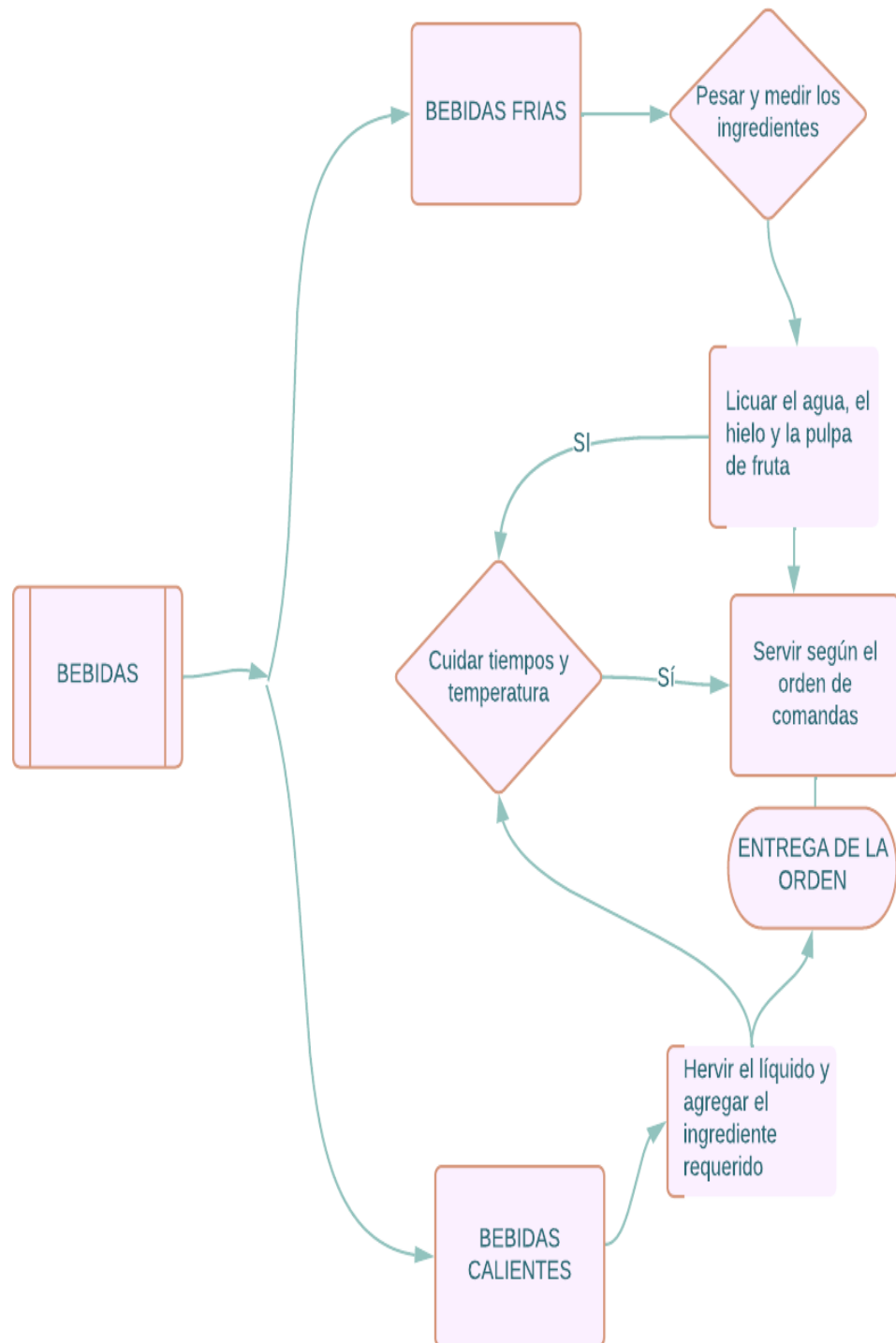


**Ilustración 27:** Flujograma N° 6: Arreglo de la mesa luego del consumo.  
Fuente: La autora.

**Procedimiento:**

1. Entregar el valor por el consumo.
2. Cobrar y entregar factura.
3. Limpieza de la mesa.
4. Retirar vajilla.
5. Remover los residuos de comida.
6. Entregar la vajilla en cocina.
7. Limpiar y desinfectar el área.

### 9.3.7 Flujograma 7: Preparación de bebidas

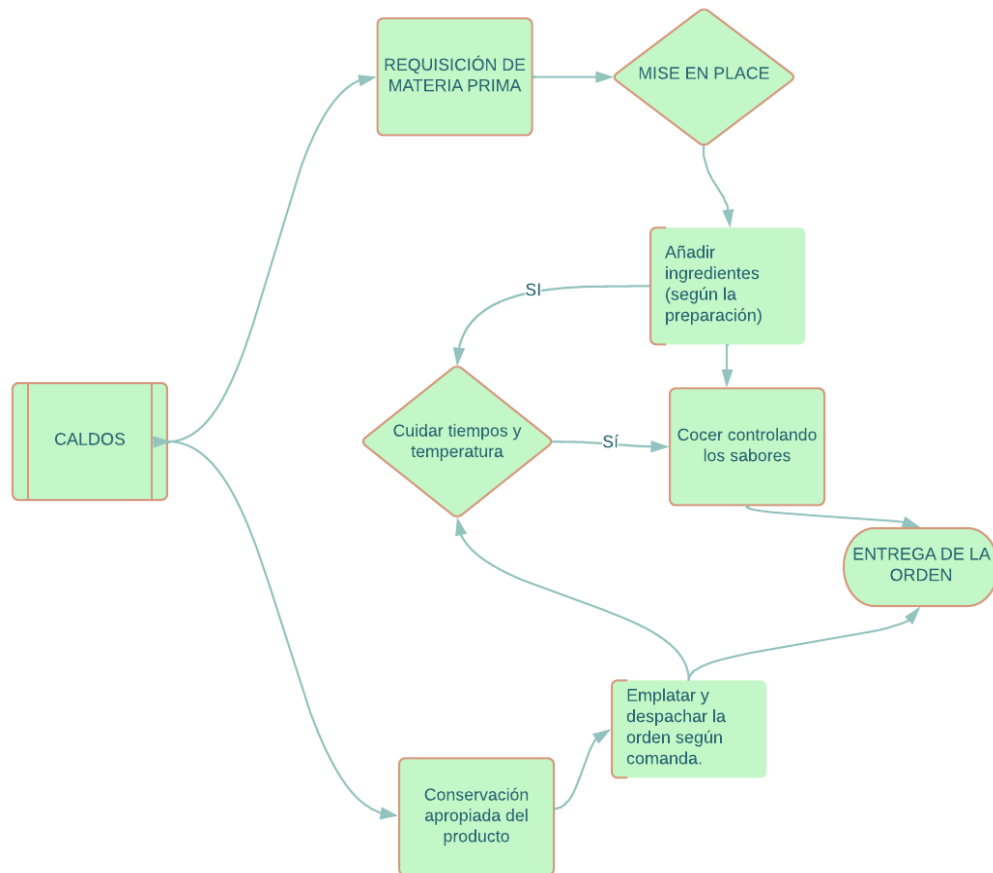


**Ilustración 28:** Flujograma N° 7: Preparación de bebidas.  
**Fuente:** La autora.

**Procedimiento:**

1. Pesar y medir los ingredientes.
2. Licuar el agua, el hielo y la pulpa de la fruta (agregar los ingredientes que el comensal solicitó)
3. Cuidar tiempos de temperatura.
4. Servir según entrega de comandos.
5. Entrega de la orden.

### 9.3.8 Flujograma 8: Preparación de caldos

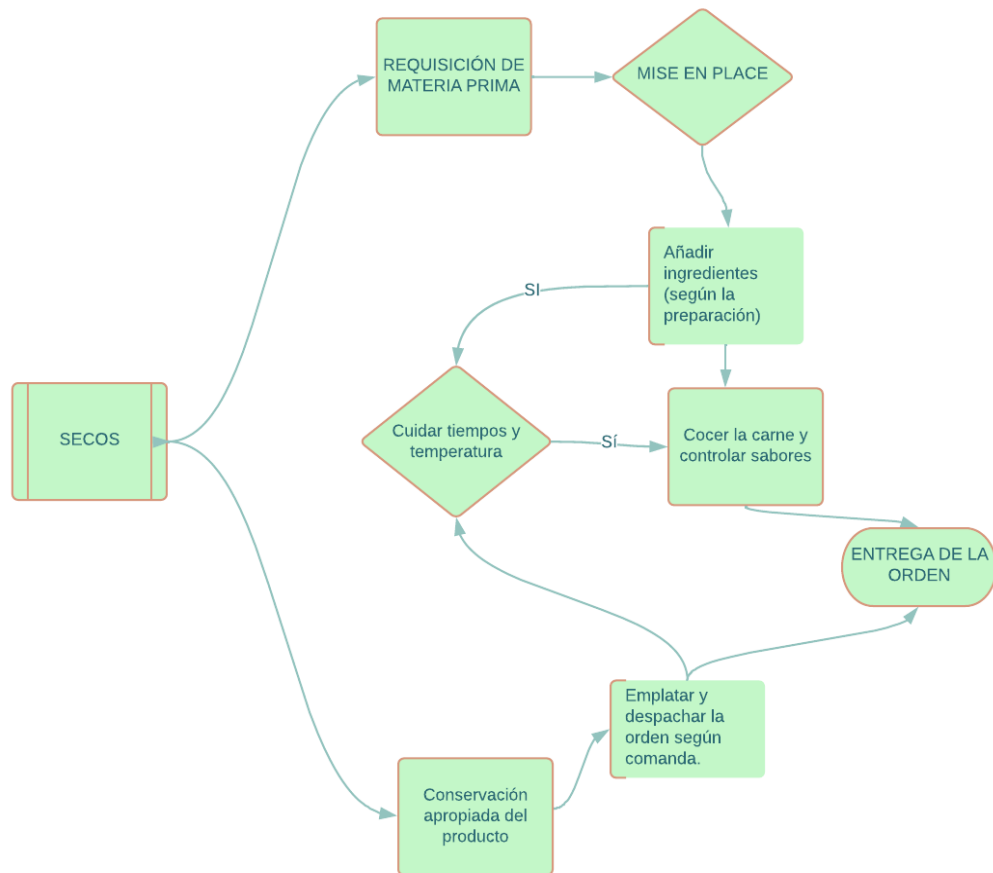


*Ilustración 29: Flujograma N° 8: Preparación de caldos.  
Fuente: La autora.*

#### **Procedimiento:**

1. Requisición de la materia prima.
2. Mise en place.
3. Agregar ingredientes para ser cocidos.
4. Cocer controlando los sabores.
5. Cuidar tiempos y temperatura.
6. Despachar las órdenes según comandas.
7. Entrega de la orden.

### 9.3.9 Flujograma 9: Preparación de carnes



*Ilustración 30: Flujograma N° 9: Preparación de carnes.  
Fuente: La autora.*

#### Procedimiento:

1. Requisición de la materia prima.
2. Mise en place.
3. Agregar ingredientes para ser cocidos.
4. Cocer controlando los sabores.
5. Cuidar tiempos y temperatura.
6. Despachar las órdenes según comandas.
7. Entrega de la orden.

## 9.4 Recetas de costos

## MENÚ 1

Tabla 21: Sopa de pollo.

			COSTOS DE FABRICACIÓN Y PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO				
NOMBRE DEL PLATO: SOPA DE POLLO							
MENÚ DE ALMUERZOS: MENÚ 1							
LOCALIDAD	VILCABAMBA					PAX	15,00
MATERIA PRIMA						COSTO	
PRECIO MP	UNIDAD	INGREDIENTES	CANTIDAD POR PAX	CANTIDAD TOTAL	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
\$ 3,52	Kg	Pollo	0,025	0,38	Kg	0,088	\$ 1,32
\$ 1,10	L	Fondo claro	0,200	3,00	L	0,22	\$ 3,30
\$ 0,80	Kg	Fideo de rosca	0,02	0,30	Kg	0,016	\$ 0,24
\$ 0,88	Kg	Papa	0,02	0,30	Kg	0,0176	\$ 0,26
\$ 2,70	UNIDAD	Huevos	0,025	0,38	UNIDAD	0,0675	\$ 1,01
CN	Kg	Cebolla	0,000	0,00	Kg	0	\$ -
CN	Kg	Ajo	0,000	0,00	Kg	0	\$ -
CN	Kg	Orégano	0,00	0,00	Kg	0	\$ -
CN	Kg	Sal	0,00	0,00	Kg	0	\$ -
CN	Kg	Pimienta	0,00	0,00	Kg	0	\$ -
						<b>Subtotal del costo</b>	\$ 0,41 \$ 6,14
						5% CONDIMENTOS	\$ 0,02 \$ 0,31
						5% DESPERDICIOS	\$ 0,02 \$ 0,31
						<b>Costo (Materia Prima) MOD</b>	\$ 0,45 \$ 6,75
						30% (Mano de obra directa) MOD	\$ 0,14 \$ 2,03
						30% (Costos generales de fabricación) CGF	\$ 0,14 \$ 2,03
						<b>COSTO TOTAL</b>	\$ 0,72 \$ 10,80
						30% UTILIDAD	\$ 0,22 \$ 3,24
						PRECIO	\$ 0,94 \$ 14,04
						IVA 12%	\$ 0,11 \$ 1,68
						SERVICIO 10%	\$ 0,09 \$ 1,40
						<b>PVP</b>	\$ 1,14 \$ 17,13

Nota: en esta se muestran los costos establecidos para la elaboración del plato.

Tabla 22: Arroz relleno.

		<b>COSTOS DE FABRICACIÓN Y PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO</b>					
NOMBRE DEL PLATO: ARROZ RELLENO							
MENÚ DE ALMUERZOS: MENÚ 1							
LOCALIDAD	VILCABAMBA					PAX	\$ 15,00
MATERIA PRIMA						COSTO	
PRECIO MP	UNIDAD	INGREDIENTES	CANTIDAD POR PAX	CANTIDAD TOTAL	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
\$ 1,21	Kg	Arroz	0,130	1,95	Kg	0,16	\$ 2,36
\$ 2,20	Kg	Choclo	0,025	0,38	Kg	0,06	\$ 0,83
\$ 0,80	Kg	Pechuga de pollo	0,030	0,45	Kg	0,02	\$ 0,36
\$ 3,85	Kg	Arveja tierna	0,015	0,04	Kg	0,06	\$ 0,14
\$ 0,66	Kg	Zanahoria	0,025	0,06	Kg	0,02	\$ 0,04
\$ 5,50	Kg	Jamón	0,025	0,06	Kg	0,14	\$ 0,32
CN	Kg	Cebolla	0,000	0,00	Kg	0	\$ -
CN	Kg	Ajo	0,000	0,00	L	0	\$ -
CN	Kg	Orégano	0,00	0,00	Kg	0	\$ -
CN	Kg	Sal	0,00	0,00	Kg	0	\$ -
CN	Kg	Pimienta	0,00	0,00	Kg	0	\$ -
							
<b>Subtotal del costo</b>						\$ 0,45	\$ 4,04
5% CONDIMENTOS						\$ 0,02	\$ 0,20
5% DESPERDICIOS						\$ 0,02	\$ 0,20
<b>Costo (Materia Prima) MOD</b>						\$ 0,49	\$ 4,45
30% (Mano de obra directa) MOD						\$ 0,15	\$ 1,33
30% (Costos generales de fabricación) CGF						\$ 0,15	\$ 1,33
<b>COSTO TOTAL</b>						\$ 0,79	\$ 7,12
30% UTILIDAD						\$ 0,24	\$ 2,14
PRECIO						\$ 1,03	\$ 9,25
IVA 12%						\$ 0,12	\$ 1,11
SERVICIO 10%						\$ 0,10	\$ 0,93
<b>PVP</b>						\$ 1,25	\$ 11,29

Nota: en esta se muestran los costos establecidos para la elaboración del plato.



Tabla 23: Buñuelos con miel.

PRECIO MP		UNIDAD	INGREDIENTES	CANTIDAD POR PAX	CANTIDAD TOTAL	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
\$	1,32	Kg	Harina	0,025	0,38	Kg	0,033	\$ 0,50
\$	2,70	UNIDAD	Huevos	0,001	0,02	L	0,0027	\$ 0,04
\$	1,10	Kg	Panela	0,015	0,23	Kg	0,0165	\$ 0,25
\$	0,85	L	Leche	0,100	1,50	Kg	0,398	\$ 5,97
CN		L	Azúcar	0,000	0,00	Kg	0	\$ -
CN		Kg	Sal	0,000	0,00	Kg	0	\$ -
CN		Kg	Polvo de hornear	0,000	0,00	Kg	0	\$ -
<b>Subtotal del costo</b>							<b>\$ 0,45</b>	<b>\$ 6,75</b>
5% CONDIMENTOS							\$ 0,02	\$ 0,34
5% DESPERDICIOS							\$ 0,02	\$ 0,34
<b>Costo (Materia Prima) MOD</b>							<b>\$ 0,50</b>	<b>\$ 7,43</b>
30% (Mano de obra directa) MOD							\$ 0,15	\$ 2,23
30% (Costos generales de fabricación) CGF							\$ 0,15	\$ 2,23
<b>COSTO TOTAL</b>							<b>\$ 0,79</b>	<b>\$ 11,89</b>
30% UTILIDAD							\$ 0,24	\$ 3,57
PRECIO							\$ 1,03	\$ 15,45
IVA 12%							\$ 0,12	\$ 1,85
SERVICIO 10%							\$ 0,10	\$ 1,55
<b>PVP</b>							<b>\$ 1,26</b>	<b>\$ 18,85</b>



Nota: en esta se muestran los costos establecidos para la elaboración del plato.

## MENÚ 2

Tabla 24: Arveja con guineo.

			COSTOS DE FABRICACIÓN Y PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO				
NOMBRE DEL PLATO: ARVEJA CON GUINEO							
MENÚ DE ALMUERZOS: MENÚ 2							
LOCALIDAD	VILCABAMBA					PAX	\$ 15,00
MATERIA PRIMA						COSTO	
PRECIO MP	UNIDAD	INGREDIENTES	CANTIDAD POR PAX	CANTIDAD TOTAL	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
\$ 1,32	Kg	Arveja seca	0,025	0,38	Kg	0,033	\$ 0,50
\$ 0,22	Kg	Guineo verde	0,010	0,15	Kg	0,0022	\$ 0,03
\$ 3,96	Kg	Quesillo	0,020	0,30	Kg	0,0792	\$ 1,19
\$ 0,66	Kg	Cebolla paitaña	0,020	0,30	Kg	0,0132	\$ 0,20
CN	Kg	Sal	0,00	0,00	Kg	0	\$ -
CN	Kg	Culantro	0,00	0,00	Kg	0	\$ -
						<b>Subtotal del costo</b>	<b>\$ 0,13 \$ 1,91</b>
						5% CONDIMENTOS	\$ 0,01 \$ 0,10
						5% DESPERDICIOS	\$ 0,01 \$ 0,10
						<b>Costo (Materia Prima) MOD</b>	<b>\$ 0,14 \$ 2,11</b>
						30% (Mano de obra directa) MOD	\$ 0,04 \$ 0,63
						30% (Costos generales de fabricación) CGF	\$ 0,04 \$ 0,63
						<b>COSTO TOTAL</b>	<b>\$ 0,22 \$ 3,37</b>
						30% UTILIDAD	\$ 0,07 \$ 1,01
						PRECIO	\$ 0,29 \$ 4,38
						IVA 12%	\$ 0,04 \$ 0,53
						SERVICIO 10%	\$ 0,03 \$ 0,44
						<b>PVP</b>	<b>\$ 0,36 \$ 5,34</b>

Nota: en esta se muestran los costos establecidos para la elaboración del plato.

Tabla 25: Mini bandeja paisa.

		COSTOS DE FABRICACIÓN Y PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO					
NOMBRE DEL PLATO: MINI BANDEJA PAISA							
MENÚ DE ALMUERZOS: MENÚ 2							
LOCALIDAD		VILCABAMBA				PAX	15,00
MATERIA PRIMA						COSTO	
PRECIO MP	UNIDAD	INGREDIENTES	CANTIDAD POR PAX	CANTIDAD TOTAL	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
\$ 1,10	Kg	Arroz	0,080	1,20	Kg	0,088	\$ 1,32
\$ 3,30	Kg	Chicharrón	0,050	0,75	Kg	0,165	\$ 2,48
\$ 6,60	Kg	Carne de res	0,050	0,75	Kg	0,33	\$ 4,95
\$ 2,99	Kg	Huevo	0,050	0,07	Kg	0,1495	\$ 0,20
\$ 0,55	Kg	Tomate	0,010	0,01	Kg	0,0055	\$ 0,01
\$ 0,44	Kg	Cebolla paitaña	0,050	0,07	Kg	0,022	\$ 0,03
CN	Kg	Orégano	0,000	0,00	Kg	0	\$ -
CN	Kg	Sal	0,000	0,00	Kg	0	\$ -
CN	L	Accite	0,000	0,00	L	0	\$ -
CN	Kg	Pimiento	0,000	0,00	Kg	0	\$ -
CN	Kg	Pimienta	0,000	0,00	Kg	0	\$ -
<b>Subtotal del costo</b>						\$ 0,76	\$ 8,98
5% CONDIMENTOS						\$ 0,04	\$ 0,45
5% DESPERDICIOS						\$ 0,04	\$ 0,45
<b>Costo (Materia Prima) MOD</b>						\$ 0,84	\$ 9,88
30% (Mano de obra directa) MOD						\$ 0,25	\$ 2,96
30% (Costos generales de fabricación) CGF						\$ 0,25	\$ 2,96
<b>COSTO TOTAL</b>						\$ 1,34	\$ 15,80
30% UTILIDAD						\$ 0,40	\$ 4,74
PRECIO						\$ 1,74	\$ 20,54
IVA 12%						\$ 0,21	\$ 2,47
SERVICIO 10%						\$ 0,17	\$ 2,05
<b>PVP</b>						\$ 2,12	\$ 25,06

Nota: en esta se muestran los costos establecidos para la elaboración del plato.

Tabla 26: Mousse de maracuyá.

		COSTOS DE FABRICACIÓN Y PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO					
NOMBRE DEL PLATO: MOUSSE DE MARACUYÁ							
MENÚ DE ALMUERZOS: MENÚ 2							
LOCALIDAD	VILCABAMBA					PAX	\$ 15,00
MATERIA PRIMA						COSTO	
PRECIO MP	UNIDAD	INGREDIENTES	CANTIDAD POR PAX	CANTIDAD TOTAL	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
\$ 1,50	Kg	Pulpa de maracuyá	0,025	0,38	Kg	0,0375	\$ 0,56
\$ 4,50	L	Crema de leche	0,020	0,30	L	0,09	\$ 1,35
\$ 2,50	L	Leche condensada	0,010	0,15	L	0,025	\$ 0,38
\$ 2,99	Kg	Huevos	0,001	0,02	Kg	0,003	\$ 0,04
CN	Kg	Azúcar	0,000	0,00	Kg	0	\$ -
CN	Kg	Gelatina sin sabor	0,000	0,00	Kg	0	\$ -
						<b>Subtotal del costo</b>	\$ 0,16 \$ 2,33
						5% CONDIMENTOS	\$ 0,01 \$ 0,12
						5% DESPERDICIOS	\$ 0,01 \$ 0,12
						<b>Costo (Materia Prima) MOD</b>	\$ 0,17 \$ 2,57
						30% (Mano de obra directa) MOD	\$ 0,05 \$ 0,77
						30% (Costos generales de fabricación) CGF	\$ 0,05 \$ 0,77
						<b>COSTO TOTAL</b>	\$ 0,27 \$ 4,10
						30% UTILIDAD	\$ 0,08 \$ 1,23
						PRECIO	\$ 0,36 \$ 5,34
						IVA 12%	\$ 0,04 \$ 0,64
						SERVICIO 10%	\$ 0,04 \$ 0,53
						<b>PVP</b>	\$ 0,43 \$ 6,51

Nota: en esta se muestran los costos establecidos para la elaboración del plato.

## MENÚ 3

Tabla 27: Sancocho de res.

		COSTOS DE FABRICACIÓN Y PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO						
NOMBRE DEL PLATO: SANCOCHO DE RES								
MENÚ DE ALMUERZOS: MENÚ 3								
LOCALIDAD	VILCABAMBA					PAX	\$ 15,00	
MATERIA PRIMA						COSTO		
PRECIO MP	UNIDAD	INGREDIENTES	CANTIDAD POR PAX	CANTIDAD TOTAL	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	
\$ 1,54	Kg	Hueso con carne de res	0,050	0,75	Kg	0,077	\$ 1,16	
CN	L	Fondo oscuro	0,000	0,00	L	0	\$ -	
\$ 1,99	Kg	Plátano verde	0,020	0,30	Kg	0,0398	\$ 0,60	
\$ 0,50	Kg	Guineo Verde	0,020	0,02	Kg	0,01	\$ 0,01	
\$ 0,55	Kg	Yuca	0,020	0,02	Kg	0,011	\$ 0,01	
\$ 0,44	Kg	Cebolla paitaña	0,010	0,01	Kg	0,0044	\$ 0,01	
CN	Kg	Ajo	0,000	0,00	Kg	0	\$ -	
CN	Kg	Orégano	0,000	0,00	Kg	0	\$ -	
CN	Kg	Perejil	0,000	0,00	Kg	0	\$ -	
CN	Kg	Pimiento	0,000	0,00	Kg	0	\$ -	
CN	Kg	Sal	0,000	0,00	Kg	0	\$ -	
CN	Kg	Pimienta	0,000	0,00	Kg	0	\$ -	
						<b>Subtotal del costo</b>	\$ 0,14	\$ 1,78
						5% CONDIMENTOS	\$ 0,01	\$ 0,09
						5% DESPERDICIOS	\$ 0,01	\$ 0,09
						<b>Costo (Materia Prima) MOD</b>	\$ 0,16	\$ 1,96
						30% (Mano de obra directa) MOD	\$ 0,05	\$ 0,59
						30% (Costos generales de fabricación) CGF	\$ 0,05	\$ 0,59
						<b>COSTO TOTAL</b>	\$ 0,25	\$ 3,14
						30% UTILIDAD	\$ 0,08	\$ 0,94
						PRECIO	\$ 0,33	\$ 4,08
						IVA 12%	\$ 0,04	\$ 0,49
SERVICIO 10%	\$ 0,03	\$ 0,41						
<b>PVP</b>	\$ 0,40	\$ 4,97						


Nota: en esta se muestran los costos establecidos para la elaboración del plato.

Tabla 28: Cuero con papa y garbanzo.

PRECIO MP			UNIDAD	INGREDIENTES	CANTIDAD POR PAX	CANTIDAD TOTAL	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
\$	2,20	Kg		Cuero de chanco	0,080	1,20	Kg	0,176	\$ 2,64
\$	0,50	Kg		Papa	0,025	0,38	Kg	0,0125	\$ 0,19
\$	0,44	Kg		Cebolla paitaña	0,010	0,15	Kg	0,0044	\$ 0,07
\$	1,98	Kg		Garbanzo	0,025	0,38	Kg	0,0495	\$ 0,13
\$	0,50	Kg		Tomate	0,005	0,08	Kg	0,0025	\$ 1,13
\$	1,10	Kg		Arroz	0,040	0,60	Kg	0,044	\$ 0,66
CN		Kg		Pimiento	0,000	0,00	Kg	0	\$ -
CN		Kg		Sal	0,000	0,00	Kg	0	\$ -
CN		Kg		Pimienta	0,000	0,00	Kg	0	\$ -
CN		Kg		Ajo	0,000	0,00	Kg	0	\$ -
CN		Kg		Orégano	0,000	0,00	Kg	0	\$ -
<b>Subtotal del costo</b>								\$ 0,29	\$ 4,81
5% CONDIMENTOS								\$ 0,01	\$ 0,24
5% DESPERDICIOS								\$ 0,01	\$ 0,24
<b>Costo (Materia Prima) MOD</b>								\$ 0,32	\$ 5,29
30% (Mano de obra directa) MOD								\$ 0,10	\$ 1,59
30% (Costos generales de fabricación) CGF								\$ 0,10	\$ 1,59
<b>COSTO TOTAL</b>								\$ 0,51	\$ 8,46
30% UTILIDAD								\$ 0,15	\$ 2,54
PRECIO								\$ 0,66	\$ 11,00
IVA 12%								\$ 0,08	\$ 1,32
SERVICIO 10%								\$ 0,07	\$ 1,10
<b>PVP</b>								\$ 0,81	\$ 13,42

Nota: en esta se muestran los costos establecidos para la elaboración del plato.

Tabla 29: Higos con queso.

							<b>COSTOS DE FABRICACIÓN Y PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO</b>	
<b>NOMBRE DEL PLATO: HIGOS CON QUESO</b>								
MENÚ DE ALMUERZOS: MENÚ 3								
<b>LOCALIDAD</b>	VILCABAMBA					<b>PAX</b>	15,00	
MATERIA PRIMA						COSTO		
PRECIO MP	UNIDAD	INGREDIENTES	CANTIDAD POR PAX	CANTIDAD TOTAL	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	
\$ 0,80	Kg	Higos	0,020	0,30	Kg	0,016	\$ 0,24	
\$ 2,18	Kg	Panela	0,010	0,15	Kg	0,0218	\$ 0,33	
\$ 4,40	Kg	Queso	0,005	0,08	Kg	0,022	\$ 0,33	
CN	L	Agua	0,000	0,00	L	0	\$ -	
CN	Kg	Canela	0,000	0,00	Kg	0	\$ -	
CN	Kg	Clavo de olor	0,000	0,00	Kg	0	\$ -	
<b>Subtotal del costo</b>						\$ 0,06	\$ 0,90	
5% CONDIMENTOS						\$ 0,00	\$ 0,04	
5% DESPERDICIOS						\$ 0,00	\$ 0,04	
<b>Costo (Materia Prima) MOD</b>						\$ 0,07	\$ 0,99	
30% (Mano de obra directa) MOD						\$ 0,02	\$ 0,30	
30% (Costos generales de fabricación) CGF						\$ 0,02	\$ 0,30	
<b>COSTO TOTAL</b>						\$ 0,11	\$ 1,58	
30% UTILIDAD						\$ 0,03	\$ 0,47	
PRECIO						\$ 0,14	\$ 2,05	
IVA 12%						\$ 0,02	\$ 0,25	
SERVICIO 10%						\$ 0,01	\$ 0,21	
<b>PVP</b>						\$ 0,17	\$ 2,50	

Nota: en esta se muestran los costos establecidos para la elaboración del plato.

## MENÚ 4

Tabla 30: Trigo con pata de cerdo.

PRECIO MP			UNIDAD	INGREDIENTES	CANTIDAD POR PAX	CANTIDAD TOTAL	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
\$	4,00		Kg	Pata de cerdo	0,050	0,75	Kg	0,2	\$ 3,00
\$	2,18		Kg	Trigo	0,020	0,30	Kg	0,0436	\$ 0,65
\$	0,50		Kg	Papa	0,020	0,30	Kg	0,01	\$ 0,15
CN			Kg	Ajo	0,000	0,00	Kg	0	\$ -
CN			Kg	Orégano	0,000	0,00	Kg	0	\$ -
CN			Kg	Perejil	0,000	0,00	Kg	0	\$ -
CN			Kg	Pimiento	0,000	0,00	Kg	0	\$ -
CN			Kg	Sal	0,000	0,00	Kg	0	\$ -
CN			Kg	Pimienta	0,000	0,00	Kg	0	\$ -
<b>Subtotal del costo</b>								\$ 0,25	\$ 3,80
5% CONDIMENTOS								\$ 0,01	\$ 0,19
5% DESPERDICIOS								\$ 0,01	\$ 0,19
<b>Costo (Materia Prima) MOD</b>								\$ 0,28	\$ 4,18
30% (Mano de obra directa) MOD								\$ 0,08	\$ 1,26
30% (Costos generales de fabricación) CGF								\$ 0,08	\$ 1,26
<b>COSTO TOTAL</b>								\$ 0,45	\$ 6,70
30% UTILIDAD								\$ 0,13	\$ 2,01
PRECIO								\$ 0,58	\$ 8,70
IVA 12%								\$ 0,07	\$ 1,04
SERVICIO 10%								\$ 0,06	\$ 0,87
<b>PVP</b>								\$ 0,71	\$ 10,62

Nota: en esta se muestran los costos establecidos para la elaboración del plato.



Tabla 31: Filete de pollo al limón.

PRECIO MP			UNIDAD	INGREDIENTES	CANTIDAD POR PAX	CANTIDAD TOTAL	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
\$	3,52	Kg		Pechuga de pollo	0,080	1,20	Kg	0,282	\$ 4,22
\$	1,10	Kg		Arroz	0,040	0,60	Kg	0,044	\$ 0,66
\$	0,85	Kg		Tomate	0,015	0,23	Kg	0,01	\$ 0,19
\$	0,88	Kg		Pepino	0,015	0,06	Kg	0,225	\$ 0,95
CN		Kg		Limón	0,000	0,00	Kg	0	\$ -
CN		Kg		Orégano	0,000	0,00	Kg	0	\$ -
CN		Kg		Sal	0,000	0,00	Kg	0	\$ -
CN		Kg		Pimienta	0,000	0,00	Kg	0	\$ -
<b>Subtotal del costo</b>								\$ 0,56	\$ 6,03
5% CONDIMENTOS								\$ 0,03	\$ 0,30
5% DESPERDICIOS								\$ 0,03	\$ 0,30
<b>Costo (Materia Prima) MOD</b>								\$ 0,62	\$ 6,63
30% (Mano de obra directa) MOD								\$ 0,19	\$ 1,99
30% (Costos generales de fabricación) CGF								\$ 0,19	\$ 1,99
<b>COSTO TOTAL</b>								\$ 0,99	\$ 10,61
30% UTILIDAD								\$ 0,30	\$ 3,18
PRECIO								\$ 1,29	\$ 13,79
IVA 12%								\$ 0,15	\$ 1,65
SERVICIO 10%								\$ 0,13	\$ 1,38
<b>PVP</b>								\$ 1,57	\$ 16,82

Nota: en esta se muestran los costos establecidos para la elaboración del plato.

Tabla 32: Sufilé de mango.

			COSTOS DE FABRICACIÓN Y PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO						
NOMBRE DEL PLATO: SUFLÉ DE MANGO									
MENÚ DE ALMUERZOS: MENÚ 4									
LOCALIDAD		VILCABAMBA					PAX	\$	15,00
MATERIA PRIMA						COSTO			
PRECIO MP	UNIDAD	INGREDIENTES	CANTIDAD POR PAX	CANTIDAD TOTAL	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL		
\$ 0,66	Kg	Mermelada de mango	0,025	0,38	Kg	0,0165	\$ 0,25		
\$ 4,50	Kg	Crema de leche	0,020	0,30	Kg	0,09	\$ 1,35		
\$ 2,50	Kg	Leche condensada	0,010	0,15	Kg	0,025	\$ 0,38		
\$ 2,99	Kg	Huevos	0,001	0,02	Kg	0,003	\$ 0,04		
CN	Kg	Azúcar	0,000	0,00	Kg	0	\$ -		
CN	Kg	Gelatina sin sabor	0,000	0,00	Kg	0	\$ -		
						<b>Subtotal del costo</b>	\$ 0,13	\$ 2,02	
						5% CONDIMENTOS	\$ 0,01	\$ 0,10	
						5% DESPERDICIOS	\$ 0,01	\$ 0,10	
						<b>Costo (Materia Prima) MOD</b>	\$ 0,15	\$ 2,22	
						30% (Mano de obra directa) MOD	\$ 0,04	\$ 0,67	
						30% (Costos generales de fabricación) CGF	\$ 0,04	\$ 0,67	
						<b>COSTO TOTAL</b>	\$ 0,24	\$ 3,55	
						30% UTILIDAD	\$ 0,07	\$ 1,07	
						PRECIO	\$ 0,31	\$ 4,62	
						IVA 12%	\$ 0,04	\$ 0,55	
						SERVICIO 10%	\$ 0,03	\$ 0,46	
						<b>PVP</b>	\$ 0,38	\$ 5,63	

Nota: en esta se muestran los costos establecidos para la elaboración del plato.

## MENÚ 5

Tabla 33: Crema de habas.

PRECIO MP		UNIDAD	INGREDIENTES	CANTIDAD POR PAX	CANTIDAD TOTAL	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
\$	1,65	Kg	Haba tierna	0,080	1,20	Kg	0,132	\$ 1,98
\$	0,50	Kg	Papa	0,025	0,38	Kg	0,0125	\$ 0,19
\$	0,44	Kg	Cebolla paiteña	0,010	0,15	Kg	0,0044	\$ 0,07
\$	3,74	Kg	Quesillo	0,025	0,38	Kg	0,0935	\$ 0,19
CN		Kg	Sal	0,000	0,00	Kg	0	\$ -
CN		Kg	Pimienta	0,000	0,00	Kg	0	\$ -
CN		Kg	Culantro	0,000	0,00	Kg	0	\$ -
<b>Subtotal del costo</b>							\$ 0,24	\$ 2,42
5% CONDIMENTOS							\$ 0,01	\$ 0,12
5% DESPERDICIOS							\$ 0,01	\$ 0,12
<b>Costo (Materia Prima) MOD</b>							\$ 0,27	\$ 2,66
30% (Mano de obra directa) MOD							\$ 0,08	\$ 0,80
30% (Costos generales de fabricación) CGF							\$ 0,08	\$ 0,80
<b>COSTO TOTAL</b>							\$ 0,43	\$ 4,26
30% UTILIDAD							\$ 0,13	\$ 1,28
PRECIO							\$ 0,55	\$ 5,53
IVA 12%							\$ 0,07	\$ 0,66
SERVICIO 10%							\$ 0,06	\$ 0,55
<b>PVP</b>							\$ 0,68	\$ 6,75

Nota: en esta se muestran los costos establecidos para la elaboración del plato.

Tabla 34: Lengua guisada.

						COSTOS DE FABRICACIÓN Y PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO			
NOMBRE DEL PLATO: LENGUA GUISADA									
MENÚ DE ALMUERZOS: MENÚ 5									
LOCALIDAD	VILCABAMBA					PAX	\$ 15,00		
MATERIA PRIMA						COSTO			
PRECIO MP	UNIDAD	INGREDIENTES	CANTIDAD POR PAX	CANTIDAD TOTAL	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL		
\$ 3,50	Kg	Lengua de res	0,080	1,20	Kg	0,28	\$ 4,20		
\$ 1,20	Kg	Arroz	0,025	0,38	Kg	0,03	\$ 0,45		
\$ 3,30	Kg	Arveja tierna	0,010	0,15	Kg	0,033	\$ 0,50		
\$ 2,20	Kg	Choclo	0,010	0,15	Kg	0,022	\$ 0,09		
\$ 0,88	Kg	Zanahoria	0,080	0,04	Kg	0,0704	\$ 0,03		
\$ 0,80	Kg	Tomate	0,015	0,01	Kg	0,012	\$ 0,01		
CN	Kg	Sal	0,010	0,00	Kg	0	\$ -		
CN	Kg	Pimienta	0,010	0,00	Kg	0	\$ -		
CN	Kg	Perejil	0,000	0,00	Kg	0	\$ -		
CN	Kg	Puerro	0,000	0,00	Kg	0	\$ -		
CN	Kg	Orégano	0,000	0,00	Kg	0	\$ -		
		<b>Subtotal del costo</b>						\$ 0,45	\$ 5,27
		5% CONDIMENTOS						\$ 0,02	\$ 0,26
		5% DESPERDICIOS						\$ 0,02	\$ 0,26
		<b>Costo (Materia Prima) MOD</b>						\$ 0,49	\$ 5,80
		30% (Mano de obra directa) MOD						\$ 0,15	\$ 1,74
		30% (Costos generales de fabricación) CGF						\$ 0,15	\$ 1,74
		<b>COSTO TOTAL</b>						\$ 0,79	\$ 9,28
		30% UTILIDAD						\$ 0,24	\$ 2,78
		PRECIO						\$ 1,02	\$ 12,07
		IVA 12%						\$ 0,12	\$ 1,45
SERVICIO 10%						\$ 0,10	\$ 1,21		
<b>PVP</b>						\$ 1,25	\$ 14,72		

Nota: en esta se muestran los costos establecidos para la elaboración del plato.

Tabla 35: Pera en vino tinto.

		COSTOS DE FABRICACIÓN Y PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO					
NOMBRE DEL PLATO: PERA EN VINO TINTO							
MENÚ DE ALMUERZOS: MENÚ 5							
LOCALIDAD		VILCABAMBA				PAX	\$ 15,00
MATERIA PRIMA						COSTO	
PRECIO MP	UNIDAD	INGREDIENTES	CANTIDAD POR PAX	CANTIDAD TOTAL	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
\$ 5,50	L	Vino tinto	0,015	0,23	L	0,0825	\$ 1,24
\$ 1,15	Kg	Pera	0,025	0,38	Kg	0,02875	\$ 0,43
\$ 1,00	Kg	Azúcar	0,003	0,04	Kg	0,0025	\$ 0,04
CN	Kg	Canela	0,000	0,00	Kg	0	\$ -
<b>Subtotal del costo</b>						\$ 0,11	\$ 1,71
5% CONDIMENTOS						\$ 0,01	\$ 0,09
5% DESPERDICIOS						\$ 0,01	\$ 0,09
<b>Costo (Materia Prima) MOD</b>						\$ 0,13	\$ 1,88
30% (Mano de obra directa) MOD						\$ 0,04	\$ 0,56
30% (Costos generales de fabricación) CGF						\$ 0,04	\$ 0,56
<b>COSTO TOTAL</b>						\$ 0,20	\$ 3,00
30% UTILIDAD						\$ 0,06	\$ 0,90
PRECIO						\$ 0,26	\$ 3,90
IVA 12%						\$ 0,03	\$ 0,47
SERVICIO 10%						\$ 0,03	\$ 0,39
<b>PVP</b>						\$ 0,32	\$ 4,76

Nota: en esta se muestran los costos establecidos para la elaboración del plato.

## ESPECIALIDADES DE LA CASA

Tabla 36: El gobernador.

		<b>COSTOS DE FABRICACIÓN Y PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO</b>					
<b>NOMBRE DEL PLATO: EL GOBERNADOR</b>							
<b>ESPECIALIDADES DE LA CASA</b>							
<b>LOCALIDAD</b>		<b>VILCABAMBA</b>				<b>PAX</b>	<b>\$ 15,00</b>
<b>MATERIA PRIMA</b>						<b>COSTO</b>	
<b>PRECIO MP</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>INGREDIENTES</b>	<b>CANTIDAD POR PAX</b>	<b>CANTIDAD TOTAL</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
\$ 0,75	Kg	Papa	0,050	0,75	Kg	0,0375	\$ 0,56
\$ 6,00	Kg	Nachos	0,025	0,38	Kg	0,15	\$ 2,25
\$ 6,00	Kg	Queso mozzarella	0,010	0,15	Kg	0,06	\$ 0,90
\$ 6,00	Kg	Queso cheddar	0,010	0,15	Kg	0,06	\$ 0,03
\$ 3,52	Kg	Carne molida	0,050	0,11	Kg	0,176	\$ 0,40
\$ 6,60	Kg	Café	0,005	0,01	Kg	0,033	\$ 0,07
CN	Kg	Sal	0,000	0,00	Kg	0	\$ -
CN	Kg	Pimienta	0,000	0,00	Kg	0	\$ -
CN	Kg	Orégano	0,000	0,00	Kg	0	\$ -
						<b>Subtotal del costo</b>	<b>\$ 0,52 \$ 4,22</b>
						<b>5% CONDIMENTOS</b>	<b>\$ 0,03 \$ 0,21</b>
						<b>5% DESPERDICIOS</b>	<b>\$ 0,03 \$ 0,21</b>
						<b>Costo (Materia Prima) MOD</b>	<b>\$ 0,57 \$ 4,64</b>
						<b>30% (Mano de obra directa) MOD</b>	<b>\$ 0,17 \$ 1,39</b>
						<b>30% (Costos generales de fabricación) CGF</b>	<b>\$ 0,17 \$ 1,39</b>
						<b>COSTO TOTAL</b>	<b>\$ 0,91 \$ 7,42</b>
						<b>30% UTILIDAD</b>	<b>\$ 0,27 \$ 2,23</b>
						<b>PRECIO</b>	<b>\$ 1,18 \$ 9,65</b>
						<b>IVA 12%</b>	<b>\$ 0,14 \$ 1,16</b>
						<b>SERVICIO 10%</b>	<b>\$ 0,12 \$ 0,96</b>
						<b>PVP</b>	<b>\$ 1,44 \$ 11,77</b>


Nota: en esta se muestran los costos establecidos para la elaboración del plato.

Tabla 37: Encebollado.

				<b>COSTOS DE FABRICACIÓN Y PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO</b>				
NOMBRE DEL PLATO: ENCEBOLLADO								
ESPECIALIDADES DE LA CASA								
LOCALIDAD	VILCABAMBA				PAX	15,00		
MATERIA PRIMA				COSTO				
PRECIO MP	UNIDAD	INGREDIENTES	CANTIDAD POR PAX	CANTIDAD TOTAL	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	
\$ 6,16	Kg	Albacora	0,100	1,50	Kg	0,616	\$ 9,24	
\$ 0,85	Kg	Yuca	0,200	3,00	Kg	0,17	\$ 2,55	
\$ 0,55	Kg	Cebolla paiténa	0,055	0,83	Kg	0,03025	\$ 0,45	
\$ 0,10	Kg	Guineo verde	0,03	0,00	Kg	0,003	\$ 0,05	
CN	Kg	Pimienta	0,000	0,00	Kg	0	\$ -	
CN	Kg	Orégano	0,000	0,00	Kg	0	\$ -	
CN	Kg	Culantro	0,000	0,00	Kg	0	\$ -	
CN	Kg	Ajo	0,000	0,00	Kg	0	\$ -	
CN	Kg	Aji Peruano	0,000	0,00	Kg	0	\$ -	
						<b>Subtotal del costo</b>	\$ <b>0,82</b>	\$ <b>12,29</b>
						5% CONDIMENTOS	\$ 0,04	\$ 0,61
						5% DESPERDICIOS	\$ 0,04	\$ 0,61
						<b>Costo (Materia Prima) MOD</b>	\$ <b>0,90</b>	\$ <b>13,52</b>
						30% (Mano de obra directa) MOD	\$ 0,27	\$ 4,06
						30% (Costos generales de fabricación) CGF	\$ 0,27	\$ 4,06
						<b>COSTO TOTAL</b>	\$ <b>1,44</b>	\$ <b>21,63</b>
						30% UTILIDAD	\$ 0,43	\$ 6,49
						PRECIO	\$ 1,87	\$ 28,12
						IVA 12%	\$ 0,22	\$ 3,37
						SERVICIO 10%	\$ 0,19	\$ 2,81
						<b>PVP</b>	\$ <b>2,29</b>	\$ <b>34,30</b>

Nota: en esta se muestran los costos establecidos para la elaboración del plato.

Tabla 38: Omelet de camarón.

		<b>COSTOS DE FABRICACIÓN Y PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO</b>						
<b>NOMBRE DEL PLATO: OMELET DE CAMARÓN</b>								
<b>ESPECIALIDADES DE LA CASA</b>								
<b>LOCALIDAD</b>						<b>PAX</b>		\$ 15,00
<b>MATERIA PRIMA</b>						<b>COSTO</b>		
PRECIO MP	UNIDAD	INGREDIENTES	CANTIDAD POR PAX	CANTIDAD TOTAL	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	
\$ 6,60	Kg	Camarón	0,060	0,90	Kg	0,396	\$ 5,94	
\$ 2,99	Kg	Huevo	0,050	0,75	Kg	0,1495	\$ 2,24	
CN	Kg	Pimienta	0,000	0,00	Kg	0	\$ -	
CN	Kg	Orégano	0,000	0,00	Kg	0	\$ -	
CN	Kg	Pimiento	0,000	0,00	Kg	0	\$ -	
CN	Kg	Sal	0,000	0,00	Kg	0	\$ -	
<b>Subtotal del costo</b>						\$ 0,55	\$ 8,18	
5% CONDIMENTOS						\$ 0,03	\$ 0,41	
5% DESPERDICIOS						\$ 0,03	\$ 0,41	
<b>Costo (Materia Prima) MOD</b>						\$ 0,60	\$ 9,00	
30% (Mano de obra directa) MOD						\$ 0,18	\$ 2,70	
30% (Costos generales de fabricación) CGF						\$ 0,18	\$ 2,70	
<b>COSTO TOTAL</b>						\$ 0,96	\$ 14,40	
30% UTILIDAD						\$ 0,29	\$ 4,32	
PRECIO						\$ 1,25	\$ 18,72	
IVA 12%						\$ 0,15	\$ 2,25	
SERVICIO 10%						\$ 0,12	\$ 1,87	
<b>PVP</b>						\$ 1,52	\$ 22,84	



Nota: en esta se muestran los costos establecidos para la elaboración del plato.



Tabla 39: Hamburguesa de sancho.

			COSTOS DE FABRICACIÓN Y PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO				
NOMBRE DEL PLATO: HAMBURGUESA DE SANCHO							
ESPECIALIDADES DE LA CASA							
LOCALIDAD: VILCABAMBA						PAX	\$ 15,00
MATERIA PRIMA					COSTO		
PRECIO MP	UNIDAD	INGREDIENTES	CANTIDAD POR PAX	CANTIDAD TOTAL	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
\$ 3,52	Kg	Carne molida	0,100	1,50	Kg	0,352	\$ 5,28
\$ 11,00	Kg	Jamón	0,020	0,30	Kg	0,22	\$ 3,30
\$ 0,80	Kg	Papas	0,015	0,23	Kg	0,012	\$ 0,18
\$ 2,25	Kg	Pan pequeño de hamburguesa	0,015	0,23	Kg	0,03375	\$ 0,51
CN	Kg	Tomate	0	0	Kg	\$ -	\$ -
CN	Kg	Lechuga	0	0	Kg	\$ -	\$ -
CN	Kg	Queso mozzarella	0	0	Kg	\$ -	\$ -
CN	Kg	Sal	0	0	Kg	\$ -	\$ -
						<b>Subtotal del costo</b>	<b>\$ 0,62 \$ 9,27</b>
						5% CONDIMENTOS	\$ 0,03 \$ 0,46
						5% DESPERDICIOS	\$ 0,03 \$ 0,46
						<b>Costo (Materia Prima) MOD</b>	<b>\$ 0,68 \$ 10,19</b>
						30% (Mano de obra directa) MOD	\$ 0,20 \$ 3,06
						30% (Costos generales de fabricación) CGF	\$ 0,20 \$ 3,06
						<b>COSTO TOTAL</b>	<b>\$ 1,09 \$ 16,31</b>
						30% UTILIDAD	\$ 0,33 \$ 4,89
						PRECIO	\$ 1,41 \$ 21,20
						IVA 12%	\$ 0,17 \$ 2,54
						SERVICIO 10%	\$ 0,14 \$ 2,12
						<b>PVP</b>	<b>\$ 1,72 \$ 25,87</b>

Nota: en esta se muestran los costos establecidos para la elaboración del plato.

Tabla 40: Crepés de dulce.

			COSTOS DE FABRICACIÓN Y PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO				
NOMBRE DEL PLATO: CREPÉS DE DULCE							
MENÚ DE ALMUERZOS: MENÚ 2							
LOCALIDAD		VILCABAMBA				PAX	\$ 15,00
MATERIA PRIMA						COSTO	
PRECIO MP	UNIDAD	INGREDIENTES	CANTIDAD POR PAX	CANTIDAD TOTAL	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
\$ 1,20	Kg	Harina	0,010	0,15	Kg	0,012	\$ 0,18
\$ 0,85	L	Leche	0,015	0,23	L	0,01275	\$ 0,19
\$ 2,99	Kg	Huevo	0,05	0,75	Kg	0,15	\$ 2,24
\$ 2,20	Kg	Frutilla	0,020	0,00	Kg	0,044	\$ 0,01
\$ 0,10	Kg	Bananas	0,020	0,00	Kg	0,002	\$ 0,00
\$ 3,97	Kg	Mermelada	0,015	0,00	Kg	0,05955	\$ 0,01
<b>Subtotal del costo</b>						\$ 0,28	\$ 2,63
5% CONDIMENTOS						\$ 0,01	\$ 0,13
5% DESPERDICIOS						\$ 0,01	\$ 0,13
<b>Costo (Materia Prima) MOD</b>						\$ 0,31	\$ 2,90
30% (Mano de obra directa) MOD						\$ 0,09	\$ 0,87
30% (Costos generales de fabricación) CGF						\$ 0,09	\$ 0,87
<b>COSTO TOTAL</b>						\$ 0,49	\$ 4,63
30% UTILIDAD						\$ 0,15	\$ 1,39
PRECIO						\$ 0,64	\$ 6,02
IVA 12%						\$ 0,08	\$ 0,72
SERVICIO 10%						\$ 0,06	\$ 0,60
<b>PVP</b>						\$ 0,78	\$ 7,35

Nota: en esta se muestran los costos establecidos para la elaboración del plato.

## BEBIDAS TRADICIONALES

Tabla 41: Horchata.

		<b>COSTOS DE FABRICACIÓN Y PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO</b>					
<b>NOMBRE DEL PLATO: HORCHATA</b>							
BEBIDAS TRADICIONALES							
<b>LOCALIDAD:</b>		VILCABAMBA				<b>PAX:</b>	15,00
<b>MATERIA PRIMA</b>						<b>COSTO</b>	
<b>PRECIO MP</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>INGREDIENTES</b>	<b>CANTIDAD POR PAX</b>	<b>CANTIDAD TOTAL</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
\$ 33,50	Kg	Horchata	0,002	0,02	Kg	0,05025	\$ 0,75
CN	L	Agua	0,200	3,00	L	0	\$ -
CN	Kg	Azúcar	0,060	0,90	Kg	0	\$ -
CN	Kg	Sábila	0,060	0,00	Kg	0	\$ -
CN	Kg	Linasa	0,002	0,00	Kg	0	\$ -
<b>Subtotal del costo</b>						<b>\$ 0,05</b>	<b>\$ 0,75</b>
5% CONDIMENTOS						\$ 0,00	\$ 0,04
5% DESPERDICIOS						\$ 0,00	\$ 0,04
<b>Costo (Materia Prima) MOD</b>						<b>\$ 0,06</b>	<b>\$ 0,83</b>
30% (Mano de obra directa) MOD						\$ 0,02	\$ 0,25
30% (Costos generales de fabricación) CGF						\$ 0,02	\$ 0,25
<b>COSTO TOTAL</b>						<b>\$ 0,09</b>	<b>\$ 1,33</b>
30% UTILIDAD						\$ 0,03	\$ 0,40
PRECIO						\$ 0,11	\$ 1,72
IVA 12%						\$ 0,01	\$ 0,21
SERVICIO 10%						\$ 0,01	\$ 0,17
<b>PVP</b>						<b>\$ 0,14</b>	<b>\$ 2,10</b>

Nota: en esta se muestran los costos establecidos para la elaboración del plato.

Tabla 42: Chicha de arroz.

			<b>COSTOS DE FABRICACIÓN Y PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO</b>				
NOMBRE DEL PLATO: CHICHA DE ARROZ							
BEBIDAS TRADICIONALES							
LOCALIDAD: VILCABAMBA						PAX	\$ 15,00
MATERIA PRIMA						COSTO	
PRECIO MP	UNIDAD	INGREDIENTES	CANTIDAD POR PAX	CANTIDAD TOTAL	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
\$ 1,22	Kg	Arroz	0,020	0,30	Kg	0,0244	\$ 0,37
\$ 5,59	L	Leche evaporada	0,025	0,38	L	0,13975	\$ 2,10
CN	Kg	Hielo	0,000	0,00	Kg	0	\$ -
CN	L	Agua	0,000	0,00	L	0	\$ -
CN	Kg	Azúcar	0,000	0,00	Kg	0	\$ -
<b>Subtotal del costo</b>						<b>\$ 0,16</b>	<b>\$ 2,46</b>
5% CONDIMENTOS						\$ 0,01	\$ 0,12
5% DESPERDICIOS						\$ 0,01	\$ 0,12
<b>Costo (Materia Prima) MOD</b>						<b>\$ 0,18</b>	<b>\$ 2,71</b>
30% (Mano de obra directa) MOD						\$ 0,05	\$ 0,81
30% (Costos generales de fabricación) CGF						\$ 0,05	\$ 0,81
<b>COSTO TOTAL</b>						<b>\$ 0,29</b>	<b>\$ 4,33</b>
30% UTILIDAD						\$ 0,09	\$ 1,30
PRECIO						\$ 0,38	\$ 5,63
IVA 12%						\$ 0,05	\$ 0,68
SERVICIO 10%						\$ 0,04	\$ 0,56
<b>PVP</b>						<b>\$ 0,46</b>	<b>\$ 6,87</b>


*Nota: en esta se muestran los costos establecidos para la elaboración del plato.*

Tabla 43: Chicha morada.

			COSTOS DE FABRICACIÓN Y PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO				
NOMBRE DEL PLATO: CHICHA MORADA							
BEBIDAS TRADICIONALES							
VILCABAMBA						PAX	\$ 15,00
MATERIA PRIMA						COSTO	
PRECIO MP	UNIDAD	INGREDIENTES	CANTIDAD POR PAX	CANTIDAD TOTAL	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
\$ 1,00	Kg	Maiz morado	0,050	0,75	Kg	0,05	\$ 0,75
\$ 0,99	Kg	Piña	0,025	0,38	Kg	0,02475	\$ 0,37
\$ 2,30	Kg	Manzana	0,025	0,38	Kg	0,0575	\$ 0,86
CN	Kg	Hielo	0,000	0,00	Kg	0	\$ -
CN	L	Agua	0,000	0,00	L	0	\$ -
CN	Kg	Azúcar	0,000	0,00	Kg	0	\$ -
CN	Kg	Canela	0,000	0,00	Kg	0	\$ -
CN	L	Clavo de olor	0,000	0,00	L	0	\$ -
CN	Kg	Limón	0,000	0,00	Kg	0	\$ -
CN	Kg	Hoja de higo	0,000	0,00	Kg	0	\$ -
<b>Subtotal del costo</b>						<b>\$ 0,13</b>	<b>\$ 1,98</b>
5% CONDIMENTOS						\$ 0,01	\$ 0,10
5% DESPERDICIOS						\$ 0,01	\$ 0,10
<b>Costo (Materia Prima) MOD</b>						<b>\$ 0,15</b>	<b>\$ 2,18</b>
30% (Mano de obra directa) MOD						\$ 0,04	\$ 0,65
30% (Costos generales de fabricación) CGF						\$ 0,04	\$ 0,65
<b>COSTO TOTAL</b>						<b>\$ 0,23</b>	<b>\$ 3,49</b>
30% UTILIDAD						\$ 0,07	\$ 1,05
PRECIO						\$ 0,30	\$ 4,54
IVA 12%						\$ 0,04	\$ 0,54
SERVICIO 10%						\$ 0,03	\$ 0,45
<b>PVP</b>						<b>\$ 0,37</b>	<b>\$ 5,54</b>

Nota: en esta se muestran los costos establecidos para la elaboración del plato.

Tabla 44: Infusión de guayusa.

			COSTOS DE FABRICACIÓN Y PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO						
NOMBRE DEL PLATO: INFUSIÓN DE GUAYUSA									
BEBIDAS TRADICIONALES									
LOCALIDAD		VILCABAMBA					PAX	\$ 15,00	
MATERIA PRIMA						COSTO			
PRECIO MP	UNIDAD	INGREDIENTES	CANTIDAD POR PAX	CANTIDAD TOTAL	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL		
\$ 2,20	Kg	Guayusa	0,025	0,38	Kg	0,055	\$ 0,83		
\$ 2,20	Kg	Guayusa	0,025	0,38	Kg	0,055	\$ 0,83		
CN	L	Agua	0,000	0,00	L	0	\$ -		
CN	Kg	Azúcar	0,000	0,00	Kg	0	\$ -		
CN	Kg	Canela	0,000	0,00	Kg	0	\$ -		
CN	Kg	Clavo de olor	0,000	0,00	Kg	0	\$ -		
CN	Kg	Panela	0	0		\$ -	\$ -		
						<b>Subtotal del costo</b>		\$ 0,11	\$ 1,65
						5% CONDIMENTOS		\$ 0,01	\$ 0,08
						5% DESPERDICIOS		\$ 0,01	\$ 0,08
						<b>Costo (Materia Prima) MOD</b>		\$ 0,12	\$ 1,82
						30% (Mano de obra directa) MOD		\$ 0,04	\$ 0,54
						30% (Costos generales de fabricación) CGF		\$ 0,04	\$ 0,54
						<b>COSTO TOTAL</b>		\$ 0,19	\$ 2,90
						30% UTILIDAD		\$ 0,06	\$ 0,87
						PRECIO		\$ 0,25	\$ 3,78
						IVA 12%		\$ 0,03	\$ 0,45
SERVICIO 10%		\$ 0,03	\$ 0,38						
<b>PVP</b>		\$ 0,31	\$ 4,61						

Nota: en esta se muestran los costos establecidos para la elaboración del plato.

Tabla 45: Chicha de avena.

			COSTOS DE FABRICACIÓN Y PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO					
NOMBRE DEL PLATO: CHICHA DE AVENA								
BEBIDAS TRADICIONALES								
LOCALIDAD			VILCABAMBA			PAX	15,00	
MATERIA PRIMA						COSTO		
PRECIO MP	UNIDAD	INGREDIENTES	CANTIDAD POR PAX	CANTIDAD TOTAL	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	
\$ 2,00	Kg	Avena	0,010	0,15	Kg	0,02	\$ 0,30	
CN	L	Agua	0,200	3,00	L	0	\$ -	
\$ 2,20	Kg	Panela	0,010	0,15	Kg	0,022	\$ 0,33	
CN	Kg	Maracuyá	0,025	0,00	Kg	0	\$ -	
CN	Kg	Canela	0,000	0,00	Kg	0	\$ -	
CN	Kg	Azúcar	0,000	0,00	Kg	0	\$ -	
						<b>Subtotal del costo</b>	<b>\$ 0,04</b>	<b>\$ 0,63</b>
						5% CONDIMENTOS	\$ 0,00	\$ 0,03
						5% DESPERDICIOS	\$ 0,00	\$ 0,03
						<b>Costo (Materia Prima) MOD</b>	<b>\$ 0,05</b>	<b>\$ 0,69</b>
						30% (Mano de obra directa) MOD	\$ 0,01	\$ 0,21
						30% (Costos generales de fabricación) CGF	\$ 0,01	\$ 0,21
						<b>COSTO TOTAL</b>	<b>\$ 0,07</b>	<b>\$ 1,11</b>
						30% UTILIDAD	\$ 0,02	\$ 0,33
						PRECIO	\$ 0,10	\$ 1,44
						IVA 12%	\$ 0,01	\$ 0,17
						SERVICIO 10%	\$ 0,01	\$ 0,14
						<b>PVP</b>	<b>\$ 0,12</b>	<b>\$ 1,76</b>

Nota: en esta se muestran los costos establecidos para la elaboración del plato.

## 9.5 Resultados obtenidos en la escala hedónica

En el presente apartado se detalla los resultados de las degustaciones por parte de los profesionales de la gastronomía, donde se presentó los diferentes platos en base a la información de los capítulos anteriores.

### Factibilidad del proyecto de investigación

En el desarrollo del proyecto de investigación para medir la factibilidad se desarrolla una evaluación en base a escalas hedónicas que miden la apreciación de cada una de las alternativas gastronómicas que se presentan a continuación.

#### *MENÚ 1*

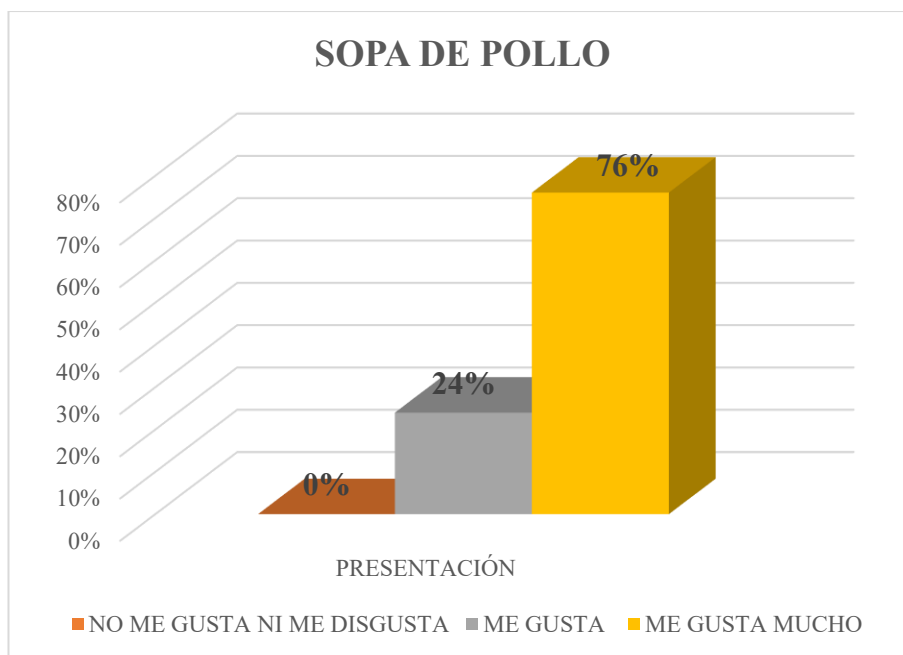
##### *Sopa de pollo*

Tabla 46: Sopa de pollo.

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Me gusta mucho	292	76%
Me gusta	92	24%
Me gusta poco		
No me gusta ni me disgusta		
Me disgusta poco		
Me disgusta moderadamente		
Me disgusta mucho		
Total	384	100%

*Nota: En esta se muestran los resultados obtenidos de la escala hedónica.*





*Gráfico 20: Sopa de pollo.*

*Fuente: Resultados obtenidos de la escala hedónica.*

**Arroz relleno**

Tabla 47: Arroz relleno.

ATRIBUTOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Me gusta mucho	218	57%
Me gusta	126	33%
Me gusta poco		
No me gusta ni me disgusta	40	10%
Me disgusta poco		
Me disgusta moderadamente		
Me disgusta mucho		
Total	384	100%

*Nota: En esta se muestran los resultados obtenidos de la escala hedónica.*

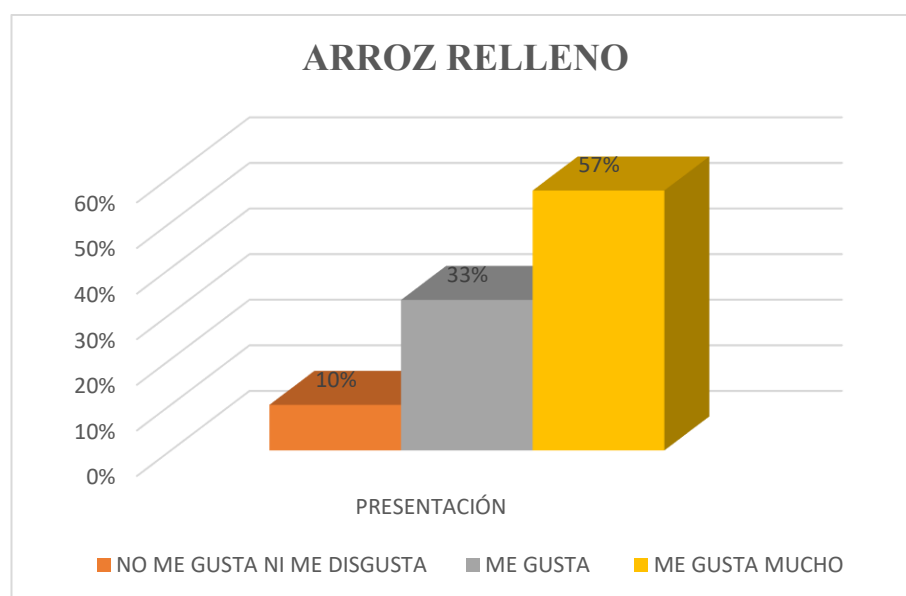


Gráfico 21: Arroz relleno.

*Fuente: Resultados obtenidos de la escala hedónica.*

### ***Buñuelos con miel***

Tabla 48: Buñuelos con miel.

ATRIBUTOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Me gusta mucho	345	90%
Me gusta	39	10%
Me gusta poco		
No me gusta ni me disgusta		
Me disgusta poco		
Me disgusta moderadamente		
Me disgusta mucho		
Total	384	100%

Nota: En esta se muestran los resultados obtenidos de la escala hedónica.

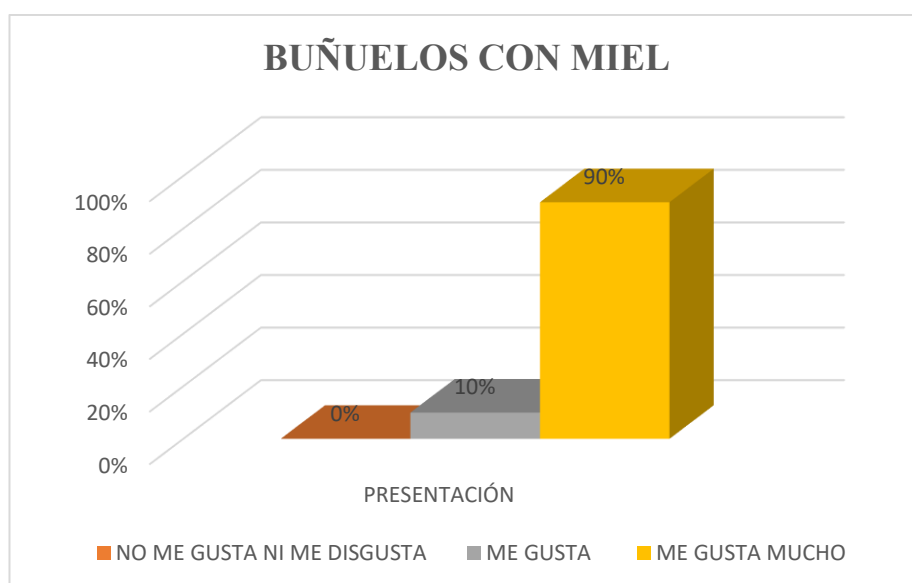


Gráfico 22: Buñuelos con miel.

Fuente: Resultados obtenidos de la escala hedónica.

### **Análisis**

De acuerdo a la evaluación realizada a los docentes de la carrera de Gastronomía del Instituto Tecnológico Sudamericano, se tiene como resultado las tablas del grado de aceptación de los platos que se prepararon correspondientes al MENÚ 1; de los cuales se obtuvo una aprobación positiva equivalente a “Me gusta Mucho” para los tres platos que componen el menú.

Asimismo, según la evaluación aplicada a los clientes del Bar Restaurante la Mancha de Don Quijote, se tiene como resultado las tablas del grado de aceptación de los platos que se prepararon correspondientes al MENÚ 1; de los cuales se obtuvo una aprobación positiva equivalente a “Me gusta Mucho” para los tres platos que componen el menú. Con la información anteriormente expuesta se puede manifestar que la oferta del MENÚ 1 es del agrado de los potenciales consumidores, lo que permite tener una proyección amplia y a largo plazo de que su acogida será favorable.

**MENÚ 2****Arveja con guineo**

Tabla 49: Arveja con guineo.

ATRIBUTOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Me gusta mucho	345	90%
Me gusta	39	10%
Me gusta poco		
No me gusta ni me disgusta		
Me disgusta poco		
Me disgusta moderadamente		
Me disgusta mucho		
Total	384	100%

Nota: En esta se muestran los resultados obtenidos de la escala hedónica.

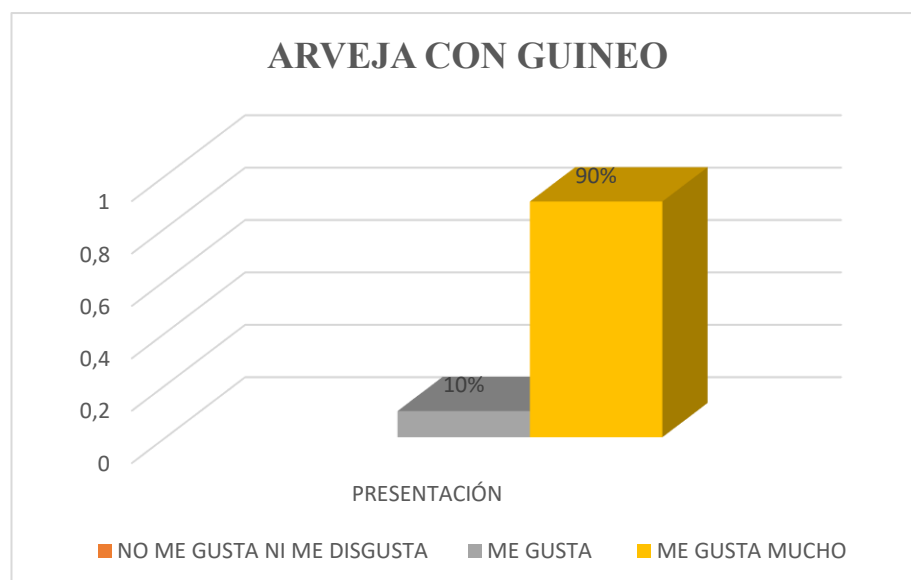


Gráfico 23: Arveja con guineo.

Fuente: Resultados obtenidos de la escala hedónica.

### *Mini bandeja paisa*

Tabla 50: Mini bandeja paisa.

ATRIBUTOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Me gusta mucho	345	90%
Me gusta	39	10%
Me gusta poco		
No me gusta ni me disgusta		
Me disgusta poco		
Me disgusta moderadamente		
Me disgusta mucho		
Total	384	100%

Nota: En esta se muestran los resultados obtenidos de la escala hedónica.

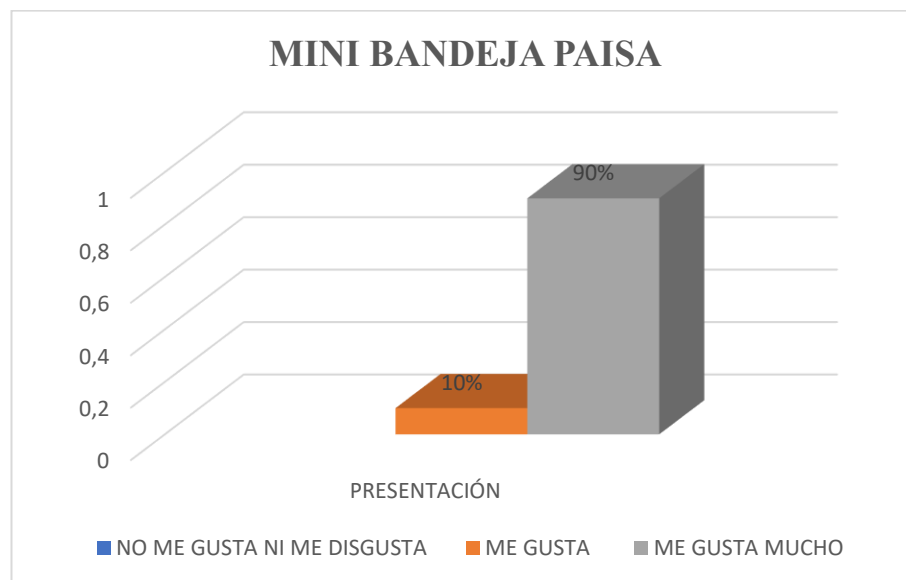


Gráfico 24: Mini bandeja paisa.

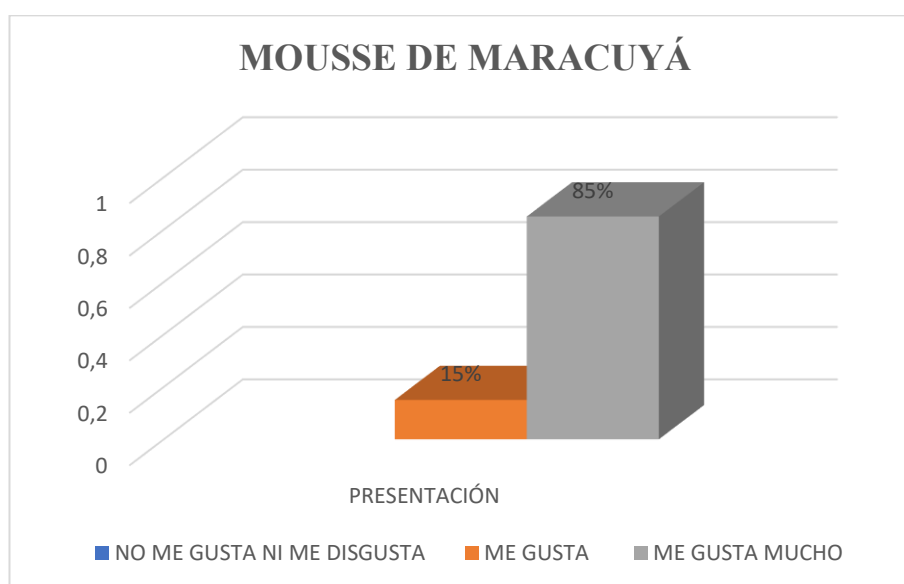
Fuente: Resultados obtenidos de la escala hedónica.

## ***Mousse de maracuyá***

*Tabla 51: Mousse de maracuyá.*

<b>ATRIBUTOS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Me gusta mucho	326	85%
Me gusta	58	15%
Me gusta poco		
No me gusta ni me disgusta		
Me disgusta poco		
Me disgusta moderadamente		
Me disgusta mucho		
Total	384	100%

*Nota: En esta se muestran los resultados obtenidos de la escala hedónica.*



*Gráfico 25: Mousse de maracuyá.*

*Fuente: Resultados obtenidos de la escala hedónica.*

## **Análisis**

De acuerdo a la evaluación realizada a los docentes de la carrera de Gastronomía del Instituto Tecnológico Sudamericano, se tiene como resultado las tablas del grado de aceptación de los platos que se prepararon correspondientes al MENÚ 2; de los cuales se obtuvo una aprobación positiva equivalente a “Me gusta Mucho” para los tres platos que componen el menú.

Asimismo, según la evaluación aplicada a los clientes del Bar Restaurante la Mancha de Don Quijote, se tiene como resultado las tablas del grado de aceptación de los platos que se prepararon correspondientes al MENÚ 2; de los cuales se obtuvo una aprobación positiva equivalente a “Me gusta Mucho” para los tres platos que componen el menú.

En consecuencia, con la información anteriormente expuesta se puede manifestar que la oferta del MENÚ 2 es del agrado de los potenciales consumidores, lo que permite tener una proyección amplia y a largo plazo de su acogida favorable.



### MENÚ 3

#### Sancocho de res

Tabla 52: Sancocho de res.

ATRIBUTOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Me gusta mucho	307	80%
Me gusta	54	14%
Me gusta poco		
No me gusta ni me disgusta	23	6%
Me disgusta poco		
Me disgusta moderadamente		
Me disgusta mucho		
Total	384	100%

Nota: En esta se muestran los resultados obtenidos de la escala hedónica.

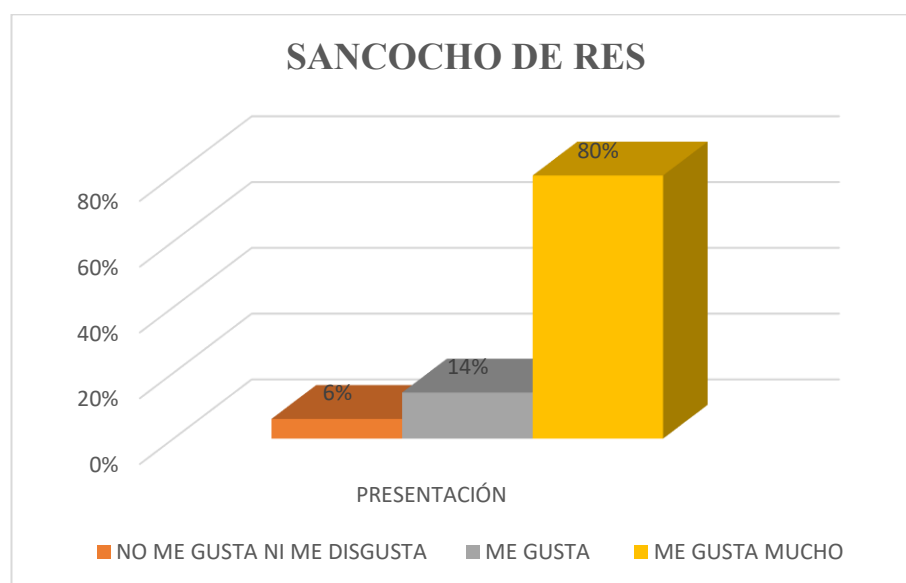


Gráfico 26: Sancocho de res.

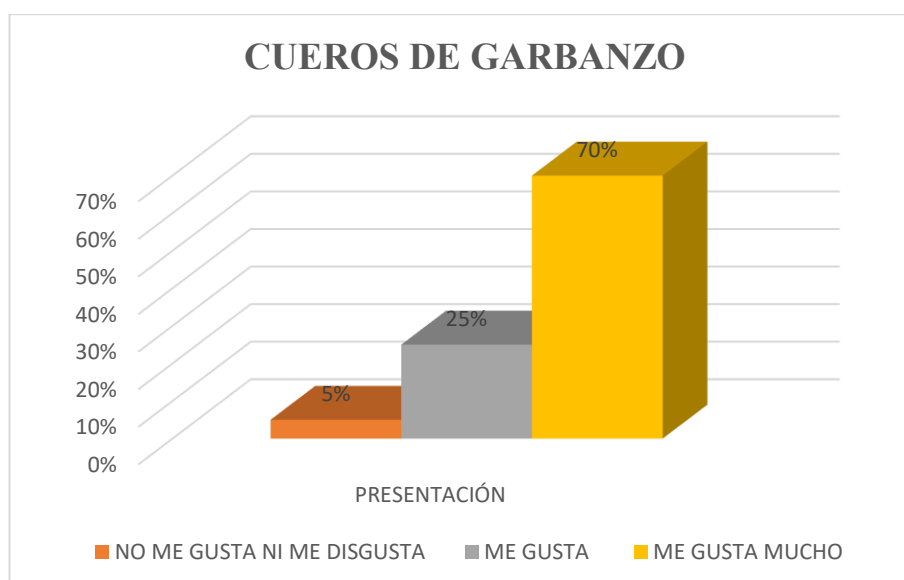
Fuente: Resultados obtenidos de la escala hedónica.

### ***Cueros con papa y garbanzo***

*Tabla 53: Cueros con papa y garbanzo.*

<b>ATRIBUTOS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Me gusta mucho	269	70%
Me gusta	96	25%
Me gusta poco		
No me gusta ni me disgusta	19	5%
Me disgusta poco		
Me disgusta moderadamente		
Me disgusta mucho		
Total	384	100%

*Nota: En esta se muestran los resultados obtenidos de la escala hedónica.*



*Gráfico 27: Cueros con papa y garbanzo.*

*Fuente: Resultados obtenidos de la escala hedónica.*

### *Higos con queso*

Tabla 54: *Higos con queso.*

ATRIBUTOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Me gusta mucho	345	90%
Me gusta	39	10%
Me gusta poco		
No me gusta ni me disgusta		
Me disgusta poco		
Me disgusta moderadamente		
Me disgusta mucho		
Total	384	100%

*Nota: En esta se muestran los resultados obtenidos de la escala hedónica.*

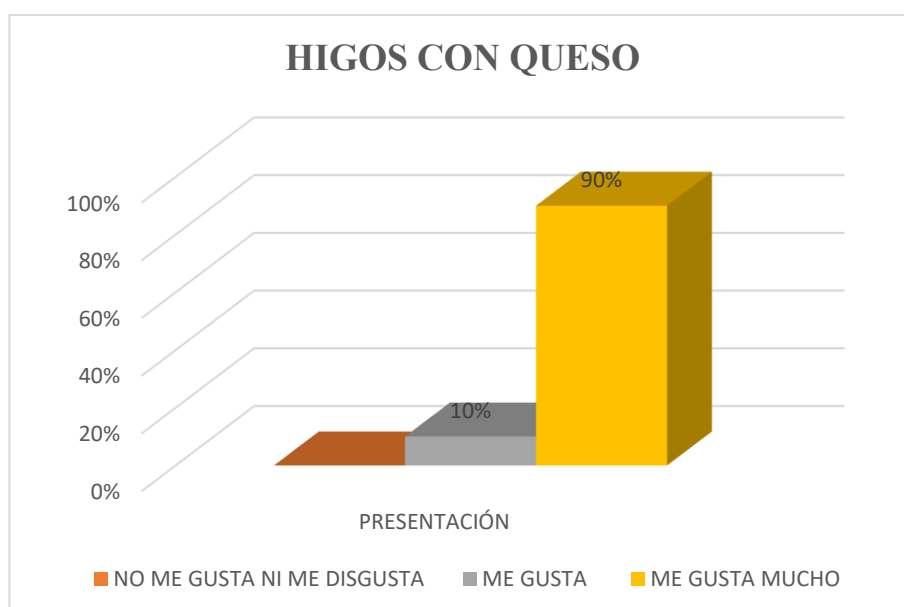


Gráfico 28: *Higos con queso.*

*Fuente: Resultados obtenidos de la escala hedónica.*

### **Análisis**

De acuerdo a la evaluación realizada a los docentes de la carrera de Gastronomía del Instituto Tecnológico Sudamericano, se tiene como resultado las tablas del grado de aceptación de los platos que se prepararon correspondientes al MENÚ 3; de los cuales se obtuvo una aprobación positiva equivalente a “Me gusta Mucho” para los tres platos que componen el menú.

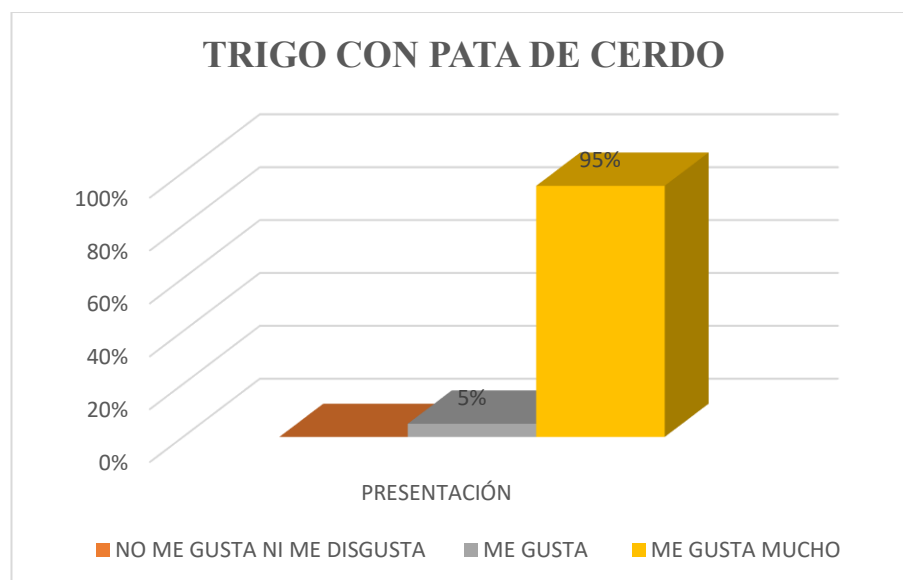
Asimismo, según la evaluación aplicada a los clientes del Bar Restaurante la Mancha de Don Quijote, se tiene como resultado las tablas del grado de aceptación de los platos que se prepararon correspondientes al MENÚ 3; de los cuales se obtuvo una aprobación positiva equivalente a “Me gusta Mucho” para los tres platos que componen el menú.

La información anteriormente expuesta demuestra que la oferta del MENÚ 3 es del agrado de los potenciales consumidores, lo que permite tener una proyección amplia y a largo plazo de una acogida favorable.

**MENÚ 4*****Trigo con pata de cerdo****Tabla 55: Trigo con pata de cerdo.*

ATRIBUTOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Me gusta mucho	365	95%
Me gusta	19	5%
Me gusta poco		
No me gusta ni me disgusta		
Me disgusta poco		
Me disgusta moderadamente		
Me disgusta mucho		
Total	384	100%

*Nota: En esta se muestran los resultados obtenidos de la escala hedónica.*



*Gráfico 29: Trigo con pata de cerdo.*

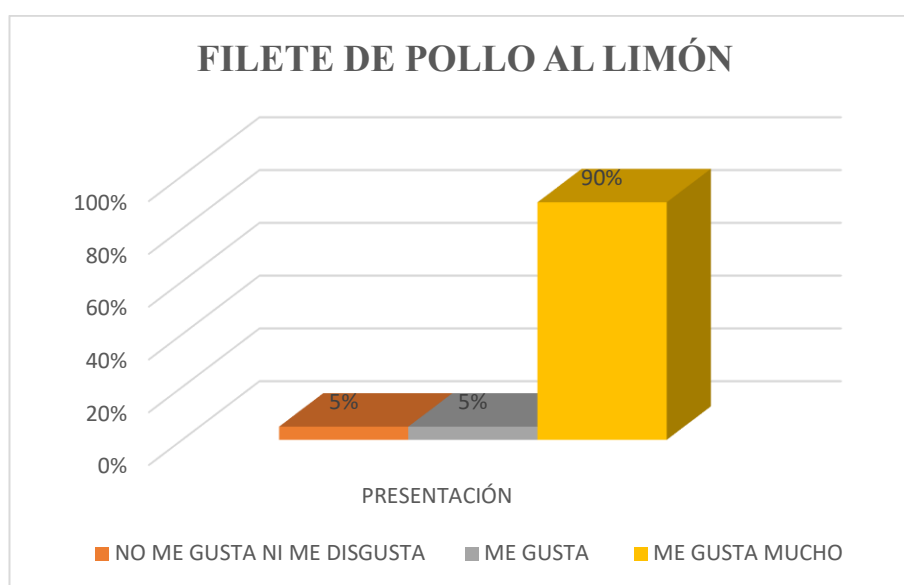
*Fuente: Resultados obtenidos de la escala hedónica.*

### ***Filete de pollo al limón***

*Tabla 56: Filete de pollo al limón.*

<b>ATRIBUTOS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Me gusta mucho	346	90%
Me gusta	19	5%
Me gusta poco		
No me gusta ni me disgusta	19	5%
Me disgusta poco		
Me disgusta moderadamente		
Me disgusta mucho		
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

*Nota: En esta se muestran los resultados obtenidos de la escala hedónica.*



*Gráfico 30: Filete de pollo al limón.*

*Fuente: Resultados obtenidos de la escala hedónica.*

## Suflé de mango

Tabla 57: Suflé de mango.

ATRIBUTOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Me gusta muchísimo	250	60%
Me gusta mucho	134	40%
Me gusta moderadamente		
Me gusta poco		
No me gusta ni me disgusta		
Me disgusta poco		
Me disgusta moderadamente		
Me disgusta mucho		
Total	384	100%

Nota: En esta se muestran los resultados obtenidos de la escala hedónica.

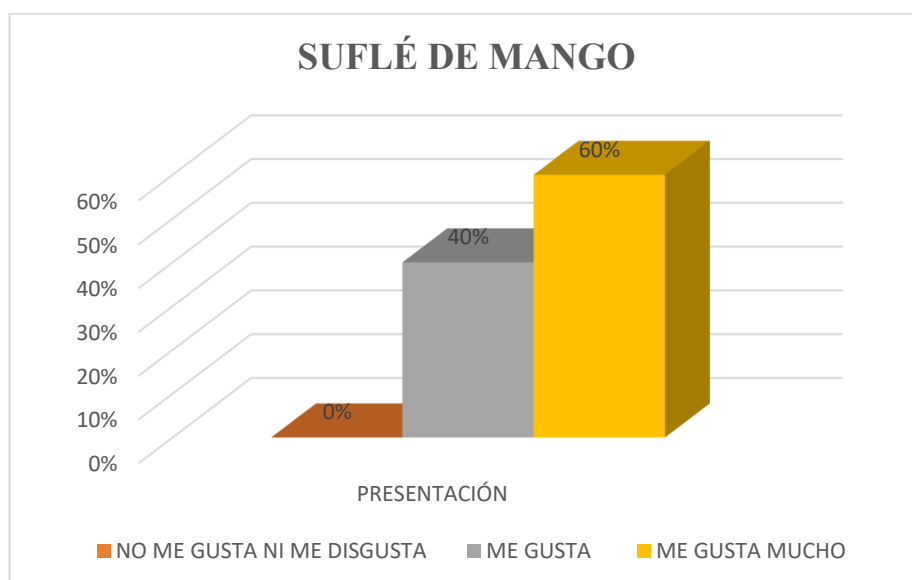


Gráfico 31: Granizado de mango.

Fuente: Resultados obtenidos de la escala hedónica.

## Análisis

De acuerdo a la evaluación realizada a los docentes de la carrera de Gastronomía del Instituto Tecnológico Sudamericano, se tiene como resultado las tablas del grado de aceptación de los platos que se prepararon correspondientes al MENÚ 4; de los cuales se obtuvo una aprobación positiva equivalente a “Me gusta Mucho” para los tres platos que componen el menú.

Asimismo, según la evaluación aplicada a los clientes del Bar Restaurante la Mancha de Don Quijote, se tiene como resultado las tablas del grado de aceptación de los platos que se prepararon correspondientes al MENÚ 4; de los cuales se obtuvo una aprobación positiva equivalente a “Me gusta Mucho” para los tres platos que componen el menú.

Con la información anteriormente expuesta se puede manifestar que la oferta del MENÚ 4 es del agrado de los potenciales consumidores, lo que permite tener una proyección amplia y a largo plazo de su acogida favorable.



**MENÚ 5****Crema de habas**

Tabla 58: Crema de habas.

ATRIBUTOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Me gusta mucho	269	60%
Me gusta	115	30%
Me gusta poco		
No me gusta ni me disgusta	38	10%
Me disgusta poco		
Me disgusta moderadamente		
Me disgusta mucho		
Total	384	100%

Nota: En esta se muestran los resultados obtenidos de la escala hedónica.

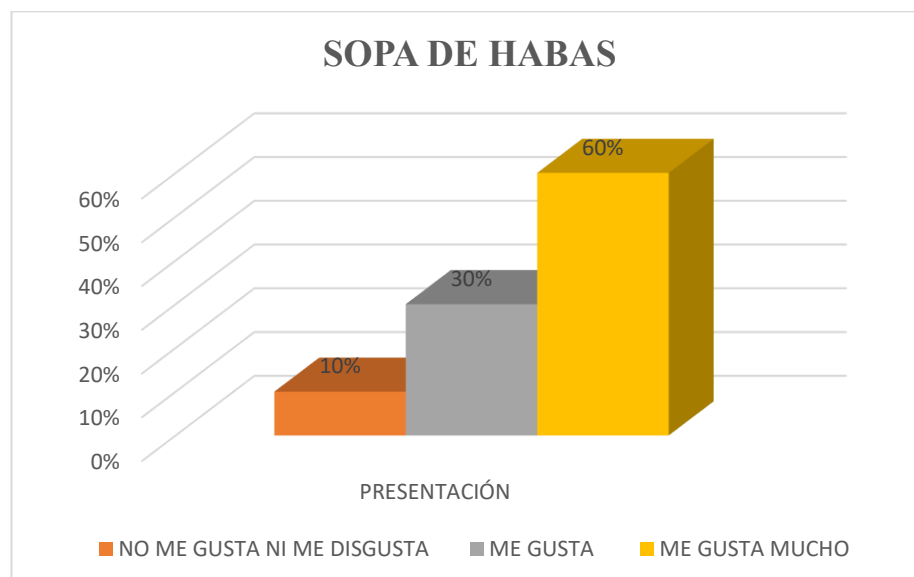


Gráfico 32: Crema de habas.

Fuente: Resultados obtenidos de la escala hedónica.

### *Lengua guisada*

Tabla 59: Lengua guisada.

ATRIBUTOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Me gusta mucho	269	75%
Me gusta	115	18%
Me gusta poco		
No me gusta ni me disgusta	38	7%
Me disgusta poco		
Me disgusta moderadamente		
Me disgusta mucho		
Total	384	100%

Nota: En esta se muestran los resultados obtenidos de la escala hedónica.

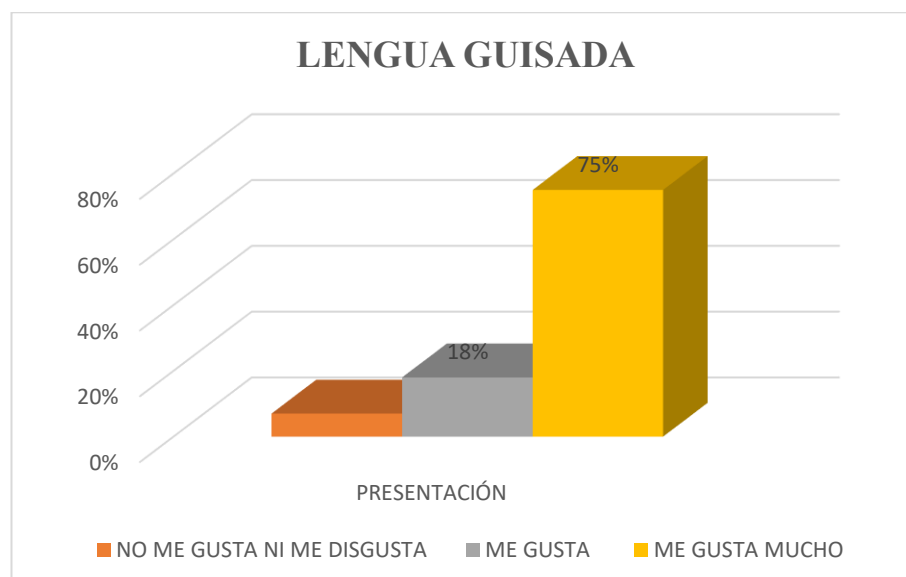


Gráfico 33: Lengua guisada.

Fuente: Resultados obtenidos de la escala hedónica.

### *Peras al vino tinto*

Tabla 60: Peras al vino tinto.

ATRIBUTOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Me gusta mucho	372	97%
Me gusta	12	3%
Me gusta poco		
No me gusta ni me disgusta		
Me disgusta poco		
Me disgusta moderadamente		
Me disgusta mucho		
Total	384	100%

Nota: En esta se muestran los resultados obtenidos de la escala hedónica.

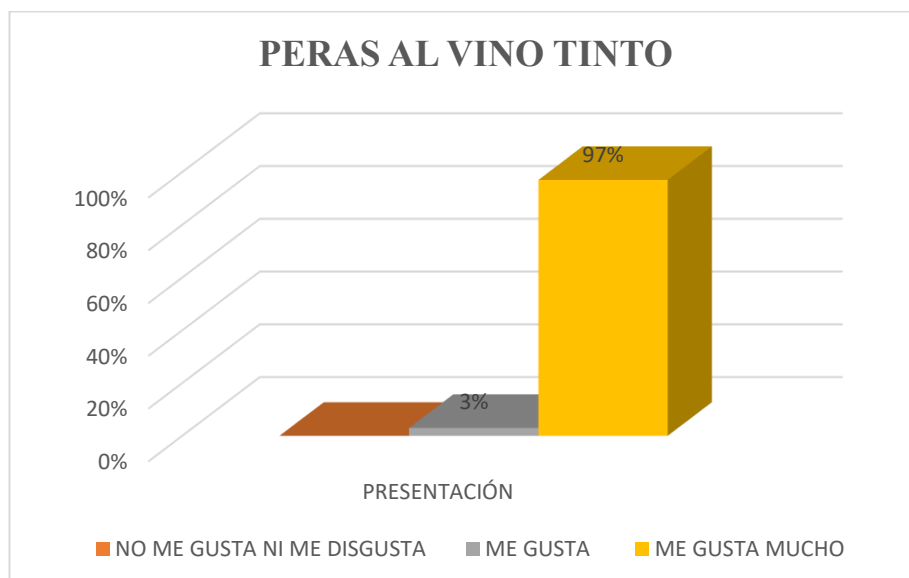


Gráfico 34: Peras al vino tinto.

Fuente: Resultados obtenidos de la escala hedónica.

### **Análisis**

De acuerdo a la evaluación realizada a los docentes de la carrera de Gastronomía del Instituto Tecnológico Sudamericano, se tiene como resultado las tablas del grado de aceptación de los platos que se prepararon correspondientes al MENÚ 5; de los cuales se obtuvo una aprobación positiva equivalente a “Me gusta Mucho” para los tres platos que componen el menú.

Asimismo, según la evaluación aplicada a los clientes del Bar Restaurante la Mancha de Don Quijote, se tiene como resultado las tablas del grado de aceptación de los platos que se prepararon correspondientes al MENÚ 5; de los cuales se obtuvo una aprobación positiva equivalente a “Me gusta Mucho” para los tres platos que componen el menú.

Con lo expuesto se puede manifestar que la oferta del MENÚ 5 es del agrado de los potenciales consumidores, lo que permite tener una proyección amplia y a largo plazo por su acogida favorable.

***ESPECIALIDADES DE LA CASA***

## *El gobernador*

Tabla 61: El gobernador.

ATRIBUTOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Me gusta mucho	376	98%
Me gusta	4	1%
Me gusta poco		
No me gusta ni me disgusta	4	1%
Me disgusta poco		
Me disgusta moderadamente		
Me disgusta mucho		
Total	384	100%

Nota: En esta se muestran los resultados obtenidos de la escala hedónica.

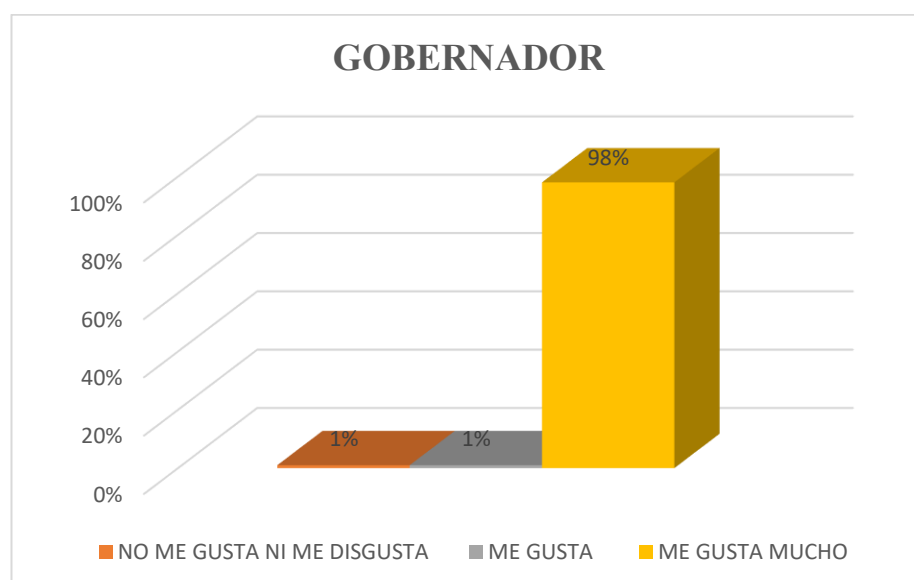


Gráfico 35: El gobernador.

Fuente: Resultados obtenidos de la escala hedónica.

## *Encebollado*

Tabla 62: Encebollado.

ATRIBUTOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Me gusta muchísimo	300	85%
Me gusta mucho	50	12%
Me gusta moderadamente		
Me gusta poco		
No me gusta ni me disgusta	34	10%
Me disgusta poco		
Me disgusta moderadamente		
Me disgusta mucho		
Total	384	100%

Nota: En esta se muestran los resultados obtenidos de la escala hedónica.

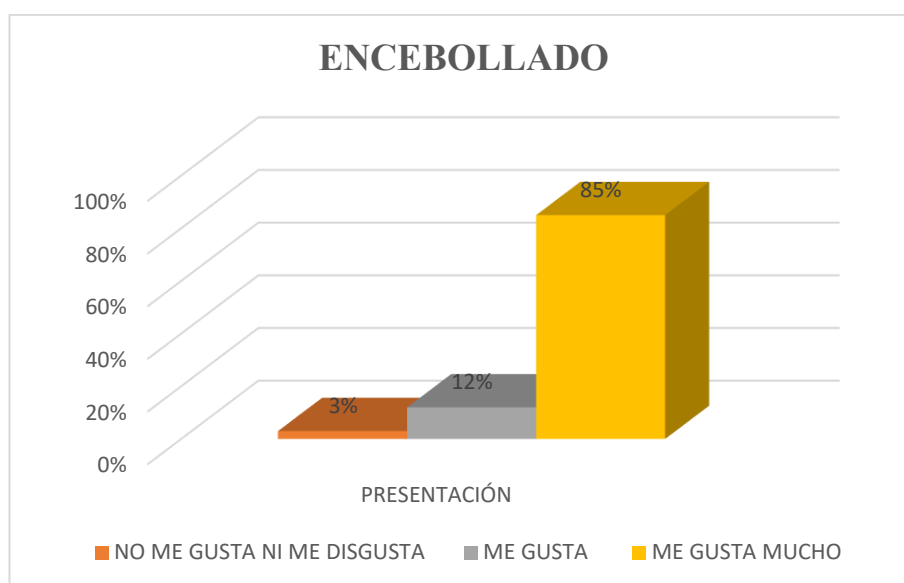


Gráfico 36: Encebollado.

Fuente: Resultados obtenidos de la escala hedónica.

### *Omelet de camarón*

Tabla 63: Omelet de camarón.

ATRIBUTOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Me gusta mucho	315	82%
Me gusta	31	8%
Me gusta poco		
No me gusta ni me disgusta	38	10%
Me disgusta poco		
Me disgusta moderadamente		
Me disgusta mucho		
Total	384	100%

Nota: En esta se muestran los resultados obtenidos de la escala hedónica.

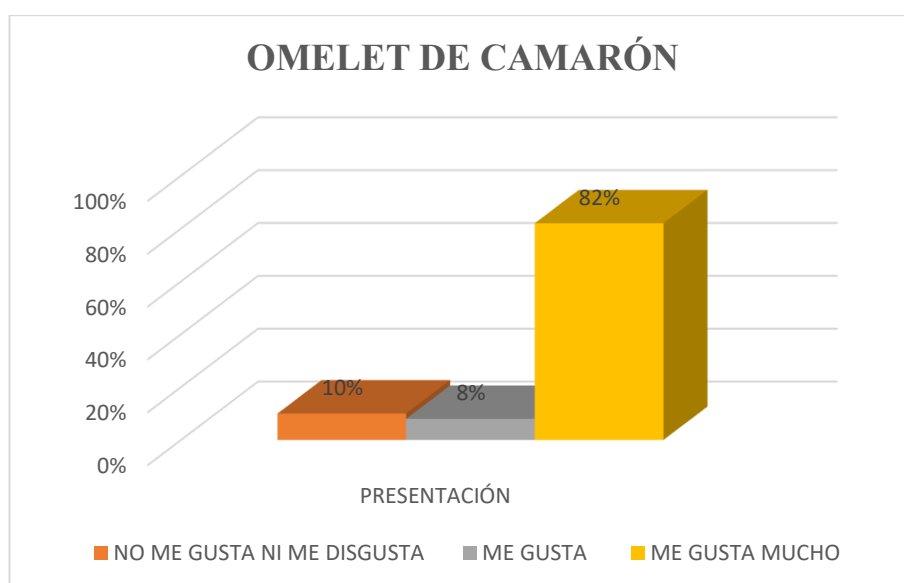


Gráfico 37: Omelet de camarón.

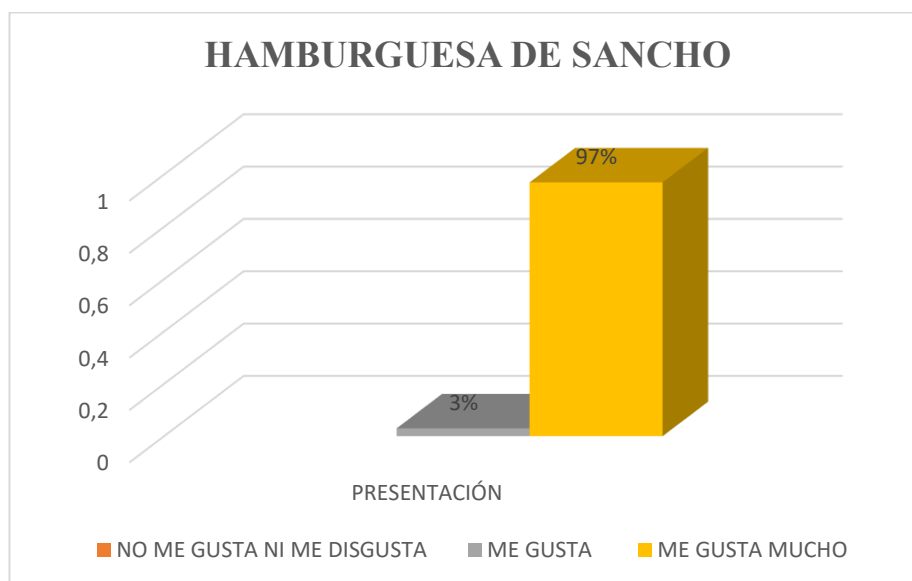
Fuente: Resultados obtenidos de la escala hedónica.

### ***Hamburguesa de sancho***

Tabla 64: Hamburguesa de sancho.

ATRIBUTOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Me gusta mucho	372	97%
Me gusta moderadamente	12	3%
Me gusta poco		
No me gusta ni me disgusta		
Me disgusta poco		
Me disgusta moderadamente		
Me disgusta mucho		
Total	384	100%

*Nota: En esta se muestran los resultados obtenidos de la escala hedónica.*



*Gráfico 38: Hamburguesa de sancho.*

*Fuente: Resultados obtenidos de la escala hedónica.*

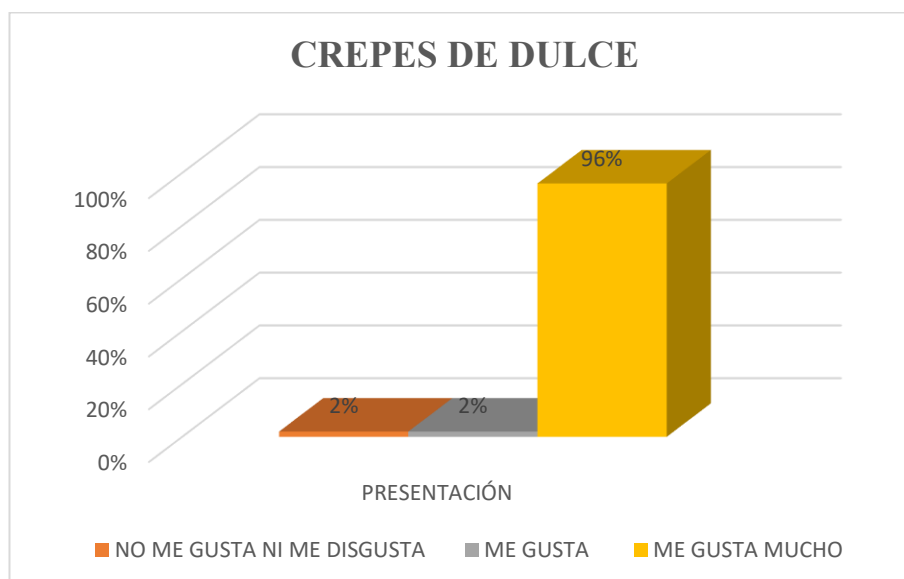
### ***Crepés de dulce***

*Tabla 65: Crepés de dulce.*



ATRIBUTOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Me gusta mucho	368	96%
Me gusta	8	2%
Me gusta poco		
No me gusta ni me disgusta	8	2%
Me disgusta poco		
Me disgusta moderadamente		
Me disgusta mucho		
Total	384	100%

*Nota: En esta se muestran los resultados obtenidos de la escala hedónica.*



*Gráfico 39: Crepés de dulce.*

*Fuente: Resultados obtenidos de la escala hedónica.*

## **Análisis**

De acuerdo a la evaluación realizada a los docentes de la carrera de Gastronomía del Instituto Tecnológico Sudamericano, se tiene como resultado las tablas del grado de aceptación de los platos que se prepararon correspondientes a ESPECIALIDADES DE LA CASA; de los cuales se obtuvo una aprobación positiva equivalente a “Me gusta Mucho” para los cinco platos expuestos.

Asimismo, según la evaluación aplicada a los clientes del Bar Restaurante la Mancha de Don Quijote, se tiene como resultado las tablas del grado de aceptación de

los platos que se prepararon correspondientes a ESPECIALIDADES DE LA CASA; de los cuales se obtuvo una aprobación positiva equivalente a “Me gusta Mucho” para los tres platos que componen el menú.

Del enunciado anteriormente expuesto se puede manifestar que la oferta de ESPECIALIDADES DE LA CASA es del agrado de los potenciales consumidores, lo que permite tener una proyección amplia y a largo plazo de que su acogida será favorable.

## BEBIDAS TRADICIONALES

### Horchata

Tabla 66: Horchata.

ATRIBUTOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Me gusta mucho	357	93%
Me gusta	15	4%
Me gusta poco		
No me gusta ni me disgusta	12	3%
Me disgusta poco		
Me disgusta moderadamente		
Me disgusta mucho		
Total	384	100%

Nota: En esta se muestran los resultados obtenidos de la escala hedónica.

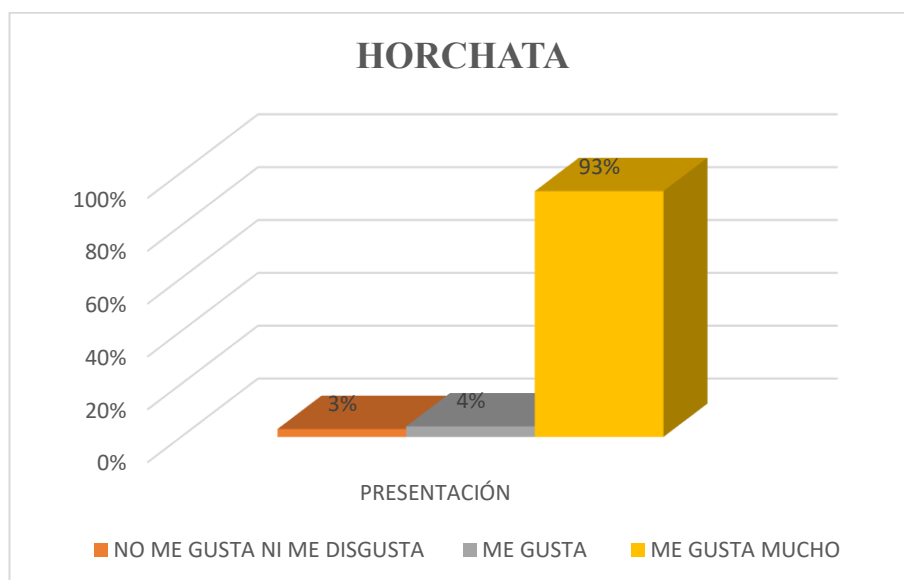


Gráfico 40: Horchata.

Fuente: Resultados obtenidos de la escala hedónica.

## Chicha de arroz

Tabla 67: Chicha de arroz.

ATRIBUTOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Me gusta mucho	334	87%
Me gusta	27	7%
Me gusta poco		
No me gusta ni me disgusta	23	6%
Me disgusta poco		
Me disgusta moderadamente		
Me disgusta mucho		
Total	384	100%

Nota: En esta se muestran los resultados obtenidos de la escala hedónica.

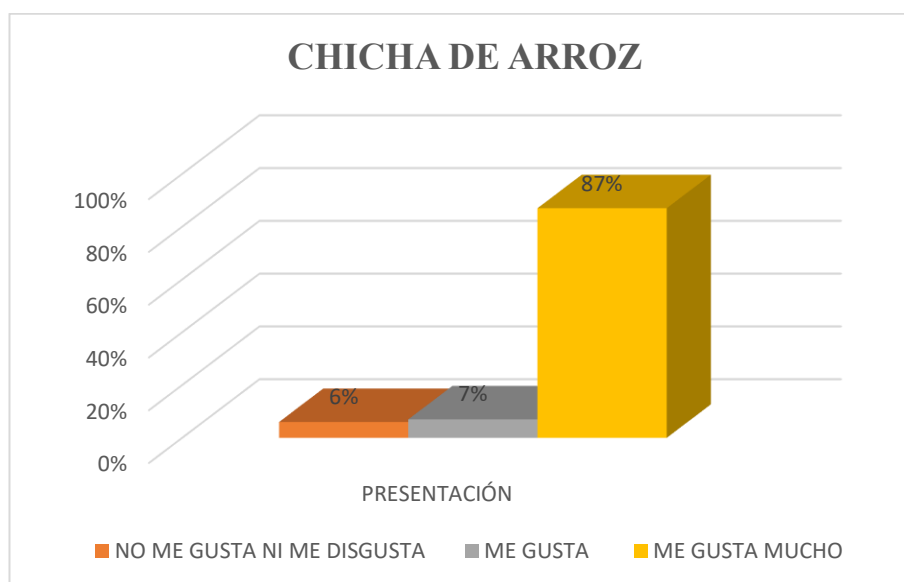


Gráfico 41: Chicha de arroz.

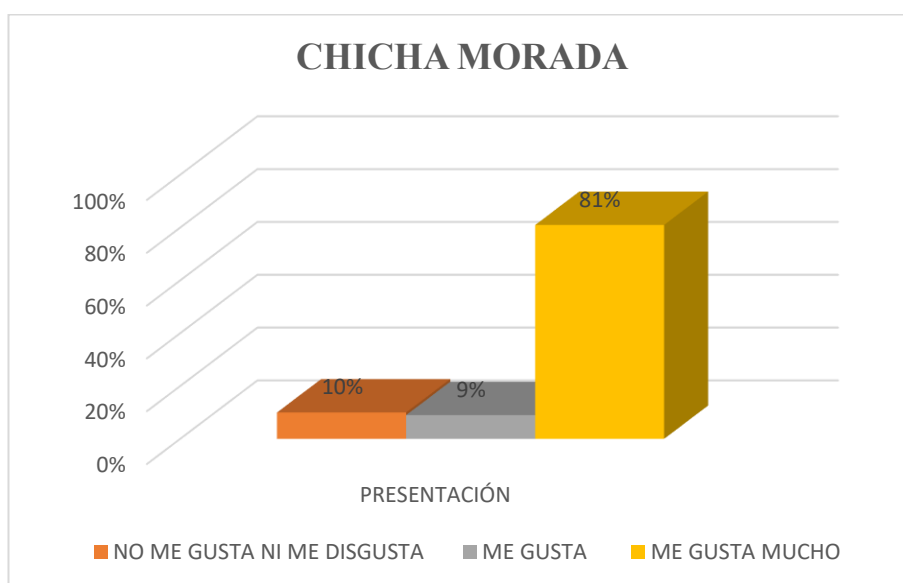
Fuente: Resultados obtenidos de la escala hedónica.

### ***Chicha morada***

*Tabla 68: Chicha morada.*

<b>ATRIBUTOS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Me gusta mucho	311	81%
Me gusta	35	9%
Me gusta poco		
No me gusta ni me disgusta	38	10%
Me disgusta poco		
Me disgusta moderadamente		
Me disgusta mucho		
Total	384	100%

*Nota: En esta se muestran los resultados obtenidos de la escala hedónica.*



*Gráfico 42: Chicha morada.*

*Fuente: Resultados obtenidos de la escala hedónica.*

### *Infusión de guayusa*

Tabla 69: Infusión de guayusa.

ATRIBUTOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Me gusta mucho	346	90%
Me gusta	19	5%
Me gusta poco		
No me gusta ni me disgusta	19	5%
Me disgusta poco		
Me disgusta moderadamente		
Me disgusta mucho		
Total	384	100%

Nota: En esta se muestran los resultados obtenidos de la escala hedónica.

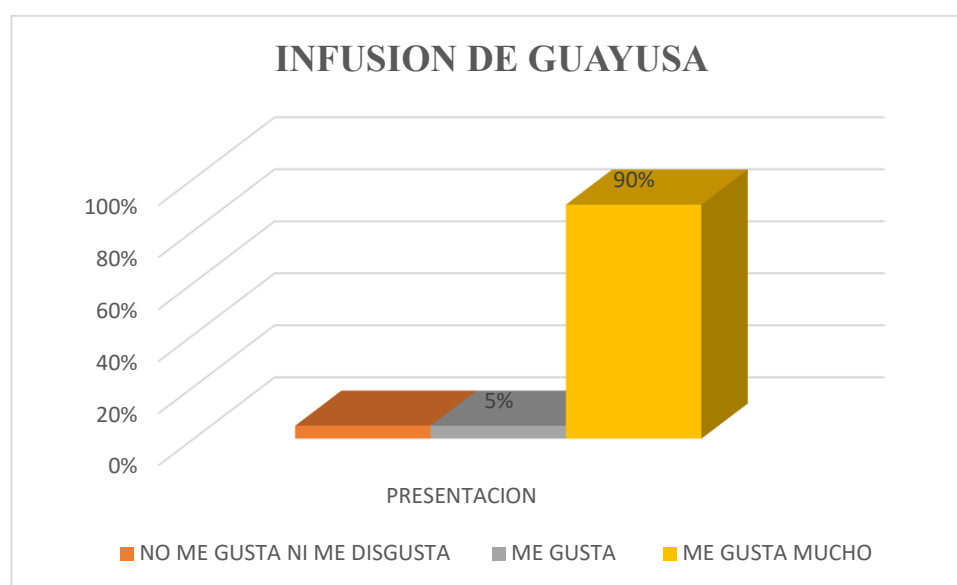


Gráfico 43: Infusión de guayusa.

Fuente: Resultados obtenidos de la escala hedónica.

### *Chicha de avena*

Tabla 70: Chicha de avena.

ATRIBUTOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Me gusta mucho	303	79%
Me gusta	65	17%
Me gusta poco		
No me gusta ni me disgusta	16	4%
Me disgusta poco		
Me disgusta moderadamente		
Me disgusta mucho		
Total	384	100%

Nota: En esta se muestran los resultados obtenidos de la escala hedónica.

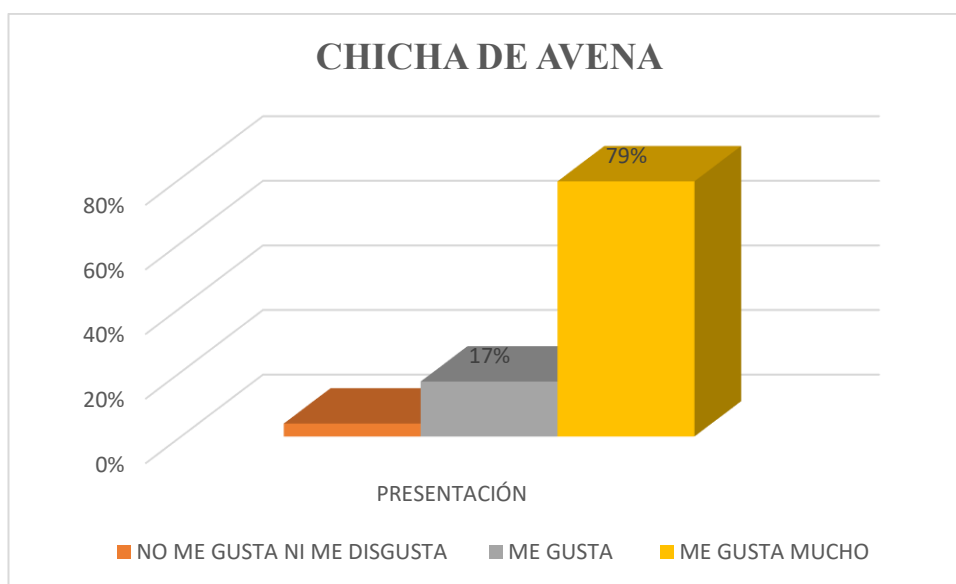


Gráfico 44: Chicha de avena.

Fuente: Resultados obtenidos de la escala hedónica.

### **Análisis**

De acuerdo a la evaluación realizada a los docentes de la carrera de Gastronomía del Instituto Tecnológico Sudamericano, se tiene como resultado las tablas del grado de aceptación de los platos que se prepararon correspondientes BEBIDAS TRADICIONALES; de los cuales se obtuvo una aprobación positiva equivalente a “Me gusta Mucho” para los cinco platos expuestos.

Asimismo, según la evaluación aplicada a los clientes del Bar Restaurante la Mancha de Don Quijote, se tiene como resultado las tablas del grado de aceptación de los platos que se prepararon correspondientes a BEBIDAS TRADICIONALES; de los cuales se obtuvo una aprobación positiva equivalente a “Me gusta Mucho” para los tres platos que componen el menú.

Con la información anteriormente expuesta se puede manifestar que la oferta de BEBIDAS TRADICIONALES es del agrado de los potenciales consumidores, lo que permite tener una proyección amplia y a largo plazo de que su acogida será favorable.



## 9.6 Guía para el Bar Restaurante la Mancha de Don Quijote

### 9.6.1 Portada



INSTITUTO TECNOLÓGICO  
SUDAMERICANO  
*Hacemos gente de talento!*



GASTRONOMÍA  
TECNOLOGÍA SUPERIOR

9.6.2 *Índice de Contenidos*

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

INTRODUCCIÓN .....	3
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	5
RECOPIACIÓN BIBLIOGRÁFICA.....	7
ADMINISTRACIÓN .....	8
El Proceso Administrativo.....	10
Planeación.....	10
Organización .....	11
Dirección.....	11
Control.....	13
El cliente como aspecto relevante dentro del modelo de gestión .....	15
La administración gastronómica.....	16
Buenas prácticas de manufactura.....	19
Higienización de alimentos o inocuidad .....	20
La temperatura .....	21
Conservación con calor.....	23
Ingeniería de menú .....	25
Marketing gastronómico.....	26
Estrategias de promoción gastronómica.....	27
El tiempo.....	27
Oferta gastronómica reducida y conceptualizada .....	28
La experiencia .....	28
La limpieza.....	29
La falta de marketing visual para vender más comida .....	30
Productos de restaurante .....	32
Características .....	32
Calidad de la comida .....	32
Ser novedosos con la gastronomía .....	33

Ambiente.....	33
Excelente trato del personal.....	33
Ubicación.....	34
Como suele clasificarse la carta en un restaurante.....	34
Comida Gourmet.....	35
BPM Y HACCP.....	36
Estándares de Calidad.....	36
Especialidades del área gastronómica.....	36
Chef.....	36
Asistente de cocina.....	37
Garde Manger.....	37
Pastelería y repostería.....	39
Tipos de técnicas culinarias de pastelería y repostería.....	42
Técnicas culinarias de pastelería.....	42
Técnicas culinarias de Repostería.....	44
FUJOGRAMA DE PROCESOS.....	48
Proceso orden de compra materia prima.....	49
Almacenamiento de la materia prima.....	50
Procesos de producción gastronómica.....	51
Preparación de los platos a la carta.....	52
Procesos de Atención al cliente.....	53
Arreglo de la mesa luego del consumo.....	54
Preparación de bebidas.....	55
Preparación de caldos.....	56
Preparación de carnes.....	57
RECETAS.....	58
FORMATOS DE AQUISICIÓN.....	91
Modelo de Kardex Proveedores.....	92
GLOSARIO DE TÉRMINOS.....	94

9.6.3 *Contraportada*

En la actualidad la gastronomía es parte central y fundamental de nuestra sociedad. Tan solo nuestras tradiciones, ritos y celebraciones más importantes giran alrededor de los alimentos y lo que estos aportan a nuestro día. Y es que a través de la gastronomía podemos conocer muchas cosas sobre la sociedad que la conforma ya que esta la ha ido amoldando a los mismos cambios en los que ha vivido. Por ejemplo, gracias a esta podemos apreciar las historias de los pueblos a través de la mezcla de los sabores.

La creación e implementación de la presente guía tiene la finalidad de informar y dar a conocer nuevas alternativas gastronómicas, ya que hoy en día estamos pasando por momentos en los que todo evoluciona y cambia de manera muy rápida; motivo por el cual se debe estar a la vanguardia de cada uno de los cambios que se producen en la cocina Nacional e internacional, de tal manera que se cumpla con las expectativas de los consumidores y clientes potenciales.

## 10. CONCLUSIONES

- La modernización de la estructura administrativa para el “BAR RESTAURANTE LA MANCHA DE DON QUIJOTE” resultó exitosa gracias a la investigación desarrollada y la implementación de los aspectos requeridos para cumplir este estándar de calidad.
- Con los resultados obtenidos de la aplicación de técnicas de investigación se identificó los gustos y preferencias de los posibles consumidores y con ello desarrollar una propuesta llamativa e innovadora para el Bar Restaurante la Mancha de Don Quijote.
- En base a los resultados teórico prácticos obtenidos en la presente investigación se propone el manual operativo y clasificador de funciones del personal de apoyo en los procesos de elaboración y servicio al cliente.
- La elaboración de una guía para el “BAR RESTAURANTE LA MANCHA DE DON QUIJOTE”, tiene la finalidad de manejar y presentar de forma clara y ordenada todas las recetas elaboradas por el autor, para conocimiento de los propietarios y trabajadores.

## 11. RECOMENDACIONES

- Se recomienda a todos los estudiantes que realicen trabajos y proyectos de carácter investigativo la aplicación de técnicas de investigación ya que éstas les permitirán establecer propuestas con amplio enfoque hacia las necesidades de los consumidores.
- De igual manera se recomienda también el uso de la técnica de la recopilación bibliográfica y documental, puesto que se constituye en un instrumento cuya finalidad es la búsqueda y obtención de información importante y actualizada y con ello dotar de contenido propio y caracterizador para cada temática expuesta en la investigación.
- Difusión y aplicación del manual del funciones y procedimientos estructurado con el personal.
- Se recomienda a los propietarios del “BAR RESTAURANTE LA MANCHA DE DON QUIJOTE” revisar, analizar y socializar la presente guía con todos los miembros y colaboradores del lugar para que conozcan de una forma más específica los procesos de preparación, presentación y elaboración de los nuevos productos.
- Aplicar los resultados de la investigación en el nuevo local La Mancha de Don Quijote ubicado en el Valle de Vilcabamba.

## 12. BIBLIOGRAFÍA

- Amaya, L., Davila, J., Jara, H., & Murcia, L. (2020). *MÉTODO FENOMENOLOGICO HERMENEUTICO*. Recuperado el 08 de Diciembre de 2021, de repository:  
<https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/30228/030-ROJAS%20ok%20%281%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Araluce Letamendía, M. d. (2001). Empresas de Restauración Alimentaria, un sistema de gestión global. En M. d. Araluce Letamendía, *Empresas de Restauración Alimentaria, un sistema de gestión global* (págs. 1-7). Madrid: Diaz de Santos.
- Armendaris, M. (2012). *Técnicas Culinarias*. Ecuador.
- Armendariz, J. L. (2016). *Preelaboración y conservación de los alimentos*. Madrid, España: Gráficas Eu.
- Asociacion de Chefs del Ecuador. (2018). *Guia De tecnicas Culinarias*. Quito.
- Castro, K., & Salgado, M. T. (9 de Noviembre de 2007). *Vector Ucaldas*.  
Recuperado el Diciembre de 2021, de  
[http://vector.ucaldas.edu.co/downloads/Vector2\\_4.pdf](http://vector.ucaldas.edu.co/downloads/Vector2_4.pdf)
- Doporto, C. (2013). *Gastronomia*. Obtenido de  
<http://gastronomiadecris.blogspot.com/2013/01/salsas-un-poquito-de-historia.html>



El Poder del Consumidor. (12 de 03 de 2021). *El poder de la toronja*. Recuperado el 29 de 06 de 2021, de <https://elpoderdelconsumidor.org/2021/03/el-poder-de-la-toronja/>

Felipe Gallego, J. (2012). *Gestión de Alimentos y Bebidas para Hoteles, Bares y Restaurantes*. Madrid, Madrid, España: Parainfo.

Fernández, I., García, E., & Fuentes, A. (14 de Junio de 2018). Aplicación de las escalas de punto ideal o Just-About-Right (JAR) en análisis sensorial de alimentos. 10.

Gallego, S. (2018). *Fisicoquímica Culinaria*. Quito: Santillana.

García, D. (2019). *Gastronomía, pastelería y Repostería*. España: MacGrill.

Garza, K. (12 de Diciembre de 2021). *Biblioteca Cooking Depot*. Recuperado el Diciembre de 2021, de Administración de restaurantes: <https://blog.cookingdepot.com/la-importancia-del-inventario-en-tu-restaurante-y-como-realizarlo>

Gil Martínez, A. (2010). *Preelaboración y conservación de los alimentos*. Madrid, España: Akal.

Godoy, M., & Godoy, D. (Julio de 2017). DISEÑO DE UNA PROPUESTA DE MARCA TERRITORIAL PARA LA CIUDAD DE LOJA COMO ESTRATEGIA TURÍSTICA. *Turydes Revista Turismo y Desarrollo*.

Guerra, V. E. (2012). *Escuela superior politecnica de chimborazo facultad de ciencias pecuarias escuela de ingeniería zootécnica*. Recuperado el 21 de Octubre de 2021, de <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/1855/1/17T01083.pdf>

- Guerrero Spindola, A. M. (2011). *Innovación clave para el éxito de la gestión empresarial en la micro, pequeña y mediana empresa*. Logroño: Dialnet.
- Horeca, E. (2019). *Expo Horeca Magazine*. Recuperado el Diciembre de 2021, de <https://horeca.expob2b.es/es/n-/14376/la-organizacion-de-la-cocina-en-un-restaurante>
- Menorquina, L. (2017). *La Gestión de Restaurantes*.
- Monge, E., & Zhunio, B. (Agosto de 2013). APLICACIÓN DE MODELOS GERENCIALES EN LOS ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS DEL CENTRO HISTÓRICO DE QUITO. *Dialnet*, 5, 40-68.
- Monge, E., & Zhunio, B. (15 de Abril de 2013). *Aplicación de modelos gerenciales en los establecimientos de alimentos y bebidas del centro histórico de Quito*. Recuperado el Noviembre de 2021, de Dialnet Unirioja : <file:///Users/julia/Downloads/Dialnet-AplicacionDeModelosGerencialesEnLosEstablecimiento-4424359.pdf>
- Ortiz. (2015).
- Porras, R. (15 de 10 de 2019). *Técnicas de Cocina de Vanguardia*. Recuperado el 11 de 01 de 2021, de <https://aprende.com/blog/gastronomia/tecnicas-culinarias/tecnicas-de-cocina-de-vanguardia/>
- Torres, O., Vallejos, A., & Burbano, J. (December de 2019). Buenas prácticas de gestión administrativa en empresas de servicios en la ciudad de Ibarra. *Revista Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores*(99), 11.

Westreicher, G. (23 de Febrero de 2020). *Encuesta*. Recuperado el 08 de Diciembre de 2021, de Economipedia:

<https://economipedia.com/definiciones/encuesta.html>

Wittig, E. (2020). *Evaluación sensorial una metodología actual para tecnología de alimentos*. Chile, Chile: Universidad de Chile.

## 13. ANEXOS

### 13.1 Presupuesto

*Tabla 71: Costos y presupuestos*

<b>PRESUPUESTO</b>		
<b>INGRESOS</b>		
Aporte del investigador		
Julia Mogrovejo Romero		
<b>TOTAL, INGRESOS</b>		
<b>EGRESOS</b>		
<b>RECURSOS MATERIALES</b>		
<b>DETALLE</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Materia Prima	\$250.00	\$250.00
Materiales de oficina	\$60.00	\$60.00
Impresiones	\$0.05	\$50.00
Borrador de proyecto	\$12.00	\$60.00
Proceso de Titulación	\$864.00	\$864.00
Transporte	\$5.00	\$80.00
Internet	\$30.00	\$80.00
Imprevistos	\$40.00	\$50.00
Equipos para producción	\$50.00	\$50.00
<b>TOTAL</b>	<b>\$741.05</b>	<b>\$1,554.00</b>

*Fuente: La Autora*



### 13.3 Oficio de aprobación del tema por parte del vicerrector

  
INSTITUTO TECNOLÓGICO  
SUDAMERICANO  
*Asociación que da futuro*

**VICERRECTORADO ACADÉMICO**

---

Loja, 30 de Marzo del 2022  
Of. N° 103 -VDIN-ISTS-2022

Sr.(ta). MOGROVEJO ROMERO JULIA ELVIRA  
**ESTUDIANTE DE LA CARRERA DE TECNOLOGÍA SUPERIOR EN GASTRONOMIA**

Ciudad

De mi consideración:

Por medio de la presente me dirijo a ustedes para comunicarles que una vez revisado el anteproyecto de investigación de fin de carrera de su autoría titulado **MODELO DE GESTIÓN ADMINISTRATIVA, MERCADEO Y PRODUCCIÓN GASTRONÓMICA DEL BAR- RESTAURANTE LA MANCHA DE DON QUIJOTE DE LOJA, 2022.**, el mismo cumple con los lineamientos establecidos por la institución; por lo que se autoriza su realización y puesta en marcha, para lo cual se nombra como director de su proyecto de fin de carrera (el/la) Lic. NANCY MARINA GUZMAN VILLA.

Particular que le hago conocer para los fines pertinentes.

Atentamente,

  
Ing. Germán Patricio Villamarín Coronel Mgs.  
**VICERRECTOR DE DESARROLLO E INNOVACION DEL ISTS**

  
"INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO"  
VICERRECTORADO  
"SUDAMERICANO"

### 13.4 Oficio de solicitud para el Café Restaurante “La Mancha de Don Quijote”



Sr.  
Jhon Riofrío Trelles  
GERENTE DEL BAR RESTAURANTE  
LA MANCHA DE DON QUIJOTE S.A.S

De mi consideración:

El Instituto Superior Tecnológico Sudamericano y en mi calidad de Coordinador de la carrera de Gastronomía hacemos llegar un cordial y atento saludo, a la vez que auguramos mucho éxito tanto en las actividades empresariales como personales.

Conocedores de su don altruista y colaborador con la sociedad lojana y en este caso particular con la población estudiantil de la Carrera de Gastronomía solicito a usted respetuosamente se sirva autorizar la elaboracion del proyecto de investigación por fin de carrera de la estudiante Julia Elvira Mogrovejo Romero, identificada con cédula 1102417407, con el tema “Modelo de gestión administrativa, mercadeo y de producción gastronómica del bar restaurante La Mancha de Don Quijote de Loja, 2022”. Proyecto que al término de su conclusión será de gran aporte para la empresa que tan acertadamente dirige.

Agradecemos su acogida favorable.

Atentamente,



Tigo. Carlos A. Valdivieso M.  
COORDINADOR CARRERA DE  
TECNOLOGÍA SUPERIOR EN GASTRONOMÍA

**13.5 Oficio de respuesta del Café Restaurante “La Mancha de Don Quijote”**

La Mancha de Don Quijote S.A.S  
1191795198001  
Clodoveo Jaramillo y Antonio José de Sucre  
Vilcabamba, Loja – Ecuador  
Teléfono 3024970

Loja, 14 de diciembre de 2021

Jhon Paúl Riofrío Trelles, en calidad de Gerente del Bar Restaurante La Mancha de Don Quijote S.A.S, con RUC 1191795198001, en respuesta a petición presentada por JULIA ELVIRA MOGROVEJO ROMERO, identificada con cédula 1102417407, para que se le autorice la realización del proyecto de investigación titulado “Modelo de gestión administrativa, mercadeo y de producción gastronómica del bar restaurante La Mancha de Don Quijote de Loja, 2022” dejo constancia escrita que la empresa a mi cargo autoriza y facilita hacer uso de las instalaciones y de la información que necesite para el desarrollo de tal investigación en su calidad de estudiante del Instituto Superior Tecnológico Sudamericano en la carrera de Gastronomía.

Autorizo hacer uso del presente certificado para los trámites pertinentes.

Atentamente,

Jhon Riofrío Trelles  
GERENTE DEL BAR RESTAURANTE  
LA MANCHA DE DONQUIJOTE S.A.S



### 13.6 Certificado de ejecución del proyecto en Café Restaurante “La Mancha de Don Quijote”



La Mancha de Don Quijote S.A.S  
1191795198001  
Clodoveo Jaramillo y Antonio José de Sucre  
Vilcabamba, Loja – Ecuador  
Teléfono 3024970

Loja, 8 de abril de 2022

Jhon Paúl Riofrío Trelles, en calidad de Gerente del Bar Restaurante La Mancha de Don Quijote S.A.S, con RUC 1191795198001.

#### CERTIFICA

Que JULIA ELVIRA MOGROVEJO ROMERO, identificada con cédula 1102417407, estudiante del Instituto Superior Tecnológico Sudamericano, de la carrera de Tecnología Superior en Gastronomía, cumplió con todos los objetivos planteados en su proyecto de tesis por fin de carrera denominado “Modelo de gestión administrativa, mercadeo y de producción gastronómica del bar restaurante La Mancha de Don Quijote de Loja, 2022”

Autorizo hacer uso del presente certificado para los trámites pertinentes.

Atentamente,

Jhon Riofrío Trelles  
GERENTE DEL BAR RESTAURANTE  
LA MANCHA DE DONQUIJOTE S.A.S

### 13.7 Certificado de revisión y aprobación del abstract



CERTF. N° 005-JG-ISTS-2022  
Loja, 30 de Abril de 2022

*El suscrito, Lic. Jordy Christian Granda Feijoo, Mgs., COORDINADOR-DOCENTE DEL ÁREA DE INGLÉS - CIS DEL INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO "SUDAMERICANO", a petición de la parte interesada y en forma legal,*

**C E R T I F I C A:**

*Que el apartado **ABSTRACT** del Proyecto de Investigación de Fin de Carrera de la Señorita **MOGROVEJO ROMERO JULIA ELVIRA** estudiante en proceso de titulación periodo Octubre 2021 – Mayo 2022 de la carrera de **GASTRONOMÍA**; está correctamente traducido, luego de haber ejecutado las correcciones emitidas por mi persona; por cuanto se autoriza la presentación dentro del empastado final previo a la disertación del proyecto.*

*Particular que comunico en honor a la verdad para los fines académicos pertinentes.*

***English is a piece of cake!***

*Lic. Jordy Christian Granda Feijoo, Mgs.*  
**COORDINADOR-DOCENTE DEL ÁREA DE INGLÉS ISTS - CIS**



Checked by:

Lic. Jordy Christian Granda Feijoo, Mgs.  
ENGLISH TEACHER

### 13.8 Plantilla de encuesta

## INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO SUDAMERICANO



**TEMA: “Nuevo Modelo de Gestión Administrativa, Mercadeo y de Producción Gastronómica del Bar Restaurante La Mancha de Don Quijote de Loja 2022.”**

### ENCUESTA

Respetable Cliente: El presente cuestionario tiene como finalidad recolectar datos importantes para realizar el trabajo de campo del proyecto de investigación previo a la obtención del título de Tecnólogo Superior en Gastronomía. Tales datos serán de fundamental importancia para verificar las posibles causas y efectos del tema planteado en este establecimiento. Agradecemos su colaboración para responder las siguientes preguntas:

#### INSTRUCCIONES:

Por favor conteste las siguientes interrogantes de acuerdo a las experiencias y expectativas como cliente de un establecimiento de alimentos y bebidas:

#### DATOS DEMOGRÁFICOS

Por favor provea la siguiente información marcando con **X** su respuesta dentro del casilla en blanco.

Sexo:

Masculino

Femenino

Prefiero no decirlo

Su edad:

18-20

20-25

26-35

36-45

46-60

60 or older

1. ¿Con qué frecuencia usted visita un bar restaurante?

Diariamente

Mensualmente

Semanalmente

Ocasionalmente

2. ¿Cuál es la razón principal para visitar un bar restaurante? Marque 2 opciones.

La comida es excelente

Servicio al cliente

No tiene tiempo para cocinar

Valora la comida del menú

Le gusta la atención y el ambiente

Otras (por favor especifique)

---

---

---

## II. Percepción de su experiencia en un bar restaurante

### COMIDA

1. ¿Tiene variedades del menú?

Si             No

2. ¿Prefiere la comida fría o caliente?

Si             No

3. ¿El bar restaurante ofrece nuevos productos?

Si             No

### SERVICIO

1. ¿Cumplen sus expectativas, el servicio de meseros de un restaurante?

Si             No

2. ¿El mesero conoce a cabalidad el menú de un bar restaurante?

Si             No

3. ¿Espera que el servicio de un bar restaurante sea atento y oportuno todo el tiempo?

Si             No

### PERCEPCIÓN SOBRE LA COMIDA Y LA BEBIDA

1. ¿Cómo valoras la comida de un bar restaurante local?

Excelente \_\_\_\_\_ Muy buena \_\_\_\_\_ Buena \_\_\_\_\_ Regular \_\_\_\_\_ Mala \_\_\_\_\_

2. ¿Cómo valoras las bebidas de un bar restaurante local?

Excelente \_\_\_\_\_ Muy buena \_\_\_\_\_ Buena \_\_\_\_\_ Regular \_\_\_\_\_ Mala \_\_\_\_\_

3. ¿Qué alternativas gastronómicas le gustaría que se incluya en el menú de un bar restaurante?

Si             No

¿Cuáles platos?

---

---

---

### **PERCEPCIÓN SOBRE INNOVACIÓN Y TECNOLOGÍA**

1. ¿Considera que el bar restaurante debe ofrecer WiFi entre sus servicios?

Si             No

2. ¿Le gustaría que el bar restaurante ofrezca poder realizar órdenes online?

Si             No

3. ¿Considera que el bar restaurante debe tener en su página web el menú y la facilidad de hacer reservaciones?

Si             No

**¡Gracias por su colaboración!**

### 13.9 Plantilla de entrevista

## INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO SUDAMERICANO



**TEMA: “Nuevo Modelo de Gestión Administrativa, Mercadeo y de Producción Gastronómica del Bar Restaurante La Mancha de Don Quijote de Loja 2022.”**

### ENTREVISTA

Respetable Gastrónomo: El presente cuestionario tiene como finalidad recolectar datos importantes para realizar el trabajo de campo del proyecto de investigación previo a la obtención del título de Tecnólogo Superior en Gastronomía. Tales datos serán de fundamental importancia para verificar las posibles causas y efectos del tema planteado en este establecimiento. Agradecemos su colaboración para responder el siguiente cuestionario:

#### INSTRUCCIONES:

Por favor conteste las siguientes interrogantes de acuerdo a las experiencias vividas como profesional.

1. ¿Cree que es importante la implementación de un modelo de gestión en los establecimientos de alimentos y bebidas?

---

---

---

---

---

2. ¿Considera que es importante el marketing digital como estrategia de mercadeo para un establecimiento de alimentos y bebidas? ¿Por qué?

---

---

---

---

3. ¿Cuál es su opinión respecto de la estandarización de procesos en el departamento de producción de un establecimiento de alimentos y bebidas?

---

---

---

---

---

4. ¿Qué aspectos del menú de un bar restaurante llaman su atención?

---

---

---

---

---

5. ¿Cuál es su recomendación para la selección de proveedores para un establecimiento de alimentos y bebidas?

---

---

---

---

---



6. ¿Qué recomendaciones considera deben ser implementadas para el control de inventario para un establecimiento de alimentos y bebidas?

---

---

---

---

---

**¡Gracias por su ayuda!**

**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO SUDAMERICANO**

**TEMA: “Nuevo Modelo de Gestión Administrativa, Mercadeo y de Producción  
Gastronómica del Bar Restaurante La Mancha de Don Quijote de Loja 2022.”**

**ENTREVISTA**

Respetable Proveedor(a): El presente cuestionario tiene como finalidad recolectar datos importantes para realizar el trabajo de campo del del proyecto de investigación previo a la obtención del título de Tecnólogo Superior en Gastronomía. Tales datos serán de fundamental importancia para verificar las posibles causas y efectos del tema planteado en este establecimiento. Agradecemos su colaboración para responder el siguiente cuestionario:

**INSTRUCCIONES:**

Por favor conteste las siguientes interrogantes de acuerdo a las experiencias vividas como profesional.

1. ¿Cree que es importante la selección de la materia prima para los establecimientos de alimentos y bebidas? ¿Por qué?

---

---

---

---

---

2. ¿Tiene conocimientos sobre la trazabilidad de la materia prima como proveedor de un establecimiento de alimentos y bebidas?

---

---

---

---

---

3. ¿Qué aspectos debe tomarse en cuenta para la recolección y entrega de los productos para un establecimiento de alimentos y bebidas?

---

---

---

---

---

---

4. ¿Cuán importante y por qué considera que se deben respetar los procesos de cadena de frío de los productos perecederos como proveedor para un establecimiento de alimentos y bebidas?

---

---

---

---

---

---

5. ¿Cuál es su recomendación para la selección de proveedores para un establecimiento de alimentos y bebidas?

---

---

---

---

---

6. ¿Qué recomendaciones sugiere para evitar la pérdida de materia prima en el departamento de almacenamiento de un establecimiento de alimentos y bebidas?

---

---

---

---

---

7. ¿Cuál es su sugerencia para mantener un buen stock de materia prima en el inventario del departamento de almacenamiento de un establecimiento de alimentos y bebidas?

---

---

---

---

---

**¡Gracias por su colaboración!**

### **13.10 Reglamento Interno de Trabajo**

**Misión:** Procesar materia prima y elaborar productos terminados que consisten en platos a la carta relacionados con y ofrecer a los clientes con los mejores estándares de calidad y servicio.

**Visión:** Con la prestación del servicio de alimentación a través de diversos platos ofrecidos, generar satisfacción y fidelización de los clientes, con el fin de mantener el prestigio de la Cafetería La Mancha de Don Quijote y obtener rentabilidad que permita sostener la misma y generar fuentes de empleo en la sociedad lojana.

## **CAPÍTULO I**

### **DE LAS DISPOSICIONES PRELIMINARES**

#### **Art. 1 Finalidad**

El bar restaurante La Mancha de Don Quijote, siendo su actividad el procesamiento de alimentos y venta de comida, cuya matriz se halla ubicada en la calle Clodoveo Jaramillo y Sucre. En cumplimiento de las disposiciones del Código del Trabajo, y con el fin de garantizar y regular el normal desenvolvimiento de las relaciones laborales, dicta el presente Reglamento Interno de Trabajo que norma las actividades de todos los trabajadores que laboran en la Cafetería, bajo su dependencia.

Estas disposiciones orientarán a los trabajadores con su cumplimiento a fortalecer la relación interpersonal y convivencia, evitando inconvenientes en su desarrollo individual, como factor importante para garantizar el eficiente servicio.

#### **Art. 2 Obligatoriedad y ámbito**

El presente Reglamento Interno de Trabajo será el instrumento legal que regule las relaciones laborales y la vida profesional de los trabajadores del bar restaurante La Mancha de Don Quijote.

Tanto el patrono como sus trabajadores se obligan a dar cumplimiento a las disposiciones contenidas en el presente Reglamento Interno de Trabajo y su desconocimiento no eximirá de

responsabilidad alguna, para lo cual el patrono socializará con cada trabajador y dejará su constancia en acta respectiva.

### **Art. 3 Trabajadores**

Son trabajadores del bar restaurante La Mancha de Don Quijote quienes en la actualidad mantienen relación de dependencia directa y que conste en la respectiva nómina de pagos; y, aquellos que en el futuro puedan ser contratados.

### **Art. 4 Representación legal**

El empleador es el representante legal del bar restaurante La Mancha de Don Quijote, quien es el responsable directo de la gestión técnica, administrativa, financiera y operativa, así como del cumplimiento del presente Reglamento Interno de Trabajo.

### **Art. 5 Leyes aplicables**

Para efectos del cumplimiento de este Reglamento, rigen todas las disposiciones pertinentes de la Constitución Política del Ecuador, del Código del Trabajo, Convenios Internacionales en materia laboral y las demás disposiciones administrativas aplicables.

## **CAPÍTULO II**

### **DE LA CONTRATACIÓN DEL PERSONAL**

#### **Art. 6 Requisitos**

Para ser admitido como trabajador, se requiere ser mayor de edad, poseer buena conducta, disponer de antecedentes personales satisfactorios, presentar cédula de identidad y no haber sido despedido ni deshauciado de ninguna empresa, ni que tenga en sus antecedentes terminaciones de contrato previo visto bueno.

#### **Art. 7 Referencias**

El patrono está facultado para solicitar referencias sobre un aspirante a trabajador o sobre un trabajador, así como para confirmar la veracidad de la información presentada.

#### **Art. 8 Contratación**

Todo trabajador que ingrese al bar restaurante La Mancha de Don Quijote, se le suscribirá un contrato indefinido con período de prueba de 90 días.

## CAPÍTULO III

### DE LAS OBLIGACIONES Y PROHIBICIONES

#### **Art. 9 Obligaciones del trabajador**

Sin perjuicio de lo dispuesto en el Código del Trabajo, son obligaciones del trabajador:

- a) Ejecutar personalmente el trabajo en los términos del contrato, con eficiencia y responsabilidad, en la forma, tiempo y lugar convenidos.
- b) Cuidar las máquinas, herramientas, mobiliario y menaje, entregados por el empleador para el cumplimiento de sus labores y dar aviso inmediato al empleador cuando dichos bienes sufrieren desperfectos. Además revisarán la fecha de caducidad de los insumos y velará por la optimización de la materia prima e insumos necesarios que por negligencia perdiere los bienes señalados, o que no hubiere revisado la fecha de caducidad o que no controle la optimización de la materia prima e insumos, responderá por el valor de tales bienes a precio de reposición, siempre que se determine su responsabilidad. En caso de pérdida o avería de herramientas, bienes y menaje imputable al trabajador, previa la verificación correspondiente se procederá a demandar su reposición, sin perjuicio de que el trabajador pueda desvirtuar y hacer uso de su legítima defensa.
- c) Trabajar en caso de emergencia, por un tiempo mayor que el señalado para la jornada ordinaria máxima y aun en los días de descanso obligatorio; cuando corresponda a los intereses del bar restaurante La Mancha de Don Quijote.
- d) Observará buena conducta durante el trabajo y permanecerá en las instalaciones de la Mancha de Don Quijote, demostrando siempre respeto, disciplina, cordialidad y discreción.
- e) Asistir con puntualidad al trabajo, en caso de no hacerlo, notificar oportunamente por teléfono o por otros medios al alcance al empleador, en los casos de ausencia o atraso. En estos casos apenas se produzca el retorno al trabajo se deberá presentar la respectiva justificación, caso contrario se procederá al descuento por atraso que se debe realizar sobre la remuneración diaria, a partir del minuto once (11).
- f) Comunicar al empleador los peligros de daños materiales que amenacen la vida o los intereses del bar restaurante o de los trabajadores.

- g) Guardar escrupulosamente la información, los secretos técnicos, comerciales y de producción de los alimentos en cuya elaboración y procesamiento del producto final concurra directa o indirectamente, o de los que él tenga conocimiento por razón del trabajo que ejecuta. Está prohibido sacar información del bar restaurante, por cualquier medio.
- h) Observar rigurosamente las medidas de seguridad industrial y aquellas otras indicaciones o precauciones que señalen las respectivas normas de seguridad, para el buen manejo de las máquinas o instrumentos de trabajo, así como acatar las medidas de previsión e higiene requeridas el empleador.
- i) Procurar la mayor economía para el empleador en el desempeño de su trabajo y en el uso de materiales, materia prima, insumos y suministros proporcionados para el cumplimiento de sus funciones.
- j) Reducir al mínimo las llamadas telefónicas por asuntos particulares.
- k) La formulación de reclamos, solicitudes y sugerencias a que hubiere lugar se las hará exclusivamente al empleador.
- l) Los trabajadores están obligados a usar el uniforme en todo momento en que estén ejecutando su trabajo. Deberán utilizar el uniforme completo, sin cambiarlo o adicionar prendas que lo alteren y cuidar de su buena presentación, mantendrán el calzado limpio y en buen estado, cuidando de su imagen y presentación personal. Las uñas de todos estarán limpias y cortas; y, el cabello corto o recogido, así como el uso de gorro o malla, así como de guantes, sin excepción.
- m) Mantener una amable disposición para la atención personal al cliente.
- n) Informar oportunamente al empleador sobre cambios que se produjeran respecto de su domicilio, número telefónico, estado civil, estudios, etc., que forman parte de su hoja de datos personales. Para los efectos legales y administrativos los empleados asumirán que la última información es correcta.
- o) El uniforme será respetado incluso fuera de las instalaciones, por lo que no se podrá estar involucrados en actos que vayan en contra; éstos son de propiedad del empleador y en caso de terminación del contrato de trabajo, deberán ser devueltos, antes de recibir su liquidación. Queda prohibido el uso de uniformes fuera de los días de trabajo, bajo



ningún concepto podrán ser utilizado en días libres. La falta a cualquier aspecto de los señalados constituirá falta a este Reglamento.

- p) Cumplir las disposiciones emitidas por el empleador.
- q) Actuar con absoluto respeto, amabilidad y cortesía frente a los clientes, empleador y compañeros de trabajo.
- r) Continuar el turno de trabajo por ausencia del relevo, sin perjuicio de la compensación económica a que tuviere derecho.
- s) Tratar al empleador y compañeros de trabajo, con absoluto respeto a su dignidad personal, no injuriándoles ofensas verbales, escritas ni físicas.
- t) Disponer arbitrariamente de los bienes, enseres o menaje, de propiedad de la Cafetería, utilizar sin permiso los que no estén bajo su custodia en usos distintos al propio o normal.
- u) Trabajar durante la jornada en otras labores ajenas a la Cafetería; utilizar bienes, equipos, menaje y alimentos para beneficio personal, sin la autorización respectiva del empleador.
- v) Apropiarse de artículos abandonados u olvidados por clientes, compañeros o público en general.
- w) Observar y cumplir con las normas establecidas para la venta de platos considerados en el menú, aplicar las tarifas vigentes y llenar correctamente los espacios correspondientes a la emisión del pedido.
- x) Elaborar oportunamente las comandas, presentar y notificar inmediatamente cualquier anomalía.
- y) Responsabilizarse personalmente por pérdidas de dinero, documentos que tengan valor monetario, causados por negligencia, violación a los procedimientos establecidos o incumplimiento de órdenes expresas del empleador.
- z) Ingresar en la Cafetería en áreas en las que no les corresponde. No está permitido su ingreso en turnos que no les compete (a excepción de que vayan como clientes), ni recibir dentro de las instalaciones a familiares o amigos dentro de sus jornadas de trabajo.
- aa) Cumplir las disposiciones del presente Reglamento Interno de Trabajo y más disposiciones emitidas por el empleador.

**Art. 10 Obligaciones del empleador**

Sin perjuicio de lo dispuesto en el Código del Trabajo, son obligaciones del empleador, las siguientes:

- 1) Proporcionar en los lugares de trabajo los medios higiénicos necesarios.
- 2) Proveer las herramientas e implementos necesarios para que se cumplan con las normas de Seguridad e Higiene del Trabajo.
- 3) Prestar inmediatamente al trabajador los primeros auxilios en caso de accidente o enfermedad.
- 4) Pagar en forma oportuna y completa la remuneración y demás beneficios laborales que correspondan al trabajador, en los términos del contrato y de conformidad con las disposiciones del Código del Trabajo. Los beneficios sociales a los que tuviere derecho el trabajador se pagarán desde el mes siguiente en que se presentaren los documentos que acrediten estos derechos.
- 5) Indemnizar a los trabajadores por los accidentes que sufrieren en el trabajo y por las enfermedades profesionales, de conformidad con el Código del Trabajo y más disposiciones del IESS.
- 6) Mantener actualizado el expediente de cada trabajador.
- 7) Proporcionar a los trabajadores útiles de trabajo, instrumentos, materiales y menaje necesarios para la ejecución de sus labores.
- 8) Tratar a los trabajadores con absoluto respeto a su dignidad personal, no infiriéndoles maltrato de palabra o de obra.
- 9) Atender los reclamos de los trabajadores.
- 10) Otorgar permisos remunerados y no remunerados, de conformidad con el Código del Trabajo.
- 11) Suministrar ropa de trabajo adecuada a los trabajadores de la Cafetería.
- 12) Sujetarse a este Reglamento Interno.

**Art. 11 Prohibiciones al trabajador**

Sin perjuicio de las prohibiciones establecidas en el Código del Trabajo y por el empleador, está prohibido al trabajador:

- 1) Poner en peligro la integridad física de sus compañeros de trabajo o de las otras personas, así como la seguridad de las oficinas, instalaciones y lugares de trabajo.
- 2) Tomar de la Cafetería sin permiso del empleador: máquinas, equipos, herramientas, menaje, materia prima o artículos elaborados, cualquiera sea su estado y condición, para su uso personal o de terceros.
- 3) Realizar rifas, colectas, ventas o negocios particulares dentro de las dependencias de la empresa.
- 4) Usar los útiles y herramientas suministradas por el empleador en objetos distintos del trabajo a que están destinados.
- 5) Suspender el trabajo por razones injustificadas.
- 6) Abandonar el trabajo durante las horas laborables, sin previa autorización.
- 7) Abandonar el turno de trabajo antes de que llegue su relevo.
- 8) Abandonar el trabajo antes de que su separación voluntaria sea aceptada por el empleador, salvo que hubiere transcurrido el plazo de quince días.
- 9) Proporcionar información o documentos de la Cafetería a personal interno o personas ajenas a la misma, que pudieren afectar su prestigio o a sus intereses, sin previa autorización de su empleador.
- 10) Difundir, propiciar o proporcionar información falsa o distorsionada que afecte al prestigio de la Cafetería, de su empleador, así como de sus compañeros de trabajo.
- 11) Injuriar, difamar o faltar de palabra o de obra al empleador, compañeros de trabajo y demás personas vinculadas con la Cafetería.
- 12) Pedir o recibir gratificaciones para el cumplimiento de sus funciones o para beneficiar a terceros.
- 13) Utilizar el nombre de la Cafetería o la función que desempeñe para obtener ventajas.
- 14) Realizar reuniones ajenas al trabajo dentro de las dependencias de la Cafetería, sin que estén expresamente autorizadas.
- 15) Ingerir bebidas alcohólicas o consumir drogas dentro de las oficinas o instalaciones de la Cafetería, o a menos de un kilómetro de las instalaciones de las mismas, a presentarse al trabajo en estado etílico, o bajo la acción de estupefacientes o sustancias psicotrópicas.

- 16) Alterar o causar daños de cualquier índole, en forma deliberada de los bienes de la Cafetería.
- 17) Permanecer en las oficinas, instalaciones de la Cafetería, fuera de las horas y turnos de trabajo, si autorización del empleador.
- 18) Retrasar injustificadamente el cumplimiento de las órdenes impartidas o los trabajos encomendados.
- 19) Simular enfermedades, accidentes, exagerar su gravedad o presentar documentos falsos para incumplir sus obligaciones laborales, el empleador se reserva el derecho de verificarlos.
- 20) Alterar, falsificar, obtener dolosamente documentos o proporcionar información falsa o adulterada al empleador, para obtener los beneficios que otorga ésta, por sí, o a través de terceros.
- 21) Incumplir o no someterse a tratamiento médico preventivo y curativo dispuesto por el empleador al IESS siempre y cuando no se atente contra la vida privada del trabajador.
- 22) Realizar trabajos personales o de terceros utilizando materia prima, maquinaria, herramientas o menaje del establecimiento.
- 23) Fumar en las instalaciones del establecimiento.
- 24) Dormir durante el turno, horario o jornada de trabajo.
- 25) Efectuar proselitismo político o religioso dentro del establecimiento.
- 26) No comunicar al empleador la comisión de un hecho ilícito que afecte al establecimiento.

## **Art. 12        Descuento**

Es obligación del empleador retener del sueldo, lo siguiente:

- a) Dividendos de préstamos quirografarios o hipotecarios que se adeuden al IESS.
- b) Retenciones ordenadas judicialmente.
- c) Deudas contraídas con el bar restaurante, con el cual el trabajador haya realizado un convenio de pago.
- d) Créditos otorgados por el empleador.
- e) Anticipo de sueldos, los mismos que serán descontados en forma completa de la remuneración del trabajador dentro del mes de solicitado.
- f) Faltantes de inventario de materia prima, insumos, herramientas y menaje.

- g) Por alimentación consumida por el trabajador, a quién se le reconocerá como beneficio el 10% de descuento.

**Art. 13 De la confidencialidad y de la ética**

1. Durante la actividad en la compañía y luego de haberse retirado el mismo, cualquiera que fuera la causa del término de la relación deberá:
  - a) Observar ante cualquier persona o entidad una discreción absoluta sobre cualquier actividad y/o información de carácter reservado y que no es de dominio público, referente al bar restaurante.
  - b) Mantener ante los clientes del bar restaurante y ante terceros, absoluta confidencialidad sobre cualquier información sea de carácter administrativo, técnico, comercial o financiero, relacionada con las actividades propias de la entidad, de clientes o terceros.
  - c) Abstenerse de entregar a los trabajadores de la empresa o a terceros, directa o indirectamente, información de tipo administrativo, técnica, comercial o financiera, ni cualquier otra información confidencial o de carácter reservado, relacionada con la actividad de la institución, salvo que estén debidamente autorizados por el empleador.
2. Mientras mantenga relación laboral con la empresa, deberá abstenerse de:
  - a) Hacer competencia, directa o indirectamente o bajo cualquier modalidad, a los servicios que ofrece el bar restaurante.
  - b) Contratar o favorecer a proveedores de bienes y servicios que sean familiares o relacionados usar testaferros para estos fines, así como aceptar comisiones o retribuciones en dinero, de proveedores y clientes en general, a excepción de las propinas ordinarias otorgadas por los clientes.
3. Al momento de retirarse de la empresa, deberá:
  - a) Devolver cualquier documento, lista de precios, cuentas, lista de clientes, información administrativa, técnica, comercial o financiera y otras informaciones relacionadas con el bar restaurante y clientes, que hayan sido puestos a su disposición, o en los cuales hayan tenido injerencia, sin tener copia o guardar documentos pertenecientes a la empresa.
  - b) No divulgar a la competencia o terceros información relacionada con la empresa de cualquier tipo, así se encuentre laborando para ella.

El incumplimiento de este artículo mientras exista la relación laboral será considerada falta grave sancionando al trabajador con la terminación del contrato de trabajo previo el visto bueno correspondiente. Así también dará lugar a las demás acciones administrativas, civiles y penales que pudiesen corresponder a cada caso, sin perjuicio de las indemnizaciones por daños económicos y/o morales, sanciones al trabajador y resarcimiento económico por los daños y perjuicios sufridos.

**Art. 14 Del uso de programas de internet, correos electrónicos y otros**

- a) No podrá hacer uso a través de los computadores de propiedad del bar restaurante de otros programas de cómputo no autorizados, no transmitir, datos o información que no tenga que ver con las labores diarias de la institución.
- b) Los trabajadores no podrán instalar sistemas software, de seguridad, propios y diferentes a los establecidos por la empresa. El incumplimiento será considerado falta grave y sujeta a sanciones laborales, civiles, administrativas y/o penales, incluyendo multas.

**Art. 15 Prohibiciones del empleador**

- a) Imponer multas o sanciones que no se hallaren previstos en el Código del Trabajo o este Reglamento.
- b) Cobrar al trabajador intereses por las cantidades que le anticipe por cuenta de su remuneración.
- c) Imponer colectas o suscripciones entre los trabajadores.
- d) Hacer propaganda política, religiosa o partidista de cualquier naturaleza entre los trabaj

## **CAPÍTULO IV**

### **DE LA JORNADA, TURNOS Y HORARIOS DE TRABAJO**

**Art. 16 Jornada de Trabajo**

El horario de atención del bar restaurante La Mancha de Don Quijote es de 9h00 a 2h00 de lunes a sábado.

La jornada máxima ordinaria de trabajo será de ocho horas diarias y no excederá de 40 horas semanales, distribuidos de lunes a viernes.

La jornada ordinaria de labor queda establecida según el sistema de jornada única. Dentro de esta jornada los trabajadores dispondrán de un tiempo prudencial que se añadirá al total del tiempo trabajado, para tomar su alimentación.

En el caso de las áreas operativas en donde el trabajo es continuo y no se puede interrumpir, tiene establecido jornadas especiales, las mismas que podrán modificar en las modalidades que sean más eficientes y de acuerdo a las necesidades.

#### **Art. 17 Horarios de trabajo**

El empleador se reserva la facultad de establecer o modificar los horarios de trabajo, de fijar las horas de entrada y salida de los trabajadores, de acuerdo con las necesidades y conveniencias propias de la actividad que realiza en sus distintos campos de trabajo, sujetándose a las normas pertinentes.

La cocina cerrará una hora antes del horario de atención al cliente, es decir a las 21h00. Los cambios que pudieren darse respecto a los horarios, serán notificados con ocho días de anticipación y se fijarán para el inicio de la semana entrante.

#### **Art. 18 Control de asistencia**

El empleador contará para el control de asistencia en un inicio en forma manual hasta regularse con el marcador de reloj tarjetero diseñado para el efecto.

La omisión de una marcación en la tarjeta a la hora de entrada o de salida, hará presumir ausencia a la correspondiente jornada, a menos que tal omisión fuere justificada con la debida oportunidad ante el empleador. El incumplimiento de estas disposiciones será sancionado como falta grave.

#### **Art. 19 Excepciones**

El empleador podrá convenir con el trabajador en compensar el trabajo realizado en días de descanso obligatorio, con tiempo de descanso en otro día de la semana, en una relación de un día de trabajo por un día de descanso; esta compensación excluye el pago de horas extraordinarias. Se procurará que este acuerdo no altere la programación de las actividades.

#### **Art. 20 Autorización**

Solo se trabajarán horas suplementarias o extraordinarias cuando el empleador lo amerite.

## CAPÍTULO V

### DE LAS VACACIONES Y DESCANSOS OBLIGATORIOS

#### **Art. 21 Vacaciones**

Todos los trabajadores tendrán derecho al goce de vacaciones anuales, acorde con lo estipulado en el Código del Trabajo.

Cuando el trabajador tenga derecho a sus vacaciones y el empleador por causas plenamente justificadas, no le permitiera hacer uso, se acumularán necesariamente a la del año siguiente.

Debido a la naturaleza propia del negocio, en el bar restaurante se autorizará dos períodos de vacaciones para cada persona, una de 7 días y otra de 8 días.

#### **Art. 22 Permiso con cargo a vacaciones**

Los permisos con cargo a vacaciones no sobrepasarán de siete días al año, salvo que se mantenga saldos de vacaciones de períodos anteriores y no afecte al desarrollo de las actividades de la cafetería, previa autorización del empleador.

## CAPÍTULO VI

### DE LOS PERMISOS

#### **Art. 23 Permiso remunerado**

El empleador concederá permiso remunerado a los trabajadores, por el tiempo que establezca el empleador concordante con el Código del Trabajo, siempre y cuando medien una o más de las causas siguientes y exista certificado a satisfacción, que compruebe la necesidad del mismo.

- a) Matrimonio del trabajador
- b) Parto de la cónyuge del trabajador o de la conviviente en unión estable o monogámica
- c) Fallecimiento del cónyuge o convivientes o de los parientes dentro del segundo grado de consanguinidad y segundo de afinidad (hijos, padres, hermanos, abuelos, suegros y cuñados)



- d) Accidentes o enfermedades graves del cónyuge o conviviente del trabajador, hijos o familiares que dependan económicamente del mismo
- e) Hechos o situaciones que afecten directa o significativamente a los bienes del trabajador.

**Art. 24 Permiso en horas laborables**

Para que un trabajador pueda ausentarse del puesto de trabajo en horas laborables, se requerirá permiso del empleador.

En caso de inasistencia al trabajo que no fuere notificada anticipadamente, el trabajador deberá justificarla hasta dentro de las 48 horas de iniciada la inasistencia, salvo caso de enfermedad que debería notificarse hasta dentro de las 72 horas.

## **CAPÍTULO VII DE LA TERMINACIÓN DE LAS RELACIONES LABORALES**

**Art. 25 Causas para la terminación del contrato individual**

El contrato individual de trabajo terminará por:

- a) Por las causas legalmente previstas en el contrato
- b) Por acuerdo de las partes
- c) Por separación voluntaria
- d) Por muerte del trabajador o incapacidad permanente y total para el trabajo
- e) Por muerte o incapacidad del empleador o extinción de la Cafetería
- f) Por caso fortuito o fuerza mayor que imposibiliten el trabajo como: incendio, terremoto, erupción, tempestad, explosión, plagas de campo, guerra; y, en general, cualquier otro acontecimiento extraordinario que los contratantes no pudieren prever o que previsto, no lo pudieren evitar
- g) Por voluntad del empleador en los casos previstos en el Art. 172 del Código del Trabajo
- h) Por voluntad del trabajador según el Art. 173 del Código del Trabajo
- i) Por deshaucio
- j) Por las demás causales determinadas en el Código del Trabajo y demás disposiciones de la ley.

## CAPÍTULO VIII

### DEL RÉGIMEN DISCIPLINARIO

#### **Art. 26 Clasificación de las faltas**

Las faltas cometidas por el trabajador se clasifican, de acuerdo a su gravedad y trascendencia, en leves y graves.

#### **Art. 27 Faltas leves**

Son faltas leves la inobservancia de uno o más de los literales: d), e), i), j), l), m), n), p), q), r), y v) del Art. 9 y de los numerales 4), 5), 7) 8), 16), 21), 22), 23), 25), 27), 28), 30) y 31) del Art. 11 de este Reglamento.

#### **Art. 28 Faltas graves**

Son faltas graves:

- a) La inobservancia de uno o más de los literales: c), f), g), h), o) y u) del Art. 9 de los numerales: 1), 2), 3), 6), 9), 10), 11), 12), 13), 14), 15), 17), 18), 19), 20), 24), 26), 29), 32) y 33) del Art. 11 de este Reglamento.
- b) El cometimiento de una falta leve, al menos por tres ocasiones dentro de 30 días.

#### **Art. 29 Calificación de las faltas**

La violación de los literales a), b),f) y w) del Art. 9 de este Reglamento será calificada como leve o grave según sus consecuencias.

#### **Art. 30 Sanciones**

Las sanciones son las siguientes:

- a) Amonestación verbal
- b) Amonestación escrita
- c) Multa de hasta de diez por ciento de la remuneración mensual que percibe el trabajador
- d) Terminación de la relación laboral mediante visto bueno, que se tramitará conforme a lo dispuesto en el Código del Trabajo y este Reglamento. Ninguna falta podrá merecer dos o más sanciones al mismo tiempo. Si el trabajador cometiere una falta, el empleador podrá aplicar una de las siguientes sanciones:

**1) Si la falta es leve:**

- a) Amonestación verbal o escrita
- b) Multa de hasta el 5% de la remuneración mensual del trabajador

**2) Si la falta es grave:**

- a) Multa del 6% hasta el 10% de la remuneración mensual del trabajador
- b) Solicitud de visto bueno para dar por terminado la relación laboral.

**Art. 31 Visto bueno**

Corresponde al empleador, solicitar el visto bueno para dar por terminada la relación laboral con un trabajador, para lo cual se observará lo señalado en el Art. 36 del Código del Trabajo.

**CAPÍTULO IX****DE LA CAPACITACIÓN Y EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO****Art. 32 De la capacitación**

Las capacitaciones programadas serán de carácter obligatorio. (verificar si es legal hacerlo fuera de las horas de trabajo).

**Art. 33 Del desempeño**

Los trabajadores serán evaluados periódicamente, en base del servicio prestado y los ingresos generados en el desenvolvimiento de los turnos, en relación al estándar percibido; y, se tomará en consideración la opinión y satisfacción del cliente.

**CAPÍTULO X****DE LA DISCRIMINACIÓN Y EL ACOSO SEXUAL**

**Art. 34** La persona que propague, practique, incite a toda distinción, restricción, exclusión o preferencia en razón de nacionalidad, etnia, lugar de nacimiento, edad, sexo,

identidad de género u orientación sexual, identidad cultural, estado civil, idioma, religión, ideología, condición socio económica, condición migratoria, discapacidad o estado de salud, con el objetivo de anular reconocimiento, goce o ejercicio de derechos en condiciones de igualdad, será sancionado como falta grave.

**Art. 35** No se tolerará bajo ningún concepto condiciones que sean constitutivas de acoso sexual sea verbal o física, que diferencian claramente a este fenómeno de otras fuentes de vulneración de derechos como el hostigamiento laboral y de atención al cliente; aún, cuando puede coexistir:

- a) Una conducta de naturaleza o connotación sexual
- b) Es un hecho no bienvenido o no consentido
- c) Es una situación que genera consecuencias negativas para la víctima

Los mismos que pueden estar en los niveles:

- 1) Acoso leve, verbal: chistes, piropos, conversaciones de contenido sexual
- 2) Acoso moderado, no verbal y sin contacto físico: miradas, gestos lascivos, muecas
- 3) Acoso medio, fuerte verbal: llamadas telefónicas y/o cartas, presiones para salir o invitaciones con intenciones sexuales.
- 4) Acoso fuerte, con contacto físico: manoseos, sujetar o acorralar.
- 5) Acoso muy fuerte: presione tanto físicas como psíquicas para tener contacto íntimo.

## **CAPÍTULO XI**

### **PROTECCIÓN DEL MEDIO AMBIENTE**

**Art. 36** El bar restaurante La Mancha de Don Quijote, está comprometido a proteger el medio ambiente, para lo cual se definen las siguientes acciones de aplicación obligatoria:

- 1) No extraer plantas
- 2) No botar o dejar basura en áreas que no estén designadas para recibir desechos sólidos

- 3) Minimizar la producción de residuos y en su caso, adecuar la gestión de la merma producida a las buenas prácticas de gestión medioambiental, potenciando la separación selectiva para su posterior reutilización, reciclado y tratamiento.
- 4) Depositar la basura en los contenedores autorizados por el Municipio y sacarlos con oportunidad.

## **CAPÍTULO XII**

### **DE LAS DISPOSICIONES GENERALES**

**Primera:** El empleador entregará a sus trabajadores un ejemplar impreso del presente Reglamento Interno de Trabajo, una vez que fuere aprobado por el Ministerio de Trabajo.

13.11 Fotografias















## 13.12 Hojas de Fabricación



		HOJA DE FABRICACIÓN		
NOMBRE DEL PLATO:		SOPA DE POLLO		
INGREDIENTES	CANTIDAD	MISE PLACE	TÉCNICA	HERRAMIENTA
Pollo	0,380 Kg	Trozar en pedasos pequeños	Lavar, cortar, cocer	Tabla, cuchillo, cacerola
Fondo claro	3,00 L	Medir	Medir	Cacerola
Fideo de rosca	0,300 Kg	Pesar	Pesar, cocer	Balanza, cacerola
Papa	0,300 Kg	lavar, cortar brunoise	Pelar, picar	Tabla, cuchillo, bowl
Huevos	0,380 Kg		Lavar y cocer	Cacerola
Cebolla	CN	picar pedasos grandes	Picar	Tabla, cuchillo, bowl
Ajo	CN		Triturar	Tabla, cuchillo, bowl
Orégano	CN		Triturar	Cacerola
Sal	CN			
Pimienta	CN			
Cebolla blanca	CN		Picar	Tabla, cuchillo, bowl
Apio	CN			
<b>PROCEDIMIENTO</b>				
1. Colocar en un cacerola el fondo claro y el pollo picado en pedazos pequeños y someter a fuego medio alto				
2. Al hervir la cacerola agregar sal, pimienta, ajo, cebolla y orégano fresco.				
3. Cuando se coza el pollo agregar el fideo rosca y la papa, comprobar sabores.				
4. Dejar hervir a fuego medio bajo hasta que se coza la papa y el fideo.				
5. Retirar del fuego y agregar cebolla de hoja picada y perejil.				
6. Poner la mitad del huevo cocido en cada plato al servir.				



		HOJA DE FABRICACIÓN		
NOMBRE DEL PLATO:		ARROZ RELLENO		
INGREDIENTES	CANTIDAD	MISE PLACE	TÉCNICA	HERRAMIENTA
Arroz	1,95 Kg	Medir y lavar	Medir, lavar y cocer	Bowl, cacerola
Choclo	0,380 Kg	Medir y lavar	Medir, lavar y cocer	Cacerola
Pechuga de pollo	0,450 Kg	Desmenuzar	Cocer y desmenuzar	Tabla, cuchillo, cacerola
Arveja tierna	0,040 Kg	Lavar	Lavar y cocer	Tabla, cuchillo, bowl
Zanahoria	0,060 Kg	Lavar y picar en brunoise	Lavar, pelar, picar y cocer	Tabla, cuchillo, cacerola
Jamón	0,060 Kg	picar pedasos medianos	Picar y refreir	Tabla, cuchillo, bowl
Cebolla	CN	Juliana	Picar juliana	Tabla, cuchillo, bowl
Ajo	CN		Triturar	Cacerola
Orégano	CN			
Sal	CN			
Pimienta	CN			
<b>PROCEDIMIENTO</b>				
1. Refreir la cebolla con el ajo y agregar color.				
2. Cuando esté caramelizado el refrito agregar el jamón previamente sellado y la pechuga				
3. Refreir bien y agregar fondo blanco y dejar hervir por un periodo corto.				
4. Agregar la arveja, el choclo y la zanahoria.				
5. Agregar el arroz y conforme se va revolviendo se agrega si desea salsa china, para dar un toque				
6. Retirar del fuego y emplatarse, acompañar con la ensalada que le agrade y plátano o camote frito.				



		HOJA DE FABRICACIÓN		
<b>NOMBRE DEL PLATO:</b>		BUÑUELOS CON MIEL		
<b>INGREDIENTES</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>MISE PLACE</b>	<b>TÉCNICA</b>	<b>HERRAMIENTA</b>
Harina	0,380 Kg	Pesar y tamizar	Pesar, tamizar	Balanza, tamiz y bowl
Huevos	0,020 Kg	Batir	Batir	Batidora
Panela	0,230 Kg	Trozar	Trozar, hervir	Balanza, cacerola
Leche	1,50 L	lavar, cortar brunoise	Pelar, picar	Tabla, cuchillo, bowl
Azúcar	CN			
Canela	CN			
Sal	CN			
<b>PROCEDIMIENTO</b>				
1. Batir 4 huevos en un bowl y agregar leche, el azúcar (si se desea unas gotas de esencia de vainilla) y luego la harina hasta conseguir una masa no muy espesa.				
2. Colocar en una cacerola un cuarto de taza de agua y agregar la panela en trozos y la canela, dejar hervir hasta que se sienta la fragancia de la canela.				
3. Colocar al fuego una sartén honda con aceite y dejar que se caliente para luego con la ayuda de una manga pastelera colocar las bolitas de la masa para buñuelos.				
4. Servir en un platillo de postre el buñuelo y añadir la miel al gusto.				

		HOJA DE FABRICACIÓN		
<b>NOMBRE DEL PLATO:</b>		ARVEJA CON GUINEO		
<b>INGREDIENTES</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>MISE PLACE</b>	<b>TÉCNICA</b>	<b>HERRAMIENTA</b>
Arveja seca	0,380 Kg	Remojar	Remojar, cocer	Bowl y cacerola
Guineo verde	0,150 KG	Pelar y picar en brunoise mediano	Pelar, picar, cocer	Tabla, cuchillo, bowl, cacerola
Quesillo	0,150 KG	Desmenuzar	Pesar, desmenuzar	Balanza, bowl
Cebolla paitaña	CN	lavar, cortar brunoise	Pelar, picar	Tabla, cuchillo, bowl
Sal	CN			
Aguacate	CN	Rodajas	Pelar y cortar	Tabla y cuchillo
Culantro	CN	repicar	Repicar	Tabla, cuchillo, bowl
<b>PROCEDIMIENTO</b>				
1. Someter a cocción las arvejas secas remojadas (usar olla de presión para acelerar la cocción)				
2. Caramelizar la cebolla en la cacerola que se va a preparar la sopa y luego agregar agua.				
3. Cuando hierba el agua agregar el guineo verde picado y dejar cocer hasta que se ablande				
4. Agregar la arveja incluyendo el agua en la que se coció y dejar hervir hasta que suelte el sabor.				
5. Cuando haya hervido lo suficiente y todos los ingredientes estén bien cocidos agregar el quesoillo.				
6. Seguros de que el quesoillo está deshecho, rectificamos sabores y separamos del fuego.				
7. Para servir agregar el culantro y una rodaja de aguacate				



		HOJA DE FABRICACIÓN		
<b>NOMBRE DEL PLATO:</b>		<b>MINI BANDEJA PAISA</b>		
<b>INGREDIENTES</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>MISE PLACE</b>	<b>TÉCNICA</b>	<b>HERRAMIENTA</b>
Arroz	1,20 Kg	Medir y lavar	Medir, lavar y cocer	Bowl, cacerola
Chicharrón	0,750 Kg	Cortar pedazos grandes y delgados	Cortar y cocer	Tabla, cuchillo, cacerola
Carne de res	0,750 Kg	Filetear	Cortar y cocer	Tabla, cuchillo, cacerola
Frijoles secos	1,20 Kg	Remojar y cocer		Cacerola
Huevo	2,50 Kg	Freir	Freir	Sartén
Tomate	0,0100Kg	Lavar y picar en brunoise	Lavar, pelar, picar	Tabla, cuchillo, cacerola
Cebolla paitaña	0,070 Kg	Juliana fina	Picar y encurtir	Tabla, cuchillo, bowl
Orégano	CN			
Sal	CN			
Aceite	CN			
Pimiento	CN			
Pimienta	CN			
Aceite	CN			
<b>PROCEDIMIENTO</b>				
1. Hacer arroz blanco.				
2. Freir el chicharrón				
3. Guisar el filete de res, sellarlo primero.				
4. Menestra de frijoles: Refreír cebolla y ajo (se puede refreír tocino si le agrada) luego agregar agua				
5. Hacer un encurtido de la cebolla y el tomate, si se desea se puede agregar culantro.				
6. Emplatarse con todos los ingredientes y freir un huevo para agregarlo al final en el plato.				

		HOJA DE FABRICACIÓN		
<b>NOMBRE DEL PLATO:</b>		<b>MOUSSE DE MARACUYÁ</b>		
<b>INGREDIENTES</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>MISE PLACE</b>	<b>TÉCNICA</b>	<b>HERRAMIENTA</b>
Pulpa de maracuyá	0,380 L	Medir	Medir	Jarra con medidas
Crema de leche	0,300 L	Congelar y batir	Batir	Batidora, bowl
Leche condensada	0,150 L			Bowl
Huevos	2 U		Batir	Batidora, bowl
Azúcar	CN			
Gelatina sin sabor	CN			
<b>PROCEDIMIENTO</b>				
1. Hacer almívar para elaborar un merengue italiano (una taza de azúcar y un cuarto de taza de agua)				
2. Batir las claras de huevo a punto de nieve, agregar el almívar hasta que esté listo el merengue.				
3. Agregar al jugo de maracuyá la gelatina sin sabor (previamente hidratada) y luego incorporar esta				
4. Batir la crema de leche previamente congelada y cuando se haga una crema agregar cuidadosamente al merengue.				
5. Enmoldar y llevar a refrigeración				



		HOJA DE FABRICACIÓN		
NOMBRE DEL PLATO:	SANCOCHO DE RES			
INGREDIENTES	CANTIDAD	MISE PLACE	TÉCNICA	HERRAMIENTA
Hueso con carne de res	0,750 Kg	Lavar, trozar	Lavar, trozar, sellar y cocer	Tabla, cuchillo, cacerola
Fondo oscuro	3,00 L	Medir	Medir	Cacerola
Plátano verde	0,300 Kg	Pesar, pelar y picar	Pesar, cocer	Balanza, bowl, cacerola
Guineo Verde	0,300 Kg	Pesar, pelar y picar	Pesar, cocer	Balanza, bowl, cacerola
Yuca	0,300 Kg	Pesar, pelar y picar	Pesar, cocer	Balanza, bowl, cacerola
Cebolla paitaña	CN	picar brunoise	Picar	Tabla, cuchillo, bowl
Ajo	CN	picar brunoise	Picar	Tabla, cuchillo, bowl
Orégano	CN			
Perejil	CN			
Pimiento	CN			
Sal	CN			
Perejil	CN	Repicado	Repicar	Tabla, cuchillo, bowl
Pimienta	CN			
PROCEDIMIENTO				
1. Refrear la cebolla y el ajo y luego sellar el hueso de res.				
2. Agregar el fondo de res y agua y llevar a ebullición por lo menos 45 min.				
3. Cuando ya el hueso empiece dar sabor y la carne esté blanda agregar el plátano, el guineo y la yuca.				
4. Dejar hervir a fuego medio hasta que se cocine bien todos los ingredientes.				
5. Retirar del fuego y agregar perejil picado.				
6. Emplatarse (servir caliente)				



		HOJA DE FABRICACIÓN		
NOMBRE DEL PLATO:	CUERO CON PAPA Y GARBANZO			
INGREDIENTES	CANTIDAD	MISE PLACE	TÉCNICA	HERRAMIENTA
Cuero de chanco	1,20 Kg	picar pedasos medianos	Picar, cocer	Bowl, cacerola
Papa	0,380 Kg	pelar y picar en small dices	Picar y cocer	Bowl, cacerola
Cebolla paitaña	0,150 Kg	brunoise	Picar y refrear	Tabla, cuchillo, cacerola
Garbanzo	0,380 Kg	remojar	Remojar y cocer	Bowl, cacerola
Tomate	0,080 kg	Lavar y picar en brunoise	Lavar, pelar, picar y cocer	Tabla, cuchillo, cacerola
Arroz	0,600 kg	Lavar	Lavar y cocer	Bowl, cacerola
Pimiento	CN	brunoise	Picar	Tabla, cuchillo, bowl
Sal	CN			
Pimienta	CN			
Ajo	CN	brunoise	Picar	Tabla, cuchillo, bowl
Orégano	CN			
Aceite	CN			
PROCEDIMIENTO				
1. Refrear la cebolla, el ajo y el tomate y agregar color.				
2. Cuando esté caramelizado el refrito el cuero de chanco y el agua y dejar hervir.				
3. Ablandar el garbanzo y hacer arroz blanco.				
4. Agregar la papa y el garbanzo a la cacerola del cuero y rectificar sabores.				
5. Cuando todo este blando y un poquito espeso retirar del fuego.				
6. Servir caliente y acompañar con arroz				



		HOJA DE FABRICACIÓN		
<b>NOMBRE DEL PLATO:</b>		<b>HIGOS CON QUESO</b>		
<b>INGREDIENTES</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>MISE PLACE</b>	<b>TÉCNICA</b>	<b>HERRAMIENTA</b>
Higos	0,300 Kg	Lavar y cortar	Lavar, cortar y cocer	Tabla, cuchillo, cacerola
Panela	0,150 Kg	Trozar	Trozar, hervir	Tabla, cuchillo, cacerola
Queso	0,080 Kg	Cortar cubos medianos	Cortar	Tabla, cuchillo
Agua	CN			
Canela	CN			
Clavo de olor	CN			
<b>PROCEDIMIENTO</b>				
1. Colocar en una cacerola todos los ingredientes y llevar a fuego medio bajo por un tiempo				
2. Cuando el higo esté pasado en miel y blando, lo retiramos del fuego y lo dejamos reposar.				
3. Emplatamos equilibrando la miel con el higo y agregamos queso fresco para servir.				

		HOJA DE FABRICACIÓN		
<b>NOMBRE DEL PLATO:</b>		<b>TRIGO CON PATA DE CERDO</b>		
<b>INGREDIENTES</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>MISE PLACE</b>	<b>TÉCNICA</b>	<b>HERRAMIENTA</b>
Pata de cerdo	0,750 Kg	Picar pedazos pequeños	Picar, cocer	Tabla, cuchillo, bowl, cacerola
Trigo	0,300 Kg	Remojar	Remojar, cocer	Bowl, cacerola
Papa	0,300 Kg	Small dices	Picar, cocer	Bowl, cacerola
Cebolla	CN	Brunooisse	Picar	Bowl
Ajo	CN	Brunooisse	Picar	Tabla, cuchillo, bowl
Orégano	CN			
Perejil	CN	Repicar	Repicar	Bowl
Pimienta	CN			
Pimiento	CN			
Sal	CN			
<b>PROCEDIMIENTO</b>				
1. Someter a cocción el trigo remojado primeramente.				
2. Caramelizar la cebolla y el ajo en la cacerola que se va a preparar la sopa y luego agregar agua.				
3. Cuando hierba el agua con la pata de cerdo agregar la papa y dejar hervir hasta que se cocine				
4. Evitar que hierva demasiado, puede quedar muy espesa.				
5. Rectificar sabores y retirar del fuego.				
6. Servir caliente y agregar perejil.				



		HOJA DE FABRICACIÓN		
<b>NOMBRE DEL PLATO:</b>		<b>FILETE DE POLLO AL LIMÓN</b>		
<b>INGREDIENTES</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>MISE PLACE</b>	<b>TÉCNICA</b>	<b>HERRAMIENTA</b>
Pechuga de pollo	1,20 Kg	Filetear y pesar	Filetear	Tabla, cuchillo, bowl, plancha
Papa	0,600 Kg	Cortar en pedazos	Cortar, cocer, gratinar	Tabla, cuchillo, cacerola, horno
Tomate	0,230 Kg	Filetear	Cortar y cocer	Tabla, cuchillo, cacerola
Pepino	0,150 Kg	Cortar en cuartos	Cortar y gratinar	Cacerola, horno
Limón	CN			
Orégano	CN			
Sal	CN			
Pimienta	CN			
<b>PROCEDIMIENTO</b>				
1. Cocer la papa con corteza y arreglarla en una bandeja con sal, pimienta y orégano para luego				
2. Poner sal, pimienta y orégano en el filete de pollo y llevarlo a la plancha, evitar que se seque la				
3. Gratinar la papa				
4. Emplatar en cuanto salga el filete de la plancha				

		HOJA DE FABRICACIÓN		
<b>NOMBRE DEL PLATO:</b>		<b>SUFLÉ DE MANGO</b>		
<b>INGREDIENTES</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>MISE PLACE</b>	<b>TÉCNICA</b>	<b>HERRAMIENTA</b>
Mermelada de mango	0,380 L	Medir	Medir	Jarra con medidas
Crema de leche	0,300 L	Congelar y batir	Batir	Batidora, bowl
Leche evaporada	0,150 L			Bowl
Huevos	2 U		Batir	Batidora, bowl
Azúcar	CN			
Gelatina sin sabor	CN			
<b>PROCEDIMIENTO</b>				
1. Batir la leche evaporada con la crema de leche.				
2. Hidratar la gelatina sin sabor y agregar a la mermelada de mango.				
3. Agregar la mermelada de mango con la gelatina sin sabor y mezclar bien. Comprobar el nivel de				
4. Enmoldar y llevar a refrigeración				
5. Enmoldar y llevar a refrigeración				

		HOJA DE FABRICACIÓN		
<b>NOMBRE DEL PLATO:</b>	<b>CREMA DE HABAS</b>			
INGREDIENTES	CANTIDAD	MISE PLACE	TÉCNICA	HERRAMIENTA
Haba tierna	1,20 Kg	Lavar, pelar	Lavar, pelar, cocer	Tabla, cuchillo, cacerola
Papa	0,380 Kg	Lavar, pelar y small dices	Lavar, pelar, picar, cocer	Tabla, cuchillo, cacerola
Cebolla paitaña	0,150 Kg	Brunoise	Pelar, picar	Tabla, cuchillo, bowl
Quesillo	0,380 Kg	Desmenuzar	Desmenuzar	Bowl
Sal	CN			
Pimienta	CN			
Culantro	CN	Repicar	Repicar	Tabla, cuchillo, bowl
<b>PROCEDIMIENTO</b>				
1. En la cacerola refreír la cebolla con aceite de color y luego agregar agua y llevarla a ebullición.				
2. Retirar la cáscara del haba tierna y junto con la papa ponerla en la cacerola que tenemos				
3. Cuando se cozan los ingredientes batir bien para que se vuelva una crema y rectificar sabores.				
4. Dejar hervir a fuego medio bajo hasta obtener el sabor y la textura deseada.				
5. Emplatar y agregar culantro.				

		HOJA DE FABRICACIÓN		
<b>NOMBRE DEL PLATO:</b>	<b>LENGUA GUISADA</b>			
INGREDIENTES	CANTIDAD	MISE PLACE	TÉCNICA	HERRAMIENTA
Lengua de res	1,20 Kg	Pelar y picar en slides finos	Pelar, picar, cocer	Tabla, cuchillo, cacerola
Arroz	0,380 Kg	Medir y lavar	Medir, lavar, cocer	Bowl, cacerola
Arveja tierna	0,150 Kg	Lavar	Lavar y cocer	Tabla, cuchillo, cacerola
Choclo	0,150 Kg	Lavar	Lavar y cocer	Tabla, cuchillo, bowl
Zanahoria	0,150 Kg	Lavar y picar en brunoise	Lavar, pelar, picar y cocer	Tabla, cuchillo, cacerola
Tomate	0,100 Kg	Brunoise	Picar y refreír	Tabla, cuchillo, bowl
Sal	CN			
Pimienta	CN			
Perejil	CN	Repicar	Repicar	Bowl
Cebolla	CN	Brunoise	Picar y refreír	Tabla, cuchillo, cacerola
Orégano	CN			
Ajo	CN	Brunoise	Picar y refreír	Tabla, cuchillo, cacerola
Aceite	CN			
<b>PROCEDIMIENTO</b>				
1. En una cacerola hacer un refrito con la cebolla, el ajo, el tomate, el orégano				
2. Cuando esté caramelizado el refrito agregar las porciones de lengua y someter a fuego medio alto por lo menos una hora. Cuando esté blanda la carne bajar el fuego a medio bajo y dejar que se				
3. Cuando la lengua esté bien blanda rectificar sabor y retirar del fuego.				
4. Los vegetales para la ensalada deben estar previamente cocidos para luego mezclarlos y escoger				
5. Se puede acompañar con arroz blanco o amarillo.				
6. Emplatar cuidando el equilibrio de las porciones y que la carne salga a la temperatura adecuada.				


		HOJA DE FABRICACIÓN		
<b>NOMBRE DEL PLATO:</b>		<b>PERA EN VINO TINTO</b>		
<b>INGREDIENTES</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>MISE PLACE</b>	<b>TÉCNICA</b>	<b>HERRAMIENTA</b>
Vino tinto	0,750 L			
Pera	1,50 Kg	Pelar y conservar el tallo	Pelar y cocer	Tabla, cuchillo, cacerola
Azúcar	0,230 Kg			
Canela	CN			
<b>PROCEDIMIENTO</b>				
1. En una cacerola llevar a ebullición la canela y el azúcar en 150 ml. de agua.				
2. Cuando se sienta el aroma de la canela agregar las peras previamente peladas y enteras y				
3. Cuando se haya formado una miel agregar el vino tinto y bajar el fuego, tapar la cacerola y dejar				
4. Servir en un platillo de postre el buñuelo y añadir la miel al gusto.				

		HOJA DE FABRICACIÓN		
<b>NOMBRE DEL PLATO:</b>		<b>EL GOBERNADOR</b>		
<b>INGREDIENTES</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>MISE PLACE</b>	<b>TÉCNICA</b>	<b>HERRAMIENTA</b>
Papa	1,50 Kg	Lavar, pelar y picar bastones	Lavar, pelar, picar y freir	Tabla, cuchillo, bowl y sartén
Nachos	0,380 Kg		Pesar	Balanza
Queso mozzarella	0,150 Kg	Rallar	Rallar	Rallo, bowl
Queso cheddar	0,150 Kg	Rallar	Rallar	Rallo, bowl
Carne molida	1,00 Kg	Pesar	Pesar, cocer	Balanza, cacerola
Café	CN		Filtrar	
Sal	CN			
Pimienta	CN			
Orégano	CN			
Culantro	CN			
Aceite	CN			
<b>PROCEDIMIENTO</b>				
1. Freir las papas previamente picadas en bastones.				
2. Cocer la carne molida previamente condimentada a gusto (se puede agregar una porción de frijoles y jamón para mejorar el sabor)				
3. Emplatarse poniendo en un lado la papa con la carne molida y los nachos con la combinación de los				
4. Espolvorear orégano seco al momento de servir, se acompaña con cualquier bebida a gusto.				





		HOJA DE FABRICACIÓN		
<b>NOMBRE DEL PLATO:</b>	<b>ENCEBOLLADO</b>			
<b>INGREDIENTES</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>MISE PLACE</b>	<b>TÉCNICA</b>	<b>HERRAMIENTA</b>
Albacora	1,50 Kg	Lavar, limpiar y picar	Lavar, limpiar, picar, cocer	Tabla, cuchillo, cacerola
Yuca	2,00 Kg	Lavar, pelar, picar	Lavar, pelar, picar, cocer	Tabla, cuchillo, cacerola
Cebolla paiteña	0,830 Kg	Juliana fina	Picar y encurtir	Tabla, cuchillo, bowl
Guineo verde	CN	Lavar, pelar, picar	Lavar, pelar, picar, freir	Tabla, cuchillo, bowl y sartén
Pimienta	CN	Freir	Freir	Sartén
Orégano	CN	Lavar y picar en brunoise	Lavar, pelar, picar	Tabla, cuchillo, cacerola
Culantro	CN	Juliana fina	Picar y encurtir	Tabla, cuchillo, bowl
Ajo	CN	Brunoise	Picar	Tabla, cuchillo, bowl
Aji Peruano	CN			
Aceite	CN			
<b>PROCEDIMIENTO</b>				
1. Cocer la yuca con sal y ajo.				
2. Licuar cebolla, ajo, orégano, aji peruano, pimienta y agregar a la albacora.				
3. Someter a cocción lenta la albacora adobada controlando que el sabor se vaya concentrando y				
4. Retirar del fuego y separar las capas de cada porción de albacora.				
5. Encurtir la cebolla y freir el chifle de guineo (se puede hacer tostado si es del agrado)				
6. Emplatar poniendo la yuca primero, luego la porción de albacora con su propio jugo y al final el				

		HOJA DE FABRICACIÓN		
<b>NOMBRE DEL PLATO:</b>	<b>HAMBURGUESA DE SANCHO</b>			
<b>INGREDIENTES</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>MISE PLACE</b>	<b>TÉCNICA</b>	<b>HERRAMIENTA</b>
Carne molida	1,50 Kg	Porcionar, condimentar	Porcionar, cocer a la parrilla	Tabla, parrilla
Tocino	0,600 Kg		Freir y porcionar	Sartén, bowl
Papas	0,300 Kg	Lavar, pelar y picar	Porcionar y freir	Tabla, cuchillo, bowl, sartén
Pan pequeño de hamburguesa	0,300 Kg			
Tomate	CN	Rodajas	Picar	Tabla, cuchillo, bowl
Lechuga	CN	Lavar	Lavar	Bowl
Queso mozzarella	CN	Rodajas	Cortar	Tabla, cuchillo, bowl
Sal	CN			
Mayonesa	CN			
Salsa de tomate	CN			
<b>PROCEDIMIENTO</b>				
1. Freir la papa.				
2. Poner a la plancha la carne de hamburguesa cuidando el término de la carne (jamás debe ser muy				
3. Freir el tocino				
4. Montar la hamburguesa untando las salsas en cada capa de pan luego la lechuga, luego el queso,				
5. Retirar del fuego y agregar perejil picado.				
5. Emplatar agregando la porción de papa frita y las salsas.				



		HOJA DE FABRICACIÓN		
<b>NOMBRE DEL PLATO:</b>	<b>CREPÉ DULCE</b>			
<b>INGREDIENTES</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>MISE PLACE</b>	<b>TÉCNICA</b>	<b>HERRAMIENTA</b>
Harina	0,150 Kg	Pesar y batir	Pesar y batir	Bowl, sartén
Leche	0,230 L	Medir y batir	Medir y batir	Bowl
Huevo	0,750 Kg	Batir	Batir	Bowl
Frutilla	0,380 Kg	Rodajas	Picar	Tabla, cuchillo
Bananas	0,380 Kg	Rodajas	Pelar y picar	Tabla, cuchillo
Mermelada o Manjar de leche	0,600 kg			
Sirope de chocolate	CN			
Sirope de fresa	CN			
<b>PROCEDIMIENTO</b>				
1. Elaborar una masa con la leche, los huevos y la harina, cuidar que no espese mucho. (puede agregarse esencia de vainilla y azúcar)				
2. Llevar a la planca, sartén o waflera y hacer una tortilla muy fina, no agregar aceite, en el crepé de prueba se puede usar una pisca de mantequilla)				
3. Pasar una capa de mermelada o manjar por todo el crepé y agregar la fresa y el banano en				
4. Envolver el crepé dándole la forma que se desee.				
5. Emplatar decorando el crepé con el sirope que más le agrade, se puede añadir azúcar impalpable y o canela en polvo.				
				

		HOJA DE FABRICACIÓN		
<b>NOMBRE DEL PLATO:</b>	<b>HORCHATA</b>			
<b>INGREDIENTES</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>MISE PLACE</b>	<b>TÉCNICA</b>	<b>HERRAMIENTA</b>
Horchata	0,300 Kg	Lavar	Lavar	Cacerola
Agua	2,5 L		Medir	Jarra de medidas, cacerola
Azúcar	0,900 Kg		Pesar	Balanza
Sábila	CN			
Linasa	CN			
<b>PROCEDIMIENTO</b>				
1. Poner a ebullición la cacerola con el agua, el azúcar y la linasa, dejar hervir por 20 minutos.				
2. Agregar los componentes de la horchata (frescos de preferencia) y en cuanto comience a hervir la cacerola retirar el fuego, tapar y dejar reposar				
3. Cernir la horchata y dejarla reposar hasta que se enfríe (se la puede tomar fría o caliente)				
4. Servir de acuerdo al gusto se añade la cantidad de sábila que deseen y jugo de limón si es del agr				
				

		HOJA DE FABRICACIÓN		
<b>NOMBRE DEL PLATO:</b>	<b>CHICHA DE ARROZ</b>			
INGREDIENTES	CANTIDAD	MISE PLACE	TÉCNICA	HERRAMIENTA
Arroz	0,300 kg	Pesar y lavar	Pesar, cocer	Bowl, cacerola
Leche evaporada	0,380 L	Medir	Medir	Bowl, cacerola
Hielo	CN			
Agua	CN			
Panela	CN			
Canela	CN			
Clavo de olor	CN			
Pimienta dulce	CN			
<b>PROCEDIMIENTO</b>				
1. En una cacerola poner a hervir el agua con todas las especias y la panela.				
2. Cuando se perciba el aroma del agua agregar el arroz y dejarlo cocer bien.				
3. Retirar del fuego y cernir.				
4. Licuar con el hielo y la leche evaporada.				
5. Refrigerar para servir fría.				

		HOJA DE FABRICACIÓN		
<b>NOMBRE DEL PLATO:</b>	<b>CHICHA MORADA</b>			
INGREDIENTES	CANTIDAD	MISE PLACE	TÉCNICA	HERRAMIENTA
Maiz morado	0,750 Kg	Pesar	Pesar y cocer	Balanza, cacerola
Piña	0,380 Kg	Cortar en pedazos	Cortar y cocer	Tabla, cuchillo, cacerola
Manzana	0,380 Kg	Cortar en small dices	Cortar y cocer	Tabla, cuchillo, cacerola
Hielo	CN			
Agua	CN			
Azúcar	CN			
Canela	CN			
Clavo de olor	CN			
Limón	CN			
Hoja de higo	CN			
<b>PROCEDIMIENTO</b>				
1. En una cacerola poner a cocer el maíz morado con canela y clavo de olor hasta que suelte el				
2. Cernir y agregar agua para volver a poner a cocinar con los demás ingredientes, hasta que se				
3. Cernir y dejar reposar.				
4. Enfriar y agregar el azúcar y el jugo de limón al final ya para servir.				

		HOJA DE FABRICACIÓN		
<b>NOMBRE DEL PLATO:</b>	INFUSIÓN DE GUAYUSA			
<b>INGREDIENTES</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>MISE PLACE</b>	<b>TÉCNICA</b>	<b>HERRAMIENTA</b>
Guayusa	0,250 Kg		Pesar	Cacerola
Agua	2,5 L		Medir	Cacerola
Panela	CN			
Canela	CN			
Clavo de olor	CN			
Aguardiente de caña	CN			
<b>PROCEDIMIENTO</b>				
1. Someter a ebullición la cacerola con agua y las especias hasta que suelte el aroma.				
2. Cernir y volver a para la cacerola y cuando hierba agregar la guayusa y tapar.				
3. Retirar del fuego en cuanto se perciba el aroma de la guayusa (las especias canela y clavo de olor				
4. Se sirve caliente y se agrega aguardiente si se desea.				

		HOJA DE FABRICACIÓN		
<b>NOMBRE DEL PLATO:</b>	CHICHA DE AVENA			
<b>INGREDIENTES</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>MISE PLACE</b>	<b>TÉCNICA</b>	<b>HERRAMIENTA</b>
Avena	0,250 Kg	Pesar	Pesar y cocer	Balanza, cacerola
Agua	2,5 L	Medir	Medir	Jarra de medidad, cacerola
Panela	0,380 Kg	Trozar	Trozar	
Maracuyá	CN			
Canela	CN			
Azúcar	CN			
	CN			
	CN			
	CN			
	CN			
<b>PROCEDIMIENTO</b>				
1. En una cacerola poner a cocer la avena con canela y clavo de olor hasta que suelte el sabor y el				
2. Cernir y agregar agua para volver a poner a cocinar con los demás ingredientes, hasta que se				
3. Cernir y dejar reposar.				
4. Poner a refrigerar antes de servir.				