UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE INGENIERÍA QUÍMICA

LICENCIATURA EN GASTRONOMÍA

TEMA:

Propuesta para la reestructuración del área de producción, servicio y comercialización del restaurante "Loco x los chuzos" ubicados en el norte de la ciudad de Guayaquil.

AUTORA:

Gloria Isabel Contreras Sornoza

TUTORA:

Lcda. Fátima Gabriela Zamora Flores, MCI.

Guayaquil, 2022

ANEXO V.- RÚBRICA DE EVALUACIÓN TRABAJO DE TITULACIÓN
MODALIDAD: SISTEMATIZACIÓN DE EXPERIENCIAS PRÁCTICAS DE INVESTIGACIÓN Y/O INTERNVENCIÓN

Título del Trabajo: Propuesta para la reestructuración del área de producción, servicio y comercialización del restaurante "Loco x los chuzos" ubicados en el norte de la ciudad de Guayaquil.
Autor(s): Contreras Sornoza Gloria Isabel

ASPECTOS EVALUADOS	PUNTAJE MÁXIMO	CALFIFICACIÓN
ESTRUCTURA ACADÉMICA Y PEDAGÓGICA	4.5	
Propuesta integrada a Dominios, Misión y Visión de la Universidad de Guayaquil.	0.3	0.3
Relación de pertinencia con las líneas y Sublinea de investigación Universidad/Facultad/Carrera.	0.4	0.4
Base conceptual que cumple con las fases de comprensión, interpretación, explicación y sistematización en la resolución de un problema.	0.8	0.8
Coherencia en relación a los modelos de actuación profesional, problemática, tensiones y tendencias de la profesión, problemas a encarar, prevenir o solucionar de acuerdo al PND-BV.	1	0.8
Evidencia el logro de capacidades cognitivas relacionadas al modelo educativo como resultados de aprendizaje que fortalecen el perfil de la profesión.	1	0.9
Responde como propuesta de contextualización, diagnóstico, implementación y evaluación de la praxis pre profesional.	0.6	0.9
Responde a un proceso de investigación – acción, como parte de la propia experiencia educativa y de los aprendizajes adquiridos durante la carrera.	0.4	0.3
RIGOR CIENTÍFICO	4.5	4.1
El título identifica de forma correcta los objetivos de la investigación.	1	1
El trabajo expresa los antecedentes del tema, su importancia dentro del contexto general, del conocimiento y de la sociedad, así como del campo al que pertenece, aportando significativamente a la investigación.	1	0.9
El objetivo general, los objetivos específicos y el marco metodológico están en correspondencia.	1	0.9
El análisis de la información se relaciona con datos obtenidos y permite expresar las conclusiones en correspondencia a los objetivos específicos.	0.8	0.6
Actualización y correspondencia con el tema, de las citas y referencia bibliográfica.	0.7	0.7
PERTINENCIA E IMPACTO SOCIAL	1	0.9
Pertinencia de la investigación.	0.5	0.5
Innovación de la propuesta proponiendo una solución a un problema relacionado con el perfil de egreso profesional.	0.5	0.4
CALIFICACIÓN TOTAL * 10		9.0

* El resultado será promediado con la calificación del Tutor Revisor y con la calificación de obtenida en la Sustentación oral.
**El estudiante que obtiene una calificación menor a 7/10 en la fase de tutoría de titulación, no podrá continuar a las siguientes fases (revisión, sustentación).

FIRMADO ELECTRÓNICAMENTE POR:
FATIMA GABRIELA ZAMORA FLORES

Lic. Fátima Gabriela Zamora Flores MCI.
C.I. 0920494010
Fecha: 20 de septiembre del 2022

ANEXO VI. - CERTIFICADO DEL DOCENTE-TUTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Guayaquil, 20 de septiembre del 2022

DIRECTOR (A) DE LA CARRERA
ING. CARMEN EMPERATRIZ LLERENA RAMIREZ
FACULTAD INGIENERIA QUIMICA
UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

Ciudad. -

De mis consideraciones:

Envío a Ud. el Informe correspondiente a la tutoría realizada al Trabajo de Titulación: **Propuesta para la reestructuración del área de producción, servicio y comercialización del restaurante "Loco x los chuzos" ubicados en el norte de la ciudad de Guayaquil.** de (los) estudiante (s): **Contreras Sornoza Gloria Isabel** indicando que ha(n) cumplido con todos los parámetros establecidos en la normativa vigente:

- El trabajo es el resultado de una investigación.
- El estudiante demuestra conocimiento profesional integral.
- El trabajo presenta una propuesta en el área de conocimiento.
- El nivel de argumentación es coherente con el campo de conocimiento.

Adicionalmente, se adjunta el certificado de porcentaje de similitud y la valoración del trabajo de titulación con la respectiva calificación.

Dando por concluida esta tutoría de trabajo de titulación, **CERTIFICO,** para los fines pertinentes, que el (los) estudiante (s) está (n) apto (s) para continuar con el proceso de revisión final.

Atentamente,

Firmado electrónicamente por:
FATIMA GABRIELA
ZAMORA FLORES

Lic. Fátima Gabriela Zamora Flores MCI.
C.I. 0920494010
Fecha: 20 de septiembre del 2022

ANEXO VII.- CERTIFICADO PORCENTAJE DE SIMILITUD

Habiendo sido nombrado: **Lic. Fátima Gabriela Zamora Flores MCI,** tutor del trabajo de titulación certifico que el presente trabajo de titulación ha sido elaborado por: **Contreras Sornoza Gloria Isabel**, con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de Licenciado en Gastronomía. .

Se informa que el trabajo de titulación **Propuesta para la reestructuración del área de producción, servicio y comercialización del restaurante "Loco x los chuzos" ubicados en el norte de la ciudad de Guayaquil** ha sido orientado durante todo el periodo de ejecución en el programa antiplagio **Turnitin**, quedando el **4** % de coincidencia.

Haga clic para acceder al análisis:
https://www.turnitin.com/newreport_classic.asp?lang=es&oid=1904256151&ft=1&bypass_cv=1

Firmado electrónicamente por:
FATIMA GABRIELA ZAMORA FLORES

Lic. Fátima Gabriela Zamora Flores MCI.
C.I. 0920494010
Fecha: 20 de septiembre del 2022

ANEXO VIII.- INFORME DEL DOCENTE REVISOR

Guayaquil, 23 septiembre del 2022

DIRECTOR (A) DE LA CARRERA: ING. CARMEN EMPERATRIZ LLERENA RAMIREZ
FACULTAD INGIENERIA QUIMICA
UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
Ciudad. -
De mis consideraciones:

Envío a Ud. el informe correspondiente a la **REVISIÓN FINAL** del Trabajo de Titulación **Propuesta para la reestructuración del área de producción, servicio y comercialización del restaurante "Loco x los chuzos" ubicados en el norte de la ciudad de Guayaquil,** de la estudiante **CONTRERAS SORNOZA GLORIA ISABEL**. Las gestiones realizadas me permiten indicar que el trabajo fue revisado considerando todos los parámetros establecidos en las normativas vigentes, en el cumplimento de los siguientes aspectos:

Cumplimiento de requisitos de forma:
El título supera las **20** palabras
La memoria escrita se ajusta a la estructura establecida.
El documento se ajusta a las normas de escritura científica seleccionadas por la Facultad.
La investigación es pertinente con la línea y Sublinea de investigación de la carrera.
Los soportes teóricos son de máximo __8__ años.
La propuesta presentada es pertinente.

Cumplimiento con el Reglamento de Régimen Académico:
El trabajo es el resultado de una investigación.
El estudiante demuestra conocimiento profesional integral.
El trabajo presenta una propuesta en el área de conocimiento.
El nivel de argumentación es coherente con el campo de conocimiento.

Adicionalmente, se indica que fue revisado, el certificado de porcentaje de similitud, la valoración del tutor, así como de las páginas preliminares solicitadas, lo cual indica el que el trabajo de investigación cumple con los requisitos exigidos.
Una vez concluida esta revisión, considero que el estudiante está apto para continuar el proceso de titulación. Particular que comunicamos a usted para los fines pertinentes.

Atentamente,

Firmado electrónicamente por:
CESAR GARDEL VILLAGOMEZ BUELE

_____
DOCENTE TUTOR REVISOR
C.I. 0920494010
FECHA: Guayaquil, 23 septiembre del 2022

Universidad de Guayaquil
Facultad de Ingeniería Química
Carrera de Gastronomía

LICENCIATURA EN GASTRONOMÍA

ANEXO IX.- RÚBRICA DE EVALUACIÓN DOCENTE REVISOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN
MODALIDAD: SISTEMATIZACIÓN DE EXPERIENCIAS PRÁCTICAS DE INVESTIGACIÓN Y/O INTERNVENCIÓN

Título del Trabajo: Propuesta para la reestructuración del área de producción, servicio y comercialización del restaurante "Loco x los chuzos" ubicados en el norte de la ciudad de Guayaquil.

Autora: Gloria Isabel Contreras Sornoza

ASPECTOS EVALUADOS	PUNTAJE MÁXIMO	CALFICA-CIÓN	COMENTARIOS
ESTRUCTURA Y REDACCIÓN DE LA MEMORIA	3	2.8	
Formato de presentación acorde a lo solicitado.	0.6	0.5	
Tabla de contenidos, índice de tablas y figuras.	0.6	0.6	
Redacción y ortografía.	0.6	0.6	
Correspondencia con la normativa del trabajo de titulación.	0.6	0.5	
Adecuada presentación de tablas y figuras.	0.6	0.6	
RIGOR CIENTÍFICO	6	5.7	
El título identifica de forma correcta los objetivos de la investigación.	0.5	0.5	
La introducción expresa los antecedentes del tema, su importancia dentro del contexto general, del conocimiento y de la sociedad así como del campo al que pertenece.	0.6	0.6	
El objetivo general está expresado en términos del trabajo a investigar.	0.7	0.7	
Los objetivosespecíficoscontribuyenalcumplimientodelobjetivogeneral.	0.7	0.7	
Los antecedentes teóricos y conceptuales complementan y aportan significativamente al desarrollo de la investigación.	0.7	0.7	
Los métodos y herramientas se corresponden a la inducción, diagnóstico, intervención, interpretación y al cumplimiento de los objetivos de la Investigación.	0.7	0.7	
El análisis de la información incluye interpretación y/o construcción de los datos obtenidos y está expuesta claramente en el informe.	0.4	0.3	
Factibilidad técnica de la implementación de la propuesta en el proceso de estudio.	0.4	0.3	
Las conclusiones expresan el cumplimiento de los objetivos específicos.	0.4	0.4	
Las recomendaciones son pertinentes, factibles y válidas.	0.4	0.3	
Actualización y correspondencia con el tema, de las citas y referencia Bibliográfica.	0.5	0.5	
PERTINENCIA E IMPACTO SOCIAL	1	1	
Pertinencia de la investigación. La efectividad de la propuesta debe ser comprobable para el sitio donde se realizó el estudio.	0.4	0.4	
La investigación propone una solución a un problema relacionado con el perfil de egreso profesional.	0.3	0.3	
Contribuye con las líneas/sublíneas de investigación de la Carrera.	0.3	0.3	
CALIFICACIÓN TOTAL* 10		9.5	

*El resultado será promediado con la calificación del Tutor y con la calificación de obtenida en la Sustentación oral.
****El estudiante que obtiene una calificación menor a 7/10 en la fase de tutoría de titulación, no podrá continuar a las siguientes fases (revisión, sustentación).

Firmado electrónicamente por:
CESAR GARDEL VILLAGOMEZ BUELE

Ing. César Villagómez Buele. Mgtr.
Docente Revisor
C.I. 0702762675
FECHA: 23 de septiembre 2022

ANEXO XI.- FICHA DE REGISTRO DE TRABAJO DE TITULACIÓN

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA			
FICHA DE REGISTRO DE TRABAJO DE TITULACIÓN			
TÍTULO Y SUBTÍTULO:	**Propuesta para la reestructuración del área de producción, servicio y comercialización del restaurante "Loco x los chuzos" ubicados en el norte de la ciudad de Guayaquil.**		
AUTOR(ES) (apellidos/nombres):	**CONTRERAS SORNOZA** **GLORIA ISABEL**		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES) (apellidos/nombres):	Revisor: Ing. Cesar Villagómez Buele. Tutor: Lic. Fátima Gabriela Zamora Flores MCI.		
INSTITUCIÓN:	Universidad de Guayaquil		
UNIDAD/FACULTAD:	Ingeniería Química		
MAESTRÍA/ESPECIALIDAD:			
GRADO OBTENIDO:	Licenciatura en Gastronomía		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	07/Octubre/2022	No. DE PÁGINAS:	184
ÁREAS TEMÁTICAS:			
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Reestructuración, Loco x los chuzos, Servicio, Producción, Marketing.		

RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras):

El presente proyecto de investigación es una propuesta de reestructuración de las áreas de producción, servicio y comercialización del restaurante Locos x los chuzos ubicado en el norte de la ciudad de Guayaquil. Para el desarrollo de este proyecto inicialmente se hizo una revisión teórica para el conocimiento de definiciones que conforman el concepto de reestructuración, así mismo en las normas legales vigentes acerca de los requerimientos con los que deben contar los restaurantes. Con los resultados de una serie de entrevistas y encuestas se profundizó en las necesidades que se identificaron tanto el cliente interno y como el cliente externo, permitiendo de este modo fortalecer las debilidades en los aspectos de la rapidez del servicio, incrementar la variedad de platos, guarniciones y bebidas. La propuesta fue diseñada para sugerir acciones necesarias como la reorganización de las áreas de servicio y producción, además de estructurar por medio de diagramas las funciones de los colaboradores, mejorando la comercialización del establecimiento mediante el fortalecimiento de las estrategias de marketing. Finalmente se realizó un análisis de la inversión para conocer la factibilidad de la propuesta, en respuesta a la necesidad de reestructuración del restaurante, de acuerdo con los resultados basados en los análisis del flujo de caja, dieron un resultado del Tir con un 9,84% de probabilidad y una rentabilidad neta de$884.030.

ADJUNTO PDF:	SI (x)	NO
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Cel. 0982940541	E-mail: gloria_199514@hotmail.com
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN:	Nombre:Universidad de Guayaquil	
	Teléfono 04) 2287072-2287258-2284505	
	E-mail:ugrector@ug.edu.ec	

ANEXO XII.- DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y DE AUTORIZACIÓN DE LICENCIA GRATUITA INTRANSFERIBLE Y NO EXCLUSIVA PARA EL USO NO COMERCIAL DE LA OBRA CON FINES NO ACADÉMICOS

FACULTAD DE INGENIERÍA QUÍMICA
LICENCIATURA EN GASTRONOMÍA

LICENCIA GRATUITA INTRANSFERIBLE Y NO COMERCIAL DE LA OBRA CON FINES NO ACADÉMICOS

Yo, **Contreras Sornoza Gloria Isabel** con No. de CI. **0954068235,** certifico que los contenidos desarrollados en este trabajo de titulación, cuyo título es "**Propuesta para la reestructuración del área de producción, servicio y comercialización del restaurante "Loco x los chuzos" ubicados en el norte de la ciudad de Guayaquil"** son de mi absoluta propiedad y responsabilidad, en conformidad al Artículo 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN*, autorizo la utilización de una licencia gratuita intransferible, para el uso no comercial de la presente obra a favor de la Universidad de Guayaquil.

Gloria Contreras S.

_____

Contreras Sornoza Gloria Isabel
CI. 0954068235

*CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN (Registro Oficial n. 899 - Dic./2016) Artículo 114.- De los titulares de derechos de obras creadas en las instituciones de educación superior y centros educativos.- En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos.

Dedicatoria

El presente trabajo investigativo se lo dedico a Dios que me ha brindado salud y sabiduría a lo largo del proceso para no desistir de lograr uno de mis objetivos.

Para mis padres Jorge Enrique Contreras y Nergita Isabel Sornoza Cevallos por el arduo trabajo que han realizado constantemente por amor a mí y mis 4 hermanos.

A mi amado esposo, amigo y colega Diego Rafael Cabrera Reinado, quien tuve la dicha de conocer en la misma carrera, por ser ese apoyo incondicional.

A mi hijo Diego Sebastián Cabrera Contreras que ha sido mi mayor inspiración en este proceso.

Agradecimiento

Agradezco a Dios por brindarme la dicha de tener vida y salud, por darme la oportunidad de llenar de orgullo a mis padres con este logro que es de ellos, por todo el tiempo que me llevaron de la mano por el buen camino siempre inculcándome valores. Agradezco de todo corazón a mi esposo Diego Cabrera por ese apoyo incondicional que me ha brindado en este proceso con su experiencia y sabiduría admirable, por ser mi compañero ideal, por enseñarme tanto, por eso más este logro también es de él y de mi pequeño hijo. Agradezco a mi estimada y admirable tutora Lic. Fátima Zamora por el tiempo y dedicación a pesar de las circunstancias que atraviesa, logró brindarme su guía y me acompañó en el proceso hasta el fin.

Tabla de Contenido

Dedicatoria ix

Agradecimiento x

Tabla de Contenido xi

Índice de Tablas xvi

Indice de Anexos xviii

Indice de ilustraciones xviii

Introducción xxiv

CAPÍTULO I: 1

PLANTEAMIENTO DE PROBLEMÁTICA 1

1.1 Planteamiento del problema 1

1.2 Justificación del problema 2

1.3 Objetivos 3

1.3.1 Objetivo general 3

1.3.2 Objetivos específicos 3

1.4 Preguntas de la investigación 4

1.5 Delimitación 4

CAPITULO II: 5

MARCO TEÓRICO 5

2.1 Antecedentes 5

2.2 Teoría 5

2.2.1 Historia del restaurante 5

2.2.2 Origen del restaurante 6

2.2.3 Clasificación de restaurantes 7

2.2.4 La nueva Cocina 9

2.2.5 Marketing de negocios de A&B 9

2.2.6 Buenas prácticas de manufactura 10

2.2.7 Normas básicas para instalaciones de restauración 11

2.2.8 Tradición de consumir productos asados en Guayaquil 12

2.3 Marco conceptual 12

2.3.1 Gastronomía 12

2.3.2 Restaurante 12

2.3.3 Reestructuración 12

2.3.4 Análisis FODA 13

2.3.5 Matriz de estrategia FODA 13

2.3.6 Análisis PEST 14

2.3.7 Tir 14

2.3.8 Van 15

2.3.9 Punto de Equilibrio 15

2.3.10 Patente 16

2.3.11 Presupuesto 16

2.3.12 Diseño de marca 17

2.3.13 Estrategia de marketing 17

2.3.14 Estudio de mercado 17

2.3.15 Menú / Carta 18

2.3.16 Diseño de menú 18

2.3.17 Normas HACCP 18

2.3.18 Manual de procesos 19

2.3.19 Perfil del personal operativo de un restaurante 19

2.3.20 Permisos de funcionamiento 20

2.3.21 Importancia de innovación de las empresas 20

2.3.22 Efectos post-pandemia en los restaurantes 21

2.3.23 Protocolos de bioseguridad 21

2.3.24 Diseño de interior 22

2.3.25 Impacto de redes sociales en la actualidad 22

2.3.26 Mejora continua 22

2.4 Marco Legal 23

2.4.1 Reglamento turístico para establecimientos de alimentos y bebidas 23

2.4.2 Requisitos que debe cumplir el área de producción 25

2.4.3 Requisitos que debe cumplir el área de servicio 26

2.4.4 Leyes para la estructura del área de la cocina de un establecimiento de alimentos 27

2.4.5 Permisos para el funcionamiento 30

2.4.6 Reglamento turístico para establecimiento de alimentos y bebidas 34

2.4.7 RUC 36

CAPÍTULO III: 37

METODOLOGÍA 37

3.1 Metodología Cualitativa 37

3.2 Metodología Cuantitativa 38

3.3 Enfoque de la investigación 39

3.3.1 Enfoque cuantitativo 39

3.4 Tipo y diseño de investigación 39

3.4.1 Investigación Bibliográfica 39

3.5 Técnicas de recolección de datos 40

3.5.1 Entrevistas 40

3.5.2 Encuestas 41

3.5.3 Perfil de los encuestados 42

3.6 Población y grupo objetivo 42

3.6.1 Tamaño de la población a medir 43

3.7 Diagnóstico Situacional 44

3.7.1 Nombre de la empresa 44

3.7.2 Ubicación 44

3.7.3 Organigrama de funciones 44

3.7.4 Permisos de funcionamiento con los que cuenta el establecimiento en la actualidad. 45

3.7.5 Equipos y utensilios 45

3.7.6 Matriz de presupuesto inicial 46

3.7.7 Diseño actual 50

3.7.8 Logo actual del establecimiento 51

3.7.9 Carta / Menú actual..... 52

3.7.10 Matriz FODA..... 53

3.7.11 Matriz PEST 55

3.7.12 Procesos actuales 56

CAPITULO IV: 57

RESULTADOS 57

4.1 Resultados 57

4.1.1 Resultados de encuestas..... 57

4.1.2 Resultados de entrevistas..... 70

4.1.3 Resultados de evaluación inicial..... 93

4.2 Análisis de los resultados..... 95

4.3 Propuesta..... 97

4.3.1 Reglamento interno 97

4.3.2 Estrategias para fortalecimiento y mantenimiento de Locos x los Chuzos 106

4.3.3 Diagrama de flujo para cocina y servicio 109

4.3.4 Diseño de nuevo logo 112

4.3.5 Diseño de nuevo menú 113

4.3.6 Presentación de publicidad para redes sociales 114

4.3.7 Nuevo diseño de interior del establecimiento..... 115

4.3.8 Inversión de la reestructuración 116

Conclusiones 122

Recomendaciones 124

Bibliografía 125

Anexos 133

Índice de Tablas

Tabla 1 Listado de equipos y utensilios actuales *45*

Tabla 2 Detalle de los valores iniciales de Locos x los Chuzos *46*

Tabla 3 Detalle de los costos mensuales en Locos x los chuzos *47*

Tabla 4 Detalle de los costos anuales en Locos x los chuzos *49*

Tabla 5 Matriz FODA de Locos x los Chuzos *53*

Tabla 6 Matriz de estrategias FODA para el establecimiento Locos x los Chuzos *54*

Tabla 7 Matriz de análisis PEST de Locos x los chuzos *55*

Tabla 8 Edad de los clientes encuestados *57*

Tabla 9 Sexo de los encuestados *58*

Tabla 10 Frecuencia de la asistencia al restaurante *59*

Tabla 11 Satisfacción de los clientes acerca del producto, servicio e infraestructura .. *60*

Tabla 12 Respuesta de realizar mejoras o no en el establecimiento *64*

Tabla 13 Aspectos que considera el encuestado se deben mejorar *65*

Tabla 14 Satisfacción de los precios de Locos x los Chuzos *66*

Tabla 15 Porcentajes de la satisfacción de los precios de Locos x los Chuzos *66*

Tabla 16 Aspectos de no agrado en los clientes *67*

Tabla 17 Aspectos de agrado para los clientes de Locos x los chuzos *68*

Tabla 18 Calificación general de Locos los Chuzos *69*

Tabla 19 Respuesta acerca de la misión y visión *70*

Tabla 20 Respuestas acerca de la identidad corporativa *71*

Tabla 21 Respuestas acerca de las personas que laboran en el establecimiento *72*

Tabla 22 Respuestas acerca de la organización jerárquica *73*

Tabla 23 Respuestas acerca de la evaluación de fortalezas y debilidades *74*

Tabla 24 Respuestas acerca de la evaluación interna del establecimiento *75*

Tabla 25 Respuestas acerca de las estrategias de conflictos *76*

Tabla 26 Respuestas acerca del ambiente laboral *77*

Tabla 27 Respuestas acerca del conocimiento de las funciones a realizar *78*

Tabla 28 Respuesta acerca de los estándares a seguir *79*

Tabla 29 Respuestas acerca de la influencia del marketing en las ventas *80*

Tabla 30 Respuesta acerca de la diferenciación de producto/servicio *81*

Tabla 31 Respuestas acerca de la satisfacción del cliente *82*

Tabla 32 Respuestas acerca de la identificación con la identidad corporativa *83*

Tabla 33 Respuestas acerca de la organización jerárquica *84*

Tabla 34 Respuesta acerca de los requisitos previo a la contratación *85*

Tabla 35 Respuestas acerca de la inducción al trabajo *86*

Tabla 36 Porcentajes acerca de la participación en las decisiones del establecimiento *87*

Tabla 37 Respuestas acerca del ambiente laboral *88*

Tabla 38 Respuestas acerca de la influencia del marketing en las ventas *89*

Tabla 39 Respuestas acerca de la satisfacción del producto vs la calidad *90*

Tabla 40 Respuestas acerca de las estrategias para resolución de conflictos *91*

Tabla 41 Respuestas acerca de contar con los equipos e insumos necesarios *92*

Tabla 42 Respuestas acerca de los espacios del área de trabajo *93*

Tabla 43 Evaluación interna de Locos x los Chuzos *94*

Tabla 44 Costos de la inversión para reestructuración *104*

Tabla 45 Estrategias para fortalecimiento del establecimiento *106*

Tabla 46. Financiamiento para la propuesta de remodelación *117*

Tabla 47 Proyección de gastos de la propuesta de reestructuración *117*

Tabla 48 Proyección de ventas *118*

Tabla 49 Flujo de caja de la propuesta, proyectada a 5 años *119*

Tabla 50 Resultado del cálculo de tir y van de la propuesta de reestructuración *119*

Tabla 51 Cálculo del punto de equilibrio de la propuesta *120*

Indice de Anexos

Anexo 1. Modelo de entevistas a propietarios de Locos x los Chuzos *133*

Anexo 2. Modelo de entrevistas a colaboradores de Locos x los chuzos *134*

Anexo 3. Modelo de encuestas *135*

Anexo 4. Evidencia del proceso de entrevistas *138*

Anexo 5 Recetas estandar del menú actual de Locos x los chuzos *140*

Anexo 6. Recetas estandar de la propuesta de reestructuración *154*

Indice de ilustraciones

Ilustración 1 Ubicación del restaurante *04*

Ilustración 2 Correcto lavado de manos como aplicación de normas BPM *11*

Ilustración 3 Ciclo de Deming para la mejora continua *23*

Ilustración 4 Cuadro de reglamento sustitutivo para otorgar permisos de funcionamiento por el ARCSA..... 32

Ilustración 5 Cuadro de requisitos para identificación del tipo de establecimiento 33

Ilustración 6 Presentación del Diseño actual de Locos x Los Chuzos..... 50

Ilustración 7 Presentación del logo actual de locos x los chuzos..... 51

Ilustración 8 Presentación actual de la carta o menú en redes sociales 52

Ilustración 9 Peligros de manipular alimentos sin lavado de manos o presentando síntomas de enfermedad. 100

Ilustración 10 Procedimiento del lavado de manos 101

Ilustración 11 Procedimiento de desinfección de manos 102

Ilustración 12 Señaléticas para mantener la seguridad de la salud de los clientes 103

Ilustración 13 Indicaciones de seguridad para el área de cocina 104

Ilustración 14 Diagrama de Flujo para el área de Producción. 109

Ilustración 15 Diagrama de Flujo para el área de servicio 111

Ilustración 16 Nuevo logo como propuesta para locos x los chuzos. 112

Ilustración 17 Nueva carta de locos x los chuzos con código QR. 113

Ilustración 18 Fotografía para redes sociales con logo actualizado y uniforme de los administradores de Locos x los Chuzos 114

Ilustración 19 Propuesta para la organización de las áreas del restaurante..... 115

ANEXO XIII.- RESUMEN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN (ESPAÑOL)

Propuesta para la reestructuración del área de producción, servicio y comercialización del restaurante "Loco x los chuzos" ubicados en el norte de la ciudad de Guayaquil.

Autor: Gloria Isabel Contreras Sornoza

Tutor: Lic. Fátima Gabriela Zamora Flores, Mgtr.

El presente proyecto de investigación es una propuesta de reestructuración de las áreas de producción, servicio y comercialización del restaurante Locos x los chuzos ubicado en el norte de la ciudad de Guayaquil. Para el desarrollo de este proyecto inicialmente se hizo una revisión teórica para el conocimiento de definiciones que conforman el concepto de reestructuración, así mismo en las normas legales vigentes acerca de los requerimientos con los que deben contar los restaurantes. Con los resultados de una serie de entrevistas y encuestas se profundizó en las necesidades que se identificaron tanto el cliente interno y como el cliente externo, permitiendo de este modo fortalecer las debilidades en los aspectos de la rapidez del servicio, incrementar la variedad de platos, guarniciones y bebidas. La propuesta fue diseñada para sugerir acciones necesarias como la reorganización de las áreas de servicio y producción, además de estructurar por medio de diagramas las funciones de los colaboradores, mejorando la comercialización del establecimiento mediante el fortalecimiento de las estrategias de marketing. Finalmente se realizó un análisis de la inversión para conocer la factibilidad de la propuesta, en respuesta a la necesidad de reestructuración del restaurante, de acuerdo con los resultados basados en los análisis del flujo de caja, dieron un resultado del Tir con un 9,84% de probabilidad y una rentabilidad neta de $884.030.

Palabras clave: Reestructuración, Loco x los Chuzos, Servicio, Producción, Marketing.

ANEXO XIII.- RESUMEN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN (INGLÉS)

Proposal for the restructuring of the production, service and commercialization area of the restaurant "Loco x los chuzos" located in the north of the city of Guayaquil.

Authors: Gloria Isabel Contreras Sornoza

Advisor: Lic. Fátima Gabriela Zamora Flores, Mgtr.

This research project is a proposal to restructure the production, service and commercialization areas of the restaurant Locos x los chuzos located in the north of the city of Guayaquil. For the development of this project, initially a theoretical review was made to know the definitions that make up the concept of restructuring, as well as the current legal norms about the requirements that restaurants must have. With the results of a series of interviews and surveys, the needs identified by both internal and external customers were studied in depth, thus allowing to strengthen the weaknesses in the aspects of speed of service, increase the variety of dishes, side dishes and beverages. The proposal was designed to suggest necessary actions such as the reorganization of the service and production areas, in addition to structuring the functions of the collaborators by means of diagrams, improving the commercialization of the establishment by strengthening the marketing strategies. Finally, an investment analysis was carried out to determine the feasibility of the proposal, in response to the need to restructure the restaurant, according to the results based on the cash flow analysis, gave a result of Tir with a 9,84% profitability and a net present value of $884.030.

Key words: Restructuring, Loco x los Chuzos, Service, Production, Marketing.

ANEXO XV.- RÚBRICA PARA LA EVALUACIÓN DE LA SUSTENTACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

TRABAJO DE TITULACIÓN

TIPO: Proyecto de Investigación _____ Sistematización de experiencias prácticas _____
Modelo de negocios _____ Emprendimiento _____

Título del Trabajo: Propuesta para la reestructuración del área de producción, servicio y comercialización del restaurante "Locos x los chuzos" ubicado al norte de la ciudad de Guayaquil. Autor(s): Contreras Sornoza Gloria Isabel			
Nombre del miembro del Tribunal de Sustentación: _____	Fecha de Sustentación: _____		
EVALUACIÓN DE LA EXPOSICIÓN ORAL	PUNTAJE MÁXIMO	CALF.	COMENTARIOS
El alumno realiza una presentación con seguridad, dirigiéndose hacia el tribunal, manteniendo su atención y manejando las transparencias o cualquier otro medio con soltura.	2		
Capacidad de análisis y síntesis, Capacidad de organización, planificación y habilidad en la gestión de la información, administrando el tiempo de la exposición de manera adecuada.	2		
Las ideas se presentan de manera clara y comprensible, dominando el tema y utilizando recursos visuales y ejemplos. La presentación es original y creativa, sin uso excesivo de animaciones. Los elementos visuales son adecuados.	2		
Los contenidos que se exponen son adecuados, ajustados a la memoria escrita y en un lenguaje científico.	2		
Responde adecuadamente a las preguntas del tribunal, su actitud es respetuosa hacia los miembros del tribunal.	2		
CALIFICACIÓN TOTAL* *	10		
* Cada miembro del tribunal utilizará una rúbrica para la evaluación de la sustentación y registrará su firma en el documento individualmente. **El resultado será promediado con la calificación de la memoria escrita para la obtención de la Nota Final de Sustentación del Trabajo de Titulación.			
FIRMA DEL MIEMBRO DEL TRIBUNAL	FIRMA Y SELLO SECRETARIA DE LA CARRERA		
_____ C.I. No. _____			

ANEXO XVI.- ACTA DE CALIFICACIÓN FINAL DE TITULACIÓN

<table>
<tr><td colspan="5">NOMBRE DE LA ESTUDIANTE: CONTRERAS SORNOZA GLORIA ISABEL
TITULO DEL TRABAJO DE TITULACIÓN: Propuesta para la reestructuración del área de producción, servicio y comercialización del restaurante "Loco x los chuzos" ubicados en el norte de la ciudad de Guayaquil.</td></tr>
<tr><td colspan="5">CALIFICACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN</td></tr>
<tr><td rowspan="2">EVALUACIÓN DE LA MEMORIA ESCRITA</td><td colspan="2">Calificación del Tutor del Trabajo de Titulación.</td><td>NOTA PARCIAL 1:</td><td></td></tr>
<tr><td colspan="2">Calificación del Tutor Revisor del Trabajo final de Titulación.</td><td>NOTA PARCIAL 2:</td><td></td></tr>
<tr><td>EVALUACIÓN DE LA SUSTENTACIÓN ORAL</td><td colspan="2">Calificación de la sustentación del Trabajo de Titulación el Tribunal.</td><td rowspan="4">NOTA PARCIAL 3:</td><td rowspan="4"></td></tr>
<tr><td>Miembro 1</td><td></td><td>Promedio</td></tr>
<tr><td>Miembro 2</td><td></td><td rowspan="2"></td></tr>
<tr><td>Miembro 3</td><td></td></tr>
<tr><td colspan="3">NOTA FINAL DEL TRABAJO DE TITULACIÓN
(promediar NOTA PARCIAL 1 ,2 y 3)</td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td>Firma del Tribunal
Miembro 1 (presidente)</td><td colspan="2"></td><td colspan="2">C.I. No.</td></tr>
<tr><td>Firma del Tribunal
Miembro 2</td><td colspan="2"></td><td colspan="2">C.I. No.</td></tr>
<tr><td>Firma del Tribunal
Miembro 3</td><td colspan="2"></td><td colspan="2">C.I. No.</td></tr>
<tr><td>Firma de Estudiante 1</td><td colspan="2"></td><td colspan="2">C.I. No.</td></tr>
<tr><td>Firma de Estudiante 2</td><td colspan="2"></td><td colspan="2">C.I. No.</td></tr>
<tr><td>Firma de la secretaria</td><td colspan="2"></td><td colspan="2">C.I. No.</td></tr>
<tr><td>FECHA:</td><td colspan="4">Guayaquil,……</td></tr>
</table>

Introducción

De acuerdo con el historiador guayaquileño Wellington Paredes los primeros chuzos que se veían en Guayaquil a mediados del siglo XX eran elaborados en fogones de lata y se ponían fuera de los mercados populares también conocidos como las entrañas de Guayaquil encontrado en la popular Puerta de Fierro que era un cabaré ubicado en el Cristo del Consuelo, además del barrio Cuba y barrio Garay, suburbio de la ciudad. Estos eran una pequeña porción de carne aliñada extendida sobre un mangle de madera acompañada de un chorizo que luego sería llevado al fogón de carbón. Lisset de La Cruz propietaria de un establecimiento de nombre Don Chuzo contó como anécdota de su niñez que este producto era consumido por personas de distintos estratos sociales. El periodista Germán Areta comentó que en la actualidad al igual que en el siglo pasado es común observar la venta de estos en las afueras de estadios, circos, etc., es decir, que es una tradición que continúa y su venta se observa en carretillas acompañado de verde o maduro asado.

Además, Luis Valdéz director de Cook and Chef mencionó que este bocado ha ido evolucionando con la inclusión de nuevos productos como camarones, además de nuevos acompañantes como moros, choclo, papa y las variedades de salsas que lo convierten en un deleite al paladar, este producto con el tiempo ha pasado de ser un alimento callejero que se elaboraba con carnes de segunda ya que era asequible en los barrios populares a ser un producto estrella en establecimientos, ya que se ha ido introduciendo nuevos ingredientes y este puede ser preparado con embutidos especiales y cortes de carnes especiales e importadas (El Universo, 2016).

CAPÍTULO I:

PLANTEAMIENTO DE PROBLEMÁTICA

1.1 Planteamiento del problema

El restaurante Locos x los chuzos ubicados al norte de la ciudad de Guayaquil se dedica a ofrecer servicios gastronómicos de venta de comida rápida a base de productos embutidos asados y variadas guarniciones, este emprendimiento inaugurado en el año 2020 ha obtenido muy buena acogida, por el excelente sabor de sus preparaciones pese a las situaciones contrarias por la pandemia del COVID19 que en Guayas afectó a muchos dueños de restaurantes y que hasta la actualidad se siguen presentando molestias debido a los cambios constantes de los aforos de acuerdo al COE cantonal de cada cantón y provincia, (Guzmán, 2022).

La problemática del establecimiento es identificada esencialmente en el aspecto de su estructura debido a la incorrecta distribución de las áreas, identificándose así en el área de producción donde presenta una proximidad indebida de los servicios higiénicos con la cocina, además de la capacidad para reservar la materia prima es reducida causando desorganización en los procesos de elaboración, actualmente el establecimiento no cuenta con procesos establecidos para la recepción y organización de la materia prima al igual de no contar con un registro contable de las ventas que permita verificar los ingresos y egresos, asimismo no ha sido estandarizado el proceso de despacho generándose cierto grado de tardanza en los tiempos de entregas de los alimentos a la mesa, generalmente esto se observa cuando el establecimiento se encuentra lleno en su totalidad.

Otro de los aspectos relevantes dentro de las falencias identificadas, es el no contar con un correcto aprovechamiento del marketing del establecimiento, este

representa uno de los aspectos actualmente fundamentales, debido a la competencia existente de locales de alimentos y bebidas que se encuentran próximos al lugar, también de la competencia por el incremento de negocios por redes sociales que generalmente ofrecen una variedad de alimentos a la parrilla en donde se puede observar que parte del crecimiento es debido al énfasis que se le da a la aplicación del marketing.

Actualmente las redes sociales del establecimiento, tales como Facebook e Instagram no se mantienen constantemente activas por lo que no se ha otorgado la consideración necesaria teniendo en cuenta que estos medios son herramientas esenciales para los negocios en la actualidad, además de la carta actual de los productos que ofrece el establecimiento se basa esencialmente en variedades de embutidos asados y sus guarniciones, los clientes que visitan el sitio con frecuencia sugieren se amplifique con variedad de proteínas debido a que manifiestan que no todas las personas que visitan el lugar y desean consumir, pueden ingerir productos embutidos como los que el establecimiento ofrece.

1.2 Justificación del problema

Mediante el análisis de la situación actual del establecimiento y el desarrollo de la propuesta se pretende mejorar las condiciones del restaurante que permitirán la organización debida a establecer para la recepción de las materias primas, las sugerencias de los equipos e insumos necesarios, además de la reorganización de las áreas, la estandarización de los procesos de producción, servicio y despacho logrando optimizar los recursos del establecimiento, buscando que se amplifique los productos de la carta actual manteniendo la esencia del establecimiento.

El área de comercialización o marketing es la herramienta de mayor complejidad para lo que es necesario desarrollar la misión y visión que será de utilidad para poder

escoger las estrategias necesarias que permitan dirigirse efectiva y específicamente al target objetivo, además de la reestructuración del diseño de la infraestructura tanto del área de producción y servicio es necesaria debido a los requisitos a cumplir de acuerdo con las normas existentes que rigen este aspecto, permitiendo reducir los riesgos de contaminación químico-físico-biológico. (Florido, 2021)

La reestructuración de las áreas identificadas, será una herramienta útil para generar mayor rentabilidad y efectividad en las ventas tanto para los propietarios del establecimiento como para sus colaboradores, al mejorar las condiciones de sus sitios de trabajo verificando que sean las más óptimas y la agilización que permita el desenvolvimiento efectivo en sus actividades diarias, además de incrementar la concurrencia y satisfacción de los clientes lo que a futuro podría influir en la creación de nuevas sucursales con el concepto esencial de Locos x los Chuzos.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo general

Desarrollar la propuesta de reestructuración del área de producción y servicio y las estrategias de comercialización de “Locos x los Chuzos” ubicado al norte de Guayaquil.

1.3.2 Objetivos específicos

- Diagnosticar la situación actual del establecimiento en las áreas de producción, servicio y comercialización identificando las oportunidades de mejora.
- Determinar las necesidades, percepciones y preferencias mediante encuestas a cliente externo y entrevistas dirigidas a los clientes internos.
- Elaborar la propuesta para la reestructuración de las áreas de servicio y producción y comercialización del restaurante.

1.4 Preguntas de la investigación

1. ¿Cómo se podrá conocer la percepción de preferencia de los clientes para una adecuada propuesta?
2. ¿Qué procesos se deben realizar previo a la propuesta de una reestructuración?
3. ¿Qué estrategias se deberán aplicar para lograr satisfacer las necesidades de los clientes generando mayor rentabilidad para los propietarios?

1.5 Delimitación

El establecimiento está ubicado en Samanes 1 Av. Isidro Ayora junto a urbanización Polaris en la ciudad de Guayaquil, el horario de atención es de martes a domingo desde las 18h00 a 22h00.

Ilustración 1 *Ubicación del restaurante*

Fuente: Google maps, 2022.

CAPITULO II:

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes

De acuerdo con (INEC) en el 2014, 1.099 empresas fueron investigadas y atendidas a nivel nacional. En total Empresas, el 32% se dedica a actividades de hostelería y restauración, el 68% se dedica a actividades de hostelería y restauración Servicio. A nivel regional, Sierra Leona y la costa están promoviendo Realice investigaciones con la mayoría de las empresas. Acerca de hoteles y restaurantes 59% empresas son de la Sierra, 33% empresas están en regiones costeras, 7% empresas son Regiones amazónicas e insulares. Respecto a este tipo de servicios, hay 63% empresas que pertenecen a la Sierra, 35% pertenecen a empresas de la Costa y 2% pertenecen a la región Amazónico. Las empresas ubicadas en las provincias de Pichincha y Guayas son las que tienen el mayor número de personas en su área, 78% y 79% respectivamente. Las dos provincias en conjunto concentran el 75% del total de empresas encuestadas en el país; también constituyen el principal centro de actividad.

2.2 Teoría

2.2.1 Historia del restaurante

Testimonios históricos y arqueológicos confirman que las tabernas existían en el año 1700 a.C en donde se han encontrado evidencias de la existencia de un comedor público en Egipto en 512 a.C en el cual los primeros platos eran preparados con cereales, aves salvajes y cebolla. En aquella época los egipcios utilizaban una amplia selección de alimentos para cocinar como guisantes, lentejas, sandía, alcachofas, lechugas, rábanos, ajos, grasas de procedencia animal y vegetal, miel, dátiles y lácteos.

No existen vestigios de los egipcios, pero según historiadores relatan su ingenio culinario que incluían recetarios en los papiros médicos que eran útiles para paliar enfermedades y molestias intestinales, que incluían ingredientes como la mantequilla o nata, grasa de oca y la de ternera. Los asados que se realizaban eran de aves silvestres, carne y pescado, pese a existir utensilios como cucharas y cuchillos, el comer con los dedos era una costumbre aceptable sin distinción de estrato social. Los productos como la cerveza y el pan representaban el sustento básico de los egipcios, los cereales más empleados en la elaboración de pan era la cebada y trigo, estos tenían formas circulares, cónicos, alargados, etc., en la preparación de las cervezas quienes lo hacían eran las mujeres, en aquel tiempo era considerada un alimento y no una bebida al tener un espesor similar a un batido de sabor dulce, no era espumosa ni fuerte, aportaba mayores nutrientes que alcohol (Puyuelo et al, 2018)

En la época de los romanos, ellos solían comer con frecuencia consumir alimentos fuera de sus casas en la ciudad de Herculano ciudad veraniega en el año 73d.C, en ella había una cantidad de bares que se servían pan, vino, queso, nueces, dátiles, higos y guisados calientes, los que se usaban de mostradores eran de mármol con vasijas empotradas para conservan el vino caliente con especias endulzado con miel, (Perez, 2019, pág. 596)

En los siglos XVII y XVIII el tema culinario empieza a ser motivo de redacción de libros y recetarios en donde se reflejan costumbres, normas, preparaciones, menús, etc., que generalmente son el reflejo de épocas en donde la competencia era una práctica entre establecimientos de alimentos y bebidas. (Gallegos, 2002)

2.2.2 Origen del restaurante

Para definir la palabra restaurante con una proximidad histórica, redacta en 1765 en donde un hombre con su oficio de nombre Boulanger/Panadero que vendía sopas

debajo de un letrero que decía: *Venite adme omnes qui stomacho laboratis et ego retaurabo vos*, que se interpreta en Venid a mi casa hombres que tenéis el estómago débil y yo os restauraré, es donde nace el nombre de los establecimientos en donde se vende comida con la idea de que la comida repara el estómago vacío, (Puyuelo, Montañés, Garmendia, & San Agustín, 2018).

El restaurante más antiguo de origen parisino en que sus propietarios fueron los Beauvillers fundó en 1782 en la Rue de Richelie cuyo nombre es Grande Taverne de Londres en donde se servían la carta a horas fijas en pequeñas mesas individuales y platos escritos en una carta. No fue hasta 1800 en que empezó a ganar popularidad el acto de comer fuera de casa ya sea por motivaciones de comodidad en donde influyó el establecimiento de una moda por parte de César Ritz un hotelero de profesión, quien ganó éxito obteniendo halagos por la observación en los detalles y el gusto de satisfacer a sus clientes. La introducción de los restaurantes en américa latina provienen de la era republicana en donde cada país ha dispuesto de su propia oferta gastronómica que nace de sus productos, tradiciones, origen cultural e incluso del mestizaje de elementos étnicos, socio-culturales que caracterizan al continente y cada país que lo conforma, (Larousse et al, 2019, págs. 10-15).

2.2.3 Clasificación de restaurantes

De acuerdo con (Torruco & Ramirez, 1987) los establecimientos que ofrecen servicios de alimentación se pueden clasificar de acuerdo a las costumbres sociales, hábitos y requerimientos personales tales como:

1. Restaurante de especialidades: Es aquello que ofrece variedad de platillos con una misma especialidad mariscos, aves, carnes, pastas, etc.

2. Restaurante Gourmet o de servicio completo: Generalmente son de precios altos y servicio sofisticados en que los que asisten a ellos está dispuestos a pagar no solo por la comida sino por el estatus social.
3. Restaurante familiar o de comida rápida: Los precios de este tipo de establecimientos son accesibles debido a que el servicio es estandarizado, con rápida entrega, menú limitado en que generalmente se encuentran las hamburguesas, pollo, ensaladas, pizza, entre otros alimentos de fácil preparación.
4. Restaurante conveniente fast food / servicio limitado: Es característico por su servicio rápido en donde su precio es económico, la limpieza del establecimiento debe ser impecable ya que generalmente gozan de confiabilidad y preferencia (Morillo & Landaeta, 2019, pág. 63).

2.2.3.1 Clasificación por variedad del servicio

De acuerdo con (Lloret, 2018, pág. 37) esta clasificación se basa esencialmente en la variación del menú o carta que ofrecen los establecimientos, en que los aspectos relevantes son el precio de los platos, el tipo de preparación y el tipo de servicio, que se clasifican en:

1. Restaurante de autoservicio: Generalmente están ubicados en centros comerciales, aeropuertos, terminales, etc., su característica principal es que el cliente encuentra una variedad de platos con distintas presentaciones en el tamaño a precios estándar.
2. Restaurantes de menú y a la carta: Este tipo de restaurante tienen una variedad de platos individuales a fin de que los clientes puedan elegir de acuerdo con sus preferencias y su presupuesto, los menús que se ofrecen tienen característica de tener un precio moderado, estos pueden dividirse en:

- De lujo: Con platos internacionales, servicio francés y una carta de vinos.
- De primera y tipo medio: El menú puede ser de comida nacional o internacional, no cuenta con servicio francés ni carta de vino, suele contar con servicio americano.
- De tipo económico: El menú que ofrecen es de preparación sencilla y servicio mínimo o con estilo de servicio americano.

2.2.4 La nueva Cocina

De acuerdo a la importancia que representa la nueva tendencia de restauración tradicional en donde se hace énfasis en los pilares del renuevo de esta cocina generalmente radica en los siguientes aspectos:

- Utilizar productos frescos y si es posible, de temporada.
- Preparaciones sencillas y con mayor conservación al ambiente
- Salsas de sabores no invasivos y puntos de cocción en armonía con el género
- Mejor presentación del plato que involucre la imaginación y el arte
- Especial atención y valor a los productos dietéticos
- Actualización de recetas de la cocina autóctona (La Vanguardia, 2020).

2.2.5 Marketing de negocios de A&B

(Lovelock & Wirtz, 2009, pág. 22) mencionaron que el Marketing es la esencial función que se ejecuta para hacer crecer las utilidades y el desarrollo de un negocio, es decir que es un atributo tangible e intangible que influye en el comprador para aceptar y satisfacer sus deseos y necesidades. Este aspecto en los servicios debe ser comprendido como un proceso de intercambio entre los consumidores y la organización en donde el fin es de satisfacer la demanda y necesidades de los usuarios de acuerdo las características del sector en donde se encuentre. Para (Zeithaml, Parasuraman, & Berry,

1993) lo que los clientes esperan de un buen servicio generalmente se condiciona por la existencia de ciertos factores muy importantes como: la comunicación de persona a persona, es decir la información externa que se desarrolla por los mismos proveedores del servicio, la experiencia y las necesidades de otros usuarios.

2.2.6 Buenas prácticas de manufactura

Es fundamental conocer que no solo son los cocineros o chefs de cocinas deben conocer y aplicar dichos métodos, ya que no son los únicos que trabajan de manera directa con la materia prima que es procesada y culminada en un plato a servirse diariamente, se recalca esto debido al desplazamiento de trabajo que poseen la más grande parte de los individuos y sienten la necesidad de consumir sus alimentos diarios en restaurantes. Es por esa razón se hace énfasis en las Enfermedades Transmitidas por Alimentos, que como consecuencia de no aplicarlas causan diarreas, vómito y otras enfermedades gastrointestinales que afectan en mayor proporción a la población de niños, mujeres en estado de gestación y personas de la tercera edad. Las manos y uñas ocultan gérmenes que se reproducen velozmente y llegan a contaminar el alimento ocasionando aquellas patologías (Agencia Nacional de Regulación, 2015).

De acuerdo con (Rueda, 2019) son los principios básicos y prácticas comunes de higiene, manipulación y preparación de alimentos para consumo humano. El objetivo es garantizar que los productos se elaboren con buena higiene y reducir los riesgos asociados con su producción. Es además una herramienta fundamental para producir alimentos seguros para el consumo humano. Las BPM representan un conjunto de principios básicos destinados a garantizar que los alimentos elaborados se produzcan en condiciones higiénicas adecuadas para reducir el riesgo hasta que lleguen al consumidor final.

Ilustración 2 *Correcto lavado de manos como aplicación de normas BPM*

Fuente: (Velandia, 2020)

2.2.7 Normas básicas para instalaciones de restauración

La legislación que rige los locales e instalaciones para servir comidas y bebidas es amplia y variada, desde la clasificación general de establecimientos hoteleros para los que ya se han definido propiedades, requisitos, etc. normativa o reglamento para comedores comunales regidos por leyes específicas que las normativas legales que se han desarrollado son diversas. Se aplican estándares internacionales: Buenas prácticas de manufactura, Normas ISO, adherirse al Codex Alimentarius internacional. Además de las normativas locales y estatal. Es decir, que la aplicación y mantenimiento de esta legislación incrementará sin duda la calidad de las instituciones que son directamente o adicionales a la Servicio de comida y bebida (Gallegos, 2002).

2.2.8 Tradición de consumir productos asados en Guayaquil

2.3 Marco conceptual

2.3.1 Gastronomía

El término gastronomía viene del griego: gaster o gastros, que se traduce o interpreta como estómago y gnomos de ley o entendimiento. Entonces la definición de gastronomía es conjunto de conocimientos en la preparación de alimentos tanto como técnicas, métodos, etc., involucrado o relacionado con el ser humano en su ámbito social y cultural que instituye la sociedad (Cúmbicos & Ponce, 2017).

2.3.2 Restaurante

De acuerdo con (Dahmer, 2018) el restaurante es un establecimiento en que los alimentos y bebidas son preparados para el consumo dentro del local, en estos se cobra por un servicio brindado ya sea por la comida o por el servicio a la mesa. En la actualidad estos establecimientos han empleado el servicio de comida para llevar, por lo que el servicio que se cobra es del alimento preparado. El término es derivado del latín restaurare que se traduce como restaurar o recuperar. El fin de estos establecimientos es ofrecer productos y servicios a un público en donde existen variedades de este tipo de establecimientos, así como los servicios que se brindan en los mismos.

2.3.3 Reestructuración

La reestructuración es el rediseño de uno o diversos procesos en una compañía u organización, se basa en un proceso de análisis de la composición organizacional y de las metas trazadas por la organización. El proceso de reestructurar se orienta a cambiar las colaboraciones jerárquicas, los niveles organizacionales, la delegación de autoridad y los sistemas de comunicación existentes en la organización (Cúmbicos & Ponce, 2017).

2.3.4 Análisis FODA

Este análisis consiste en realizar una evaluación de los factores fuertes y débiles que en conjunto pueden ayudar a diagnosticar la situación interna de una organización, además de su evaluación externa que se observa en las oportunidades y amenazas. Por lo general este es considerado un ejercicio introspectivo de diagnóstico empresarial donde se realiza un análisis previo con la mayor objetividad las características propias de la organización. En este se identifican las debilidades, es decir aquellas características o áreas que presentan desventajas en comparación a la comunidad empresarial, mostrando los aspectos a mejorar o fortalecer para mejorar el desempeño global de la empresa, (Galileo, 2019).

2.3.5 Matriz de estrategia FODA

La matriz FODA constituye la base o el punto de inicio para la formulación o preparación de tácticas; de esa proviene la posibilidad de hacer novedosas estrategias que sean viables para el desarrollo de un marco analítico, (Ponce, 2007). Las estrategias FODA se conforman a partir de una lista elaborada de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, esto es a partir de un completo análisis resumiendo la situación introspectiva que permitirá la toma de decisiones desde un punto de vista estratégico, para lo que se debe realizar un cuadro para hacer las conexiones en cada cuadrante del análisis que serán de la siguiente manera:

- Fortalezas – Oportunidades: Empleando las fortalezas internas para aprovechar y/o maximizar las oportunidades.
- Fortalezas – Amenazas: Utilizando las fortalezas para minimizar las amenazas.
- Debilidades – Oportunidades: Disminuir las debilidades aprovechando las oportunidades.

- Debilidades – Amenazas: El fin es de erradicar las debilidades con el fin de evitar las amenazas (Jiménez, 2019).

2.3.6 Análisis PEST

Este tipo de análisis es una herramienta de medición de negocios que permite comprender el crecimiento o declive de un mercado, tiene similitud con el análisis FODA o DAFO, pero a diferencia es que analiza factores externos concretamente como sociales, políticos, económicos y tecnológicos. Por lo general se realiza ese análisis con el fin de conocer la situación y potencial de mercado para verificar si es ideal entrar o no en Él, es por este motivo que este tipo de análisis es necesario realizarlo antes de la FODA ya que este analiza el negocio o empresa una vez que ya ha sido llevado a cabo, para realizar el PEST es conveniente realizarlo a través de una lluvia de ideas que permitan discutir para llegar a definiciones claras de los factores involucrados, evitando en lo posible pasar por alto elementos clave (Acción Educa, 2019).

2.3.7 Tir

La TIR (tasa interna de retorno o tasa interna de retorno) de una inversión se define como el valor presente neto de una inversión o la tasa de interés a la cual el valor presente neto (VAN o VPN) de la inversión es igual a cero (VAN = 0). Teniendo en cuenta que el VAN o VPN se calcula en base al flujo de caja anual, traslada todos los montos futuros al presente que es el valor actual, aplica una tasa de descuento. Este enfoque asume que, si el resultado de la TIR es igual o mayor que la tasa de interés que es la tasa de descuento demandada por el inversionista, entre varias opciones, la que proporciona la tasa interna de retorno es la más conveniente. más alto. Si la tasa interna de rendimiento es igual a la tasa de descuento, a los inversores no les importa si invierten o no. Si la TIR es menor que la tasa de descuento, el proyecto debe ser rechazado (Puga, 2019).

2.3.8 Van

En VAN, Valor actual neto o Valor presente neto es un término de la expresión inglesa Net valor actual. Las siglas son NPV en inglés y VAN en español. Es una medida financiera del flujo futuro de ingresos y gastos de un proyecto para determinar si será rentable después de descontar la inversión inicial. Este es un programa que permite calcular el valor presente de una cierta cantidad de flujos de efectivo futuros, es decir ingresos menos gastos (Puga, 2019). El método también descuenta una tasa o tasas de interés que son las mismas a lo largo del período considerado. La tasa de descuento a considerar al calcular el VAN puede ser:

- Tasa activa, si la inversión se financia con un préstamo
- Rendimiento de la inversión alternativa si la inversión se financia con recursos propios
- Una combinación de tasas de préstamo y rendimientos de inversión alternativos.

2.3.9 Punto de Equilibrio

El análisis del punto de equilibrio es una técnica ampliamente utilizada para planificar las ganancias, las ventas y la producción. El punto de equilibrio es la cantidad de producción y ventas donde los ingresos totales compensan exactamente el costo total, que es la suma de los costos fijos y variables. Además, es una representación gráfica o matemática del nivel de apalancamiento (Ramírez, 2019).

El punto de equilibrio se utiliza para:

1. Determinar el nivel de operaciones necesarias para cubrir todos los costos relacionados con estos
2. Evaluar la rentabilidad de la producción y las ventas a todos los niveles
3. Planificar la producción

4. Planifica la venta
5. Resultados del programa antes y después de ISR y PTU
6. Controlar los costos
7. Toma una decisión

2.3.10 Patente

Una patente es un título de propiedad ya sea de origen industrial, intelectual, entre otros que reconoce a su titular con el derecho de actuar frente a terceros que pretendan falsificar, fabricar, copiar, importar y /o vender procedimientos o productos protegidos por la patente sin previo consentimiento. Este título permite que en caso de plagio o infracción los dueños de la patente pueden tomar acciones legales contra aquellos. Una de las características de las patentes es de que consta de una memoria descriptiva dirigida a explicar el problema técnico y mostrar la forma de resolverlo, al estar compuesto de una descripción de la invención y reivindicaciones que son características técnicas que se otorgan para la protección legal (Innocámara, 2018).

2.3.11 Presupuesto

De acuerdo con (Asturias Corporación Universitaria, 2019) define un presupuesto como la expresión formal de manera detallada, organizada y por anticipado de un plan, meta u objetivo de gestión verificando que cubra todos los aspectos de las operaciones en un determinado tiempo de una determinada organización. Por lo tanto, son una herramienta de gestión imprescindible de cualquier empresa, microempresa, organización sin fines de lucro, etc. Generalmente el presupuesto tiene dos características que lo definen y son las siguientes:

- Cuantificación: Las partidas deben ser cuantificadas, pueden ser en unidades técnicas como kg, m, horas, días, litros, unidades de producto, etc.

- Por anticipado: De acuerdo con su propio origen pre – supuesto, supuesto antes de que ocurra, una estimación por adelantada proyectada al futuro.

2.3.12 Diseño de marca

Es la identidad visual que permite proyectar una determinada personalidad de marca a través de elementos gráficos, espaciales y cromáticos, es este el punto de partida para construir una identidad de marca con la que pueda ser identificada por el público. Al igual que los seres humanos, una marca es conformada de cierta personalidad que involucra rasgos, atributos, características, emociones, sentimientos y valores que permiten la identificación por parte del público que reconoce lo que la marca es así como la diferenciación competitiva que también muestra las ventajas y desventajas que permite destacarse entre otras marcas de su categoría o actividad (Zincografía, 2017).

2.3.13 Estrategia de marketing

Según Philip Kotler quien es considerado el padre del marketing este es un proceso social y administrativo que permite que grupos e individuos puedan satisfacer sus necesidades al crear e intercambiar servicios y bienes. Además, existen otras afirmaciones que señalan que el marketing es el arte o ciencia de satisfacer los requerimientos de los clientes obteniendo ganancias al mismo tiempo (Garibay, 2018).

2.3.14 Estudio de mercado

Es el que permite averiguar la reacción del mercado ante un servicio o producto a fin de plantear la estrategia comercial adecuada. Por lo general existe una gran cantidad de productos similares que se producen por distintas empresas, pero es notorio que unas tienen más éxito que otras, es cuando se hace necesario analizar los elementos que integran el mercado como las cualidades del producto, precios, clientes potenciales y la

competencia, de este modo se pueden conocer las posibilidades del producto o servicio y proceder a la planificación para la correcta actividad comercial (Operagb, 2017).

2.3.15 Menú / Carta

El menú es un conjunto de platos que un establecimiento ofrece al cliente, mientras que la carta es el compendio de los platos que ofrece un restaurante en que generalmente suele estar incluido el menú diario. La carta permite variaciones en los platos, en las presentaciones o la hora de hacer un pedido, mientras que el menú es uno solo. Los precios que se muestran en el menú y la elección que presenta a través de la carta suele ser una clara diferencia entre ambos ya que el precio del menú es un precio cerrado. Aunque, también se entiende por menú a la comanda. Es decir, la elección de platos que se ha hecho después de consultar la carta (Larrosa, 2021).

2.3.16 Diseño de menú

El menú es el primer instrumento de marketing, es este un instrumento fundamental en la cual le permite al cliente elegir lo que va a consumir, además de ser el órgano de comunicación entre el establecimiento y el cliente promoviendo un encuentro entre las preferencias del cliente y la oferta de un restaurante. El tipo de la carta dependerá de la lógica del establecimiento, ya que no es lo mismo desarrollar un menú de restaurante que por lo general oferta platos altamente estandarizados (Arte Dinámico, s.f).

2.3.17 Normas HACCP

Es un sistema de análisis de peligros y puntos críticos de control que tiene como propósito mejorar la inocuidad de los alimentos permitiendo evitar peligros microbiológicos de cualquier tipo que pongan en riesgo la salud del consumidor permitiendo configurar un propósito en específico que tiene relación con la salud de la población. La versatilidad de este sistema permite aplicar sus principios en distintas

condiciones que pueden ser desde un proceso industrial a uno artesanal, marcando otra de las diferencias con los sistemas de seguridad alimentaria (Carro & Gómez, 2019).

2.3.18 Manual de procesos

También conocido como Manual de Procedimientos, es el que permite el correcto funcionamiento de la empresa porque es donde se establece el legado, políticas, normas, reglamentos, sanciones y todo lo relacionado con la gestión de la organización. Este manual debe estar escrito en un lenguaje sencillo, llano y lógico, también debe crear regulaciones aplicables para los trabajadores y debe ser flexible en caso de que tengan que ser modificadas en algún momento en función de nuevas políticas de la empresa. Es importante señalar que esta guía debe ser de conocimiento de todo el personal de la empresa, principalmente por aquellos que se reincorporan a la organización, esta debe contener esencialmente: Misión, Visión, Valores, Políticas, Estrategia, Principios, Metas, Capacidades y Productos o Servicios (Impulso Popular, 2015).

2.3.19 Perfil del personal operativo de un restaurante

Para garantizar que el cliente tenga una agradable experiencia gastronómica, es fundamental que los establecimientos de alimentos y bebidas tenga definida la descripción de los puestos de trabajo y las funciones a desarrollar de cada uno de los colaboradores (Ortega, s.f). Inicialmente es importante dividirlos en dos grupos tales como:

- Personal del área de servicio del restaurante
    a) Gerente
    b) Jefe de servicio
    c) Hostess
    d) Mesero

- Personal del área de cocina del restaurante
    a) Chef ejecutivo
    b) Jefe de cocina
    c) Cocineros (cocina fría)
    d) Cocineros (cocina caliente)
    e) Steward

2.3.20 Permisos de funcionamiento

Los permisos de funcionamiento de un establecimiento están orientados a categorizarlos como un restaurante o cafetería en donde se elaboran, expenden y/o sirven alimentos preparados, alimentos de preparación rápida o precocinada, en el que un restaurante se define como: Establecimiento donde se elaboran y expenden alimentos preparados, se puede comercializar bebidas alcohólicas y no alcohólicas, además se podrá ofertar servicios de cafetería dependiendo de la categoría tener un servicio de autoservicio. Para la obtención del permiso de funcionamiento se debe contar con la categorización que otorga el ministerio de turismo, además del requisito de contar con un número de registro único RUC (ARCSA, 2020).

2.3.21 Importancia de innovación de las empresas

La innovación es esencial ya que permite a una empresa diferenciarse de sus competidores, de este modo se puede obtener una ventaja frente a ellos, logrando ofrecer un producto o servicio que se ajuste a los requerimientos de los consumidores, dentro de un entorno de competitividad, es esencial que una empresa innove si su meta es mantener su cuota de mercado, además que estos cambios deben desarrollarse de forma constante en el tiempo, ya que la empresa podría perder clientes (Westreicher, 2020).

2.3.22 Efectos post-pandemia en los restaurantes

El Covid19 es una familia de virus que posee la función de ser transmitido de animales a personas, generando cuadros clínicos que pueden ser desde un simple resfriado hasta complicaciones por el virus como el SARS-CoV responsable de un síndrome respiratorio, esto causó una pandemia a nivel global afectando la economía mundial sin excepción de los establecimientos de comida, donde para el resurgimiento muchos establecimientos adoptaron nuevas estrategias como el Dark kitchen que es una especie de cocina fantasma, modelo de comercio que consiste en preparar alimentos únicamente para comercialización a domicilio en donde el restaurante bajo el formato de e-commerce se dedica a elaborar y enviar sus platillos por pedidos, prescindiendo de recursos que se utilizan en los restaurantes convencionales como sillas, mesas, meseros, etc.

2.3.23 Protocolos de bioseguridad

Luego del surgimiento de la pandemia por el Covid19, en Ecuador se establecieron nuevos lineamientos para la atención en establecimientos y restaurantes para el retorno a las actividades laborales, entre las que se indicó a los colaboradores que los horarios de atención serán de acuerdo a lo que señale el COE nacional, al igual que el aforo establecido debe cumplir con la disposición de aglomeración máxima de personas dependiendo la semaforización de cada cantón, además del distanciamiento obligatorio entre personas, uso de mascarilla, desinfección de las manos con alcohol, entre las obligaciones de los trabajadores en que si presentan sintomatología no podrán laborar, o personas que hayan tenido contacto con personas que han sido confirmadas positivo de Covid19 deberá hacer cuarentena por un período de al menos 14 días. (Mintur, 2020)

2.3.24 Diseño de interior

Es una rama de la arquitectura que se basa en crear espacios atractivos, confortables y con equipos mejores con la finalidad de que la calidad de vida en los espacios recreativos, laborales, etc., esto es a través del estudio y solución espacial, artística, tecnológica y económica. Para ello se emplean conceptos arquitectónicos como la circulación en los espacios que se disponen, abarcando temas como la iluminación natural o artificial, disposición de mobiliario, decoración y estilo a implementarse. (Palermo, 2018)

2.3.25 Impacto de redes sociales en la actualidad

Actualmente por lo general las personas investigan por medio de internet antes de tomar una decisión de compra e incluso cuando la intención es ir a una tienda física, los clientes hoy en día buscan contactarse directamente con la marca o establecimiento para obtener mayor información y resolver dudas, estos generalmente analizan varias opciones y toman en cuenta las opiniones y calificación de otros usuarios para estimar si consumir o no. Las redes sociales son una gran influencia en el mundo globalizado en el que vivimos, por lo que las principales redes de mayor impacto son: Facebook, Instagram, WhatsApp y Twitter, es esencial que los establecimientos cuenten actualmente con redes activas, aunque es preferible ponerle más énfasis a una y darle un buen seguimiento para tener el mejor aprovechamiento (Domenech, 2018).

2.3.26 Mejora continua

De acuerdo con (Averson, 2021) la mejora continua es una filosofía que busca optimizar y mejorar la calidad de un producto, proceso o servicio. Generalmente consta de las siguientes características:

- Es un proceso documentado, esto permite que todos los involucrados en el proceso lo conozcan y todos puedan aplicarlo de la misma manera cada vez.
- Utiliza un tipo de sistema de medición que pueda determinar si se están logrando los resultados esperados de un proceso (métricas de gestión)
- Implica a todas o algunas de las personas directamente implicadas en el proceso, ya que son estas personas las que tienen que lidiar a diario con sus fortalezas y debilidades.

El ciclo de Deming sugiere que una entidad pueda optimizar contantemente sus actividades a través de cuatro etapas, una vez que ha llegado a la última se debe volver a empezar, de este modo promueve la autoevaluación continua que permita identificar las oportunidades de mejora en los procesos.

Ilustración 3 *Ciclo de Deming para la mejora continua*

Fuente: (Beetrack, 2021).

2.4 Marco Legal

2.4.1 Reglamento turístico para establecimientos de alimentos y bebidas

Definiciones: Art.4: Para la aplicación del presente reglamento se deberán observar las siguientes definiciones:

Implica aspectos como el alimento preparado que debe ser en especial destinado a consumo humano donde debe mantener la temperatura correcta de cada preparación, además que el establecimiento debe contar con botiquín de primeros auxilios que debe contener algodón hidrófilo, curitas, tijera, tela adhesiva, guantes y sanitizante de heridas, además de las normas para prevenir la contaminación cruzada entre alimentos por el contacto de alimentos crudos y cocidos que puede modificar la inocuidad de un alimento.

Otro punto es el cuidado del establecimiento que debe cumplir con los parámetros del reglamento por el Ministerio de Turismo, en donde se necesita ejercer principios PEPS primero en entrar, primero en salir, y el inicio PCPS primero en caducar, primero en salir, todo lo mencionado en un registro de inventario con la debida rotación de productos.

Clasificación. – Art. 14: Los establecimientos turísticos de alimentos y bebidas se clasificarán en:

a) Cafetería

b) Bar

c) Restaurante

d) Discoteca

e) Establecimiento móvil

f) Plazas de comida

g) Servicio de Catering

Restaurante: Establecimiento en que se elaboran y/o expenden alimentos preparados. En este se puede comercializar bebidas alcohólicas y no alcohólicas.

También podrá ofertar servicios de cafetería y, dependiendo de la categoría, puede disponer de servicio de autoservicio. (Ministerio de Turismo, 2018).

2.4.2 Requisitos que debe cumplir el área de producción

De acuerdo con la norma (INEN NTE 2938, 2016) de los requisitos para el área de producción son los siguientes:

2.4.2.1 Área de cocina

Las instalaciones deben contar con condiciones óptimas de higiene y seguridad para la preparación de alimentos que permitan:

a) El área debe estar señalizada y separada física o funcionalmente de otras áreas;

b) Los pisos deben ser de materiales revestidos, lavables, duraderos, antideslizantes y fáciles de limpiar.

c) Iluminación adecuada con lámparas protegidas contra la caída de residuos en los alimentos.

d) Capacidad calorífica y frigorífica de cocción al máximo nivel de funcionamiento proporcionado.

e) Equipos y menaje que requieran los servicios prestados.

f) Ventilación natural o forzada y renovación del aire para evitar calor excesivo, concentraciones de gases, humos, emanaciones y olores;

g) que las instalaciones y equipos no obstaculicen o impidan el movimiento del producto;

h) la disponibilidad de equipos de medición adecuados y mantenidos para controlar los procesos de elaboración, preparación y almacenamiento;

i) Disponibilidad de espacio físico o funcional dedicado a residuos sólidos y líquidos alejado de las áreas de procesamiento. Use pisos impermeables y cestos de basura separados con bolsas de plástico y tapas según el tipo de basura.

2.4.2.2 Área de almacenamiento

La norma (NTE INEN XX, 2015) señala los siguientes aspectos al almacenar alimentos y suministros, son:

a) Áreas de almacenamiento separadas, etiquetadas, separadas y suficientes para alimentos y productos perecederos, no perecederos, no alimentarios y suministros;

b) Rotación de inventarios y suministros para evitar caducidad.

c) identificación de la fecha de producción de productos crudos, cocidos o cocidos;

d) Almacenar adecuadamente los alimentos, insumos y productos que no requieran refrigeración en un ambiente seco y fuera de la luz solar directa.

e) Cadena de frío para quienes necesiten refrigeración.

Nota. Le recomendamos que utilice los métodos de gestión de inventario LIFO o FIFO según corresponda.

2.4.3 Requisitos que debe cumplir el área de servicio

La norma (NTE INEN XX, 2015) en la sección de los requisitos para el correcto manejo de los recursos en el área de servicio, detalla los siguientes requerimientos:

> a) Señalización interior: La organización debe asegurarse de que las instalaciones cuenten con señalización informativa visible y estandarizada de áreas y servicios, y prohibiciones, prohibiciones y peligros de seguridad. b) Iluminación y ventilación: las organizaciones deben garantizar un ambiente cómodo, bien iluminado, limpio y libre de olores a través de la instalación,

operación y mantenimiento de sistemas de iluminación, ventilación, escape y/o aire acondicionado. Los niveles de ruido deben estar dentro de los límites exigidos por la normativa medioambiental. c) Infraestructura de Servicios: Las organizaciones deben asegurar una infraestructura de Servicios funcional, limpia y cómoda con elementos decorativos como:

1. Acondicionamiento de instalaciones, electrodomésticos, mobiliario, mantelería, vajilla, complementos, menaje y menaje.

2. Disponer siempre de platos, vasos, cubiertos y mantelería suficientes para resolver situaciones de máxima ocupación.

3. Asegurarse de que los utensilios, vajilla, vasos, cubiertos y mantelería se encuentran en perfecto estado y se utilizan de acuerdo con las características del establecimiento. Nota. Recomendamos no utilizar material plástico para la mantelería. (NTE INEN XX, 2015)

2.4.4 Leyes para la estructura del área de la cocina de un establecimiento de alimentos

El (ARCSA, 2015) en su instructivo de evaluación para los establecimientos de alimentos refiriéndose a la correcta estructura del área de producción o cocina, señala lo siguiente:

a) Diseño de instalaciones y saneamiento

Una consideración muy importante relacionada con la higiene de los alimentos es la correcta asignación de áreas y la segregación de áreas apropiadas según el proceso de ejecución. En otros casos, se espera que haya separación entre las áreas de preparación y procesamiento de ingredientes, y entre las cocinas frías y calientes. Se espera que esta separación sea física, pero si eso no es posible, debe desglosarse en funciones.

Por ejemplo, prepare los ingredientes y los alimentos listos para comer en diferentes momentos, o programe los alimentos de bajo riesgo antes que los alimentos de mayor riesgo. De esta forma se puede utilizar la misma encimera o superficie siempre que se limpie y desinfecte entre una y otra operación.

- Materiales de construcción: Todos los materiales utilizados para la preparación de alimentos pisos, paredes y techos deberán ser lisos y accesibles para una fácil limpieza y desinfección sin aberturas para facilitar la entrada de posibles plagas.
- Iluminación y ventilación: Una buena iluminación facilita el proceso que se está realizando. Si la lámpara se rompe, debe protegerse contra la caída de vidrios rotos sobre los alimentos. La ventilación adecuada ayuda a controlar las temperaturas internas y el exceso de polvo, humo y vapores, pero el diseño debe evitar corrientes de aire de áreas sucias a áreas limpias. Si la cocina tiene escapes de humo o humo, no se debe dudar en usarlos. Las puertas y ventanas ayudan a mejorar la ventilación. Por su capacidad para proteger el entorno en el que se desarrolla el proceso, deben ser de materiales lisos y fáciles de limpiar, pudiendo complementarse las ventanas con cristales y/o protección mosquitera o similar para evitar intrusiones. estar instalado. Evitar la entrada de polvo, insectos y otras alimañas.
- Procedimientos de limpieza y sanitización: Esta operación es extremadamente importante para el manejo higiénico de los alimentos y requiere la cooperación de los manipuladores para lograr altos estándares de seguridad. Todas las estaciones de procesamiento, independientemente de su tamaño, volumen de producción, equipo o personal, deben realizar operaciones diarias de limpieza y desinfección en: Zona de tratamiento (paredes, suelo, techo)

• Superficies en contacto con alimentos (mesas, recipientes, utensilios, utensilios)

b) Ubicación de equipos

Los equipos, incluidas las máquinas de hielo y los recipientes de almacenamiento, no deben exponerse ni exponerse cerca de desagües, líneas de condensación, huecos de escaleras abiertos u otras fuentes de contaminación. Los requisitos y recomendaciones para la instalación del equipo (para garantizar el espacio y el sellado adecuados para una limpieza fácil y adecuada) incluyen:

- Siempre que sea posible, el equipo debe montarse sobre ruedas para facilitar el movimiento y la limpieza y para garantizar la flexibilidad de funcionamiento.
- Las unidades montadas en el piso deben sellarse al piso por todos lados o levantarse con una pata para que haya un espacio libre mínimo de 15 cm entre el piso y la unidad.
- Espacio suficiente detrás y entre los dispositivos para permitir la limpieza. La adquisición de equipos debe considerar aspectos como la cantidad de materias primas a obtener, la cantidad de alimentos a preparar, el espacio físico disponible y la capacidad de los equipos.

c) Diseño y tamaño del equipo de refrigeración:

Las instalaciones de refrigeración deben ser adecuadas para permitir el almacenamiento, el transporte, el servicio, el servicio y el enfriamiento rápido de los alimentos potencialmente peligrosos. Demasiada comida o almacenar comida caliente en el refrigerador hará que la temperatura suba y descongele parcialmente la comida almacenada. Así que prepara algunas porciones pequeñas para mantener las sobras fuera de la nevera. Cuando su congelador está sobrecargado, encontrar y rotar los

alimentos también puede ser difícil. La demanda específica de refrigeración debe basarse en:

- Menú,
- Frecuencia de las comidas
- Frecuencia de entrega y tiempo de preparación;
- Se recomienda un refrigerador capaz de enfriar alimentos potencialmente peligrosos de 60°C a 5°C en 4 horas.

d) Utensilios:

- Tabla de cortar. - La superficie de la tabla de cortar no debe tener marcas de cuchillos ni otros daños. Puede ser de plástico apto para uso alimentario o de madera no tóxica (madera dura y sin resinas como roble, nogal, manzano, cerezo, etc.) y no debe transferir olores ni sabores a los alimentos.

Las tablas de cortar deben mantenerse con una superficie pulida para asegurarse de que no haya marcas de cuchillos o marcas de afeitado. Además, el uso de tablas de cortar codificadas por colores separadas para alimentos crudos y cocidos ayuda a prevenir la contaminación cruzada. Las tablas deben limpiarse, enjuagarse y desinfectarse después de cada uso.

2.4.5 Permisos para el funcionamiento

- Requisitos generales para todos los establecimientos:

De acuerdo con la (Agencia de Control y Regulación Sanitaria, 2014) toda persona natural o jurídica, nacional o extranjera, para solicitar por primera vez el permiso de funcionamiento del establecimiento deberá adjuntar escaneados en formato PDF en el Sistema Informático los siguientes requisitos:

- Comprobante de pago, en su caso, previa cumplimentación del formulario de solicitud y anexo de los requisitos solicitados

No es necesario adjuntar los siguientes requisitos, ya que se confirmarán en línea con las agencias correspondientes.

1. Nacionalidad o número de cédula de identidad del titular de la instalación o representante legal;

2. Número de cédula y datos del responsable técnico de la empresa que lo necesite. 3. Número Único de Registro de Control (RUC/RISE)

3. Clasificación por el Ministerio de Industrias y Producción Clasificación por el Ministerio de Turismo.

- REQUISITOS ESPECÍFICOS DE CADA ESTABLECIMIENTO:

Además de los requisitos mencionados anteriormente será necesario en algunos de los establecimientos adjuntar requisitos específicos de acuerdo a cada código. A continuación, se enlistan los requisitos específicos por tipo de establecimiento:

Ilustración 4 *Cuadro de reglamento sustitutivo para otorgar permisos de funcionamiento por el ARCSA*

REQUISITOS PARA OBTENER EL PERMISO DE FUNCIONAMIENTO DE ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTOS										
CÓDIGO	REQUISITOS / TIPO DE ESTABLECIMIENTO	Certificado de Buenas Prácticas de Manufactura actualizado (1 y 2)	Titulo del Técnico responsable del establecimiento (3)	Categorización otorgada por el MIPRO (1)	Métodos y procesos que se van a emplear para: materias primas, método de fabricación, envasado y material de envase, sistema de almacenamiento de producto Terminado (3)	Indicar el número de empleados por sexo y ubicación: administración, técnico, operarios (3)	Planos de la empresa con ubicación de equipos siguiendo el flujo del proceso (3)	Planos de la empresa a escala 1:50 con la distribución de áreas (3)	información referente al edificio (3)	Detalle de los productos a fabricarse (3)
14.0	ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTOS	Requisito verificado en línea	Requisito que se debe adjuntar en el sistema	Requisito verificado en línea	Requisito que se debe adjuntar en el sistema	Requisito que se debe adjuntar en el sistema	Requisito que se debe adjuntar en el sistema	Requisito que se debe adjuntar en el sistema	Requisito que se debe adjuntar en el sistema	Requisito que se debe adjuntar en el sistema
14.1	ESTABLECIMIENTOS PROCESADORES DE ALIMENTOS									
14.1.1	ESTABLECIMIENTOS DE ELABORACIÓN Y CONSERVACIÓN DE CARNE Y SUS DERIVADOS	√	√	√	√	√	√	√	√	√
14.1.2	ESTABLECIMIENTOS PARA LA ELABORACIÓN, Y CONSERVACIÓN DE PESCADOS, CRUSTÁCEOS, MOLUSCOS Y SUS DERIVADOS		√	√	√	√	√	√	√	√
14.1.3	ESTABLECIMIENTOS PARA LA ELABORACIÓN Y CONSERVACIÓN DE FRUTAS, LEGUMBRES, HORTALIZAS, TUBÉRCULOS, RAÍCES, SEMILLAS, OLEAGINOSAS Y SUS DERIVADOS		√	√	√	√	√	√	√	√
14.1.4	ESTABLECIMIENTOS DESTINADOS A LA ELABORACIÓN DE ACEITES DE ORIGEN VEGETAL Y/O ANIMAL Y DERIVADOS		√	√	√	√	√	√	√	√
1. Reglamento sustitutivo para otorgar Permisos de Funcionamiento a los Establecimientos sujetos a Vigilancia y Control Sanitario; Acuerdo ministerial N° 4712, Suplemento del Registro Oficial 202, 13-III-2014 y sus reformas Acuerdo 4907, Registro Oficial 294, 22-VII-2014 y Acuerdo 5004, Registro Oficial 317, 22-VIII-2014; 2.Emitir politica de plazos de cumplimiento de Buenas Prácticas de Manufactura para plantas procesadoras de alimentos. Registro Oficial 839, 27 de noviembre de 2012. 3. Reglamento de Alimentos, Decreto 4114, Registro Oficial 984, 22-VII-1988)										

Fuente: (Agencia de Control y Regulación Sanitaria, 2014)

Ilustración 5 *Cuadro de requisitos para identificación del tipo de establecimiento*

REQUISITOS VERIFICADOS EN CONTROL POSTERIOR DE ESTABLECIMIENTOS DE SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN COLECTIVA				
CÓDIGO	REQUISITOS / TIPO DE ESTABLECIMIENTO	Categorización otorgada por el Ministerio de Turismo (1)	Contrato de prestación de servicio de expendio de alimentos y bebidas con la institución educativa (2)	Certificado de manipulación de alimentos otorgado por el SECAP (2)
14.7	**SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN COLECTIVA**	Requisito verificado en línea	Requisito que se debe adjuntar en el sistema	Requisito que se debe adjuntar en el sistema
14.7.1	**RESTAURANTE / CAFETERÍA**	√		
14.7.2	**HELADERÍA / FUENTE DE SODA**	√		
14.7.3	**BARES ESCOLARES**		√	√
14.7.4	**CASA DE BANQUETES**			
14.7.5	**SERVICIOS DE CATERING**			
14.8	**OTRAS ACTIVIDADES DE SERVICIOS DE COMIDAS Y BEBIDAS NO CONTEMPLADAS ANTERIORMENTE (como kioscos, islas, entre otros)**	√		
15.0	**EMPRESAS PROVEEDORAS DE SERVICIOS DE AGUA POTABLE (EPS)**			
1. Reglamento sustitutivo para otorgar Permisos de Funcionamiento a los Establecimientos sujetos a Vigilancia y Control Sanitario; Acuerdo ministerial N° 4712, Suplemento del Registro Oficial 202, 13-III-2014 y sus reformas Acuerdo 4907, Registro Oficial 294, 22-VII-2014 y Acuerdo 5004, Registro Oficial 317, 22-VIII-2014; 2. Reglamento para el control del funcionamiento de bares escolares del Sistema Nacional de Educación; Acuerdo Interministerial N° 0005-14, Registro Oficial 232, 24-IV-2014.				

Fuente: (Agencia de Control y Regulación Sanitaria, 2014)

2.4.6 Reglamento turístico para establecimiento de alimentos y bebidas

El (Ministerio de Turismo, 2018) en el Artículo 7 de los Derechos y obligaciones de los prestadores de servicios de alimentos y bebidas, indica que los prestadores de servicios turísticos de alimentos y bebidas gozarán de los siguientes derechos y obligaciones:

a) Percibir el valor por sus servicios ofertados;

b) Acceso a los incentivos e ingresos establecidos en la norma vigente;

c) Determinar e informar políticas de recaudación y tarifas para la prestación de servicios;

d) Contar con el Registro de Turismo y Licencia Única de Funcionamiento Anual;

e) Contar con el cuaderno de reclamos coincidente a lo establecido en la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor;

f) Exhibir en un sitio visible el Registro de Turismo y la Licencia Única Anual de Funcionamiento;

g) Exhibir la placa de identidad de filial turística otorgado por la Autoridad Nacional de Turismo donde constará la tipología y función del filial, la cual va expuesta en un sitio visible al público en general;

h) Respetar y desligarse los lineamientos establecidos para manutención y otras normas, determinadas por la Autoridad Sanitaria Nacional o quién ejerza sus funciones;

i) Al menos el 50% del personal debe acreditar su capacitación, formación profesional o certificado de competencias laborales para ofertar el servicio de alimentos y bebidas;

j) Mostrar la lista de precios en un sitio visible para el usuario;

k) Determinar los precios finales de los alimentos o bebidas en la lista del menú en que se encuentre o no el desglose del precio final

l) Mantener la vajilla, cristalería, cubertería e implementos de restauración en estados óptimos de fregado y lavado, sin roturas o ralladuras;

m) Cumplir con lo que establece el reglamento o estatuto vigente y demás norma aplicable al sector;

n) Denunciar ante las autoridades competentes, mediante los canales establecidos para el efecto, a los establecimientos turísticos de alimentos y bebidas que no tengan los permisos pertinentes;

o) Mantener las instalaciones, infraestructura, mobiliario, insumos y equipamiento del lugar en óptimas condiciones de limpieza y funcionamiento;

p) Utilizar mecanismos de lavado para las instalaciones e implementos del área de producción;

q) Diferenciar al trabajador que se encuentra en entrenamiento;

r) Garantizar el no acumulamiento de olores al interno del establecimiento;

s) Cumplir con los servicios ofrecidos al consumidor;

t) Otorgar información real del establecimiento al consumidor;

u) Podrán solicitar que un cliente se retire, cuando este contravenga a las normas básicas de convivencia y la normativa correspondiente; sin perjuicio que el cliente mantenga su deber de cancelar el valor de su consumo

v) Cumplir con los tributos o impuestos según lo propicio en la norma pertinente; y,

w) Comunicar a la Autoridad Nacional de Turismo o Gobiernos Autónomos Descentralizados, la transferencia de ámbito y/o variación de la información con la que fue registrado el establecimiento dentro de 30 días de emisión.

2.4.7 RUC

De acuerdo con lo que señala el registro único de contribuyentes (RUC), este es instrumento cuya función es registrar e identificar a los contribuyentes a efectos fiscales y proporcionar esta información a la oficina de impuestos. Se utiliza para realizar alguna actividad económica en el Ecuador de manera permanente u ocasional. Corresponde a los números de identificación asignados a todas las personas físicas y/o jurídicas que sean titulares de bienes o derechos sujetos al impuesto.

Los tipos de contribuyentes de esta herramienta son personas nacionales o extranjeras que realizan actividades económicas lícitas que pueden estar o no obligadas a llevar contabilidad. Quienes están obligadas a llevar contabilidad son aquellos que deben cumplir con lo establecido en el Art. 37 del Reglamento para aplicación de la ley de régimen tributario interno y quienes no están obligados, deben llevar cuentas de ingresos y egresos, cumpliendo con el Art. 38 del Reglamento para la aplicación de la ley de régimen tributario interno (Servicio de Rentas Internas, 2021).

CAPÍTULO III:

METODOLOGÍA

En la investigación se aplicará el enfoque cualitativo en la cual se aplica el tipo de investigación exploratoria y bibliográfica en que las herramientas a utilizar son la observación y entrevistas, además del enfoque cuantitativo que emplea el tipo de investigación descriptiva utilizando las herramientas de encuestas y la elaboración de la matriz FODA del establecimiento , dando como resultado una metodología mixta, esta se fundamenta en el diagnóstico de los resultados que permiten observar a detalle las falencias identificadas a través de las distintas herramientas aplicadas, posteriormente se realizará la propuesta de reestructuración como solución a los problemas identificados., esta información se obtendrá por parte de los administradores y colaboradores de "Locos x los Chuzos "y los clientes que visitan el establecimiento con regularidad.

3.1 Metodología Cualitativa

De acuerdo con Taylor y Bogdán indican que la definición de la metodología es simultánea, ya que es manera en que se enfocan los problemas como la forma en que se buscan soluciones para los mismos. En cuanto a (Casilimas, 2019) señala que realizar un estudio desde un enfoque cualitativo no solo concierne al esfuerzo de comprensión de lo que se observa o se interpreta sino también es la posibilidad de construir generalizaciones que ayudan a entender los aspectos comunes en el proceso de producción y apropiación de una realidad social y cultural en que se desarrolla su existencia. Complementando la caracterización de acuerdo con Taylor y Bogdán 1992 que plantean los rasgos elementales de la investigación cualitativa se mencionan los siguientes:

- Inductiva: O también llamada cuasi-inductiva, es decir que tiene relación con el descubrimiento y hallazgo más que con la comprobación y/o verificación.
- Holística: Se observa el escenario y a las personas desde una óptica en general. El grupo de personas o escenarios a estudiar no se reducen a variables, sino que son considerados como un conjunto integral que se guía con lógica propia de organización, funcionamiento y significancia.
- Abierta: No excluye el recoger y analizar datos o perspectivas distintas, ya que en la investigación cualitativa todas las perspectivas son valiosas.
- Rigurosa: Prioriza resolver problemas detectados por medio de las vías de exhaustividad como análisis detallado y profundo e interpretación de los mismos.

Las herramientas para recopilar datos serán las siguientes:

a) Encuesta: Dirigida a clientes del establecimiento.
b) Entrevista: Dirigidas a dueño/administrador y colaboradores del establecimiento.
c) Matriz FODA: De las falencias identificadas de las áreas estructural y organizacional del restaurante.

3.2 Metodología Cuantitativa

Este diseño de investigación conforma el método experimental con el objetivo es de investigar, analizar y comprobar información y datos obtenidos de diversas fuentes, implicando la utilización de herramientas informáticas, estadísticas y matemáticas para la obtención y precisión de resultados. Se podría decir también que es concluyente ya que su objetivo es de cuantificar la problemática previamente elaborada y entender de forma generalizada a través de la búsqueda de resultados proyectables en una población mayor (Alan & Cortéz, 2017).

3.3 Enfoque de la investigación

3.3.1 Enfoque cuantitativo

En este enfoque se empleará la encuesta dirigida a los clientes regulares de Locos x los chuzos, esta se empleará como la herramienta que permite obtener información cuantificable obtenida de la serie de preguntas realizadas a los participantes calculando la cantidad de participantes mediante la aplicación de fórmula de población finita de acuerdo a la media obtenida de la cantidad de clientes que asisten al establecimiento, la información recopilada posteriormente será analizada en gráficos como pasteles y barras con porcentajes además de un análisis descriptivo de las mismas, permitiendo identificar los aspectos a reestructurar.

3.4 Tipo y diseño de investigación

La investigación es de tipo bibliográfica en que se hizo uso de la literatura existente para fundamentar el marco teórico, conceptual y legal, se tuvo en cuenta que esta información sea de características inherentes al tema de investigación relacionándose con los objetivos establecidos, además de hacer uso de fuentes confiables como revistas científicas, investigaciones académicas, libros, artículos, etc.

3.4.1 Investigación Bibliográfica

Es la etapa de la investigación científica en que se exploran trabajos académicos sobre un tema determinado, suponiendo el conjunto de actividades enfocadas en hallar documentos relacionados con un tema o un autor en concreto permitiendo conocer el estado de lo que se investiga, es por lo tanto también considerada un punto de partida en que se debe basar todo tipo de trabajo científico (García F. M., 2020). Para el correcto desarrollo es necesario estructurar las siguientes etapas conformadas de:

1. Formulación de preguntas de investigación: Deben ser preguntas concretas que delimite el tema u objetivo de la investigación.
2. Limitación de cobertura: Utilizando documentos de últimos 5 años de antigüedad, además de la delimitación geográfica, es decir que puede circunscribirse a un país, región o ciudad determinada.
3. Selección de fuentes a consultar: Determinar el uso de fuentes confiables de las que se hará recuperación de información de diferentes bases de datos bibliográficos.
4. Revisión de la literatura: Al finalizar la búsqueda, realizar un análisis de la información recuperada mediante un proceso de revisión del contenido.
5. Elaboración de bibliografía: Todos los documentos citados deben ser correctamente referenciados al finalizar el trabajo, siguiendo las normas establecidas por el estilo seleccionado.

3.5 Técnicas de recolección de datos

3.5.1 Entrevistas

Es una técnica de recopilación de información que se utiliza en procesos de investigación que posee un valor autónomo, esta se puede elaborar dentro de una investigación como fuera de ella, sus características son propias y sigue sus propias reglas. El objetivo principal de la entrevista es la obtención de información que puede ser personalizada de forma oral o escrita enfatizada a situaciones, acontecimientos, experiencias, vivencias y opiniones de personas. Por lo general mínimo deben participar dos personas, es decir la que adopta el rol de entrevistadora y la otra que es entrevistada, ocurriendo en ambas una interacción en relación a un tema en específico de estudio (Folgueiras, 2016).

Las entrevistas son dirigidas a los propietarios y colaboradores del establecimiento a fin de poder conocer a través de una serie de preguntas abiertas las opiniones que permitan evidenciar la situación actual del restaurante, posteriormente se realizará el análisis de las respuestas de los participantes identificando los aspectos a reestructurar y, en base a esto emplearlo como un fundamento en la propuesta de reestructuración (ver *Anexo 1* y *Anexo 2*).

Estas se llevaron a cabo a manera de diálogo de acuerdo a los perfiles para los que fueron diseñadas, se tomó apuntes de las respuestas de quienes participaron permitiendo así identificar las distintas opiniones y respuestas. Las entrevistas se realizaron en un tiempo de 20 min por persona. Luego del proceso de entrevistas se procede a realizar el análisis por pregunta en donde se interpretan las respuestas de los encuestados identificando las variables que se repitan dentro de las opiniones de los entrevistados.

3.5.2 Encuestas

Dentro del campo de la investigación científica, la encuesta es considerada una técnica de investigación social a través de la interrogación de los sujetos, es decir que involucra a un grupo de personas que forman parte de una población o una muestra, dentro de este contexto la encuesta considerada como un instrumento útil que permite conocer las percepciones, criterios, realidades y opiniones de una problemática previamente construida. Para la recopilación de datos se debe estructurar un diseño de cuestionario que será el instrumento de medición que tiene como finalidad presentar un resultado posterior a la recopilación de información de un tema o acontecimiento en específico (López & Fachelli, 2015).

Estas son dirigidas a los clientes de Locos x los chuzos, con una serie de preguntas estructuradas que permitan identificar la percepción, necesidades y/o

sugerencias de quienes asisten al establecimiento, para ello se realizará el cálculo de la muestra que definirá la cantidad de encuestas a realizar, utilizando el total de la población finita que está conformada por el número de personas que asisten con regularidad al restaurante ubicado al norte de Guayaquil (ver *Anexo 3*).

Con la cantidad de la muestra definida a través de la fórmula de población finita, se procedió al desarrollo de las encuestas a los clientes, previamente consultando la disposición de los mismos para llenar el formulario en el lapso de 1min 30seg, facilitándoles la hoja impresa explicándoles de manera breve y precisa los ítems a llenar. Posterior a la recolección de la información en el formato estructurado de encuestas se procede a tabular en tablas de frecuencia y gráficos de pasteles y/o barras las respuestas de cada pregunta de acuerdo a la elección de los ítems por parte de los participantes, luego se realiza un análisis interpretativo de acuerdo a los porcentajes que se visualizan en los gráficos.

3.5.3 Perfil de los encuestados

Los participantes de la encuesta son clientes que visitan Locos x los Chuzos con frecuencia ya que son aquellos que tienen una percepción cercana con el servicio y producto que se brinda en el establecimiento.

3.6 Población y grupo objetivo

El grupo objetivo de esta investigación son los clientes en edades comprendidas de 18 años a 40 años o más que asisten con regularidad al restaurante “Locos x los Chuzos”. Para definir el tamaño de la población se utilizó la fórmula de población finita que se limita a la cantidad de clientes que el establecimiento ha tenido durante el primer año de su apertura que se centra en un total de 25,992 de acuerdo a la frecuencia de clientes registradas según los reportes de ventas en el año 2021.

3.6.1 Tamaño de la población a medir

Es la que ayudará al cálculo de la muestra o muestreo basándose en el tamaño que presente la población, se considera a la población finita a toda población conformada por menos de 100.000 unidades, en que la muestra necesaria es recomendable entre un 5% - 10%. Para elección de poblaciones se puede considerar a personas residentes de una ciudad, región, país, continente, etc., además pueden ser consumidores de un producto o servicio en específico, fabricantes, estudiantes, televidentes, etc., (López & Fachelli, 2015).

$$\mathbf{n}=\frac{z^2 \times p \times q}{e^2}$$

Total, de la población = **25,992**

n= muestras o personas a encuestar

z= nivel de confianza (95% = 1.95)

p= probabilidad a favor (50% = 0.5)

q= probabilidad en contra (50% = 0.5)

e= nivel de error (5% = 0.05)

N: 25,992
Z: 1,95
P:0,5
Q:0,5
E: 0,05

$$\boldsymbol{N}: \frac{\boldsymbol{Z^2}\ (\boldsymbol{n})(\boldsymbol{p})(\boldsymbol{q})}{[\boldsymbol{E^{2-}}(\boldsymbol{n}-\ \mathbf{1}\ )] + [\boldsymbol{Z^2}\ (\boldsymbol{p})(\boldsymbol{q})}.:$$

$$\text{n}=\frac{1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}{0.05^2}$$

$$= \frac{3.84 \times 0.5 \times 0.5}{0.00145}$$

$$n = \frac{0.43}{0.00145}$$

$$n = \mathbf{296}.$$

3.7 Diagnóstico Situacional

3.7.1 Nombre de la empresa

"Locos x los chuzos"

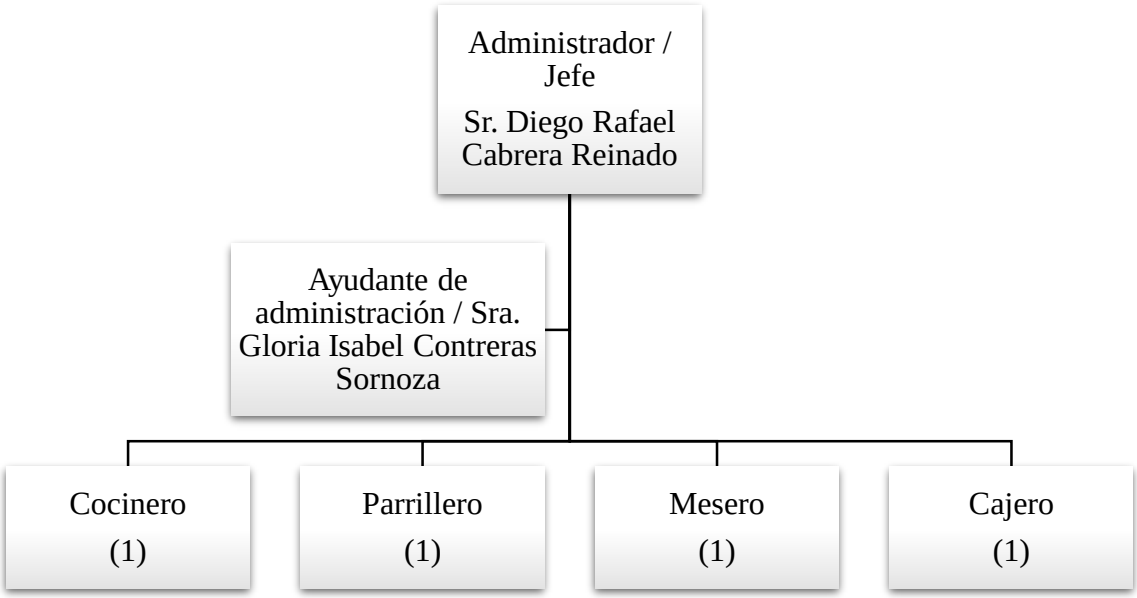
3.7.2 Ubicación

Samanes 1 Mz. 149 V. 2 en la Av. Isidro Ayora junto a urbanización Polaris al norte de Guayaquil.

3.7.3 Organigrama de funciones

Figura 1

Organigrama de funciones actual del establecimiento



Elaborado por: Autora.

3.7.4 Permisos de funcionamiento con los que cuenta el establecimiento en la actualidad.

Los permisos del establecimiento permanecen en trámites, por lo que actualmente solo cuenta con el permiso del SRI para el funcionamiento del establecimiento registrado con el RUC a nombre de una persona natural.

3.7.5 Equipos y utensilios

Tabla 1

Listado de equipos y utensilios actuales

Equipos	**Cantidad**	**Utensilios**	**Cantidad**
PRODUCCIÓN			
Cocina industrial	1	Cuchillos	8
Parrilla industrial	1	Bowl	6
Congelador 2 comparticiones	1	Ollas	7
Lavabos 2 comparticiones	1	Pinzas	3
Mesa de trabajo	2	Tablas de picar	3
Mostrador 2 comparticiones	1	Cucharetas	6
SERVICIO			
Mesa de trabajo	1	Charoles	4
Set Service	1	Cubiertos (cuchara, tenedor, cuchillos)	
Mesas para clientes	12	Platos tendidos	45

Sillas para clientes	38	Vasos	80
		Jarra (s)	15

Elaborado por: Autora.

3.7.6 Matriz de presupuesto inicial

En las siguientes tablas se detallan los valores del presupuesto inicial para la inversión que se realizó para la apertura de Locos x los Chuzos.

Tabla 2

Detalle de los valores iniciales de Locos x los Chuzos

Inversión inicial Locos x los Chuzos		
Detalle		**Costo**
Publicidad	$	800,00
Materia prima	$	950,00
Empaques	$	150,00
Arriendo	$	1.000,00
Utensilios de cocina	$	650,00
Activos	$	2.550,00
Total	$	**6.100,00**

Elaborado por: Autora.

Los valores que se describen en la publicidad del establecimiento, fueron los valores iniciales destinados al diseño del logo e impresión de flyers, también para contratación de servicios de Community Manager para creación de contenido en redes sociales, específicamente en Instagram. En cuanto a los valores de la materia prima fue el valor destinado a la compra de productos cárnicos, vegetales y abastos, los empaques que inicialmente se obtuvieron fueron tarrinas para despacho de pedidos para llevar. En los valores del arriendo incluyen los valores de servicios básicos como luz, agua e

internet, los utensilios de cocina fueron básicamente platos, vasos y cubiertos para la atención en el establecimiento, y, los activos es el dinero que se destinó para caja chica, además de contar con aquel dinero como reserva para adquisición de materias primas, productos de limpieza, materiales y demás suministros que posiblemente hicieran falta.

Tabla 3

Detalle de los costos mensuales en Locos x los chuzos

Costos mensual

DETALLE	DESCRIPCIÓN	COSTO MENSUAL
Nómina (sueldos colaboradores)	$425 a los 2 colaboradores fijos y al colaborador rotativo $212,50	$1.062,50
Materia prima e insumos	Carnes, embutidos, salsas, plásticos, utilitarios de limpieza, etc.	$1.690,00
Alquiler	Establecimiento	$ 450,00
Publicidad	Pago publicitarios en redes sociales.	$ 75,00
Servicios básicos	(Luz, agua e internet)	$ 429,00
Total		**$3.706,05**

Elaborado por: Autora.

El detalle del costo de la nómina se refiere a los gastos mensuales en sueldos para los dos colaboradores fijos en que cada uno percibía por sus servicios un total de $425,00 mensuales y los dos colaboradores ocasionales percibían un total de $212,50. Respecto a los costos de la materia prima son los valores que se invierten en la compra de:

- Cárnicos y embutidos: $970,00
- Vegetales: $150,00
- Abastos: $150,00
- Insumos de limpieza: $70,00
- Empaques plásticos: $150,00
- Bebidas: $200,00

El costo del alquiler es un valor que se cancela neto, además, mensualmente se destina un valor para publicidad en redes sociales y finalmente el costo mensual en servicios básicos del establecimiento.

Tabla 4

Detalle de los costos anual en Locos x los chuzos

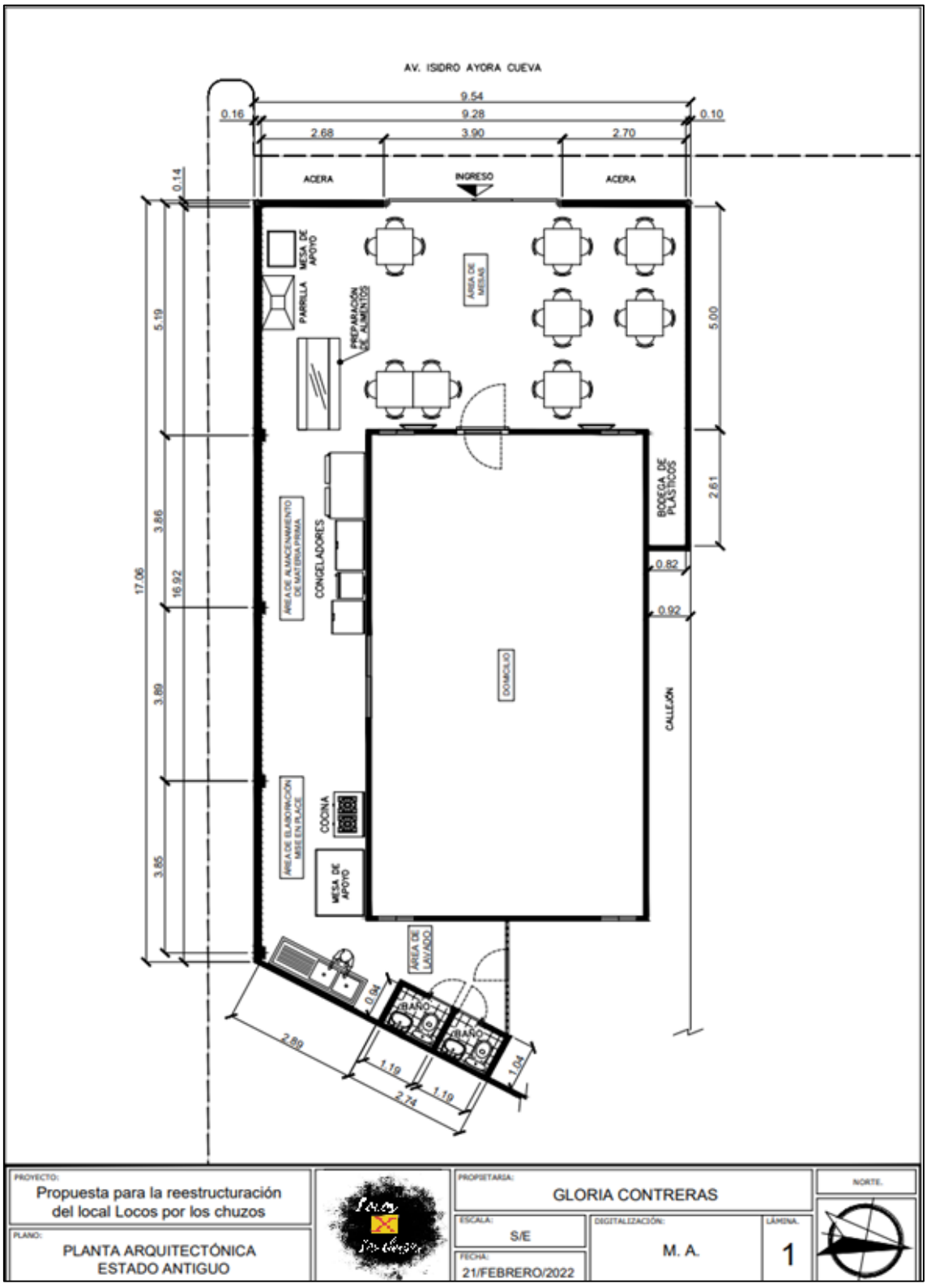
DETALLE	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Publicidad	$75,00	$75,00	$30,00	$30,00	$30,00	$30,00	$75,00	$30,00	$30,00	$75,00	$75,00	$75,00
Arriendo	$450,00	$450,00	$450,00	$450,00	$450,00	$450,00	$450,00	$450,00	$450,00	$450,00	$450,00	$450,00
Materia prima	$2.600	$1.690	$1.300	$1.100	$1.010	$1.290	$1.750	$1.390	$1.390	$1.700	$1.700	$2.250
Sueldos	$1.053	$1.053	$1.053	$1.053	$1.053	$1.053	$1.053	$1.053	$1.053	$1.053	$1.053	$1.053
Servicios básicos	$429,00	$429,00	$429,00	$378,00	$390,00	$390,00	$390,00	$360,00	$350,00	$410,00	$429,00	$429,00
Total gastos	$4.607	$3.697	$3.262	$3.011	$2.933	$3.213	$3.718	$3.283	$3.273	$3.688	$3.707	$4.257
Total I - E	$2.394	$2.304	$1.739	$2.190	$2.568	$1.688	$1.583	$2.318	$2.328	$2.513	$3.094	$8.513
Flujo neto del periodo	$9.394	$8.304	$6.739	$7.390	$8.068	$6.588	$6.883	$7.918	$7.928	$8.713	$9.894	$16.513
TOTAL FLUJO ANUAL												**$ 104.327**

Elaborado por: Autora.

Los valores que se describen en la tabla de los costos anual, son los que se estimaron del primer año de funcionamiento desde noviembre del 2020 a noviembre del 2021, es la suma de los valores mensuales de los costos del establecimiento para su funcionamiento y el flujo neto que se obtuvieron. Estos valores han ido variando de acuerdo a la demanda de cada mes, identificándose mayor cantidad de flujo neto en los meses de enero, febrero, mayo, octubre y diciembre que son aquellos meses en que las ventas incrementaron.

3.7.7 Diseño actual

Ilustración 6 *Presentación del Diseño actual de Locos x Los Chuzos*



Elaborado por: Autora.

En el diseño actual del establecimiento, es donde se identifica la proximidad indebida del refrigerador a la parrilla que emite humo caliente, además de estar muy próximo al área de almacenamiento. También se visualiza que la ubicación de los equipos no es la debida y que los servicios higiénicos del personal están muy próximos al sitio donde se preparan los alimentos.

3.7.8 Logo actual del establecimiento

Ilustración 7 *Presentación del logo actual de locos x los chuzos*

Elaborado por: Autora.

3.7.9 Carta / Menú actual

Ilustración 8 *Presentación actual de la carta o menú en redes sociales*

Elaborado por: Autora.

La ilustración 7 muestra la carta del menú actual de Locos x los chuzos, es aquella que se presenta a los clientes que asisten al establecimiento. De manera interna el área de cocina cuenta actualmente con recetas estándares que se encuentran en el anexo 5.

3.7.10 Matriz FODA

Tabla 5

Matriz FODA de Locos x los Chuzos

Fortalezas	Debilidades
- Profesionales a cargo de la administración - Buen manejo de BPM - Buen sabor de las preparaciones - Calidad de materia prima y producto terminado - Alianzas con proveedores potenciales de materia prima principal (embutidos)	- Tardanza en la entrega de pedidos en horas de alta demanda - Deficiente estrategia de marketing - Poca variedad del menú - No contar con afiliación de servicio delivery por aplicativo - No contar con un registro/inventario de compras para identificar mermas para optimización de los recursos.
Oportunidades	**Amenazas**
- Manejo adecuado de redes sociales para incremento de ventas - Capacitación al personal para la mejora constante - Variación de los productos y sus presentaciones - Captación de nuevos clientes - Precios asequibles	- Competencia directa de locales de asados como: Rincón Rústiko, Asa2. - Estrategias sofisticadas de marketing de la competencia directa - Nuevos reglamentos gubernamentales para establecimientos de A&B. - Variación de los precios de la materia prima (cárnicos, carbohidratos como papa y plátano verde) - Catástrofes naturales: Pandemia, Guerra, Terremotos, etc. - Afectación de servicios locales por plantones nacionales

Elaborado por: Autora.

Tabla 6

Matriz de estrategias FODA para el establecimiento Locos x los Chuzos

Matriz de estrategias FODA	***Fortalezas (F)***	***Debilidades (D)***
Oportunidades (O)	Estrategias F-O • En la publicidad incluir la nueva lista de precios con ofertas y descuentos en los consumos. • El dueño del establecimiento puede impartir la capacitación al personal en base a sus conocimientos y los requerimientos del establecimiento. • Creación de platos inclusivos como un menú vegano, bebidas sugar free, etc. • A través del marketing hacer partícipe a los clientes fieles en posting e interacción a través de las redes, para buscar captar nuevos clientes.	Estrategias D-O • Establecer tiempos de entrega por pedido • En la nueva estrategia de marketing desarrollar una vivencia o experiencia como parte de la captación de clientes (concursos vía redes) • En el menú incluir proteínas de origen animal y vegetal, variedad de ensaladas y bebidas. • Contratar servicio de repartidores independiente, con pago por comisiones. • Emplear el uso de herramientas tecnológicas para la identificación de mermas, para optimizarlas y reducirlas.
Amenazas (A)	Estrategias F-A • Crear una lista de precios competitivos al variar los tamaños y presentaciones de los productos, además de facilitar la forma de pago con tarjetas de banco (crédito, débito, etc.) y transferencia bancaria. • Observar el comportamiento de la competencia directa y mejorar la estrategia de marketing a través de la asesoría de un CEO en redes que sean tendencia. • Crear un producto diferenciado que puede ser	Estrategias D-A • Identificar cuáles son los picos de alta demanda y determinar los tiempos mínimos y máximos de la entrega de pedidos. • Concienciar a los colaboradores de poner en práctica a diario las estrategias de mejora en los tiempos, presentación de los platos, higiene personal, calidad de servicio al cliente, ya que estos aspectos son parte de la buena publicidad para el establecimiento.

	una salsa especial, chimichurri de fórmula secreta, ají de con base de frutas como maracuyá y tamarindo, crear un estilo único de papas, agregar deditos de yuca, chips de camote como parte de las guarniciones. • Al afiliarse en aplicativos móviles de servicio de delivery, incluir promociones para nuevos clientes.	• Incluir nuevos ingredientes a las preparaciones para optimización de las materias primas.

Elaborado por: Autora.

3.7.11 Matriz PEST

Tabla 7

Matriz de análisis PEST de Locos x los chuzos

Factores políticos	**Factores económicos**
• Necesidad de realizar el registro de patente para protección de derechos de autor del negocio. • Aumentos de impuestos y nuevas reglamentaciones que rigen el funcionamiento de establecimientos de A & B.	• Competencia con establecimientos aledaños • Mayores opciones/variedad de productos por parte de la competencia directa. • Variación en los precios de la materia prima. • Situación de crisis económica en el país.
Factores Socio – culturales	**Factores Tecnológicos**
• Aumento de la inseguridad social en la ciudad. • Necesidad constante de crear nuevos productos complementarios. • Innovación constante de la forma tradicional de preparación y presentación de los alimentos que salgan del contexto de lo rutinario.	• Adquisición e implementación de cobro de servicio por Datafast. • Falta de accesibilidad a los productos de la carta/menú a través del servicio delivery. • Plataformas tecnológicas para el manejo administrativo. (Registro de pedidos, manejo de

	inventario de materia prima, etc.)

Elaborado por: Autora.

3.7.12 Procesos actuales

- **Cocina**

  a) Recepción y almacenamiento de materia prima

  b) Clasificación y distribución de insumos (cárnicos, embutidos, vegetales, etc.)

  c) Preparación de mise-place

  d) Cocción de los alimentos

- **Servicio**

  a) Limpieza y desinfección del área de servicio (mesas y sillas)

  b) Sanitización del suelo y superficies

  c) Lavado de manos

  d) Organización de insumos del área

  e) Atención de clientes

CAPITULO IV:

RESULTADOS

4.1 Resultados

4.1.1 Resultados de encuestas

- Pregunta 1: Edad

Tabla 8

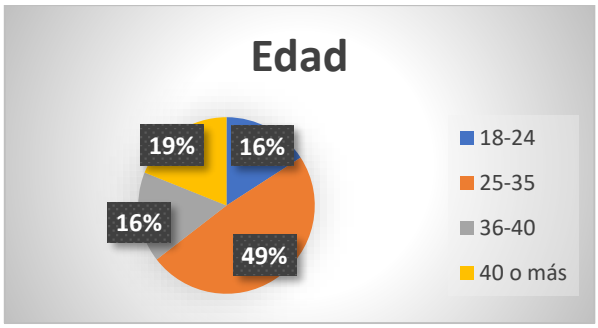
Edad de los clientes encuestados

18-24	47
25-35	144
36-40	49
40 o más	56
TOTAL	**296**

Elaborado por: Autora.

Gráfico 1

Porcentajes de los rangos de edad de los encuestados



Elaborado por: Autora.

Análisis:

Conforme a los rangos de edades de personas que participaron en la encuesta, el rango que más predomina es el de 25 – 35 años, con un total de 144 personas que representan el 49% del total de los encuestados, por lo que se interpreta que en mayoría los clientes frecuentes son jóvenes adultos los que visitan el establecimiento.

- Pregunta 2: Sexo

Tabla 9

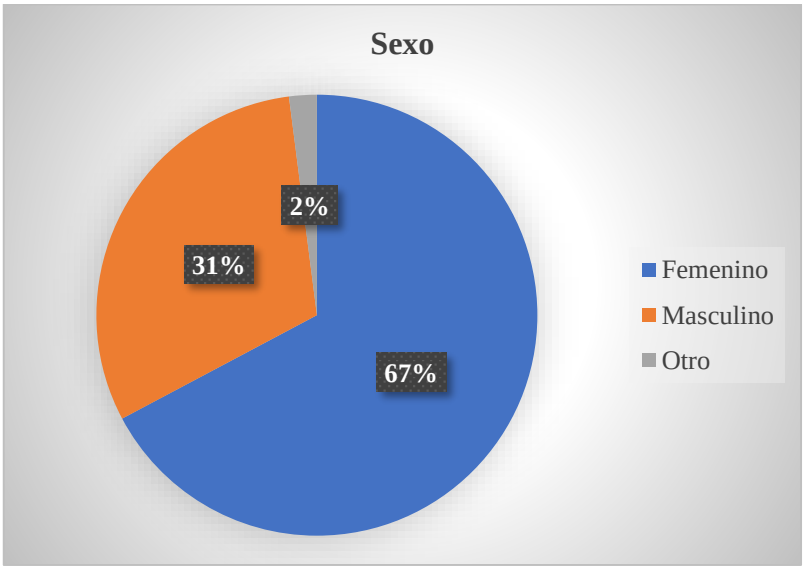
Sexo de los clientes encuestados

Femenino	199
Masculino	91
Otro	6
TOTAL	**296**

Elaborado por: Autora.

Gráfico 2

Porcentajes del sexo de los clientes encuestados



Elaborado por: Autora.

Análisis:

De acuerdo a los resultados acerca del sexo de los encuestados, se determinó que la mayor cantidad de participantes son personas del sexo femenino, quienes representan el 67% de los encuestados, a comparación de las personas del sexo masculino representan el 31% y solo un 2% son personas que se consideran con otra orientación.

- Pregunta 3. –

Indique la frecuencia con que usted visita el restaurante “Locos x los chuzos”

Tabla 10

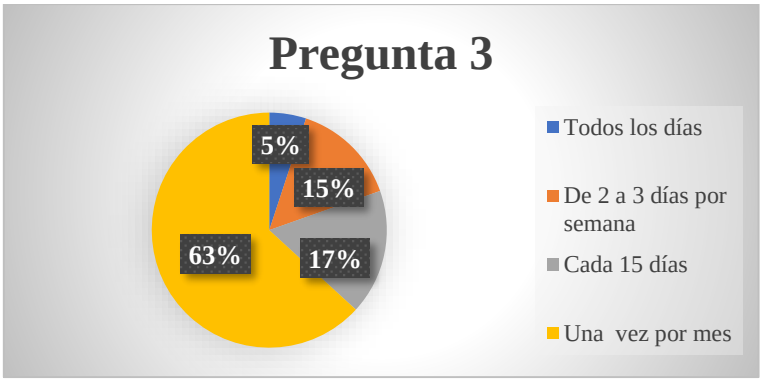
Frecuencia de la asistencia al restaurante

Todos los días	15
De 2 a 3 días por semana	43
Cada 15 días	51
Una vez por mes	187
TOTAL	**296**

Elaborado por: Autora.

Gráfico 3

Porcentajes de los rangos de asistencia al establecimiento.



Elaborado por: Autora.

Análisis:

Según los porcentajes acerca de la frecuencia en que los participantes de la encuesta que visitan Locos x los Chuzos, permiten determinar que la asistencia con mayor porcentaje es de una vez por mes, representando el 63% de encuestados, seguido de la frecuencia de cada 15 días que representa el 17% del total de los encuestados, es decir que de acuerdo a estos porcentajes el lugar tiene una concurrencia en estas opciones de tiempo, debido a las facilidades adquisitivas, que generalmente en los cliente se da cada 15 días que son fechas en que por general perciben ingresos monetarios.

- Pregunta 4. –

En el siguiente cuadro indique el nivel satisfactorio que percibe usted en cada visita al restaurante “Locos x los chuzos”.

Tabla 11

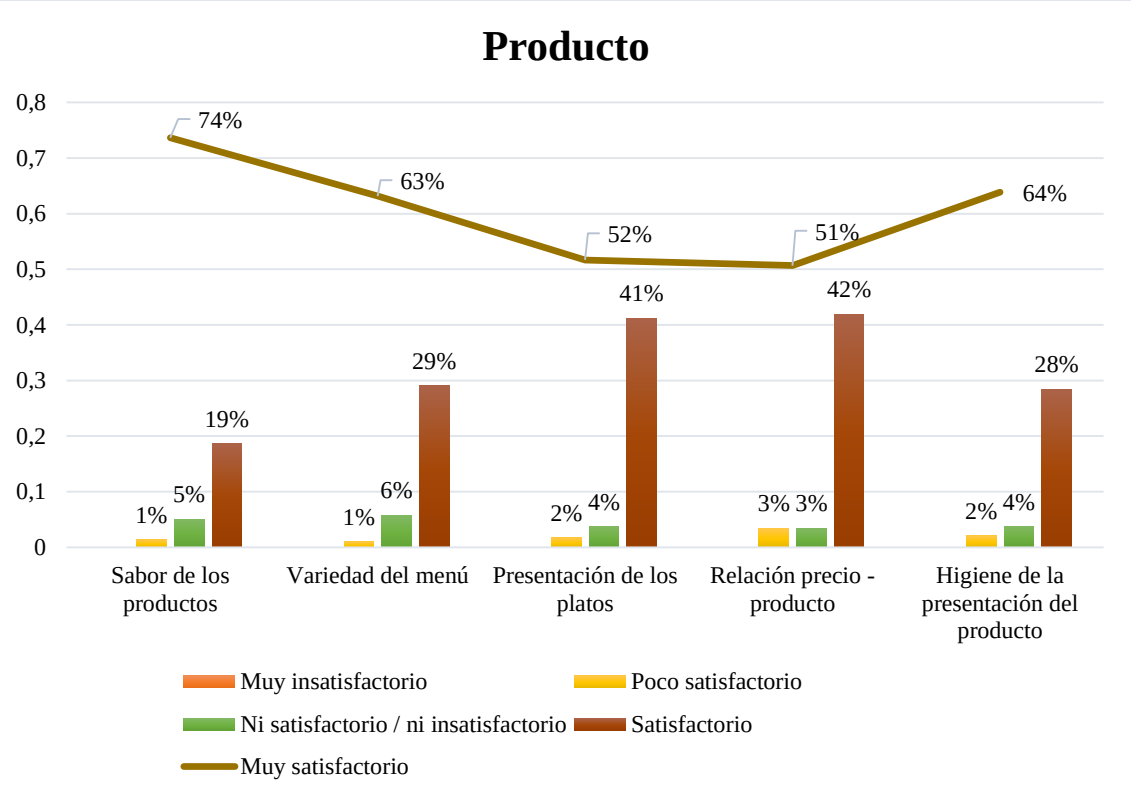
Satisfacción de los clientes acerca del producto, servicio e infraestructura

PRODUCTO	**Muy insatisfactorio**	**Poco satisfactorio**	**Ni satisfactorio / ni insatisfactorio**	**Satisfactorio**	**Muy satisfactorio**
Sabor de los productos		4	15	55	218
Variedad del menú		3	17	86	187
Presentación de los platos		5	11	122	153
Relación precio - producto		6	10	124	150
Higiene de la presentación del producto		6	11	84	189
SERVICIO	**Muy insatisfactorio**	**Poco satisfactorio**	**Ni satisfactorio / ni insatisfactorio**	**Satisfactorio**	**Muy satisfactorio**
Amabilidad y Cordialidad		5	15	94	182
Rapidéz en la toma de entrega de pedido		8	16	123	149
Personal higiénicamente presentable		6	5	98	187
INFRAESTRUCTURA	**Muy insatisfactorio**	**Poco satisfactorio**	**Ni satisfactorio / ni insatisfactorio**	**Satisfactorio**	**Muy satisfactorio**
Espacio cómodo en el área de servicio		8	3	117	168
Mobiliarios y utensilios en buen estado		5	4	108	179
Sanitarios en buen estado		8	6	116	166
Decoración y ambientación del establecimiento		10	7	112	167

Elaborado por: Autora.

Gráfico 4

Porcentaje de la satisfacción percibida por el cliente en relación al producto



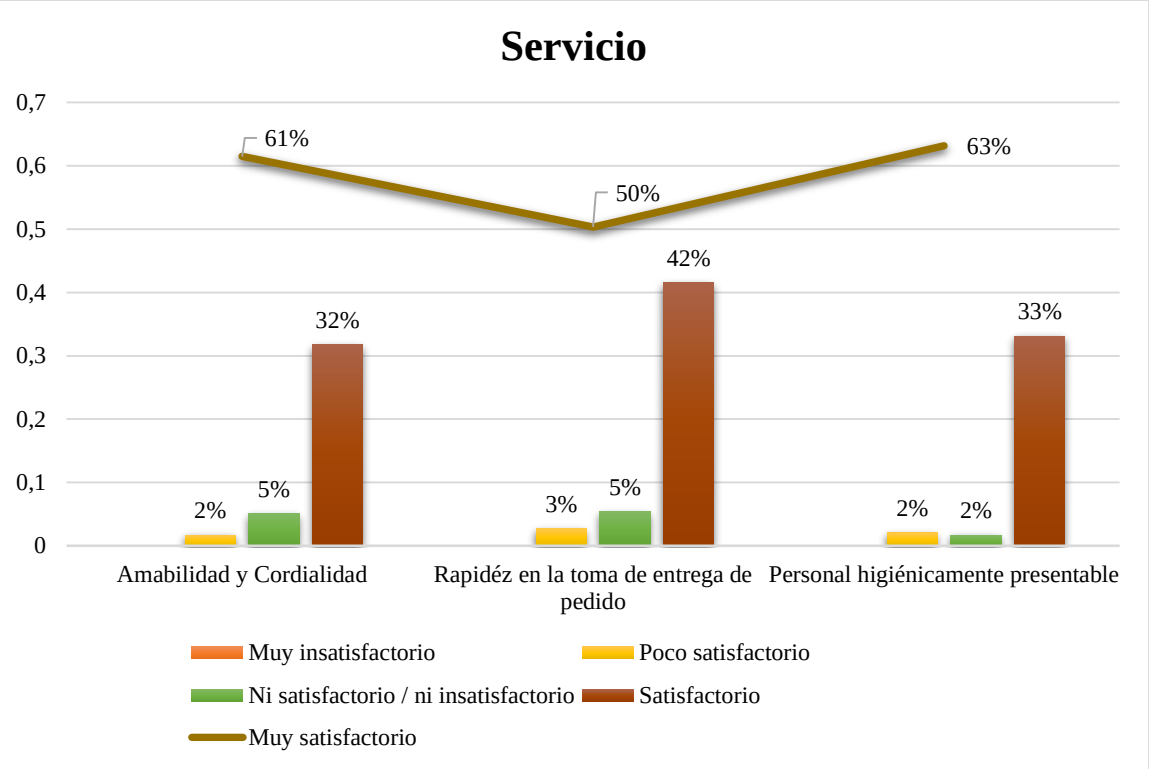
Elaborado por: Autora.

Análisis:

Respecto a las respuestas de los encuestados acerca de los aspectos del producto de Locos x los chuzos, se determinó que las opciones de mayor satisfacción han sido el sabor de los productos con un 74% además de la higiene de la presentación del producto con un 64% de aceptación, se interpreta que los aspectos que han sido considerados como satisfactorios y que se pueden fortalecer serían la presentación de los platos que se distingue mínimamente con un 52% de satisfacción y la relación precio – producto con un 51%, por lo demás los porcentajes de insatisfacción son mínimos.

Gráfico 5

Porcentaje de satisfacción percibida por el cliente en relación al servicio



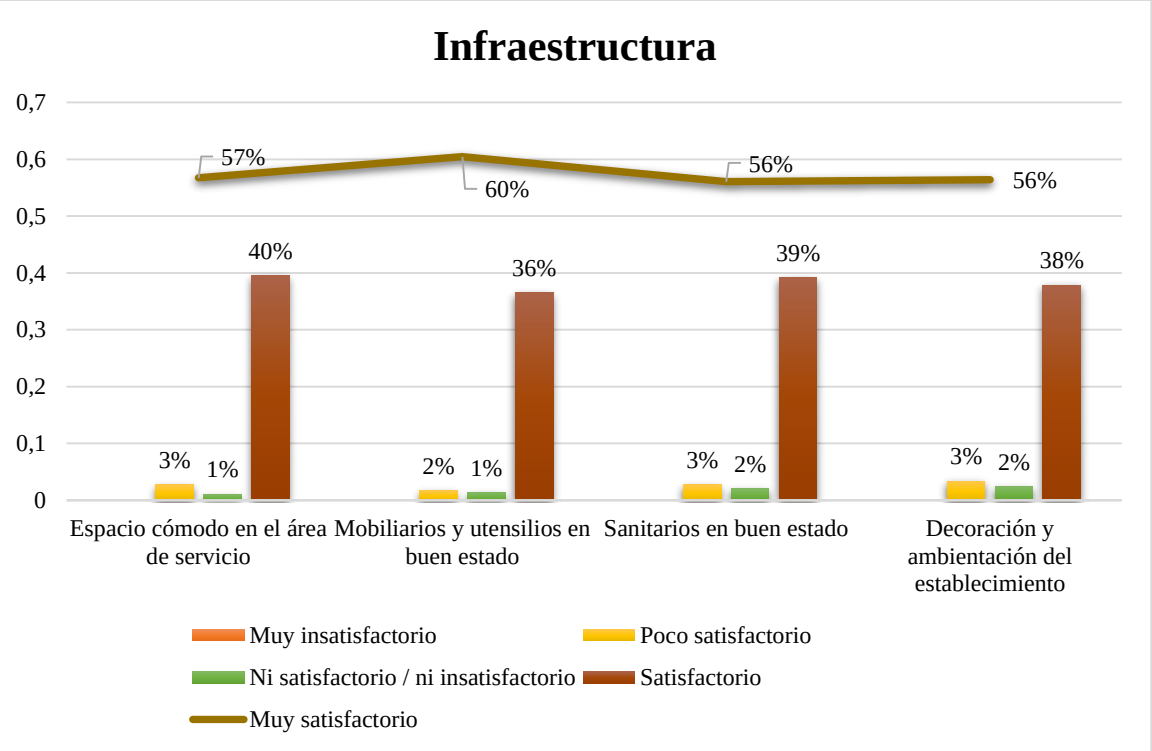
Elaborado por: Autora.

Análisis:

En el aspecto de la satisfacción percibida por los clientes encuestados de Locos x los chuzos, los participantes señalaron que los atributos de mayor aceptación fueron el personal higiénicamente presentable con un 63% de satisfacción y la cordialidad y amabilidad con la que se han sentido muy a gusto, esta representa el 61% de satisfacción, en este aspecto los niveles de insatisfacción son nulos.

Gráfico 6

Porcentaje de satisfacción percibida por el cliente en relación a la infraestructura



Elaborado por: Autora.

Análisis:

Las respuestas acerca de la satisfacción de la infraestructura de Locos x los chuzos, los aspectos de mayor satisfacción son el estado de Mobiliarios y utensilios en buen estado con un 60% de satisfacción, además del espacio cómodo en el área de servicio con un 57% de satisfacción, también los sanitarios en buen estado y el ambiente del establecimiento tuvieron ambos una satisfacción de 56%, estos resultados se interpretan en que de acuerdo a la infraestructura del lugar hay mucha satisfacción por parte de los clientes y que los niveles de poca satisfacción son muy bajos.

- Pregunta 4. -

¿Considera usted que deben realizarse mejoras en el restaurante “Locos x los chuzos”?

Tabla 12

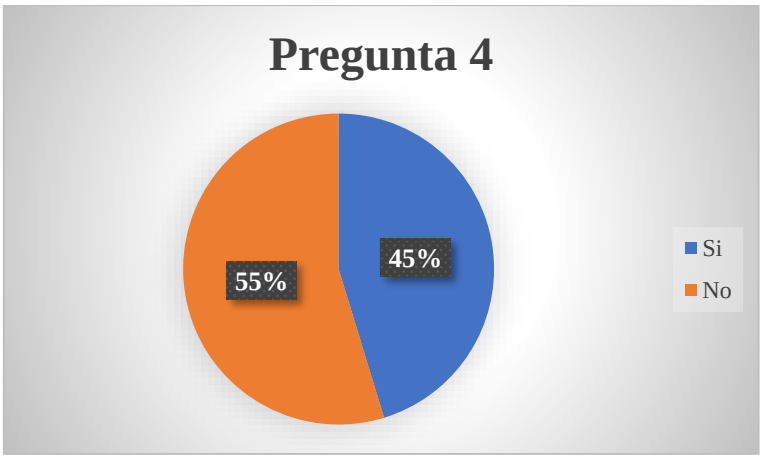
Respuesta de realizar mejoras o no en el establecimiento

Si	134
No	162
TOTAL	**296**

Elaborado por: Autora.

Gráfico 7

Porcentaje de Respuestas para realizar mejoras o no en el establecimiento



Elaborado por: Autora.

Análisis:

En cuanto a las mejoras del restaurante, un 55% de los encuestados señalaron la opción “No” respecto a si consideran que deben realizarse mejoras en el establecimiento, pero un 45% señalaron la opción “Si”, lo que se interpreta también como un porcentaje bastante considerable y que de acuerdo a esta respuesta da pauta al identificar los puntos débiles que se encuentren en la pregunta 3, para que sean mejorados y fortalecidos.

- Pregunta 5. –

Si su anterior respuesta fue SI, señale el/los aspectos que considera usted debería mejorar.

Tabla 13

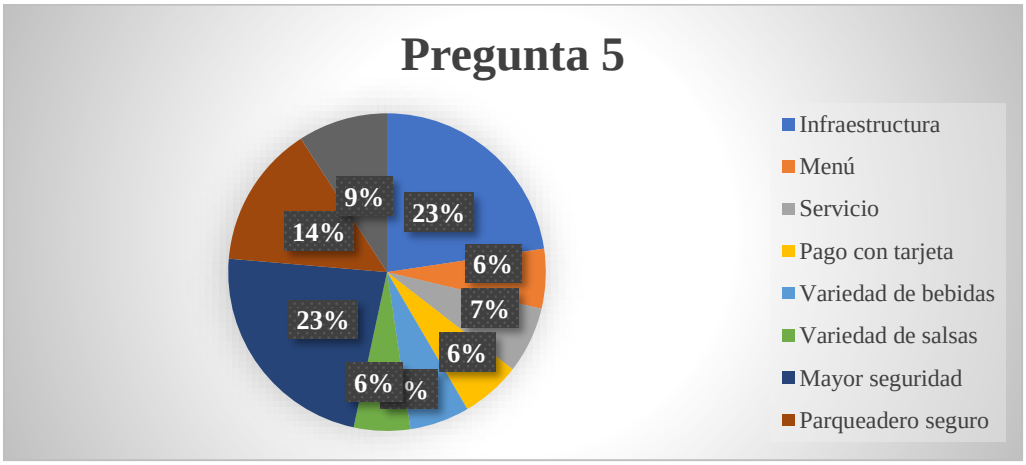
Aspectos que considera el encuestado se deben mejorar

Infraestructura	67
Menú	18
Servicio	20
Pago con tarjeta	18
Variedad de bebidas	18
Variedad de salsas	17
Mayor seguridad	68
Parqueadero seguro	43
Entrega a domicilio	27
TOTAL	**296**

Elaborado por: Autora.

Gráfico 8

Porcentaje de los aspectos que se consideran a mejorar



Elaborado por: Autora.

Análisis:

Los puntos a mejorar según el criterio de los encuestados y con un porcentaje similar de 23% de elección son los aspectos de: la infraestructura del restaurante y mayor seguridad, seguido del aspecto del parqueadero seguro con un 14% y el que dispongan del servicio de entregas a domicilio con un 9% de elección, se identificó que estos 4 son

las opciones con porcentajes de mayor relevancia y que se deben mejorar en el establecimiento, estos porcentajes evidencian que, pese a que se cuenta con un botón de auxilio dentro de las instalaciones, la inseguridad del sector es uno de los factores que en desventaja no dependen al 100% del establecimiento.

- Pregunta 6. –

¿Está usted satisfecho con los precios de los productos de Locos x los Chuzos?

Tabla 14

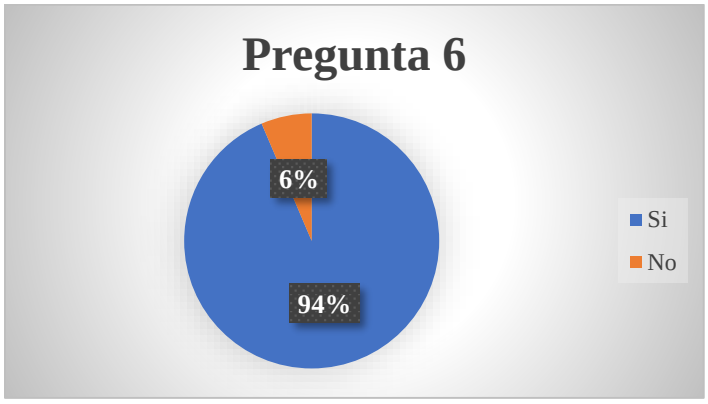
Satisfacción de los precios de Locos x los Chuzos

Si	277
No	19
TOTAL	**296**

Elaborado por: Autora.

Tabla 15

Porcentajes de la satisfacción de los precios de Locos x los Chuzos



Elaborado por: Autora.

Análisis:

Respecto a la satisfacción de los precios que señalan los participantes de la encuesta y que son clientes de Locos x los chuzos, un 94% seleccionaron la opción Sí, entendiéndose este porcentaje como un alto índice de satisfacción en cuanto los precios de los productos que se venden en el establecimiento.

- Pregunta 6. –

¿Qué aspecto no es de su agrado en Locos x los Chuzos?

Tabla 16

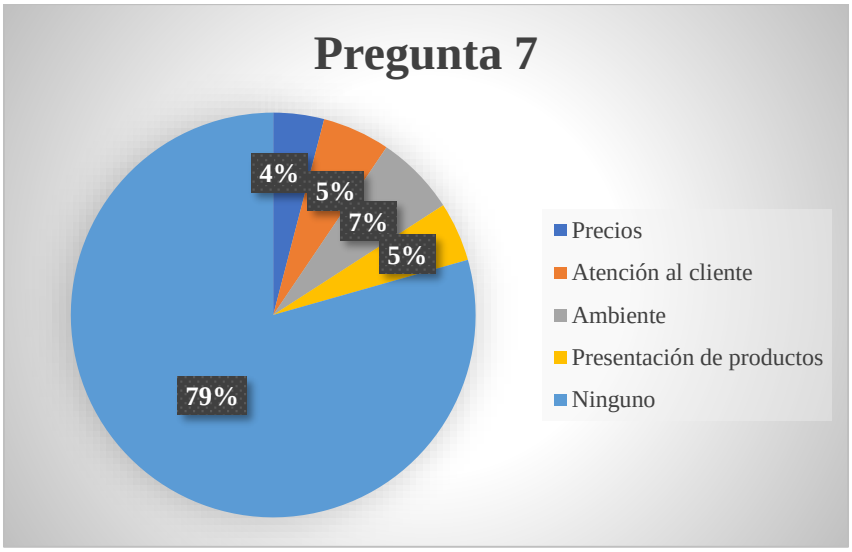
Aspectos de no agrado en los clientes

Precios	12
Atención al cliente	16
Ambiente	19
Presentación de productos	14
Ninguno	235
TOTAL	**296**

Elaborado por: Autora.

Gráfico 9

Porcentaje de aspectos que no agrado en los clientes



Elaborado por: Autora.

Análisis:

Los clientes encuestados señalaron un 79% que no existe aspecto alguno que les disguste del establecimiento, pero, un 7% de los participantes señalaron que no es de su agrado el ambiente del establecimiento, lo que se interpreta que pese a ser un porcentaje mínimo, es un aspecto que se debe tomar en cuenta en el proceso de reestructuración.

- Pregunta 8. –

¿Cuál de los siguientes aspectos son de su agrado en Locos x los Chuzos?

Tabla 17

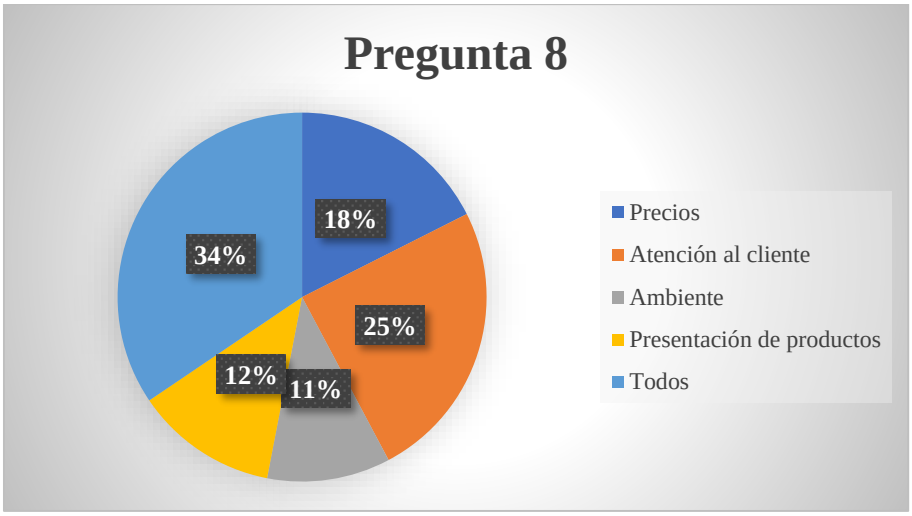
Aspectos de agrado para los clientes de Locos x los chuzos

Precios	52
Atención al cliente	73
Ambiente	32
Presentación de productos	37
Todos	102
TOTAL	**296**

Elaborado por: Autora.

Gráfico 10

Porcentajes de agrado de los clientes de Locos x los Chuzos



Elaborado por: Autora.

Análisis:

Los participantes de la encuesta seleccionaron distintas opciones como los aspectos que más les gusta de Locos x los Chuzos, pero, la mayoría señaló que les gustan todos, también hay aspectos que dentro de la encuesta tienen mayor relevancia, y son: la atención al cliente con un 25% y los precios con un 18%. Lo que se interpreta que estos son los puntos de mayor agrado para los clientes encuestados.

- Pregunta 9. –

De forma general, ¿Cómo califica usted el restaurante “Locos x los chuzos”?

Tabla 18

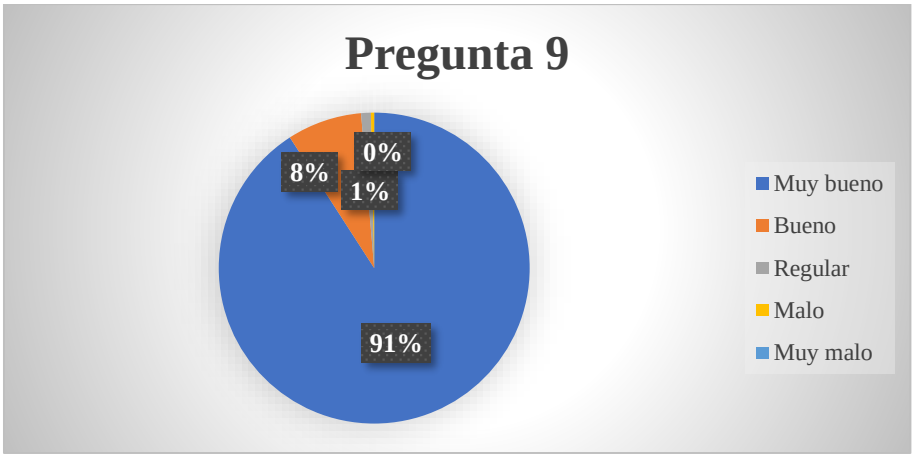
Calificación general de Locos los Chuzos

Muy bueno	269
Bueno	23
Regular	3
Malo	1
Muy malo	
TOTAL	**296**

Elaborado por: Autora.

Gráfico 11

Porcentaje de calificación de Locos x los Chuzos



Elaborado por: Autora.

Análisis:

La calificación que le dieron los clientes encuestados de Locos x los chuzos al establecimiento es de Muy bueno, con un 91% de satisfacción, interpretándose esta respuesta en que el restaurante tiene muy buena acogida y es del gusto de quienes lo visitan y consumen sus productos.

4.1.2 Resultados de entrevistas

- Entrevista dirigida a propietarios de Locos x los chuzos.

  - Pregunta 1: ¿El restaurante tiene definida su misión y visión?

Tabla 19

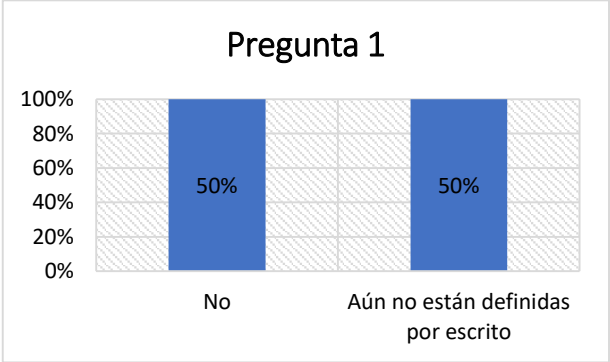
Respuesta acerca de la misión y visión

Respuestas	Frecuencia
No	1
Aún no están definidas por escrito	1

Elaborado por: Autora.

Gráfico 12

Porcentajes de Respuestas acerca de la misión y visión



Elaborado por: Autora.

Análisis:

Los propietarios de Locos x los Chuzos, manifestaron que existe una idea verbal de la visión y la misión del establecimiento como tal y que ha sido socializada eventualmente, pero que ambas no han sido definidas por escrito, por lo cual se puede decir que no es clara y precisa actualmente.

- Pregunta 2: ¿Cuentan con identidad corporativa como representación del establecimiento?

Tabla 20

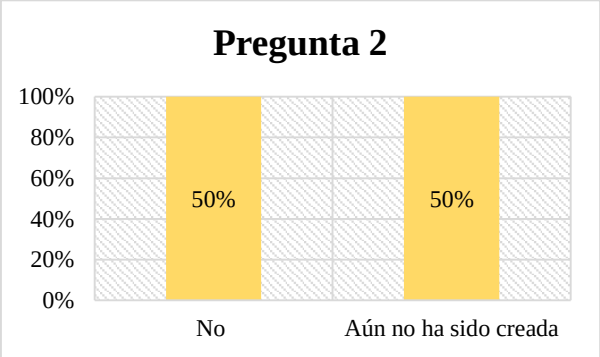
Respuestas acerca de la identidad corporativa

Respuestas	Frecuencia
No	1
Aún no ha sido creada	1

Elaborado por: Autora.

Gráfico 13

Porcentajes acerca de la identidad corporativa



Elaborado por: Autora.

Análisis:

Los propietarios mencionaron de Locos x los chuzos mencionaron que la identidad corporativa aún no ha sido creada ni diseñada, por lo que lo único con lo que se cuenta actualmente es con el nombre y el logo del establecimiento que define el restaurante y los productos que venden.

- Pregunta 3: ¿Cuántas personas trabajan en “Locos x los chuzos”?

Tabla 21

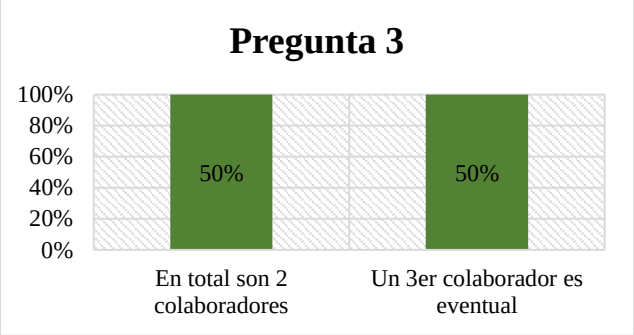
Respuestas acerca de las personas que laboran en el establecimiento

Respuestas	Frecuencia
En total son 2 colaboradores fijos	1
Un 3er colaborador es eventual	1

Elaborado por: Autora.

Gráfico 14

Porcentajes acerca de las personas que laboran en el establecimiento



Elaborado por: Autora.

Análisis:

De acuerdo a las respuestas de los propietarios, se constató que solo dos colaboradores trabajan de manera fija, existe un tercer colaborador que trabaja de forma poli funcional y de manera ocasional los fines de semana (sábados y domingos) que son días en los que existe mayor concurrencia de clientes.

- Pregunta 4: ¿Cuentan con una organización jerárquica para sus funciones laborales?

Tabla 22

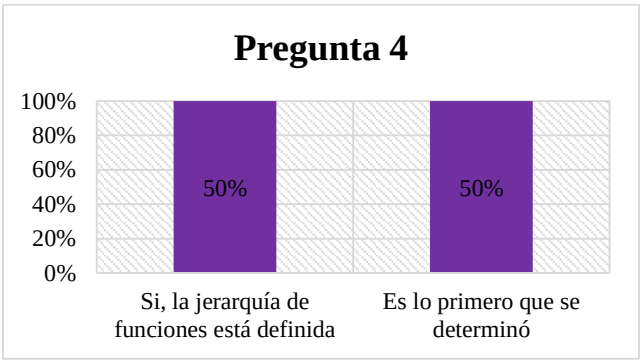
Respuestas acerca de la organización jerárquica

Respuestas	Frecuencia
Si, la jerarquía de funciones está definida	1
Es lo primero que se determinó	1

Elaborado por: Autora.

Gráfico 15

Porcentajes de Respuestas acerca de organización jerárquica



Elaborado por: Autora.

Análisis:

De acuerdo a las respuestas emitidas, las jerarquías de las funciones que se realizan dentro del establecimiento si están definidas, ya que mencionan es parte de la forma organizacional de las actividades que se realizan en las áreas del establecimiento tales como cocina y servicio.

- Pregunta 5: ¿Alguna vez han evaluado sus fortalezas y debilidades en pro de mejorar la calidad del servicio?

Tabla 23

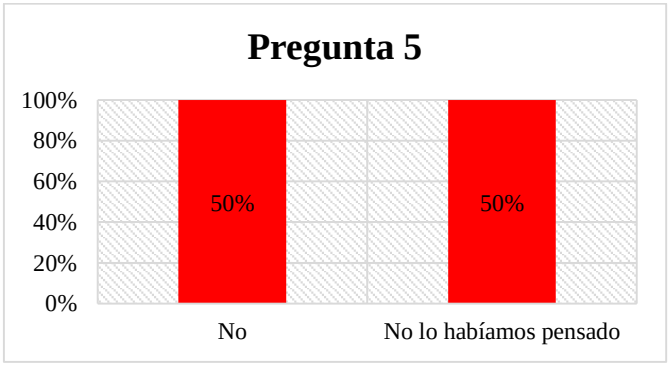
Respuestas acerca de la evaluación de fortalezas y debilidades

Respuestas	Frecuencia
No	1
No lo habíamos pensado	1

Elaborado por: Autora.

Gráfico 16

Porcentajes acerca de la evaluación de fortalezas y debilidades



Elaborado por: Autora.

Análisis:

Los propietarios manifestaron que no han realizado indagaciones previas de manera formal a los clientes, ya que las únicas maneras empíricas de hacerlo con el fin de mejorar la calidad del servicio han sido creando productos nuevos pero que no están completamente definidos.

- Pregunta 6: ¿De qué forma evalúan su crecimiento como microempresa?

Tabla 24

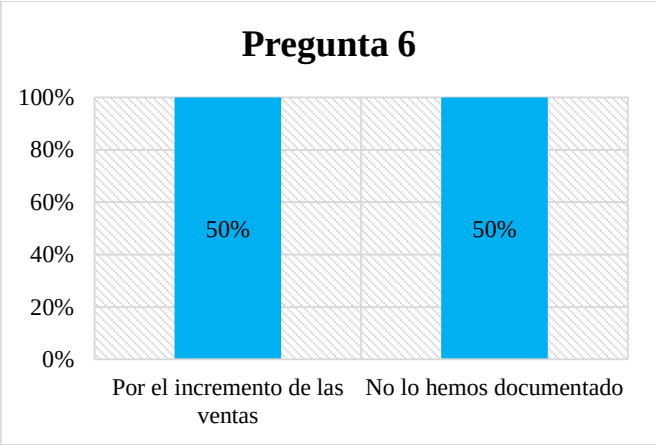
Respuestas acerca de la evaluación interna del establecimiento

Respuestas	Frecuencia
Por el incremento de las ventas	1
No lo hemos documentado	1

Elaborado por: Autora.

Gráfico 17

Porcentajes acerca de la evaluación interna del establecimiento



Elaborado por: Autora.

Análisis:

Los propietarios manifestaron que no han documentado sus egresos e ingresos por lo que no hay registro de aquellos, expresaron que la única forma empírica de medir o conocer el crecimiento del establecimiento es lo que veían reflejado en el incremento del número de ventas.

- Pregunta 7: ¿Tienen estrategias para resolver conflictos ante quejas de los clientes?

Tabla 25

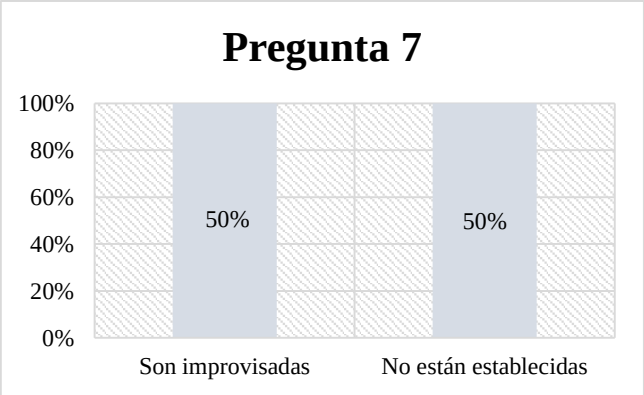
Respuestas acerca de las estrategias de conflictos

Respuestas	Frecuencia
Son improvisadas	1
No están establecidas	1

Elaborado por: Autora.

Gráfico 18

Porcentajes acerca de las estrategias de conflictos



Elaborado por: Autora.

Análisis:

Los propietarios expresaron que para la resolución de conflictos que concierne al servicio del establecimiento, no se han formulado ni establecido estrategias como tal, ya que poco se ha hecho énfasis a este aspecto, por lo que al momento de resolver un conflicto se lo realiza de manera empírica e improvisada.

- Pregunta 8: ¿Considera usted que cuentan con un excelente ambiente laboral?

Tabla 26

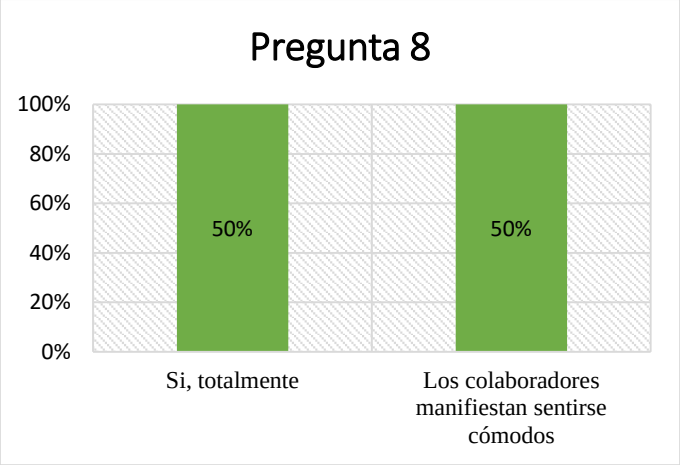
Respuestas acerca del ambiente laboral

Respuestas	Frecuencia
Si, totalmente	1
Nuestros colaboradores se sienten cómodos	1

Elaborado por: Autora.

Gráfico 19

Porcentajes acerca del ambiente laboral



Elaborado por: Autora.

Análisis:

De acuerdo a las consideraciones de los propietarios, el ambiente laboral del establecimiento es muy bueno y acogedor, ya que los colaboradores se sienten cómodos en sus áreas de trabajo, esto es porque se sienten involucrados y relacionados en las actividades diarias del lugar, además, mencionaron que procuran siempre crear y mantener un ambiente agradable en el que predomine el respeto y compañerismo.

- Pregunta 9: ¿Cómo los colaboradores conocen las funciones que deben realizar?

Tabla 27

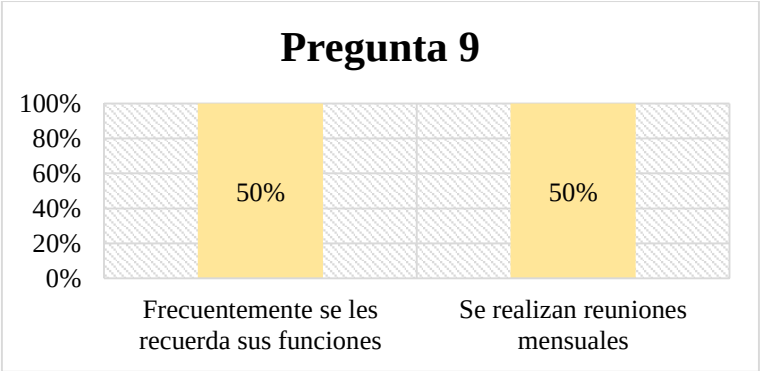
Respuestas acerca del conocimiento de las funciones a realizar

Respuestas	Frecuencia
Frecuentemente se les recuerda sus funciones	1
Se realizan reuniones mensuales	1

Elaborado por: Autora.

Gráfico 20

Porcentajes acerca del conocimiento de las funciones a realizar



Elaborado por: Autora.

Análisis:

Los colaboradores reconocen sus funciones ya que desde el inicio se les explicó las actividades a realizar en sus áreas, además del refuerzo en las reuniones que se realizan mensualmente para tratar temas acerca de la organización y el correcto cumplimiento de las funciones delegadas.

- Pregunta 10: ¿Cuáles son los estándares a seguir diariamente previo a la apertura y atención del establecimiento?

Tabla 28

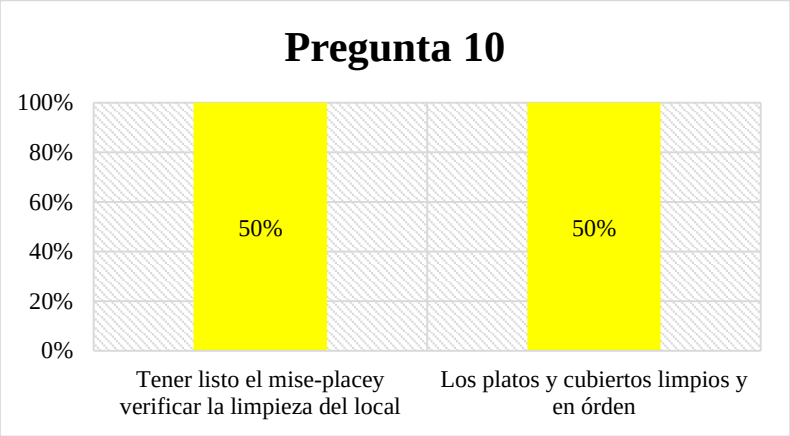
Respuesta acerca de los estándares a seguir

Respuestas	Frecuencia
Tener listo el mise-place y verificar la limpieza del local	1
Los platos y cubiertos limpios y en orden	1

Elaborado por: Autora.

Gráfico 21

Porcentajes acerca de los estándares a seguir



Elaborado por: Autora.

Análisis:

Conforme a sus respuestas, los propietarios manifestaron que no existe como tal un proceso estandarizado, pero que los procesos que son de elaboración diaria es realizar el mise-place de las preparaciones del día siguiente y previo a la apertura del local mantener los cubiertos limpios y en orden.

- Pregunta 11: ¿Considera que el marketing del establecimiento está siendo eficaz en relación a las ventas?

Tabla 29

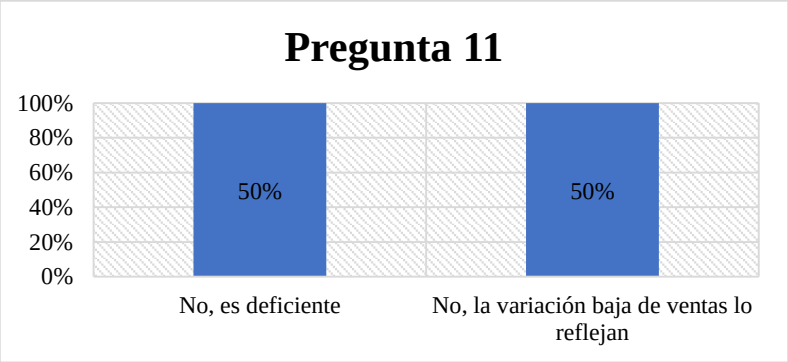
Respuestas acerca de la influencia del marketing en las ventas

Respuestas	Frecuencia
No, es deficiente	1
No, la variación baja de ventas lo reflejan	1

Elaborado por: Autora.

Gráfico 22

Porcentajes acerca de la influencia del marketing en las ventas



Elaborado por: Autora.

Análisis:

Los propietarios consideran que las estrategias de marketing del establecimiento son deficientes y muchas veces es perceptible en los registros cuando las ventas son bajas a comparación de cuando se hace publicidad se evidencia mayor concurrencia de clientes, también mencionaron que a este aspecto se le ha otorgado muy poco énfasis.

- Pregunta 12: ¿Considera que cuentan con diferenciación de producto/servicio frente a la competencia directa?

Tabla 30

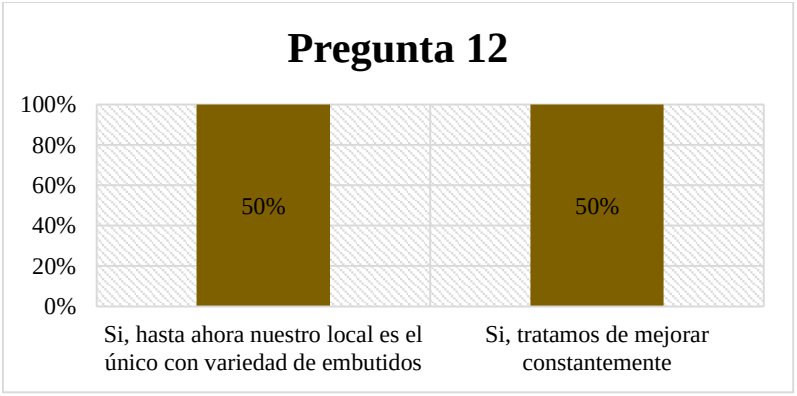
Respuesta acerca de la diferenciación de producto/servicio

Respuestas	Frecuencia
Si, hasta ahora locos x los chuzos es el único con variedad de embutidos	1
Si, se procura mejorar constantemente	1

Elaborado por: Autora.

Gráfico 23

Porcentajes acerca de la diferenciación de producto/servicio



Elaborado por: Autora.

Análisis:

Los propietarios mencionaron que si bien, su énfasis está basado en productos embutidos y cárnicos asados, han procurado tener una variedad de los mismos, además de crear guarniciones que puedan otorgarles un plus a los platos principales. Por lo que mencionaron que consideran que si tienen diferenciación en su producto y calidad de servicio.

- Pregunta 13: ¿Cree usted que el cliente está satisfecho del precio del producto vs la calidad del producto que recibe?

Tabla 31

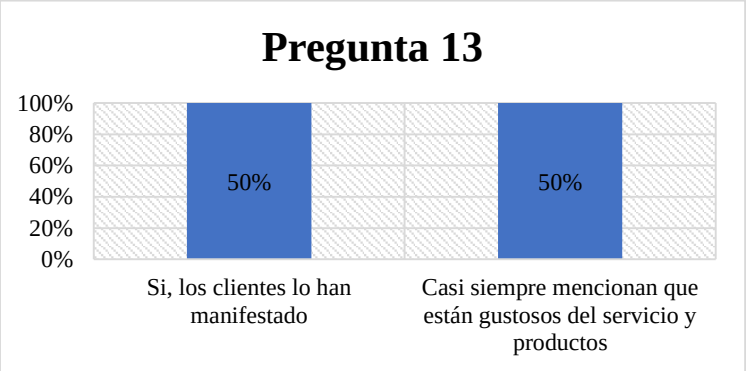
Respuestas acerca de la satisfacción del cliente

Respuestas	Frecuencia
Si, los clientes lo han manifestado	1
Casi siempre mencionan que están gustosos del servicio y productos	1

Elaborado por: Autora.

Gráfico 24

Porcentajes acerca de la satisfacción del cliente



Elaborado por: Autora.

Análisis:

Los propietarios mencionaron que, de acuerdo a sus percepciones los clientes si se sienten conformes con los precios, consideran que esto se ve reflejado en las opiniones que manifiestan y que en distintas ocasiones han mencionado sentirse a gusto con el servicio brindado, además han recibido felicitaciones por la exquisitez de sus platos.

- Entrevista dirigida a colaboradores de Locos x los chuzos.

Pregunta 1:

¿Se siente identificado con la identidad corporativa del establecimiento?

- Pregunta 1:

Tabla 32

Respuestas acerca de la identificación con la identidad corporativa

Respuestas	Frecuencia
El restaurante no cuenta con la identidad corporativa	2
No, porque no existe todavía.	1

Elaborado por: Autora.

Gráfico 25

Porcentajes acerca de la identificación con la identidad corporativa

Elaborado por: Autora.

Análisis:

Los colaboradores de locos x los chuzos manifestaron por medio de las entrevistas que actualmente no tienen conocimiento de lo que es una identidad corporativa, además de reconfirmar que no cuentan con una identidad corporativa que los identifique como tal, ya que no ha sido creada e implementada por parte de los propietarios del establecimiento.

- Pregunta 2: ¿Existe una organización jerárquica de las funciones laborales dentro del establecimiento?

Tabla 33

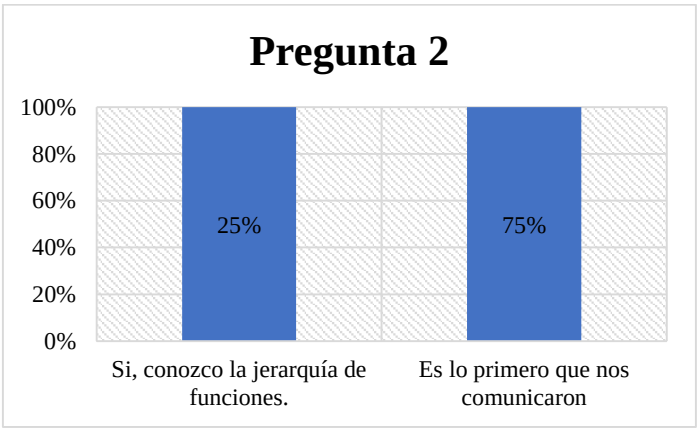
Respuestas acerca de la organización jerárquica

Respuestas	Frecuencia
Si, conozco la jerarquía de funciones.	1
Es lo primero que nos comunicaron	2

Elaborado por: Autora.

Gráfico 26

Porcentajes acerca de la organización jerárquica



Elaborado por: Autora.

Análisis:

De las primeras instrucciones que les otorgaron a los colaboradores fue la forma en cómo están distribuidas las funciones laborales, pese a no ser un grande grupo de trabajo, manifestaron que conocen cuáles es la forma jerárquica ya establecida y explicada por parte de sus empleadores.

- Pregunta 3: ¿Cuáles fueron los requisitos que le pidieron previo a su contratación?

Tabla 34

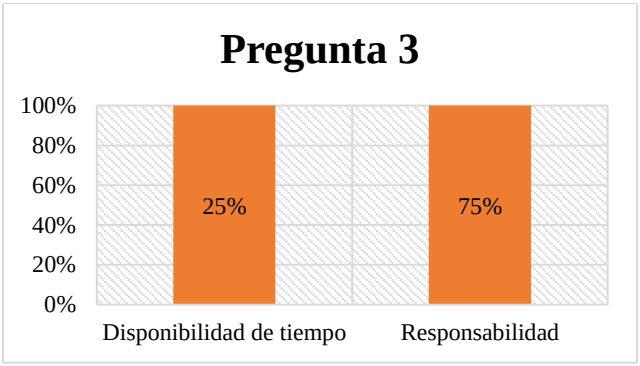
Respuesta acerca de los requisitos previo a la contratación

Respuestas	Frecuencia
Disponibilidad de tiempo	1
Responsabilidad	2

Elaborado por: Autora.

Gráfico 27

Porcentajes acerca de los requisitos previo a la contratación



Elaborado por: Autora.

Análisis:

Los colaboradores manifestaron por medio de la entrevista que a más de solicitarles que tuviesen experiencia en el área de cocina, dispongan de tiempo hasta altas horas de la noche, ya que el mayor movimiento del establecimiento es nocturno y los empleadores solicitaban contar con que fuesen personas responsables.

- Pregunta 4: ¿De qué forma usted fue inducido para el desarrollo de sus funciones laborales?

Tabla 35

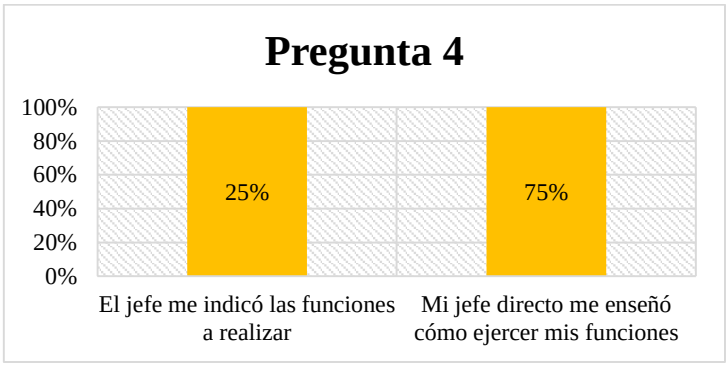
Respuestas acerca de la inducción al trabajo

Respuestas	Frecuencia
El jefe me indicó las funciones a realizar	1
Mi jefe directo me enseñó cómo ejercer mis funciones	2

Elaborado por: Autora.

Gráfico 28

Porcentajes acerca de la forma de inducción al trabajo



Elaborado por: Autora.

Análisis:

Los colaboradores comentaron que, desde el inicio al integrarse a trabajar en el establecimiento, los propietarios del restaurante los instruyeron y demostraron la forma en que realizarían sus actividades en las áreas en que fueron solicitados, dándoles las pautas necesarias para realizar un trabajo satisfactorio.

Pregunta 5: ¿Considera que su empleador lo hace partícipe en las resoluciones y toma de decisiones para la mejora del servicio/producto del establecimiento?

Tabla 36

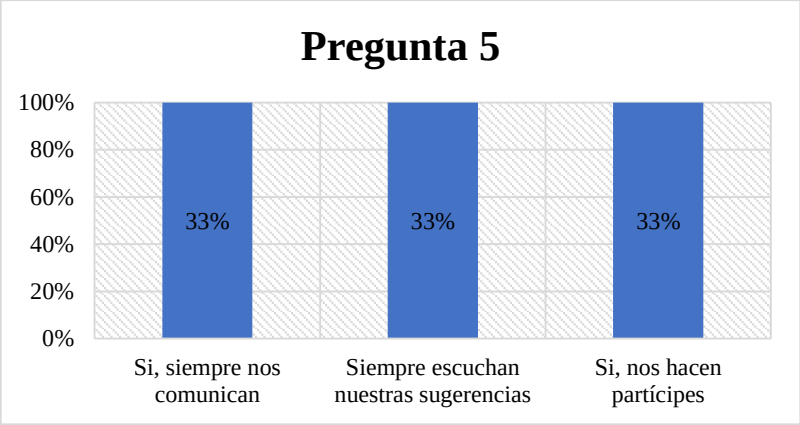
Respuestas acerca de la participación en las decisiones del establecimiento

Respuestas	**Frecuencia**
Si, siempre nos comunican	1
Siempre escuchan nuestras sugerencias	1
Si, nos hacen partícipes	1

Elaborado por: Autora.

Gráfico 29

Porcentajes acerca de la participación en las decisiones del establecimiento



Elaborado por: Autora.

Análisis:

Los colaboradores de locos x los chuzos mencionaron sentirse involucrados en las decisiones del establecimiento ya que sus jefes procuran hacerlos partícipes de las resoluciones a realizar, incluso toman en cuenta distintas opiniones a fin de mejorar el servicio en general.

- Pregunta 6: ¿Considera usted que cuentan con un excelente ambiente laboral?

Tabla 37

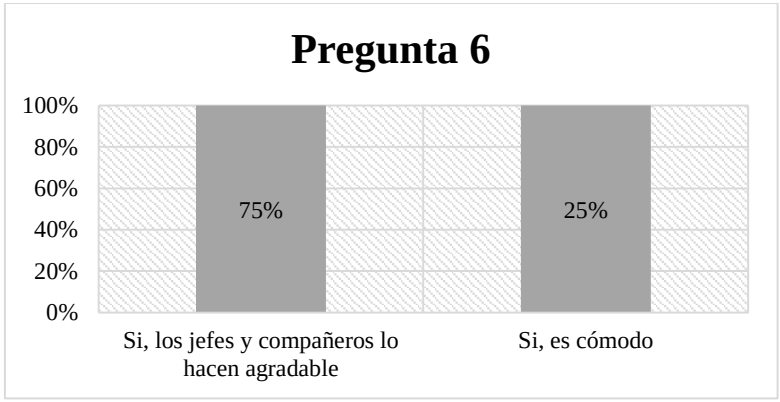
Respuestas acerca del ambiente laboral

Respuestas	Frecuencia
Si, los jefes y compañeros lo hacen agradable	2
Si, es cómodo	1

Elaborado por: Autora.

Gráfico 30

Porcentajes acerca del ambiente laboral



Elaborado por: Autora.

Análisis:

De acuerdo a las opiniones de los colaboradores, ellos mencionaron que el ambiente laboral que se mantiene en Locos x los chuzos es agradable, ya que por parte de los propietarios procuran siempre fomentar y mantener el respeto, compañerismo y la predisposición de la ayuda mutua.

- Pregunta 7: ¿Considera que el marketing del establecimiento está siendo eficaz en relación a las ventas?

Tabla 38

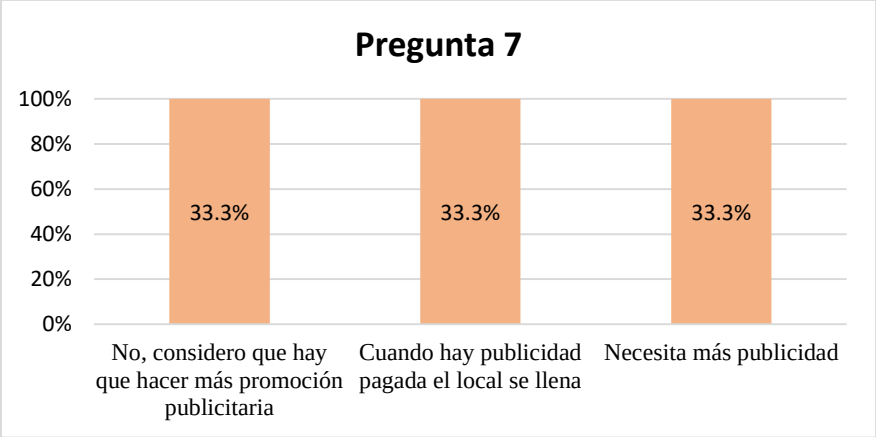
Respuestas acerca de la influencia del marketing en las ventas

No, considero que hay que hacer más promoción publicitaria	1
Cuando hay publicidad pagada el local se llena	1
Necesita más publicidad	1

Elaborado por: Autora.

Gráfico 31

Porcentajes acerca de la influencia del marketing en las ventas



Elaborado por: Autora.

Análisis:

De acuerdo con las respuestas de los colaboradores, ellos consideran que se debe hacer énfasis a la publicidad del establecimiento, también mencionaron que el producto y el servicio tienen muy buena acogida, pero lo que beneficia a las ventas del local es cuando se invierte en publicidad ya que es el momento en el que hay mayor afluencia de comensales.

- Pregunta 8: ¿Cree usted que el cliente está satisfecho con el precio del producto vs la calidad del producto que recibe?

Tabla 39

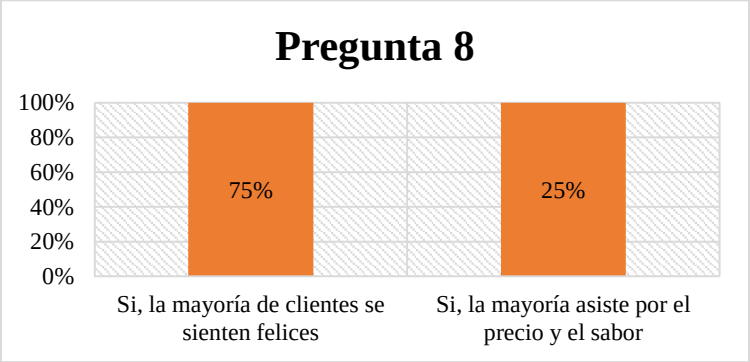
Respuestas acerca de la satisfacción del producto vs la calidad

Respuestas	Frecuencia
Si, la mayoría de clientes se sienten felices	2
Si, la mayoría asiste por el precio y el sabor	1

Elaborado por: Autora.

Gráfico 32

Porcentajes acerca de la satisfacción del producto vs la calidad



Elaborado por: Autora.

Análisis:

Los colaboradores manifestaron que los clientes si se sienten satisfechos con los precios de los productos y el servicio brindado, ya que lo han evidenciado al recibir felicitaciones por la exquisitez de las distintas preparaciones que el establecimiento ofrece, además que las situaciones de reclamo por algún inconveniente son inexistentes.

- Pregunta 9: ¿Cuáles son las estrategias para resolución de conflictos ante quejas o inconformidades por parte de los clientes?

Tabla 40

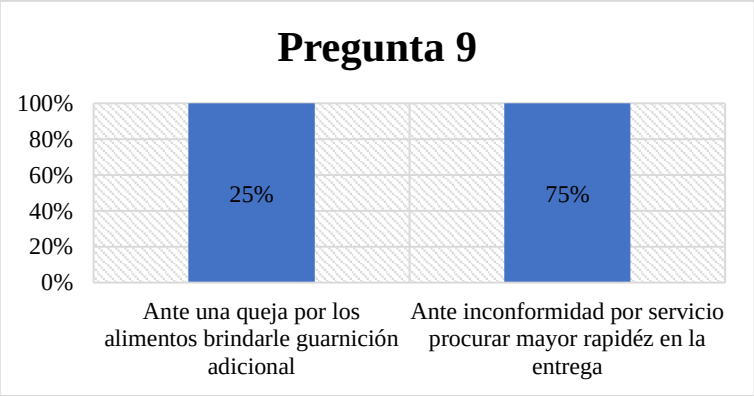
Respuestas acerca de las estrategias para resolución de conflictos

Respuestas	Frecuencia
Ante una queja por los alimentos brindarle guarnición adicional	1
Ante inconformidad por servicio procurar mayor rapidez en la entrega	2

Elaborado por: Autora.

Gráfico 33

Porcentajes acerca de las estrategias para resolución de conflictos



Elaborado por: Autora.

Análisis:

Los colaboradores manifestaron que no existen como tal una estrategia establecida para la solución de conflictos, pero que entre las actividades en caso de que existan inconvenientes lo que hacen es procurar agilizar los procesos de toma y entrega de productos o compensar con productos complementarios como brindarles una guarnición de cortesía.

- Pregunta 10: ¿Considera usted que cuentan con los equipos e insumos necesarios para el correcto desenvolvimiento de las labores diarias?

Tabla 41

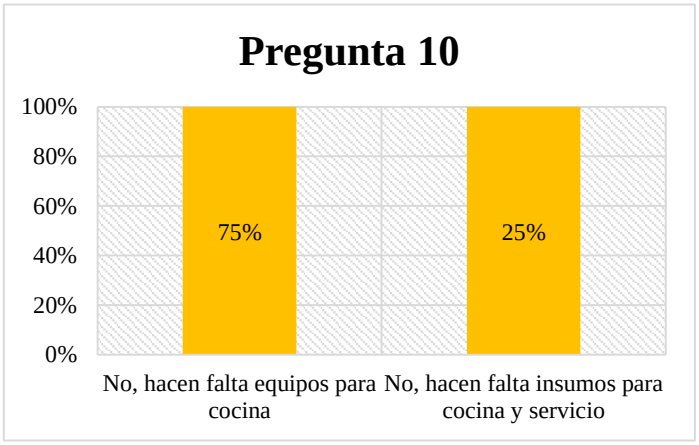
Respuestas acerca de contar con los equipos e insumos necesarios

Respuestas	Frecuencia
No, hacen falta equipos para cocina	2
No, hacen falta insumos para cocina y servicio	1

Elaborado por: Autora.

Gráfico 34

Porcentajes acerca de contar con los equipos e insumos necesarios



Elaborado por: Autora.

Análisis:

Los colaboradores entrevistados comentaron que, si se evidencia falta equipos en el área de cocina, entre los que mencionaron la necesidad de un refrigerador congelador con mejor capacidad para conservación de las materias primas y en el área de servicio hacen falta utensilios como platos, cubiertos y vasos para cubrir en las horas o días de alta asistencia de clientes.

- Pregunta 11: ¿Cree usted que los espacios en su área de trabajo son las ideales?

Tabla 42

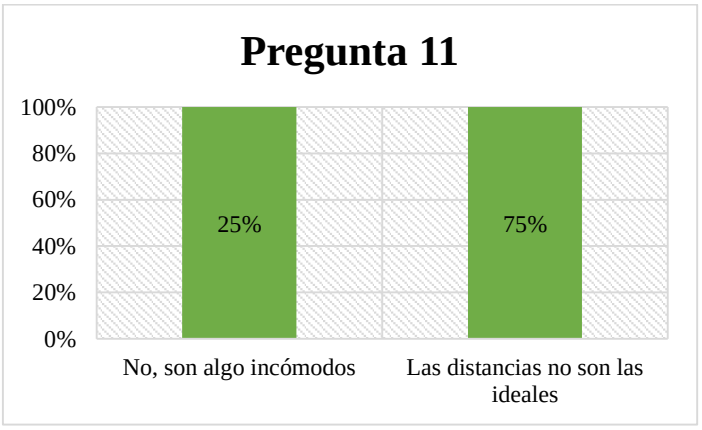
Respuestas acerca de los espacios del área de trabajo

Respuestas	Frecuencia
No, son algo incómodos	1
Las distancias no son las ideales	2

Elaborado por: Autora.

Gráfico 35

Porcentajes acerca de los espacios del área de trabajo



Elaborado por: Autora.

Análisis:

Acerca de los espacios en las áreas, especialmente en el área de cocina, los colaboradores expresaron que existe mucha proximidad entre los equipos que dificulta la circulación y en el área de servicio sobre todo cuando el local está lleno los espacios entre mesas resulta estrecho para poder trasladar los alimentos de la cocina al salón.

4.1.3 Resultados de evaluación inicial

Para el proceso de evaluación de Locos x los Chuzos se utilizó la norma técnica del ARCSA del 2014 que legisla en el Ecuador en el Proceso de requisitos para el permiso de funcionamiento de establecimiento de alimentos, por medio de la calificación Check

list, acerca de los puntos con los que debe cumplir el establecimiento, como se visualiza en la siguiente tabla:

Tabla 43

Evaluación interna de Locos x los Chuzos

Requisitos	Cumple	No Cumple	Observaciones
Certificado de BPM actualizado del establecimiento		**X**	
Certificado de BPM actualizado del manipulador. (encargado del establecimiento)	**X**		Curso de BPM, HACCP Y CONTROL DE PLAGAS.
Título del técnico o licenciado responsable del establecimiento.	**X**		
Categorización otorgada por el MIPRO.		**X**	
Métodos y procesos que se van a emplear para: materias primas, método de fabricación, envasado, material de envase, sistema de almacenamiento de producto terminado.		**X**	
Indicar el número de empleados por sexo y ubicación, administración, técnico operarios.		**X**	

Planos de la empresa con ubicación de equipos siguiendo el flujo de poceso.	**X**	**Cumple parcialmente**
Planos de la empresa a escala 1.50 con la distribución de áreas	**X**	
Información referente al edificio.	**X**	
Detalle de los productos a fabricarse.	**X**	

Elaborado por: Autora.

Análisis:

En el análisis interno de Locos x los Chuzos se observa que existen aspectos importantes con los que actualmente no cumple el establecimiento, tales como no contar con métodos y procesos que deben ser desarrollado a diario, además de no contar con la categorización del restaurante además de no tener definido el perfil de operaciones para cada uno de sus colaboradores.

4.2 Análisis de los resultados

- Entrevista

❖ Propietarios:

De acuerdo con el resultado general las encuestas, los propietarios de Locos x los chuzos manifestaron que existen deficiencias dentro del aspecto organizacional y promocional del establecimiento, al indicar que al ser un establecimiento con una reciente apertura hay aspectos que no se han tomado en consideración o que no se han llevado a cabo, entre los aspectos que se evidencian están el no determinar la misión y visión del establecimiento, además que al ejecutar soluciones en bienestar del cliente o mejorar el servicio, lo realizan de manera empírica o no definida puesto que no se han

hecho valoraciones previas para el conocimiento del nivel de satisfacción y de sugerencias por parte de los clientes, etc., identificando con énfasis en que de otro de las falencias que afectan las ventas o el crecimiento del establecimiento es el no contar con un sistema de marketing o publicidad constante y efectivo. Sin embargo, en los aspectos de la calidad y preferencia del producto identifican puntos positivos como el recibir buenos comentarios acerca de los platos que venden, la atención y los precios asequibles, además de ser conscientes de que las personas que trabajan en conjunto en las áreas de cocina y servicio se sienten cómodos por el ambiente óptimo de trabajo.

❖ Colaboradores:

Los colaboradores de locos x los chuzos comentaron que conocen la forma en que deben realizar su trabajo gracias a la capacitación que recibieron por parte de su empleador, además que en las decisiones que se tienden a realizar en determinados tiempos, se consideran involucrados al contar con un excelente ambiente laboral, así mismo de mencionaron y reconfirmaron que los productos que venden en el establecimiento han sido halagados por parte de los clientes, en escazas veces han recibido quejas por lo que consideran han sido solucionables en el momento. En el aspecto de contar con los equipos necesarios, consideraron que, si hacen falta ciertos mobiliarios para poder brindar aún un mejor servicio, mejorando condición para el trabajo diario y una mejor distribución de las áreas.

- Encuestas

Los resultados del proceso de encuestas develaron que de acuerdo a las opiniones de los encuestados existen porcentajes positivos en cuanto a la satisfacción y muy buena percepción por lo clientes en los aspectos evaluados como: el servicio, los productos y la infraestructura, aunque también se evidenció que hay aspectos sugeridos por mejorar

como la necesidad de que existan mayor variedad de bebidas, además sugerían reforzar la seguridad tanto fuera como dentro del establecimiento, por lo que se interpreta de forma general, los clientes se encuentran satisfechos con los productos y el servicio brindado, pero necesitan sentirse seguros al momento de asistir al establecimiento.

4.3 Propuesta

4.3.1 Reglamento interno

Ilustración 9. Carátula del reglamento interno

Fuente: *Elaboración propia.*

- Introducción del reglamento

Locos x los chuzos es un establecimiento de restauración dedicado a la transformación de materias primas en alimentos terminados para el consumo humano. Está ubicado en el norte de la ciudad de Guayaquil. En consecuencia, a las actividades que se realiza, se establece que el presente reglamento interno de trabajo es de aplicación a todo el personal que lo conforma, con el objetivo de garantizar y regular el normal desenvolvimiento de las funciones y actividades encomendadas.

- Objeto general

Locos x los chuzos tiene como objeto principal realizar actividades de venta de comidas de característica de asados y sus acompañantes para su consumo dentro del establecimiento.

- Objeto del reglamento

El presente reglamento de Locos x los Chuzos está dirigido a los encargados y colaboradores de las áreas de: Cocina y servicio. Este ha sido diseñado con la finalidad de mejorar los procesos de buenas prácticas de manufactura, reforzando los aspectos de la higiene y correcta manipulación de los alimentos, pudiendo asegurar brindar un servicio, con preparaciones inocuas y de calidad.

a) Reglamento del área de cocina

Higiene personal de la cocina

- ✓ Todos los manipuladores deben seguir correctamente todas las instrucciones de salud.
- ✓ Se debe evitar que cualquier persona que manipule alimentos los contamine al no seguir las instrucciones sanitarias.

- ✓ Las manos deben lavarse con jabón líquido y agua, enjuagarse bien y secarse con una toalla desechable.
- ✓ La ropa de trabajo debe ser específica y de color claro.
- ✓ La ropa de trabajo debe mantener la máxima higiene. Siempre debe mantenerse limpio.
- ✓ El personal de cocina no puede fumar ni comer mientras trabaja.
- ✓ Hay que tener cuidado con las heridas y quemaduras o lesiones en las manos ya que pueden contaminar los alimentos, en estos casos lo mejor es utilizar guantes desechables.
- ✓ Cuando el manipulador de alimentos padezca enfermedades infecciosas, virales, intestinales, diarreicas, conjuntivitis, etc., que puedan transmitirse a través de los alimentos, deberá ser dado de alta hospitalaria hasta que se confirme su total recuperación.
- ✓ Debe lavarse las manos antes de comenzar a trabajar, después de cualquier interrupción, después de manipular alimentos crudos o cocidos, después de recoger basura, después de ir al baño, después de manipular dinero y tantas veces como sea necesario.
- ✓ Si ha manipulado alimentos crudos como carne, pescado o aves, lávese las manos nuevamente antes de manipular otros alimentos.
- ✓ No se pueden usar paños colgantes, se deben usar materiales desechables.
- ✓ El calzado debe ser cómodo y tener suela antideslizante para evitar resbalones y debe usarse estrictamente para el trabajo.
- ✓ Si estornuda o tose, límpiese con un pañuelo desechable y luego lávese las manos.
- ✓ Al probar la comida, se debe sacar con una cuchara y luego lavar.
- ✓ Si suda, debe secarse con un pañuelo desechable.

- ✓ El uso de teléfonos móviles al igual que la utilización de audífonos está prohibida durante horas de trabajo.

Ilustración 10 *Peligros de manipular alimentos sin lavado de manos o presentando síntomas de enfermedad.*

Fuente: (García G. , 2013)

- ✓ Mantener la limpieza del local diariamente.
- ✓ Dejar los recipientes de desperdicios correctamente con tapa alejado de otros alimentos para evitar proliferación de plagas.
- ✓ No permitir el ingreso de mascotas al lugar donde se preparen alimentos porque pueden transmitir enfermedades.

- ✓ La ducha diaria con agua y jabón debe ser parte de la rutina diaria de quienes manipulan alimentos.
- ✓ No usar alhajas

Ilustración 11 *Procedimiento del lavado de manos*

Fuente: (Ministerio de Salud Pública, 2020)

Ilustración 12 *Procedimiento de desinfección de manos*

Fuente: (Ministerio de Salud Pública, 2020)

Norma de seguridad

- ✓ No dejar mangos, sartenes, ollas, cuchillos en el borde las mesas de trabajo o cerca del fuego.
- ✓ No correr en el espacio de cocina

- ✓ Evitar limpiar equipos como (cocina, horno, etc.) cuando estén calientes para evitar quemaduras.
- ✓ Secarse bien las manos antes de manipular aparatos electrónicos.
- ✓ Al salir de la cocina, verificar que todos los equipos estén apagados.

Ilustración 13 *Señaléticas para mantener la seguridad de la salud de los clientes*

Fuente: (Seguridad Laboral, 2020).

b) Reglamento del área de servicio

- ✓ Mantener cabello recogido en caso de mujeres, en caso de hombres el cabello corto, uñas cortas.
- ✓ Uso de redecilla
- ✓ Mantener el área limpia y desinfectada.
- ✓ Organizar la cristalería y cubertería previo a la atención al cliente.
- ✓ No mezclar los utensilios del área de cocina con los del área de servicio.

- ✓ Al tomar los pedidos al cliente, explicarle el tiempo estimado de entrega del pedido.
- ✓ Lavarse las manos luego de manipular implementos de aseo, después de ir al baño.
- ✓ Evitar tocarse el rostro o cabello.
- ✓ No usar alhajas (relojes, anillos, etc.)

Ilustración 14 *Indicaciones de seguridad para el área de cocina*

Fuente: (García G. , 2013).

c) Protocolo Post-Covid

Colaboradores que no deben asistir al trabajo:

- ✓ Persona que presente cualquier sintomatología como: fiebre, tos seca, cansancio, congestión nasofaríngea, dolor de cabeza, dolor en los ojos y garganta, diarrea, pérdida del olfato y el gusto.

- ✓ Quienes hayan interactuado directamente o a través de terceras personas con alguien que haya sido diagnosticado con Covid-19.

- **Prevención**
  - ✓ Al estornudar o toser cubrirse la nariz y boca con el antebrazo o pañuelos desechables.
  - ✓ No tocarse la cara, ojo, nariz y boca con o sin guantes, porque pueden estar contaminados.
  - ✓ Utilizar obligatoriamente la mascarilla quirúrgica cubriendo correctamente nariz y boca.
  - ✓ Evitar el uso de equipos y dispositivos móviles o compartirlos con otros colaboradores.
  - ✓ Saludar sin contacto físico (abrazo, darse la mano o beso en la mejilla) con ninguna persona.
  - ✓ Mantener distancia social de al menos 1.5mt.
  - ✓ Desinfectar sus zapatos correctamente previos al ingreso del establecimiento.
  - ✓ No permitir el ingreso a la cocina a personas ajenas.
  - ✓ Cumplir los hábitos de higiene y prevención establecidos al toser o estornudar lejos de los alimentos.
  - ✓ Lavar y desinfectar constantemente las superficies de su área de trabajo: charolas, cuchillos, pinzas, etc.

El reglamento interno como propuesta, ha sido diseñado para las áreas de producción y servicio, con la finalidad de mejorar los procesos de manipulación de los alimentos, la higiene y un óptimo servicio, al ser aplicado este reglamento se puede garantizar un producto final inocuo y de calidad.

4.3.2 Estrategias para fortalecimiento y mantenimiento de Locos x los Chuzos

En relación a las necesidades observadas del establecimiento, se detallan las siguientes estrategias para las distintas áreas.

Tabla 44

Estrategias para fortalecimiento del establecimiento

Área	**Estrategia**	**Frecuencia / Período**	**Control**
BPM	Capacitación de correcta aplicación de normas BPM	Cada 6 meses	Evaluación interna tipo Check list, de acuerdo con estándares de los requisitos de los establecimientos de A&B.
Evaluación interna	Calificación con puntuación del correcto manejo de los sistemas de las áreas: Producción y servicio.	- Cada 3 meses	- Formatos de Check list
	Análisis FODA	- Cada 5 meses	- Cuadro FODA y cruce de variables.
Productos	• Introducción de nuevos platos al menú.	- Cada 4 o 5 meses	- Revisión de tendencias de asados.
	• Introducción de nuevas materias primas en guarniciones (yuca, camote, maíz, etc.)	- Cada 6 meses - Cada 5 meses	- Revisión de formas de preparación de nuevas materias primas.

	• Elaborar nuevas presentaciones.			-	Revisión de tendencias de presentación de platos.
	• Creación de promociones	-	Cada 2 meses	-	Premiación a la fidelidad del cliente, Descuentos por compras mayores a 5 pedidos, destinar días de promos 2x1 y 3x1, días de bebidas gratis, etc.
Servicio	• Capacitación para correcta atención y cumplimiento de tiempos de toma de pedidos y entrega.	-	Cada 3 meses	-	De acuerdo a las normas de servicio para establecimientos de A&B.
	• Desarrollo de nuevas estrategias internas para incremento de las ventas.	-	Cada 6 meses	-	Revisión de mejoras del sistema y estrategias de ventas.
Marketing	• Inversión de publicidad digital (vídeos, posting, reels, etc.) en redes sociales.	-	Mensual	-	Revisión de estadísticas en las redes. Midiendo su impacto en el

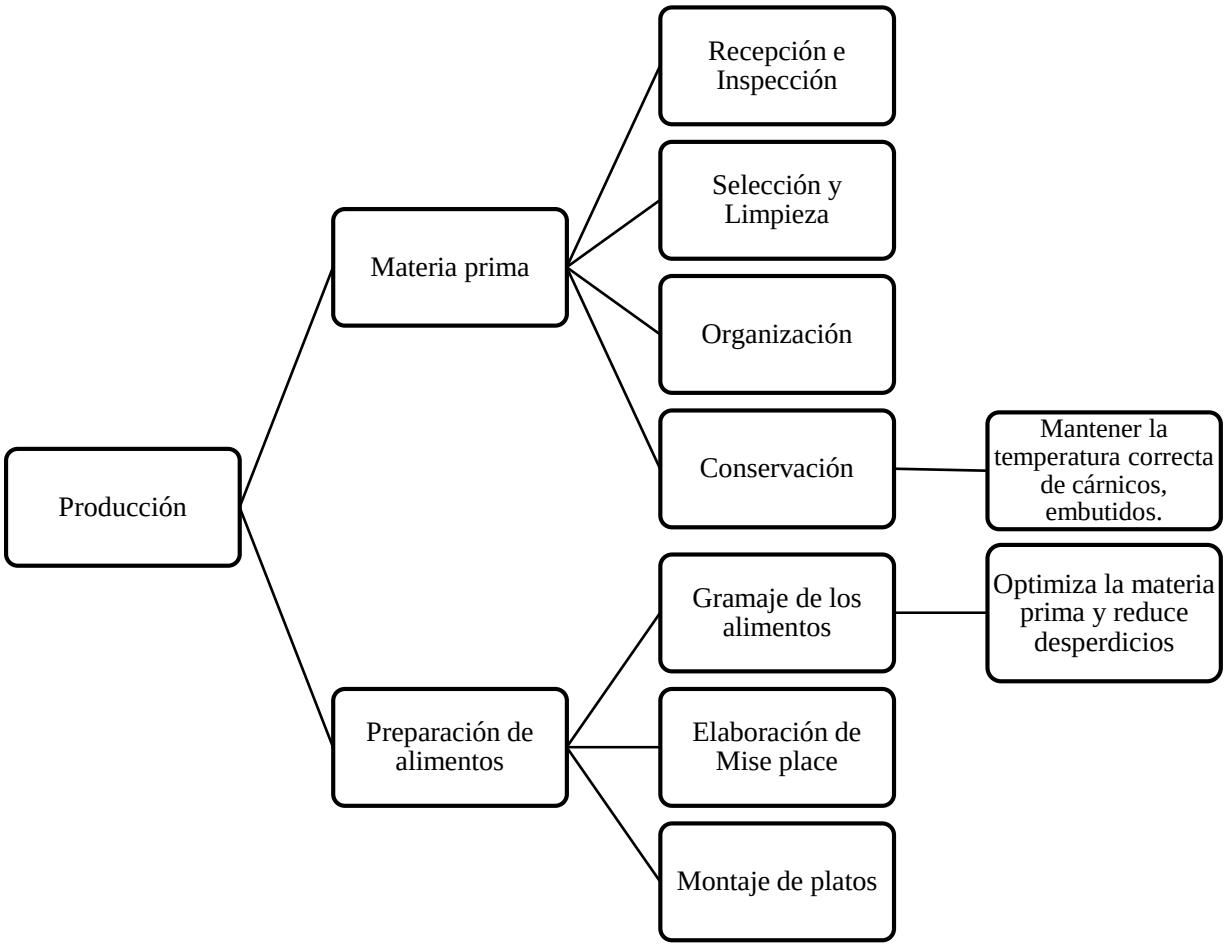
				incremento de las ventas.
	• Introducción de nuevas tendencias de marketing en el mercado.	- Cada 3 meses	-	Revisión de nuevas tendencias en el mercado de A&B.
	• Desarrollo estrategias de diferenciación.	- Cada 6 meses	-	Midiendo el nivel de satisfacción en clientes externos.
Sistema de pago	• Disponer de nuevos métodos y plataformas de pago.	- Anual	-	Contrato de capacitación e instalación de programas tecnológicos para mejorar los medios de pago.
Políticas de aseguramiento de calidad	- Mejora de procesos (mejor continua)	- Cada 6 meses	-	Círculo de calidad Deming.

Elaborado por: Autora.

4.3.3 Diagrama de flujo para cocina y servicio

Los siguientes procesos operativos para las áreas del establecimiento, han sido elaborados en base a las necesidades del restaurante para mejorar los procesos en la preparación de alimentos y el servicio al cliente, estos han sido referenciados a lo que indica el Codex Alimentarius.

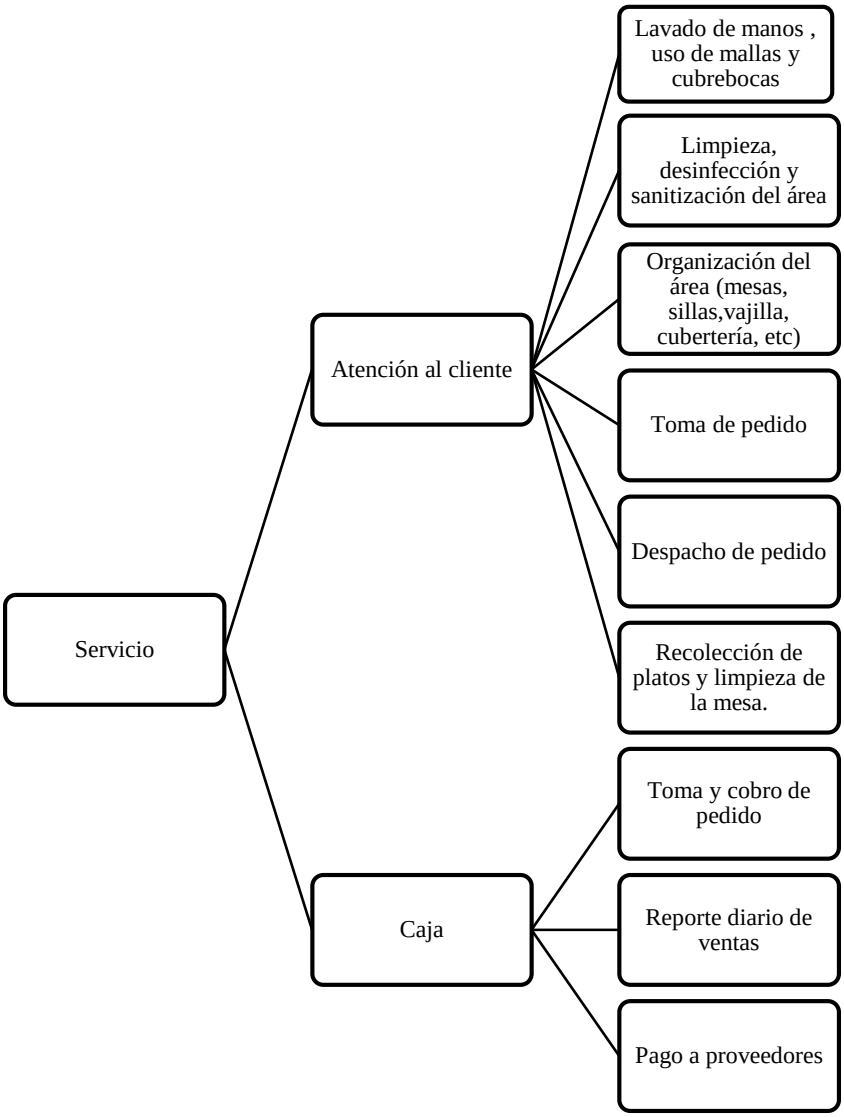
Ilustración 15 *Diagrama de Flujo para el área de Producción.*



Elaborado por: Autora.

- **Operación de Producción:** Etapa de preparación o elaboración, donde se lleva a cabo la transformación y conservación de los alimentos.
- **Recepción de alimentos:** Donde se recibe e inspecciona del stock de la materia prima previamente requerida a los proveedores.
- **Limpieza:** Proceso en que se eliminan los desperdicios de alimentos u otras sustancias no deseables.
- **Conservación:** En donde se clasifican los alimentos de rápida caducidad, de los de mayor tiempo de duración. Los alimentos de origen animal y vegetal (frutas, verduras, carne, leche, mariscos, etc.) no se pueden almacenar durante mucho tiempo en condiciones naturales por su rápido tiempo de caducidad.
- **Pesado de alimentos**: Pesar los ingredientes o materia prima con el fin de su correcta optimización y reducción de desperdicio.
- **Mise place:** Pre-elaboración y organización previa para disponer de todos los ingredientes y utensilios necesarios para cocción de distintas preparaciones (Códex Alimentarius, 2015).

Ilustración 16 *Diagrama de Flujo para el área de servicio*



Elaborado por: Autora.

- **Desinfección y sanitización:** Proceso de eliminar microorganismos como virus y bacterias que causan infecciones (Códex Alimentarius, 2015).

4.3.4 Diseño de nuevo logo

Ilustración 17 *Nuevo logo como propuesta para locos x los chuzos.*

Elaborado por: Autora.

En el nuevo diseño del logo se incluyeron los colores que identifican al establecimiento y el isologo de los chuzos como símbolo principal de la especialidad del restaurante. Los colores fueron elegidos ya que, de acuerdo a los códigos del color, el amarillo es color llamativo que simboliza la riqueza y abundancia con la acción y el poder, el color rojo sobre la llama de fuego que es el más vigoroso que denota alegría, fuerza y pasión y el color negro que hace un agradable contraste haciendo notorio el nombre del establecimiento (Escola D'art, 2020).

4.3.5 Diseño de nuevo menú

Ilustración 18 *Nueva carta de locos x los chuzos con código QR.*

Elaborado por: Autora

La carta actualizada, incluyen los nuevos platos de propuesta tales como: costilla de cerdo, costilla ahumada, filetes de pollo, carne, chuleta y matambre asado, además de la inclusión de opciones de bebidas en el que se añadieron, jugos naturales, limonada de fresa y té helado que serán adquiridos por medio de distribuidores. El nuevo menú incluye también el logo actualizado y con la facilidad de poder escanear el código QR que redirige a los clientes a las redes sociales del establecimiento. Las recetas estandar de la propuesta se encuentran en los anexos de la investigación (Ver *Anexo 6*).

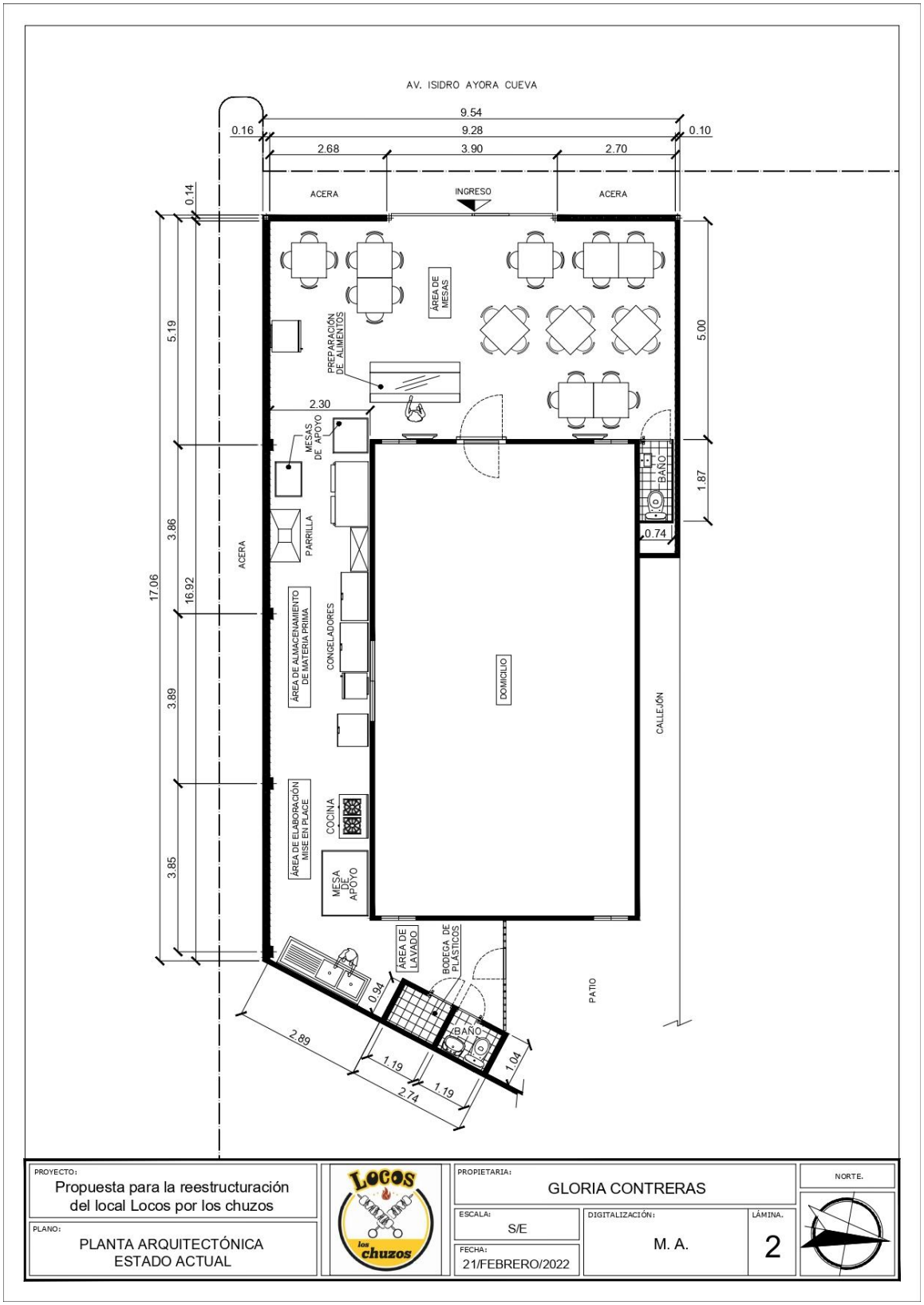
4.3.6 Presentación de publicidad para redes sociales

Ilustración 19 *Fotografía para redes sociales con logo actualizado y uniforme de los administradores de Locos x los Chuzos*

Elaborado por: Autora.

4.3.7 Nuevo diseño de interior del establecimiento

Ilustración 20 *Propuesta para la organización de las áreas del restaurante*



Elaborado por: Autora.

En la figura que muestra la propuesta de reestructuración se presentan las modificaciones del establecimiento para la optimización de los espacios y los tiempos de entrega en donde se sugiere, reestructurar las áreas del restaurante que van desde reorganizar los espacios de ubicación de mesas y sillas en el área del salón de servicio, además de una nueva organización del área de cocina en donde los servicios higiénicos dispondrán de independencia evitando su proximidad con el área de preparación de alimentos, además de un mejor acondicionamiento del área de bodega, permitiendo de ese modo tener mejor movilidad dentro de los espacios facultando la rapidez de los procesos tanto del área de cocina y servicio.

4.3.8 Inversión de la reestructuración

Los valores que se observan en la siguiente tabla, son los montos totales designados para la reestructuración de Locos x los Chuzos, mismos que han sido considerados para inversión del fortalecimiento de las estrategias de marketing, mejorando el manejo de redes y canales de difusión que repercuta en el aumento de las ventas, además de mejorar el aspecto interno del área de servicio con la renovación de letreros y el logo. En esos valores también están el monto destinado a la adquisición de nuevos equipos para un mejor desenvolvimiento laboral, incluye la renovación de vajillas para una mejor presentación de los productos.

Tabla 45

Costos de la inversión para reestructuración

Capital de trabajo	
Publicidad	$300
Letrero logo led	$350
Refrigerador mostrador	$600
Congelador	$900
Vajilla	$500
Parrilla	$800
Materia prima	$2.000

Utensilios de cocina	$300
Sueldos	$2.500
Arriendo	$900
Servicios básicos	$900
Total	**$10.050**

Nota: La tabla muestra el listado del presupuesto general para la reestructuración de las áreas del establecimiento que requieren modificaciones.

En los costos de la propuesta, se incluyen valores de publicidad que se realizará en períodos de 3 meses con una inversión de $100,00 por período, la adquisición de nuevos equipos y utensilios que son valores netos, el incremento de los sueldos que quedarán definidos en $425,00 a los tres colaboradores fijos, añadiendo el sueldo de los dos propietarios a $612,50. Dando un total de $11.250.00 de inversión para la reestructuración.

4.3.8.1 Financiamiento

Tabla 46

Financiamiento para la propuesta de remodelación

Formas de Financiamiento		
Fondos propios	100%	$10.050,00
Préstamos bancarios	0%	$0,00

Elaborado por: Autora.

4.3.8.2 Proyección de gastos

Tabla 47

Proyección de gastos de la propuesta de reestructuración

IPC	**1 mes**	**Año 1 - 2023**	**Año 2 – 2024**	**Año 3 - 2025**	**Año 4 - 2026**	**Año 5 - 2027**
		2,90%	2,07%	1,50%	1,50%	1,00%
Publicidad	$300	$1.800	$1.827	$1.854	$1.873	$1.873
Letrero logo led	$350	$2.100	$2.132	$2.163	$2.185	$2.185
Refrigerador mostrador	$600	$3.600	$3.654	$3.709	$3.746	$3.746
Congelador	$900	$5.400	$5.481	$5.563	$5.619	$5.619
Vajilla	$500	$3.000	$3.045	$3.091	$3.122	$3.122

Parrilla	$800	$4.800	$4.872	$4.945	$4.995	$4.995
Materia prima	$2.000	$12.000	$12.180	$12.363	$12.486	$12.486
Utensilios de cocina	$300	$1.800	$1.827	$1.854	$1.873	$1.873
Sueldos	$2.500	$15.000	$15.225	$15.453	$15.608	$15.608
Arriendo	$900	$5.400	$5.481	$5.563	$5.619	$5.619
Servicios básicos	$900	$5.400	$5.481	$5.563	$5.619	$5.619
Total de costos y gastos	**$10.050**	$60.300	$61.205	$62.123	$62.744	$62.744

Nota: Para la proyección de gastos se utilizó el valor del IPC proyectado desde el año 2023 al 2027, según datos macro de la programación fiscal del Ministerio de Economía y Finanzas, los porcentajes son una estimación de la inflación anual en Ecuador.

4.3.8.3 Proyección de ventas

Tabla 48

Proyección de ventas

Registro 2020 - 2021	
Meses	**Ventas**
1	$7.000
2	$6.000
3	$5.000
4	$5.200
5	$5.500
6	$4.900
7	$5.300
8	$5.600
9	$5.600
10	$6.200
11	$6.800
12	$8.000
TOTAL	**$71.100**

Pronóstico a 5 años		**Porcentaje**
Año 1 - 2023	$115.357	9,36%
Año 2 - 2024	$ 159.615	12,96%
Año 3 - 2025	$ 215.551	17,50%
Año 4 - 2026	$ 312.525	25,37%
Año 5 - 2027	$ 428.894	34,81%

Nota: Para la proyección de ventas se tomaron los registros de ventas del año 2020 – 2021 y el total de años de proyección se estima desde el año 2023.

4.3.8.4 Flujo de caja

Tabla 49

Flujo de caja de la propuesta, proyectada a 5 años.

Flujo de caja	**Año 1**	**Año 2**	**Año 3**	**Año 4**	**Año 5**
Saldo inicial	$10.050	$71.100	$270.180	$1.026.684	$3.901.399
Ventas de contado	$71.100	$270.180	$1.026.684	$3.901.399	$14.825.317
TOTAL INGRESOS	$81.150	$341.280	$1.296.864	$4.928.083	$18.726.716

Gastos	$10.050	$71.100	$270.180	$1.026.684	$3.901.399
TOTAL EGRESOS	$10.050	$71.100	$270.180	$1.026.684	$3.901.399
Saldo final	**$71.100**	**$270.180**	**$1.026.684**	**$3.901.399**	**$14.825.317**

Nota: De acuerdo con la tasa de inflación proyectada del 3,8% % que es aquel indicador del incremento de las ventas por periodo.

Con el resultado del flujo de caja se pudo determinar que, de acuerdo con el saldo final en el quinto año de proyección del flujo de caja, la propuesta de reestructuración tendrá una rentabilidad positiva, debido a que los ingresos percibidos serán mayores a los egresos, teniendo un flujo de caja de $14.825.317.

4.3.8.5 Cálculo del tir y van

Tabla 50.

Resultado del cálculo de tir y van de la propuesta de reestructuración

	Periodo 0	**Periodo 1**	**Periodo 2**	**Periodo 3**	**Periodo 4**	**Periodo 5**
Inversión inicial	$10.050,00					
Flujo de caja	$-10.050	$71.100	$270.180	$1.026.684	$3.901.399	$14.825.317

		Inversión:	$10.050
		Valor actual de los flujos de caja	$11.901.334
COK	15%	VAN	$884.030
		TIR	9,84%

Nota: Se tomó un COK del 15%, que es el costo de oportunidad como indicador de la tasa mínima de retorno de la inversión.

Los resultados del cálculo de la tasa interna de retorno (TIR) y el valor actual neto (VAN) de la propuesta, señala que, de acuerdo a las proyecciones estimadas a cinco años, esta será rentable en el tiempo.

4.3.8.6 Punto de equilibrio

El siguiente punto de equilibrio es aquel que determinará los valores necesarios a generar para recuperar la inversión de la propuesta de reestructuración de Locos x Los Chuzos. Calculando los costos fijos mensuales del proyecto y los costos variables por unidad de productos del establecimiento.

Tabla 51

Cálculo del punto de equilibrio de la propuesta

Costos Fijos Mensuales

Descripción	Importe
Alquiler	$ 900
Nómina	$ 2.500
Servicios básicos	$ 900
Total CF:	$ 4.300

Costos Variables x unidad

Descripción	Importe
Materias Primas p/u	$ 8
Mano de obra	$ 14,17
Total CV x Unidad:	$ 22,00
Precio de venta x Udm.	$ 100

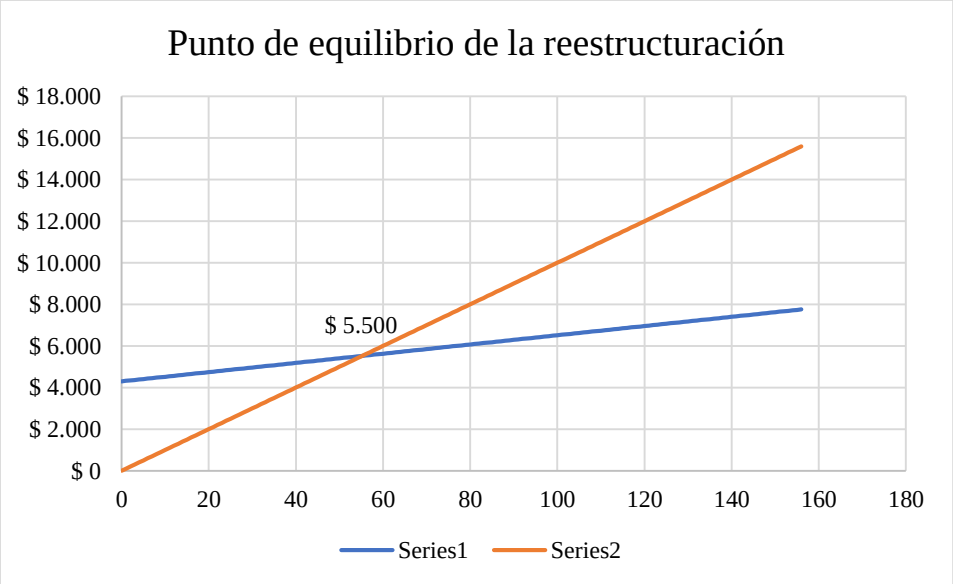
Cantidad de Equilibrio:	**55,2415**
Ingreso de Equilibrio	**$ 5.524**

Elaborado por: Autora.

La descripción del importe de la materia prima, es el valor estimado de la inversión mínima en preparaciones de recetas para mínimo 4 pax, el precio de la mano de obra es el precio estimado mínimo a cancelar diario por trabajador.

Gráfico 36

Punto de equilibrio de la propuesta de reestructuración



Elaborado por: Autora.

Según la graficación el momento en que los ingresos cubrirán los gastos fijos y variables, serán cuando las ventas sean equivalentes a $5,500 que es un punto donde no hay ni pérdidas ni ganancias.

Conclusiones

El diagnóstico situacional del restaurante permitió conocer las necesidades en el área de producción identificándose la inadecuada ubicación de los equipos, representando este un inconveniente a la hora de servir los alimentos desde la cocina al área de servicio, también se observó que existe la necesidad de mejores equipos de refrigerador/congelador para mantener los productos cárnicos y las materias primas que lo requieran en las temperaturas correctas. En cuanto al área del servicio se pudo conocer que hay una indebida distribución de sillas y mesas que obstaculizan la correcta circulación del personal del área de servicio, y en el aspecto de la comercialización se identificó que el poco énfasis que se le ha otorgado a la difusión del servicio y productos que ofrece el establecimiento en medios de difusión masiva y redes sociales repercute en las bajas ventas, siendo necesario darle mayor énfasis a esta área al designar dentro de los recursos un valor específico para la promoción y difusión en redes sociales.

En el proceso de recolección de información a través de las encuestas se determinó que las necesidades actuales del establecimiento son de contar con una mejor organización del área de servicio ya que un 55% de participantes de las encuestas respondieron que consideran necesario realizar mejoras en el restaurante, esto se interpreta con que actualmente en su totalidad, no se encuentran satisfechos con ciertos aspectos como los tiempos de entrega en horas de alta demanda, además señalaron que para su completa satisfacción es necesario que puedan hacer énfasis a la seguridad del establecimiento, en cuanto al menú, un 29% de encuestados a través de sus respuestas, sugieren la inclusión de nuevos platos y bebidas ya que consideran que no hay variedad. En las entrevistas los colaboradores indicaron tener total satisfacción de ejercer sus

labores en el establecimiento, pese a que en determinadas preguntas acerca del conocimiento y aplicación de normas existen aún deficiencias, por lo que se consideró importante desarrollar un manual de procesos para fortalecer los conocimientos acerca de las normas de higiene y seguridad alimentaria, además que permitirá en un futuro poder dar seguimiento al cumplimiento de las normas establecidas para un mejor servicio.

Con el desarrollo de la propuesta se logró ubicar correctamente los equipos en el área de cocina, logrando colocarlos en una mejor distribución, permitiendo los espacios y distanciamientos correctos, en el área de servicio se reorganizó la ubicación de sillas y mesas generando una correcta circulación, facilitando la viabilidad de todo el personal y de este modo mejorar los tiempos de entrega de los pedidos a la mesa. Además, de acuerdo a los análisis de la tasa de retorno interno de la propuesta de reestructuración, y, en relación al análisis del flujo de caja, se observó que los ingresos proyectados a un tiempo estimado 5 años serán mayores que los egresos, en el cálculo tir y van asegura la viabilidad de la reestructuración con un porcentaje de 9,84% de probabilidad y una rentabilidad neta de$884.030.

Recomendaciones

Evaluar periódicamente los procesos estandarizados que se pongan en marcha de acuerdo con la propuesta de la presente investigación, midiendo la efectividad de los mismos a través de un estudio técnico, con el fin de modificarlos o crear nuevas y mejores oportunidades de las operaciones, realizando fichas evaluativas en los procesos establecidos, en el áreas de producción, desde la recepción de las materias primas hasta el producto terminado y, en el servicio desde la toma del pedido hasta el despacho del mismo, midiendo si el desempeño general de las labores es eficiente.

Estudiar los factores deficientes del restaurante que genera un impacto de inseguridad dentro y fuera del mismo, analizando las situaciones externas que perjudican las labores cotidianas y que repercuten en el prestigio del establecimiento, por lo que se sugiere crear e implementar nuevas estrategias en base al análisis previamente realizado, y que este permita brindar mayor satisfacción a los clientes en cuanto a la seguridad , ya que es uno de los causales que en la actualidad afecta a los establecimientos de alimentos y bebidas.

Realizar un estudio de marketing al restaurante Locos x los chuzos, identificando la categoría al que este pertenece, determinando los aspectos de mayor necesidad para desarrollar estrategias enfocadas al marketing y publicidad, empleando herramientas de tendencia en redes de difusión masiva para los establecimientos de alimentos y bebidas, midiendo su efectividad en un estudio financiero acerca de los niveles de alcance y comercialización que pueden generar, además de determinar los niveles de afluencia de personas y cómo estos repercuten en el crecimiento económico.

Bibliografía

Acción Educa. (2019). *www.accióneduca.org.* Obtenido de http://accioneduca.org/admin/archivos/clases/material/pest-y-foda_1563803873.pdf

Agencia de Control y Regulación Sanitaria. (2014). *controlsanitario.gob.ec.* Obtenido de https://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/08/Guia-Requisitos-que-se-requieren-para-obtener-el-permiso-de-funcionamiento.pdf

Agencia Nacional de Regulación, C. y. (2015). *RESOLUCIÓN ARCSA-DE-067-2015-GGG.* Quito. Obtenido de https://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/12/Resolucion_ARCSA-DE-067-2015-GGG.pdf

Alan, N. D., & Cortéz, S. L. (2017). *Procesos y fundamentos de la investigación científica.* Machala, Ecuador: Colección Redes 2017. Obtenido de http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/14232/1/Cap.4-Investigaci%C3%B3n%20cuantitativa%20y%20cualitativa.pdf

ARCSA. (2015). *Instructivo externo para la evaluacion de restaurantes y cafeterías.* Quito.

ARCSA. (2020). *Gob.ec*. Obtenido de https://www.gob.ec/arcsa/tramites/emision-permiso-funcionamiento-establecimientos-servicios-alimentacion-colectiva-restaurantescafeterias-bares-escolares

Arte Dinámico. (s.f). Obtenido de https://www.artedinamico.com/portal/sitio/tips_mo_comentarios.php?it=2424&categoria=1

Asturias Corporación Universitaria. (18 de julio de 2019). *centro-virtual.com.* Obtenido de https://www.centro-virtual.com/recursos/biblioteca/pdf/direccion_financiera/unidad1_pdf1.pdf

Averson, P. (2021). *eoi.es.* Obtenido de https://www.eoi.es/blogs/mariavictoriaflores/definicion-de-mejora-continua/

Beetrack. (2021). Obtenido de https://www.beetrack.com/es/blog/ciclo-de-deming-etapas-ejemplos

Carro, P., & Gómez, D. (2019). *Normas HACCP Sistema de análisis de riesgos y puntos críticos de control.* Obtenido de http://nulan.mdp.edu.ar/1616/1/11_normas_haccp.pdf

Casilimas, S. C. (2019). *ESPECIALIZACIÓN EN TEORÍA, MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN SOCIAL*. INSTITUTO COLOMBIANO PARA EL FOMENTO DE LA EDUCACIÓN SUPERIOR, Bogotá, Colombia. Obtenido de https://panel.inkuba.com/sites/2/archivos/manual%20colombia%20cualitativo.pdf

Códex Alimentarius. (2015). *FAO.org*. Obtenido de http://www.fao.org

Cúmbicos, J., & Ponce, D. (2017). *"Propuesta de reestructurar el local de alimentos y bebidas papa John 's restaurante ubicado en la Piazza de los Ceibos en el norte de la ciudad de Guayaquil de la provincia del Guayas".* Universidad de Guayaquil, Guayaquil.

Dahmer, S. (2018). *Reglas de un restaurante.* México: Trillas.

Domenech, C. (2018). Obtenido de https://blog.izabc.com.mx/las-redes-sociales-en-los-negocios

Durón, C. (2016). *El plan de negocios para la industria restaurantera.* México: Trillas.

El Universo. (4 de Octubre de 2016). El chuzo, la carne en palito que mutó y ahora hay variedad. *Comunidad*. Obtenido de https://www.eluniverso.com/noticias/2016/10/04/nota/5836663/chuzo-carne-palito-que-muto-ahora-hay-variedad/

Escola D'art. (2020). La psicología del color. Obtenido de https://perio.unlp.edu.ar/catedras/iddi/wp-content/uploads/sites/125/2020/04/Psicologia-del-color.pdf

Fao.org. (2020). *www.fao.org.com.* Obtenido de http://www.fao.org/3/y1579s/y1579s02.htm#bm2.5

Florido, M. (2021). Obtenido de https://www.marketingandweb.es/emprendedores-2/mision-vision-y-valores-de-una-empresa/

Folgueiras, B. P. (2016). La entrevista. En *Técnica de recogida de información: La entrevista.*

Galileo, T. (2019). *Metodología de estudio de la situación de una empresa o proyecto.* Universidad Galileo. Obtenido de https://obgin.net/cursos/wp-content/uploads/2019/10/AnalisisFoda.pdf

Gallegos, J. F. (2002). *Gestión de alimentos y bebidas para hoteles, bares y restaurantes.* Madrid, España: Parainfo. Obtenido de https://books.google.com.ec/books/about/Gesti%C3%B3n_de_alimentos_y_bebi

das_para_hot.html?id=FpA0qUy1NjcC&printsec=frontcover&source=kp_read_button&hl=es-419&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

García, F. M. (2020). *EJE TEMÁTICO: ELABORACIÓN Y PRESENTACIÓN DE TRABAJOS ACADÉMICOS.* Universidad de la República (Uruguay), Montevideo, Uruguay. Obtenido de https://www.fenf.edu.uy/wp-content/uploads/2020/12/14dediciembrede2020Etapasdela-investigacionbibliografica-1.pdf

García, G. (2013). *Slideshare.* Obtenido de https://es.slideshare.net/smileboy2012/manual-de-manipulacion-de-alimentos-pdf

Garibay, R. (2018). *Estrategias de MArketing.* Obtenido de http://tesis.uson.mx/digital/tesis/docs/19651/capitulo3.pdf

Guzmán, J. (2022). Obtenido de https://www.eluniverso.com/guayaquil/comunidad/en-restaurantes-de-guayas-hay-desazon-por-cambios-de-aforo-y-falta-de-apoyo-para-reactivacion-nota/

Impulso Popular. (2015). Obtenido de https://www.impulsapopular.com/gerencia/que-es-un-manual-de-procesos/

INEC. (2014). Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec//documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/Encuesta_Servicios/Servicios_2014/ESS2014_RESUMEN_EJECUTIVO.pdf

INEN NTE 2938. (2016). *Servicios de restauración. Requisitos de Cocina.* Quito, Ecuador.

Innocámara. (2018). *Fondo Europeo de Desarrollo Regional.* Obtenido de https://www.oepm.es/export/sites/oepm/comun/documentos_relacionados/Publicaciones/Folletos/2018_04_26_Folletos_Que_es_una_patente.pdf

Jiménez, F. (4 de Julio de 2019). *EKON.com.* Obtenido de ekon.es/blog/estrategias-dafo-analisis-accion/

La Vanguardia. (2020). Obtenido de https://www.lavanguardia.com/participacion/las-fotos-de-los-lectores/20200113/472862547626/nouvelle-cuisine-nueva-cocina-presentacion-comida.html

Lacerda, d. O., & Lívia, &. S. (2013). Métodos para aplicar las pruebas de aceptación para la alimentación escola. *Revista Chilena de Nutrición*, 40. Recuperado el 18 de 02 de 2022, de https://www.redalyc.org/pdf/469/46929416005.pdf

Larousse et al. (2019). *Gastronomique en español.* España: Larousse.

Larrosa, P. (2021). *La verdad.com.* Obtenido de https://www.laverdad.es/gastronomia/preguntas-respuestas/definicion-menu-carta-20070916000000-nt.html?ref=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F

Lloret, D. M. (2018). *"DESARROLLO DE UN PROGRAMA DE CAPACITACIÓN PARA EL PERSONAL DE SERVICIO EN TRES RESTAURANTES DE CUENCA".* Universidad de Cuenca, Cuenca.

López, R. P., & Fachelli, S. (2015). *Metodología de la investigación social cuantitativa.* Barcelona, España: Creative Commons. Obtenido de https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2016/163567/metinvsoccua_a2016_cap2-3.pdf

Lovelock, C., & Wirtz, J. (2009). *Marketing de servicio personal tecnología y estrategias.* México: Pearson educación. Obtenido de

https://www.yumpu.com/es/document/read/63400956/marketing-de-servicios-6ta-ed-christopher-lovelock

Méndez, H. L., & Peña, M. J. (2017). *Manual práctico para el diseño de la Escala Likert.* Trillas.

Ministerio de Salud Pública. (2020). Obtenido de http://hee.gob.ec/?ps_promotion=lavado-de-manos

Ministerio de Turismo. (2018). *REGLAMENTO TURISTICO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS.* Quito. Obtenido de https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2018/11/Reglamento-de-alimentos-y-bebidas_OCTUBRE.pdf

Ministerio de Turismo. (2018). *Reglamento turístico de alimentos y bebidas.* Guayaquil. Obtenido de https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2018-10/Reglamento%20Tur%C3%ADstico%20de%20Alimentos%20y%20Bebidas.pdf

Mintur. (2020). *turismo.gob.ec*. Obtenido de https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2020/05/PROTOCOLO-_ALIMENTOS-Y-BEBIDAS-V2.pdf

Morillo, M. M., & Landaeta, N. D. (2019). Comportamiento de los niveles de calidad del servicio de comida rápida según las características de los usuarios. *Redalyc.org*, 59-84. Obtenido de https://www.redalyc.org/pdf/1872/187245397004.pdf

NTE INEN XX. (2015). *SISTEMA DE GESTION INTEGRAL DE LA CALIDAD, AMBIENTE, SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO ALIMENTOS Y BEBIDAS.* Norma Técnica Ecuatoriana.

Operagb. (2017). *www.operagb.org.* Obtenido de https://operagb.com/wp-content/uploads/2017/09/8448169298.pdf

Ortega, R. F. (s.f). Obtenido de https://ingenieriademenu.com/puestos-de-trabajo-en-un-restaurante/

Palermo, F. (2018). *www.palermo.com.* Obtenido de https://fido.palermo.edu/servicios_dyc//blog/alumnos/trabajos/17095_16677.pdf

Perez, I. (2019). *Historia de los Restaurantes.* España: IIP.

Ponce, T. H. (2007). Enseñanza e Investigación en Psicología. *La matriz foda: alternativa de diagnóstico y determinación de estrategias de intervención en diversas organizaciones.* Escuela Superior de Comercio y Administración Unidad Santo Tomás, Xalapa, México.

Puga, M. M. (2019). *Tir y Van.* Universidad Arturo Prat del estado de Chile, Santiago. Obtenido de https://accioneduca.org/admin/archivos/clases/material/valor-actual-neto-y-tasa-interna-de-retorno-van-y-tir_1563977885.pdf

Puyuelo et al. (2018). Introducción a la historia de bares y restaurantes: principales hitos bajo una perspectiva gastronómica. En FECOGA. Obtenido de https://barradeideas.com/wp-content/uploads/2018/12/Introduccion_a_la_historia_de_bares_y_restaurantes_D.pdf

Puyuelo, A. J., Montañés, B. J., Garmendia, O. J., & San Agustín, F. M. (2018). *Introducción a la historia de bares y restaurantes.* Zaragoza, España: Fecoga. Obtenido de https://barradeideas.com/wp-content/uploads/2018/12/Introduccion_a_la_historia_de_bares_y_restaurantes_D.pdf

Ramírez, P. D. (2019). *Análisis del punto de equilibrio.* Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, Ciudad de México. Obtenido de https://www.fcca.umich.mx/descargas/apuntes/Academia%20de%20Finanzas/Finanzas%20I%20Mauricio%20A.%20Chagolla%20Farias/9%20analisis%20de%20equilibrio.pdf

Rueda, G. C. (2019). *Buenas prácticas de manufactura en el procesamiento de alimentos.* Obtenido de https://www.udla.edu.ec/wp-content/uploads/2019/02/Buenas-Pr%23U00e1cticas-de-Manufactura-Bpm-en-el-Procesamiento-de-Alimentos-Carlos-Alberto-Rueda.pdf

Seguridad Laboral. (2020). Obtenido de https://www.seguridad-laboral.es/productos/senales-de-seguridad-gratuitas-para-detener-el-covid-19_20200427.html

Servicio de Rentas Internas. (2021). *www.sri.gob.ec*. Obtenido de https://www.sri.gob.ec/RUC#:~:text=Es%20un%20instrumento%20que%20tiene,u%20ocasional%20en%20el%20Ecuador.

Torruco, M., & Ramirez, M. (1987). *Servicios turísticos.* México: Diana.

Velandia, A. (2020). *Xmail*. Obtenido de http://www.mailxmail.com/curso-tecnicas-basicas-cocina/bpm-buenas-practicas-manufactura

Westreicher, G. (2020). *Economipedia.com.* Obtenido de https://economipedia.com/definiciones/innovacion-empresarial.html#:~:text=Importancia%20de%20la%20innovaci%C3%B3n%20empresarial,las%20necesidades%20de%20los%20consumidores.

Zeithaml, V., Parasuraman, A., & Berry, L. (1993). Como lograr el equilibrio entre las percepciones y las expectativas de los consumidores. *Calidad total en la Gestión de Servicios* .

Zincografía. (2017). Branding y personalidad de la marca visual. *Scielo.org*, 6. Obtenido de http://www.scielo.org.mx/pdf/zcr/v1n1/2448-8437-zinco-1-01-5.pdf

Anexos

Anexo 1. Modelo de entevistas a propietarios de Locos x los Chuzos

UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE INGENIERIA QUÍMICA

CARERA DE LICENCIATURA EN GASTRONOMÍA

ENTREVISTA A PROPIETARIO/S

La entrevista a realizar es una herramienta útil dentro del proyecto de la reestructuración de Locos x los chuzos, permitiendo identificar la situación actual del establecimiento a través de sus respuestas a las siguientes preguntas. Muchas gracias por su participación.

1. ¿El restaurante tiene definida su misión y visión?
2. ¿Cuentan con identidad corporativa como representación del establecimiento?
3. ¿Cuántas personas trabajan en “Locos x los chuzos”?
4. ¿Cuentan con una organización jerárquica para sus funciones laborales?
5. ¿Alguna vez han evaluado sus fortalezas y debilidades en pro de mejorar la calidad del servicio?
6. ¿De qué forma evalúan su crecimiento como microempresa?

7. ¿Tienen estrategias para resolver conflictos ante quejas de los clientes?
8. ¿Considera usted que cuentan con un excelente ambiente laboral?
9. ¿Cómo los colaboradores conocen las funciones que deben realizar?
10. ¿Cuáles son los estándares a seguir diariamente previo a la apertura y atención del establecimiento?
11. ¿Considera que el marketing del establecimiento está siendo eficaz en relación a las ventas?
12. ¿Considera que cuentan con diferenciación de producto/servicio frente a la competencia directa?
13. ¿Cree usted que el cliente está satisfecho del precio del producto vs la calidad del producto que recibe?

Anexo 2. Modelo de entrevistas a colaboradores de Locos x los chuzos

UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE INGENIERIA QUÍMICA

CARERA DE LICENCIATURA EN GASTRONOMÍA

ENTREVISTA A COLABORADOR/ES

La entrevista a realizar es una herramienta útil dentro del proyecto de la reestructuración de Locos x los chuzos, permitiendo identificar la situación actual del establecimiento a través de sus respuestas a las siguientes preguntas. Muchas gracias por su participación.

1. ¿Se siente identificado con la identidad corporativa del establecimiento?
2. ¿Existe una organización jerárquica de las funciones laborales dentro del establecimiento?
3. ¿Cuáles fueron los requisitos que le pidieron previo a su contratación?
4. ¿De qué forma usted fue inducido para el desarrollo de sus funciones laborales?
5. ¿Considera que su empleador lo hace partícipe en las resoluciones y toma de decisiones para la mejora del servicio/producto del establecimiento?

6. ¿Considera usted que cuentan con un excelente ambiente laboral?
7. ¿Considera que el marketing del establecimiento está siendo eficaz en relación a las ventas?
8. ¿Cree usted que el cliente está satisfecho del precio del producto vs la calidad del producto que recibe?
9. ¿Cuáles son las estrategias para resolución de conflictos ante quejas o inconformidades por parte de los clientes?
10. ¿Considera usted que cuentan con los equipos e insumos necesarios para el correcto desenvolvimiento de las labores diarias?
11. ¿Cree usted que los espacios en su área de trabajo son las ideales?

Anexo 3. Modelo de encuestas

Universidad de Guayaquil

INTRODUCCIÓN

Buenos días/tardes, soy estudiante de la carrera de **LICENCIATURA EN GASTRONOMÍA de la UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL**. Me encuentro realizando una investigación para la propuesta de mejora del restaurante "Locos x los Chuzos", realizo esta encuesta con el fin de recopilar información relevante para el desarrollo de este estudio. Gracias por su participación y aporte a este proyecto.

Datos de Control

Edad:		**Sexo**	
18-24	____	Femenino	_____
25-35	____	Masculino	_____
36-40	____	Otros	_____
Más de 40	____		

1. **Indique con una X la frecuencia con que usted visita el restaurante "Locos x los chuzos"**

Todos los días _____

De 2 a 3 días por semana _____

Cada 15 días _____

Una vez por mes _____

2. **En el siguiente cuadro indique el nivel satisfactorio que percibe usted en cada visita al restaurante "Locos x los chuzos"**

Observe la escala del 1 al 5, donde el 1 es muy insatisfecho y 5 muy satisfecho.

ASPECTOS A EVALUAR	**Muy insatisfactorio**	**Poco satisfactorio**	**Ni satisfactorio / ni insatisfactorio**	**Satisfactorio**	**Muy satisfactorio**
	1	**2**	**3**	**4**	**5**
PRODUCTO					
Sabor de los productos					
Variedad del menú					
Presentación de los platos					
Relación precio-producto					
Higiene de la presentación del producto					
SERVICIO	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
Amabilidad y cordialidad					
Rapidez en la toma y entrega de pedidos					
Agilidad en el despacho de su pedido					
Personal higiénicamente presentable					
INFRAESTRUCTURA	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
Espacio cómodo en el área de servicio					

Mobiliarios y utensilios en buen estado					
Sanitarios en buen estado					
Decoración y ambientación del establecimiento					

3. **¿Considera usted que deben realizarse mejoras en el restaurante "Locos x los chuzos"?**

   Si____ No ___

4. **Si su anterior respuesta fue SI, señale con una X el/los aspectos que considera usted debería mejorar.**

Servicio _____

Infraestructura _____

Menú _____

Otros _____

5. **¿Está usted satisfecho con los precios de los productos de Locos x los Chuzos?**

   Si _____
   No _____
   Sugerencias _____

6. **¿Qué aspecto no es de su agrado en Locos x los Chuzos?**

   Precios _____
   Atención al cliente _____
   Ambiente _____
   Presentación de productos _____
   Otro (s) _____

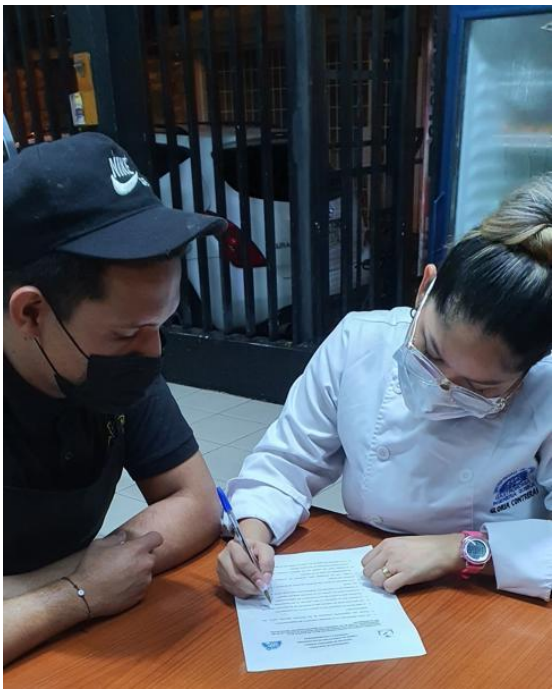
7. **¿Cuál de los siguientes aspectos son de su agrado en Locos x los Chuzos?**

   Precios _____
   Atención al cliente _____
   Ambiente _____
   Presentación de productos _____
   Otro (s) _____

8. **De forma general, ¿Cómo califica usted el restaurante “Locos x los chuzos”?**

Muy bueno	1
Bueno	2
Regular	3
Malo	4
Muy malo	5

Anexo 4. Evidencia del proceso de entrevistas



Anexo 5 Recetas estandar del menú actual de Locos x los chuzos

RECETA ESTANDAR						Foto referencial del Plato
Nombre de la receta:	Chuzo de cerdo marinado					
Categoría:						
No. Pax	4					
Costo por porción:	$ 1,57					
INGREDIENTES	**CANTIDAD**	**MEDIDA DE LA RECETA**	**OBSERVACIONES**	**COSTO UNITARIO (costo por kilo)**	**MEDIDA DEL PRODUCTO**	**COSTO TOTAL**
pulpa de cerdo	360	g	cubos	$ 5,17	1000	$ 1,86
naranja	100	ml	zumo	$ 0,42	1000	$ 0,04
bbq	100	g		$ 10,50	1000	$ 1,05
ajo	30	g		$ 2,42	1000	$ 0,07
cerveza	200	ml		$ 1,15	750	$ 0,31
chorizo alemán	320	g		$ 6,93	1000	$ 2,22
pimiento	80	g	cuadros	$ 0,72	1000	$ 0,06
cebolla	80	gr	cuadros	$ 0,54	1000	$ 0,04
palillo brocheta	4	uni		$ 0,80	100	$ 0,03
sal	20	gr		$ 0,45	1000	$ 0,01
pimienta	10	gr		$ 2,50	1000	$ 0,025
PREPARACION:					**Costo total de materia prima**	$ 5,72
					Margen de error 10%	$ 0,57
ESPETAR LOS TROZOS DE CERDO E IR ALTERNANDO CON LOS VEGETALES Y COLOCAR EL CHORIZO AL FINAL					**Costo total de preparación**	$6,29
SALPIMENTAR Y ADOBAR					**Costo por porcion:**	$ 1,57
LLEVAR A COCCIÓN EN PARRILLA					**Costo gerencial 30%**	$ 5,24
					Precio + IMP. IVA 12%	**$5,87**

RECETA ESTANDAR						Foto referencial del Plato
Nombre de la receta:	Chuzo loco					
Categoría:						
No. Pax	4					
Costo por porción:	$ 3,32					

INGREDIENTES	CANTIDAD	MEDIDA DE LA RECETA	OBSERVACIONES	COSTO UNITARIO (costo por kilo)	MEDIDA DEL PRODUCTO	COSTO TOTAL
pulpa de cerdo	360	g	cubos	$ 5,17	1000	$ 1,86
lomo de asado res	360	g	cubos	$ 7,70	1000	$ 2,77
costilla ahumada de cerdo	360	g	cubos	$ 8,50	1000	$ 3,06
pechuga de pollo	360	g	cubos	$ 5,52	1000	$ 1,99
chorizo alemán	320	g		$ 6,93	1000	$ 2,22
pimiento	80	g	cuadros	$ 0,72	1000	$ 0,06
cebolla	80	gr	cuadros	$ 0,54	1000	$ 0,04
palillo brocheta	4	uni		$ 0,80	100	$ 0,03
sal	20	gr		$ 0,45	1000	$ 0,01
pimienta	10	gr		$ 2,50	1000	$ 0,03

PREPARACION:

ESPETAR LOS TROZOS DE CADA UNA DE LAS CARNES E IR ALTERNANDO CON LOS VEGETALES Y COLOCAR EL CHORIZO AL FINAL

SALPIMENTAR Y ADOBAR

LLEVAR A COCCIÓN EN PARRILLA

Costo total de materia prima	$ 12,06
Margen de error 10%	$ 1,21
Costo total de preparación	$13,27
Costo por porcion:	$ 3,32
Costo gerencial 30%	$ 11,06
Precio + IMP. IVA 12%	**$12,39**

RECETA ESTANDAR						Foto referencial del Plato
Nombre de la receta:	Chuzo de lomo					
Categoría:						
No. Pax	4					
Costo por porción:	$ 1,42					

INGREDIENTES	CANTIDAD	MEDIDA DE LA RECETA	OBSERVACIONES	COSTO UNITARIO (costo por kilo o libra)	MEDIDA DEL PRODUCTO	COSTO TOTAL
lomo de asado res	360	g	cubos	$ 7,70	1000	$ 2,77
chorizo alemán	320	g		$ 6,93	1000	$ 2,22
pimiento	80	g	cuadros	$ 0,72	1000	$ 0,06
cebolla	80	gr	cuadros	$ 0,54	1000	$ 0,04
palillo brocheta	4	uni		$ 0,80	100	$ 0,03
sal	20	gr		$ 0,45	1000	$ 0,01
pimienta	10	gr		$ 2,50	1000	$ 0,025

PREPARACION:

ESPETAR LOS TROZOS DE LOMO E IR ALTERNANDO CON LOS VEGETALES Y COLOCAR EL CHORIZO AL FINAL

SALPIMENTAR Y ADOBAR

LLEVAR A COCCIÓN EN PARRILLA

Costo total de materia prima	$ 5,16
Margen de error 10%	$ 0,52
Costo total de preparación	$5,67
Costo por porcion:	$ 1,42
Costo gerencial 30%	$ 4,73
Precio + IMP. IVA 12%	**$5,29**

RECETA ESTANDAR						Foto referencial del Plato
Nombre de la receta:	Chuzo de costilla ahumada					
Categoría:						
No. Pax	4					
Costo por porción:	$ 1,50					

INGREDIENTES	CANTIDAD	MEDIDA DE LA RECETA	OBSERVACIONES	COSTO UNITARIO (costo por kilo o libra)	MEDIDA DEL PRODUCTO	COSTO TOTAL
costilla ahumada de cerdo	360	g	cubos	$ 8,50	1000	$ 3,06
chorizo alemán	320	g		$ 6,93	1000	$ 2,22
pimiento	80	g	cuadros	$ 0,72	1000	$ 0,06
cebolla	80	gr	cuadros	$ 0,54	1000	$ 0,04
palillo brocheta	4	uni		$ 0,80	100	$ 0,03
sal	20	gr		$ 0,45	1000	$ 0,01
pimienta	10	gr		$ 2,50	1000	$ 0,025

PREPARACION:

ESPETAR LOS TROZOS DE COSTILLA E IR ALTERNANDO CON LOS VEGETALES Y COLOCAR EL CHORIZO AL FINAL

SALPIMENTAR Y ADOBAR

LLEVAR A COCCIÓN EN PARRILLA

Costo total de materia prima	$ 5,44
Margen de error 10%	$ 0,54
Costo total de preparación	$5,99
Costo por porcion:	$ 1,50
Costo gerencial 30%	$ 4,99
Precio + IMP. IVA 12%	**$5,59**

RECETA ESTANDAR						Foto referencial del Plato
Nombre de la receta:	Chuzo de pollo					
Categoría:						
No. Pax	4					
Costo por porción:	$ 1,26					
INGREDIENTES	**CANTIDAD**	**MEDIDA DE LA RECETA**	**OBSERVACIONES**	**COSTO UNITARIO (costo por kilo o libra)**	**MEDIDA DEL PRODUCTO**	**COSTO TOTAL**
pechuga de pollo	400	g	cubos	$ 5,52	1000	$ 2,21
chorizo alemán	320	g		$ 6,93	1000	$ 2,22
pimiento	80	g	cuadros	$ 0,72	1000	$ 0,06
cebolla	80	gr	cuadros	$ 0,54	1000	$ 0,04
palillo brocheta	4	uni		$ 0,80	100	$ 0,03
sal	20	gr		$ 0,45	1000	$ 0,01
pimienta	10	gr		$ 2,50	1000	$ 0,025

PREPARACION:

ESPETAR LOS TROZOS DE PECHUGA E IR ALTERNANDO CON LOS VEGETALES Y COLOCAR EL CHORIZO AL FINAL

SALPIMENTAR Y ADOBAR

LLEVAR A COCCIÓN EN PARRILLA

Costo total de materia prima	$ 4,59
Margen de error 10%	$ 0,46
Costo total de preparación	$5,05
Costo por porcion:	$ 1,26
Costo gerencial 30%	$ 4,21
Precio + IMP. IVA 12%	**$4,71**

RECETA ESTANDAR						Foto referencial del Plato
Nombre de la receta:	Chuzo de camarones azafranados					
Categoría:						
No. Pax	4					
Costo por porción:	$ 1,53					

INGREDIENTES	CANTIDAD	MEDIDA DE LA RECETA	OBSERVACIONES	COSTO UNITARIO (costo por kilo o libra)	MEDIDA DEL PRODUCTO	COSTO TOTAL
camaron 30-35	400	g	cubos	$ 7,70	1000	$ 3,08
chorizo alemán	320	g		$ 6,93	1000	$ 2,22
pimiento	80	g	cuadros	$ 0,72	1000	$ 0,06
cebolla	80	gr	cuadros	$ 0,54	1000	$ 0,04
palillo brocheta	4	uni		$ 0,80	100	$ 0,03
sal	20	gr		$ 0,45	1000	$ 0,01
pimienta	10	gr		$ 2,50	1000	$ 0,025
azafrán	10	gr		$ 7,20	1000	$ 0,072
limón	50	ml	zumo	$ 0,85	1000	$ 0,043

PREPARACION:

ESPETAR LOS CAMARONES E IR ALTERNANDO CON LOS VEGETALES Y COLOCAR EL CHORIZO AL FINAL

SALPIMENTAR Y ADOBAR

LLEVAR A COCCIÓN EN PARRILLA

Costo total de materia prima	$ 5,58
Margen de error 10%	$ 0,56
Costo total de preparación	$6,14
Costo por porcion:	$ 1,53
Costo gerencial 30%	$ 5,11
Precio + IMP. IVA 12%	**$5,73**

RECETA ESTANDAR						Foto referencial del Plato
Nombre de la receta:	Chuzo triple					
Categoría:						
No. Pax	4					
Costo por porción:	$ 1,33					
INGREDIENTES	**CANTIDAD**	**MEDIDA DE LA RECETA**	**OBSERVACIONES**	**COSTO UNITARIO (costo por kilo o libra)**	**MEDIDA DEL PRODUCTO**	**COSTO TOTAL**
chorizo italiano	320	g		$ 7,70	1000	$ 2,46
chorizo alemán	320	g		$ 6,93	1000	$ 2,22
pimiento	80	g	cuadros	$ 0,72	1000	$ 0,06
cebolla	80	gr	cuadros	$ 0,54	1000	$ 0,04
palillo brocheta	4	uni		$ 0,80	100	$ 0,03
sal	20	gr		$ 0,45	1000	$ 0,01
pimienta	10	gr		$ 2,50	1000	$ 0,025
PREPARACION:					**Costo total de materia prima**	$ 4,85
					Margen de error 10%	$ 0,48
ESPETAR LOS CHORIZOS E IR ALTERNANDO CON LOS VEGETALES					**Costo total de preparación**	$5,33
SALPIMENTAR Y ADOBAR					**Costo por porcion:**	$ 1,33
LLEVAR A COCCIÓN EN PARRILLA					**Costo gerencial 30%**	$ 4,44
					Precio + IMP. IVA 12%	**$4,98**

RECETA ESTANDAR						Foto referencial del Plato
Nombre de la receta:	Moro de lentejas					
Categoría:						
No. Pax	4					
Costo por porción:	$ 0,43					
INGREDIENTES	**CANTIDAD**	**MEDIDA DE LA RECETA**	**OBSERVACIONES**	**COSTO UNITARIO (costo por kilo o libra)**	**MEDIDA DEL PRODUCTO**	**COSTO TOTAL**
lentejas	200	g		$ 1,76	1000	$ 0,35
arroz blanco	200	g		$ 0,84	1000	$ 0,17
pimiento	80	g	cuadros	$ 0,72	1000	$ 0,06
cebolla	80	gr	cuadros	$ 0,54	1000	$ 0,04
achiote	100	ml		$ 3,80	1000	$ 0,38
leche	100	ml		$ 1,35	1000	$ 0,14
queso	100	gr	rayado	$ 3,96	1000	$ 0,40
sal	20	gr		$ 0,45	1000	$ 0,01
pimienta	10	gr		$ 2,50	1000	$ 0,025

PREPARACION:		
	Costo total de materia prima	$ 1,57
	Margen de error 10%	$ 0,16
REHOGAR LA CEBOLLA, Y PIMIENTO CON ACHIOTE Y MANTEQUILLA	**Costo total de preparación**	$1,72
AGREGAR LENTEJAS COCIDAS Y REVOLVER	**Costo por porcion:**	$ 0,43
AGREGAR LECHE, QUESO Y ESPERAR A QUE ESTE SE DERRITA	**Costo gerencial 30%**	$ 1,44
AGREGAR ARROZ Y MEZCLAR		
SERVIR	**Precio + IMP. IVA 12%**	**$1,61**

RECETA ESTANDAR						Foto referencial del Plato
Nombre de la receta:	Papas chauchas con salsa de queso					
Categoría:						
No. Pax	4					
Costo por porción:	$ 0,28					
INGREDIENTES	**CANTIDAD**	**MEDIDA DE LA RECETA**	**OBSERVACIONES**	**COSTO UNITARIO (costo por kilo o libra)**	**MEDIDA DEL PRODUCTO**	**COSTO TOTAL**
papas chauchas	400	g		$ 0,77	1000	$ 0,31
leche	100	ml		$ 1,35	1000	$ 0,14
queso	100	gr	rayado	$ 3,96	1000	$ 0,40
aceite	50	ml	cuadros	$ 3,25	1000	$ 0,16
sal	20	gr		$ 0,45	1000	$ 0,01
pimienta	10	gr		$ 2,50	1000	$ 0,025

PREPARACION:		
	Costo total de materia prima	$ 1,04
	Margen de error 10%	$ 0,10
LLEVAR A COCCIÓN LAS PAPAS CON SAL Y PIMIENTA	**Costo total de preparación**	$1,14
SERVIR LAS PAPAS CON LA SALSA	**Costo por porcion:**	$ 0,28
	Costo gerencial 30%	$ 0,95
	Precio + IMP. IVA 12%	**$1,06**

RECETA ESTANDAR							Foto referencial del Plato
Nombre de la receta:	Ensalada primavera con vinagreta de romero						
Categoría:							
No. Pax	4						
Costo por porción:	$ 0,12						
INGREDIENTES	**CANTIDAD**	**MEDIDA DE LA RECETA**	**OBSERVACIONES**	**COSTO UNITARIO (costo por kilo o libra)**	**MEDIDA DEL PRODUCTO**	**COSTO TOTAL**	
lechuga crespa	100	gr		$ 1,10	1000	$ 0,11	
tomate	100	gr		$ 0,88	1000	$ 0,09	
cebolla	100	gr	cuadros	$ 0,54	1000	$ 0,05	
aceite	20	ml		$ 3,25	1000	$ 0,07	
mostaza	40	gr		$ 1,35	1000	$ 0,05	
romero fresco	5	gr	picado	$ 1,25	1000	$ 0,01	
vinagre	3	ml		$ 0,99	1000	$ 0,00	
sal	20	gr		$ 0,45	1000	$ 0,01	
orégano	5	gr		$ 3,50	1000	$ 0,02	
pimienta	10	gr		$ 2,50	1000	$ 0,025	
PREPARACION:					**Costo total de materia prima**	$ 0,43	
					Margen de error 10%	$ 0,04	
Preparar la vinagreta con romero, orégano, sal y vinagre					**Costo total de preparación**	$0,47	
Mezclar los ingredientes, servir.					**Costo por porcion:**	$ 0,12	
					Costo gerencial 30%	$ 0,40	
					Precio + IMP. IVA 12%	**$0,44**	

RECETA ESTANDAR						Foto referencial del Plato
Nombre de la receta:	Ensalada fría de pasta con jamón					
Categoría:						
No. Pax	4					
Costo por porción:	$ 0,16					

INGREDIENTES	CANTIDAD	MEDIDA DE LA RECETA	OBSERVACIONES	COSTO UNITARIO (costo por kilo o libra)	MEDIDA DEL PRODUCTO	COSTO TOTAL
fideo tornillo	100	gr		$ 1,10	1000	$ 0,11
jamón americano	50	gr	picado en brunoise	$ 6,20	1000	$ 0,31
mayonesa	50	gr		$ 1,40	1000	$ 0,07
zanahoria	30	gr	rayada	$ 0,72	1000	$ 0,02
mostaza	40	gr		$ 1,35	1000	$ 0,05
sal	20	gr		$ 0,45	1000	$ 0,01
pimienta	10	gr		$ 2,50	1000	$ 0,025

PREPARACION:

LLEVAR A COCCIÓN LA PASTA Y RETIRAR CUANDO ESTÉ AL DENTE

JUNTAR TODOS LOS INGREDIENTES Y MEZCLAR

Costo total de materia prima	$ 0,60
Margen de error 10%	$ 0,06
Costo total de preparación	$0,66
Costo por porcion:	$ 0,16
Costo gerencial 30%	$ 0,55
Precio + IMP. IVA 12%	**$0,62**

RECETA ESTANDAR						Foto referencial del Plato
Nombre de la receta:	Chimichurri					
Categoría:						
No. Pax	4					
Costo por porción:	$ 0,08					
INGREDIENTES	**CANTIDAD**	**MEDIDA DE LA RECETA**	**OBSERVACIONES**	**COSTO UNITARIO (costo por kilo o libra)**	**MEDIDA DEL PRODUCTO**	**COSTO TOTAL**
perejil	30	gr	repicado	$ 2,20	1000	$ 0,07
ajo	50	gr	repicado	$ 1,65	1000	$ 0,08
orégano	5	gr		$ 3,50	1000	$ 0,02
aceite	20	ml		$ 3,25	1000	$ 0,07
ají rojo	20	gr	repicado	$ 1,35	1000	$ 0,03
vinagre de manzana	5	ml		$ 1,60	1000	$ 0,01
sal	20	gr		$ 0,45	1000	$ 0,01
pimienta	10	gr		$ 2,50	1000	$ 0,025

PREPARACION:

REPICAR TODOS LOS INGREDIENTES

EN UN ENVASE MEZCLAR LOS INGREDIENTES REPICADOS CON EL ACEITE, VINAGRE, RECTIFICAR SABOR Y RESERVAR

Costo total de materia prima	$ 0,30
Margen de error 10%	$ 0,03
Costo total de preparación	$0,33
Costo por porcion:	$ 0,08
Costo gerencial 30%	$ 0,28
Precio + IMP. IVA 12%	**$0,31**

RECETA ESTANDAR						Foto referencial del Plato
Nombre de la receta:	Choripan					
Categoría:						
No. Pax	4					
Costo por porción:	$ 1,25					
INGREDIENTES	**CANTIDAD**	**MEDIDA DE LA RECETA**	**OBSERVACIONES**	**COSTO UNITARIO (costo por kilo o libra)**	**MEDIDA DEL PRODUCTO**	**COSTO TOTAL**
pan de oregano	4	uni		$ 0,30	1	$ 1,20
chorizo alemán	480	g		$ 6,93	1000	$ 3,33
chimichurri	20	gr		$ 0,31	200	$ 0,03
PREPARACION:					**Costo total de materia prima**	$ 4,56
					Margen de error 10%	$ 0,46
ASAR LOS CHORIZOS, PARTIR EL PAN POR LA PARTE DE ARRIBA Y COLOCAR EN LA PARRILLA PARA QUE SE GRILLE					**Costo total de preparación**	$5,01
CUANDO LOS CHORIZOS ESTÉN LISTOS COLOCAR DENTRO DEL PAN, AGREGAR CHIMICHURRI Y SERVIR					**Costo por porcion:**	$ 1,25
					Costo gerencial 30%	$ 4,18
					Precio + IMP. IVA 12%	**$4,68**

RECETA ESTANDAR						Foto referencial del Plato
Nombre de la receta:	Menestra de frejol					
Categoría:						
No. Pax	10					
Costo por porción:	$ 0,25					
INGREDIENTES	**CANTIDAD**	**MEDIDA DE LA RECETA**	**OBSERVACIONES**	**COSTO UNITARIO (costo por kilo o libra)**	**MEDIDA DEL PRODUCTO**	**COSTO TOTAL**
frejol canario	454	g		$ 1,76	1000	$ 0,80
ajo	50	g		$ 2,42	1000	$ 0,12
pimiento	120	g	cuadros	$ 0,72	1000	$ 0,09
cebolla	120	gr	cuadros	$ 0,54	1000	$ 0,06
cebolla blanca	80	gr		$ 2,60	1000	$ 0,21
achiote	100	ml		$ 3,80	1000	$ 0,38
leche	100	ml		$ 1,35	1000	$ 0,14
tomate	100	gr		$ 0,88	1000	$ 0,09
queso	100	gr	dados	$ 3,96	1000	$ 0,40
sal	20	gr		$ 0,45	1000	$ 0,01
agua	1000	ml		$ -	1000	$ 0,00
comino	10	gr		$ 2,50	1000	$ 0,025

PREPARACION:

LLEVAR A PUNTO DE EBULLICIÓN LOS FREJOLES CON SAL, COMINO, AJO Y ACHIOTE, CUANDO ESTOS ESTÉN POR HABLANDAR AGREGAR, CEBOLLA COLORADA, TOMATE, PIMIENTO CUANDO LA PREPARACIÓN HALLA TOMADO CUERPO AGREGAR QUESO Y LECHE

Costo total de materia prima	$ 2,31
Margen de error 10%	$ 0,23
Costo total de preparación	$2,54
Costo por porcion:	$ 0,25
Costo gerencial 30%	$ 0,85
Precio + IMP. IVA 12%	**$0,95**

Anexo 6. Recetas estandar de la propuesta de reestructuración

RECETA ESTANDAR						Foto referencial del Plato
Nombre de la receta:	Matambre a la pizza					
Categoría:						
No. Pax	4					
Costo por porción:	$ 2,22					
INGREDIENTES	**CANTIDAD**	**MEDIDA DE LA RECETA**	**OBSERVACIONES**	**COSTO UNITARIO (costo por kilo o libra)**	**MEDIDA DEL PRODUCTO**	**COSTO TOTAL**
matambre de cerdo	800	g		$ 7,64	1000	$ 6,11
salsa napolitana	80	g		$ 3,65	400	$ 0,73
salami	60	g		$ 6,50	1000	$ 0,39
queso	160	gr	rayado	$ 3,96	1000	$ 0,63
aceituna sin hueso	20	gr		$ 7,60	1000	$ 0,15
orégano	5	gr		$ 3,50	1000	$ 0,02
sal	20	gr		$ 0,45	1000	$ 0,01
pimienta	10	gr		$ 2,50	1000	$ 0,025
PREPARACION:					**Costo total de materia prima**	$ 8,07
SALPIMENTAR POR AMBOS LADOS					**Margen de error 10%**	$ 0,81
LLEVAR A COCCIÓN EN PARRILLA, CUANDO ESTÉ COCINADA DEL LADO DE LA GRASA GIRAR Y COLOCAR ENCIMA LA SALSA NAPOLITANA, QUESO, SALAMI, ACEITU					**Costo total de preparación**	$8,88
TAPAR PARA QUE SE GRATINE					**Costo por porcion:**	$ 2,22
SERVIR CON LAS GUARNICIONES QUE INDIQUE EL COMENSAL					**Costo gerencial 30%**	$ 7,40
					Precio + IMP. IVA 12%	**$8,28**

RECETA ESTANDAR

Foto referencial del Plato

Nombre de la receta:	Pechuga de pollo asada
Categoría:	
No. Pax	4
Costo por porción:	$ 1,22

INGREDIENTES	CANTIDAD	MEDIDA DE LA RECETA	OBSERVACIONES	COSTO UNITARIO (costo por kilo o libra)	MEDIDA DEL PRODUCTO	COSTO TOTAL
pechuga de pollo	800	g		$ 5,52	1000	$ 4,42
sal	20	gr		$ 0,45	1000	$ 0,01
pimienta	10	gr		$ 2,50	1000	$ 0,025

PREPARACION:

SALPIMENTAR POR AMBOS LADOS

LLEVAR A COCCIÓN EN PARRILLA

SERVIR CON LAS GUARNICIONES QUE INDIQUE EL COMENSAL

Costo total de materia prima	$ 4,45
Margen de error 10%	$ 0,45
Costo total de preparación	$4,90
Costo por porcion:	$ 1,22
Costo gerencial 30%	$ 4,08
Precio + IMP. IVA 12%	**$4,57**

RECETA ESTANDAR						Foto referencial del Plato
Nombre de la receta:	Chuleta asada					
Categoría:						
No. Pax	4					
Costo por porción:	$ 1,34					
INGREDIENTES	**CANTIDAD**	**MEDIDA DE LA RECETA**	**OBSERVACIONES**	**COSTO UNITARIO (costo por kilo o libra)**	**MEDIDA DEL PRODUCTO**	**COSTO TOTAL**
chuleta de cerdo	800	g		$ 6,05	1000	$ 4,84
sal	20	gr		$ 0,45	1000	$ 0,01
pimienta	10	gr		$ 2,50	1000	$ 0,025

PREPARACION:		
	Costo total de materia prima	$ 4,87
	Margen de error 10%	$ 0,49
SALPIMENTAR POR AMBOS LADOS	**Costo total de preparación**	$5,36
LLEVAR A COCCIÓN EN PARRILLA	**Costo por porcion:**	$ 1,34
SERVIR CON LAS GUARNICIONES QUE INDIQUE EL COMENSAL	**Costo gerencial 30%**	$ 4,47
	Precio + IMP. IVA 12%	**$5,00**

RECETA ESTANDAR						Foto referencial del Plato
Nombre de la receta:	Carne asada					
Categoría:						
No. Pax	4					
Costo por porción:	$ 1,28					
INGREDIENTES	**CANTIDAD**	**MEDIDA DE LA RECETA**	**OBSERVACIONES**	**COSTO UNITARIO (costo por kilo o libra)**	**MEDIDA DEL PRODUCTO**	**COSTO TOTAL**
lomo de asado de res	600	g		$ 7,70	1000	$ 4,62
sal	20	gr		$ 0,45	1000	$ 0,01
pimienta	10	gr		$ 2,50	1000	$ 0,025

PREPARACION:		
	Costo total de materia prima	$ 4,65
	Margen de error 10%	$ 0,47
SALPIMENTAR POR AMBOS LADOS	**Costo total de preparación**	$5,12
LLEVAR A COCCIÓN EN PARRILLA	**Costo por porcion:**	$ 1,28
SERVIR CON LAS GUARNICIONES QUE INDIQUE EL COMENSAL	**Costo gerencial 30%**	$ 4,27
	Precio + IMP. IVA 12%	**$4,78**

RECETA ESTANDAR						Foto referencial del Plato
Nombre de la receta:	Costilla de cerdo asada					
Categoría:						
No. Pax	4					
Costo por porción:	$ 1,75					

INGREDIENTES	CANTIDAD	MEDIDA DE LA RECETA	OBSERVACIONES	COSTO UNITARIO (costo por kilo o libra)	MEDIDA DEL PRODUCTO	COSTO TOTAL
costilla de cerdo	800	g		$ 7,92	1000	$ 6,34
sal	20	gr		$ 0,45	1000	$ 0,01
pimienta	10	gr		$ 2,50	1000	$ 0,025

PREPARACION:		
SALPIMENTAR POR AMBOS LADOS	**Costo total de materia prima**	$ 6,37
LLEVAR A COCCIÓN EN PARRILLA	**Margen de error 10%**	$ 0,64
SERVIR CON LAS GUARNICIONES QUE INDIQUE EL COMENSAL	**Costo total de preparación**	$7,01
	Costo por porcion:	$ 1,75
	Costo gerencial 30%	$ 5,84
	Precio + IMP. IVA 12%	**$6,54**

RECETA ESTANDAR						Foto referencial del Plato
Nombre de la receta:	Costiila ahumada bbq					
Categoría:						
No. Pax	4					
Costo por porción:	$ 5,40					
INGREDIENTES	**CANTIDAD**	**MEDIDA DE LA RECETA**	**OBSERVACIONES**	**COSTO UNITARIO (costo por kilo o libra)**	**MEDIDA DEL PRODUCTO**	**COSTO TOTAL**
costilla ahumada de cerdo	1816	g	cubos	$ 8,50	1000	$ 15,44
bbq	400	g		$ 10,50	1000	$ 4,20

PREPARACION:		
LLEVAR A LA PARRILLA LAS COSTILLAS PREVIAMENTE CORTADAS EN CUBOS, ESPERAR A QUE SE DOREN, E IR AGREGANDO SALSA BBQ	**Costo total de materia prima**	$ 19,64
SERVIR EN EL PLATO CON LAS GUARNICIONES QUE INDIQUE EL COMENSAL	**Margen de error 10%**	$ 1,96
	Costo total de preparación	$21,60
	Costo por porcion:	$ 5,40
	Costo gerencial 30%	$ 18,00
	Precio + IMP. IVA 12%	**$20,16**

RECETA ESTANDAR						Foto referencial del Plato
Nombre de la receta:	Picada frejol chilli con nachos					
Categoría:						
No. Pax	1					
Costo por porción:	$ 2,89					

INGREDIENTES	CANTIDAD	MEDIDA DE LA RECETA	OBSERVACIONES	COSTO UNITARIO (costo por kilo o libra)	MEDIDA DEL PRODUCTO	COSTO TOTAL
menestra de frejol	1	porción	receta menestra	$ 0,25	1	$ 0,25
pechuga de pollo	100	g		$ 5,52	1000	$ 0,55
chorizo alemán	80	g	picado en slice	$ 6,93	1000	$ 0,55
queso	160	gr	rayado	$ 3,96	1000	$ 0,63
aceituna sin hueso	20	gr		$ 7,60	1000	$ 0,15
nachos	1	porción		$ 0,45	1	$ 0,45
sal	20	gr		$ 0,45	1000	$ 0,01
pimienta	10	gr		$ 2,50	1000	$ 0,03

PREPARACION:

COLOCAR LA PORCIÓN DE MENESTRA DE FREJOL, AGREGAR POLLO, CHORIZO, CUBRIR CON QUESO Y POR ULTIMO COLOCAR LAS ACEITUNAS, LLEVAR A GRATINAR

SERVIR CON LA PORCIÓN DE NACHOS

Costo total de materia prima	$ 2,63
Margen de error 10%	$ 0,26
Costo total de preparación	$2,89
Costo por porcion:	$ 2,89
Costo gerencial 30%	$ 9,63
Precio + IMP. IVA 12%	**$10,78**