



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ECOTEC
FACULTAD DE HOTELERÍA Y TURISMO

Título del trabajo: “Estudio de una propuesta de diseño de un manual para la gestión de suministros para un restaurante anónimo en el norte de la ciudad de Guayaquil en el año 2019”

Línea de Investigación: TURISMO, HOSPITALIDAD Y PATRIMONIO

Modalidad de titulación: PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Carrera: Ingeniería en Administración Hotelera

Autor (a): GÉNESIS ANAÍS MUÑOZ GOROTIZA

Tutor (a): FERNANDO CEVALLOS, MGTR

Guayaquil – Ecuador

Año 2019

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación es dedicado principalmente a Dios, por darme fortaleza y sabiduría en seguir este proceso y poder llegar a cumplir una de mis metas más deseadas.

A mis padres por haber sido ejemplo de trabajo y perseverancia, a mi hermana y enamorado por su apoyo y cariño incondicional.

A mis primos, amigos que estuvieron dándome ánimo en este último proceso universitario.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mis docentes de la Facultad de Hotelería y Turismo de la Universidad Ecotec porque a través de sus conocimientos y experiencias han servido para la preparación de mi vida profesional, en especial a mi tutor el profesor Fernando Cevallos por tener mucha paciencia en este proceso investigativo.

CERTIFICACIÓN DE REVISIÓN FINAL

Que el presente proyecto de investigación titulado:

PROPUESTA DE DISEÑO DE UN MANUAL PARA LA GESTIÓN DE SUMINISTROS PARA UN RESTAURANTE ANÓNIMO EN EL NORTE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL EN EL AÑO 2019

Fue revisado, siendo su contenido original en su totalidad, así como el cumplimiento de los requerimientos que se dictan en el instructivo, por lo que se autoriza a: Génesis Anaís Muñoz Gorotiza que proceda a su presentación.

Samborondón, 21 de junio de 2019.

Ing. Fernando Cevallos Ruales Msc.

TUTOR

RESUMEN Y ABSTRACT

El proyecto de investigación presente tiene como finalidad mejorar la calidad y servicio que se le ofrece al consumidor final en un restaurante. El principal objetivo es diseñar un manual de gestión de suministros para el lugar de restauración que sirva al dueño de la empresa a mejorar los procesos claves de logística, su gestión y stock de inventarios, tener una buena organización con respecto a sus compras y sobre todo tener proveedores que tengan el compromiso que se ajuste a la política de la empresa. El restaurante anónimo ubicado en la ciudad de Guayaquil presenta dificultades de stock y abastecimiento de productos, esto es debido a la falta de un diseño de procesos y pasos a seguir en el restaurante. Con este fin, la pregunta de investigación es la siguiente: ¿Cuál es la propuesta de diseño de un manual de gestión de suministro? La pregunta de investigación se responde a través de técnicas para mejorar los costos de inventarios, el tiempo de duración del producto y los principales factores que afectan el nivel óptimo de la disponibilidad del producto.

Palabras claves: cadena de suministros, inventarios, gestión, procesos, proveedores, restaurantes, logística.

ABSTRACT

The present research project aims to improve the quality and service that is offered to the final consumer in a restaurant. The main objective is to design a manual of supply management for the place of restoration that serves the owner of the company to improve the key logistics processes, their management and stock of inventories, have a good organization with respect to their purchases and above all have suppliers that have the commitment that fits the company's policy. The anonymous restaurant located in the city of Guayaquil presents stock difficulties and supply of products, this is due to the lack of a process design and steps to follow in the restaurant. To this end, the research question is as follows: What is the proposed design of a supply management manual? The research question is answered through techniques to improve the costs of inventories, the duration of the product and the main factors that affect the optimal level of product availability.

Keywords: supply chain, inventories, management, processes, suppliers, restaurants, logistics.

1.3.3.	Decisión de Inventarios	18
1.4.	La compra de los productos alimenticios.....	18
1.4.1.	Ingeniería de menú	19
1.4.2.	Matriz BCG	20
1.4.3.	Marketing gastronómico	21
1.5.	Restaurantes de comida sana y saludable	21
1.5.1.	Definición de restaurante.....	21
1.5.2.	Restaurante de comida sana	22
1.6.	Higiene y Manipulación de alimentos	22
1.6.1.	Definición de manipulación de alimentos	22
1.6.2.	Mermas y desperdicios.....	23
1.6.3.	Clasificación de las tablas de picar.....	23
1.7.	Generalidades del restaurante en investigación.....	24
CAPÍTULO 2 – MARCO METODOLÓGICO.....		25
2.1.	Enfoque de la investigación	25
2.2.	Variables: Conceptualización y operacionalización	25
2.3.	Matriz Operacional de las variables	26
2.4.	Determinación de la muestra y segmentación	27
CAPÍTULO 3 - ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS		30
3.1.	Encuesta dirigida a los clientes del restaurante anónimo	30
3.2.	Conclusión de las encuestas	41
CAPÍTULO 4 – PROPUESTA.....		42
4.1.	Introducción.....	42
4.2.	Objetivo.....	42
CONCLUSIONES.....		52
RECOMENDACIONES		52

BIBLIOGRAFIA.....	54
ANEXOS	56

ÍNDICE DE TABLA

Tabla 1 Datos del Restaurante – Elaborado por: Génesis Muñoz	9
Tabla 2 Generalidades del Restaurante -	24
Tabla 3 Matriz Operacional de las variables - Elaborado por: Génesis Muñoz.....	26
Tabla 4 Ventas diarias - Elaborado por: Génesis Muñoz	27
Tabla 5 . Rango de edad del encuestado	31
Tabla 6. Diferenciación del restaurante	33
Tabla 7. Calificación del servicio al en encuestado.....	34
Tabla 8. Apreciación del precio y calidad al encuestado	35
Tabla 9. Tiempo de espera del encuestado.....	36
Tabla 10. Alimentos frescos para los encuestados	37
Tabla 11. Cumplimiento de higiene para el encuestado	38
Tabla 12. Satisfacción con la variedad de alimentos	39

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Proceso de la logística – Elaboración por autor	16
Gráfico 2. Pregunta 1 para clientes. Elaborado por: Autor	31
Gráfico 3. Pregunta 2 para clientes. Elaborado por: Autor	32
Gráfico 4. Pregunta 3 para clientes. Elaborado por: Autor	33
Gráfico 5. Pregunta 4 para clientes. Elaborado por: Autor	34
Gráfico 6. Pregunta 5 para clientes	35
Gráfico 7. Pregunta 6 para clientes. Elaborado por: Autor	36
Gráfico 8. Pregunta 7 para clientes. Elaborado por: Autor	37

Gráfico 9. Pregunta 8 para clientes. Elaborado por: Autor	38
Gráfico 10. Pregunta 9 para clientes. Elaborado por: Autor	39
Gráfico 11. Descripción de los productos para el encuestado	40
Gráfico 12. Pregunta 10 para clientes. Elaborado por: Autor	40
Gráfico 13. Higiene en los alimentos. Elaborado por: Autor	43
Gráfico 14. Utensilios para utilizar. Elaborado por: Autor	44
Gráfico 15. Correcta manera de lavarse las manos. Elaborado por: Autor	44
Gráfico 16. Correcta manera de lavarse las manos. Elaborado por: Autor	45
Gráfico 17. Lista de pedidos. Elaborado por: Autor	46
Gráfico 18. Contratación de proveedores. Elaborado por: Autor	47
Gráfico 19. Recepción del producto. Elaborado por: Autor	48
Gráfico 20. Formulario de recepción de alimentos Elaborado por: Autor	49
Gráfico 21. Almacenamiento del producto Elaborado por: Autor	50
Gráfico 22. Control de ventas Elaborado por: Autor	51

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Fórmula estadística para calcular la muestra	27
---	----

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, la estabilidad y el desarrollo de las empresas dependen fundamentalmente de la capacidad de satisfacer a los clientes con la mayor eficiencia y confiabilidad. Las empresas de gastronomía de hoy deben lograr trabajar con mínimos inventarios y con niveles de servicios cada vez mayores, pues tienen la necesidad de ser productivas para poder resistir y prosperar en el mercado actual.

La cadena de abastecimiento no es algo nuevo para las empresas dedicadas al servicio de la gastronomía, en un ambiente competitivo y globalizado apuestan cada día por diferenciarse de los demás negocios de su mismo público.

Un sistema de gestión de suministros en un restaurante tiene gran importancia debido a que el consumidor se merece que se le brinde producto de alta calidad y en muchas ocasiones no es posible porque los lugares de comida no saben cómo tener un stock de alimentos o cómo llevar su abastecimiento en perfecto estado.

Un sistema de gestión de suministros también abarca la organización con los proveedores que se están contratando, cuál es su tiempo de entrega, cómo es la forma en la que se manipulan los alimentos y de qué manera le está llegando al restaurante. Para que el cliente pueda disfrutar del plato de su preferencia se debe tener todos los alimentos en perfecto estado y a su vez contar con una gama de productos para abastecer a tiempo los platos que se ofrezcan en el menú.

“La gestión de inventarios o stock tiene como objetivo resolver las siguientes preguntas:

- ¿Cuántas unidades de cada artículo debemos tener almacenadas?
- ¿Qué cantidad de debemos solicitar en cada pedido?

- ¿Cuándo tenemos que emitir una orden de pedido?”
(Serrano M. J., 2013)

La principal importancia de manejar un sistema de gestión de suministros en un restaurante es el control de las áreas administrativas y operativas, en el que se pueda reflejar su tiempo de reposición, costo de compras, su política de pagos, rotación de stocks y calidad.

El restaurante en investigación cuenta con un solo local ubicado en la ciudad de Guayaquil, en la actualidad se encuentra con dificultades en su proceso de compras e inventarios que no han tenido en cuenta desde el principio.

En el presente proyecto se ha utilizado dos tipos de investigación como son: el tipo descriptivo, para especificar en qué estado se encuentra el restaurante basado siempre en la observación; el otro tipo de investigación es el correlacional con el objetivo de medir la relación entre estrategias de operaciones y el servicio al cliente.

Con este proyecto se quiere diseñar un manual para la gestión de suministros para el fortalecimiento del servicio y calidad de atención al consumidor en el restaurante anónimo en el norte de la ciudad de Guayaquil durante el año 2019.

CONTEXTO HISTÓRICO

El restaurante anónimo se encuentra ubicado en el norte de la ciudad de Guayaquil, provincia del Guayas, específicamente en Plaza Guayarte debido a que es un lugar nuevo en la ciudad este no cuenta con procesos específicos dentro de su área de cocina y se han visto en dificultades al momento del despacho de la comida, teniendo un incremento de gastos por mermas.

Aunque el restaurante es nuevo, tiene bastante afluencia de personas y ha tenido un crecimiento rápido en ventas, los dueños del restaurante están conscientes de que existe un desorden interno que podría causar pérdida de dinero en el área de cocina.

ANTECEDENTES

El restaurante anónimo cuenta con 2 años en el mercado de la gastronomía ecuatoriana, siendo un tipo de restaurante de comida sana y saludable. El lugar en investigación tiene una capacidad de cincuenta personas, cuenta con ocho mesas y veintidós sillas en la parte exterior de la Plaza Guayarte y la parte interior del lugar cuentan con dos mesas y seis sillas, también se ubica la cocina con el chef y dos ayudantes.

El horario del lugar es de 12h00 a 23h00 de lunes a jueves y los viernes a sábado hasta las 24h00, también abren feriados y domingos.

La situación actual de la gestión del proceso de compras lo maneja directamente la administradora, dicha información la obtiene con los resultados que le informe el jefe de cocina de cuanta materia prima necesitan a la semana. Alrededor de dos pedidos a la semana realizan a sus proveedores para poder obtener alimentos frescos ya que el lugar brinda alimentos de fácil manipulación como vegetales y frutas. Es por esto que no cuentan con una organización dentro de sus procesos, se debe a un descuido por el dueño de la empresa.

El restaurante anónimo cuenta dos bodegas donde almacenan los insumos y demás materiales que requieren para la preparación de los platos. La bodega principal está ubicada en Urdenor 1, aquí además de tener las oficinas administrativas se almacenan todos los pedidos que se hacen al proveedor autorizado. En cambio, en la bodega del restaurante solo se acopia los insumos que van a hacer usados en un periodo no máximo de tres días.

Con respecto a la bodega principal, el restaurante anónimo garantiza una buena conservación de alimentos, debido a que cuentan con buenas condiciones ambientales como una buena ventilación e iluminación. Cada

vez que se reciben los productos, los organizan por tipo de alimentos en sus respectivas perchas. El restaurante anónimo en su almacenamiento utiliza el sistema fifo muy básico de forma manual indicando fecha de entrada y fecha salida de todos los productos para garantizar un orden adecuado y no tener productos caducados.

El restaurante en investigación requiere fortalecer y diseñar un nuevo manual de suministros para que se pueda tener un mayor control en todos los procesos en el área de la cocina.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Ante los grandes inconvenientes que tienen algunos restaurantes debido a que no están llevando un control de los alimentos que entran y salen en la cocina, en muchas ocasiones no existe una planificación semanal de las compras o una gestión de inventarios, sino que se hacen al azar. Para llegar a una situación óptima se necesita que el dueño del restaurante esté de acuerdo con los parámetros que habrá cuando se implemente el sistema de gestión de suministros. Es por esto por lo que surge la necesidad de implementar un manual de procesos de operaciones adaptado al restaurante.

Los errores comunes que cometen al momento de abastecer el restaurante es que los jefes de cada área no cumplen con hacer los pedidos a tiempo, por lo general tienen que hacer su inventario semanal y a diario para pedir al proveedor lo que realmente se necesita, cuando no se cumple se pide más y esto ocasiona que se dañen los productos y existan las mermas, de igual manera cuando piden menos se tienen que comprar los productos a los alrededores con costos elevados debido a que no va a tener mismo precio como cuando se compra al por mayor.

La cadena de gestión de suministros se cumple cuando se llevan todos los procesos, de esta manera se evitan gastos en compras excesivas, lo que

no se mide no se puede mejorar. Es por esto por lo que se debe de observar cuanto es lo que se gasta a diario y en cada semana.

- Hacer inventario constantemente diario para verificar el consumo.
- Antes de hacer una orden de compra, verificar el inventario
- A ver el pedido que se necesita de acuerdo con los platos que tenemos en menú y un 10% adicional para tener en stock.
- Buscar proveedores que nos entreguen calidad/ precio, que tengas formalidad
- Frecuencia de compra: perecibles y no perecibles
- Revisar fecha de empaque del producto para que este en excelente calidad
- Utilizar recetas establecidas para comprar los productos necesarios

El restaurante anónimo se ha detectado que gasta demasiado en consumo de insumos debido a que no se lleva un control diario de lo que ingresa y sale en la cocina, causando un alto gasto en presupuesto. Otro inconveniente es la falta de compromiso de los proveedores causando que no se presenten todos los platos específicos en el menú y queden rezagados muchos de ellos.

DELIMITACIÓN TEMPORAL DE LA INVESTIGACIÓN

Este proyecto se realizará para fortalecer el servicio y calidad de producto final del restaurante en el año 2019.

DELIMITACIÓN ESPACIAL DE LA INVESTIGACIÓN

Este proyecto está dirigido para un restaurante anónimo, ubicado en el norte de la ciudad de Guayaquil.

OBJETIVOS

Objetivo general

- Diseñar un sistema de gestión de suministros que organice y planifique la estructura de la administración de los inventarios para un restaurante de la ciudad de Guayaquil en el año 2019, el cual pueda poner en práctica de manera eficaz y a su vez reducir sus costos.

Objetivos específicos

1. Determinar la situación actual del sistema de compras del restaurante en investigación, así como de los proveedores con los que trabaja el restaurante.
2. Establecer el nivel de satisfacción que tienen los clientes sobre la calidad de servicios y productos que ofrece el Restaurante Anónimo.
3. Elaborar un manual de sistema de gestión de suministro para que se aplique en el establecimiento.

VARIABLES

VARIABLE INDEPENDIENTE

- Diseño sistema de gestión

VARIABLE DEPENDIENTE

- Suministro

JUSTIFICACIÓN

El funcionamiento óptimo y eficaz de un restaurante no sólo se basa en el servicio o sazón que se le ofrece a su consumidor, sino que también hay un trabajo interno dentro del departamento de Alimentos & Bebidas. Con el presente proyecto se aspira tener un sistema de gestión de suministros para el lugar de restauración, que este sistema garantice que el proveedor tenga una buena manipulación con los alimentos que solicita el restaurante, que no exista una contaminación cruzada dentro de la cocina y que se utilicen los implementos necesarios para realizar una buena carta y presentación. El beneficio de poner el proyecto en marcha es que el empresario se dará cuenta de la reducción de sus costos, teniendo un incremento en sus ganancias y presentando un servicio de calidad. El diseño de un manual de suministros crea al restaurante una visión transversal de la empresa, permitiendo un mejor valor a la calidad del servicio que ofrecen los restaurantes.

En la actualidad para que un restaurante crezca a la misma medida que incrementa sus ventas se debe tener en consideración la logística dentro de la cocina, aspecto fundamental en la industria gastronómica. Cada año surgen nuevos locales de comida siendo alta la competencia y la demanda entre ellos, en muchos casos lo que diferencia un lugar del otro es su organización interna debido a que esto refleja cómo será su producto y servicio final que le brinda al comensal.

Se busca reestablecer los métodos de compra, incorporar nuevos procesos de abastecimiento como el método FIFO (First in, first out) y FEFO (First Expires, First Out) que se tratan que los primeros alimentos en entrar a la cocina debemos utilizarlos y en cuanto estén próximos a caducar también tenemos que desecharlos.

NOVEDAD O ASPECTO INNOVADOR

Realizar un manual de diseño de gestión de suministros que sea permanente en la ejecución del día a día en el restaurante, que forme parte de una política más del establecimiento y siendo impartida por los trabajadores del lugar para tener una mejor rentabilidad en su stock de alimentos. La capacitación al personal en estos temas es indispensable para su efectiva ejecución, se debe tener claro lo que están comprando, proveyendo y recibiendo.

ALCANCE O TIPO DE INVESTIGACIÓN

Descriptivo: Se busca describir la situación de la empresa, especificar sus características importantes, esperando conseguir resultados basados en la observación.

Correlacional: El objetivo principal de la investigación correlacional es medir la relación entre las estrategias de logística y el servicio al cliente.

Tabla 1 Datos del Restaurante – Elaborado por: Génesis Muñoz

Campo:	Gastronomía
Ubicación Geográfica:	Plaza Guayarte - Ciudad de Guayaquil
Segmento de mercado:	Clase media
Actividad económica:	Venta de comida sana y saludable
Propósito	Diseñar un manual de gestión de suministro.
Periodo de análisis:	2019

CAPÍTULO 1: MARCO TEÓRICO

1.1. Diseño de sistema de gestión de suministros

1.1.1. Definición de diseño

La palabra diseño etimológicamente deriva del término italiano “disegno” dibujo, designio, signare, signado «lo por venir», el porvenir visión representada gráficamente del futuro, lo hecho es la obra, lo por hacer es el proyecto, el acto de diseñar como prefiguración es el proceso previo en la búsqueda de una solución o conjunto de las mismas. Plasmar el pensamiento de la solución o las alternativas mediante esbozos, dibujos, bocetos o esquemas trazados en cualquiera de los soportes, durante o posteriores a un proceso de observación de alternativas o investigación. El acto intuitivo de diseñar podría llamarse creatividad como acto de creación o innovación si el objeto no existe o se modifica algo existente. El verbo "diseñar" se refiere al proceso de creación y desarrollo para producir un nuevo objeto o medio de comunicación (objeto, proceso, servicio, conocimiento o entorno) para uso humano. El sustantivo "diseño" se refiere al plan final o proposición determinada fruto del proceso de diseñar: dibujo, proyecto, diseño industrial o descripción técnica, maqueta al resultado de poner ese plan final en práctica. (Mena, 2017)

Tomás Maldonado señalaba que “el diseño industrial es una actividad proyectual que consiste en determinar las prioridades formales de los objetos producidos industrialmente”. La forma tiene por misión, no sólo alcanzar un alto nivel estético, sino hacer evidentes determinadas significaciones y resolver problemas de carácter práctico relativos a la fabricación y el uso. Diseño es un proceso de adecuación formal, a veces no consciente, de los objetos.

Según Joseph Edward Shigley y Charles R. Mishke, en su obra Diseño en ingeniería mecánica (Mechanical Engineering Design), publicada en 1989, "diseño es formular un plan para satisfacer una necesidad humana". (Edward, 1989)

A lo que refiere Mariano Maddio, el diseño es el desarrollo de nuevas ideas en donde al igual que toda obra de arte, se refleja en la mirada bilateral de quienes contemplan el proyecto.

Para el arquitecto Damiano Franco, el diseño se encuentra hasta en la parte más ínfima de la vida del ser humano. “¿Qué sería de la vida cotidiana sin un diseño apropiado para cada una de las cosas y objetos? Un caos...”

Gui Bonsiepe define al diseño como: "Hacer disponible un objeto para una acción eficaz." (Franco, 1985)

Desde esta perspectiva, diseño puede conceptualizarse como un campo de conocimiento multidisciplinario, que implica su aplicación en distintas profesiones, que puede ser estudiado, aprendido y, en consecuencia, enseñado. Que está al nivel de la ciencia y la filosofía, dado que su objetivo está orientado a estructurar y configurar contenidos que permitan ser utilizados para ofrecer satisfacciones a necesidades específicas de los seres humanos.

El diseño también es una actividad técnica y creativa encaminada a idear un proyecto útil, funcional y estético que pueda llegar a producirse en serie como en el diseño industrial, el diseño gráfico o el diseño de joyas. A pesar de que el diseño de interiores no va dirigido a una producción en serie en su gran mayoría.

En el libro El diseño en la vida cotidiana, John Heskett menciona que el diseño es una de las características básicas de lo humano y un determinante esencial de la calidad de vida. Afecta a todas las personas, en todos los detalles que hacemos en el día a día. (Diseño, 2019)

1.1.2. Definición de suministros

La definición de suministros está vinculada con la acción de suministrar, de proveer a alguien de algo que necesita. En términos económicos se utiliza el concepto de suministros como sinónimo de abastecimiento. Consiste en una actividad que se desarrolla con el propósito de satisfacer las necesidades de consumo de una estructura económica, ya sea empresa, familia, etc. Dicho suministro

debe efectuarse en tiempo y forma. Existen industrias y empresas que se ocupan de suministrar una serie de artículos y servicios. El concepto de suministro no sólo afecta a los alimentos, aunque sean los más demandados y necesitados por parte de los usuarios, ya que existe una amplia variedad de productos de uso concreto en un sector o de demanda general que también se suministran a los distintos espacios habilitados para que puedan llegar al consumidor final. (Anónimo, s.f)

1.1.3. Cadena de suministros

La cadena de suministro es el nombre que se le otorga a todos los pasos involucrados en la preparación y distribución de un elemento para su venta, es decir, es el proceso que se encarga de la planificación o coordinación de las tareas a cumplir, para poder realizar la búsqueda, obtención y transformación de distintos elementos, de esta forma poder comercializar un producto para que el mismo sea de fácil acceso al público.

Cuando se dice que abarca a todos los procesos son los involucrados directa e indirectamente, la cadena de suministro está constituida básicamente por los proveedores (que pueden estar clasificados en tres niveles), los almacenes, la línea que se está produciendo, los distintos canales por los cuales transita, la venta para los mayoristas, la venta hacia los minoristas y así hasta que el producto llegue a las manos del cliente final. (Anónimo, 2015)

Según Antonio Iglesias, la gestión de la cadena de suministros (SCM – Supply Chain Management), por su parte está definida como “la coordinación sistemática y estratégica de las funciones de negocio tradicional y las tácticas utilizadas a través de esas funciones de negocio, al interior de una empresa y entre las diferentes empresas de una cadena de suministro, con el fin de mejorar el desempeño en el largo plazo tanto

de las empresas individualmente como de toda la cadena de suministro.” (Iglesias, 1997)

1.1.4. Importancia de la cadena de suministro

Según Katherine Acosta, la gestión de la cadena de suministros está surgiendo como la combinación de la tecnología y las mejores prácticas de negocios en todo el mundo. Las compañías que han mejorado sus operaciones internas ahora están trabajando para lograr mayores ahorros y beneficios al mejorar los procesos y los intercambios de información que ocurren entre los asociados de negocios, también engloba aquellas actividades asociadas con el movimiento de bienes desde el suministro de materias primas hasta el consumidor final. Esto incluye la selección, compra, programación de producción, procesamiento de órdenes, control de inventarios, transportación almacenamiento y servicio al cliente. Pero, lo más importante es que también incluye los sistemas de información requeridos para monitorear todas estas actividades. (Acosta, 2012)

Según (Lambert, 1998) la administración de la cadena de suministro (SCM, por sus siglas en inglés), se introdujo originalmente por consultores a principio de los ochentas y subsecuentemente ha ganado mucha atención (LaLonde, 1998). Desde los inicios de los noventas, los académicos han intentado estructurarla (Stevens, 1989) por lo cual han realizado una amplia revisión retrospectiva de la literatura e investigación sobre ella. Tales investigaciones han dado paso a diversas escuelas de pensamiento. Sus mayores contribuciones y suposiciones se basan en los principios de la cadena que desafían el futuro.

1.1.5. Fases de decisión en una cadena de suministros

En la cadena de suministros o supply chain existen 4 pasos para diseñar de forma eficaz los procesos:

- Diseñar la estrategia: En los restaurantes con la respectiva investigación de procesos realizada, se debe de crear una estrategia de forma general.
- Ubicación de instalaciones: Es de gran importancia conocer donde se van a ubicar las instalaciones para realizar los respectivos procesos en el restaurante. (Fases de Decisión en una Cadena de Suministro, 2019)
- Selección de sitios potenciales en cada región: Una vez vistas las opciones de cada región se debería hacer un listado de los sitios que existen disponibles en ellas para ver las posibles ubicaciones. (ADMIN, 2019)
- Elección de la ubicación: Una vez vistas todas las posibilidades hay que escoger la ubicación exacta y saber la capacidad que va a tener ese centro en particular para así saber la carga de trabajo que puede llegar a realizar de manera correcta. (ADMIN, 2019)

1.2. La logística en un restaurante

La importancia de la logística en un restaurante se remonta a muchos años atrás debido que ya no es un concepto nuevo para los restaurantes. Debido a que hoy en día es más competitivo, los dueños de los restaurantes buscan diferenciarse y una de las formas de poder lograrlo y, consecuentemente, ser rentables, radica precisamente en el estudio y búsquedas de alternativas de las principales debilidades que afronta y el control minucioso de sus necesidades, de forma tal que les permitan disponer de los recursos necesarios en el momento necesario, para el servicio necesario al cliente necesario.

La logística en un restaurante busca mejorar la gestión del lugar y alcanzar altos ratios de eficiencia: financieros, de calidad y aceptación por parte de los clientes. En pocas palabras se puede decir que es la integración entre suministro, transporte, almacén, control de inventarios, producción, ventas, y como elemento distintivo “el propio servicio”.

Por medio de la distribución y logística en el área de cocina se puede aplicar técnicas que ajustan el nivel de aprobación de los clientes en cuanto a la oferta y el comportamiento de esta con relación a los niveles de costos y precios, así como también el estudio e identificación de los nichos de mercado hacia el que debe orientar su producto.

1.2.1. Definición de logística

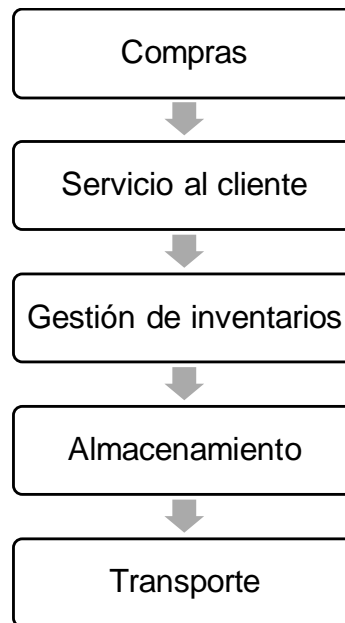
El término logística proviene de la palabra griega “logistika” que significa saber calcular, es decir se define como el proceso de administrar estratégicamente la adquisición, traslado y almacenamiento de materiales, partes y productos terminados de los proveedores a través de la organización, de tal manera que las utilidades actuales y futuras se incrementan al máximo mediante la entrega de pedidos que es afectiva en costo. La logística es el proceso de planeación, instrumentación y control eficiente y efectivo en el costo del flujo y almacenamiento de materias primas, de los inventarios de productos en proceso y terminados, así como el flujo de la información respectiva desde el punto de origen hasta el punto de consumo, con el propósito de cumplir con los requerimientos de los clientes. (Portal, 2011)

Según la Real Academia de la lengua española define como logística el «conjunto de medios y métodos necesarios para llevar a cabo la organización de una empresa, o de un servicio, especialmente de distribución». (ESPAE, s.f.)

La logística es la parte del proceso de la cadena de suministros que planea, lleva a cabo y controla el flujo y almacenamiento eficientes y efectivos de bienes y servicios, así como de la información relacionada, desde el punto de origen hasta el punto de consumo, con el fin de satisfacer los requerimientos de los clientes. (Ballou, 2004)

Para tener una buena distribución en la cadena de abastecimiento, se tiene que revisar los siguientes procesos:

Gráfico 1 Proceso de la logística – Elaboración por autor



Fuente: Gestión de cadena de suministros

1.3. Nivel óptimo de disponibilidad del producto en el restaurante

1.3.1. Importancia del nivel óptimo de un producto

El nivel óptimo de un producto se refiere a la rotación de este, siendo de gran relevancia debido a que es una herramienta para reducir costos en el área de cocina, la pérdida puede ser del 20 al 30% de las ganancias. Se sugiere tener un formato y software de control y realizar cada semana. El inventario hay que realizar de todo el departamento, absolutamente toda la materia prima tiene que ser inventariada. Importante que haya un encargado del inventario que tenga que firmar cada semana

La rotación de inventarios es una de las razones financieras utilizadas para analizar la eficiencia en el manejo del almacén de una determinada empresa.

La rotación de inventarios puede ser calculada en forma mensual, semestral o anual. Para ello, simplemente habrá que utilizar el costo que corresponda a ese período. Es decir, si se calcula la rotación mensual, sólo habrá que registrar el costo que corresponda a ese período en el numerador de la fórmula.

Si las ventas varían, el inventario deberá ser ajustado de forma práctica, ya que de lo contrario la mercancía se estancará o faltará, lo que a su vez ocasionará mayores mermas y menor calidad.

Sin embargo, como el almacén contará casi siempre con un sin número de productos, se encuentra que los niveles de rotación de estos no serán iguales. Por ello, se debe realizar el cálculo de la rotación, al menos, para los productos fundamentales, y mantener un adecuado control en las compras del resto de los productos con el propósito de evitar excesos y/o insuficiencias de estos.

En algunos libros de ingeniería industrial se indica que, mientras menor sea el inventario de las empresas, mayor será su eficiencia. Esto es generalmente falso, ya que únicamente funciona cuando las condiciones de mercado y costos de almacenaje lo permitan, lo que sólo se cumple en una minoría de los casos. (Excelencias Gourmet, s.f.)

1.3.2. Desventajas que afectan el nivel óptimo de disponibilidad del producto

Algo que no debe de pasar por alto es el exceso de mercadería en un lugar, en este caso el restaurante. Sin embargo, por el hecho de que no se acabe el producto en muy poco tiempo, los jefes de cocina o administradores aprueban compras grandes causando la saturación del mismo producto. También puede suceder el caso contrario, es decir, que se llegue al punto de que el material se haya agotado y no se tenga recurso, ocasionando incomodidades para el cliente ya que no se presentan todos los platos de

la carta. Revisando desde el punto económico, la valoración de los inventarios no sería consecuente con el inventario real, impactando en los

Sin embargo, es importante tener actualizado el stock, ya que, de lo contrario, se puede entrar en una dinámica donde la empresa puede tener gastos innecesarios, o por el contrario podría terminar fallándole a los clientes de mayor fidelidad. (Excelencias Gourmet, s.f.)

1.3.3. Decisión de Inventarios

La asignación de inventarios (entrada) a los puntos de almacenamiento contra la salida (pulling) hacia los puntos de almacenamiento mediante reglas de reabastecimiento de inventario, representan dos estrategias. La ubicación selectiva de distintos artículos en la línea de producción en los almacenes de planta, regionales o de campo, o la administración de los niveles de inventario mediante el uso de distintos métodos de control de inventario perpetuo, son otras estrategias. La política particular utilizada por la empresa afectará la decisión de ubicación de instalaciones, y por tanto esta política deberá ser considerada en la estrategia de logística. (Ballou, 2004)

1.4. La compra de los productos alimenticios

El proceso de compra de los alimentos en un restaurante lleva a cabo el control y stock de abastecimiento de los productos que se ofrezcan, llevar un orden sea escrito o sistematizado servirá de gran ayuda para saber exactamente cuánto se necesita para cada receta que se vea en el menú. Es necesario realizar a diario una revisión de cuantos son los gastos por alimentos, revisar si los proveedores que se cuentan tienen el compromiso para proporcionar un producto de alta calidad. En muchas ocasiones los restaurantes pequeños y nuevos no cuentan con sistema informático, pero de igual manera lo podría implementar haciendo reportes de stock de productos con máximos y mínimos correspondientes para así evitar mermas y desperdicios.

Con respecto a los proveedores se debe de tener mínimo tres para tener una buena comparación de precios debido a que si se compra en volumen se tendría un mejor precio, pero sin caer en saturar el stock de alimentos.

1.4.1. Ingeniería de menú

Como parte del marketing gastronómico se encuentra la ingeniería de menú que fortalecen los indicadores de control y gestión en un restaurante. Esta herramienta les enseña a las cabezas de la empresa a cómo mejorar su productividad y rendimientos con cada plato, cual fue el plato más vendido en el día y de forma mensual, a su vez cual fue el menos solicitado por el cliente y sobre todo como se puede destacar el menú.

Cuando se observa una carta en un restaurante no solo se debería ver como una lista de platillos, sino que se debería ir más allá, se debe utilizar las imágenes correctas, poner la descripción exacta del plato a servir y más que todo que sobresalga la publicidad hecha.

Las ventajas de utilizar esta famosa herramienta, pero muy poco utilizada en los restaurantes se tiene de la siguiente manera:

- Se tiene una mejor claridad del producto final que se presenta al cliente.
- El dueño del restaurante podrá revisar sus reportes a diario, tendrá mayor visibilidad con los gastos hechos.
- Se utiliza la matriz BCG “Matriz de Boston consulting” en la cual se podrá revisar que plato es el rezagado o cual ya se deba quitar de la carta.

Según Connega (Consultores Especializados en Ingeniería del Menú en México) El objeto de la ingeniería de menú es aplicar los conocimientos técnicos de disciplinas como el marketing, la microeconomía, la nutrición, los procesos industriales, las técnicas culinarias para maximizar la rentabilidad del menú de la empresa Intentando conciliar los objetivos económicos de la empresa (maximizar el beneficio) con los objetivos del cliente, también afirma que *“Se comienza repasando y ejercitando conceptos claves, tales como ganancia bruta, costos y porcentajes, para luego definir explícitamente los parámetros de rentabilidad y popularidad del método y las categorías que el mismo propone. La INGENIERÍA DE MENÚ evalúa -en términos de marketing- las preferencias de los clientes y el margen de ganancia que los platos generan cada vez que se venden. Una vez que se detallan las ventajas de utilizar la INGENIERÍA DE MENÚ, se establecen soluciones precisas y mejoras para cada categoría de plato”*.

1.4.2. Matriz BCG

Según Bruce Henderson la Matriz de crecimiento - participación, conocida como Matriz de Boston Consulting Group o Matriz BCG, es un método gráfico de análisis de cartera de negocios desarrollado por el Boston Consulting Group en la década de 1970 y publicada por el presidente de la citada consultora, Bruce D. Henderson, en 1973. Se trata de una herramienta de análisis estratégico, específicamente de la planificación estratégica corporativa. Sin embargo por su estrecha relación con el marketing estratégico, se considera una herramienta muy vinculada a dicha disciplina. Su finalidad es ayudar a decidir enfoques para distintos negocios o Unidades Estratégicas de Negocio.

Se trata de una sencilla matriz con cuatro cuadrantes, cada uno de los cuales propone una estrategia diferente para una unidad de negocio. Cada cuadrante viene representado por una figura o icono.

El método utiliza una matriz de 2 x 2 para agrupar distintos tipos de negocios que una empresa en particular posee. El eje vertical de la matriz define el crecimiento en el mercado, y el horizontal la cuota de mercado. Así las unidades de negocio se situarán en uno de los cuatro cuadrantes en función de su valor estratégico.

La matriz BCG en el sector gastronómico es una herramienta de competitividad en el mercado debido a que muestra los productos que ofrece el restaurante y se tenga una alta o baja rotación. Con cada cuadrante se puede aplicar una estrategia de marketing gastronómico distinto.

1.4.3. Marketing gastronómico

El marketing es el arte de hacer converger las acciones de la empresa de cara a satisfacer mejor las necesidades de su clientela, en el marco de políticas coherentes que buscan optimizar la eficacia global de la empresa de cara a su mercado. (Kotler, 2012)

La aplicación del marketing gastronómico en los restaurantes hace que se tenga otra perspectiva del lugar debido a las nuevas tendencias en el mercado, en los platos de comida y en la presentación de los mismos hace que la rentabilidad del lugar aumente.

1.5. Restaurantes de comida sana y saludable

1.5.1. Definición de restaurante

“Restaurante es aquel que está concebido para el servicio y consumo de alimento equivalente a un desayuno, un almuerzo y/o una comida. Por lo general, la mayor parte de los platos que conforman el menú son elaborados en el propio establecimiento, aunque en algunos casos, se les da terminación a los productos que proceden de otros centros de producción. Las características del servicio, el mobiliario, las condiciones físico-ambientales, junto a otros factores proporcionan los elementos diferenciadores de estos establecimientos”. Se plantea además que producto restaurante es el conjunto de atributos humanos, materiales y financieros que se reúnen en forma identificable, para satisfacer la

necesidad de restauración del cliente, a partir del servicio y consumo de alimentos equivalentes a desayunos, almuerzos y/o cenas. (Pérez, 2012)

1.5.2. Restaurante de comida sana

Según la Organización Mundial de la Salud (OMS) en el 2010, la alimentación del ser humano cambia con el tiempo, esto se debe a la influencia de cada sector, región y sector socioeconómico de cada país. Los hábitos incorporados por jóvenes y adultos han ido en incremento por tener mayor consciencia al momento de consumir un alimento.

Por lo tanto, la tendencia en la forma de alimentación ha ido cambiando con el paso del tiempo, la comida cruda sin químicos está muy de moda; es por esto por lo que se han aperturado locales de comida saludable con comida sin ser tan procesada, gluten free y apta para las personas que son intolerantes a algunos alimentos. El restaurante anónimo en investigación es uno de ellos en el cual deben de tener un cuidado extremo con los alimentos en su preparación debido a que la forma de cocción es distinta a la de un plato de comida procesada.

1.6. Higiene y Manipulación de alimentos

1.6.1. Definición de manipulación de alimentos

La manipulación de alimentos es esencial tanto en un lugar de venta de comidas como en la forma que se prepara en casa. La contaminación por utilizar malos hábitos en la cocina como toser, tocar dinero, peinarse, fumar y hablar directamente sobre los alimentos acarrear enfermedades a los comensales creando una mala reputación en el restaurante por no estar pendiente con este proceso de higiene.

Con respecto a las normal impuestas por la Consejería de Salud el 29 de abril en el 2004, en el reglamento (CE) nº 852/2004 que se refiere a la higiene de los productos alimenticios, entre las obligaciones de las empresas alimentarias se incluye la de garantizar «la supervisión y la

instrucción o formación de los manipuladores de productos alimenticios en cuestiones de higiene alimentaria.

La contaminación de alimentación se clasifica de la siguiente manera: física, química y biológica.

1.6.2. Mermas y desperdicios

La merma en los alimentos significa la reducción de esta en su totalidad. En cambio, los desperdicios es el malgastar los recursos que se tiene en la cocina.

Los lugares de restauración desperdician miles de toneladas al año, por lo tanto, esto ocasiona pérdida de dinero en el restaurante. Las mermas y desperdicios se pueden prevenir en un lugar de comida debido a que el sobrante se lo puede utilizar en otras recetas, pero cuando no se llega al proceso botan en pequeñas cantidades que pueden ser reutilizadas.

1.6.3. Clasificación de las tablas de picar

La tabla de picar es un utensilio indispensable para cortar y picar los alimentos de una forma homogénea. Para tener una buena manipulación con los alimentos y así evitar la contaminación, se sugiere que cada tipo de producto tenga su respectiva tabla de picar. La principal finalidad de emplear los utensilios en mención según su clasificación es para disminuir la contaminación cruzada.

Según su clasificación por colores es la siguiente:

- Tabla de corte blanca: Pastas, quesos, pan, bollería.
- Tabla de corte verde: Frutas y verduras.
- Tabla de corte amarilla: Carnes blancas

- Tabla de corte azul: Pescados y mariscos.
- Tabla de corte roja: Carnes rojas
- Tabla de corte marrón: Carnes cocinadas y fiambres.

Se recomienda tener en la cocina mínimo dos tablas de corte debido que se utilizan para los alimentos y crudos y cocidos, teniendo una estricta higiene.

1.7. Generalidades del restaurante en investigación

Tabla 2 Generalidades del Restaurante -

Identificación de la empresa	Restaurante Anónimo
Dirección:	Plaza Guayarte – Ciudad de Guayaquil
Actividad económica:	Sector gastronómico
Importancia dentro del sector	Restaurante de comida sana y saludable, con dos años en el mercado.

Fuente: Trabajo de campo Elaborado por: Génesis Muñoz

CAPÍTULO 2 – MARCO METODOLÓGICO

2.1. Enfoque de la investigación

El presente proyecto de investigación tiene un enfoque cualitativo, debido a que los resultados del desarrollo son en base a características y cualidades del restaurante de comida sana y saludable. Se describen resultados para en base a estos poder sugerir soluciones con el fin de mejorar.

El enfoque cualitativo en una investigación tiene como proceso descubrir y hacer preguntas para realizar la investigación, no siempre prueba una hipótesis. Usa métodos para recolectar datos no numéricos, es decir se basa en la utilización de observación y descripción. (Gomez, 2006)

2.2. Variables: Conceptualización y operacionalización

Idea para defender: Diseñando un manual para la gestión de suministros en un restaurante en la ciudad de Guayaquil.

VARIABLE INDEPENDIENTE

- Diseño sistema de gestión

VARIABLE DEPENDIENTE

- Suministro

2.3. Matriz Operacional de las variables

Tabla 3 Matriz Operacional de las variables - Elaborado por: Génesis Muñoz

Variable	Conceptualización	Indicadores	Instrumentos
Diseño sistema de gestión	Conjunto de reglas y principios relacionados entre sí de forma ordenada, para la contribución de procesos y pasos a seguir.	Resultado del análisis de la entrevista realizada. Según las respuestas se busca estrategias que puedan fortalecer el proceso de compras y abastecimiento en el restaurante.	Entrevista
Suministros	Acción de suministrar y proveer en el lugar. También conocido como abastecimiento en los alimentos.	Resultado de las encuestas tanto del personal interno de la cocina para identificar las falencias e irregularidades en el proceso.	Encuesta

2.4. Determinación de la muestra y segmentación

La muestra de la población en la que se realizará las encuestas es en base a la fórmula de población finita con el fin de conocer la cantidad de personas que se deben encuestar para tener resultados reales.

El universo de clientes se tomó en cuenta entre las personas que consumen en el restaurante anónimo día a día. El resultado fue un promedio de 57 personas que han visitado el restaurante.

Tabla 4 Ventas diarias - Elaborado por: Génesis Muñoz

DÍA	Nº PERSONAS
LUNES	40
MARTES	40
MIÉRCOLES	30
JUEVES	45
VIERNES	80
SÁBADO	90
DOMINGO	75
Σ	400
PROMEDIO	57

Para calcular la muestra se aplicará la fórmula estadística para poblaciones finitas que se describe a continuación:

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

Ilustración 1. Fórmula estadística para calcular la muestra

Elaboración: Génesis Muñoz Gorotiza

Donde:

N = Total de la población 57 personas

Z= 0.05 al cuadrado (si la seguridad es del 95%)

p = proporción esperada (en este caso 5% = 0.05)

q = $1 - p$ (en este caso $1 - 0.05 = 0.95$)

d = precisión (en su investigación use un 5%)

Según la fórmula aplicada se tomó la muestra de 47 clientes durante el jueves, viernes y sábado.

Adicionalmente se realizó un Focus Group para el personal del restaurante.

FOCUS GROUP

Objetivo: Conocer las falencias del proceso interno dentro de la cadena de abastecimiento del restaurante en investigación. Por esta razón se reunió a los trabajadores del local para averiguar del tema.

El focus Group se realizó a los trabajadores del restaurante anónimo, las preguntas que se le realizaron a los 12 trabajadores con edades entre 24 y 37 años en una sesión de 20 minutos.

Definición de preguntas

- ¿Con qué frecuencia se abastece la bodega?
- ¿Con cuántos platos cuentan en el menú?
- ¿Cuánto es el tiempo de espera que tiene el cliente entre el pedido y la comida?
- ¿Se revisa y cotiza el precio de los insumos antes de realizar una compra?
- ¿Cuál es el procedimiento cuando existe escasez de producto?

Informe focus Group

El resultado del focus Group en el restaurante anónimo se puede concluir que: el abastecimiento de la bodega se suele saturar por la falta de planificación y esto incurre a compras innecesarias.

Con respecto a la carta que ofrece el restaurante 14 platos entre ensaladas, wraps y entradas. En cuanto a las bebidas ofrecen 8 tipos de jugos naturales e infusiones frías y gaseosas.

El tiempo de espera depende de la cantidad de pedidos debido a que suelen existir momentos de saturación por la alta demanda sobre todo desde los fines de semana y feriados.

En consideración al proceso de compra se revisa, pero mas no se sigue el debido procedimiento cuando hay desabastecimiento de un producto determinado.

Cuando existe una escasez de producto, los jefes de cocina no se oferta el plato en el menú causando molestias a los clientes.

Con este Focus Group se obtiene un análisis de que los trabajadores necesitan adaptarse a nuevos procedimientos para una correcta logística en el restaurante.

CAPÍTULO 3 - ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Realizando un análisis de los aspectos a tomar en cuenta, se realizó una encuesta dirigida a los comensales del restaurante anónimo y por otra parte se realizó un Focus Group para revisar las falencias en los procesos del restaurante en investigación.

3.1. Encuesta dirigida a los clientes del restaurante anónimo

La encuesta dirigida a los comensales del restaurante tiene como finalidad saber la calidad del producto que se ofrece en el menú y el tipo de servicio que brindan.

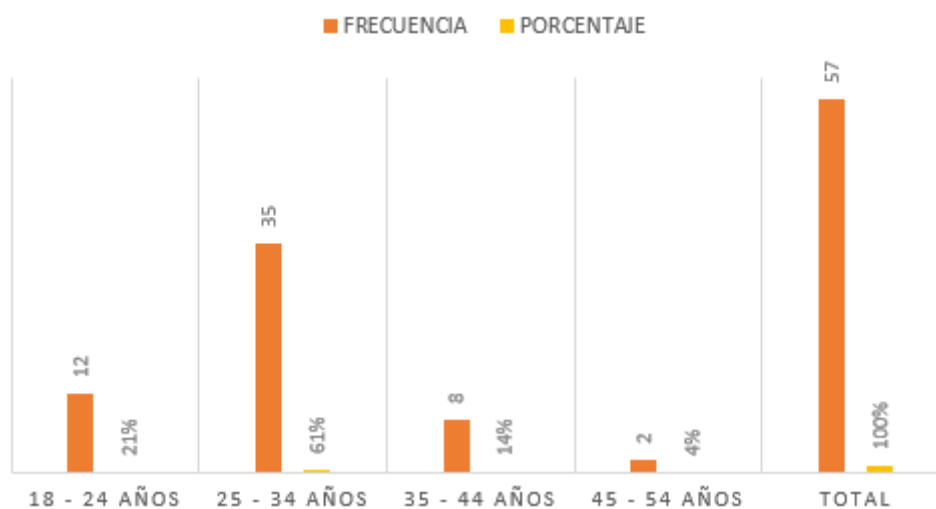
1. Indique su rango de edad

Tabla 5 . Rango de edad del encuestado

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
18 - 24 AÑOS	12	21%
25 - 34 AÑOS	35	61%
35 - 44 AÑOS	8	14%
45 - 54 AÑOS	2	4%
TOTAL	57	100%

Fuente Trabajo de campo. Elaborado por: Génesis Muñoz

Gráfico 2. Pregunta 1 para clientes. Elaborado por: Autor



Fuente: Trabajo de campo 2019 Elaborado por: Autor

El resultado de la pregunta N° 1 indica que en relación con la edad de las personas que más concurren al local en la actualidad es del 61% (35) que corresponden de 25 a 34 años, un 21% (12) de 18 a 24 años, el 14% (8) de 35 a 44 años y sólo un 4% (2) corresponde de 45 a 54 años que concurren al local.

En base a los datos que nos arroja la encuesta se puede determinar que el mayor flujo de clientes son jóvenes entre 25 y 34 años.

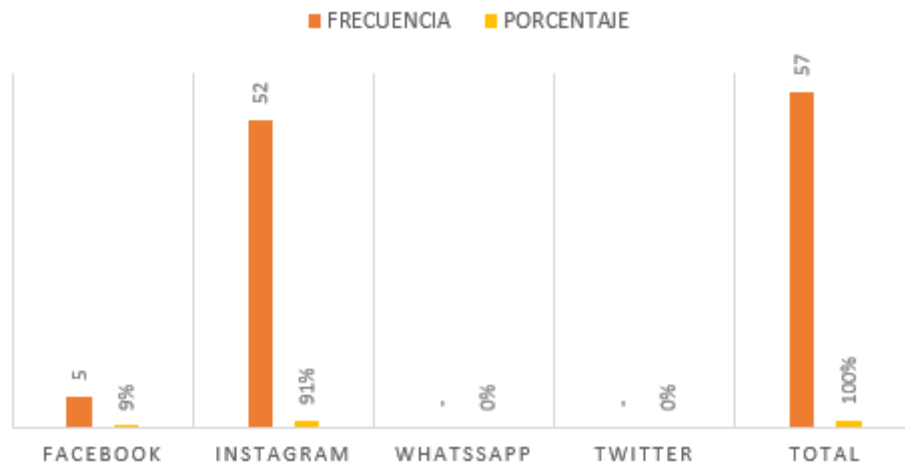
2. ¿Por medio de qué red social se enteró del restaurante anónimo? Puede escoger varias alternativas

Tabla 5. Método de ubicación del restaurante.

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
FACEBOOK	5	9%
INSTAGRAM	52	91%
WHATSSAPP	-	0%
TWITTER	-	0%
TOTAL	57	100%

Fuente Trabajo de campo. Elaborado por: Génesis Muñoz

Gráfico 3. Pregunta 2 para clientes. Elaborado por: Autor



Fuente: Trabajo de campo 2019 Elaborado por: Autor

Con relación al uso de las redes sociales para identificar el establecimiento de comida se puede determinar que la mayoría de la muestra representa un 91% (52) interactúa por Instagram y un 9%

(5) por medio de Facebook. La interacción por twitter y whatsapp son nulas. Se puede determinar que por medio de Instagram los consumidores pueden conocer más acerca de los platos y el local.

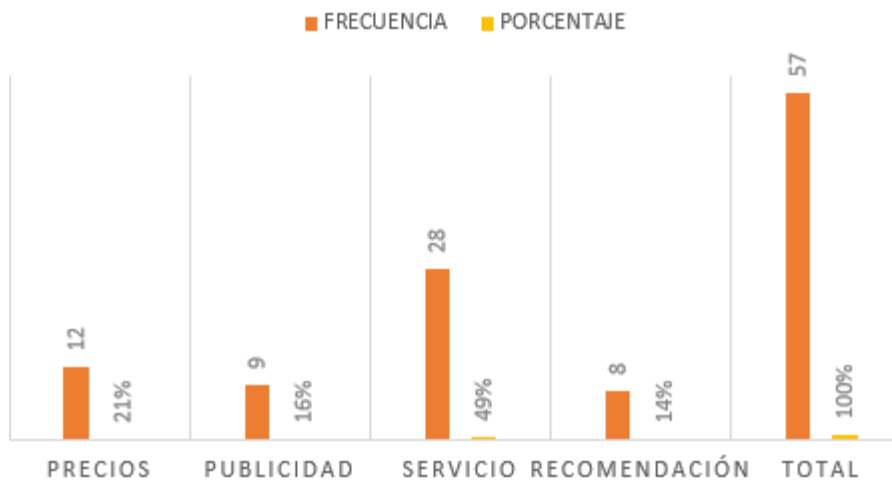
3. ¿Cuál fue la razón por la que escogió al “Restaurante Anónimo” en comparación a los demás establecimientos de comida sana?

Tabla 6. Diferenciación del restaurante

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
PRECIOS	12	21%
PUBLICIDAD	9	16%
SERVICIO	28	49%
RECOMENDACIÓN	8	14%
TOTAL	57	100%

Fuente Trabajo de campo. Elaborado por: Génesis Muñoz

Gráfico 4. Pregunta 3 para clientes. Elaborado por: Autor



Fuente: Trabajo de campo 2019 Elaborado por: Autor

El 49% (28) de los encuestados prefieren ir al restaurante anónimo por su alto nivel de servicio, 21% (12) precios, 16% publicidad (9) y un 14% (8) van al establecimiento por recomendación.

Se concluye que acuden al establecimiento por el servicio que presta el local.

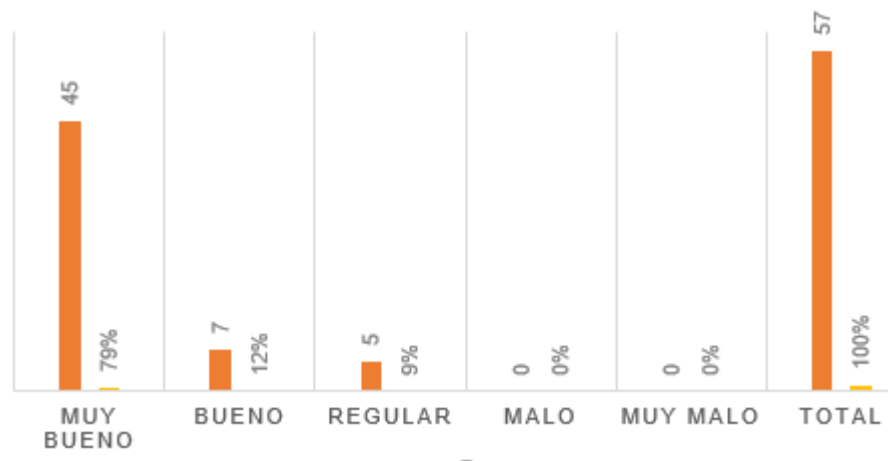
4. ¿Cómo calificaría la atención del personal del “Restaurante Anónimo”?

Tabla 7. Calificación del servicio al en encuestado

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MUY BUENO	45	79%
BUENO	7	12%
REGULAR	5	9%
MALO	0	0%
MUY MALO	0	0%
TOTAL	57	100%

Fuente Trabajo de campo. Elaborado por: Génesis Muñoz

Gráfico 5. Pregunta 4 para clientes. Elaborado por: Autor



Fuente: Trabajo de campo 2019 Elaborado por: Autor

Con respecto a la atención y trato de que brindan los trabajadores a los clientes un 79% (45) contestó que es muy bueno, un 12% (7) que es bueno y regular un 9% (5).

Se concluye que la atención que brinda el personal del restaurante es muy buena.

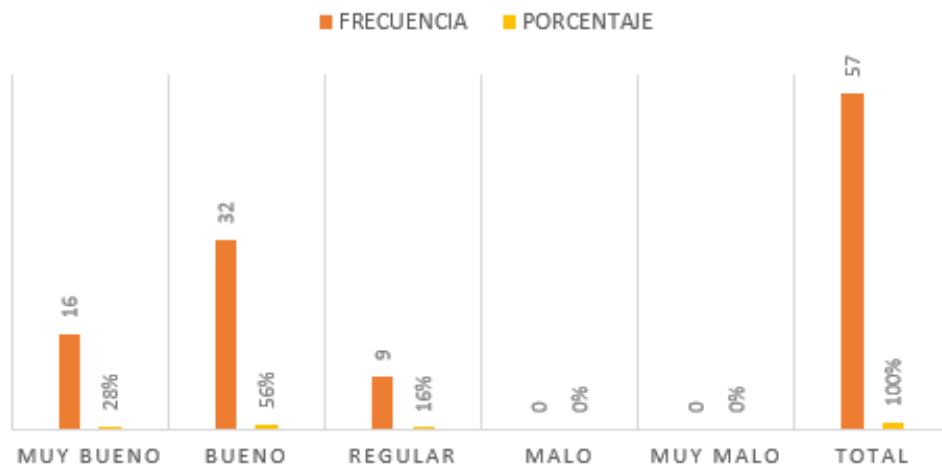
5. De manera general, ¿Qué le parece la relación precio y calidad?

Tabla 8. Apreciación del precio y calidad al encuestado

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MUY BUENO	16	28%
BUENO	32	56%
REGULAR	9	16%
MALO	0	0%
MUY MALO	0	0%
TOTAL	57	100%

Fuente Trabajo de campo. Elaborado por: Génesis Muñoz

Gráfico 6. Pregunta 5 para clientes



Fuente: Trabajo de campo 2019 Elaborado por: Autor

De acuerdo con el resultado de las encuestas el 56% (32) están de acuerdo que el precio y calidad es buena, un 28% (16) mencionaron que es muy bueno y solo un 16% (9) que es regular.

Esto concluye que la mayoría de los clientes le parece bueno el precio y calidad.

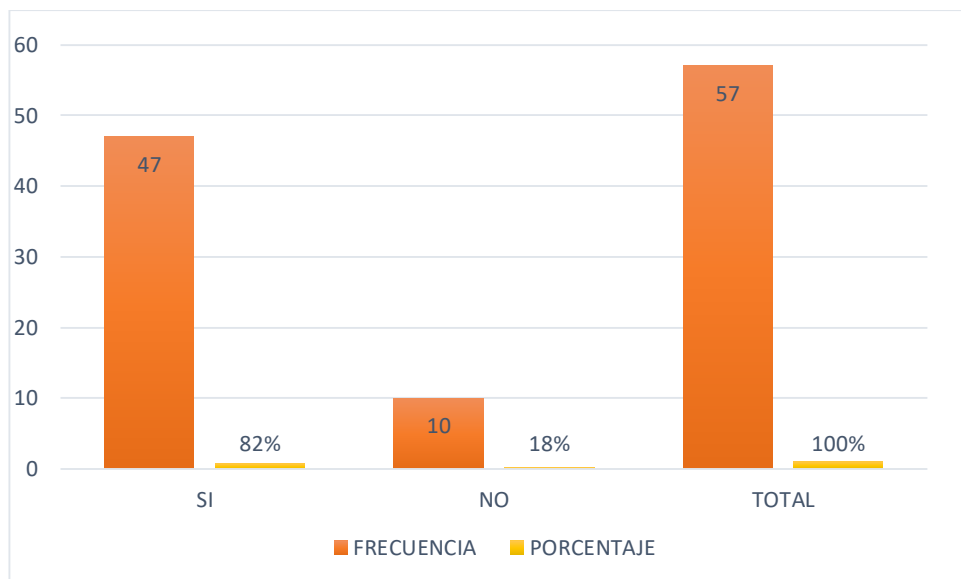
6. ¿El tiempo de espera en el que fue atendido, fue el adecuado?

Tabla 9. Tiempo de espera del encuestado

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	47	82%
NO	10	18%
TOTAL	57	100%

Fuente Trabajo de campo. Elaborado por: Génesis Muñoz

Gráfico 7. Pregunta 6 para clientes. Elaborado por: Autor



Fuente Trabajo de campo. Elaborado por: Génesis Muñoz

El 82% (47) de los encuestados están de acuerdo con el tiempo de atención en el restaurante, mientras que un 18% (10) consideran lo contrario.

Se concluye que en su mayoría están de acuerdo con en tiempo de atención en el local.

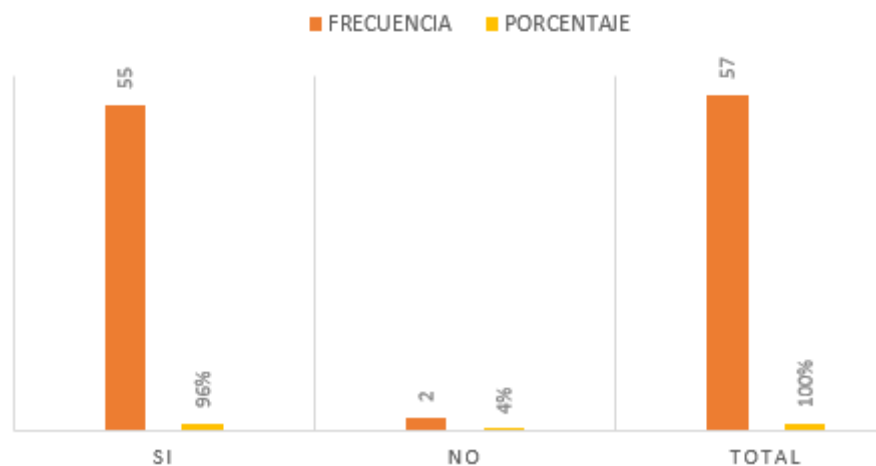
7. Con respecto al menú, ¿Considera que los alimentos estuvieron frescos?

Tabla 10. Alimentos frescos para los encuestados

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	55	96%
NO	2	4%
TOTAL	57	100%

Fuente Trabajo de campo. Elaborado por: Génesis Muñoz

Gráfico 8. Pregunta 7 para clientes. Elaborado por: Autor



Fuente Trabajo de campo. Elaborado por: Génesis Muñoz

Con respecto a un 96% (55) están de acuerdo que los alimentos se encuentran frescos pero un 4% (2) no están de acuerdo. Se concluye que el restaurante en investigación tiene una buena reputación a relación a los platos que ofrecen debido a los productos frescos que ofrecen.

8. ¿Considera que el restaurante cumple con un estándar apropiado de higiene?

Tabla 11. Cumplimiento de higiene para el encuestado

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	57	100%
NO	0	0%
TOTAL	57	100%

Fuente Trabajo de campo. Elaborado por: Génesis Muñoz

Gráfico 9. Pregunta 8 para clientes. Elaborado por: Autor



Fuente Trabajo de campo. Elaborado por: Génesis Muñoz

Con relación a los estándares de higiene el 100% (57) están de acuerdo que el local cumple con una buena higiene en el restaurante.

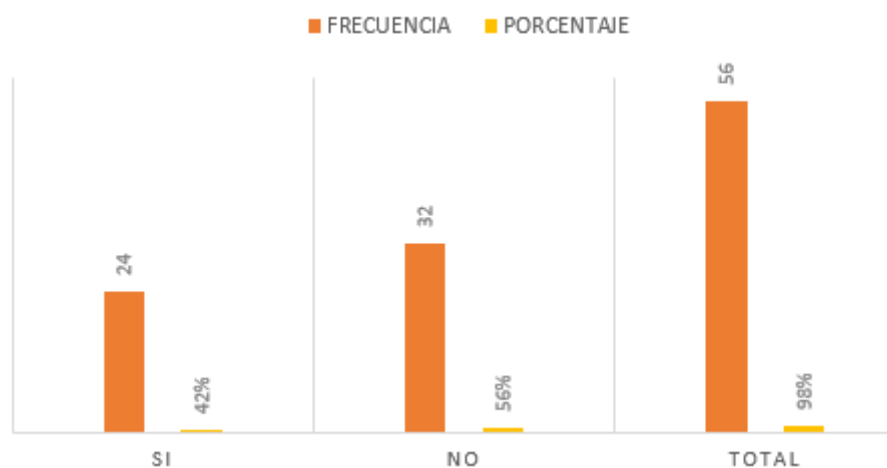
9. ¿Con respecto al menú, se encuentra satisfecho con su variedad de alimentos?

Tabla 12. Satisfacción con la variedad de alimentos

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	24	42%
NO	33	58%
TOTAL	57	100%

Fuente Trabajo de campo. Elaborado por: Génesis Muñoz

Gráfico 10. Pregunta 9 para clientes. Elaborado por: Autor



Fuente Trabajo de campo. Elaborado por: Génesis Muñoz

Según el estudio realizado un 56% (32) no se encuentra satisfecho con la variedad de alimentos que presenta el restaurante, solo un 42% (24) se encuentra de acuerdo.

Se concluye que los clientes prefieren una mayor variedad de platos en el menú.

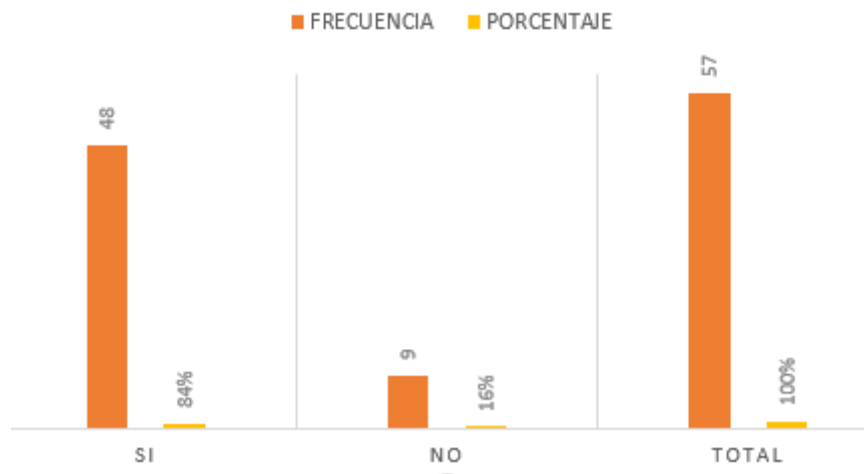
10. ¿La descripción de los productos en las cartas era buena y explícita?

Gráfico 11. Descripción de los productos para el encuestado

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	48	84%
NO	9	16%
TOTAL	57	100%

Fuente Trabajo de campo. Elaborado por: Génesis Muñoz

Gráfico 12. Pregunta 10 para clientes. Elaborado por: Autor



Fuente Trabajo de campo. Elaborado por: Génesis Muñoz

Analizando los datos, los resultados reflejan que un 84% (48) están de acuerdo que la descripción del menú estaba entendible y explícita mientras un 16% (9) no estuvieron de acuerdo.

Se concluye que la presentación de la carta es variada y se encuentra con una buena descripción del plato.

3.2. Conclusión de las encuestas

- Se utilizó el método de encuestas a los comensales del establecimiento debido a que se puede medir la satisfacción del servicio y calidad del producto que ofrecen.
- También se pudo conocer respecto a su presentación y variedad del menú que como ofrecen como tipo de comida sana y saludable.
- Sin embargo, existe un 58% de clientes que prefieren mayor variedad en el menú. Con respecto al servicio que ofrecen a un 49% de consumidores les parece muy bueno y por esta razón escogen a este restaurante.
- El restaurante en investigación es muy concurrido por jóvenes entre 25 a 34 años, esto representa al 61% de la muestra. Esto se debe a una nueva tendencia gastronómica en la que los jóvenes de ahora prefieren cuidar su alimentación y por lo tanto prevalecen su salud.
- En general el “Restaurante Anónimo” tiene a sus clientes fieles y contentos, sin embargo, en los procesos internos hay que mejorar.

CAPÍTULO 4 – PROPUESTA

4.1. Introducción

Una vez analizados las diferentes conclusiones que se observaron en el estudio realizado se procede a realizar un manual de diseño de gestión de suministros sea permanente en la ejecución del día a día en el restaurante, que sea una política más del establecimiento y siendo impartida por los trabajadores del lugar para tener una mejor rentabilidad en su stock de alimentos.

4.2. Objetivo

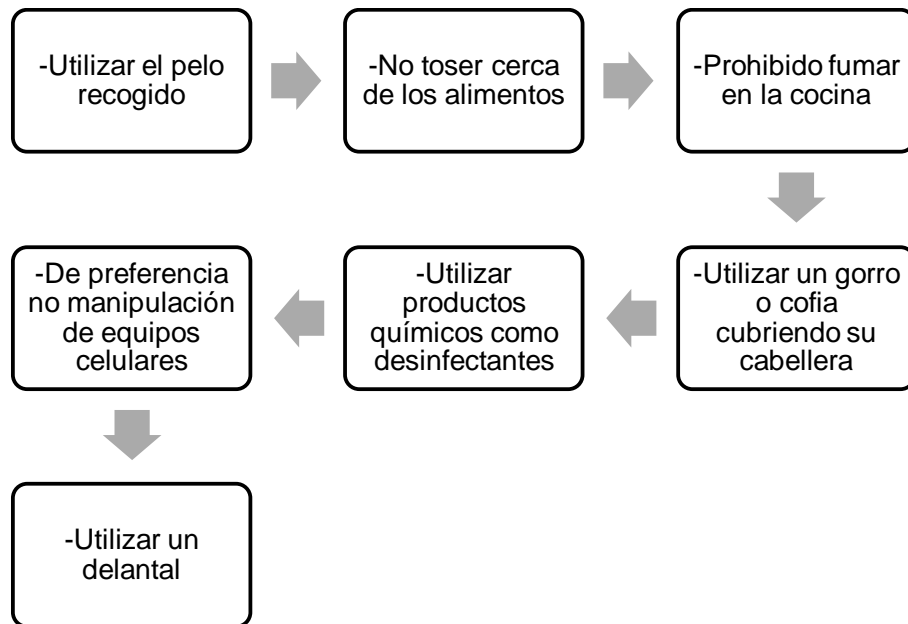
- Diseñar un manual de gestión de suministros que organice y planifique la estructura de la administración de los inventarios para un restaurante de la ciudad de Guayaquil, el cual pueda poner en práctica de manera eficaz y a su vez reducir sus costos.

MANUAL DE GESTIÓN DE SUMINISTROS PARA EL RESTAURANTE ANONIMO DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

I. Higiene en los alimentos

Para evitar enfermedades a los clientes que consuman el producto, es importante manejar una excelente higiene en la cocina. Los trabajadores que manipulan los alimentos a diario deberán tener las principales medidas de higiene en los insumos como:

Gráfico 13. Higiene en los alimentos. Elaborado por: Autor



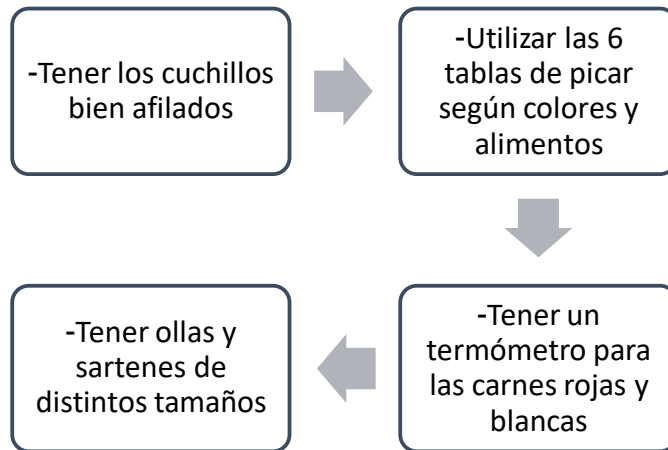
Fuente Trabajo de campo. Elaborado por: Génesis Muñoz

II. Utensilios a utilizar

Los utensilios que se deben utilizar en el restaurante serán de material de acero inoxidable, se debe evitar utilizar implementos de madera debido que a su difícil limpieza pueden quedar residuos y bacterias que puedan causar daños a la salud.

A continuación, se detalla los utensilios necesarios para la perfecta preparación de platos:

Gráfico 14. Utensilios para utilizar. Elaborado por: Autor

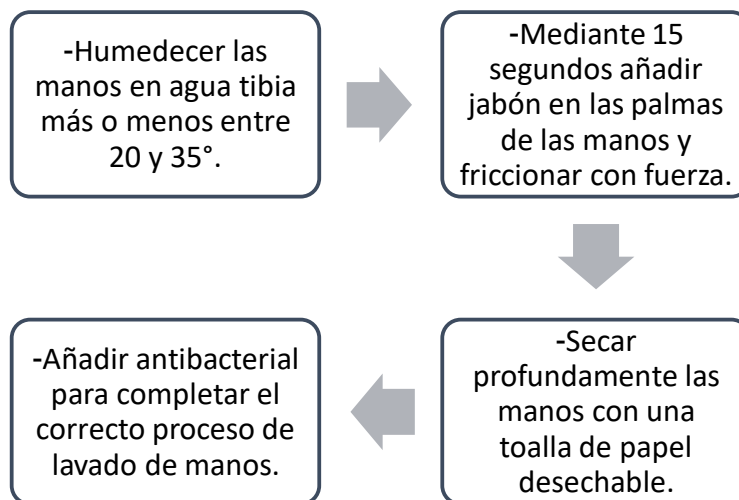


Fuente Trabajo de campo. Elaborado por: Génesis Muñoz

III. Correcta manera de como lavarse las manos en la cocina

Antes de tocar y preparar los alimentos es primordial realizar los siguientes pasos de como lavarse las manos para prevenir que los productos puedan ser contaminados por virus o bacterias que existen en la superficie.

Gráfico 15. Correcta manera de lavarse las manos. Elaborado por: Autor

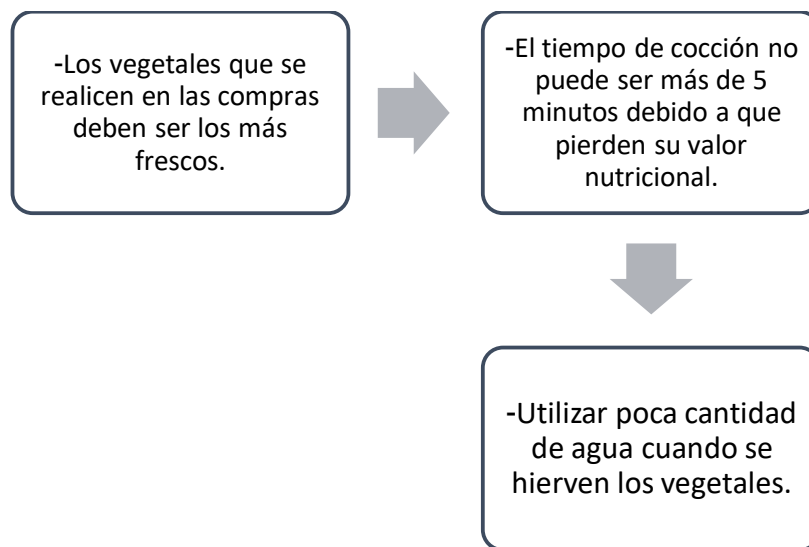


Fuente Trabajo de campo. Elaborado por: Génesis Muñoz

IV. Preparación de vegetales

Los vegetales son alimentos que debido a su alta vulnerabilidad se pueden dañar con facilidad, por lo tanto, se deben manejar los respectivos cuidados. Es esencial desinfectar con un líquido especial y lavarlos antes de su preparación, también se debe tener un control con el tiempo de remojo debido a que pueden perder sus características nutritivas. Principalmente en la cocina se debe procurar lo siguiente:

Gráfico 16. Correcta manera de lavarse las manos. Elaborado por: Autor



Fuente Trabajo de campo. Elaborado por: Génesis Muñoz

V. Formulario de Lista de pedidos

Gráfico 17. Lista de pedidos. Elaborado por: Autor

"RESTAURANTE ANÓNIMO"

LISTA DE PEDIDOS

Fecha de elaboración DD / MM / AA
 Fecha de recibo DD / MM / AA

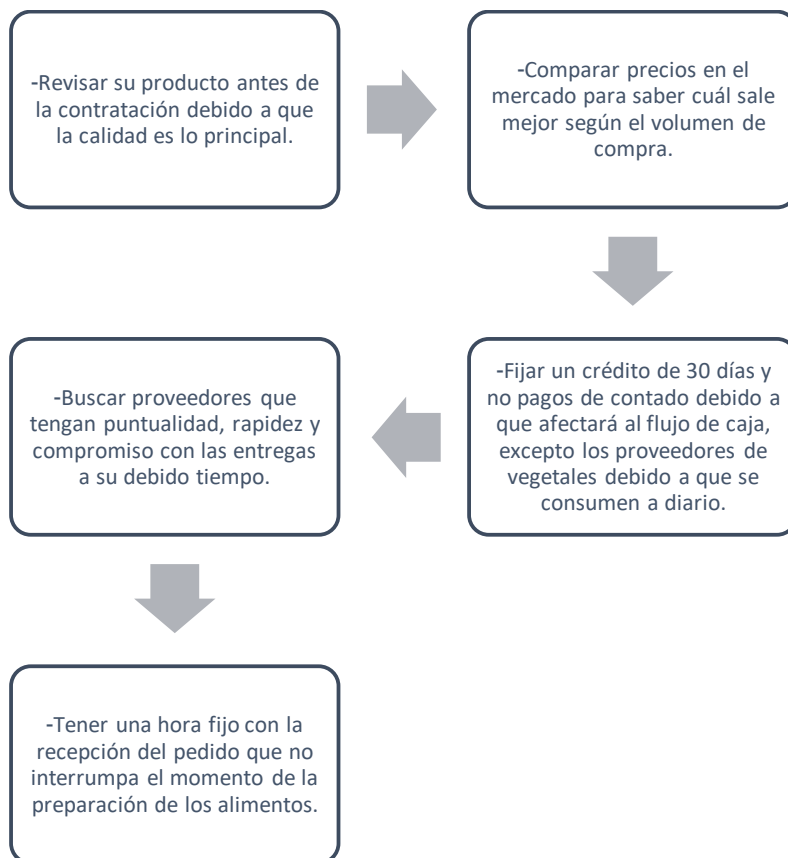
Proveedor	Descripción Producto	Cant.	Unid.	Observaciones
VERDURAS Y HORTALIZAS				
	Lechuga			
	Tomate			
	Aguacate			
	Zanahoria			
	Papas			
	Quinoa			
	Col morada			
	Espárragos			
	Brócoli			
	Maíz amarillo			
	Hierbita			
PROTEÍNAS				
	Pollo			
	Carne de res			
	Chorizos			
	Camarones			
LÁCTEOS				
	Huevos			
	Leche			
	Queso mozzarella			
	Yogurt			
	Queso cheddar			
FRUTAS				
	Limón			
	Piña			
	Mango			
	Maracuyá			
	Fresas			
	Naranja			
	Melocotón			
	Banana			

Fuente Trabajo de campo. Elaborado por: Génesis Muñoz

VI. Contratación de proveedores

Con respecto a la contratación de proveedores, es de suma importancia tener en lista máximo dos por producto que se requiera en el restaurante. Para la contratación de este se deben de tener en cuenta los siguientes aspectos:

Gráfico 18. Contratación de proveedores. Elaborado por: Autor

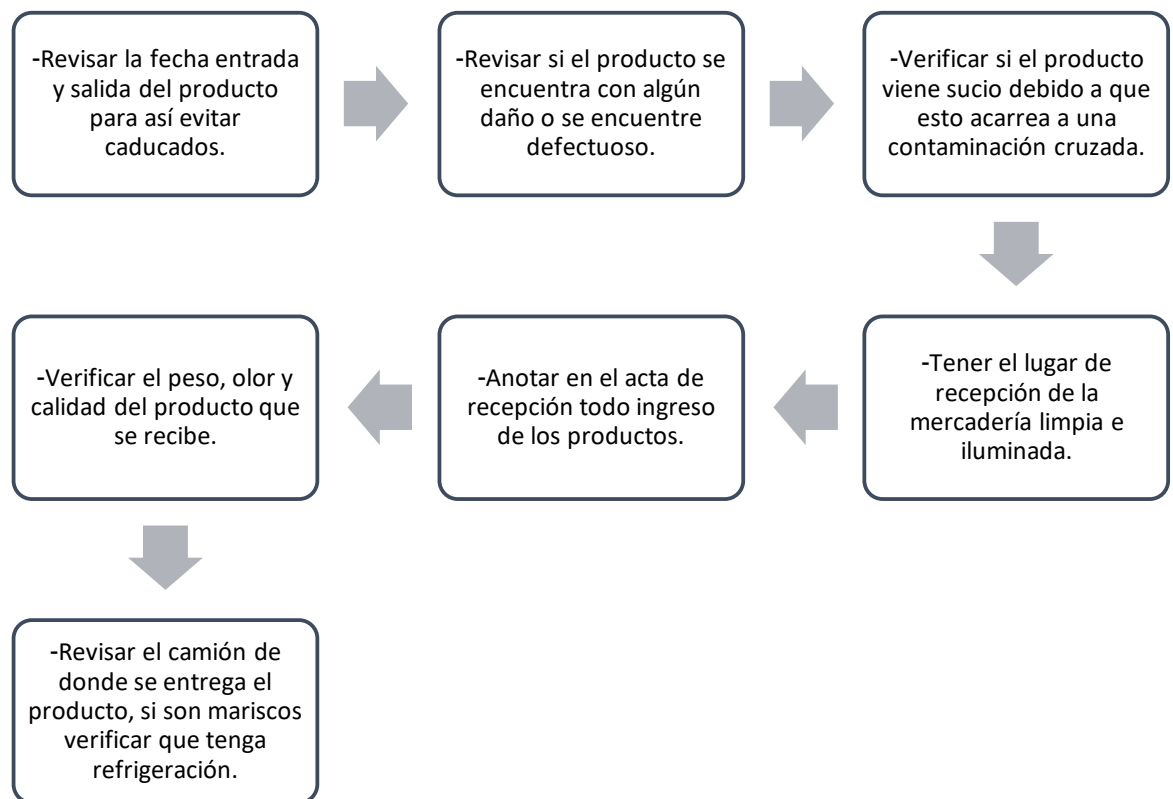


Fuente Trabajo de campo. Elaborado por: Génesis Muñoz

VII. Recepción del producto

Con respecto a la recepción de los alimentos se tiene que revisar y observar algunas medidas de seguridad:

Gráfico 19. Recepción del producto. Elaborado por: Autor



Fuente Trabajo de campo. Elaborado por: Génesis Muñoz

VIII. Formulario de recepción de productos

Gráfico 20. Formulario de recepción de alimentos Elaborado por: Autor

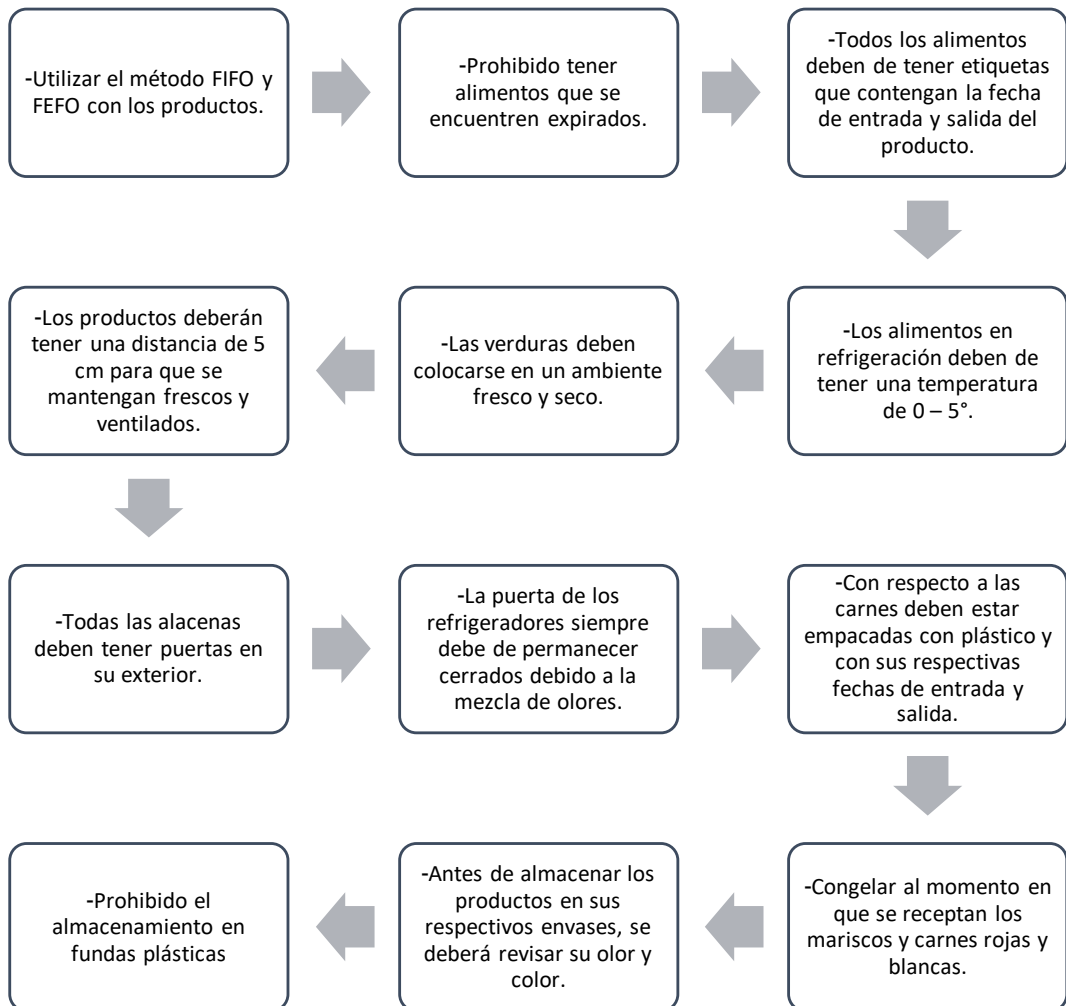
"RESTAURANTE ANÓNIMO"										
FORMULARIO DE RECEPCIÓN DE PRODUCTOS										
HORA	FECHA DE INGRESO	NOMBRE DEL PROVEEDOR	TEMPERATURA DE RECEPCIÓN	ESTADO DE OLOR, COLOR, EMPAQUE Y APARIENCIA		FECHA DE VENCIMIENTO	ESTADO HIGIENE DEL CARRO Y DEL PERSONAL		OBSERVACIÓN	FIRMA DE RESPONSABLE DE RECEPCIÓN
				APROBADO	NO APROBADO		APROBADO	NO APROBADO		

Fuente Trabajo de campo. Elaborado por: Génesis Muñoz

IX. Almacenamiento del producto

El correcto almacenamiento de los insumos no solo ayuda al restaurante evitando contaminaciones, sino que también reduce los costos. Se debe cumplir con requisitos primordiales para realizar el adecuado almacenaje de los alimentos.

Gráfico 21. Almacenamiento del producto Elaborado por: Autor



Fuente Trabajo de campo. Elaborado por: Génesis Muñoz

X. Control de ventas de platos

Gráfico 22. Control de ventas Elaborado por: Autor

"RESTAURANTE ANÓNIMO"								
CONTROL DE VENTAS DE PLATOS								
NOMBRE DEL PLATO	L	M	M	J	V	S	D	TOTAL
BOWLS								
Pollo creamy								
Pesto Shrimp								
Meat Ranch								
Three Meats								
Chido bowl								
Margarita Shrimp								
Ya! Pingacho								
Tuna Dip								
Hummus								
DRINKS								
Frozen								
Infusiones frías								
Smoothies								
Detox								
WRAPS								
Órale wrap								
Spicy Wrap								
Pesto Wrap								
SALADS								
Foodie's New Cobb								
Ensalada fiesta								
Margarita Salad								
Foodie Salad								
Cesar Salad								
MUST								
Big boat								
Big mouth								
Canasta								
Skin Potatoes								
Toast								
TOTALES								

Fuente Trabajo de campo. Elaborado por: Génesis Muñoz

CONCLUSIONES

Como conclusiones en la realización del trabajo de investigación se puede dar a conocer lo siguiente:

- En la actualidad el restaurante anónimo en investigación no cuenta con suficientes procesos para realizar una compra y tener un abastecimiento.
- Un manual de suministros es indispensable que exista en la cocina para poder reconocer las falencias del restaurante.
- Según la encuesta realizada a los comensales en promedio piensan que tienen un muy buen servicio al cliente, pero una minoría también considera que deberían incorporar más platos al menú.
- Los conocimientos de la cadena de suministros son necesarios en todo restaurante de manera que sepa la importancia del trabajo que tienen que realizar.
- Es imprescindible tener conocimientos de las normas de higiene en la cocina debido a la manipulación y contaminación cruzada de alimentos.

RECOMENDACIONES

Como recomendaciones se puede decir que:

- Se recomienda realizar una reunión con todo el personal para dar a conocer los nuevos procedimientos.
- Utilizar el manual de suministros como política de la empresa para así emplear buenas prácticas.
- Se debe revisar los equipos de congelación para saber de un correcto funcionamiento.

- La administradora del restaurante debe estar informada de cada falencia que sucede en el proceso para así poder encontrar una solución a tiempo.
- Se sugiere realizar una investigación de los proveedores contratados con el fin de conocer el compromiso que tengan con el restaurante.

BIBLIOGRAFIA

- Acosta, K. (27 de marzo de 2012). *EOI*. Obtenido de La ventaja de la cadena de suministro para la ventaja competitiva.
- Balanzino, M. (9 de noviembre de 2016). *Innovación, Marketing y Tecnología para Restaurantes*. Obtenido de 5 claves para las compras de tu restaurante: <https://www.diegocoquillat.com/5-claves-para-optimizar-las-compras-de-tu-restaurante/>
- BLOGSUDIMA. (2 de 04 de 2019). Obtenido de <https://blogs.udima.es/administracion-y-direccion-de-empresas/libros/introduccion-a-la-organizacion-de-empresas-2/unidad-didactica-7-el-sistema-de-distribucion-o-logistico-de-la-empresa/2-el-sistema-de-distribucion-o-logistico-de-la-empresa-concepto-y-mar>
- Concepto de - Definición de*. (17 de octubre de 2015). Obtenido de Cadena de Suministro - Qué es y Definición 2019: <https://conceptodefinicion.de/cadena-de-suministro/>
- Diseño*. (2019). Obtenido de Wikipedia: <https://es.wikipedia.org/wiki/Dise%C3%B1o>
- Economía Simple*. (s.f.). Obtenido de <https://www.economiasimple.net/glosario/suministros>
- ESALOG*. (27 de marzo de 2019). Obtenido de <http://www.esalog.com.pe/index.php/2019/03/25/fases-de-decision-en-una-cadena-de-suministro>
- Excelencias Gourmet*. (s.f.). Obtenido de Los inventarios en un restaurante: <https://www.excelenciasgourmet.com/es/noticia/los-inventarios-en-un-restaurante?page=0>
- Excelencias Gourmet*. (s.f.). Obtenido de Los inventarios en un restaurante: <https://www.microtech.es/blog/riesgos-y-desventajas-de-no-tener-los-stocks-actualizados>

- Gomez, M. M. (2006). *Introducción a la metodología de la investigación científica*. Córdoba: Brujas.
- Google Libros. (s.f.). Obtenido de La gesti:
<https://books.google.com.ec/books?id=wpkkDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=definicion+cadena+de+suministros&hl=es&sa=X&ved=0ahUKewjM8amv4uziAhXQzlkKHYz3BBEQ6AEINDAC#v=onepage&q=definicion%20cadena%20de%20suministros&f=false>
- Herrera, P. (2 de noviembre de 2017). *Institucional Dominicana - Tendencias food service, gastromarketing, recetas, técnicas culinarias*. Obtenido de Logística del restaurante: ¿qué hay detrás de la preparación de un plato?:
<http://www.institucionaldominicana.com/logistica-del-restaurante-que-hay-detras-de-la-preparacion-de-un-plato/>
- Lillo, M. (6 de abril de 2018). *UDIMA*. Obtenido de Blog de ADE - Universidad a Distancia de Madrid: <https://blogs.udima.es/administracion-y-direccion-de-empresas/>
- MA, A. J. (s.f.). *GESTIÓN DE COMPRAS*. EDITEX.
- MANU, B. (9 de 11 de 2016). *5 claves para optimizar las compras de tu restaurante*. Obtenido de <https://www.diegocoquillat.com/5-claves-para-optimizar-las-compras-de-tu-restaurante/>
- PAOLA, H. (s.f.). *Logística del restaurante: ¿qué hay detrás de la preparación de un plato?* Obtenido de
<http://www.institucionaldominicana.com/logistica-del-restaurante-que-hay-detras-de-la-preparacion-de-un-plato/>
- Portal, E. (28 de octubre de 2011). *GestioPolis*. Obtenido de
<https://www.gestiopolis.com/gestion-de-compras-almacen-y-stock-para-restaurantes/>
- Serrano, M. J. (s.f.). *Gestión logística y comercial*.
- Wikipedia. (s.f.). Obtenido de Logística:
<https://es.wikipedia.org/wiki/Log%C3%ADstica>



FOCUS GROUP

OBJETIVO: Conocer las falencias del proceso interno dentro de la cadena de abastecimiento del restaurante en investigación.

Por esta razón se reunió a los trabajadores del local para averiguar del tema.

FECHA:	HORA:
DÍA:	N° PERSONAS:

DEFINICIÓN DE PREGUNTAS

- ¿Con qué recurrencia se abastece la bodega?
- ¿Con cuántos platos cuentan en el menú?
- ¿Cuánto es el tiempo de espera que tiene el cliente entre el pedido y la comida?
- ¿Se revisa y cotiza el precio de los insumos antes de realizar una compra?
- ¿Cuál es el procedimiento cuando existe escasez de producto?

FIRMA DE LOS PARTICIPANTES





Encuesta

La encuesta dirigida a los comensales del restaurante tiene como finalidad saber la calidad del producto que se ofrece en el menú y el tipo de servicio que brindan.

¡Muchas gracias por su atención!

1. Indique su rango de edad

- 18 - 24 AÑOS
- 25 - 34 AÑOS
- 35 - 44 AÑOS
- 45 - 54 AÑOS

2. ¿Por medio de qué red social se enteró del restaurante anónimo? Puede escoger varias alternativas

- FACEBOOK
- INSTAGRAM
- WHATSSAPP
- TWITTER

3. ¿Cuál fue la razón por la que escogió al "Restaurante Anónimo" en comparación a los demás establecimientos de comida sana?

- PRECIOS
- PUBLICIDAD
- SERVICIO
- RECOMENDACIÓN

4. ¿Cómo calificaría la atención del personal del "Restaurante Anónimo"?

- MUY BUENO
- BUENO
- REGULAR
- MALO
- MUY MALO

5. De manera general, ¿Qué le parece la relación precio y calidad?

- MUY BUENO
- BUENO
- REGULAR
- MALO
- MUY MALO

6. ¿El tiempo de espera en el que fue atendido, fue el adecuado?

- SI
- NO

7. Con respecto al menú, ¿Considera que los alimentos estuvieron frescos?

- SI
- NO

8. ¿Considera que el restaurante cumple con un estándar apropiado de higiene?

- SI
- NO

9. ¿Con respecto al menú, se encuentra satisfecho con su variedad de alimentos?

- SI
- NO

10. ¿La descripción de los productos en las cartas era buena y explícita?

- SI
- NO