

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA
FACULTAD DE ENOLOGÍA Y GASTRONOMÍA**

LICENCIATURA EN GASTRONOMÍA



“Inclusión de personas con discapacidad auditiva en establecimientos de alimentos y bebidas”

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO DE:
LICENCIADA EN GASTRONOMÍA**

PRESENTA:

Alejandra Ruiz Colmenero

**Co-directores:
Dra. Carolina Mata Miranda**

M.A. Erik Ocon Cedillo

Ensenada, Baja California a 08 de diciembre 2023



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA
FACULTAD DE ENOLOGÍA Y GASTRONOMÍA
CAMPUS ENSENADA



"Inclusión de personas con discapacidad auditiva en establecimientos de alimentos y bebidas"

TESIS

PARA CUBRIR LOS REQUISITOS NECESARIOS PARA OBTENER EL TITULO DE LICENCIADO EN GASTRONOMÍA

Alejandra Ruiz Colmenero
Matricula 337620

A quien el Comité de Tesis autoriza el trabajo terminal después de haber efectuado una revisión minuciosa del mismo y de acuerdo con el Art. 19 del R.G.E.P.E.P. las y los señores profesores emiten los siguientes votos aprobatorios mediante rubrica.

Dra. Carolina Mata Miranda
Directora de tesis

Mtro. Erik Ocon Cedillo
Co-Director de tesis

Mtro. Alejandro Jiménez Hernández
Sinodal

Mtra. Elva Saldaña Alvarez
Sinodal

Sinodal

"Por la realización plena del ser"

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA
DE BAJA CALIFORNIA



FACULTAD DE ENOLOGÍA Y
GASTRONOMÍA

Resumen

En México la población con discapacidad auditiva es de 2.4 millones, se ha identificado que 24 mil 554 jóvenes sordos son el sector más rezagado de la población entre los 15 y 29 años, de los cuales 28% no tuvieron ningún tipo de educación. Debido a la falta de educación la integración social de las personas con discapacidad auditiva está limitada, principalmente por la diferencia de pensamiento entre personas oyentes en relación a las personas sordas, en educación, capacitación para el trabajo y el entorno social. En México son escasos los restaurantes donde el personal está capacitado por las mismas empresas para atender a comensales sordos. Se realizó el diseño de investigación del presente estudio de tipo no experimental, caracterizado transversalmente mediante el método descriptivo. Con el objetivo de conocer las preferencias de consumo y opiniones sobre el servicio al cliente de las personas sordas. Donde los principales hallazgos fueron 95% de los participantes manifiesto asistir a restaurantes, el 86% de los encuestados prefiere ir acompañado a un establecimiento de alimentos y bebidas; de las personas que van acompañadas el 61% manifiesta que lo hacen por socializar, el 33% por ayuda para interpretar y el 7% por ambos; Un aspecto relevante de la experiencia es la dificultad para comunicarse por el personal de servicio, 37% de los encuestados afirmo sentirse discriminado. En vista de lo resultados evidenciados se generar una propuesta de negocio como nicho de mercado que no se ha abordado, pero sobre todo para visibilizar una necesidad de una comunidad que no ha sido satisfecha por ninguna organización.

Palabras clave: discapacidad auditiva, restaurante, menú, inclusión, LSM

Agradecimientos

A mis padres María Emilia Colmenero López y Roberto Ruiz Valadez, por siempre apoyarme, darme todo su amor y motivación para superarme, lograr mis metas y ser una mejor persona.

A mi sobrina Adhara Moctezuma Colmenero por motivarme a ser un gran ejemplo para ella.

A Fernanda Villavicencio Chaidez por siempre creer en mí, estar a mi lado, apoyarme y motivarme a siempre salir adelante.

A mis amigas Andrea y Naomi, quienes en persona o a distancia siempre me motivan y me apoyan.

A mis directores de tesis Dra. Carolina Mata Miranda, que sin ella esto no sería posible. Quien siempre me apoyo y motivo en muchos aspectos y a M.A. Erik Ocón Cedillo, por su tiempo y dedicación.

También un agradecimiento especial a mis amigos sordos que me motivaron y a los grupos de grupo Señarte y Manos quienes me apoyaron e integraron en su comunidad. Así mismo, quiero expresar mi agradecimiento a la Asociación Regional de Sordos Ensenadenses A.C. (ARSE), a su personal administrativo y a la dirección quienes nos abrieron las puertas para tener un contacto cercano y real acerca de las necesidades de esta población.

Dedicatoria

A mis padres María Emilia Colmenero López y Roberto Ruiz Valadez.

A Adhara Moctezuma Colmenero y Fernanda Villavicencio Chaidez

A mis amigas y familia.

Tabla de contenido

| | |
|--|----|
| Introducción..... | 1 |
| Planteamiento del problema | 1 |
| Población con Discapacidad Auditiva en México | 1 |
| La Integración de las Personas Sordas en Nuestra Comunidad..... | 2 |
| Inclusión de las Personas Sordas en Establecimientos de Alimentos y Bebidas. | 2 |
| Justificación | 3 |
| Objetivo general..... | 4 |
| Objetivos específicos | 4 |
| Capítulo 1. Marco Teórico | 1 |
| 1.1 Breve Referencia a la Historia de la Discapacidad Auditiva..... | 1 |
| 1.2 Discapacidad..... | 1 |
| 1.3 Discapacidad auditiva | 2 |
| 1.4 Lengua de señas..... | 6 |
| 1.5 Inclusión..... | 9 |
| 1.6 Inclusión en Restaurantes..... | 10 |
| 1.7 Industria restaurantera en México..... | 11 |
| 1.7.1 Aspectos generales | 11 |
| 1.8 Empresas de alimentos y bebidas. | 13 |
| 1.8.1 Producción..... | 13 |
| 1.8.2 El servicio | 15 |
| 1.8.3 Administración. | 16 |
| 1.8.4 Finanzas | 18 |
| 1.8.5 Mercadotecnia | 18 |
| 1.8.6 Otros Factores Importantes. | 20 |
| Capítulo 2. Metodología | 22 |
| 2.1 Preguntas de investigación | 22 |
| 2.2 Tipo de Estudio | 23 |
| 2.3 Metodología | 23 |
| 2.4 Muestreo de la población | 23 |
| 2.5 Encuesta | 24 |
| 2.5.1 Resultados de la Encuesta Aplicada..... | 24 |
| Capítulo 3. Resultados. | 29 |

| | |
|---|----|
| 3.1 Propuesta de Establecimiento Inclusivo..... | 29 |
| 3.2 Concepto..... | 30 |
| 3.3 Nombre del lugar..... | 30 |
| 3.4 Originalidad (búsqueda fonética) | 30 |
| 3.5 Descripción del Proyecto | 32 |
| 3.6 Logo | 32 |
| 3.7 Justificación | 33 |
| 3.8 Misión..... | 33 |
| 3.9 Visión | 33 |
| 3.10 Valores..... | 33 |
| 3.11 Objetivo de Wipech | 34 |
| 3.12 Objetivos Específicos | 34 |
| 3.13 Políticas | 34 |
| 3.14 Horarios de operación..... | 34 |
| 3.15 Ubicación | 35 |
| 3.16 El Menú Como Instrumento de Venta | 35 |
| 3.17 Segmentación de Mercado | 36 |
| 3.18 Identificación del Mercado Meta..... | 37 |
| 3.19 Posicionamiento del Producto..... | 37 |
| 3.20 Promoción de Ventas dentro de la empresa | 39 |
| 3.21 Plan de Introducción al Mercado..... | 40 |
| 3.22 Preferencias de la Plaza | 40 |
| 3.23 Tipo de Operación..... | 41 |
| 3.24 Tipo de Cocina | 41 |
| 3.25 Tipo de Servicio | 41 |
| 3.26 Personal que compone este restaurante | 42 |
| 3.27 Organigrama | 43 |
| 3.28 Descripción de puestos de trabajo | 43 |
| 3.30 Mobiliario y equipo | 59 |
| 3.31 Planeación del Menú..... | 61 |
| 3.32 Diseño de la Carta | 62 |
| 3.33 Plan financiero | 62 |

| | |
|---|-----|
| 3.33.1 Inversión de activos | 62 |
| 3.33.2 Inversión inicial | 68 |
| 3.33.3 Presupuesto de ingresos | 69 |
| 3.33.4 Presupuesto de ingresos | 69 |
| 3.33.5 Gastos de depreciación | 69 |
| 3.34 Costos y precios..... | 70 |
| 3.35 Proceso de Compra | 72 |
| 3.36 Uniforme del Equipo de Trabajo del Restaurante | 73 |
| 3.37 Imágenes del Restaurante | 75 |
| Capítulo 4. Discusión | 76 |
| 4.2 Desarrollo del Menú | 77 |
| 4.3 La Presentación del Menú | 77 |
| 4.4 Carta | 77 |
| Conclusiones..... | 82 |
| Referencias | 87 |
| ANEXOS | 97 |
| Anexo I Instrumento | 98 |
| Anexo 2 Equipo y mobiliario con descripción técnica..... | 102 |
| Anexo 3 Costeo de menú..... | 113 |

Índice tablas

| | |
|---|-----------|
| Tabla 1 consejos para la carta y el menú | 15 |
| Tabla 2.Preguntas de investigación | 22 |
| <i>Tabla 3. Búsqueda fonética.....</i> | <i>31</i> |
| Tabla 4.Gerente de alimentos y bebidas | 44 |
| Tabla 5. Asistente secretarial de Alimentos y Bebidas | 46 |
| Tabla 6 Recepción | 59 |
| Tabla 7 Comedor..... | 59 |
| Tabla 8 Cocina | 60 |
| Tabla 9. Inversión en maquinaria. | 62 |
| Tabla 10. Inversión en utensilios de cocina..... | 63 |
| Tabla 11. Inversión en mobiliario..... | 65 |
| Tabla 12. Inversión en utensilios de comedor. | 66 |
| Tabla 13. Inversión en utensilios de limpieza. | 66 |
| Tabla 14. Salarios. | 67 |
| Tabla 15. Gastos fijo-anales..... | 68 |
| Tabla 16. Inversión Inicial..... | 68 |
| Tabla 17. Presupuesto de ingresos..... | 69 |
| Tabla 18. Costos indirectos de fabricación..... | 69 |
| Tabla 19. Depreciación de equipos. | 70 |
| Tabla 20. Menú costeadó. | 70 |

Índice de figuras

| | |
|--|----|
| Figura 1. Distribución porcentual de la variable de asistencia a restaurantes..... | 24 |
| Figura 2. Factores más importantes para elegir un establecimiento de alimentos y bebidas..... | 25 |
| Figura 3. Motivo para ir acompañados a un establecimiento de alimentos y bebidas..... | 26 |
| Figura 4. Han sentido algún tipo de discriminación en establecimientos de alimentos y bebidas..... | 27 |
| Figura 5.Problemas al ordenar su comida en un establecimiento de alimentos y bebidas..... | 27 |
| Figura 6. Elementos que faltan en el servicio al cliente..... | 28 |
| Figura 7.. Logo Wipech | 32 |
| Figura 8.Propuesta de ubicación para Wipech..... | 35 |
| Figura 9 Organigrama Wipech | 43 |
| Figura 10 Uniforme para gerente | 73 |
| Figura 11 Uniformes para cocineros y chef..... | 74 |
| Figura 12 Uniformes para meseros y cajera..... | 75 |
| Figura 13 Diseño y espacios de Wipech | 75 |
| Figura 14 Carta | 78 |

Introducción

Planteamiento del problema

Imagina que desde tu niñez has sido sordo, no conoces los sonidos y las voces, tu mundo es completamente diferente al que experimentan los oyentes. En esa medida no has tenido la oportunidad de asistir a la escuela y por ello nunca tuviste la oportunidad de aprender a leer y escribir a diferencia de tus familiares y amigos. Hoy es el día de tu cumpleaños y tu familia te llevará a comer a un restaurante, ¿Cómo harías para comunicarte con el personal del restaurante? O ¿Cómo crees que el personal podría comunicarse contigo? Lo más lógico sería que el mesero te escriba en una hoja, pero tú no entiendes lo que él escribió y tú sabes que, si intentas comunicarte con lengua de señas, seguramente tu interlocutor no te entendería.

Esta situación es común entre la población sorda y es el punto de partida que nos lleva al planteamiento del problema del presente proyecto de investigación.

Población con Discapacidad Auditiva en México

En México la población con discapacidad auditiva es de 2.4 millones, se ha identificado que 84 mil 957 son menores de 14 años; de estos solo el 64% asisten a la escuela. 124 mil 554 jóvenes sordos son el sector más rezagado de la población entre los 15 y 29 años, de los cuales 28% no tuvieron ningún tipo de educación (Godínez, 2017).

La educación que se proporciona a los niños con discapacidad auditiva es menor o menos adaptada que la proporcionada a los niños oyentes, ya sea por sistemas educativos orientados a la mayoría y con exclusiones a ciertas poblaciones con necesidades específicas o diferentes. La falta de oferta educativa a la población sorda, se refleja en la población de sordos adultos (597 mil 556), quienes tienen entre 30 y 59 años; de los cuales el 14% nunca fue a la escuela y dos terceras partes solo estudiaron hasta nivel básico, de acuerdo con datos de la “Encuesta Nacional de la Dinámica Demográfica 2014” (Godínez, 2017).

La Integración de las Personas Sordas en Nuestra Comunidad

Debido a la falta de educación la integración social de las personas con discapacidad auditiva está limitada, principalmente por la diferencia de pensamiento entre personas oyentes en relación a las personas sordas, en educación, capacitación para el trabajo y el entorno social (López *et al.*, 2013). (López, Rodríguez, Zamora y San Esteban, 2013).

Hay tres corrientes fundamentales, las cuales hacen referencia a que existen dos mundos diferentes, “el del sordo y el del oyente”, la comunicación entre ambos es solo la necesaria; al igual que en la educación, las personas sordas también se encuentran con barreras de comunicación en establecimientos de alimentos y bebidas, al encontrar pocos lugares capacitados para brindarles la atención adecuada. En la segunda corriente se menciona “solo existe el mundo de la audición”, lo cual hace que los sordos deban ajustarse al mundo de los oyentes. La tercera corriente “los dos mundos se superponen”, tanto el mundo de sordos y oyentes están sesgados (López *et al.*, 2013).

Por ello es difícil encontrar un establecimiento de alimentos y bebidas donde puedan comunicarse con el personal con su lengua materna (lengua de señas) o donde puedan trabajar en el área de servicio al cliente o en la cocina.

Inclusión de las Personas Sordas en Establecimientos de Alimentos y Bebidas

Existen algunos establecimientos inclusivos para los comensales sordos, como lo es el restaurante llamado “La Inclusiva”¹, ubicado en Chile; su principal objetivo es que no existan barreras para nadie; dentro no existe la discriminación puesto que se utilizan lengua de señas y las cartas con sistema braille. De igual manera en Toronto, se encuentra el restaurante “Sign”² donde todo su personal es sordo y cuentan con un menú en lengua de señas.

¹ Restaurante La inclusiva: <https://www.facebook.com/Lainclusiva/?fref=ts>

² Restaurante Sign: <https://www.facebook.com/SignsRestaurant/>

En la República Mexicana son escasos los restaurantes donde el personal está capacitado por las mismas empresas para atender a comensales sordos. En Cozumel se encuentra un restaurante inclusivo, el cual da empleo a personas con discapacidad y 50% del personal a cargo tiene alguna discapacidad (Página).

En el caso de Ensenada, la comunidad sorda se encuentra excluida en los establecimientos de alimentos y bebidas, ya que la inclusión en algunos restaurantes es dar empleos a personas con discapacidad y no se enfocan en la atención; de tal modo que el personal no se encuentra capacitado en atender a comensales sordos.

Por tanto, el objetivo de este trabajo es concientizar a emprendedores o prestadores de servicios en el sector gastronómico a ser incluyentes con las personas que tienen discapacidad auditiva. Lo anterior se logrará mediante el desarrollo de un proyecto de negocio de alimentos y bebidas el cual es inclusivo y colaborativo con esta población. De esta forma se pretende que se genere una fuente de empleo para las personas con discapacidad auditiva y un espacio donde los comensales sordos podrán disfrutar de un lugar en el cual podrán ser atendidos con equidad.

Justificación

La integración social de las personas con discapacidad auditiva está limitada por la diferencia de pensamiento entre personas oyentes en relación a las personas sordas, en educación, capacitación para el trabajo y el entorno social (López et al., 2013).

Las personas con discapacidad auditiva al igual que las personas con otro tipo de discapacidad, están contempladas en los establecimientos de alimentos y bebidas sin distinciones entre ellos. Asimismo, se debe contar con la capacitación necesaria para ofrecer diversos puestos de trabajo en los establecimientos de alimentos y bebidas.

Además del personal capacitado, el diseño del menú en lengua de señas beneficia atender a los comensales sordos y brindarles la oportunidad de tener un

trabajo estable. Y, por ende, se crea un espacio gastronómico 100% inclusivo con personas de discapacidad auditiva en la ciudad de Ensenada.

De tal forma que se promueva que los establecimientos de alimentos y bebidas sean incluyentes de la comunidad sorda de Ensenada, al ofrecer un servicio adecuado y fomentar la atención a los comensales sordos.

Al propiciar las acciones anteriores, donde el personal sordo u oyente pueda comunicarse con el comensal, torna un ambiente cómodo; por otra parte, en el tema laboral se muestra una mayor inclusión en el área de cocina o servicio, a la comunidad sorda.

Objetivo general

Diseñar un proyecto de negocio inclusivo, dirigido a personas con discapacidad auditiva, en un establecimiento de alimentos y bebidas.

Objetivos específicos

- Analizar los conceptos de sordera, discapacidad auditiva, lengua de señas, así como la posición que se le ha dado a la población sorda en torno a la atención en negocios de alimentos y bebidas.
- Identificar actitudes y motivaciones de consumo de las personas con discapacidad auditiva. (encuestas)
- Elaborar una propuesta de instalaciones de un restaurante incluyente. (Infraestructura y equipamiento)
- Diseñar una propuesta de menú inclusivo para personas con discapacidad auditiva (el menú, recetario, los costos).

Capítulo 1. Marco Teórico

En este capítulo se encuentran los conceptos de discapacidad, principalmente la discapacidad auditiva, los tipos de pérdida de la audición, la lengua de señas y su importancia para la comunidad sorda. Asimismo, se presenta la situación que enfrentan los sordos cuando asisten a un negocio de alimentos y bebidas, sus complicaciones y los contados negocios que atienden a esta población.

1.1 Breve Referencia a la Historia de la Discapacidad Auditiva

El lugar que ocupan las personas con discapacidad en las sociedades actuales, como ciudadanos con deberes y derechos, está antecedido por procesos y obstáculos en la historia desde épocas de antaño. Independientemente de las necesidades y barreras que persisten de manera variable en cada país, el menosprecio y destierro de la antigüedad dieron paso a un enfoque actual de responsabilidad social y política de los estados y sociedades (Camacho, 2015).

Se sabe por medio de la estructura esquelética de las manos y su representación en las pinturas rupestres, que desde la prehistoria los humanos se comunicaban a través de señas y gestos. Posteriormente, a medida que el ser humano ha evolucionado, fue posible la comunicación a través de la voz y el oído, sin necesidad del contacto visual (secretaría de cultura, 2019).

Particularmente en el caso de los sordos, durante siglos fueron tratados como tontos o infrahumanos; por ejemplo, en la antigüedad se prohibía el casamiento entre sordos para evitar la constitución de una “variedad sorda” de la *raza*³¹ humana, o la política de exterminación de sordos bajo el régimen nazi, además de las prácticas de esterilización de mujeres sordas (APASU, s.f.).

En la antigüedad en Atenas, Roma y Esparta a los niños que nacían deformes se les llevaban a un lugar secreto donde se les ahogaba o dejaba morir, mientras que a los bebés sordos se les dejaba caer en los precipicios. En la Edad

³ Gonzales, J. (2003). *Las “razas” biogenéticamente, no existen, pero el racismo sí, como ideología*. Recuperado el 31 de octubre del 2019 de <https://www.redalyc.org/pdf/1891/189118067008.pdf>

Media, a pesar de que podían ser asimilados a la figura del “loco del pueblo”, su integración estaba asegurada por la adopción de sordos bajo el techo de ciertas congregaciones religiosas que tenían voto de silencio. Pero aún en esa fecha eran considerados como monstruos (APASU, s.f.).

Aristóteles calificó a la sordera como sinónimo de falta de inteligencia; lo lamentable es que esta afirmación se mantuviera vigente por más de dos mil años. ¿Cómo desapareció esta idea? A finales del siglo XVI un médico italiano llamado Girolamo Cardano afirmó que: “el *sordomudo* puede escuchar por medio de la lectura y hablar por medio de la escritura”. Decía que las personas sordas podrían hacerse entender por combinaciones escritas de símbolos asociados con las cosas a que ellas se referían (De Ávila, 2014).

Es aquí donde se comienza a cambiar la visión sobre los sordos, ya no son “monstruos” a desechar, sino “deformes” a corregir. Este fue el primer paso para que luego de varios siglos, se trabajara con la sordera de una forma más macro e inclusiva.

El primer libro de señas para personas sordas que contenía el alfabeto manual fue publicado en 1620 por Juan Pablo de Bonet. Aquí aparece Pedro Ponce de León, monje benedictino considerado como el primer educador de los sordos; ya que convirtió el monasterio de San Salvador de Oña en el año 1530 en la primera escuela para sordos. Comenzó con su hermano sordo al enseñarle latín y castellano para que se ordenara como sacerdote. Muchos nobles concurrieron en dicho lugar ya que sus hijos, al ser sordos no podían heredar a sus padres si no sabían leer y escribir; por lo que los enviaban a estos espacios para que logran heredar su patrimonio. La particularidad de los monjes benedictinos tenía voto de silencio, pero se comunicaban entre ellos en lengua de señas, lo cual fue una oportunidad para los niños y jóvenes sordos de tener una vida distinta lejana de la marginación (Oviedo, 2006).

A finales del siglo XIX, con la revolución industrial instalada, se descubrieron los efectos destructivos de la misma. Los accidentes de trabajo fueron un tema de discusión, ya que se incluyeron dentro de las discapacidades. En este punto, se

estableció como un debate social, aunque sin referirse a una igualdad de derechos como lo había hecho la Revolución Francesa sino de poner en marcha procedimientos para lograr igualdad de posibilidades (APASU, s.f.).

Las asociaciones y organizaciones de sordos, así como de otros tipos de discapacidad han señalado que en el proceso de la inclusión es necesario cambiar las nociones como: invalidez, incapacidad, impotencia, debe dar lugar lentamente al de seguridad, competencia, compensación y reparación. Ejemplo de ello se ubica con la afirmación de Mottez sobre la sordera, la cual concibe como una discapacidad compartida que aparece solo en el encuentro de un sordo con un oyente, es una discapacidad de comunicación, entre sordos la discapacidad desaparece (De Ávila, 2014).

En 1791, se fundó el Primer Instituto Nacional en París. Aquí el cuerpo de los niños sordos pasa a ser objeto de estudio y de estrategia ortopédica, de esta forma se busca corregir las deformidades en los cuerpos de los niños. Es aquí donde aparece el nacimiento de la ortopedia o la ortofonía que exploraba las posibilidades del sordo para escuchar. Eran instituciones especializadas en la reeducación y la rehabilitación, en otras palabras, transformar a los “anormales” en “normales” (De Ávila, 2014). Es a partir de allí que se crean escuelas para sordos, para ciegos, así como también para personas con discapacidad mental. Si bien estas instituciones se crearon como correctoras de “defectos” o “anormalidades”, fueron las pioneras en atender e intentar mejorar las condiciones de individuos que antes simplemente eran aislados (APASU, s.f.).

A partir de lo antes expuesto es que los sordos fueron reagrupados para la enseñanza y desarrollo de la lengua de señas en un espacio institucional, con visibilidad pública hasta ese momento desconocido (APASU, s.f.).

1.2 Discapacidad

Para percibir cómo se desarrolla el posicionamiento social de las personas con discapacidad, resulta interesante darle una mirada a los aportes culturales que nos ofrece la historia. Si bien existen hasta el día de hoy sistemas excluyentes y casos de discriminación en la educación, el trabajo y los distintos ámbitos sociales, estas personas son consideradas como sujetos de derecho y casi la mayoría de los Estados y gobiernos cuentan con cuerpos legales y políticos que las atienden y protegen (Vélez, 2016)

Al centrarse en el tema de la discapacidad, se tiene constancia de la diversidad de términos y conceptualizaciones acerca de las personas con discapacidad, o, mejor dicho, acerca de las personas percibidas y consideradas diferentes por algún motivo.

De acuerdo a la Organización Mundial de la Salud (OMS) la discapacidad es un término general que abarca las deficiencias, las limitaciones de la actividad y las restricciones de la participación. Las deficiencias son problemas que afectan a una estructura o función corporal; las limitaciones de la actividad son dificultades para ejecutar acciones o tareas, y las restricciones de la participación son problemas para participar en situaciones vitales. Por consiguiente, la discapacidad es un fenómeno complejo que refleja una interacción entre las características del organismo humano y las características de la sociedad en la que vive (OMS, 2019a).

Por otra parte, Cáceres (2004) mencionó que la discapacidad es toda restricción o ausencia de la suficiencia de realizar una actividad en la forma o dentro del margen que se considera normal para cualquier ser humano. Se caracteriza por escaseces o excesos en el desempeño y comportamiento en una actividad rutinaria, que pueden ser temporales o permanentes, reversibles o irreversibles y progresivos o regresivos. Este autor las clasificó en nueve grupos: conducta, comunicación, cuidado personal, locomoción, disposición del cuerpo, destreza, situación, determinada aptitud y otras restricciones de la actividad.

La Clasificación internacional del funcionamiento, de la discapacidad y de la salud (CIF, 2001) definió la discapacidad como un término genérico que incluye déficits, limitaciones en la actividad y restricciones en la participación. Indicó los aspectos negativos de la interacción entre un individuo (con una “condición de salud”) y sus factores contextuales (factores ambientales y personales) (OMS, año; OPS, 2001).

1.3 Discapacidad auditiva

El autor Jaime Torres (2010) mencionó que la pérdida auditiva es la incapacidad para recibir adecuadamente los estímulos auditivos del medio ambiente. Desde el punto de vista médico-fisiológico, la pérdida auditiva consiste en la disminución de la capacidad de oír; la persona afectada no sólo escucha menos, sino que la pérdida de su audición puede ser total, lo que limita sus posibilidades para procesar debidamente la información auditiva de acuerdo con el tipo y grado de pérdida auditiva.

La persona que no puede escuchar enfrenta problemas graves para desenvolverse en la sociedad; por las dificultades para detectar la fuente sonora, identificar cualquier sonido del habla o ambiental, seguir una conversación y sobre todo comprender el lenguaje oral. Estas pérdidas repercuten en el desarrollo de las habilidades del pensamiento, del habla y del lenguaje; también en la conducta, el desarrollo social y emocional, así como el desempeño escolar y laboral (Torres, 2010).

El grado de pérdida auditiva se especifica de acuerdo con el umbral de intensidad que una persona escucha. Se mide en términos de qué tan fuerte debe ser el sonido para escucharlo y la unidad de medida es el decibelio. Una persona que sufre una pérdida de 60 decibelios puede oír sonidos como el ladrido cercano de un perro grande, un chiflido fuerte o el motor de un camión; pero no puede escuchar sonidos de menor volumen o intensidad, como las palabras en una conversación, el trinar de un ave o el agua de un río (Torres, 2010).

Según la OMS la discapacidad auditiva es la pérdida total de la audición en uno o ambos oídos. La pérdida de la audición se refiere a la pérdida de la capacidad de oír, sea total o parcial. La mayoría de las personas con pérdida moderada a grave de la audición vive en países de ingresos bajos y medios (OMS, 2019b).

El 50% de la pérdida de audición es prevenible. Un gran número de personas afectadas por pérdida de la audición puede mejorar con medicamentos, cirugía y el uso de audífonos y otros dispositivos. La sensibilización y el mejoramiento del acceso a servicios de atención primaria pueden ayudar a reducir la prevalencia y los efectos adversos de la pérdida de la audición. Es la dificultad o imposibilidad de utilizar el sentido del oído. En términos de la capacidad auditiva, se refiere a hipoacusia y sordera. Las personas que presentan hipoacusia pueden adquirir el lenguaje oral a través de la información que reciben por vía auditiva (OMS, 2019c).

La pérdida de la audición altera la capacidad para la recepción, asociación y comprensión de los sonidos tanto del medio ambiente como de la lengua oral. El daño de la capacidad auditiva y la sordera no siempre ocurren al nacer. Pueden afectar a individuos de todas las edades y pueden ocurrir en cualquier momento desde la infancia hasta la vejez. La pérdida puede ocurrir debido a factores genéticos, una enfermedad o un trauma (CPIR, 2014).

La causa general y más común de la pérdida auditiva es la edad y la sobreexposición a fuertes ruidos. Sin embargo, la pérdida auditiva también se puede dar como resultado de una infección durante la gestación, a través de una infección del oído medio. Después de una lesión en la cabeza, si se perfora el tímpano, como resultado de algunos tratamientos de cáncer o como resultado de la administración de ciertos medicamentos (Viviendo el sonido, 2014).

Existen tres tipos generales de pérdida auditiva: pérdida de transmisión, neurosensorial y mixta (que es una combinación de las dos anteriores). La pérdida

auditiva causada por daños en las regiones del oído medio o externo se denomina pérdida auditiva conductiva. Este tipo de pérdida auditiva atenúa el sonido, lo que significa que todo suena mucho más bajo de lo normal. Suele tratarse a través de la medicina, la cirugía o con ayudas auditivas adecuadas.

Los problemas auditivos causados por daños en la región auditiva interna o en el nervio acústico (denominado también nervio auditivo) se denomina pérdida auditiva neurosensorial, más conocida como sordera nerviosa. Este tipo de pérdida auditiva da lugar a la percepción de sonidos de forma mucho más suave de lo que en realidad son y se asocia a una distorsión de la calidad del sonido. Los sujetos con este tipo de pérdida auditiva suelen quejarse de dificultades auditivas y de comprensión del habla. El tratamiento estándar de la pérdida auditiva neurosensorial es el uso de soluciones auditivas. La pérdida auditiva mixta es una combinación de la pérdida auditiva conductiva y la neurosensorial en el mismo oído. Los tratamientos dependen del grado de afección y del tipo de pérdida (Viviendo el sonido, 2014).

En el caso de México la población con discapacidad auditiva es de 2.4 millones, se ha identificado que 84 mil 957 son menores de 14 años; de estos solo el 64% asisten a la escuela. El sector más rezagado son jóvenes sordos de la población entre los 15 y 29 años (124 554), de los cuales 28% no tuvieron ningún tipo de educación (Buendía, 2017). Para el caso de Ensenada, no se identificó alguna estadística poblacional que cuente con información con el número de personas que sufren alguna discapacidad, pese a que existen en el municipio instancias gubernamentales que atienden este sector de la población.

Por lo que se considera que la falta de información de este tipo es debido a la persistencia de invisibilidad a la población sorda. Esto, por la falta de aforo en alguno de estos centros de atención. Asimismo, servicios escolares inadecuados, falta de conocimiento de los familiares para la atención médica o escolar. Aunado a la escasez de recursos del gobierno dirigidos a este sector social. Si bien existe un

conocimiento médico sobre la sordera, como ya se citó en párrafos anteriores, los factores socioeconómicos y socioculturales de los oyentes crean formas de exclusión constantes sobre dicha población.

Pese a la insuficiencia de información sobre la cantidad de personas que padecen discapacidad auditiva en Ensenada hay tres centros que ayudan a la población con esta problemática: Casa SEÑARTE, Manos que hablan A.C., Asociación Regional de Sordos Ensenadenses A.C (Grupo ARSE) y Rancho Sordomudo. Cada uno de estos centros tiene actividades particulares entre las que se encuentran: enseñanza de lenguaje de señas a sordos y oyentes, difusión sobre la cultura y las artes desde el lenguaje de señas, así como actividades productivas, las cuales remuneran económicamente al participante mediante la elaboración manualidades, diversos accesorios, entre otros artículos.

La integración social de las personas con discapacidad auditiva está limitada, por la diferencia de pensamiento entre personas oyentes en relación con las personas sordas, en educación, capacitación para el trabajo y el entorno social. Las corrientes fundamentales son tres, las cuales hacen referencia a que existen dos mundos diferentes, “el de los sordos y los oyentes”, la comunicación entre ambos es solo lo necesaria. La segunda corriente explica que solo existe el mundo de las personas oyentes, lo cual hace que los sordos deban ajustarse al mundo de los oyentes. Y la tercera, que tanto el mundo de sordos y oyentes se incorporan (López *et.al.*, 2013).

Para el trabajo el presente trabajo, se partió de la tercera corriente, es decir en la incorporación del mundo oyente como del sordo; en la medida que este proyecto, no sólo atiende a comensales sordos y oyentes, sino que, sea un espacio de convivencia y una opción laboral y de capacitación en el ámbito restaurantero para la población sorda y oyente.

1.4 Lengua de señas

La lengua de señas es la lengua natural de las personas sordas a diferencia de las personas oyentes que utilizamos el lenguaje oral. La lengua de señas se basa en las expresiones faciales y en diversos movimientos de las manos, brazos y cuerpo. Independientemente de otras culturas, la cultura sorda lleva consigo un sentimiento de identidad y pertenencia muy significativo, debido a que su lenguaje, lo que la define, es creado por sus propios integrantes y es producto de la cultura de cada país (Secretaría de Cultura, 2017).

J. Schuyle (1910) mencionó en su libro *“Manos que hablan”* que la lengua de señas es, “en manos de quien lo domina un lenguaje sumamente bello y expresivo” (...) Los que no lo entienden no pueden comprender las posibilidades que proporciona a los sordos” La lengua de señas es utilizada para la comunicación, en las comunidades sordas, tienen una convivencia visual entre ellos, tienen identidad lingüística y cultural diferentes entre comunidades, la lengua de señas al igual que el lenguaje oral, tiene “cadencia, ritmo, énfasis, pausas y duración” permitiendo la comprensión del mensaje que se está dando.

La cultura de las personas sordas está centrada en lo que perciben con sus ojos y su idioma es la lengua de señas. Ésta implica una señal que se produce principalmente con las manos y se recibe visualmente con la modalidad viso-manual a diferencia de las lenguas habladas que son acústico-vocales. La lengua de señas al igual que el lenguaje oral, poseen cadencia, ritmo, énfasis, pausas y duración que permiten la comprensión y expresión del mensaje que está comunicando es por ello que el aprendizaje del lenguaje de señas se debe considerar en tres etapas importantes: movimiento sentimiento y lenguaje (Palacios, 2016)

Las comunidades sordas tienen características determinadas que le son comunes y propias, comparten una serie de costumbres, prácticas, reacciones y valores, que las diferencian de otros grupos. También las une el sentimiento producido por sus experiencias de exclusión; sin embargo, lo destacable es que se reconocen en el uso de una lengua, que le es propia y natural: la lengua de señas,

lengua que sólo presenta problemas para los oyentes, que en general no entienden el significado de su uso. (De León *et.al.*, 2007).

Cada país tiene su propia lengua de señas, y en el caso de nuestro país, la Lengua de Señas Mexicana (LSM), es la que utilizan las personas sordas. Cabe mencionar que, debido a la diversidad de lenguas del país, han surgido lenguas de señas emergentes en diversas comunidades indígenas (Amezcuca-Aguilar, 2018)

La LSM, como todo lenguaje, posee su propia gramática. Está compuesta por signos visuales con estructura lingüística propia, con la cual la comunidad sorda comunica, articula y expresa sus pensamientos y emociones. Esto les permite desarrollar sus capacidades cognitivas y de sociabilización, no solamente con su comunidad, sino con las personas oyentes que tengan la disposición de aprender un poco de su lenguaje. Gran parte de la comunidad sorda es bilingüe; es decir, al hablar LSM pueden aprender español como su segunda lengua y con mayor facilidad, del mismo modo que una persona oyente, al saber hablar español, puede aprender a hablar otro idioma (Mexicana, 2018).

En 2003, la Lengua de Señas Mexicana (LSM) se declaró oficialmente una "lengua nacional", junto con las lenguas indígenas y el español, que se utiliza en el sistema nacional de educación para sordos. Previo a este acontecimiento, la principal filosofía educativa en el país se centró en el oralismo (voz y lectura de labios) y con pocas escuelas en las que las clases fuesen realizadas en LSM (Palacios, 2016)

Posteriormente, se creó la Ley General Para La Inclusión De Las Personas Con Discapacidad (30 de mayo de 2011,). En el artículo 14 de dicha Ley se cita lo siguiente: "La Lengua de Señas Mexicana, es reconocida oficialmente como una lengua nacional y forma parte del patrimonio lingüístico con que cuenta la nación mexicana". Una persona sorda puede estarlo por nacimiento o por disminución o

ausencia auditiva con el tiempo, no existe un lenguaje universal de señas, cada estado tiene sus propias señas o modismos (López al., 2013).

La cultura de las personas sordas está centrada en lo que perciben con sus ojos y su idioma es la lengua de señas. La lengua de señas implica una señal que se produce principalmente con las manos y se recibe visualmente con la modalidad viso-manual a diferencia de las lenguas habladas que son acústico-vocales. La lengua de señas al igual que el lenguaje oral, poseen cadencia, ritmo, énfasis, pausas y duración que permiten la comprensión y expresión del mensaje que está comunicando es por ello que el aprendizaje del lenguaje de señas se debe considerar en tres etapas importantes: movimiento sentimiento y lenguaje (Palacios, 2016).

El lenguaje de señas tiene particularidades entre quienes lo desarrollan y establecen una forma particular de concebir el mundo, al igual que otras lenguas. Durante el trabajo de campo, fue posible identificar esa forma de ver el mundo por parte de los sordos. Uno de los informantes explicaba que a su parecer el mundo de los oyentes es *aburrido*, sobre todo en las charlas y la interacción con el interlocutor, ya que, cuando hablan no se miran a la cara, tampoco mueven su cuerpo, sólo hablan y sólo mueven la boca (Comunicación personal, junio 2016). La lengua de señas es el medio de comunicación entre la comunidad sorda como lo es la lengua oral para personas oyentes, facilita el aprendizaje y brinda identidad lingüística, como se vio en este dato cualitativo.

El lenguaje para los sordos no sólo es una forma de comunicación, establece una relación con el interlocutor o interlocutores, establece formas de convivencia estrechas que requieren ser aprendidas para entrar a sus grupos o comunidades. Esto se experimentó durante el trabajo de campo de esta tesis al adentrarse al mundo de los sordos, donde se aprendió el lenguaje de señas y se convivió con esta comunidad. Esto produjo una experiencia diferente, que permitió no sólo ofrecer un servicio a esta población, sino comprender sus necesidades, sus

intereses y formas de interacción, lo cual se explica a detalle en la sección de Metodología del presente trabajo.

1.5 Inclusión

Según la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura *United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization* (UNESCO, por sus siglas en inglés), la inclusión es un enfoque que responde positivamente a la diversidad de las personas y a las diferencias individuales, entendiendo que la diversidad no es un problema, sino una oportunidad para el enriquecimiento de la sociedad, a través de la participación activa en la vida familiar, en la educación, en el trabajo y en general en todos los procesos sociales, culturales y en las comunidades (UNESCO, 2019).

Formar parte de dos culturas diferentes, requiere que las personas se comporten de acuerdo a la situación donde se encuentran. Por lo tanto, aplicarán LSM o español signado y muchas veces escrito. El conocimiento de ambos lenguajes les permitirá la comunicación con ambas culturas. El acercamiento a varias culturas alimenta la experiencia de vida de cualquier individuo. La existencia de varias culturas y costumbres hace que el acercamiento a ellas otorgue mayor apertura sobre las diferencias y una mejor aceptación de las mismas. Para los sordos puede resultar más complicado el tener que formar parte “obligadamente” de dos culturas, la de los oyentes y la de los sordos, debido a que la forma de comunicarnos es diferente y el sordo busca la manera de poder integrarse a la comunidad oyente (UNESCO, 2019)

Las personas sordas han luchado durante años para resaltar que su diferencia es sociológica y no auditiva. Siglos atrás, se proponía la “normalización” de los sordos mediante la educación oralista, donde se los sometía a largas horas de ejercicios, enseñándoles palabras con la intención de que pudieran pronunciarlas. En la actualidad se cambió esa visión a una médica, donde son los médicos los que deben corregir esta discapacidad y conjuntamente con la

tecnología han creado un mercado de audífonos, para que ahora sí el sordo “deje” de ser sordo y pueda ingresar al mundo de los “normales”⁴ (De Ávila, 2014).

1.6 Inclusión en Restaurantes

Es el primer restaurante para sordos de Canadá, “Signs” Restaurant-bar ubicado en Toronto, abrió sus puertas en agosto del 2014. El restaurante tiene un camarero casi completamente sordo y anima a los invitados a interactuar y pedir comida utilizando solo lenguaje de señas. Su objetivo principal es brindar servicio y dar empleo a personas con discapacidad auditiva, cuenta con un menú en American Sign Language (ASL).

En Chile, existe un restaurante que se describe como “un lugar en donde no existe la discriminación es el restaurante “La inclusiva. El objetivo principal de este negocio es que no existan barreras para nadie, dentro no hay discriminación; utilizan lenguas de señas, las cartas tienen sistema braille y, por supuesto, es amigable con los animales.

En Gandía, España, se localiza el restaurante Boga, un lugar inclusivo donde personas con discapacidad trabajan como cocineros o personal de sala. Mientras tanto, en México el Café Mx, se encuentra ubicado en Cozumel, Quintana Roo, México. Un lugar completamente inclusivo en esta Isla. Aceptan mascotas en el área "al aire libre" al igual que fumadores El personal con alguna discapacidad es alrededor del 50% del total de empleados, ellos se desenvuelven con naturalidad en su desempeño laboral.

⁴ *Normal*: del concepto teórico de normalidad deriva su aplicación práctica, por la que decimos si “esta persona es normal o no” y posteriormente afirmamos si está sana o enferma. *Anormal*: la anormalidad es una característica definida en forma subjetiva que se asigna a aquellas personas que poseen condiciones raras o disfuncionales. Los límites entre normal y anormal no están definidos, y en su delimitación influyen tanto factores cualitativos como cuantitativos. <https://prezi.com/kvsitblbtw9h/normalidad-y-anormalidad-psicologia/>

La inclusión favorece el desarrollo de los niños con discapacidad y también del resto del grupo. En particular, promueve actitudes de respeto y tolerancia que deben prevalecer en la sociedad. Por eso, los instructores comunitarios deben fomentar la inclusión, ya que se necesita una nueva conciencia en torno a la educación especial y la educación de los alumnos con alguna discapacidad (CONAFE, 2010).

Cuando no se ha tenido cercanía con la discapacidad, pareciera que cuesta comprender su realidad, la que resulta ajena y distante. Sin embargo, en la medida que uno se acerca a este amplio y diverso mundo, descubre que se trata de personas con requerimientos quizás particulares o diferentes, pero con experiencias de vida y necesidades cotidianas iguales a las nuestras.

1.7 Industria restaurantera en México

1.7.1 Aspectos generales

Tomando en cuenta el Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte (SCIAN) (INEGI, 2018), el término "restaurante" se utiliza de forma coloquial y genérica para referirse a la preparación de alimentos con la finalidad de venderlos.

Adicionalmente para Castillo et al (2012), indican sobre la industria restaurantera; que debe considerarse que su actividad abarca aspectos tangibles como la preparación de alimentos y otra intangible integrada por el cliente y sus percepciones sobre el servicio, que puede evaluarse de forma diferencial por los consumidores sobre aspectos que complementan la experiencia. También Anker y Batta (2000), considera que las actividades de esta industria comprenden la preparación de alimentos para el consumo inmediato, realizado dentro de las instalaciones de la unidad económica, con o sin servicio a la mesa o fuera del establecimiento.

Por otra parte, la Secretaría de Turismo de México (2019), destaca que el sector restaurantes es importante para la economía del país, dado que representa el 13.3% de producto interno bruto (PIB) turístico, así como el 2% del PIB nacional total. A

demás la industria restaurantera está conformada principalmente por microempresas (aquellas que dan empleo hasta a 10 personas), ya que 96 de cada 100 corresponden a este tamaño, ofrecen empleos a 70 de cada 100 personas ocupadas, y en términos de producción generan 55.9 de cada 100 pesos (INEGI, 2021). Al mismo tiempo es una industria donde laboran una mayor proporción de mujeres que de hombres (55.8% mujeres y 44.2% hombres). Aunado a lo anterior la Cámara Nacional de la Industria Restaurantera y de Alimentos Condimentados (CANIRAC), evidencia que emplea a 1 de cada 5 joven en su primera experiencia laboral.

Por otra parte, los restaurantes producen un porcentaje de valor agregado bruto superior al promedio de la economía y las manufacturas. En la industria restaurantera labora un porcentaje mayor de mujeres que de hombres en comparación con la economía en general y los servicios (INEGI, 2021); así mismo esta industria utiliza un porcentaje mayor de insumos nacionales que el promedio de todas las actividades de la economía y de las actividades de servicios, lo que genera un impacto positivo en la producción y el empleo.

En cuanto a la composición de la industria restaurante se agrupa el 75% en las siguientes 5 categorías: Restaurantes con servicio de preparación de alimentos a la carta o de comida corrida, Restaurantes con servicio de preparación de pizzas, hamburguesas, *hot dogs* (perros calientes) y pollos rostizados para llevar, Cafeterías fuentes de sodas neverías refresquerías y similar, Restaurantes con servicio de preparación de tacos y tortas, Restaurantes con servicio de preparación de antojitos (INEGI, 2019).

La importancia económica de categoría Cafeterías, fuentes de sodas, neverías, refresquerías y similares, es la siguiente: es la tercera en aporte a la producción; cuarta en generación de empleo; estos indicadores son respecto a la industria restaurantera (INEGI, 2019).

Por otra parte, la proporción del gasto total que realizaron las familias en alimentos y bebidas fuera del hogar (restaurantes) fue de 22.8% en 2018 y de 13.4% en 2020. Esto significa que en 2020 las familias gastaron una proporción menor de sus

ingresos en restaurantes respecto a 2018, disminución pausada por la Pandemia Covid-19.

Aunado a lo anterior, Estrella (2022) menciona, que la industria restaurantera en México proyecta retomar a finales del 2022 la actividad que tenía antes de la pandemia, de acuerdo con estimaciones de la CANIRAC.

Por otra parte, algunas personas con habilidades para cocinar se aventuran a la experiencia de emprender en esta industria, con una idea de éxito súbito, sin tomar en cuenta factores que son determinantes dentro de una empresa de alimento y bebidas como: producción servicio, administración y mercadotecnia.

1.8 Empresas de alimentos y bebidas.

1.8.1 Producción

Una forma tradicional de iniciar un negocio de alimentos y bebidas se basa en la experiencia y conocimiento previos con los que cuente el líder. Chalin (2014), menciona, algunos elementos imprescindibles para la producción como son: contar con un menú dado que, a partir de él se definen espacios, instalaciones físicas, equipamiento, utensilios necesarios, personal, capacitación, decoración, concepto, proveedores, prácticas de manipulación de alimentos, manuales, procedimientos, políticas, todo gira alrededor de menú.

Por otro lado, con respecto a la inocuidad alimentara la organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) (2019), habla sobre elementos fundamentales para mantener los alimentos inocuos que debe considerar cualquier empresa de alimentos, tales como: análisis de peligros y puntos críticos de control (HACCP) para valorar y controlar los riesgos importantes para la inocuidad de los alimentos; buscando reducir la posibilidad de enfermar personas; cuidando las prácticas, manipulación, almacenado y conservación de los alimentos.

En toda empresa de alimentos y bebidas todo gira alrededor del diseño del menú, su conceptualización, comprensión del mercado hacia el cual se dirige la oferta, y

sus necesidades. Carlos Durón (2017), resalta su importancia. Menciona que, de según algunos estudios, el 80% de los nuevos clientes y 50% de los que repiten en un negocio gastronómico, tiene una firme idea de su decisión de compra cuando llegan al lugar, por lo que el menú se convierte en una herramienta fundamental para reafirmar sus ideas o hacerlos cambiar de opinión dependiendo de las estrategias para la venta de los productos. Complementando lo anterior Riquelme, (2020), menciona que el 85% de los clientes nuevos de un negocio de alimentos y bebidas no saben que quieren pedir.

Es de suma importancia planificar y estructurar el menú, buscado que genere un volumen de ventas que permita cubrir todos los gastos y proporcione beneficios. Esto implica que el líder debe tener conocimientos de finanzas, administración y gastronómicos sobre la temática de la empresa.

En voz de Bojacal, (1977), Chalin (2014), Sousa (2016), existen factores a considerar para la elaboración del menú los cuales se mencionan a continuación:

1. Gastronómicos: a) conocer la materia prima a fondo y todo lo relacionado con ella (recepción, almacenamiento, calidades, temporadas, caducidad, variedades, rendimientos, costos, mermas, entre otras). b) utilizar insumos que se compartan entre diversos productos para aumentar su rotación para bajar costos. c) técnicas y habilidades culinarias para el manejo, gestión, desarrollo, creatividad, conocimiento del equipamiento; esto para el desarrollo de propuestas culinarias para mercados y momentos específicos.

2. Finanzas: La planeación del menú debe ser capaz de producir un menú rentable tomando en cuenta los diversos costos, gastos y las utilidades a recibir. A su vez tomar en cuenta costo por porción y su precio de venta que deberá ser suficiente para cubrir los gastos y generar una utilidad, poner atención al volumen de producción para obtener dicho resultado.

3. Administración: la planeación del menú debe considerar aspectos de utilidad, cheque promedio, estilo de operación, estilo del menú, tipo de servicio, personal,

capacitación, ambiente del restaurante y mercado al que está dirigido, resultados, corrección de desviaciones entre otros.

4. Precio. En la planeación del menú se debe buscar un equilibrio en los costos de los diversos productos ofertados en tres los productos con márgenes de ganancia modestos y los que ofrecen márgenes amplios; sin olvidar la calidad y que el precio de venta debe ser competitivo en el mercado y atractivo para el cliente.

Tabla 1 consejos para la carta y el menú

| | |
|---|---|
| Analiza el público. | No elaborar una carta demasiado extensa. |
| Define precios | Describe atractivamente tus productos |
| La propuesta culinaria alineada al concepto de negocio. | Cuida la calidad de la cata |
| Establecer la ración en gramajes indicada para cada platillo. | Agrupar los platillos por familias. |
| No abusar de las imágenes | Costea todos tus productos. |
| Resalta los productos que más margen de utilidad. | Analizar el comportamiento del conjunto de productos. |
| No elaborar una carta demasiado extensa | Cuidar tipografía y colores. |

Elaboración: propia basado en (Chalin, 2014; Riquelme, 2020; y Durón, 2017).

1.8.2 El servicio

En la actualidad, la alta competitividad es un elemento trascendental para las organizaciones; en el caso del sector gastronómico se convierte en un elemento clave y/o diferenciador. Los atributos que más se valoran en un restaurante son el tiempo, atención, precio, localización, ambiente y calidad de la comida (Johnston y Michel, 2008; Allon y Ferguson, 2007; y Hui et al., 1998).

Por su parte Chalin (2014), identifica que, para el servicio, la industria trabaja con la guía de manuales de organización y procedimientos; que verán de ser concisos y

fáciles de seguir y comprender por todo el personal; que a su vez entregan guías y pautas para el desarrollo de las tareas de una forma ordenada y lógica sin dejar a un lado las practicas higiénicas en todo momento tanto para comensales como para los trabajadores. En voz de Ishikawa (2003), la calidad en el servicio se relaciona con satisfacción de las necesidades de un cliente por medio de valor agregado que le confieren los intangibles aunados al producto.

1.8.3 Administración.

En el mundo globalizado y competitivo en el cual se desenvuelven las empresas de alimentos y bebidas requiere captar nuevos consumidores por medio de su oferta de productos y servicios, aunado a precios competitivos y la oferta culinaria debe ser atractiva para el mercado hacia el cual se dirige la empresa, buscando satisfacer o superar las expectativas de comensales cada día más exigentes e hiper conectados con el mundo. Un modelo de administración estratégica será un elemento definitivo para la gestión exitosa de su restaurante; se establecen los objetivos a alcanzar por la empresa (Mintzberg, 1997; Chiavenato, 2016; Matilla, 2008). El modelo de administración estratégica incluye:

Dirección. La toma de decisiones que se realizan en múltiples niveles de la empresa (Chiavenato, 2004).

Propósito o Visión de negocio

En un mundo tan competitivo y cambiante demanda de las organizaciones claridad sobre su razón de ser y hacia a donde se dirige. Para (Drucker, 1974)), el propósito o misión de la empresa es brindar identidad, razón de ser a la empresa, brindado propósito, estrategia, patrones de comportamiento y valores. En el caso de la visión es un futuro deseable y posible en donde se vislumbra la compañía (Thornberry, 1997).

Filosofía Empresarial

Para Pino y Fernández, (2005), la filosofía empresarial determina el control social para generar un marco de referencia (prácticas cotidianas) de las conductas de sus colaboradores, que los distinguirán entre los proveedores, clientes y competidores. Se trata de atributos culturales de la empresa de índole moral y funcional.

Objetivos Empresariales.

Los objetivos de una empresa son resultados que se desean alcanzar, en un periodo establecido por medio de los recursos de la empresa que se planearon para esta meta.

Estrategias.

La estrategia constituye el vínculo entre los objetivos y las metas que se desean alcanzar como organización, así como las diversas políticas y planes operativos de que se vale para orientar sus actividades cotidianas.

Para Kvint (2009), la define como un sistema de búsqueda, formulación y desarrollo de principios para llegar al éxito de largo plazo. Es el vínculo entre los objetivos y las metas que se desean alcanzar como organización; que implican dos procesos: a) formulación: análisis del entorno, diagnóstico, políticas de guía c) implementación: planes de acción para alcanzar los objetivos y tomas de decisión ((Mintzberg; Quinn, 1996).

Recursos Humanos

La gestión de recursos humanos tiene una gran importancia para las organizaciones, debido a la sinergia en el desarrollo integral de políticas dirigidas a un mejor desempeño de los recursos humanos mediante la ejecución de diversas actividades (Hernández y Martí, 2006).

Para Chiavetato (1999), las personas forman un valor intrínseco de la competitividad de la misma forma que el mercado y las tecnologías:

La gestión de recurso humano, está encaminado al desarrollo organizacional. Con el fin de la cooperación entre la dirigencia y los recursos humanos para alcanzar los objetivos de la empresa, buscando el compromiso y satisfacción de todos.

Reclutamiento y Contratación de Personal.

El reclutamiento es una parte fundamental del proceso de selección de personal, cuyo objetivo es aproximar a los candidatos potencialmente interesados en las áreas o puestos que se necesitan y deberán contar con un perfil necesario para el puesto ofertado y estar calificado para el mismo (Alcaide, González y Flores, 1996; Peiró, 1984). Este proceso es de suma relevancia para el funcionamiento de la empresa, dado que su implementación adecuada coadyubara a la posterior selección y reclutamiento del talento humano (Morell y Brunet, 1999).

1.8.4 Finanzas

Según Salazar, D., Díaz, P., Benalcáza, L., Acuña, J. (2018), los establecimientos de alimentos y bebidas utilizan a la contabilidad como un sistema de control de sus operaciones; esto significa que la información contable pasa a ser datos financieros para corroborar si se alcanzan los objetivos, a su vez que se utilizan para la toma de decisiones de forma oportuna y pertinente. Por otra parte, Warren et al, (2005), menciona que la información de la contabilidad administrativa se centra en datos recabados en un periodo de tiempo específico que brindan información de los resultados a la gerencia, para la evaluación de la planeación.

En las empresas de alimentos y bebidas los instrumentos financieros más comunes que se utilizan en su estructura con los costos e ingresos; los cuales se evidencian en los estados financieros como el balance general, estado de flujo de efectivo, estado de resultados y conciliación de costos (Cuevas, 2010).

1.8.5 Mercadotecnia

Análisis de mercado.

Se le llama mercado al entorno en que se encuentra un producto o servicio y el consumidor. Una influencia de utilización y/o consumo del producto en una determinada área geográfica. Es fundamental en la mercadotecnia determinar esta área para satisfacer de la manera correcta las necesidades de tu mercado. Como menciona A, Quintana (s/a). o. El estudio de la población, su distribución por

edades, características regionales, estilos familiares, ingresos, el grado de competencia, los productos sustitutos, son muchas de las variables que deben tenerse en cuenta antes de llevar a cabo cualquier estrategia de posicionamiento o de lanzamiento del producto o servicio. La siguiente clasificación muestra los distintos tipos de mercado.

Tipos de mercado

Se pueden distinguir diferentes tipos de mercado según sea el conocimiento y actitud del usuario respecto al producto-servicio ofrecido:

- Mercado potencial: es el constituido por la totalidad de los posibles usuarios de un producto totalmente nuevo en el mercado, no existiendo conocimiento ni actitud de compra hacia el mismo.
- Mercado real: es el conjunto de individuos y organizaciones que adquieren el producto en un determinado territorio geográfico.
- Mercado no motivado: es aquel que conociendo el producto que la empresa ofrece, no tiene interés por él. Es el mercado sobre el que se incide para obtener un mayor número de usuarios.
- Mercado cautivo: es aquel donde por existir estrechos lazos de unión entre el producto-distribuidor del producto y el usuario, éste se ve obligado a realizar la adquisición del mismo a un determinado proveedor.
- Mercado libre: este mercado exige una total libertad por parte de los usuarios de adquirir el producto a cualquiera de los proveedores que se lo ofrezcan.

Análisis de la Competencia

Como menciona Socatelli (2013), identificar las características del entorno de competencia, va más allá de hacer el estudio y análisis de los competidores, para posteriormente tomar las decisiones o diseñar estrategias que permitan competir adecuadamente con ellos. Evaluar a los competidores, sus productos o servicios y las relaciones entre ellos, busca analizar los aspectos específicos de dónde y cómo se venden éstos, tales como: estructura de la distribución, el potencial de mercado,

las tendencias, las fuerzas o elementos externos que influyen o pueden influir en el ámbito de competitividad.

Análisis FODA.

El análisis del FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) se basa en realizar una evaluación de los factores tanto fuertes como débiles, que juntas nos indiquen la situación interna de organización, al igual que el análisis externo, es decir las oportunidades y amenazas. Ponce (2017).

También es una herramienta que puede considerarse sencilla y que permite obtener una perspectiva general de la situación estratégica de una organización determinada. Thompson y Strikland (1998) establecen que el análisis FODA estima el efecto que una estrategia tiene para lograr un equilibrio o ajuste entre la capacidad interna de la organización y su situación externa, esto es, las oportunidades y amenazas. Sangri (2014)

Mezcla de Mercadotecnia.

Se refiere a cuando se elabora un producto este cumpla con las necesidades y deseos del consumidor. Mejor conocida como las “cuatro Ps (producto, precio, plaza y promoción). Se basa en examinar con detenimiento el producto, ofrecer un precio determinado, analizar el lugar o canales de distribución y llevar a cabo un plan de promoción. Mendoza, Rodríguez y Vázquez (2012).

1.8.6 Otros Factores Importantes.

Profesionalización.

La profesionalización es un proceso que debe contribuir a la formación y desarrollo del modo de actuación profesional, desde una sólida comprensión del rol expresada en la lógica de la profesión y un contexto histórico determinado. Marcano (2009)

El Componente Ético.

La ética se define como el intento sistemático para dar sentido a un individuo, grupo, organización, mercado, entre otros, de una manera tal que determine los fines deseables y priorizados que valen la pena, las reglas y obligaciones que debe regir la conducta humana. “la ética normativa estudia las normas de conducta y métodos

de razonamiento que la gente debe seguir. La ética descriptiva estudia las normas de conducta y los procesos de razonamiento que la gente en realidad sigue. La ética normativa pretende prescribir y evaluar la conducta, mientras que la ética descriptiva intenta describir y explicar la conducta. Disciplinas como la filosofía y estudios religiosos adoptan un enfoque normativo de la ética, mientras que la sociología, la antropología, la psicología, la neurociencia y la biología evolutiva adoptan un enfoque descriptivo". La ética normativa y la ética descriptiva podría decirse que conducen al profesional al llamado dilema ético, la dicotomía que se le presenta entre lo que debe seguir y lo que realmente hace, a la luz de unos principios éticos. (Sánchez, 2017)

Capítulo 2. Metodología

En este capítulo se exponen las preguntas en los que se fundamentó la base del enfoque que guio la presente tesis. A partir de estas interrogantes se elaboró la propuesta metodológica en la que se encuentra: la descripción del tipo y área de estudio, el diseño y descripción del instrumento de recolección de datos.

2.1 Preguntas de investigación

A continuación, se describe la pregunta de investigación y preguntas secundarias, tabla 2.

Tabla 2. Preguntas de investigación

| Pregunta de Investigación | Preguntas secundarias |
|--|--|
| ¿Cómo diseñar un proyecto de negocio inclusivo, dirigido a personas con discapacidad auditiva, en un establecimiento de alimentos y bebidas? | 1. ¿Cuál es el trato que se les da a las personas sordas como comensales en establecimientos de alimentos y bebidas de Ensenada? |
| | 2. ¿Cuáles son las principales actitudes y motivaciones de consumo de las personas con discapacidad auditiva? |
| | 3. ¿Cómo diseñar una propuesta de instalaciones de un restaurante incluyente para personas con discapacidad auditiva? |

| | |
|--|--|
| | ¿Cómo diseñar una propuesta de menú inclusivo para las personas con discapacidad auditiva? |
|--|--|

Tabla 1. Organización preguntas y pregunta central de investigación

Fuente: Elaboración propia

2.2 Tipo de Estudio

Con la finalidad de alcanzar el objetivo, se realizó el diseño de investigación del presente estudio de tipo no experimental debido a que solo observa el fenómeno sin intervenir, manipular o controlar las variables de estudio, caracterizado transversalmente dado que se mide solo una vez en un periodo determinado y caracterizado como descriptivo no probabilístico.

2.3 Metodología

El presente trabajo se llevó a cabo mediante el método descriptivo. La recopilación de datos se realizó a través de un instrumento de medición que se aplicó a personas sordas de Ensenada, Baja California. Con el objetivo de conocer sus preferencias de consumo y opiniones sobre el servicio al cliente de los establecimientos de alimentos y bebidas.

2.4 Muestreo de la población

El estudio se realizó con 61 sujetos sordos, con un rango de edades entre 15 y 60 años de ambos sexos. Estas personas forman parte de la Asociación Regional de Sordos Ensenadenses (ARSE). Esta muestra se determinó a partir de la asistencia de sordos a dicha asociación, de acuerdo con los encargados, la población es fluctuante. Sin embargo, tienen registrados en promedio 200 usuarios. Por medio del muestro no probalístico de muestreo accidental, se basa a la presencia a que determinados sujetos se encuentren en un lugar y momento determinado, como lo es la ARSE (Hernández et al., 2006).

2.5 Encuesta

Características de la Población Encuestada

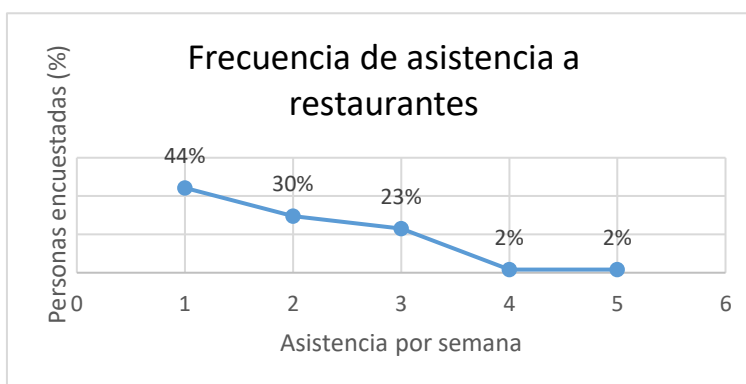
Se encuestó un total de 61 sujetos de los cuales el 59% de la muestra fueron Mujeres y el 41% Hombres. De esta muestra el 59% se encuentra entre los 15 a 30 años de edad. (Anexo con la encuesta)

2.5.1 Resultados de la Encuesta Aplicada

En la encuesta aplicada a las personas sordas del grupo ARSE se evaluaron cuatro aspectos importantes para nuestra investigación: 1) asistencia a restaurantes, 2) compañía, 3) experiencia, 4) inclusión. La encuesta consta de diecinueve preguntas las cuales nos permiten conocer a nuestros encuestados de una manera más personal.

El 95% de los participantes manifestó asistir a restaurantes. De esta población, el 44% los frecuenta una vez por semana, seguido del 30% que asisten una vez al mes y el 23% asiste varias veces a la semana. Se observó en la gráfica una tendencia descendente conforme se aumenta la frecuencia de visitas a establecimientos de alimentos y bebidas, es decir que la población encuestada no asiste frecuentemente a los establecimientos de Alimentos y Bebidas (A y B); sin embargo, lo suele realizar al menos una vez a la semana, lo cual, los hace consumidores regulares.

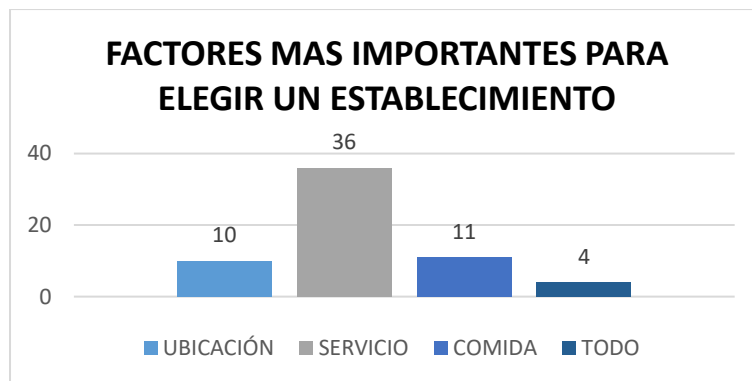
Figura 1. Distribución porcentual de la variable de asistencia a restaurantes



Fuente: Elaboración propia

Acerca de la preferencia de establecimientos de A y B, entre los encuestados, se obtuvieron los siguientes resultados: asistencia a restaurantes 56%, seguido de las cafeterías con un 43%, pizzerías, taquerías y bares con un porcentaje similar. Sobre el tipo de comida que prefieren nuestros encuestados, tenemos, que el 67% consumió comida mexicana, 24% seleccionaron la italiana, 22% de ellos eligió la japonesa, 20% comida rápida y 15% se inclinaron por la comida china. Con respecto al motivo de la asistencia de los encuestados a negocios de A y B, fue el servicio, seguido de la comida y ubicación.

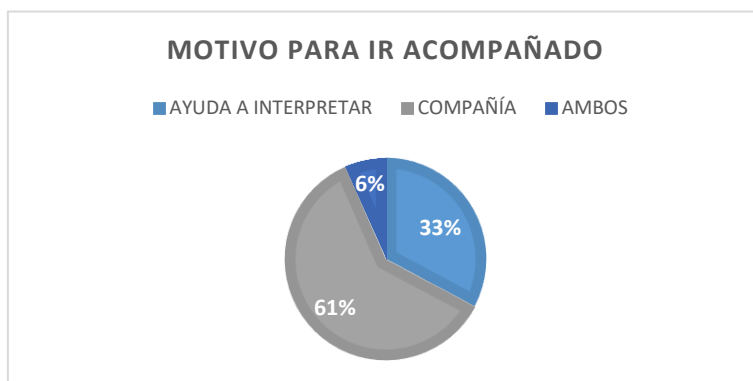
Figura 2. Factores más importantes para elegir un establecimiento de alimentos y bebidas.



Fuente: Elaboración propia

En cuanto a la categoría compañía, los entrevistados comentaron en un gran porcentaje, que su preferencia fue de asistir acompañados a los establecimientos de A y B. Tan solo 4 de los 61 encuestados optó por asistir solos. Del resto que va acompañado, 19 prefirieron solo con oyentes; mientras que 13 con sordos y a 29 les gustó la compañía con sordos y oyentes.

Figura 3. Motivo para ir acompañados a un establecimiento de alimentos y bebidas.

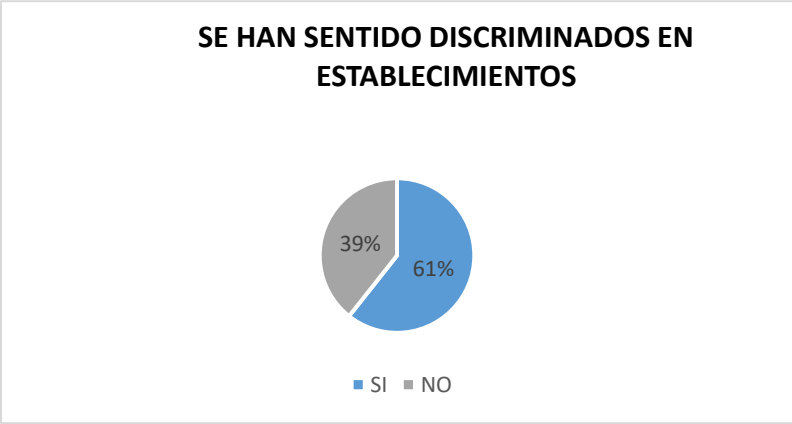


Fuente: Elaboración propia

Para los encuestados, la compañía es primordial por tres motivos principales: el primero fue socializar, aspecto fundamentado por 37 encuestados. El segundo es que sus acompañantes les apoyan como intérpretes, esta fue la respuesta de 20 encuestados. Para la minoría, 4 de los encuestados afirmaron que el motivo de ser acompañado tiene que ver con los dos motivos anteriores: socializar con su acompañante y apoyo como intérprete.

Sobre la experiencia en los establecimientos de A y B, el 56% de los encuestados consideró que tuvo una buena experiencia, el 30% una experiencia regular, el 8% una experiencia excelente y el 4% mala. Otro aspecto relevante en la experiencia de los sordos en los establecimientos de A y B se encuentra en las dificultades que tienen para interactuar con el personal de servicio, el 37% de los encuestados afirmó que alguna vez llegó a sentirse discriminado, mientras que el 23% no.

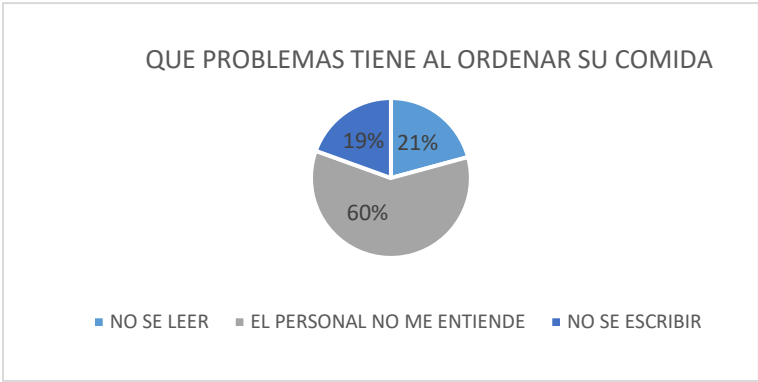
Figura 4. Han sentido algún tipo de discriminación en establecimientos de alimentos y bebidas.



Fuente: Elaboración propia

La discriminación en los establecimientos de alimentos y bebidas puede ser mayor a la que imaginamos; de nuestros encuestados el 61% se han sentido discriminado por motivos principalmente de comunicación oral y escrita, en cambio el 39% no se han sentido discriminados.

Figura 5. Problemas al ordenar su comida en un establecimiento de alimentos y bebidas.



Fuente: Elaboración propia

De los encuestados que tuvieron problemas para ordenar su comida, 60% consideró que se debió a que el personal no le entendió, 21%, que no sabía leer y 19% que no sabía escribir. Si bien, todas estas refieren a la comunicación, las dos

últimas evidencian las desigualdades y el acceso de los sordos a la educación y, por ende, se reflejan en la dificultad de realizar un pedido en restaurante.

Figura 6. Elementos que faltan en el servicio al cliente.



Fuente: Elaboración propia

Si bien no existe un menú visual en LSM para personas sordas que no saben leer y escribir, tampoco hay personal de servicio capacitado para atender a este tipo de comensal. El 46% de los encuestados opinan que a los establecimientos les falta contar con personal capacitado, 40% consideran que se necesita un menú en LSM y 14% creen que es importante mejorar la calidad en el servicio. Todos estuvieron de acuerdo en que les gustaría encontrar personal capacitado en LSM en los establecimientos; que se pudiera contratar de la misma manera a personal oyente y sordo para tener acceso a un menú diseñado con Lengua de Señas Mexicana.

Capítulo 3. Resultados.

3.1 Propuesta de Establecimiento Inclusivo

El concepto de restaurante comenzó a popularizarse en la segunda mitad del siglo XVIII, aunque antes ya existían establecimientos de este tipo. Se cree que la palabra está vinculada a que estos locales permitían “restaurar” el estómago de quien asiste (Monroy de Sada y Martínez de Flores, 2010)

Wipech es el resultado del diseño de un restaurante con la finalidad de dar empleo a personas con discapacidad auditiva y fomentar la inclusión de las mismas y brindar al comensal un ambiente tranquilo y cómodo con un menú elaborado con productos locales. Al mismo tiempo, dicha propuesta está orientada a la población en general, con el propósito de que cualquier persona que quiera pasar un rato agradable pueda acudir a este establecimiento.

La Lengua de Señas Mexicana es un idioma que va en aumento, crece su presencia en los medios de comunicación, sin embargo, la difusión y aprendizaje de la lengua no se realiza de manera uniforme en toda la población sorda (L-Dellamary, 2016) Esto representa la gran cantidad de personas sordas que se comunican con esta lengua, y eso sin contar a personas sordas que no la conocen o que se comunican por otro medio. De acuerdo a la Ley General para la Inclusión de las Personas con Discapacidad (Texto vigente publicado en el Diario Oficial de la Federación el 30 de mayo de 2011):

"La lengua de una comunidad de sordos, que consiste en una serie de signos gestuales articulados con las manos y acompañados de expresiones faciales, mirada intencional y movimiento corporal, dotados de función lingüística, forma parte del patrimonio lingüístico de dicha comunidad y es tan rica y compleja en gramática y vocabulario como cualquier lengua oral."

Tomando en cuenta los datos anteriormente mencionados, es importante señalar que es necesario ofrecer servicios y espacios donde la comunidad sorda se

sienta atendida, en un ambiente amable y que brinde la confianza para la convivencia ya sea con otros sordos o con oyentes.

3.2 Concepto

Se ha planteado que este restaurante fuese casual y familiar, en el cual se tenga un menú con platillos mexicanos e italianos para degustar con la familia o amigos, además se contará con una carta en LSM, la cual se enfoque en proporcionar servicio a personas con discapacidad auditiva, contará con imágenes para facilitar la comunicación con las personas que los atiendan, mismos que previamente estarán capacitados para atender a este tipo de clientes. Por esta razón continuamente se capacitará al personal de trabajo para aumentar su vocabulario y conocimiento sobre la cultura de las personas sordas.

3.3 Nombre del lugar

El nombre del establecimiento es “Wipech, Restaurante EcoSeñas”. Este establecimiento tendrá un giro ecológico con platillos económicos, realizados con productos locales. El ambiente del lugar será tranquilo buscando la comodidad del cliente. Un aspecto destacable es que el comensal y el mesero se comunicarán en señas.

3.4 Originalidad (búsqueda fonética)

A continuación, se presenta en la Tabla 4 una búsqueda fonética del nombre de la empresa en el Instituto mexicano de la propiedad Intelectual (IMPI).

Tabla 3. Búsqueda fonética.

Búsqueda fonética

Denominación: WIPECH
Clase: 43

| Resultado de la búsqueda fonética | | | | |
|-----------------------------------|--------------------|----------------|--|---------------|
| Número de expediente | Número de registro | Denominación | Nombre del titular | Clases |
| 1081344 | 1183731 | PER SE | JUAN CARLOS DIAZ CARRANZA | 43 (9) |
| 245167 | 343183 | PESHE | FERNANDO PADILLA LEZAMA | 42 (I) 67 (N) |
| 973462 | 1075727 | PECHU | JAVIER CASTELLANOS GUTIÉRREZ, RICARDO CASTELLANOS GUTIÉRREZ, VALERIANO CASTELLANOS GUTIÉRREZ Y GERARDO CASTELLANOS GUTIÉRREZ | 43 (9) |
| 1601988 | 1567424 | WHIPP | JOSE RAMON SOLTERO VOLQUARTS | 43 (10) |
| 9301 | 13555 | P H | EL PALACIO DE HIERRO, S.A. DE C.V. | 42 (I) 75 (N) |
| 947886 | 1057539 | P H | EL PALACIO DE HIERRO, S.A. DE C.V. | 43 (9) |
| 793148 | 947033 | PH | EL PALACIO DE HIERRO, S.A. DE C.V. | 43 (8) |
| 947892 | 1058744 | PH | EL PALACIO DE HIERRO, S.A. DE C.V. | 43 (9) |
| 854808 | 992137 | EL PECHUGÓN | JAVIER CASTELLANOS GUTIERREZ | 43 (9) |
| 1077194 | 1183751 | EL PECHUGÓN | JAVIER CASTELLANOS GUTIÉRREZ, RICARDO CASTELLANOS GUTIÉRREZ, VALERIANO CASTELLANOS GUTIÉRREZ Y GERARDO CASTELLANOS GUTIÉRREZ | 43 (9) |
| 13933 | 16365 | PE-HACHE | PROVEEDORA DEL HOGAR SA | 75 (N) |
| 1606 | 18753 | PE-HACHE | PROVEEDORA DEL HOGAR SA | 42 (I) |
| 1756 | 18957 | PE-HACHE | PROVEEDORA DEL HOGAR SA | 42 (I) |
| 3275 | | SOPECCH | SOCIEDAD DE PRODUCTORES Y EMPACADORES DE CARNE DE CHINAMECA S.P.R. DE R.L. | 42 (I) |
| 1225740 | 1276555 | ALMIRANTE PECH | ALMIRANTE PECH, S.A. DE C.V. | 43 (9) |

Tabla2. Búsqueda Fonética. Fuente:

<https://marcanet.impi.gob.mx:8181/marcanet/vistas/common/datos/bsqFoneticaCompleta.pgi>

3.5 Descripción del Proyecto

A continuación, se describe el proyecto en lo que respecta a su propuesta de negocio donde se abarca su conceptualización, filosofía empresarial, identificación de mercado, tipo de operación, descripción del personal y equipamiento.

Wipech es un restaurante casual y familiar el cual se centrará en proporcionar trabajo a personas con discapacidad auditiva. Se promoverá la asistencia de consumidores locales y extranjeros mediante un menú que pueda ser del agrado de todos y que las instalaciones sean como su segunda casa.

3.6 Logo

Figura 7. Logo Wipech



. Fuente: Personalika

El logo se diseñó de una manera en que, al verlo, las personas con discapacidad auditiva se den cuenta de que es un establecimiento inclusivo. Se usó la tonalidad rosa fucsia para que fuese llamativo a la vista de los usuarios, así como el uso de las señas de manera clara por cada de una las letras que representan. Este logo es original fue realizado por el estudio de diseño "Personalika", ubicado en Ensenada, B.C.

3.7 Justificación

Este proyecto está enfocado en una población que la mayoría no toma en cuenta la cual está integrada por las personas con discapacidad auditiva.

Un porcentaje elevado de la población sorda trabaja en los cruceros de las principales vialidades y son contadas las personas que tienen un trabajo estable. Además, el grueso de las empresas no incorpora en su equipo de trabajo a personas con alguna discapacidad. Lo anterior representa un esfuerzo extra tanto de los dueños como el personal para darles capacitación y puedan establecer una conversación con las personas sordas.

Como se mencionó anteriormente, en México, como en otros países, aún se discrimina mucho a las personas con discapacidad. Por lo cual, este proyecto está enfocado a dar trabajo a las personas sordas, incluir y atender a personas con diferentes tipos de discapacidad, al igual que crear conciencia en la población. Buscamos crear un lugar de trabajo para personas con discapacidad auditiva. Lo cual es un reto debido a que no pueden escuchar por lo que es más difícil la comunicación y la organización a la hora de realizar una actividad específica dentro del campo laboral. Por esta razón, algunos empresarios creen que no son útiles para desempeñar un trabajo, sin darse cuenta de que su única discapacidad es no poder escuchar.

3.8 Misión

Ofrecer empleos a personas con discapacidad auditiva, proporcionar al cliente platillos elaborados con productos locales y un ambiente tranquilo y brindar seguridad al comensal en la forma de preparar los alimentos.

3.9 Visión

Para el año 2025 será reconocido como un establecimiento inclusivo en el estado al dar trabajo preferentemente a personas con discapacidad auditiva.

3.10 Valores

- Honestidad: Profesional y personal en nuestra labor.

- Responsabilidad: Con nuestros compromisos y en el cumplimiento de nuestros servicios y en la elaboración de platillos de calidad.
- Autenticidad: Somos genuinos, porque somos fieles a nuestros orígenes e ingredientes, creemos que dar es un placer.
- Bienestar: A nuestros clientes mediante nuestro ambiente cálido.
- Respeto: Un profundo respeto al cliente sobre sus expectativas en la calidad del producto y servicio y al medio ambiente.
- Lealtad: Nuestros clientes son lo primero y por ello centramos nuestros esfuerzos en cuidar todos y cada uno de los detalles que hacen que su experiencia en nuestros restaurantes sea realmente única.

3.11 Objetivo de Wipech

Ser un restaurante inclusivo, capacitado para dar trabajo y atender a personas con discapacidad auditiva, brindando un ambiente tranquilo a nuestros clientes.

3.12 Objetivos Específicos

- Ser un restaurante que proporcione trabajo a personas con discapacidad auditiva.
- Ser inclusivos con las personas con discapacidad.
- Brindar capacitaciones continuas a nuestro personal.

3.13 Políticas

- Brindar capacitaciones continuas a nuestro personal.
- Puntualidad por parte del empleado.
- Completa honestidad.
- Utilizar hojas de requisición con la firma del encargado en turno.
- Respeto hacia el área de trabajo y sus compañeros.

3.14 Horarios de operación.

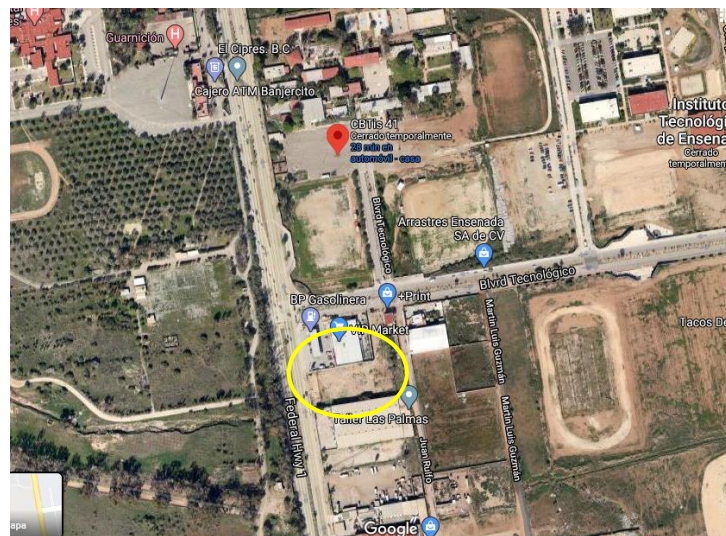
Abierto 6 días a la semana de 8:00 a 21:00 horas, cerrado los miércoles. El horario de los trabajadores del turno matutino será de 7:00 a 15:00 horas, el turno

vespertino será de 14:0 a 22:00 horas. Los trabajadores entrarán una hora antes de la apertura para tener todo listo a la hora de apertura y saldrán una hora más tarde ya que el establecimiento deberá de quedar limpio antes de irse.

3.15 Ubicación

Carretera Transpeninsular y avenida Tecnológico, a un costado de la gasolinera *British Petroleum* (BP), enfrente de la escuela Centro de Bachillerato Tecnológico Industrial y de Servicios número 41 (CBTis 41.).

Figura 8.Propuesta de ubicación para Wipech.



Fuente: Imagen tomada de Google Maps

3.16 El Menú Como Instrumento de Venta

El menú más que una lista que presenta los platos o bebidas de este restaurante será la herramienta principal de ventas del establecimiento. Detalles como el diseño del formato, la distribución de cada plato y la variedad de opciones, son elementos claves, ya que estos reflejan el carácter y la cultura de la compañía.

Es clave identificar cuáles son las características que hacen a un establecimiento genuino, único y que realmente representan una imagen que será recordada e identificada en el mercado. La variedad de opciones en un menú abre las puertas para poder satisfacer los gustos de una clientela más amplia.

En el caso de ciertos menús que son escritos de una manera más simple, los meseros deben ser entrenados con un detallado conocimiento del menú para que sean capaces de explicar el talento detrás de cada plato.

Lo importante es ser consciente que el menú es un elemento en constante evolución basado en las exigencias de la clientela y la industria de restaurantes.

3.17 Segmentación de Mercado

- Variable geográfica: Ciudad: Ensenada, localidad: Chapultepec, colonia: Escritores. Esta variable se especifica de esta manera, ya que el restaurante está ubicado en este lugar, el cual se buscará la forma de comprar en un futuro.
- Variables psicográficas: Personalidad: personas que deseen pasar un rato agradable, aprender una nueva lengua y conocer una nueva cultura. Estilo de vida: personas activas, personas con discapacidad auditiva, que quieran comer o simplemente tomar algo en un lugar tranquilo, a las que les guste lo diferente.
- Variables socioeconómicas: Educación: sin importar el grado de escolaridad de nuestros clientes. Estratos: clase baja, media y alta, ingresos: de 5 salarios mínimos en adelante. Los productos que se ofrecerán en el establecimiento variarán algunos tendrán nivel de adquisición bajo y otro medio-alto, por lo que será accesible para el cliente.
- Variable de posición de usuario: Frecuencia de uso: 3 veces por semana, Ocasión de uso: uso frecuente.
- Lealtad: se espera que las personas al momento de elegir donde consumir alimentos, bebidas o pasar un rato agradable opten como primera opción por este establecimiento. Asimismo, se buscará que los clientes regresen, por lo que se cuente con su preferencia.
- Tasa de uso: se espera que tengamos una tasa de uso frecuente, ya que estará abierto para desayunos, comidas y cenas.

- Disposición de compra: nuestra disposición de compra es amplia, debido a que nuestros precios serán variados y no se necesitará llevar mucho dinero para poder consumir nuestros productos.

3.18 Identificación del Mercado Meta

Nuestro mercado estará enfocado a las personas con discapacidad auditiva, aunque de igual manera se buscará ayudar a las personas oyentes para que conozcan la manera de comunicación de las personas sordas para poder comunicarse con ellas en su lengua. Al ser el único establecimiento con personal sordo y oyente se espera que los turistas con esta discapacidad tengan un lugar a donde llegar donde no se sientan discriminados o rechazados.

3.19 Posicionamiento del Producto

Lograr estar en la mente de los clientes con buena publicidad, que cuando piensen en nosotros sienta el deseo de ir a consumir nuestros productos o de disfrutar de nuestras instalaciones. Llegar a ser un establecimiento reconocido con diferentes sucursales para que nuestros clientes puedan encontrarnos en diferentes ciudades.

Se promocionará el restaurante en la radio, con una inauguración grande, la cual dará la oportunidad de darlo a conocer. Se colocarán folletos en la terminal de los cruceros, en los sitios de información para turistas, entre otros sitios. Se aplicarán promociones, las cuales atraigan gran cantidad de clientes, enfocándose más en los clientes potenciales.

Publicitar una serie de actividades necesarias para hacer llegar un mensaje al mercado meta y su objetivo principal será crear un impacto directo sobre el cliente para que compre un producto, con el consecuente incremento en las ventas.

Parte de la publicidad estará en pantallas, debido a que daremos anuncios en LSM, para que personas con discapacidad auditiva puedan entenderle, al igual que anuncios en las radios entre otras cosas. Para lograr esta meta, el emprendedor debe hacer énfasis en:

- Animar a los posibles compradores a buscar el producto o servicio que se les

ofrece.

- Ganar la preferencia del cliente.

Algunos de los medios que se utilizarán para la publicidad serán:

Redes sociales:

Instagram: Instagram es una red social muy popularizada entre jóvenes que ofrece la posibilidad de compartir fotografías con otros usuarios y poder recibir comentarios o “me gustas” (likes) de tus seguidores. Dentro de estas fotografías que podemos subir, podemos añadir etiquetas o hashtags para etiquetar según el tipo de fotografía o que se puede ver en ella, así será más fácil su clasificación a la hora de realizar búsquedas de una temática en concreto. (Soto, 2020). Utilizaremos Instagram para promocionar subiendo publicaciones de fotos de nuestros productos, así como del menú.

Facebook: Facebook es la principal red social que existe en el mundo. Una red de vínculos virtuales, cuyo principal objetivo es dar un soporte para producir y compartir contenidos. Llegó para ampliar las posibilidades de relación social y causó una revolución sensible en el mundo de las comunicaciones. El marketing no fue ajeno a este cambio encontrando en esta modalidad un terreno fértil para nuevos conceptos y abordajes. Facebook es la red social que más usuarios tienen en el mundo. Son cerca de 2,2 millones de usuarios y en él puedes encontrar personas conocidas, participar en grupos de interés, compartir contenido, enviar y recibir mensajes, hacer contactos, realizar búsquedas, anunciar, etc. Entre las redes sociales, es la que los usuarios escogen más seguido. Facebook es, actualmente, el sitio web más accedido del mundo. Gracias a su éxito y gran adhesión, es considerada como la red que influencia directamente en la política, en la cultura y en la opinión pública de los usuarios. (Werik, 2016). En Facebook crearemos una página en la cual subiremos fotos y videos de nuestro negocio, de igual manera tendremos nuestro menú, horario y ubicación del mismo.

Periódicos

Los periódicos cubren con su circulación un territorio geográfico seleccionado (parte de una ciudad, una ciudad completa, varias poblaciones vecinas o un número de regiones adyacentes) (Alsina, 2006).

Además, los anuncios en el periódico llegan a personas de prácticamente todos los estratos económicos. Por ello, se publicarán anuncios y promociones, para incrementar nuestro número de clientes y que cualquier persona sin importar en qué parte de la ciudad se encuentre pueda visitar el lugar.

Radio

Los anuncios en la radio van más enfocados a personas oyentes y personas con discapacidad visual, debido a que no necesitan ver las promociones si no solo escucharlas. De esta manera cualquier persona podrá conocer y visitar las instalaciones del restaurante.

La radio, ya que es accesible a todo lo largo y ancho de los países (la mayor parte de los hogares poseen radios y la mayoría de los vehículos de transporte también). Por tanto, la radio ofrece la oportunidad de una exposición masiva de los mensajes publicitarios. Este medio publicitario también puede estar dirigido a un mercado particular, en un poblado o ciudad específica a través de la selección adecuada de mensaje y de la estación (Secretaría de economía, 2016).

Volantes

Los volantes serán distribuidos por los empleados de la empresa o se dejarán en lugares turísticos, de puerta en puerta, en colonias seleccionadas, en puntos de reunión de segmento de mercado seleccionado, etc., su impacto puede ser muy fuerte, siempre y cuando se cuide el contenido y presentación de los mismos. Los folletos tendrán imágenes en LSM.

3.20 Promoción de Ventas dentro de la empresa

Otro elemento que puede causar un gran impacto en el mercado meta es el sistema promoción de ventas que se lleve a cabo; la promoción de ventas comprende actividades que permiten presentar al cliente con el producto o servicio

de la empresa, la promoción de ventas debe llevarse a cabo para que el cliente ubique al producto o servicio de la empresa en el mercado.

Por ello se darán muestras gratis de algunos de los productos, se tendrán talleres para niños, talleres en LSM, regalos a clientes frecuentes que cuenten con una tarjeta de lealtad del restaurante, se buscará participar en eventos sociales, educativos, culturales o deportivos de la comunidad, entre otras cosas.

3.21 Plan de Introducción al Mercado

La introducción al mercado será dando un espectáculo gratuito a nuestros comensales, el cual consistirá en presentaciones de cantantes tanto en voz como en LSM, se darán promociones a los clientes y se tendrán muestras gratis de los platillos.

El primer mes estará lleno de promociones y descuentos por inauguración; de esta manera se espera que los clientes recomienden el lugar, es decir, de boca en boca y así aumentar el número de clientes.

Se buscarán patrocinadores que apoyen el día de la apertura y el apoyo de grupos invitados para dar un show a nuestros comensales.

3.22 Preferencias de la Plaza

El restaurante estará ubicado en la carretera transpeninsular enfrente de la preparatoria CBTIS 41 y la Guarnición militar. Al tener cerca lugares donde hay mucho movimiento de personas se espera tener una rotación alta de comensales, debido a que es un punto medio de 3 escuelas, la Guarnición Militar, la Base Aérea, Centro de Gobierno, Bomberos y PGR por mencionar algunos.

La investigación de mercado ayudó a definir a qué público se enfocaría, esto sería a empleados que laboran en oficinas de gobierno y escuelas; los cuales cuentan con muy poco tiempo para comer, buscan algo rico, rápido y cerca que satisfaga su necesidad de alimentarse. Este último punto es uno de los puntos más importantes para poner en el menú cocina italiana y mexicana ya que ambas pueden prepararse con anticipación y montar en el momento que el cliente elija qué comer.

3.23 Tipo de Operación

1. Chef ejecutivo: hará un inventario inicial y final para conocer los movimientos más frecuentes en el almacén y con esto realizar las primeras entradas, primeras salidas y el stock con que se cuenta. Además de supervisar el horario de trabajo del personal que labora ese día, por medio de un checador instalado a un costado de la oficina administrativa.
2. Meseros: antes y después de la jornada de trabajo. se hará la limpieza del lugar para evitar que las instalaciones estén sucias, el rol de limpieza será en áreas del comedor y barra de servicio.
Jefe de almacén: llevará un estricto control de máximos y mínimos para evitar pérdidas por merma o faltante de insumos en un horario laboral. Y efectuará el aseo del lugar tres veces por semana para evitar plagas dentro del mismo.
3. Compras: se realizarán por lo menos con tres días de anticipación cuando el producto no es perecedero, en el caso de las proteínas, lácteos y tortillas la compra será el mismo día en que se utilizará.
4. Proveedores: sólo serán recibidos entre semana a una hora específica tres veces a la semana o cuando sea requerido.

3.24 Tipo de Cocina

El restaurante será una fusión italiana/mexicana ya que ambas tienen un estilo culinario muy característico que incorpora a sus platillos, ingredientes y métodos de diferentes estilos regionales.

3.25 Tipo de Servicio

El servicio será americano, porque es más rápido, aunque se tenga un menor número de personal; sin embargo, en este servicio, el mesero debe conocer perfectamente el menú, los ingredientes y el proceso que estos tienen, con la finalidad de proporcionar al cliente atención y para que decida qué comer. Como servicio adicional se contará con red inalámbrica de internet y valet parking que los guiará hasta la entrada del restaurante.

3.26 Personal que compone este restaurante

Administrativo

Gerente (chef ejecutivo), secretaria encargada de la contabilidad y pagos a proveedores; encargado del almacén, será el responsable de compras; cajera.

Para el área de administración

- Gerente (1).
- Cajera (2)

Para el área de Producción

- Cocineros (2).
- Chef encargado de cocina (1).

Servicio

- Meseros (2).
- Personal de limpieza (2).
- Hostess (2)

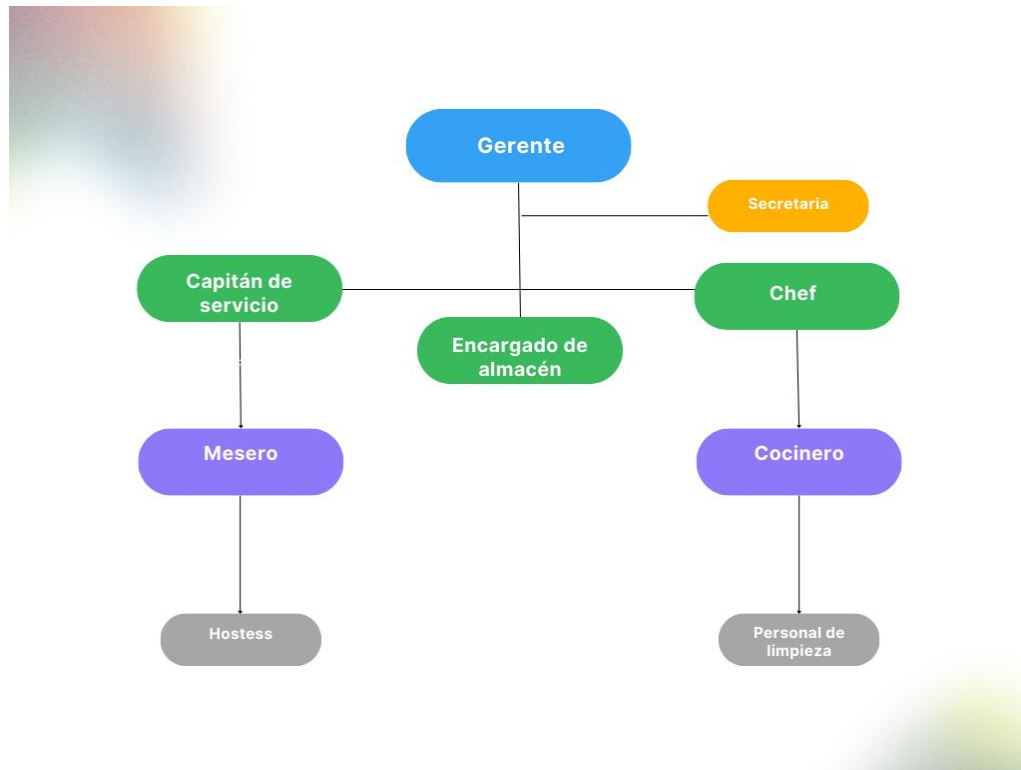
El restaurante contará con un gerente, una secretaria, un elemento en línea caliente y otro en línea fría, un encargado de almacén responsable de compras, un chef encargado de cocina, dos cocineros, un ayudante de cocineros.

En el área de servicio serán 2 meseros y 2 ayudantes de meseros. En el área de limpieza habrá 2 lavaplatos y 1 de limpieza general.

La empresa será de suma importancia seguir este manual, debido a que ayudará a manejar la empresa con responsabilidad y por ende, disminuirán las pérdidas y garantizará un crecimiento adecuado.

3.27 Organigrama

Figura 9 Organigrama Wipech



Fuente: Elaboración propia

3.28 Descripción de puestos de trabajo

El objetivo de un Análisis y Descripción de Puestos de Trabajo (ADP) no es otro que el de definir de una manera clara y sencilla las tareas que se van a realizar en un determinado puesto y los factores que son necesarios para llevarlas a cabo con éxito (Vargas 2006). Tal es su importancia, que debería considerarse como un método fundamental y básico para cualquier organización, sin embargo, aún seguimos viendo como es considerado como un procedimiento “no importante”, o al menos “no tan necesario”, como otras herramientas utilizadas.

Según Carrasco (2009) los puestos de trabajo constituyen la esencia misma de la productividad de una organización. La gestión de recursos humanos es el área de la empresa que se ocupa de la organización y la utilización de las capacidades,

calidades y actitudes del personal mediante la selección, formación y motivación del mismo para conseguir la eficiencia empresarial.

Para terminar este apartado, quisiera subrayar, siguiendo a Lillo (2009), menciona como un hecho trascendental que el talento humano el área de servicios está intrínsecamente unido a la calidad del producto, de tal forma que las empresas competitivas o no, se vinculan al profesionalismo y capacidad de su personal por medio de la prestación de servicios que coadyuven a cumplir las expectativas de los clientes y en algunos casos a repetir la vista y recomendar el lugar.

A continuación, se presenta una propuesta de organigrama del departamento de alimentos y bebidas y descripciones de los diversos puestos que se presentan en él.

Gerente de alimentos y bebidas

Tabla 4. Gerente de alimentos y bebidas

| | |
|---|---|
| Fecha: Agosto del 2021 | Área o Gerencia: Alimentos y Bebidas |
| Título del Puesto: Gerente de Alimentos y Bebidas | Ubicación: |
| Reporta a: ante Gerencia General y el presidente, o dueño. | Supervisa a: Chef Ejecutivo, Chief Steward, Jefe de Bares, personal de comedor,, cocina y Steward. |

Objetivo del Puesto

Es responsable del manejo de la oficina de Alimentos y Bebidas, del manejo de su información en archivos y equipos de cómputo, reportes y toda clase de documentos que deberán ser manejados con la mayor discreción y cuidado.

Funciones del Puesto

1. - Desarrollar los controles para llevar a cabo el manejo de:
 - Levantamiento del inventario físico mensual de comestibles.
 - Levantamiento del inventario físico mensual de equipo de comedor.
 - Levantamiento del inventario físico mensual de mantelería del restaurante.
 - Integración del stock de mantelería para servicio del restaurante.
 - Revisión diaria de la bitácora de novedades del servicio de comedor.
 - Elaboración de la pre-nómina semanal del personal de A y B.
 - Reunirse periódicamente con el Chef para realizar la integración y revisión de las recetas estándar de los platillos de carta, banquetes y especiales del Chef.
 - Turnaran las órdenes de mantenimiento de su área.
 - Turnara a la Gerencia General las órdenes de compra para su autorización.
2. - Participará en la elaboración del presupuesto anual de ingresos y egresos en coordinación con la Gerencia General y la Contraloría del Hotel.

3. - En coordinación con el departamento de costos, determinará el costo diario por muestreo de cada una de las áreas que integran el departamento de Alimentos y Bebidas.
4. - En coordinación con el departamento de ingresos diariamente determinará el monto de los ingresos obtenidos, el número de clientes atendidos y los cheques promedio, y se comparan con los resultados de periodos anteriores similares para analizar los resultados y proponer mejoras continuas.
5. - Periódicamente verificar la veracidad de las recetas estándar, así como los precios de costo para proponer ajustes de precios de venta en la carta y servicios ofrecidos derivados de la operación.
6. - Determinará la nómina base para la prestación de todos los servicios de Alimentos y Bebidas.
7. - En coordinación con el Chef propondrá los diferentes menús, para cubrir las necesidades conforme la demanda de servicios.
8. - Difundirá al personal de las diferentes áreas e instituciones la cultura gastronómica, los hábitos populares en la alimentación, conceptos básicos de nutrición y aspectos históricos de la cocina regional con el propósito de enaltecer la gastronomía como actividad cultural.
9. - Periódicamente realizará al personal la evaluación al desempeño del servicio a fin de informar y proponer mejoras en las condiciones laborales del personal, ascensos o en su caso separación de sus funciones.
10. - Se asegurará que las diferentes áreas del departamento se encuentren en perfecto orden.
11. - Diariamente revisará el montaje y alineación de las mesas del comedor, conforme a los estándares previstos.
12. - Se asegurará que el personal de servicio mantenga en orden las estaciones de servicio de meseros, además de bien abastecidas.
13. - Será su responsabilidad establecer juntas periódicas con los encargados de servicio y producción, con la finalidad de analizar las diversas necesidades de personal para cubrir los servicios, necesidades de equipo, así como de materia prima, montajes, horarios, preparación de la Mise en Place, y también para analizar los resultados de la operación.
14. - Será su responsabilidad proponer y capacitar eficazmente al personal de servicio por medio de sesiones, juntas, dramatizaciones y supervisiones permanentes.
15. - Prestará el apoyo necesario al área Ventas para verificar que los servicios ofrecidos en los contratos sean completos, con la más alta calidad en los horarios solicitados.
16. - Verificar que el personal de servicio realice la recepción de los clientes de manera cordial, asegurándose de ofrecer la mayor calidad del servicio, atención y servicios ofrecidos.
17. - En coordinación con los Capitanes de Meseros, se cerciorará que el personal de servicio esté debidamente uniformado y equipado con las herramientas básicas como plumas, encendedor y descorchador, así como aseado para ofrecer el mejor servicio y la mejor imagen al público.
18. - Para los grupos SuperVIP se asegurará que estos reciban la mejor atención, puntualidad, calidad y calidez del servicio.
cada área de servicio de tal manera que se evite el descuido en cualquiera de estos.
19. - Coordinar con el Chef las actividades tendientes al mejoramiento de los hábitos de higiene del personal, así como de los procesos de sanitización del equipo, materia prima e instalaciones, por medio de juntas permanentes.
20. - Deberá conocer y manejar ampliamente las políticas y procedimientos de la empresa.
21. - Supervisar la calidad de compras del equipo y materia prima del stock de alimentos, bebidas y suministros.
22. - Planear y organizar las funciones operativas de cada centro de consumo.
23. - Integrar y entrenar al equipo de alimentos y bebidas.
24. - Planear, organizar y dirigir servicios de banquetes.
25. - Coordinar el equipo bajo su responsabilidad, seleccionando, entrenando, evaluando el desempeño y estimulando el nivel de motivación de los colaboradores.
26. - Elaborar turnos de trabajo y disfrute de vacaciones, dimensionar los equipos, así como también definir patrones de tiempo y calidad del servicio.

Responsabilidad del Puesto

1. - Verificar que el personal de áreas públicas mantenga la oficina limpia.
2. - Verificar la puntualidad del mantenimiento del equipo de cómputo, telefónico, así como las órdenes de mantenimiento del área.

- 3. - Asistir de manera puntual, inmediata y diligente a todo aquel apoyo concerniente al trabajo administrativo de la Gerencia, así como apoyar ampliamente en tiempo y forma en el desarrollo de los eventos especiales organizados por el departamento.
- 4. - Asistir a las juntas de trabajo que le señale la Gerencia.
- 5. - Asistir a los cursos de capacitación que le señale la Gerencia.

Perfil del Puesto

- Licenciado en turismo, Gastronomía, Administración de empresa o área a fin.
- Contar con al menos 5 años de experiencia en puestos similares y en Hoteles VIP o de clase superior.
- Dominio del idioma inglés certificado con nivel BII del marco común europeo o similar.
- Conocimientos del lenguaje de señas mexicanas (LSM)
- Excelente presencia, capacidad para trabajar bajo presión constante.
- Buen manejo de las relaciones interpersonales; capacidad de negociación y manejo de conflictos.
- Habilidad comercial y de negociación.
- Su carácter será extrovertido. Será una persona con alta solvencia moral, altamente profesional, muy responsable, honesto, experimentado y capacitado para tomar decisiones relacionadas al puesto.
- Deberá conocer ampliamente los platillos físicamente de la carta y del Kit de Banquetes, así como la línea de materia prima del almacén, los vinos y licores, su forma de servirlos y combinarlos. De la misma forma deberá conocer los mecanismos mínimos de control para dirigir adecuadamente los resultados del costo conforme a las metas propuestas; asimismo aplicará las disposiciones necesarias para salvaguardar el orden y las buenas costumbres. De la misma forma será un portador importante de la imagen de la empresa; así como un líder y ejemplo a seguir por sus subordinados.

Habilidades y Conocimientos

- Responsable y organizado con altos estándares de servicio.
- Conocimiento y aplicación de las buenas prácticas de seguridad alimentaria.
- Conocimientos de etiqueta.
- Conocimientos contables.
- Manejo de costos de alimentos.
- Experiencia en cargos de liderazgo.
- Habilidad de análisis.
- Proactividad
- Buen comunicador
- Habilidades y conocimientos computacionales (office y software especializado, etc)

Tabla 5. Asistente secretarial de Alimentos y Bebidas

| | |
|---|---|
| Fecha: Agosto del 221 | Área o Gerencia: Alimentos y Bebidas |
| Título del Puesto: Asistente secretarial de Alimentos y Bebidas. | Ubicación: |
| Reporta a: Gerente de Alimentos y Bebidas. | Supervisa a: |

Objetivo del Puesto

Bajo la directriz de la Gerencia de Alimentos y Bebidas apoyará en todo lo concerniente a la organización de actividades de oficina, cerciorándose del orden y limpieza, realizando escritos, manejo de archivo, elaboración de expedientes, solicitudes de cheques, recepción y contestación de memorandos y correos electrónicos, sugerencias y especiales del Chef, cotizaciones, presupuestos, resúmenes de trabajo, reportes varios, recibir y transferir llamadas telefónicas, asistir a la celebración de eventos especiales, atención de clientes, proveedores y visitantes en la oficina, apoyar con diligencia los servicios de café para las visitas

especiales y en general en toda clase de asistencia al área Operativa, por lo que utilizará un criterio amplio para ejercer un control administrativo y efectivo de la oficina de Alimentos y Bebidas.

Funciones del Puesto

1. - Verificar que el personal de áreas públicas mantenga la oficina limpia.
2. - Verificar la puntualidad del mantenimiento del equipo de cómputo, telefónico, así como las órdenes de mantenimiento del área.
3. - Asistir de manera puntual, inmediata y diligente a todo aquel apoyo concerniente al trabajo administrativo de la Gerencia, así como apoyar ampliamente en tiempo y forma en el desarrollo de los eventos especiales organizados por el departamento.
4. - Asistir a las juntas de trabajo que le señale la Gerencia.
5. - Asistir a los cursos de capacitación que le señale la Gerencia.
6. - Mantener la oficina en orden y con puertas cerradas en ausencia de la Gerencia.

Responsabilidad del Puesto

En el desempeño normal de sus funciones, el titular del puesto cuenta con autoridad para:

1. - Verificar que el personal de áreas limpias mantenga la oficina limpia.
2. - Verificar la puntualidad del mantenimiento del equipo de cómputo, telefónico, así como las órdenes de mantenimiento del área.
3. - Asistir de manera puntual, inmediata y diligente a todo aquel apoyo concerniente al trabajo administrativo de la Gerencia, así como apoyar ampliamente en tiempo y forma en el desarrollo de los eventos especiales organizados por el departamento.
4. - Asistir a las juntas de trabajo que le señale la Gerencia.
5. - Asistir a los cursos de capacitación que le señale la Gerencia.
6. - Mantener la oficina en orden y con puertas cerradas en ausencia de la Gerencia.

Perfil del Puesto

- Licenciado en turismo, Gastronomía, Administración de empresa o área a fin. O
- contar con al menos 2 años de experiencia en puestos similares. Dominio del idioma inglés certificado con nivel BII del marco común europeo o similar. Excelente presencia, capacidad para trabajar bajo presión constante.
- Buen manejo de las relaciones interpersonales; capacidad de negociación y manejo de conflictos.
- Su carácter será extrovertido. Poseer, aplicar y mantener actitudes de servicio, responsabilidad, pulcritud, orden, puntualidad, eficiencia y particularmente mucha discreción.
- Dominio en el manejo de equipo y programas de cómputo, máquina de escribir, teléfonos, fax y fotocopidora; conservar y fomentar las buenas relaciones con los clientes, jefes y compañeros.
- Su actitud será de atención excesiva a las necesidades; su presencia será agradable y cordial.

Habilidades y Conocimientos

- Responsable y organizado con altos estándares de servicio.
- Conocimiento y aplicación de las buenas prácticas de seguridad alimentaria.
- Conocimientos contables.
- Manejo de costos de alimentos.
- Habilidad de análisis.
- Proactividad
- Buen comunicador
- Habilidades y conocimientos computacionales (office y software especializado, etc)

Capitán de meseros

| | |
|---|---|
| Fecha: Agosto del 2021 | Área o Gerencia: Alimentos y bebidas |
| Título del Puesto: Capitán de meseros | Ubicación: |
| Reporta a: ante la Gerencia de Alimentos y Bebidas y Gerente General. COMPARTE RESPONSABILIDAD: Chef. | Supervisa a: Meseros de comedor, ayudante de meseros y personal de limpieza. |

Objetivo del Puesto

Determinará con base a los lineamientos establecidos por la Gerencia de Alimentos y Bebidas y de acuerdo a las necesidades del departamento, a las políticas y procedimientos, los mecanismos más adecuados para realizar las acciones más adecuadas para consolidar los planes, que permitan organizar, controlar, coordinar y dirigir la operación de Alimentos y Bebidas en las áreas de comedor, banquetes, bares y eventos especiales haciéndola más fluida, productiva, atractiva y eficiente. Su responsabilidad consistirá en gestionar permanentemente propuestas y tomar acciones que permitan obtener soluciones a todos aquellos conflictos relacionados con la constante mejora de resultados en la operación y servicio al cliente.

Funciones del Puesto

1. - Desarrollar los controles para llevar a cabo el manejo de:
 - Levantamiento del inventario físico mensual de equipo de comedor.
 - Levantamiento del inventario físico mensual de mantelería del restaurante.
 - Elaboración diaria de la bitácora de novedades del servicio de comedor y entrega de incidencias, reservaciones, etc. A la gerencia de A y B.
 - Reunirse periódicamente con el Chef y Gerente de A y B para revisar la integración y revisión de nuevas recetas de platillos de carta y especiales.
 - Turnar las órdenes de mantenimiento de su área, en su caso.
 - Turnar a la Gerencia General las órdenes de compra para su autorización.
2. - Participar en la elaboración del presupuesto anual de ingresos y egresos en coordinación con la Gerencia de A y B.
3. – Apoyar al departamento de costos, para determinar el costo diario por muestreo de cada una de las áreas que integran el departamento de Alimentos y Bebidas.
4. - Periódicamente verificar la veracidad de las recetas estándar de bebidas y proponer ajustes en las mismas.
5. – Determinación de la nómina base para la prestación de todos los servicios de Banquetes y servicios regulares de todos los centros de consumo.
6. - Coordinarse con el Chef para que el personal de servicio conozca los diferentes menús y bufets para cubrir las necesidades conforme la demanda de servicios.
7. - Difundir al personal la cultura gastronómica, hábitos populares en la alimentación, conceptos básicos de nutrición y aspectos históricos de la cocina regional con el propósito de enaltecer la gastronomía como actividad cultural.
8. – Apoyará en el levantamiento de exámenes al personal para evaluar su desempeño de servicios a fin de informar y proponer mejoras en las condiciones laborales del personal, ascensos o en su caso separación de sus funciones.
9. - Asegurar que las diferentes áreas del departamento se encuentren en perfecto orden.
10. – En todo tiempo revisar el montaje y alineación de las mesas del comedor, Lobby bar, Pool bar y áreas de banquetes.
11. - Asegurar que Capitanes y meseros mantengan en orden las estaciones de servicios, y bien abastecidas de insumos y equipo de servicio.
12. – Participara en juntas periódicas con el Gerente de A y B, Chef antes de cada celebración de eventos, con la finalidad de analizar las diversas necesidades de personal para cubrir los servicios, necesidades de

equipo, así como de materia prima, montajes, horarios, preparación de la Mise en Place, así como para analizar los resultados.

13. - Se corresponsabilizará de capacitar eficazmente al personal de servicio por medio de sesiones, juntas, dramatizaciones y supervisiones permanentes.

14. - Prestará el apoyo y supervisión necesario al área de Ventas para verificar que los servicios ofrecidos en los contratos sean completos, con la más alta calidad en los horarios solicitados.

15. - Verificar que los Capitanes de Restaurante y Banquetes realicen la recepción de los clientes de la manera más cordial, asegurándose de ofrecer la mayor calidad del servicio, atención y servicios ofrecidos.

16. - Personalmente recibirá, sentará y despedirá a los clientes del restaurante y banquetes, y se asegurará que los servicios de los centros de consumo sean óptimos. En su caso sugerirá los platillos especiales y vinos más apropiados para los clientes.

17. - Asegurarse que los meseros y ayudantes estén debidamente uniformados y equipados con las herramientas básicas como plumas, encendedor y descorchador, así como aseado para ofrecer el mejor servicio y la mejor imagen al público.

18. - En grupos Super VIP asegurarse de dar la mejor atención, puntualidad, calidad de servicio.

Responsabilidad del Puesto

En el desempeño normal de sus funciones, el titular del puesto cuenta con autoridad para:

Es responsable del recurso humano de comedor y del servicio que se genere al cliente y resultados; al mismo tiempo se responsabiliza de los insumos y equipo utilizados para realizar el servicio.

Deberá ser muy discreto y disciplinado en el manejo de información ya que de otra manera se considera como acto de indisciplina y desobediencia. Asimismo, evitará todo acto de abuso, ocasionado por sus subordinados y puestos alternos debiendo notificar toda anomalía a la Gerencia de Alimentos y Bebidas.

Perfil del Puesto

- Preparatoria terminada, o
- contar con al menos 3 a 5 años de experiencia en puestos similares. Conocimientos del lenguaje de señas mexicanas (LSM) Excelente presencia, capacidad para trabajar bajo presión constante.
- Buen manejo de las relaciones interpersonales; capacidad de negociación y manejo de conflictos.
- Su carácter será extrovertido. Poseer, aplicar y mantener actitudes de servicio, responsabilidad, pulcritud, orden, puntualidad, eficiencia y particularmente mucha discreción.
- Determinará con base a los lineamientos establecidos por la Gerencia de Alimentos y Bebidas y de acuerdo a las necesidades del departamento, a las políticas y procedimientos, los mecanismos más adecuados para realizar las acciones más adecuadas para consolidar los planes, que permitan organizar, controlar, coordinar y dirigir la operación de Alimentos y Bebidas.

Habilidades y Conocimientos

- Responsable y organizado con altos estándares de servicio.
- Conocimiento y aplicación de las buenas prácticas de seguridad alimentaria.
- Conocimientos contables.
- Manejo de costos de alimentos.
- Habilidad de análisis.
- Proactividad
- Buen comunicador
- Habilidades y conocimientos computacionales (office y software especializado, etc.)

Mesero de Restaurante

| | |
|--|---|
| Fecha: Agosto del 2021 | Área o Gerencia: Alimentos y Bebidos |
| Título del Puesto: Mesero de Restaurante | Ubicación: |
| Reporta a: Capitán de Restaurante en turno, y Gerente de Alimentos y Bebidas. | Supervisa a: Ayudante de mesero. |

Objetivo del Puesto

Ejecutará las acciones necesarias para la realización del servicio de Restaurante de acuerdo a los lineamientos de la empresa y de la Gerencia.

Funciones del Puesto

1. - Apoyar a realizar bajo la instrucción del Capitán en turno los siguientes controles:
 - Levantamiento del inventario físico mensual de comestibles del Comedor.
 - Levantamiento del inventario físico mensual de equipo de Comedor.
 - Levantamiento del inventario físico mensual de mantelería del Restaurante.
2. - Ejecutar el montaje y alineación de mesas en los servicios del Restaurante conforme al rol de habitaciones y de acuerdo a los estándares de calidad establecidos.
3. - Mantendrá el Restaurante en perfectas condiciones de higiene y orden; permanentemente supervisará el montaje, alineación y limpieza de sus mesas.
4. - Presentarse a sus labores de manera puntual de acuerdo al rol de trabajo.
5. - Montará la estación que le corresponda de acuerdo al programa de habitaciones y a los estándares de calidad, debiendo checar antes su stand de servicio que se encuentre completo.
6. - Revisar que la estación que le corresponda se encuentre en perfectas condiciones de higiene antes de iniciar el servicio.
7. - Recibirá personal y cordialmente a los clientes del Restaurante saludándolos con frases como “*buenos días, tardes...*”, así como “*bienvenidos*”; nunca de mano a menos que el cliente lo solicite, asignando la mesa de acuerdo al tamaño, conformación y deseos del grupo cerciorándose de la calidad del servicio, atención y servicios ofrecidos.
8. - Deberá conocer los especiales, sugerencias del chef, así como los platillos de Buffet, variedad de bebidas del bar y su manera de combinarlos, haciendo constantemente la labor de sugerir vinos y licores para incrementar los consumos del cliente y la venta.
9. - Pasará la orden de comida a su ayudante de mesero para que éste la ordene a la cocina y le dé seguimiento hasta que salga de cocina. Su ayudante avisará cuando el plato (s) esté listo (s).
10. – Entregará todas las comandas originales a la caja para integrar el cheque de consumo correspondiente, debiendo sellar la copia de la comanda para poderlas trabajar en cocina y/o bar en el reloj checador.
11. - Antes de presentar el cheque de consumo al cliente deberá cerciorarse que los conceptos se encuentran bien integrados conforme a las comandas y consumos. Deberá llevar el cheque de consumo al Capitán en turno para que se la autorice con su firma y realizará el cobro de la cuenta con toda la cordialidad, rapidez y exactitud. Asimismo, se asegurará que todos aquellos cheques de consumo firmados por los clientes, correspondan a la firma registrada en el talón de crédito otorgado por la Recepción.
12. – Ofrecerá y servirá postres, y otras especialidades.
13. Ayudará a los clientes a levantarse de la mesa cuando estos se retiren, agradeciéndoles que nos hayan favorecido con su visita y haciéndoles una cordial invitación a que vuelvan pronto.
14. - Volver a montar la mesa cuando sea desocupada de manera inmediata
15. - Auxiliar en todo momento a su ayudante.
16. - Cerciorarse que antes de comenzar el servicio se encuentre debidamente uniformado y equipado con las herramientas básicas como plumas, encendedor y descorchador, así como debidamente aseado para ofrecer el mejor servicio y la mejor imagen al público.
17. - Durante los servicios de Banquetes dentro del Restaurante, será responsable de su atención, puntualidad, calidad y calidez del servicio prestado.
18. – Retirarse de sus labores terminando todas las tareas del rol de habitaciones.
19. - Será su responsabilidad apoyar a la Gerencia de Alimentos y Bebidas a recibir y capacitar eficazmente al personal de servicio por medio de sesiones, juntas, dramatizaciones y supervisión permanente.
20. - Bajo la dirección de la Gerencia de Alimentos y Bebidas realizará las actividades tendientes a mejorar los procesos de sanitización del equipo.
21. - Asistirá a las juntas de preservicio para conocer las características del Menú o Buffet del día, Desayunos y Eventos especiales en Días festivos.
- 22.- Cumplirá con el Programa de Habitaciones con puntualidad, limpieza y pulcritud para las áreas del restaurante.
23. - Deberá conocer y aplicar las políticas y procedimientos de la empresa.

Responsabilidad del Puesto

En el desempeño normal de sus funciones, el titular del puesto cuenta con autoridad para:

Es responsable ante el Capitán de Restaurante en turno del servicio que se genere en el comedor, la coordinación, prestación del servicio, satisfacción del cliente y sus resultados; y de los insumos utilizados para generar el servicio.

Del cobro total de las cuentas generadas por consumos en Restaurante.

Deberá ser muy disciplinado. Asimismo, deberá evitar todo acto de abuso, ocasionado por sus compañeros, debiendo notificar toda anomalía al Capitán en turno y Maitre d' Hotel.

Perfil del Puesto

- Preparatoria terminada, o
- contar con al menos 3 a 5 años de experiencia en puestos similares.
- Conocimientos del lenguaje de señas mexicanas (LSM)
- Excelente presencia, capacidad para trabajar bajo presión constante.
- Buen manejo de las relaciones interpersonales; capacidad de negociación y manejo de conflictos.
- Su carácter será extrovertido. Poseer, aplicar y mantener actitudes de servicio, responsabilidad, pulcritud, orden, puntualidad, eficiencia y particularmente mucha discreción.
- Deberá ser una persona con alta solvencia moral, altamente profesional, muy responsable, honesto, don de mando y capacitado para tomar decisiones relacionadas al servicio de Banquetes.
- Deberá conocer ampliamente los platillos físicamente del menú
- Conocerá de vinos y licores, su forma de servirlos y de combinarlos; las formas más usuales de montaje.
- Será un ejemplo a seguir por sus compañeros y jefes.
- Su presencia será agradable y cordial.

Hostess

| | |
|--|---|
| Fecha: Agosto del 2021 | Área o Gerencia: Alimentos y Bebidas |
| Título del Puesto: <i>Hostess.</i> | Ubicación: |
| Reporta a: Gerente de Alimentos y Bebidas y Capitán de meseros. | Supervisa a: |

Objetivo del Puesto

Determinará con base al montaje del Restaurante y servicios de Banquetes en salones, áreas ajardinadas y restaurante y a las reservaciones del día y en coordinación con los Capitanes de Restaurante y Banquetes (en su caso), la manera más sencilla para acceder a los clientes al servicio de comedor asignándoles la (s) mesa (s), así como darles la bienvenida y despedida de la forma más cordial.

Funciones del Puesto

- 1.- Llegará puntual, pulcro e impecable en su aspecto físico al comedor.
- 2.- Verificará con los Capitanes de Restaurante y Banquetes (según el caso) las reservaciones del día o las características del evento debiendo contar con la hoja de recepción y plano del comedor.
- 3.- Recibir a los clientes con una sonrisa sincera y cordial, diciéndoles “*buenos días, tardes...*”, debiendo preguntar “*¿cuántas personas son?*” y “*¿sección de fumar o no fumar?*” y llevarlos, en su caso, hasta su mesa, asegurándose que el mesero correspondiente seguirá con el protocolo de servicio.

De la misma forma registrarlos en la hoja de recepción y asignarles mesa; en caso de desacuerdo cambiarlos inmediatamente dependiendo de la disponibilidad.

4. - Cuando el tiempo lo permita pasar a las mesas y checar que los servicios ofrecidos correspondan a los estándares de calidad de la empresa; cualquier anomalía indicarla a los Capitanes de Restaurante y Banquetes.

5. - Cuando el cliente se retira despedirlo con una sonrisa preguntándole si todo fue de su agrado y diciéndoles “que vuelvan pronto”.

6. - Apoyar a realizar al Capitán de Restaurante los controles para llevar a cabo el manejo de:

- Levantamiento del inventario físico mensual de comestibles del Comedor.
- Levantamiento del inventario físico mensual de equipo de Comedor.
- Levantamiento del inventario físico mensual de mantelería del Restaurante.

7. - Supervisar y ejecutar el montaje y alineación de mesas en los servicios de Restaurante conforme al rol de habilitaciones y de acuerdo a los estándares de calidad establecidos.

8. - Cambiar el agua de los centros de mesa y reportar las que se encuentren en mal estado.

9. - Informar a la Gerencia de Alimentos y Bebidas las áreas que se encuentren en deficientes condiciones de higiene, orden y de mantenimiento; permanentemente supervisará el montaje y alineación de las mesas y le notificará a los Capitanes de Restaurante y Banquetes.

10. - Apoyará al Capitán de Restaurante verificando que antes de comenzar el servicio de restaurante, el personal de servicio esté debidamente uniformado y equipado con las herramientas básicas como plumas, encendedor y descorchador, así como debidamente aseado para ofrecer el mejor servicio y la mejor imagen al público.

11. - Apoyara en el montaje de Bufets de Desayunos, *Brunchs* y Eventos Especiales, particularmente en el aspecto de imagen al público, en cuanto a orden y limpieza, asimismo en el ofrecimiento a los clientes con café, chequeo de nivel de agua del conservador de pan y verificación de limpieza de W. C.

12. - Apoyara con el cumplimiento del Programa de Habilitaciones en las funciones a su cargo marcando la puntualidad, limpieza y pulcritud con la cual deban concluirse los trabajos previos al servicio, así como la supervisión permanente de las áreas del restaurante.

13. -Deberá conocer y manejar ampliamente las políticas y procedimientos de la empresa.

Responsabilidad del Puesto

En el desempeño normal de sus funciones, el titular del puesto cuenta con autoridad para:

Es responsable ante los Capitanes de Restaurante, en su caso, del servicio de recepción del público en el salón comedor, la coordinación y ejecución de la misma y sus resultados; así como del manejo de las reservaciones realizadas por los clientes con anticipación cerciorándose que la (s) mesa (s) solicitadas se encuentren disponibles previa a la llegada de los clientes.

Deberá ser una persona muy discreta y disciplinada en el manejo de información ya que de otra manera se considera como acto de indisciplina y desobediencia. Asimismo, deberá evitar todo acto de abuso ocasionado por sus compañeros y puestos alternos, debiendo notificar toda anomalía a la Gerencia de Alimentos y Bebidas y al capitán de meseros en su caso.

Perfil del Puesto

- Preparatoria terminada, o
- Contar con al menos 1 a 2 años de experiencia en puestos similares.
- Conocimientos del lenguaje de señas mexicanas (LSM)
- Excelente presencia, capacidad para trabajar bajo presión constante.
- Buen manejo de las relaciones interpersonales; capacidad de negociación y manejo de conflictos.
- Deberá ser una persona respetuosa, disciplinada, responsable, honesta y familiarizada con el puesto. Será un ejemplo a seguir por sus compañeros y jefes.
- Su presencia será agradable y cordial.
- Tomar decisiones relacionadas a la asignación de mesas en Restaurante, Banquetes y/o de Eventos Especiales.
- Conocerá ampliamente los servicios de Buffet comerciales, así como los platillos de carta y sugerencias, los vinos y licores, su forma de servirlos y de combinarlos.

- Manejo de montajes, aplicar las disposiciones necesarias para salvaguardar el orden y las buenas costumbres entre el personal; de la misma forma será un portador importante de la imagen de la empresa con los clientes, por lo que su presencia física en el servicio será requerida en todo momento; así como ser un ejemplo a seguir por sus compañeros y jefes. Su presencia será agradable y cordial. Su carácter será extrovertido.

Chef

| | |
|---|---|
| Fecha: Agosto del 2021 | Área o Gerencia: Alimentos y Bebidas |
| Título del Puesto: <i>Chef</i> | Ubicación: |
| Reporta a: <i>Gerente de Alimentos y Bebidas</i> | Supervisa a: <i>Cocineros de cocinas ayudantes de cocina, personal de limpieza</i> |

Objetivo del Puesto

Determinará con base a los lineamientos y objetivos propuestos y en coordinación con la Gerencia de Alimentos y Bebidas, los mecanismos más adecuados para planear, organizar, controlar y dirigir los servicios de producción en cocina para restaurante y banquetes.

Funciones del Puesto

1. - Desarrollará en coordinación con la Contraloría los siguientes controles:
 - Levantamiento del inventario físico mensual de comestibles de la Cocina.
 - Levantamiento del inventario diario de porciones de carnes en cámaras.
 - Levantamiento del inventario físico anual del equipo de Cocina.
 - Elaboración diaria de los pedidos de perecederos.
 - Programación de producciones de panificación y repostería.
 - Elaboración de las requisiciones de materia prima para las preparaciones en cocina de servicios regulares de la restaurante y eventos.
 - Integración del stock de perecederos para la cámara, refrigeradores y alacena.
 - Integración diaria de la bitácora de novedades del servicio de Cocina.
 - Integración de la nómina base del personal de cocina y *Lava platos*.
 - Entrega semanal del reporte de horas extras del personal de cocina.
 - Valorización e integración de recetas estándar.
 - Revisión de los reportes de costos de Alimentos.
 - Integración de los reportes de traspasos entre cocinas y de la cocina a los bares.
 - Turnará a la Gerencia de Alimentos y Bebidas las órdenes de mantenimiento de su área.
 - Diariamente turnará a la Gerencia de Alimentos y Bebidas las órdenes de compra de materias primas conforme a las cargas de trabajo.
 - Elaboración de los menús para el comedor de empleados.
 - Elaborar el registro de comidas diarias del comedor de empleados.
2. - Desarrollar conforme a los contratos establecidos por el departamento de ventas, requerimientos de los centros de consumo y los estándares de calidad, la producción necesaria para llevar con éxito los servicios de comedor de empleados, banquetes, eventos especiales y de restaurante, con precisión, prontitud, exactitud y profesionalismo.
3. - Mantendrá las cocinas en perfectas condiciones de higiene y orden.
4. - Diariamente planeará, organizará y supervisará el montaje de la *Mise en Place* en cocina.
5. - Será su responsabilidad establecer juntas periódicas con las Gerencias de Alimentos y Bebidas, Personal de limpieza, capitán de restaurante, así como con el jefe de Compras, en cada celebración de eventos con la finalidad de analizar las diversas necesidades de personal para cubrir los eventos, necesidades de equipo, así como de materia prima, montajes, horarios y preparación de la *Mise en Place*, y analizar los resultados de la operación y los estándares de calidad.
6. - Será su responsabilidad capacitar eficazmente al personal de servicio de cocina por medio de sesiones, juntas, dramatizaciones y supervisión permanente, determinando tiempos, espacio y contenidos. En su caso se coordinará con la Gerencia de Alimentos y Bebidas.

7. - Se asegurará personalmente de que las sazones de los platillos sean realizadas conforme a la integración de las recetas estándar para que los platillos sean ofrecidos con la calidad planeada.
8. - Se cerciorará que antes de iniciar la producción en cocina, el personal esté debidamente uniformado y equipado con las herramientas básicas como cuchillos, cucharas, espátulas, etc., así como debidamente aseado para ofrecer el mejor servicio y la mejor imagen al público.
9. - Determinará en coordinación con la Gerencia de Alimentos y Bebidas, las producciones idóneas que permitan alcanzar los estándares establecidos de calidad, frescura, costo y eficiencia, así como también aquellos que por su propia naturaleza deban ser obtenidos a través de terceros.
10. - Será responsable del montaje de los alimentos de los Bufets de Desayunos y de eventos, así como deberá realizar la supervisión y apoyo necesario para fortalecer el servicio, de tal manera que se evite el descuido en cualquiera de estos.
11. - Coordinar con la Gerencia de Alimentos y Bebidas y demás personal de la Restaurante las actividades tendientes al mejoramiento de los hábitos de higiene del personal, así como de los procesos de sanitización del equipo, materia prima e instalaciones.
12. - Apoyará al personal de comedor en las juntas de pre-servicio para dar a conocer las características de los Bufets y platos de especiales del día.
13. - Durante los servicios de Banquetes y atención a los grupos de casa será corresponsable con el Capitán de Banquetes de su puntualidad y calidad del servicio prestado en las áreas de servicio.
14. - Programar y verificar el cumplimiento del Programa de Habilitaciones para el personal a su cargo marcando la puntualidad, limpieza y pulcritud con la cual deban concluirse las producciones.
15. - Conocerá y manejará ampliamente las políticas y procedimientos de la Empresa.

Responsabilidad del Puesto

En el desempeño normal de sus funciones, el titular del puesto cuenta con autoridad para:

Es responsable de la producción, servicio y preparación de platillos en la cocina, así como de su dirección, control y resultados; al mismo tiempo se responsabiliza de los insumos utilizados, del establecimiento de controles y del rendimiento de las materias primas.

De la misma forma revisar y autorizar los reportes de inventarios, planear y formular órdenes de compras, así como planear, organizar y controlar los costos que afecten directamente los resultados de operación de la cocina.

Deberá ser muy discreto y disciplinado en el manejo de información ya que de otra manera se considera como acto de indisciplina y desobediencia. Asimismo, deberá evitar todo acto de abuso, ocasionado por sus subordinados y puestos alternos, debiendo notificar toda anomalía a la Gerencia de Alimentos y Bebidas y Gerencia General en su caso.

Perfil del Puesto

- Licenciado en turismo, Gastronomía, Administración de empresa o área a fin.
- Contar con al menos 3 años de experiencia en puestos similares y en Hoteles VIP o de clase superior.
- Conocimientos del lenguaje de señas mexicanas (LSM)
- Excelente presencia, capacidad para trabajar bajo presión constante.
- Buen manejo de las relaciones interpersonales; capacidad de negociación y manejo de conflictos.
- Habilidad comercial y de negociación.
- Su carácter será extrovertido. Será una persona con alta solvencia moral, altamente profesional, muy responsable, honesto, experimentado y capacitado para tomar decisiones relacionadas al puesto.
- Conocerá ampliamente las técnicas de preparación culinarias de las diferentes cocinas mundiales (francesa, italiana, española, oriental, mexicana y americana como mínimo) para la preparación y presentación de todo tipo de platillos de la carta de restaurante, banquetes, así como la confección de bufets comerciales y para eventos especiales, así como altamente competitivo y profesional.
- Tendrá amplia experiencia en la realización de programas de creación y análisis de nuevos platillos de carta, así como los de especialidades.
- Tendrá amplia experiencia en el manejo de líneas de materias primas como abarrotos, carnes, frutas, verduras; métodos de conservación de alimentos, nutrición, métodos de cocción; vinos y licores, etc., su forma de servirlos y de combinarlos, así como técnicas de sanidad e higiene, administración de recursos humanos, materiales y financieros.
- Conocer y aplicar los mecanismos de control adecuados para dirigir los resultados del costo según las metas presupuestales.
- Asimismo, aplicará los estándares de calidad, de pesos y porciones, desarrollo continuo de recetas estándar, habilitaciones de su área, control del inventario de equipo del área; aplicará las disposiciones necesarias para salvaguardar el orden y las buenas costumbres. De la misma forma será un portador importante de la imagen de la Empresa con los clientes, por lo que su presencia física en el servicio será indispensable en todo momento; así como ser un líder y ejemplo a seguir por sus subordinados.
- De la misma forma será un portador importante de la imagen de la empresa; así como un líder y ejemplo a seguir por sus subordinados.

Cocinero

| | |
|------------------------------------|---|
| Fecha: Agosto del 2021 | Área o Gerencia: Alimentos y Bebidas |
| Título del Puesto: Cocinero | Ubicación: |
| Reporta a: <i>Chef</i> | Supervisa a: <i>Ayudantes de Cocina, Personal de limpieza.</i> |

Objetivo del Puesto

Determinará con base a los lineamientos y objetivos propuestos y bajo la dirección del Chef Ejecutivo, los mecanismos más adecuados para ejecutar y controlar los servicios de producción en cocina caliente para restaurante y banquetes.

Funciones del Puesto

1. - Apoyará al *Chef* Ejecutivo en la ejecución de los siguientes los controles para llevar a cabo el manejo de:
 - Levantamiento del inventario físico mensual de comestibles de la cocina caliente.
 - Levantamiento del inventario diario de carnes en cámaras.
 - Levantamiento del inventario físico mensual de equipo de cocina caliente.
 - Control del stock de perecederos para cámara, refrigeradores y su almacén de abarrotos.
 - Apoyo en la integración de la información de la bitácora de novedades de Cocina.
 - Reunirse periódicamente con el *Chef* Ejecutivo para realizar la integración y revisión de todas las recetas estándar de la cocina caliente.
 - Informará al *Chef* Ejecutivo de los problemas de mantenimiento de su área.

2. - Elaborará las producciones de bases, fondos, salsas cocidas, sopas, consomés, sopas, arroz, guisos, frijoles y en general las diversas preparaciones calientes de materias primas conforme a las habilitaciones de su área y a las instrucciones dadas por el *Chef* y a los contratos establecidos por el departamento de ventas de acuerdo a los estándares de calidad, para llevar con éxito los servicios de comedor de empleados, banquetes, eventos especiales y de restaurante, con precisión, prontitud, exactitud y profesionalismo.
3. - Será su responsabilidad el asegurarse de utilizar solamente productos frescos y de excelente calidad, por lo que aquellos que no reúnan los requisitos de calidad deban ser rechazados con autorización del *Chef* y mediante notificación a la Gerencia de Alimentos y Bebidas.
4. - Será su responsabilidad el montaje de la línea de servicio de cocina con puntualidad la cual deba contener las preparaciones del día.
5. - Bajo la dirección del *Chef*, mantendrá la cocina caliente en perfectas condiciones de higiene y orden; así como realizará el montaje de la Mise en Place de su área.
6. - Será su responsabilidad preparar solamente los platillos que se encuentren ordenados por las comandas electrónicas, capturadas en el sistema, por lo que deberá negar los platillos sin la orden.
7. - Será su responsabilidad asistir a las juntas con el *Chef* Ejecutivo para coordinar la celebración de eventos con la finalidad de analizar las diversas necesidades de personal para cubrir los eventos, necesidades de equipo, así como de materia prima, montajes, horarios y preparación de la Mise en Place de acuerdo a los estándares de calidad.
8. - Apoyará en la capacitación eficaz del personal de servicio de cocina por medio de sesiones, juntas, dramatizaciones y supervisión permanente, determinando tiempos, espacio y contenidos.
9. - Se asegurará que los platillos cumplan con las sazones y presentaciones establecidos en las recetas estándar.
10. - Se cerciorará que antes de iniciar la producción en cocina, debe estar debidamente uniformado y equipado con las herramientas básicas como cuchillos, cucharas, espátulas, etc., así como debidamente aseado para ofrecer el mejor servicio y la mejor imagen al público.
11. - Bajo la dirección del *Chef* Ejecutivo probará los métodos, materias primas, equipo y tecnologías a fin de alcanzar los estándares establecidos de calidad, frescura, costo y eficiencia.
12. - Será corresponsable junto con el *Chef* Ejecutivo y *Sous chef* del montaje de los alimentos de los diferentes Bufets.
13. - Apoyará en el desarrollo de actividades tendientes al mejoramiento de los hábitos de higiene del personal, así como de los procesos de sanitización del equipo, materia prima e instalaciones, por medio de juntas permanentes.
14. - Apoyar cuando sea necesario en las juntas de preservicio del personal para dar a conocer las características del Menú o Bufets del día.
15. - Durante los servicios de Banquetes y atención a los grupos de casa será corresponsable con el *Chef* Ejecutivo de su puntualidad y calidad del servicio prestado en la cocina caliente.
16. - Apoyar en la ejecución del Programa de Habilitaciones para el personal de cocina supervisando la puntualidad, limpieza y pulcritud con la cual deban concluirse las producciones.
17. - Deberá conocer y manejar ampliamente las políticas y procedimientos de la Empresa.

Responsabilidad del Puesto

En el desempeño normal de sus funciones, el titular del puesto cuenta con autoridad para:

Es responsable, bajo la dirección del *Chef*, de la producción y servicio en la cocina caliente; así como de los insumos utilizados.

De la misma forma participa en la elaboración de los reportes de inventarios. Deberá ser muy discreto y disciplinado en el manejo de información ya que de otra manera se considera como acto de indisciplina y desobediencia. Asimismo, deberá evitar todo acto de abuso, ocasionado por sus subordinados y puestos alternos, debiendo notificar toda anomalía al *Chef* y Gerencia de Alimentos y Bebidas en su caso.

Perfil del Puesto

- Preparatoria terminada, o
- Contar con al menos 1 a 2 años de experiencia en puestos similares. Conocimientos del lenguaje de señas mexicanas (LSM), preferentemente.
- Excelente presencia, capacidad para trabajar bajo presión constante.
- Buen manejo de las relaciones interpersonales; capacidad de negociación y manejo de conflictos.
- Habilidad comercial y de negociación.
- Su carácter será extrovertido. Será una persona con alta solvencia moral, altamente profesional, muy responsable, honesto, experimentado y capacitado para tomar decisiones relacionadas al puesto.
- Deberá conocer ampliamente las técnicas culinarias para la elaboración de los platillos físicamente de la carta, Bufets comerciales, así como amplia experiencia en la línea de materia prima como abarrotes, carnes, frutas, verduras, métodos de conservación, métodos de cocción, etc., su forma de servirlos y de combinarlos, así como técnicas de sanidad e higiene, administración de recursos y costos.
- Conocerá los mecanismos mínimos de control para dirigir adecuadamente los resultados del costo según las metas propuestas. Asimismo, aplicará los mecanismos de control, estándares de calidad, de pesos y porciones, habilitación de su área, control del inventario del equipo del área; aplicará las disposiciones necesarias para salvaguardar el orden y las buenas costumbres.
- En ausencia del *Chef Ejecutivo Sous chef* será un portador importante de la imagen de la empresa con los clientes, por lo que su presencia física en el servicio será indispensable en todo momento; así como ser un ejemplo a seguir por sus subordinados.
- *Su presencia será agradable y cordial*

Encargado de limpieza.

| | |
|--|---|
| Fecha: Agosto del 2021 | Área o Gerencia: Alimentos y Bebidas |
| Título del Puesto: Encargado de limpieza. | Ubicación: |
| Reporta a: <i>Chef y Gerente de Alimentos y Bebidas</i> | Supervisa a: |

Objetivo del Puesto

Determinará con base a los lineamientos, programas establecidos y necesidades de servicio y bajo la dirección del *Chef* y de la Gerencia de Alimentos y Bebidas, los mecanismos más adecuados para ejecutar y proveer los servicios de lavado, desinfección y sanitización del equipo de operación de cocina y comedor, instalaciones de cocina, áreas de resguardo de alimentos y equipo, y demás instalaciones análogas, así como del control de inventario del mismo equipo de operación, de su cuidado, custodia y abasto; apoyando en los servicios de montajes de áreas de alimentos para banquetes y bufets derivados de la actividad regular del restaurante.

Funciones del Puesto

1. - Realizará la ejecución de los siguientes controles para llevar a cabo el manejo de:
 - Inventario físico mensual de equipo de comedor.
 - Inventario físico mensual de equipo de cocina.
 - Elaboración de las órdenes de mantenimiento de las áreas.
 - Levantamiento del reporte mensual de mermas de equipo.
2. - Será su responsabilidad el abastecimiento del equipo necesario a las áreas de cocina, comedor y banquetes conforme a los stocks establecidos por la gerencia.
3. - Antes de iniciar sus labores estará debidamente uniformado y se asegurará que el personal a su cargo se encuentre debidamente equipado con las herramientas básicas como espátulas, guantes desechables, mandil de plástico, detergentes, atomizadores, etc., así como debidamente aseado para ofrecer el mejor servicio y la mejor imagen al público.
4. - Evitará amontonamientos de loza, cristalería y plaque en zona de recepción del tren de lavado para eliminar las roturas de equipo.

5. - Es su obligación cerciorarse que loza, cristalería, cubierto, ollas de cocina, sartenes, etc., una vez lavada, sea acomodada en los anaqueles específicos.
6. - Será corresponsable de la continuidad del lavado y reabasto de equipo para los servicios del restaurante y banquetes.
7. - Se asegurará de mantener en óptimas condiciones de orden, limpieza y sanidad las instalaciones de cocina y demás áreas de resguardo de alimentos y equipo, como pisos, paredes, puertas, cámaras frigoríficas, campanas extractoras de humos, rejillas de desagüe, etc.; así como mantenerla permanentemente desinfectada.
8. - Será su responsabilidad mantener limpia la cámara de basura y el área de recepción y lavado de frutas y verduras.
9. - Bajo la dirección de la Gerencia de Alimentos y Bebidas probará los métodos, detergentes, equipo y tecnologías a fin de alcanzar los estándares establecidos de calidad, sanidad, costo y eficiencia.
10. - Será responsable del montaje de las estaciones de buffet incluyendo sus contenidos, bajo la instrucción de la Gerencia de Alimentos y Bebidas y del *Chef* Ejecutivo.
11. - Apoyará de acuerdo a las instrucciones de la Gerencia de Alimentos y Bebidas y del *Chef* en el desarrollo de actividades tendientes al mejoramiento de los hábitos de higiene del personal, así como de los procesos de sanitización del equipo, materia prima e instalaciones, por medio de juntas permanentes.
12. - Apoyará en su caso en los programas de capacitación del personal aprendiz a su cargo por medio de sesiones, juntas, dramatizaciones y supervisión permanente, determinando tiempos y espacios contenidos.
13. - Cumplir con el Programa de Habilitaciones para el personal a su cargo con puntualidad, limpieza y pulcritud.
14. - Deberá conocer las políticas y procedimientos de la Empresa.

Responsabilidad del Puesto

En el desempeño normal de sus funciones, el titular del puesto cuenta con autoridad para:

Es responsable, bajo la dirección del *Chef* Ejecutivo y de la Gerencia de Alimentos y Bebidas, del presupuesto asignado para uso de suministros y demás insumos de limpieza; así como del control del inventario de equipo de operación del área de Alimentos y Bebidas, de su toma y entrega de resultados. Asimismo, ejercerá los mecanismos mínimos de control sobre el uso de los equipos a su cargo, así como del manejo de los estándares de calidad en higiene y sanidad, habilitaciones del personal de su área, y del control del inventario de equipo del área. Deberá ser muy discreto y disciplinado; evitará todo acto de abuso, ocasionado por sus subordinados, debiendo notificar toda anomalía al *Chef* Ejecutivo y Gerencia de Alimentos y Bebidas en su caso.

Perfil del Puesto

- Será una persona con alta solvencia moral, respetuosa, responsable, honesta y excesivamente pulcra. Conocerá las técnicas de sanidad e higiene para el manejo de equipo y alimentos. Apoyará en las disposiciones necesarias para guardar el orden y las buenas costumbres.
- Preparatoria terminada.
- Contar con al menos 1 años de experiencia en puestos similares
- Excelente presencia, capacidad para trabajar bajo presión constante.
- Buen manejo de las relaciones interpersonales; capacidad de negociación y manejo de conflictos.
- Realizará todas aquellas tareas de asistencia a la cocina con la debida supervisión del *Chef* Ejecutivo Su trabajo lo realizará conforme los estándares de calidad en manejo de la limpieza de áreas, equipos y superficies.
- Será un ejemplo a seguir por sus subordinados y compañeros
- Asimismo, aplicará los mecanismos de control, estándares de calidad, habilitación de su área, control del inventario del equipo del área; aplicará las disposiciones necesarias para salvaguardar el orden y las buenas costumbres.
- Será un portador importante de la imagen de la empresa con los clientes, por lo que su presencia física en el servicio será indispensable en todo momento; así como ser un ejemplo a seguir por sus subordinados.

3.30 Mobiliario y equipo

En el siguiente apartado se describe brevemente el mobiliario y equipo mínimo para el arranque de operaciones para esta propuesta de restaurante; las especificaciones técnicas en extenso, de los equipos se podrán encontrar en el Anexo 2. En la Tabla 6 se mencionan los equipos que se requieren para el área de recepción.

Tabla 6 Recepción

| Equipo | Cantidad | Unidad |
|---|----------|--------|
| Agenda | 1 | Pieza |
| Caja de madera | 30 | Pieza |
| Computadora Outled Y Punto De Venta Completo 5en1 | 1 | Pieza |
| Clip Lector de Tarjetas Plus | 1 | Pieza |
| Escritorio | 1 | Pieza |
| Silla para recepción | 2 | Pieza |
| Sillones | 2 | Pieza |
| Teléfono | 3 | Pieza |

Tabla Fuente: Elaboración propia.

Tabla 7 Comedor

| Equipo | Cantidad | Unidad |
|--------------------------|----------|--------|
| Botes de basura | 4 | Piezas |
| Mesa baja | 2 | Piezas |
| Mesa de café | 2 | Piezas |
| Mesa para 4 personas | 8 | Piezas |
| Percheros | 8 | Piezas |
| Salero y pimentero | 8 | Piezas |
| Sillas comedor | 74 | Piezas |
| Sillas con descansabrazo | 8 | Piezas |
| Sillas de bebe | 4 | Piezas |
| sillones para exterior | 2 | Piezas |
| Sillones redondos | 3 | Piezas |

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 8 Cocina

| Equipo | Cantidad | Unidad |
|--------------------------------------|----------|--------|
| Abrelatas | 1 | Pieza |
| Batidor de globo | 3 | Pieza |
| Batidora 20 lt | 1 | Pieza |
| Batidora 5lt | 2 | Pieza |
| Brochas | 4 | Pieza |
| Caballo para charolas | 4 | Pieza |
| Charolas para horno | 10 | Pieza |
| Colador | 2 | Pieza |
| Colador chino | 1 | Pieza |
| Coludo 28cm | 2 | Pieza |
| Coludos 22cm | 2 | Pieza |
| Coludos 24cm | 2 | Pieza |
| Cortador de pizza | 2 | Pieza |
| Cuchara cocina | 5 | Pieza |
| Cuchara de madera | 3 | Pieza |
| Cucharas servicio | 50 | Pieza |
| Cucharon 10 cm | 5 | Pieza |
| Cuchillo chef | 5 | Pieza |
| Cuchillo de servicio | 50 | |
| Cuchillo mondador | 3 | Pieza |
| Cuchillo para pan | 3 | Pieza |
| Cuchillo rebanador | 3 | Pieza |
| Cuchillo santoku | 2 | Pieza |
| Duyas | 3 | Pieza |
| Espátula para plancha | 3 | Pieza |
| Espátula pastelera | 4 | Pieza |
| Espátulas | 5 | Pieza |
| Espumadera araña | 2 | Pieza |
| Estufa | 2 | Pieza |
| Fregadero | 1 | Pieza |
| Horno | 1 | Pieza |
| Inserto cuadrado policarbonato 10cm | 5 | Pieza |
| Inserto cuadrado policarbonato 15cm | 5 | Pieza |
| Inserto cuadrado policarbonato 6.5cm | 5 | Pieza |
| Inserto cuadrado 10cm | 5 | Pieza |
| Inserto cuadrado 15cm | 5 | Pieza |
| Inserto cuadrado 6 cm | 5 | Pieza |
| Licuadora | 3 | Pieza |

| | | |
|-------------------------------|----|--------|
| Loza | 30 | Juegos |
| Miserables | 5 | Pieza |
| Molde para pan | 7 | Pieza |
| Molde para pay | 10 | Pieza |
| Molde redondo | 4 | Pieza |
| Molde redondo 18cm | 3 | Pieza |
| Molde redondo 22 cm | 3 | Pieza |
| Molde redondo 26cm | 3 | Pieza |
| Molde redondo 30 cm | 3 | Pieza |
| Olla alta | 3 | Pieza |
| Pala | 2 | Pieza |
| Pelador | 2 | Pieza |
| Pinza | 3 | Pieza |
| Pinza para pasta | 3 | Pieza |
| Prensa para tortillas | 2 | Pieza |
| Rallador | 3 | Pieza |
| Recipiente medidor | 3 | Pieza |
| Rodillo | 3 | Pieza |
| Salero | 6 | Pieza |
| Sartén | 6 | Pieza |
| Sartén 24cm | 5 | Pieza |
| sartén 30cm | 5 | Pieza |
| Tabla amarilla | 2 | Pieza |
| Tabla blanca | 2 | Pieza |
| Tabla madera | 4 | Pieza |
| Tabla roja | 2 | Pieza |
| Tabla verde | 3 | Pieza |
| Tapa inserto acero inoxidable | 15 | Pieza |
| Tapa inserto policarbonato | 15 | Pieza |
| Tenedores | 50 | Pieza |
| Vasos | 50 | Pieza |
| Volteador liso | 4 | Pieza |
| Waflera | 2 | Pieza |

Fuente: Elaboración propia.

3.31 Planeación del Menú

El menú del restaurante es la columna vertebral del negocio, de éste depende en gran medida el éxito del desempeño dentro del giro gastronómico. Para Durón (2006), las funciones básicas de un menú son:

- Promover la venta de los productos presentados.

- Ser parte del concepto de la empresa y generar expectativas sobre la oferta de productos.
- Cumplir las expectativas y ser uno de los ejes de la experiencia que incite a regresar a la empresa.

3.32 Diseño de la Carta

Los elementos que deben tomarse en cuenta para el desarrollo de la carta serán: el formato, tipografía, tipo de papel, imágenes, tamaño, familias de productos y ubicación de ítems de mayor popularidad o de mayor porcentaje de ganancia; es una herramienta de comunicación y se debe considerar un elemento fundamental de la mercadotecnia de la empresa, de fácil lectura y comprensión (Durón, 2006; Barrios, 2020).

La carta de Wipech tendrá portada de madera con el logo grabado con láser, además de tener el abecedario en LSM. Las hojas están encimadas para poder resaltar la escritura en braille. Se pondrán imágenes con las señas de los alimentos, de igual manera se considerará incluir imagen de los platillos.

Se utilizará letra Dotum, se hará uso de color cálido como, verde, café y amarillo; debido a que la ambientación en el restaurante será cálida con el objetivo de resaltar el concepto ecológico de lugar.

En el inicio estarán el entremés, seguido de las ensaladas, los platos fuertes y por último los postres.

3.33 Plan financiero

3.33.1 Inversión de activos

Es fundamental en la planeación de una empresa para su funcionamiento son los diferentes tipos de activos para operar de forma adecuada. A continuación, se presentan los diversos activos para la operación de Wipech:

La inversión en activos en maquinaria es la siguiente:

Tabla 9. Inversión en maquinaria.

| Nombre | Cantidad | Unidad | Precio unitario | Importe |
|------------------------------|-----------------|---------------|------------------------|---------------------|
| Batidora 20lt | 1 | Pieza | \$25,360.50 | \$25,360.50 |
| Batidora 5lt | 2 | Pieza | \$7,889.00 | \$15,778.00 |
| Horno | 1 | Pieza | \$36,000.00 | \$36,000.00 |
| Licuadaora | 3 | Pieza | \$1,349.00 | \$4,047.00 |
| Estufa | 2 | Pieza | \$21,286.58 | \$42,573.16 |
| Computadora | 1 | Pieza | \$8,000.00 | \$8,000.00 |
| Cafetera | 1 | Pieza | \$12,000.00 | \$12,000.00 |
| Teléfono | 1 | Pieza | \$2,475.00 | \$2,475.00 |
| Clip Lector de Tarjetas Plus | 1 | Pieza | \$290.00 | \$290.00 |
| | | | | \$146,523.66 |

Fuente elaboración propia.

El desglose del costo unitario de los utensilios necesarios en la cocina es el siguiente:

Tabla 10. Inversión en utensilios de cocina

| Nombre | Cantidad | Unidad | Precio unitario | Importe |
|---------------------|-----------------|---------------|------------------------|----------------|
| Abrelatas | 1 | Pieza | \$83.00 | \$83.00 |
| Batidor de globo | 3 | Pieza | \$89.00 | \$267.00 |
| Brochas | 4 | Pieza | \$79.00 | \$316.00 |
| Charolas para horno | 10 | Pieza | \$320.00 | \$3,200.00 |
| Colador | 2 | Pieza | \$55.00 | \$110.00 |
| Colador chino | 1 | Pieza | \$429.00 | \$429.00 |
| Coludo 28cm | 2 | Pieza | \$565.00 | \$1,130.00 |
| Coludos 22cm | 2 | Pieza | \$415.00 | \$830.00 |
| Coludos 24cm | 2 | Pieza | \$459.00 | \$918.00 |
| Cortador de pizza | 2 | Pieza | \$42.00 | \$84.00 |

| | | | | |
|--------------------------------------|----|-------|-------------|-------------|
| Cuchara cocina | 5 | Pieza | \$50.00 | \$250.00 |
| Cuchara de madera | 3 | Pieza | \$129.80 | \$389.40 |
| Cucharon 10cm | 5 | Pieza | \$79.00 | \$395.00 |
| Cuchillo chef | 5 | Pieza | \$83.00 | \$415.00 |
| Cuchillo de servicio | 50 | | \$27.00 | \$1,350.00 |
| Cuchillo mondador | 3 | Pieza | \$55.00 | \$165.00 |
| Cuchillo para pan | 3 | Pieza | \$83.00 | \$249.00 |
| Fregadero | 1 | Pieza | \$15,679.00 | \$15,679.00 |
| Inserto cuadrado policarbonato 10cm | 5 | Pieza | \$94.00 | \$470.00 |
| Inserto cuadrado policarbonato 15cm | 5 | Pieza | \$114.00 | \$570.00 |
| Inserto cuadrado policarbonato 6.5cm | 5 | Pieza | \$85.00 | \$425.00 |
| Inserto cuadrado 10cm | 5 | Pieza | \$174.00 | \$870.00 |
| Inserto cuadrado 15cm | 5 | Pieza | \$245.00 | \$1,225.00 |
| Inserto cuadrado 6cm | 5 | Pieza | \$119.00 | \$595.00 |
| Miserables | 5 | Pieza | \$108.90 | \$544.50 |
| Molde para pan | 7 | Pieza | \$71.25 | \$498.75 |
| Molde para pay | 10 | Pieza | \$56.25 | \$562.50 |
| Molde redondo | 4 | Pieza | \$83.02 | \$332.08 |
| Molde redondo 18cm | 3 | Pieza | \$55.00 | \$165.00 |
| Molde redondo 22cm | 3 | Pieza | \$47.70 | \$143.10 |
| Molde redondo 26cm | 3 | Pieza | \$59.00 | \$177.00 |
| Molde redondo 30cm | 3 | Pieza | \$59.20 | \$177.60 |
| Olla alta | 3 | Pieza | \$625.00 | \$1,875.00 |
| Pala | 2 | Pieza | \$437.80 | \$875.60 |
| Pelador | 2 | Pieza | \$42.00 | \$84.00 |
| Pinza | 3 | Pieza | \$150.00 | \$450.00 |
| Pinza para pasta | 3 | Pieza | \$173.80 | \$521.40 |
| Prensa para tortillas | 2 | Pieza | \$210.00 | \$420.00 |
| Rallador | 3 | Pieza | \$55.47 | \$166.41 |
| Recipiente medidor | 3 | Pieza | \$125.00 | \$375.00 |
| Rodillo | 3 | Pieza | \$169.00 | \$507.00 |
| Sartén | 6 | Pieza | \$207.08 | \$1,242.48 |
| Sartén 24cm | 5 | Pieza | \$183.00 | \$915.00 |
| Sartén 30cm | 5 | Pieza | \$252.00 | \$1,260.00 |
| Tabla amarilla | 2 | Pieza | \$179.00 | \$358.00 |
| Tabla blanca | 2 | Pieza | \$179.00 | \$358.00 |

| | | | | |
|-------------------------------|----|-------|------------|--------------------|
| Tabla madera | 4 | Pieza | \$179.00 | \$716.00 |
| Tabla roja | 2 | Pieza | \$179.00 | \$358.00 |
| Tabla verde | 3 | Pieza | \$179.00 | \$537.00 |
| Tapa inserto acero inoxidable | 15 | Pieza | \$89.00 | \$1,335.00 |
| Tapa inserto policarbonato | 15 | Pieza | \$84.00 | \$1,260.00 |
| Volteador liso | 4 | Pieza | \$76.57 | \$306.28 |
| Waflera | 2 | Pieza | \$1,249.00 | \$2,498.00 |
| | | | | \$49,433.10 |

Fuente elaboración propia.

Para la operación se requiere inversión en mobiliario, la cual se presente a continuación:

Tabla 11. Inversión en mobiliario.

| Nombre | Cantidad | Unidad | Precio unitario | Importe |
|--------------------------|----------|--------|-----------------|----------------------|
| Espejos | 2 | Pieza | \$ 800.00 | \$ 1,600.00 |
| Anaqueles | 4 | Pieza | \$ 3,000.00 | \$ 12,000.00 |
| Estantes | 1 | Pieza | \$ 3,000.00 | \$ 3,000.00 |
| Escritorio | 1 | Pieza | \$6,500.00 | \$6,500.00 |
| Silla para recepción | 2 | Pieza | \$678.00 | \$1,356.00 |
| Mesa baja | 2 | Piezas | \$1,500.00 | \$3,000.00 |
| Mesa de café | 2 | Piezas | \$1,000.00 | \$2,000.00 |
| Mesa para 4 personas | 8 | Piezas | \$2,000.00 | \$16,000.00 |
| Percheros | 8 | Piezas | \$100.00 | \$800.00 |
| Salero y pimentero | 8 | Piezas | \$69.00 | \$552.00 |
| Sillas comedor | 74 | Piezas | \$500.00 | \$37,000.00 |
| Sillas con descansabrazo | 8 | Piezas | \$500.00 | \$4,000.00 |
| Sillas de bebe | 4 | Piezas | \$400.00 | \$1,600.00 |
| sillones para exterior | 2 | Piezas | \$4,000.00 | \$8,000.00 |
| Sillones redondos | 3 | Piezas | \$2,000.00 | \$6,000.00 |
| | | | | \$ 103,408.00 |

Fuente elaboración propia.

Es necesario tomar en cuenta las necesidades de inversión para utensilios de comedor, como se presenta enseguida;

Tabla 12. Inversión en utensilios de comedor.

| Nombre | Cantidad | Unidad | Precio unitario | Importe |
|-----------------------|----------|--------|-----------------|--------------------|
| Loza | 30 | Juegos | \$769.00 | \$23,070.00 |
| Caballo para charolas | 3 | Pieza | \$1,000.00 | \$3,000.00 |
| Salero | 6 | Pieza | \$59.00 | \$354.00 |
| Tenedores | 50 | Pieza | \$24.00 | \$1,200.00 |
| Vasos | 50 | Pieza | \$39.00 | \$1,950.00 |
| Cucharas servicio | 50 | Pieza | \$25.00 | \$1,250.00 |
| Cuchillos servicio | 50 | Pieza | \$25.00 | \$1,250.00 |
| Charolas de servicio | 4 | Pieza | \$1,200.00 | \$4,800.00 |
| Azucarera | 8 | Pieza | \$ 300.00 | \$2,400.00 |
| Cremara | 12 | Pieza | \$ 200.00 | \$2,400.00 |
| Ternos de café | 35 | Juegos | \$ 180.00 | \$6,300.00 |
| Agenda | 1 | Pieza | \$179.00 | \$179.00 |
| Caja de madera | 30 | Pieza | \$50.00 | \$1,500.00 |
| | | | | \$49,653.00 |

Fuente elaboración propia.

Para la empresa es necesario contar con distintos accesorios para el funcionamiento y limpieza del mismo. Tales accesorios se enlistan a continuación:

Tabla 13. Inversión en utensilios de limpieza.

| Nombre | Cantidad | Unidad | Precio unitario | Importe |
|-----------|----------|--------|-----------------|----------|
| Escobas | 2 | Pieza | \$150.00 | \$300.00 |
| Trapeador | 2 | Pieza | \$350.00 | \$700.00 |

| | | | | |
|-------------------|---|--------|------------|--------------------|
| Carrito trapeador | 1 | Pieza | \$2,500.00 | \$2,500.00 |
| Recogedor | 2 | Pieza | \$1,349.00 | \$2,698.00 |
| Uniformes | 4 | Pieza | \$1,500.00 | \$6,000.00 |
| Botes de basura | 4 | Piezas | \$3,900.00 | \$15,600.00 |
| | | | | \$27,798.00 |

Fuente elaboración propia.

Un plan financiero para considerarse completo es precisó estimar los gastos fijos a tomar en cuenta para el negocio. Estos gastos incluyen gastos fijos y salarios del personal, como se presenta a continuación:

Tabla 14. Salarios.

| Puesto | Cantidad | T. diario | T. Mensual |
|----------------------|-----------------|------------------|-------------------|
| Gerente | 1 | \$ 700.00 | \$ 2,000.00 |
| Cocineros | 2 | \$ 400.00 | \$ 24,000.00 |
| Chef encargado | 1 | \$ 600.00 | \$ 18,000.00 |
| Capitán de meseros | 1 | \$ 400.00 | \$ 12,000.00 |
| Meseros | 2 | \$ 312.00 | \$ 18,720.00 |
| Personal de limpieza | 2 | \$ 312.00 | \$ 18,720.00 |
| Secretaria | 1 | \$ 400.00 | \$ 12,000.00 |
| Hostess | 2 | \$ 312.00 | \$ 18,720.00 |
| Encargado de almacén | 1 | \$ 313.00 | \$ 9,390.00 |
| Cajera | 2 | \$ 400.00 | \$ 24,000.00 |
| Total | | \$ 4,249.00 | \$ 176,550.00 |

Fuente elaboración propia.

Los gastos fijos estimados anuales se estimaron en \$ 384,000.00 y se desglosan en la tabla que se presenta a continuación:

Tabla 15. Gastos fijo-anales.

| Gastos | Mensuales | Anuales |
|------------------------|---------------------|----------------------|
| Teléfono | \$ 2,500.00 | \$ 30,000.00 |
| Luz | \$ 5,000.00 | \$ 60,000.00 |
| Agua | \$ 3,000.00 | \$ 36,000.00 |
| Gas | \$ 4,000.00 | \$ 48,000.00 |
| Local | \$ 10,000.00 | \$ 120,000.00 |
| Publicidad | \$ 4,000.00 | \$ 48,000.00 |
| Materiales de limpieza | \$ 3,500.00 | \$ 42,000.00 |
| Total | \$ 32,000.00 | \$ 384,000.00 |

Fuente elaboración propia.

3.33.2 Inversión inicial

Retomando los datos anteriormente reflejados, se estimó una inversión inicial que se desglosa en la siguiente tabla.

Tabla 16. Inversión Inicial.

| Inversión inicial | | |
|--------------------------|--------------|---------------------|
| Maquinaria | \$146,523.66 | |
| Utensilios de cocina | \$46,913.10 | |
| Utensilios comedores | \$46,913.10 | |
| Mobiliario | \$103,408.00 | |
| Equipo de servicio | \$49,653.00 | |
| TOTAL, EQUIPO | | \$393,410.86 |
| Sueldos | \$176,550.00 | |
| Insumos de cocina | \$36,640.00 | |
| Otros gastos | \$35,000.00 | |
| Capital de trabajo | | \$ 248,190.00 |
| TOTAL | | \$641,600.86 |

Fuente elaboración propia.

3.33.3 Presupuesto de ingresos

El presupuesto de ingresos es una proyección, sobre los resultados de ventas por la comercialización de productos en el restaurante. Con una estimación promedio de consumo por personas de \$190 pesos mexicanos.

Tabla 17. Presupuesto de ingresos.

| Presupuesta de ingresos | | | | | |
|-------------------------|--------------|------------------|----------------------------|-----------------|-----------------|
| Clientes por día | Días del mes | Clientes por mes | Consumo mínimo por persona | Ingreso mensual | Ingreso anual |
| 60 | 24 | 1440 | \$ 190.00 | \$ 273,600.00 | \$ 3,283,200.00 |

Fuente: elaboración propia.

3.33.4 Presupuesto de ingresos

Son costos indirectos de fabricación aquellos que no están comprendidos como materiales directos, costos de producción, salarios; pero son necesarios para la correcta operación.

Tabla 18. Costos indirectos de fabricación.

| Costos indirectos de fabricación | | | | | |
|---|-------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Rubro | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
| Mantenimiento instalaciones de cocinas | \$ 4,000.00 | \$ 4,280.00 | \$ 4,579.60 | \$ 4,900.17 | \$ 5,243.18 |
| Mantenimiento equipos de cocinas | \$ 2,000.00 | \$ 2,140.00 | \$ 2,289.80 | \$ 2,450.09 | \$ 2,621.59 |
| Depreciación de equipos de cocinas | \$ 3,677.00 | \$ 3,934.39 | \$ 4,209.80 | \$ 4,504.48 | \$ 4,819.80 |
| Total, costos indirectos de fabricación | \$ 9,677.00 | \$ 10,354.39 | \$ 11,079.20 | \$ 11,854.74 | \$ 12,684.57 |

Fuente: elaboración propia.

3.33.5 Gastos de depreciación

La tabla presenta la depreciación de activos del restaurante Wipech.

Tabla 19. Depreciación de equipos.

| Equipo | Valor | Vida útil | % | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 | Depreciación estimada en años | Valor en libros |
|------------------------|-----------|-----------|-----|----------|----------|----------|----------|----------|-------------------------------|-----------------|
| Maquinaria | 146523.66 | 10 | 10% | 14652.37 | 14652.37 | 14652.37 | 14652.37 | 14652.37 | 73261.83 | 131871.29 |
| Utensilio de cocina | 46913.10 | 5 | 10% | 9382.62 | 9382.62 | 9382.62 | 9382.62 | 9382.62 | 46913.10 | 0.00 |
| Utensilio de comedor | 49653.00 | 5 | 10% | 9930.60 | 9930.60 | 9930.60 | 9930.60 | 9930.60 | 49653.00 | 0.00 |
| Mobiliario | 103408.00 | 10 | 10% | 10340.80 | 10340.80 | 10340.80 | 10340.80 | 10340.80 | 51704.00 | 93067.20 |
| Equipo de servicio | 49653.00 | 5 | 10% | 9930.60 | 9930.60 | 9930.60 | 9930.60 | 9930.60 | 49653.00 | 0.00 |
| Total, de depreciación | | | | 54236.99 | 54236.99 | 54236.99 | 54236.99 | 54236.99 | | |

Fuente: elaboración propia.

3.34 Costos y precios

El costo es el valor de la sumatoria de todos los pagos en que se realizan para generación de un bien o servicio, independiente de los gastos de venta, administración y financieros (Rodríguez, 2020). Adicionalmente Cuevas (2016), menciona que para los restaurantes el costo se integra por el valor de los ingredientes utilizados en la elaboración de un platillo o bebida.

Los costos se obtuvieron de las recetas costeadas, a los cuales se les asignó el 16% de IVA más el 29% de costo total del menú completo. El menú completo se encuentra en el Anexo 3.

Tabla 20. Menú costeadado.

Restaurante WIPECH



| | |
|--|-----------------------|
| | Costo del menú |
|--|-----------------------|

| <i>Platillo</i> | <i>Costo Unitario</i> | <i>Precio de Venta sin IVA</i> | <i>Precio de Venta con IVA</i> | <i>% de costo</i> |
|------------------------|-----------------------|--------------------------------|--------------------------------|-------------------|
| Bebidas | | | | |
| Café | \$ 6.90 | \$ 40.00 | \$ 46.40 | 17.25% |
| Jugo de naranja | \$ 26.25 | \$ 60.00 | \$ 69.60 | 43.75% |
| Limonada | \$ 9.73 | \$ 40.00 | \$ 46.40 | 24.33% |
| Agua de horchata | \$ 7.65 | \$ 40.00 | \$ 46.40 | 19.11% |
| Agua de naranja | \$ 7.63 | \$ 40.00 | \$ 46.40 | 19.08% |
| Agua de jamaica | \$ 8.17 | \$ 40.00 | \$ 46.40 | 20.42% |
| Frappe Caramelo | \$ 8.23 | \$ 50.00 | \$ 58.00 | 16.46% |
| Frappe Oreo | \$ 16.97 | \$ 60.00 | \$ 69.60 | 28.29% |
| Frappe Moka | \$ 6.27 | \$ 50.00 | \$ 58.00 | 12.54% |
| Desayunos | | | | |
| Chilaquiles verde | \$ 14.33 | \$ 48.00 | \$ 55.68 | 29.85% |
| Chilaquiles rojos | \$ 13.36 | \$ 48.00 | \$ 55.68 | 27.83% |
| Omelete queso | \$ 17.04 | \$ 88.00 | \$ 102.08 | 19.36% |
| Omelete champiñones | \$ 24.09 | \$ 88.00 | \$ 102.08 | 27.37% |
| Omelete espinacas | \$ 24.49 | \$ 88.00 | \$ 102.08 | 27.82% |
| Huevo revuelto | \$ 16.09 | \$ 88.00 | \$ 102.08 | 18.28% |
| Huevos rancheros | \$ 17.89 | \$ 88.00 | \$ 102.08 | 20.33% |
| Huevos divorciados | \$ 17.85 | \$ 88.00 | \$ 102.08 | 20.28% |
| Hot cake | \$ 13.08 | \$ 50.00 | \$ 58.00 | 26.16% |
| Waffles | \$ 13.08 | \$ 50.00 | \$ 58.00 | 26.16% |
| Ensaladas | | | | |
| Ensalada vino y queso | \$ 14.49 | \$ 70.00 | \$ 81.20 | 20.70% |
| Ensalada sol y lluvia | \$ 18.16 | \$ 70.00 | \$ 81.20 | 25.95% |
| Ensalada cesar | \$ 8.98 | \$ 70.00 | \$ 81.20 | 12.83% |
| Ensalada de frutas | \$ 11.82 | \$ 50.00 | \$ 58.00 | 23.64% |
| Botanas | | | | |
| Tabla de quesos | \$ 98.66 | \$ 157.00 | \$ 182.12 | 62.84% |
| Alitas horneadas | \$ 49.22 | \$ 120.00 | \$ 139.20 | 41.02% |
| Nachos | \$ 12.74 | \$ 60.00 | \$ 69.60 | 21.23% |
| Brochetas de salchicha | \$ 42.45 | \$ 70.00 | \$ 81.20 | 60.64% |
| Comida | \$ - | | | |
| Lasagna | \$ 42.34 | \$ 157.00 | \$ 182.12 | 26.97% |
| Espagueti | \$ 35.87 | \$ 157.00 | \$ 182.12 | 22.85% |
| Ravioles | \$ 53.79 | \$ 157.00 | \$ 182.12 | 34.26% |
| Panini | \$ 23.93 | \$ 84.00 | \$ 97.44 | 28.49% |
| Hot dog | \$ 20.71 | \$ 60.00 | \$ 69.60 | 34.51% |
| Pizza | \$ 24.81 | \$ 90.00 | \$ 104.40 | 27.56% |
| Sopes | \$ 25.03 | \$ 90.00 | \$ 104.40 | 27.82% |
| Enchiladas | \$ 17.25 | \$ 80.00 | \$ 92.80 | 21.56% |

| | | | | |
|------------------|------------------|--------------------|--------------------|------------|
| Flautas | \$ 13.72 | \$ 80.00 | \$ 92.80 | 17.15% |
| Postres | \$ - | | | |
| Tiramisu | \$ 26.74 | \$ 60.00 | \$ 69.60 | 44.57% |
| Cannolis | \$ 27.00 | \$ 60.00 | \$ 69.60 | 45.00% |
| Arroz con leche | \$ 17.61 | \$ 60.00 | \$ 69.60 | 29.36% |
| Pannacota | \$ 10.55 | \$ 60.00 | \$ 69.60 | 17.58% |
| Pay de queso | \$ 14.19 | \$ 60.00 | \$ 69.60 | 23.65% |
| Profiteroles | \$ 17.54 | \$ 60.00 | \$ 69.60 | 29.23% |
| Churros rellenos | \$ 10.55 | \$ 40.00 | \$ 46.40 | 26.37% |
| | \$ 907.22 | \$ 3,166.00 | \$ 3,208.56 | 29% |

Fuente: elaboración propia.

3.35 Proceso de Compra

El término Compras, incluye los elementos siguientes: reconocimiento de una necesidad, ubicación de la misma, selección del proveedor y realización del servicio para satisfacer esa necesidad (Crespón, 2003; Universidad de Sevilla; 2007; Hidalgo, 2015; citados por Díaz, 2016).

Por otra parte, para Cano y García (2013); Viveros (2013); Fernández (2017) hacen mención, sobre la importancia del análisis del proceso de compras en una organización y definir las funciones del departamento de compras, lo que se busca es el suministrar de forma eficiente bienes para la producción en las mejores condiciones de mercado.

Conviene subrayar que para Torres y Mederos (2003); Hidalgo (2015); Fernández (2017), el proceso de compras involucra la selección del proveedor, legalización de la compra, control de los pedidos y las entregas de mercancías, la factura y otros documentos, hasta el pago de la compra y evaluación de proveedores.

Por otra parte, diversos autores (Ballaud y Garrido, 1991; Heredia, 2007; Águeda, *et al*, 2008; Palacios, 2009; Maz y Suarez, 2009; Hidalgo 2015; González, 2013; Hidalgo, 2015; Fernández, 2017; Hernández y Navajas-Romero, 2018) actividades asociadas al proceso de compras: a) Identificar necesidades. b) Seleccionar y

calificar proveedores. c) Evaluar el desempeño del proveedor. d) Negociar contratos. E) Comparar precio, calidad y servicio. f) Contratar bienes y servicios. g) Programar compras. h) Establecer las condiciones de venta. i) Evaluar el valor recibido. j) Medir la calidad que proviene del exterior, si esto no es responsabilidad de control de calidad. k) Predecir el precio, servicio y en ocasiones los cambios de demanda. l) Especificar la forma en la que se recibirán los bienes. m) Familia de productos. n) Recepción, almacenamiento y gestión de los productos.

Por otro lado, el proceso de compras en una empresa de alimentos y bebidas arranca cuando existe la necesidad de un bien o un servicio deben ser buscados por fuera de la compañía y finaliza al cesar todos los derechos y obligaciones mutuamente establecidos con el proveedor (Díaz, 2016). Por lo tanto, dentro de la gestión de compras, tenemos una secuencia que inicia con lo anteriormente mencionado sobre la demanda, para luego seleccionar a los proveedores, luego se controlarán los pedidos y entregas, finalmente se almacenarán según el tipo de compra que se haga (Palacios-Santa Cruz, 2018).

El éxito de un restaurante dedicado a ofrecer servicios de comidas y bebidas depende siempre que este cuente con materias primas o productos de calidad para lograr garantizar desde el principio lo que va a consumir el cliente (Gallego, 2002; tal como se citó en Díaz, 2016, pág. 11).

3.36 Uniforme del Equipo de Trabajo del Restaurante

Para Wipech la presentación del personal es muy importante, ya que refleja igualdad y organización.

El personal portará el siguiente uniforme obligatoriamente en sus horas laborales.

Figura 10 Uniforme para gerente



- Camisa blanca
- Traje negro con pantalón y/o falda
- Corbata verde
- Zapato negro de vestir y/o zapatilla (tacón 7).
- Calcetín negro
- Perfume discreto

Figura 11 Uniformes para cocineros y chef



- Chef. - filipina café (con logo).
- Cocineros. filipina blanca manga $\frac{3}{4}$ (con logo), 100% algodón (con botones de hilo y sin ningún vivo de color)
- Pantalón negro. - pantalón cargo de cocina, uso rudo, corte amplio cinco bolsas, largo 32", elástico cintura, jareta de ajuste playera blanca
- Zapato negro antiderrapante.
- Calcetín negro de algodón (no tines).
- Mandil blanco.
- Trapo blanco de microfibra.
- Malla negra (cabello corto, rasurados y con perfume discreto).

Figura 12 Uniformes para meseros y cajera

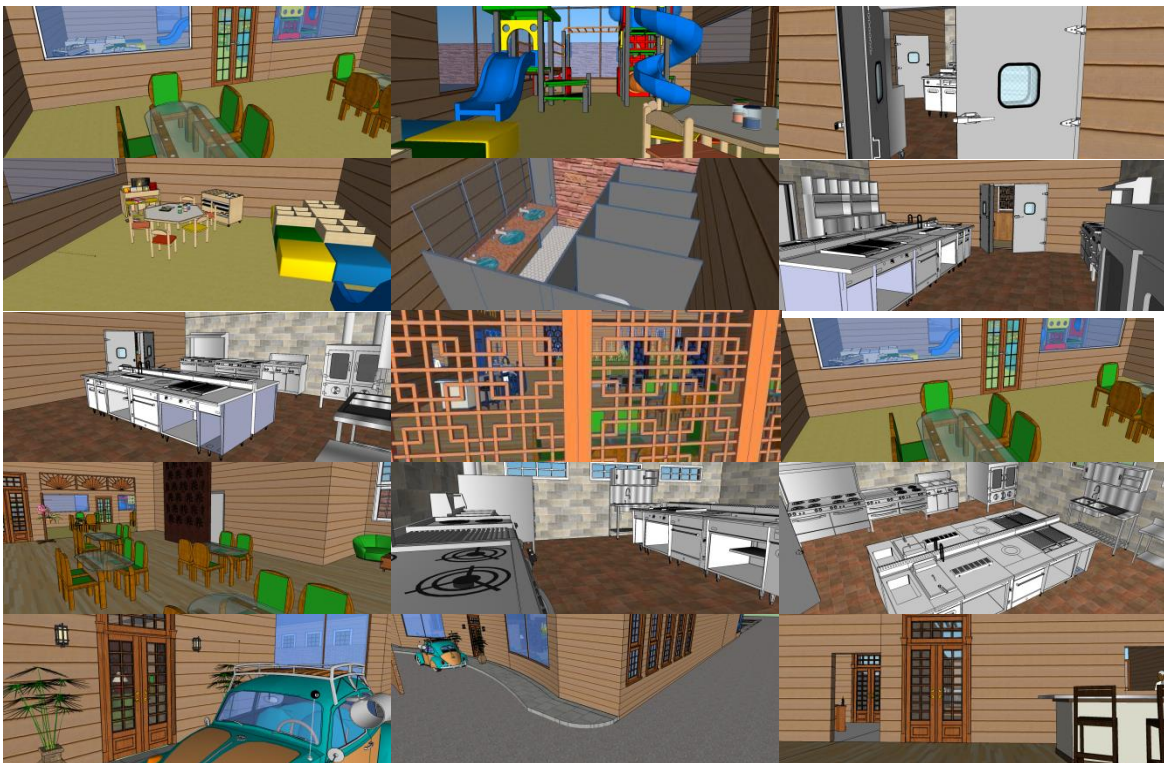


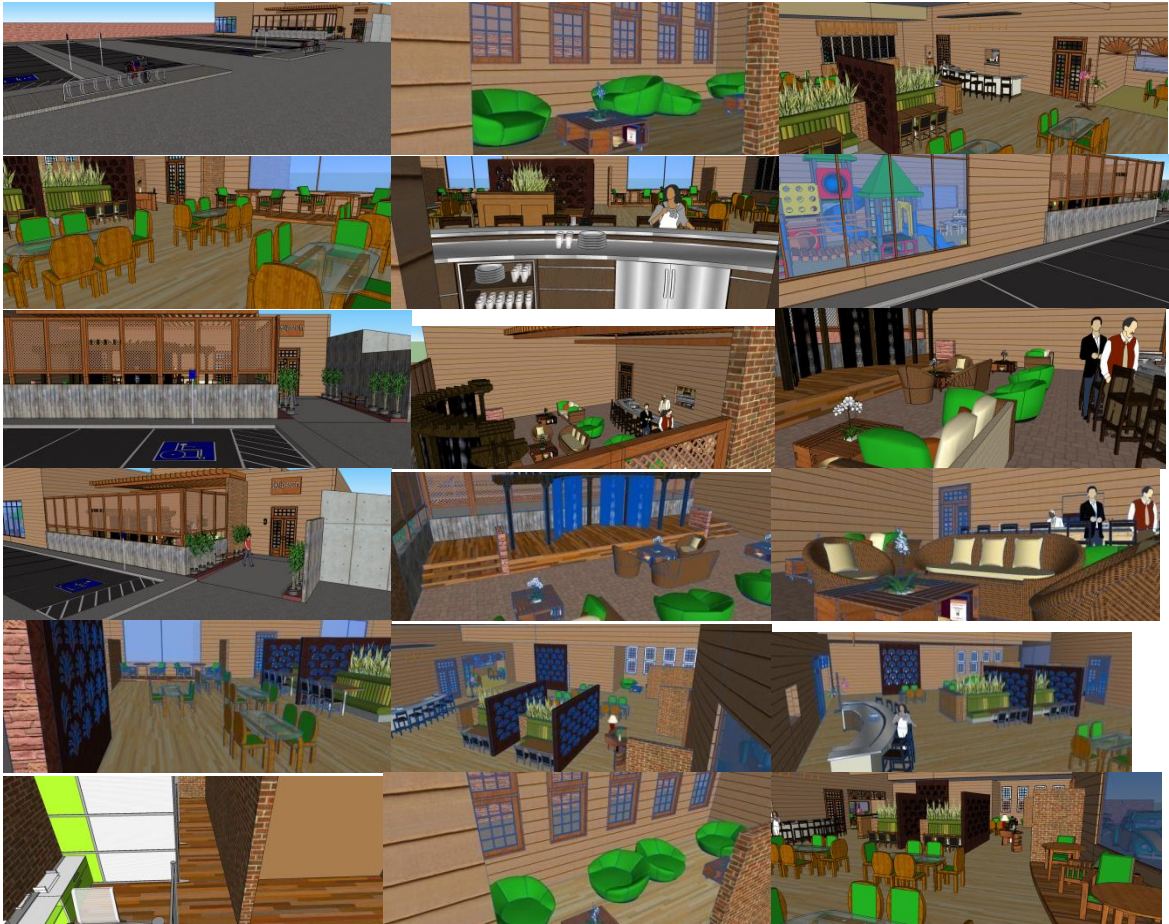
Personal aseado y con cabello recogido para mujeres y aretes pequeños, en el caso de los hombres su cabello será corto y perfume discreto.

- Playera verde (con logo).
- Pantalón negro (no entubado).
- Zapato negro antiderrapante.
- Calcetín negro de algodón (no tines).
- Mandil negro.

3.37 Imágenes del Restaurante

Figura 13 Diseño y espacios de Wipech





Fuente: Elaboración: Arq. Pamela Vázquez

Capítulo 4. Discusión

4.1 Propuesta de Menú Inclusivo

Como en cualquier negocio, antes de abrir un restaurante se debe investigar bien el mercado; procurando conocer cuáles son las preferencias y gustos de los consumidores y asegurarse de que se cuente con una demanda suficiente para que el restaurante tenga éxito.

Una forma de hacer ello es realizando encuestas a las personas a quien va dirigido el negocio. En éstas se consultará acerca de sus preferencias y gustos, si acudirían a un nuevo restaurante del tipo que se creará y cuánto estarían dispuestas a gastar en cada visita.

Antes de crear un restaurante se debe tener en claro cuál será el tipo de restaurante a abrir y cuál será el estilo o concepto que le vamos a dar. Por ejemplo, saber si será un restaurante gourmet de comida fina, familiar, de comida rápida, etc. Y lo más importante, determinar cuál será el estilo o concepto, el cual se elige con base a la personalidad y gustos, sin influencias de otras personas, y procurando que sea un estilo o concepto diferenciador, que no exista en otros restaurantes.

4.2 Desarrollo del Menú

Para el desarrollo del menú se optó por un concepto México-italiano. En el cual se incluirán pastas, pizzas, ensaladas, enchiladas, sopes, entre otras cosas, los cuales son platillos que la población en general consume. Los mariscos y los cortes de carne no estarán incluidos en el menú, porque el restaurante es casual y económico, por lo que estos platillos pasarían los precios estimados.

4.3 La Presentación del Menú

Como el nombre lo dice “EcoSeñas”, el concepto es ecológico además de que las personas y clientes podrán comunicarse en Lengua de Señas Mexicana. El menú tendrá imágenes de las firmas o señas de los platillos, la portada será de madera con el logo del restaurante y el abecedario en LSM grabado con láser. Las hojas y las maderas tendrán hoyitos como para encuadernar, pero en lugar de resorte o argollas estará tejido con ixtle. Con esto se dese tener una imagen casual, cómoda, no demasiado elegante, sencilla, clara y que cumpla las necesidades básicas para poder dar un servicio adecuado.

También se tendrá un menú que tenga escritura en braille, para que las personas con discapacidad visual puedan saber qué contiene.

4.4 Carta

A continuación, se muestra el formato físico de la carta de Wipech, donde se puede evidenciar la estrategia de inclusión mostrando cada una de las opciones de la carta

en el lenguaje de señas mexicana (LSM) que busca ser una herramienta que ayude a las personas sordas a entender la oferta de la empresa y poder elegir sus alimentos de forma sencilla.

Figura 14 Carta



BEBIDAS




| | |
|---|----|
| A) <u>Café</u> | 26 |
| B) <u>Jugo de naranja</u> | 27 |
| C) <u>Agua</u> (limonada, naranjada, agua , horchata)..... | 28 |
| D) <u>Frappé</u> (caramelo, oreo, moka)..... | 34 |
| E) <u>Donut shake</u> | 38 |


A


B


C


D


E

DESAYUNOS




| | |
|---|----|
| F) <u>Chilaquiles</u> (verdes o rojos)..... | 45 |
| G) <u>Omelette</u> (queso, champiñones, espinacas)..... | 57 |
| H) <u>Huevo</u> (revuelto, rancheros, divorciados, estrella)..... | 58 |
| I) <u>Hot cakes</u> | 57 |
| J) <u>Waffles</u> | 52 |

F

Chilientes Rojo Verde

G

Omelette Queso Champiñones Espinacas

H

Huevo Revuelto Rancheros Divorciados Estrellados

I

Hot Cakes

J

Waffle

ENSALADAS

ENSALASA CESAR

K) Vno y queso (lechuga, tomate, queso parmesa, pimienta y uva, con una vinagreta de vino rosado)..... 64

L) Sol y lluvia (lechuga, champiñones, nopal asado, brócoli y pimienta, acompañada con una vinagreta de limón)..... 65

M) César (lechuga romana, trocitos de pan tostado, queso parmesano, pollo)..... 69

N) Ensalada de frutas (fruta de temporada), queso cottage, granola y miel de abeja..... 68

Vino Queso

Sol Lluvia

C e s a r

Ensalada Fruta

BOTANAS

NACHOS

R) Tabla de quesos (queso parmesano, res del castillo, gouda, mozzarella, manzana verde, salami, pan baqueta)..... 64

O) Alitas horneadas (con salsa BBQ, butifelo, dulce, chipotle, teriyaki)..... 69

P) Nachos (tostitos, frijoles, queso cheddar, tomate, cebolla, aguacate, chile jalapeño)..... 67

Q) Brochetas de salchicha artesanal (salchicha artesanal, hojaldre, queso cheddar, salsa de tomate)..... 63

N

Tabla Queso

O

Alitas

P

Nachos

Q

Brocheta de salami

COMIDA

| | |
|---|-----|
| R) Pastas (lasagna, espagueti, ravioli) | 157 |
| S) Panini | 54 |
| T) Hot dog | 38 |
| U) Pizza | 99 |
| V) Sopas | 46 |
| W) Flautas | 45 |
| X) Enchiladas | 55 |

R

Espagueti (pasta) Lasagna Raviolis

S

Banana

T

Hot dog

U

Pizza

V

Sopas

W

Flautas

R

Enchiladas

POSTRES

- 1) Tiramisu 45
- 2) Cannolis 51
- 3) Arroz con leche 12
- 4) Pascotas 43
- 5) Pax de queso 28
- 6) Profiteroles 47
- 7) Ohurros con azúcar rellenos 27



Hola, soy SORDO, y te recuerdo que...

Soy como cualquier persona,
piensa que soy de otro país
y hablo una lengua diferente.

Me puedes hablar en mi lengua.

Agradezco que me incluyas
en tus conversaciones
y me tomes en cuenta.

Yo quiero ser una persona.

Yo no quiero ser solo un cliente,
quiero ser una persona.

Yo no quiero etiquetas,
yo quiero un nombre.

Yo no quiero servicios,
yo quiero apoyo y ayuda.

Yo quiero hacer
las cosas que me gustan.

Yo quiero hacer cosas divertidas,
disfrutar la vida y tener amigos.

Yo quiero las mismas oportunidades
que tienes tú.

YO QUIERO SER FELIZ.

Fuente: Elaboración propia.

Conclusiones

Las personas con discapacidad auditiva han sido excluidas y menospreciadas desde hace muchos años. Aunque en la prehistoria no había tanto rechazo debido a que se comunicaban con señas y gestos, hasta que la comunicación fue más auditiva que visual. Tanto era el desprecio y la falta de información en aquella época que no permitían el matrimonio entre sordos para evitar la “mutación”, incluso los nazis buscaban su exterminación. Incluso en algunas culturas los niños que nacían con deformaciones o en este caso sordera se consideraban monstruos y los asesinaban

Fue hasta finales del siglo XVI el médico italiano Girolamo Cardano afirmó que las personas sordas podían escuchar por medio de la lectura y hablar por medio de la escritura y justo a partir de este momento es donde empieza a cambiar la visión de la sociedad con respecto a las personas sordas. Los sordos pasaron de ser “monstruos” a “deformes” a corregir, es aquí donde se comienza a trabajar con las personas sordas. El siguiente paso importante en la historia de las personas sordas fue el primer libro, publicado en 1620 donde se menciona al monje Pedro Ponce, quien convirtió el monasterio en la primera escuela para sordos.

Para promover aún más la inclusión de las personas con discapacidad, las asociaciones y organizaciones han señalado que en el proceso de inclusión es necesario cambiar las palabras invalidez, incapacidad e impotencia por competencia, seguridad, compensación y reparación. Ejemplo de ella es la afirmación de Mottez quien considera a la sordera como una discapacidad compartida, ya que solo aparece en el encuentro de un sordo con un oyente, es una discapacidad de comunicación que desaparece entre dos sordos. Debido a los acontecimientos antes mencionados fue que se empezó a desarrollar la lengua de señas.

Por otra parte, la inclusión de las personas sordas en el ámbito laboral y en específico en la industria de la restauración es escasa en la literatura y con menores

ejemplos en el ámbito nacional en México. Si bien estos casos buscan un cambio de paradigma de la forma de concebir la empresa de la forma tradicional a ser lugares que ofrecen empleos y servicios para personas sordas.

La importancia de la restauración en México radica en su tamaño ya que representa un poco más de la décima parte del PIB nacional, principalmente integrada por microempresas. A su vez recibe a la quinta parte de los jóvenes en el país con su primera experiencia laboral, empleando mayoritariamente a mujeres

Así mismo, es una industria que genera uno de los valores agregados más altos a nivel nacional; aparte de ser motor de distintas cadenas de valor sobre todo de insumos nacionales. Es por eso que emprender dentro de esta industria es una opción atractiva para cualquier persona; como todo emprendimiento tiene desafíos y riesgos.

Por lo anterior, es que es necesario poder realizar un planeamiento estratégico de la empresa donde se incluyan la administración, producción servicios, finanzas, mercadotecnia, entre otros., ya que sirve para generar los objetivos organizacionales a los cuales se quiere acceder a largo plazo y definir las funciones del día a día que coadyuvan a alcanzar los objetivos planteados. A su vez, debe de atender un mercado específico con necesidades específicas y que despierte el interés. Por otra parte, debe dar la pauta y orden a las operaciones de la empresa, generar control, minimizar riesgos, atraer inversores y conseguir financiamiento. Es el plano guía de la empresa.

La presente propuesta de diseño de un negocio inclusivo de alimentos y bebidas, dirigida a personas con discapacidad auditiva, se basa en un estudio que aplico dos métodos, empírico y estadístico no probabilístico. El primer método se basó en observaciones y entrevistas no estructuradas y entrevista y el segundo meto en el análisis estadístico descriptivo de las encuestas.

Se encuestaron a 61 sujetos entre 15 y 60 años de la ARSE, esta muestra se determinó a partir de la asistencia de sordos a dicha asociación de una población fluctuante a las 200 personas. Por medio del muestro no probabilístico de muestreo

accidental. En esta encuesta se evaluaron cuatro aspectos 1) asistencia a restaurantes, 2) compañía, 3) experiencia, 4) inclusión.

Donde los principales hallazgos fueron 95% de los participantes manifiesto asistir a restaurantes, con una asistencia semanal de 44% y 23% asiste varias veces por semana. Respecto a la preferencia por tipo de empresa de alimentos y bebidas el 56% prefiere los restaurantes seguido por el 43% de cafeterías. Respecto al tipo de comida de preferencia el 67% prefiere comida mexicana, seguida por la comida italiana con el 22% y la japonesa con un 20%.

Respecto a los aspectos importantes para elegir una empresa son el servicio con 59% y la comida con el 18%. Por otra parte, el 86% de los encuestados prefiere ir acompañado a un establecimiento de alimentos y bebidas; de las personas que van acompañadas el 61% manifiesta que lo hacen por socializar, el 33% por ayuda para interpretar y el 7% por ambos.

En relación con su experiencia con establecimientos de alimentos y bebidas 56% menciona que fue buena, el 30% regular y 4% mala y solo el 8% considera que fue excelente. Un aspecto relevante de la experiencia es la dificultad para comunicarse por el personal de servicio, 37% de los encuestados afirmo sentirse discriminado. Dentro de las empresas de alimentos y bebidas una barrera es la comunicación oral y escrita lo cual ha hecho sentirse discriminado al 61% de los encuestados. Además, los encuestados manifiestan problemas para ordenar la su comida donde los principales motivos son que el personal no los entiende con un 60%, el 21 no sabe leer y el 19% no sabe escribir. Como factor impórtate para mejorar su experiencia con el servicio al cliente en las empresas de alimentos y bebida evidenciado por los encuestados es que 46% opinan que hace falta personal capacitado en LSM, 40% considera que se necesita un menú con LSM.

Las personas sordas al igual que las oyentes deberían de tener un trato igual en los establecimientos de alimentos y bebidas. Los resultados que arrojó la encuesta nos demuestran que gran parte de nuestros encuestados asiste a restaurantes a pesar de que hay diferencia en el trato a las personas sordas, principalmente por no haber un lenguaje en común. La falta de educación escolar de las personas sordas hace esto más difícil, al no saber leer y/o escribir hace complicada la comunicación lo cual los obliga por decirlo de alguna manera a ir acompañados de oyentes para que los ayuden a interpretar.

Es necesario recordar que la mayoría de los encuestados expresó haber tenido una buena experiencia; sin embargo, las situaciones en las que han percibido discriminación demuestran la exclusión en torno al servicio en establecimientos de A y B. Ello nos acercó a entender la necesidad de un proyecto que tome en cuenta a la comunidad sorda, así como a otras comunidades con necesidades específicas para ofrecer un servicio óptimo.

En Ensenada son pocos los establecimientos de A y B que toman en cuenta a la población con discapacidad. En caso de que lo haga, se enfocan a quienes tienen discapacidad motriz; sin embargo, el resto de las personas con alguna otra discapacidad están invisibilizadas. De hecho, los encuestados comentaron que suele haber menús en braille, pero no en LSM. Asimismo, los encuestados comentaron, como dato adicional, que, en su experiencia, la mayoría no conoce ningún establecimiento con instalaciones para personas sordas, tampoco personal sordo o personal oyente capacitado.

En vista de los resultados evidenciados generar una propuesta de negocio de alimento y bebidas, incluyente pensada para personas sordas cobra relevancia como nicho de mercado que no se ha abordado, pero sobre todo para visibilizar una necesidad de una comunidad que no ha sido satisfecha por ninguna organización.

Se generó el concepto de un restaurante inclusivo, con la finalidad de brindar a los comensales sordos un ambiente tranquilo y cómodo, donde puedan comunicarse con nuestros empleados en LSM, sin la necesidad de un intérprete. Se contará con personal capacitado para ofrecer servicios y espacios donde la

comunidad sorda se sienta atendida, en un ambiente amable y que brinde la confianza para la convivencia ya sea con otros sordos o con oyentes.

El concepto de este restaurante es casual y familiar, con menú en LSM y personal que será continuamente capacitado. El nombre del establecimiento es “Wipech, Restaurante EcoSeñas”, el cual se centrará en proporcionar trabajo a personas con discapacidad auditiva. Se promoverá la asistencia de consumidores locales y extranjeros mediante un menú que pueda ser del agrado.

El logo se diseñó de una manera en que, al verlo, las personas con discapacidad auditiva se den cuenta de que es un establecimiento inclusivo

Como una herramienta importante dentro de un restaurante se diseñó una carta inclusiva donde cada elemento de la carta este en LMS para apoyo en la atención de la comunidad sorda a quien eta enfocado la empresa.

Limitaciones

No se cuenta con un censo municipal sobre personas sordas.

Las personas sordas necesitan el apoyo de toda la sociedad no solo de la parte gubernamental, también el sector empresarial debe buscar como apoyarlos desde su ámbito.

El presente estudio da pie para poder adentrarse, visibilizar y ofrecer opciones para las personas sordas desde el estudio de sus problemáticas.

Referencias

- Alsina, M. (2006). *La interactividad en el periódico digital*. Universidad Autónoma de Barcelona. <https://ddd.uab.cat/pub/tesis/2006/tdx-1123106-104448/ar1de1.pdf>
- Águeda, E., García, J., Narros, M., Olarte, C., Reinares L. y Saco, M. (208) Principios de Marketing. 3ª. Ed. ESIC Editorial. Madrid. Recuperado: <https://books.google.com.co/books?id=86V4nK6j0vIC&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>
- Alcaide, M., González, M. y Flores, I. (1996). Mercado de trabajo, reclutamiento y formación en España. Madrid: Pirámide
- Allon, G. y Federgruen, A. (2007). *Competition in Service Industries*, Operation Research, 55(1), 37-55. Consultado en: <https://www.jstor.org/stable/25147055>
- Amezcuaga-Aguilar, T. y Amezcuaga-Aguilar, P. (2018). *Contextos inclusivos: el reconocimiento de la lengua de signos como derecho de las personas con diversidad funcional*. Tomado el 23.11.19. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6459857.pdf>
- Anker, M. y Batta, V. K. (2000). Manejo básico de restaurantes. México: CECOSA.
- Asociación de Padres y Amigos de Sordos del Uruguay (APASU). (S/F). Consultado el 18-07-19. Recuperado de: <http://www.apasu.org.uy/b-sordos/b-historia-de-la-comunidad-sorda>
- Ballaud, H. y Garrido, M (1991) La logística empresarial. Control y planificación. Madrid, Ediciones Díaz de Santos.
- Barrios, R. (2020). Ingeniería del menú. Como analizar y sacarle provecho a una carta. Perú: Gastronomía Rentable. Recuperado en: <https://www.gastronomiarentable.com/libro-ingenier%C3%ADa-del-men%C3%BA>
- Bojagal, J. (1977). Composición de menús. Centro Nacional de Aprendizaje. Consultado en: <https://repositorio.sena.edu.co/handle/11404/7714>

- Buendía, E. (2017). *Sordos: sin educación ni trabajo*. El universal. <https://www.eluniversal.com.mx/articulo/periodismo-de-datos/2017/04/2/sordos-en-mexico-sin-educacion-ni-trabajo>
- Cáceres, C. (2004). *Revista Electrónica de Audiología. Sobre el concepto de discapacidad. Una Revisión de las propuestas de la OMS*. Tomado el 24-08-19. Recuperado de: <http://www.auditio.com/docs/File/vol2/3/020304.pdf>
- Camacho, J. (2015). *Revista latinoamericana de derecho social*. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-46702015000100003
- Cano, M., & García, L. (2013). *Propuesta de mejoramiento de la gestión de la cadena de abastecimiento enfocada en la planeación de la demanda, proceso de compras y gestión de inventarios para la empresa Pollo Andino S.A.* Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana. Recuperado en: <https://repository.javeriana.edu.co/handle/10554/10291>
- Carrasco, J. (2009). *Análisis y descripción de puestos de trabajo en la administración local*. Murcia. *Revista electrónica CEMCI Número 2: Ene.-Mar.* Recuperado en : https://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/bitstream/123456789/3412/1/An%c3%a1lisis_descripci%c3%b3n_puestos.pdf
- Center for Parent Information & Resources (CPIR). (2014). *Sordera y la pérdida de la capacidad auditiva*. Tomado el 22-08-19. Recuperado de: <https://www.parentcenterhub.org/auditiva/>
- Chalin, F. (2014). *Valuación de un negocio del sector gastronómico después de realizar mejoras propuestas para un mejor desempeño*. Universidad Nacional Autónoma de México. [Tesis Maestría]. Consultado en: <http://www.ptolomeo.unam.mx:8080/xmlui/bitstream/handle/132.248.52.100/7228/tesis.pdf?sequence=1>
- Chiavenato I. *Administración de recursos humanos*. México DF: Mc Graw-Hill Interamericana, 1999
- Chiavenato, I. (2004). *Introducción a la Teoría General de la Administración*. 7a. edición. México: McGraw-Hill
- Chiavenato, I. (2016). *Planeación estratégica. Fundamentos y Aplicaciones*. 3a. edición. México: McGraw-Hill.
- Consejo Nacional de Fomento Educativo (CONAFE). (2010). *Discapacidad intelectual. Guía didáctica para la inclusión en educación inicial y básica*. <https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/106805/discapacidad-intelectual.pdf>

- Cuevas, F. (2016). Control de Costos y Gastos en los Restaurantes. México: Limusa. ISBN: 978-966-18-6355-5
- De Ávila, V. (2014). *Sordos. Historia, medicalización y presente*. Consultado el 25-07-19. Recuperado de: <https://sifp.psico.edu.uy/sites/default/files/Trabajos%20finales/%20Archivos/monografia%20de%20avila.pdf>
- Díaz, K. (2016). Diseño de un Sistema de Gestión de Compra para el Restaurante "Mesón de la Plaza". Trabajo de Diploma. Universidad Central "Marta Abreu" de Las Villas, Santa Clara, Cuba. 26 pp. Recuperado en: <https://dspace.uclv.edu.cu/bitstream/handle/123456789/8069/TD%20K%C3%A1terin%20Denia%20D%C3%ADaz%20delgado%20%2825-05-2016%29.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
- Drucker, P.F. (1974). *Management: Tasks, Responsibilities, Practices*. London: William Heinemann.
- Durón, C. (2006). *Ingeniería del menú*. México: Trillas ISBN: 978-607-17-2866-1
- Estrella, V. (2022). Industria restaurantera queretana proyecta recuperación para este 2022. *El Economista* periódico. Consultado en: <https://www.economista.com.mx/estados/Industria-restaurantera-queretana-proyecta-recuperacion-para-este-2022-20220324-0120.html>
- Fernández, M. (2017). *Aprovisionamiento en restauración*. Andalucía, España: ic editorial. ISBN: 978-84-17026-83-7
- Godínez, L. (2017). *Sordos en México: sin educación ni trabajo*. El universal. Consultado el 18.12.17. Recuperado de <https://www.eluniversal.com.mx/articulo/periodismo-de-datos/2017/04/2/sordos-en-mexico-sin-educacion-ni-trabajo>
- González, Francisco J. (2014). *Sistemas de aprovisionamiento y mise en place en el restaurante*. España: Ideas propias Editorial S.L. ISBN: 978-84-9839-495-5. Recuperado en: <https://books.google.com.ec/books?id=7hr9CAAQBAJ&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>

- Heredia, N. (2007) Gerencia de compras: la nueva estrategia competitiva. Bogotá: ECOE Ediciones. Recuperado en: <https://books.google.com.co/books?id=mb3aAQAQBAJ&printsec=copyright#v=onepage&q&f=false>
- Hernández, D y Navajas-Romero, V. (2018). Gestión de compras en restaurante. Estudio del sector de restauración de Córdoba (España). Revista Espacios. Vol. 39 (Nº 34) Año 2018 • Pág. 13. ISSN: 07981015. Recuperado en: <https://www.revistaespacios.com/a18v39n34/a18v39n34p13.pdf>
- Hernández, F., Martí, Y. (2006). Conocimiento organizacional: la gestión de los recursos y el capital humano. *ACIMED*, 14(1) Consultado en: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1024-94352006000100003&lng=es&tlng=es.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista. P. (2010). *Metodología de la investigación*. México, D.F.: Mc Graw Hill.
- Hidalgo, N. (2015) Diseño de un Sistema de Gestión de Compra para la Comercializadora Mayorista ITH Cienfuegos. Trabajo de Diploma. Universidad Central "Marta Abreu" de Las Villas, Santa Clara, Cuba. 132 pp. Recuperado en: <https://dspace.uclv.edu.cu/bitstream/handle/123456789/8069/TD%20K%C3%A1terin%20Denia%20D%C3%ADaz%20delgado%20%2825-05-2016%29.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
- Hui, M., Thakor, M. y Gill, R. (1998). *The Effect of Delay Type and Service Stage on Customers' Reactions to Waiting*, *Journal of Consumer Research*, 24(4), 469-80. Consultado en: <https://ideas.repec.org/a/oup/jconrs/v24y1998i4p469-79.html>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). (2019). Censos económicos. Consultado en: <https://www.inegi.org.mx/programas/ce/2019/#Documentacion>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). (2018). Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte, México SCIAN. Consultado en: https://www.inegi.org.mx/contenidos/productos/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/nueva_estruc/702825099695.pdf

- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). (2021). Colección de estudios sectoriales y regionales. Conociendo la Industria Restaurantera. Consultado en:
https://www.inegi.org.mx/contenidos/productos/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/nueva_estruc/889463903369.pdf
- Isikawa, k. (2003) ¿Qué es el control total? La modalidad japonesa, Colombia. Editorial Norma 2ª Edición.
- Johnston R. y Michel, S. (2008). *Three outcomes of service recovery: Customer recovery, process recovery and employee recovery*. International Journal of Operations & Production Management. 28(1), 79-99. Consultado en:
[https://www.scirp.org/\(S\(351jmbntvnsjt1aadkposzje\)\)/reference/referencespapers.aspx?referenceid=2460995](https://www.scirp.org/(S(351jmbntvnsjt1aadkposzje))/reference/referencespapers.aspx?referenceid=2460995)
- Kvint, Vladimir (2009). The Global Emerging Market: Strategic Management and Economics. Routledge
- L.-Dellamary, L. (2016). La lengua de señas mexicana, ¿una lengua en riesgo? Contacto bimodal y documentación sociolingüística. Estudios de Lingüística Aplicada, 0(62), 125-152.
 doi:<https://doi.org/10.22201/enallt.01852647p.2015.62.420>
- Lana, Rogelio Adilson (2008). La Administración Estratégica como Herramienta de Gestión. *Revista Científica "Visión de Futuro"*, 9(1), .[fecha de Consulta 25 de Agosto de 2022]. ISSN: 1669-7634. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=357935469001>
- López García Luis Armando. Rodríguez Cervantes Rosa María. Zamora Martínez María Guadalupe. San Esteban Sosa Susana. *Mis manos que hablan, Lengua de Señas para Sordos*. Editorial Trillas, 2006 (reimp, 2013).
- Ley General para la Inclusión de las Personas con Discapacidad. (2018). *Artículo 14*. Tomado el 15-08-19. Recuperado de:
http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LGIPD_120718.pdf
- Lillo, A. (2009). El papel del capital humano en el sector turismo: Algunas reflexiones y propuestas. Cuadernos de Turismo, no. 24. pp 53-64. ISSN: 1139-7861. Recuperado en: <https://revistas.um.es/turismo/article/view/92651/89131>
- Matilla, K. (2008). *Los Modelos de Planificación Estratégica en la Teoría de las Relaciones Públicas*. Barcelona: UOC.

- Maz, J. y Suarez, S. (2009). Diseño del proceso de abastecimiento de la empresa de servicios proyecta iluminación y diseño Ltda. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana. Recuperado en: <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/7295/tesis293.pdf>
- Mendoza, J., Rodriguez, Y. y Vazquez, A. (2012). La mezcla de la mercadotecnia. Consultado en: <https://www.eumed.net/ce/2012/jrv.pdf>
- Mintzberg, H., Quinn, J.B. (1996). *El Proceso Estratégico: Conceptos, Contextos y Casos*. Naucalpan de Juárez: Prentice-Hall Hispanoamerica.
- Morell, A. y Brunet, I. (1999). "El reclutamiento de personal en la nueva sociedad informacional". *Papers*, 59, 173-194
- Moliní, M. (2007). *Repercusiones de la comida rápida en la sociedad*. https://www.tcasevilla.com/archivos/repercusiones_de_la_comida_rapida_en_la_sociedad.pdf
- Monroy de Sada, P. y Martínez de Flores, G. (2010) *Introducción a la Historia de la Gastronomía*. 2ª. Edición. México: Limusa.
- Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO). (2019). La inocuidad alimentaria es responsabilidad de todos y cada uno de nosotros. Consultado en: <https://www.fao.org/fao-stories/article/es/c/1194120/>
- Ponce, H. (2007). La matriz FODA: alternativa de diagnóstico y determinación de estrategias de investigación en diversas organizaciones. Vol. 12. Consultado en: <https://www.redalyc.org/pdf/292/29212108.pdf>
- Organización Mundial de la Salud (OMS) y Organización Peruana de la Salud (OPS). (2001). *Clasificación Internacional del Funcionamiento, de la Discapacidad y de la Salud*. Tomado el 24-08-19. Recuperado de: https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/43360/9241545445_spa.pdf;jsessionid=E8331B12B4EFC7C665DE16B16AA2DB84?sequence=1
- Organización Mundial de la Salud (OMS). (2019a). *Discapacidades*. Tomado el 23-08-19. Recuperado de: <https://www.who.int/topics/disabilities/es/>

Organización Mundial de la Salud. (2019b). *10 Datos sobre la sordera*. Tomado el 23-08-19. Recuperado de: <https://www.who.int/features/factfiles/deafness/es/>

Organización Mundial de la Salud. (2019c). *Sordera y pérdida de la audición*. Tomado el 22-08-19. Recuperado de: <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/deafness-and-hearing-loss>

De León, A., Gómez, J., Vidarte, P. y Piñero, M. (2007). *Cultura sorda y ciudadanía, construyendo identidad*. Consultado el 04-11-19. Recuperado de: <https://aulainter-cultural.org/2009/09/21/cultura-sorda-y-ciudadania-construyendo-identidad/>

Oviedo, A. (2006). *La vida y la obra de Juan Pablo Bonet*. Cultura Sorda. Consultado el 02-11-19. Recuperado de: <https://cultura-sorda.org/juan-pablo-bonet/>

Palacios, J. (2016). *¿Cómo hablar lengua de señas? - El cuerpo y su movimiento*. Tomado el 23-11-19. Recuperado de: <https://compartirsgnos.blogspot.com/2016/01/como-hablar-en-lenguaje-de-senas.html>

Palacios-Santa Cruz, J. (2018). Mejoras en la gestión de compras del restaurante el Chepenano. (Trabajo de Suficiencia Profesional para optar el título de Licenciado en Administración de Empresas). Universidad de Piura. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Programa Académico de Administración de Empresas. Piura, Perú: Recuperado en: https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/3970/TSP_AE_040.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Peiró, J. M. (1984). *Psicología de la Organización* (2 vol.). Madrid: UNED.

Pino, Leida, & Fernandez, Elsa (2005). Filosofía y ética gerencial para las empresas del siglo XXI. *Telos*, 7(1),37-50. ISSN: 1317-0570. Consultado en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=99318830003>

Quintana, A. (S/A). Análisis de mercado. *Dirección de marketing*. Consultado en: http://accioneduca.org/admin/archivos/clases/material/analisis-de-mercado_1563825598.pdf

Riquelme, D. (2020). *Ingeniería del menú. Como analizar y sacarle provecho a la carta de tu restaurante*. Perú: Gastronomía más rentable

Rodríguez, R. (2020). Costos aplicados en hotelería, alimentos y bebidas. México: ECOE ediciones. ISBN: 978-607-563-006-9

Salazar, D., Díaz, P., Benalcáza, L., Acuña, J. (2018). Gestión administrativa en establecimientos de alimentos y bebidas ubicados en el sector de La Ronda del centro histórico de la ciudad de Quito (Ecuador). *Revista interamericana de ambiente y turismo*, 14(1), 2-13. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-235X2018000100002>

Sánchez, A. (2017). El componente ético, un factor de éxito de los proyectos de investigación. *international journal of good conscience*. Consultado en: [http://www.spentamexico.org/v12-n3/A14.12\(3\)216-229.pdf](http://www.spentamexico.org/v12-n3/A14.12(3)216-229.pdf)

Sangri, A. (2014). Introducción a la mercadotecnia. Publicado en octubre 2014. Capitulo 9. Consultado en <https://librosaccesoabierto.uptc.edu.co/index.php/editorial-uptc/catalog/download/48/78/2865?inline=1>

Secretaría de cultura. (2017). Portal electrónico: <https://mexicana.cultura.gob.mx/es/repositorio/x2abesp3qm-4>

Secretaría de cultura. (2019). Portal electrónico: <https://www.gob.mx/cultura/articulos/pinturas-rupestres-en-mexico-constancia-de-la-humanidad-a-traves-del-arte?idiom=es>

Secretaría de Economía. (2016). *Mercadotecnia - Promoción del producto o servicio*. <http://www.contactopyme.gob.mx/cpyme/guiasempresariales/guias.asp?s=10&q=6&sg=40>

Secretaría de Turismo de México. (2019). El sector restaurantero representa el 15.3 por ciento del PIB Turístico en México. Consultado en: <https://www.gob.mx/sector/prensa/el-sector-restaurantero-representa-el-15-3-por-ciento-del-pib-turistico-en-mexico#:~:text=%2D%20El%20sector%20restaurantero%20del%20pa%C3%ADs,de%20M%C3%A9xico%2C%20Miguel%20Torruco%20Marqu%C3%A9s>

Socatelli, M. (2013). Fundamentos para emprendimientos turísticos sostenibles. Universidad Estatal a Distancia de Costa Rica. Consultado en: <https://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV15-07/semana2/LS2.5.pdf>

- Soto, J. (2020). ¿Qué es Instagram y para que sirve?. Geeknetic. Consultado en: <https://www.geeknetic.es/Instagram/que-es-y-para-que-sirve>
- Sousa, L. (2016). La planeación del menú: El primer paso para una producción de alimentos exitosa. Hospitalidad ESDAI. No. 30. Universidad Panamericana.
- Torres Bodet, J. (2010). *Discapacidad auditiva*. Guía didáctica para la inclusión en educación inicial y básica. Consultado el 05-11-19. Recuperado de: <https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/106806/discapacidad-auditiva.pdf>
- Thornberry, N. (1997). A view about vision. *European Management Journal*, 15(1), 28-34.
- Mexicana. (S/A). *Lengua de señas mexicana*. Tomado el 22.11.19. Recuperado de <https://mexicana.cultura.gob.mx/es/repositorio/x2abesp3qm-4>
- Ugarte, C. (2018). Análisis del proceso de compras para diseñar una propuesta de indicadores de gestión que permita mejorar los procesos del área de compras. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. (Tesis maestría). Recuperado en: <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/11016>
- United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO). (2019). *Inclusión en la educación*. Tomado el 18-09-19. Recuperado de: <https://es.unesco.org/themes/inclusion-educacion>
- Vargas, C. (2006). Creación de un Manual Descriptivo y Análisis de Puestos para el Hotel Arenal Kioro S.A. Instituto Tecnológico de Costa Rica. [Tesis licenciatura]. Recuperado en: <https://repositoriotec.tec.ac.cr/handle/2238/3966>
- Vélez, V. (2016). Educación inclusiva para personas con discapacidad en la provincia de buenos aires. Tomado el 03-11-19. Recuperado de Vargas, C. (2006). Creación de un Manual Descriptivo y Análisis de Puestos para el Hotel Arenal Kioro S.A. Instituto Tecnológico de Costa Rica. [Tesis licenciatura]. Recuperado en: <https://repositoriotec.tec.ac.cr/handle/2238/3966> <https://repositorio.flacsoand.es.edu.ec/bitstream/10469/9563/2/TFLACSO-2016VVP.pdf>
- Viviendo el Sonido. (2014). *Qué es la pérdida auditiva*. Tomado el 20-08-19. Recuperado de: https://www.gaes.es/viviendoelsonido/perdida_auditiva
- Definición. (2020). Definición de restaurante. <https://definicion.de/restaurante/#:~:text=El%20concepto%20de%20restaurante%20comenz%C3%B3,el%20est%C3%B3mago%20de%20quien%20asiste.>
- Warren, C.S., Reeve, J.M., Fess, P.E. (2005). *Contabilidad Administrativa*. México: Cengage Learning Editores

Werik, G. (2016). Facebook: todo sobre la red social más usada en el mundo.
Consultado en: <https://rockcontent.com/es/blog/facebook/>

ANEXOS

Anexo I Instrumento

Esta encuesta tiene la finalidad de conocer la opinión y costumbre de la comunidad sorda, en establecimientos de alimentos y bebidas en Ensenada.



Edad: (15-20) (21-25) (26-30) (31-35) (36-40) (41-45) (46-50) (50- +)

Sexo: M – F

1. ¿Asiste a restaurantes?
 - a. Si
 - b. No
2. ¿Con qué frecuencia asiste?
 - a) Todos los días
 - b) Varias veces a la semana
 - c) Una vez a la semana
 - d) Una vez al mes
 - e) Ninguna
3. ¿A qué tipo de establecimientos asiste con más frecuencia?
 - a) Restaurantes
 - b) Bar
 - c) Bufet
 - d) Carreta
 - e) Taquería
 - f) Cafetería
 - g) Pizzería
4. ¿Asistes solo o acompañado?
 - a) Solo
 - b) Acompañado
5. ¿Si va acompañado prefiere ir con oyentes o sordos?
 - a) Sordos
 - b) Oyentes
 - c) Ambos

6. Si va acompañado, ¿cuál de los siguientes podría ser un motivo para que lo acompañen?
- a) Ayuda en interpretar
 - b) Compañía
 - c) Ambos
7. En general ¿Cómo ha sido su experiencia acerca del servicio en negocios de alimentos y bebidas?
- a) Malo
 - b) Regular
 - c) Bueno
 - d) Excelente
8. ¿Se ha sentido discriminado alguna vez en un negocio de alimentos y bebidas?
- a) Si
 - b) No
 - c) ¿Por qué? _____
9. ¿Cuándo sale a comer, que tipo de comida prefiere?
- a) Mexicana (antojitos, birria, pozole, tacos, menudo)
 - b) Italiana (pizza, pasta)
 - c) Japonesa (sushi, ramen)
 - d) China (buffet, cucharones, lonches)
 - e) Comida rápida (hamburguesas, pollo frito, alitas)
10. ¿Cuáles son los factores más importantes para elegir un establecimiento?
- a) Ubicación
 - b) Servicio
 - c) Comida
 - d) Todo
11. ¿Conoce algún establecimiento en el cual se tengan menús pensados para las personas sordas?
- a) Si

- b) No
12. ¿Conoce algún restaurante que tenga instalaciones o servicios para personas sordas?
- a) Si
- b) No
13. ¿Qué elementos suelen faltar en el servicio ofrecido en sus restaurantes favoritos para poder tener una experiencia 100% positiva?
- a) Menú en LSM
- b) Calidad en el servicio
- c) Personal capacitado en LSM
14. ¿Le gustaría que el personal que te atendiera se encontrará capacitado en LSM?
- a) Si
- b) No
- c) ¿Por qué? _____
15. ¿Te gustaría que existiera un restaurante con personal sordo y oyentes capacitados?
- a) Si
- b) No
- c) ¿Por qué? _____
16. ¿Ha tenido algún problema para ordenar tu comida del menú?
- a) Si
- b) No
17. Si contestó positivamente a la respuesta anterior, del siguiente listado escoja 3 motivos:
- a) No sé leer
- b) El personal no me entiende
- c) No se escribir

18. ¿Le gustaría encontrar un menú en LSM cuando va a un establecimiento de alimentos y bebidas?

a) Si

b) No

c) ¿Por qué? _____

19. ¿Cuánto estarían dispuestos a gastar

a) 50-100








b) 100-150




c) 150-200

GRACIAS POR TU COLABORACIÓN


Anexo 2 Equipo y mobiliario con descripción técnica

Recepción

| Nombre | Cantidad | Unidad | Imagen | Marca | Descripción | Precio unitario | Importe |
|---|----------|--------|---|---|--|-----------------|------------|
| Agenda | 1 | Pieza |  |  | AGENDA TAMAÑO: 14.5 x 21 cm. Contiene calendario de 2 años, planeador, programador anual, presupuesto de gastos, tablas de conversación, claves de larga distancia nacional e internacional, tabla de distancias, agenda diaria con días festivos oficiales. | \$179.00 | \$179.00 |
| Caja de madera | 30 | Pieza |  | | Cajas chicas de madera para llevar la cuenta y que el cliente deposite ahí el dinero, de igual manera se utilizara para dar cambio en caso de que se requiera estará grabada con el logo de la empresa. | \$50.00 | \$1,500.00 |
| Computadora Outled Y Punto De Venta Completo 5en1 | 1 | Pieza |  |  | Punto de Venta Básico con lector de barras de tecnología Láser e impresora que puede imprimir tickets de hasta 58mm de ancho. No necesitas más para automatizar el sistema de cobro de tu negocio. Este kit incluye software web para punto de venta, tipo OXXO por 6 meses, totalmente gratis. Estos 6 meses incluyen soporte técnico, hosting y alojamiento. Además, se proporciona un sistema para venta de tiempo aire en diversas compañías, por tiempo ilimitado (Se cobra el 5% de comisión). | \$4,599.00 | \$4,599.00 |
| Clip Lector de Tarjetas Plus | 1 | Pieza |  |  | Acepta pagos con todas las tarjetas de crédito, débito, vales de despensa y puntos bancarios. Conéctalo vía Bluetooth a tu smartphone o tablet Sin rentas mensuales, sin contratos, no necesitas RFC. Recibe tu dinero en 24 horas (1 día hábil). Seguridad para ti y tus clientes. | \$290.00 | \$290.00 |









| | | | | | | | |
|----------------------|---|-------|---|--|---|------------|-------------|
| Escritorio | 1 | Pieza |  | | Forma dinámica que permite ser multifuncional, en el cual se integra la sala de espera. | \$6,500.00 | \$6,500.00 |
| Silla para recepción | 2 | Pieza |  | Mainstays | Silla Giratoria Mainstays para Oficina Ajustable | \$678.00 | \$1,356.00 |
| Sillones | 2 | Pieza |  | Ikea | Fabricados con fibras naturales son ligeros, a la vez que resistentes y duraderos. | \$4,378.00 | \$8,756.00 |
| Teléfono | 3 | Pieza |  |  | Es muy fácil y sencillo de cambiar - la instalación es realmente un plug and play. Técnicos basados en los Estados Unidos en la mano para ayudar si es necesario. Lo mejor de todo, incluso se tiene que mantener su mismo número de teléfono. Es muy fácil y sencillo de cambiar - la instalación es realmente un plug and play. Técnicos basados en los Estados Unidos en la mano para ayudar si es necesario. Lo mejor de todo, incluso se tiene que mantener su mismo número de teléfono. | \$2,475.00 | \$7,425.00 |
| | | | | | | | \$30,740.00 |











Comedor











| Nombre | Cantidad | Unidad | Imagen | Marca | Descripción | Precio unitario | Importe |
|-----------------|----------|--------|---|----------|--|-----------------|-------------|
| Botes de basura | 4 | Piezas |  | Uline.mx | Bote de plástico reciclado para basura. 100% plástico reciclado con protección UV, no se pudre ni se rompe. Resiste en climas extremos. Material con aspecto de madera natural, nunca hay que lijarlo, sellarlo, pintarlo ni teñirlo. Tablas durables de 2" pre-perforadas para facilitar el montaje. Incluye tapa de plástico moldeado con Abertura de 11". | \$3,900.00 | \$15,600.00 |






| | | | | | | | |
|----------------------------|----|--------|--|--------|---|------------|-------------|
| Mesa baja | 2 | Piezas |  | IKEA | mesa baja con espacio abajó | \$1,500.00 | \$3,000.00 |
| Mesa de café | 2 | Piezas |  | | mandada a hacer | \$1,000.00 | \$2,000.00 |
| Mesa para 4 personas | 8 | Piezas |  | | Mesa de madera mandada a hacer | \$2,000.00 | \$16,000.00 |
| Percheros | 8 | Piezas |  | | Perchero de madera mandado a hacer. | \$100.00 | \$800.00 |
| Salero y pimentero | 8 | Piezas |  <small>w.MobilianoRestaurantejo</small> | mkm | salero y pimentero en forma de piedra | \$69.00 | \$552.00 |
| Sillas comedor | 74 | Piezas |  | | Silla de madera mandada a hacer, con cojines color verde | \$500.00 | \$37,000.00 |
| Sillas con descanso abrazo | 8 | Piezas |  | | Silla de madera mandada a hacer, con cojines color verde | \$500.00 | \$4,000.00 |
| Sillas de bebe | 4 | Piezas |  | Activa | Silla de madera estilo rustico. | \$400.00 | \$1,600.00 |
| sillones para exterior | 2 | Piezas |  | IKEA | El conjunto Hanoi, de Jardiland, incluye sofá, mesa, dos butacas y colchonetas | \$4,000.00 | \$8,000.00 |
| Sillones redondos | 3 | Piezas |  | IKEA | Sillón Bubble, de la firma Point, realizado en fibra sintética; mide 1 x 1 x 0,75 m. Incluye colchoneta y cojines | \$2,000.00 | \$6,000.00 |
| | | | | | | | \$94,552.00 |










Cocina

| Nombre | Cantidad | Unidad | Imagen | Marca | Descripción | Precio unitario | Importe |
|-----------------------|----------|--------|---|------------|---|-----------------|-------------|
| Abrelatas | 1 | Pieza |  | Vasconia | Acero inoxidable | \$83.00 | \$83.00 |
| Batidor de globo | 3 | Pieza |  | Oxo | Batidor de globo, 28cm | \$89.00 | \$267.00 |
| Batidora 20lt | 1 | Pieza |  | Magnum | Batidora para 20lt, construcción sólida y durable, componentes en acero inoxidable. Engranajes y ejes en acero al carbón. Manivela de un solo movimiento y guarda protectora de seguridad. Dimensiones en cm: 48*55*80. Potencia Hp: 3/4. Rpm 3 velocidades: 161/305/544. peso en kg: 100 | \$25,360.50 | \$25,360.50 |
| Batidora 5lt | 2 | Pieza |  | KitchenAid | Batidora KitcheAid, Batidora Artisan de acero inoxidable de la marca Kitchen Aid es perfecta para mezclas duras. Cuenta con 10 velocidades y una capacidad de 6 tazas, permite hacer mezclas hasta para 13 docenas de galletas. Prepara una gran variedad de postres y comidas. 575w | \$7,889.00 | \$15,778.00 |
| Brochas | 4 | Pieza |  | Oxo | Pincel cerdas nylon, 2.5cm | \$79.00 | \$316.00 |
| Caballo para charolas | 4 | Pieza |  | | Porta charolas de madera | \$1,000.00 | \$4,000.00 |
| Charolas para horno | 10 | Pieza |  | Oxo | Charola de aluminio templado calibre 18, profundidad de 1 1/8" | \$320.00 | \$3,200.00 |
| Colador | 2 | Pieza |  | Gadgets | Colador de malla fina | \$55.00 | \$110.00 |

| | | | | | | | |
|-------------------|----|-------|---|----------|--|----------|------------|
| Colador chino | 1 | Pieza |  | Vasconia | Colador chino extra fino. 10" | \$429.00 | \$429.00 |
| Coludo 28cm | 2 | Pieza |  | Vasconia | Coludos de aluminio | \$565.00 | \$1,130.00 |
| Coludos 22cm | 2 | Pieza |  | Vasconia | Coludos de aluminio | \$415.00 | \$830.00 |
| Coludos 24cm | 2 | Pieza |  | Vasconia | Coludos de aluminio | \$459.00 | \$918.00 |
| Cortador de pizza | 2 | Pieza |  | Vasconia | Cortador de pizza 0% grasa, acero inoxidable | \$42.00 | \$84.00 |
| Cuchara cocina | 5 | Pieza |  | Vasconia | cuchara de aluminio para cocina | \$50.00 | \$250.00 |
| Cuchara de madera | 3 | Pieza |  | Oxo | Cuchara de madera haya | \$129.80 | \$389.40 |
| Cucharas servicio | 50 | Pieza |  | Vasconia | Cuchara de servicio | \$25.00 | \$1,250.00 |
| Cucharón 10cm | 5 | Pieza |  | Vasconia | Cucharón de aluminio | \$79.00 | \$395.00 |
| Cuchillo chef | 5 | Pieza |  | Vasconia | Cuchillo chef 8" acero inoxidable | \$83.00 | \$415.00 |

| | | | | | | | |
|-----------------------|----|-------|---|----------|--|------------|------------|
| Cuchillo de servicio | 50 | |  | Vasconia | cuchillo para servicio | \$27.00 | \$1,350.00 |
| Cuchillo mondador | 3 | Pieza |  | Vasconia | Cuchillo mondador 3.5", acero inoxidable | \$55.00 | \$165.00 |
| Cuchillo para pan | 3 | Pieza |  | Vasconia | Cuchillo para pan 8" acero inoxidable | \$83.00 | \$249.00 |
| Cuchillo rebanador | 3 | Pieza |  | Vasconia | Cuchillo rebanador 8", acero inoxidable | \$83.00 | \$249.00 |
| Cuchillo santoku | 2 | Pieza |  | Vasconia | Cuchillo santoku 5" acero inoxidable | \$72.90 | \$145.80 |
| Duyas | 3 | Pieza |  | Vasconia | Duyas y manga pastelera | \$1,500.00 | \$4,500.00 |
| Espátula para plancha | 3 | Pieza |  | Gadgets | Espátula de cocina y plancha de acero inoxidable | \$129.80 | \$389.40 |
| Espátula pastelera | 4 | Pieza |  | Vasconia | Espátula pastelera 10", aluminio | \$75.00 | \$300.00 |
| Espátulas | 5 | Pieza |  | Vasconia | kit de 3 espátulas para cocina | \$349.00 | \$1,745.00 |
| Espumadera araña | 2 | Pieza |  | Inox | Espumadera araña malla fina inoxidable 12cm | \$129.80 | \$259.60 |

| | | | | | | | |
|-------------------------------------|---|-------|---|----------|--|-------------|-------------|
| Estufa | 2 | Pieza |  | Master | 1 respaldo bajo de 0.090 m de alto, 1 freidora en acero inoxidable tipo 304, esquinas sanitarias, cap. 3 litros de aceite, medida interior: frente: 0.204 m, fondo: 0.300 m, alto: 0.150 m, 1 quemador tubular en acero inoxidable de 26,000 B.T.U./hr en la freidora, 1 canastilla niquelada con asa plastificada, medida interior de: frente: 0.160 m, fondo: 0.250 m, alto: 0.110 m. 1 plancha de coldrolledsteel área útil de: frente: 0.504 m, fondo: 0.540 m. 1 gratinador de 0.435 m de frente. 2 quemadores tubulares en acero inoxidable de 36,000 B.T.U./hr cada uno en la plancha. 1 charola para captar los escurrimientos del gratinador. 1 asador de carnes con parrilla reversible área útil de: frente: 0.290 m, fondo: 0.540 m. 1 quemador tubular en acero inoxidable de 36,000 B.T.U./hr en el asador. 4 quemadores abiertos octagonales con tapa desmontable en hierro fundido | \$21,286.58 | \$42,573.16 |
| Fregadero | 1 | Pieza |  | Master | Tarja de acero inoxidable | \$15,679.00 | \$15,679.00 |
| Horno | 1 | Pieza |  | Vulcam | Horno doble de convección. Gas L.P. Acero inoxidable. 40" x 42 1/4" x 70" . Construcción en acero inoxidable. Puertas de acero inoxidable con vidrio doble. Motor de ventilador de 1/2 HP 2-velocidades. Interior porcelanizado. 5 rejillas niqueladas. Luz interior. | \$36,000.00 | \$36,000.00 |
| Incerto cuadrado policarbonato 10cm | 5 | Pieza |  | Vasconia | Inserto cuadrado policarbonato 10cm | \$94.00 | \$470.00 |
| Incerto cuadrado policarbonato 15cm | 5 | Pieza |  | Vasconia | Inserto cuadrado policarbonato 15cm | \$114.00 | \$570.00 |

| | | | | | | | |
|--------------------------------------|----|--------|---|------------------|--|------------|-------------|
| Incerto cuadrado policarbonato 6.5cm | 5 | Pieza |  | Vasconia | Inserto cuadrado policarbonato 6.5cm | \$85.00 | \$425.00 |
| Incerto cuadrado 10cm | 5 | Pieza |  | Vasconia | Inserto cuadrado acero inoxidable 10cm | \$174.00 | \$870.00 |
| Incerto cuadrado 15cm | 5 | Pieza |  | Vasconia | Inserto cuadrado acero inoxidable 15cm | \$245.00 | \$1,225.00 |
| Incerto cuadrado 6cm | 5 | Pieza |  | Vasconia | Inserto cuadrado acero inoxidable 6cm | \$119.00 | \$595.00 |
| Licudadora | 3 | Pieza |  | Black and Decker | 6 Velocidades, más control de pulso y función para triturar hielo. Sistema de protección en el auto calentamiento. Cuchillas multinivel de acero inoxidable. Acabado en acero inoxidable cepillado. Tapa perfectamente sellable. Luz de Led en los controles. Botones sencillos al tacto. 2 años de garantía. Fácil limpieza. 550 Watts. | \$1,349.00 | \$4,047.00 |
| Loza | 30 | juegos |  | Cobatelli | juego de 8 platos. | \$769.00 | \$23,070.00 |
| Miserables | 5 | Pieza |  | Lukue | cuchara de silicona | \$108.90 | \$544.50 |
| Molde para pan | 7 | Pieza |  | Vasconia | Molde para pan chico rectangular con antiadherente, aluminio | \$71.25 | \$498.75 |
| Molde para pay | 10 | Pieza |  | Vasconia | Molde para pay 22cm. Aluminio | \$56.25 | \$562.50 |

| | | | | | | | |
|--------------------|---|-------|---|--------------|--|----------|------------|
| Molde redondo | 4 | Pieza |  | Vasconi a | Juego de 4 moldes redondos con antiadherente | \$83.02 | \$332.08 |
| Molde redondo 18cm | 3 | Pieza |  | Vasconi a | Molde para pan 18cm. Aluminio | \$55.00 | \$165.00 |
| Molde redondo 22cm | 3 | Pieza |  | Vasconi a | Molde para pan 22cm. Aluminio | \$47.70 | \$143.10 |
| Molde redondo 26cm | 3 | Pieza |  | Vasconi a | Molde para pan 26cm. Aluminio | \$59.00 | \$177.00 |
| Molde redondo 30cm | 3 | Pieza |  | Vasconi a | Molde para pan 30cm. Aluminio | \$59.20 | \$177.60 |
| Olla alta | 3 | Pieza |  | Vasconi a | Olla alta recta 22cm. Aluminio | \$625.00 | \$1,875.00 |
| Pala | 2 | Pieza |  | Pro fino | Pala freír Pro fino Plus 32cm | \$437.80 | \$875.60 |
| Pelador | 2 | Pieza |  | Vasconi a | Pelador giratorio de acero inoxidable | \$42.00 | \$84.00 |
| Pinza | 3 | Pieza |  | Gadgets | Pinzas flexibles con cierre | \$150.00 | \$450.00 |
| Pinza para pasta | 3 | Pieza |  | Gadgets | Pinza para espagueti y pasta, 20cm | \$173.80 | \$521.40 |

| | | | | | | | |
|-----------------------|---|-------|---|------------|---|----------|------------|
| Prensa para tortillas | 2 | Pieza |  | Visconia | Máquina para hacer tortillas, acero inoxidable | \$210.00 | \$420.00 |
| Rallador | 3 | Pieza |  | Vasconia | Rallador 3 en 1 de acero inoxidable | \$55.47 | \$166.41 |
| Recipiente medidor | 3 | Pieza |  | Gadgets | Recipiente medidor pyrex con pincel silicona | \$125.00 | \$375.00 |
| Rodillo | 3 | Pieza |  | Wilton | Rodillo de plastico, con ligar para medir el grosor | \$169.00 | \$507.00 |
| Salero | 6 | Pieza |  | Vasconia | Salero chef con asa, acero inoxidable 296ml | \$59.00 | \$354.00 |
| Sarten | 6 | Pieza |  | Visconia | Sarten de aluminio y vitro acero | \$207.08 | \$1,242.48 |
| Sarten 24cm | 5 | Pieza |  | Vasconia | Sartén de alumini0, 24cm | \$183.00 | \$915.00 |
| Sarten 30cm | 5 | Pieza |  | Vasconia | Sartén de alumini0, 30cm | \$252.00 | \$1,260.00 |
| Tabla amarilla | 2 | Pieza |  | Tramontina | Tabla de polietileno de 70 x 60 cm y 1 cm de espesor. | \$179.00 | \$358.00 |
| Tabla blanca | 2 | Pieza |  | Tramontina | Tabla de polietileno de 70 x 60 cm y 1 cm de espesor. | \$179.00 | \$358.00 |

| | | | | | | | |
|-------------------------------|----|-------|---|------------|---|------------|--------------|
| Tabla madera | 4 | Pieza |  | Tramontina | Tabla de polietileno de 70 x 60 cm y 1 cm de espesor. | \$179.00 | \$716.00 |
| Tabla roja | 2 | Pieza |  | Tramontina | Tabla de polietileno de 70 x 60 cm y 1 cm de espesor. | \$179.00 | \$358.00 |
| Tabla verde | 3 | Pieza |  | Tramontina | Tabla de polietileno de 70 x 60 cm y 1 cm de espesor. | \$179.00 | \$537.00 |
| Tapa inserto acero inoxidable | 15 | Pieza |  | Vasconia | Tapa plana cuarto acero inoxidable | \$89.00 | \$1,335.00 |
| Tapa inserto policarbonato | 15 | Pieza |  | Vasconia | Tapa medio policarbonato | \$84.00 | \$1,260.00 |
| Tenedores | 50 | Pieza |  | Vasconia | Tenedor para servicio | \$24.00 | \$1,200.00 |
| Vasos | 50 | Pieza |  | Vasconia | vaso de vidrio | \$39.00 | \$1,950.00 |
| Volteador liso | 4 | Pieza |  | Vasconia | Volteador liso treasures, acero inoxidable | \$76.57 | \$306.28 |
| Waflera | 2 | Pieza |  | Oster | Waflera marca oster con teflón | \$1,249.00 | \$2,498.00 |
| Gran total | | | | | | | \$212,604.56 |

Anexo 3 Costeo de menú

Desayunos

| Numero de receta: | D-1 | Porción: | 250 ml | Fecha: | | | |
|----------------------------|--------|----------------|-----------------------|-----------------|------------------|-----------------|---------|
| | | No. porciones: | 1 | | | | |
| Nombre del producto: | | | | Costo | \$ 14.33 | | |
| Chilaquiles verdes | | | | Costo x porción | \$ 14.33 | | |
| Ingredientes | Unidad | Cantidad | Factor de rendimiento | Factor de merma | Cantidad ajustar | Precio unitario | Importe |
| Tortillas para chilaquiles | kg | 0.110 | 100% | 0% | 0.110 | \$ 12.00 | \$ 1.32 |
| Salsa verde | kg | 0.100 | 100% | 0% | 0.100 | \$ 14.06 | \$ 1.41 |
| Queso Manchego | kg | 0.050 | 95% | 5% | 0.053 | \$ 65.00 | \$ 3.41 |
| Queso cotija | kg | 0.020 | 95% | 5% | 0.021 | \$ 68.99 | \$ 1.45 |
| Frijoles fritos | kg | 0.08 | 100% | 0% | 0.080 | \$ 11.25 | \$ 0.90 |
| Lechuga bola | kg | 0.050 | 100% | 0% | 0.050 | \$ 8.63 | \$ 0.43 |
| Crema acida | kg | 0.010 | 98% | 2% | 0.010 | \$ 20.00 | \$ 0.20 |
| Sal | kg | 0.001 | 100% | 0% | 0.001 | \$ 7.33 | \$ 0.01 |
| Pimienta | kg | 0.001 | 100% | 0% | 0.001 | \$ 175.94 | \$ 0.18 |
| Totopos | Kg. | 0.01 | 100% | 0% | 0.010 | \$ 12.00 | \$ 0.12 |
| Salsa picante | Kg. | 0.1 | 100% | 0% | 0.100 | \$ 49.02 | \$ 4.90 |

Precio de venta \$ 50.00

Costo \$ 14.33

| Numero de receta: | D-2 | Porción: | 250 ml | Fecha: | | | |
|----------------------------|--------|----------------|-----------------------|-----------------|------------------|-----------------|---------|
| | | No. porciones: | 1 | | | | |
| Nombre del producto: | | | | Costo | \$ 13.36 | | |
| Chilaquiles rojos | | | | Costo x porción | \$ 13.36 | | |
| Ingredientes | Unidad | Cantidad | Factor de rendimiento | Factor de merma | Cantidad ajustar | Precio unitario | Importe |
| Tortillas para chilaquiles | kg | 0.110 | 100% | 0% | 0.110 | \$ 12.00 | \$ 1.32 |
| Salsa roja | kg | 0.025 | 90% | 10% | 0.028 | \$ 17.91 | \$ 0.43 |
| Queso Manchego | kg | 0.050 | 95% | 5% | 0.053 | \$ 65.00 | \$ 3.41 |
| Queso Cotija | kg | 0.020 | 95% | 5% | 0.021 | \$ 68.99 | \$ 1.45 |
| Frijoles fritos | kg | 0.08 | 100% | 0% | 0.080 | \$ 11.25 | \$ 0.90 |
| Lechuga bola | kg | 0.050 | 100% | 0% | 0.050 | \$ 8.63 | \$ 0.43 |
| Crema acida | kg | 0.010 | 98% | 2% | 0.010 | \$ 20.00 | \$ 0.20 |
| Sal | kg | 0.001 | 100% | 0% | 0.001 | \$ 7.33 | \$ 0.01 |
| Pimienta | kg | 0.001 | 100% | 0% | 0.001 | \$ 175.94 | \$ 0.18 |
| Totopos | Kg | 0.01 | 100% | 0% | 0.010 | \$ 12.00 | \$ 0.12 |

| | | | | | | | |
|---------------|----|-----|------|----|-------|----------|---------|
| Salsa picante | Kg | 0.1 | 100% | 0% | 0.100 | \$ 49.02 | \$ 4.90 |
|---------------|----|-----|------|----|-------|----------|---------|

Precio de venta \$ 50.00

Costo \$ 13.36

| | | | | | |
|----------------------|-----|----------------|--------|-----------------|----------|
| Numero de receta: | D-3 | Porción: | 250 ml | Fecha: | |
| | | No. porciones: | 1 | | |
| Nombre del producto: | | | | Costo | \$ 17.04 |
| Omelete de queso | | | | Costo x porción | \$ 17.04 |

| Ingredientes | Unidad | Cantidad | Factor de rendimiento | Factor de merma | Cantidad ajustar | Precio unitario | Importe |
|-------------------|--------|----------|-----------------------|-----------------|------------------|-----------------|---------|
| Huevo (2 piezas) | Kg | 0.13 | 80% | 20% | 0.163 | \$ 36.00 | \$ 5.85 |
| Aceite comestible | Lt | 0.005 | 100% | 0% | 0.005 | \$ 16.79 | \$ 0.08 |
| Queso Monterrey | Kg | 0.05 | 100% | 0% | 0.050 | \$ 65.00 | \$ 3.25 |
| Totopos | Kg | 0.02 | 100% | 0% | 0.020 | \$ 15.00 | \$ 0.30 |
| Sal fina | Kg | 0.001 | 100% | 0% | 0.001 | \$ 7.33 | \$ 0.01 |
| Pimienta molida | Kg | 0.001 | 100% | 0% | 0.001 | \$ 175.94 | \$ 0.18 |
| Frijoles fritos | Kg | 0.08 | 100% | 0% | 0.080 | \$ 11.25 | \$ 0.90 |
| Salsa picante | Kg | 0.1 | 100% | 0% | 0.100 | \$ 49.02 | \$ 4.90 |
| Tortillas | Kg | 0.060 | 100% | 0% | 0.060 | \$ 26.10 | \$ 1.57 |

Precio de venta \$ 50.00

Costo \$ 17.04

| | | | | | |
|------------------------|-----|----------------|--------|-----------------|----------|
| Numero de receta: | D-4 | Porción: | 250 ml | Fecha: | |
| | | No. porciones: | 1 | | |
| Nombre del producto: | | | | Costo | \$ 24.09 |
| Omelete de champiñones | | | | Costo x porción | \$ 24.09 |

| Ingredientes | Unidad | Cantidad | Factor de rendimiento | Factor de merma | Cantidad ajustar | Precio unitario | Importe |
|-------------------|--------|----------|-----------------------|-----------------|------------------|-----------------|---------|
| Huevo (2 piezas) | Kg | 0.13 | 80% | 20% | 0.163 | \$ 36.00 | \$ 5.85 |
| Aceite comestible | Lt | 0.005 | 100% | 0% | 0.005 | \$ 16.79 | \$ 0.08 |
| Champiñones | Kg | 0.05 | 100% | 0% | 0.050 | \$ 120.00 | \$ 6.00 |
| Totopos | Kg | 0.02 | 100% | 0% | 0.020 | \$ 15.00 | \$ 0.30 |
| Sal fina | Kg | 0.001 | 100% | 0% | 0.001 | \$ 7.33 | \$ 0.01 |
| Pimienta molida | Kg | 0.001 | 100% | 0% | 0.001 | \$ 175.94 | \$ 0.18 |
| Frijoles fritos | Kg | 0.08 | 100% | 0% | 0.080 | \$ 65.00 | \$ 5.20 |
| Salsa picante | Kg | 0.1 | 100% | 0% | 0.100 | \$ 49.02 | \$ 4.90 |
| Tortillas | Kg | 0.060 | 100% | 0% | 0.060 | \$ 26.10 | \$ 1.57 |

Precio de venta \$ 50.00

Costo \$ 24.09

| | | | | | |
|----------------------|-----|----------------|--------|-----------------|----------|
| Numero de receta: | D-5 | Porción: | 250 ml | Fecha: | |
| | | No. porciones: | 1 | | |
| Nombre del producto: | | | | Costo | \$ 24.49 |
| Omelete de espinacas | | | | Costo x porción | \$ 24.49 |

| Ingredientes | Unidad | Cantidad | Factor de rendimiento | Factor de merma | Cantidad ajustar | Precio unitario | Importe |
|-------------------|--------|----------|-----------------------|-----------------|------------------|-----------------|---------|
| Huevo (2 piezas) | Kg | 0.13 | 80% | 20% | 0.163 | \$ 36.00 | \$ 5.85 |
| Aceite comestible | Lt | 0.005 | 100% | 0% | 0.005 | \$ 16.79 | \$ 0.08 |
| Espinacas | Kg | 0.05 | 100% | 0% | 0.050 | \$ 40.00 | \$ 2.00 |
| Totopos | Kg | 0.02 | 100% | 0% | 0.020 | \$ 15.00 | \$ 0.30 |
| Sal fina | Kg | 0.001 | 100% | 0% | 0.001 | \$ 7.33 | \$ 0.01 |
| Pimienta molida | Kg | 0.001 | 100% | 0% | 0.001 | \$ 175.94 | \$ 0.18 |
| Frijoles fritos | Kg | 0.08 | 100% | 0% | 0.080 | \$ 120.00 | \$ 9.60 |
| Salsa picante | Kg | 0.1 | 100% | 0% | 0.100 | \$ 49.02 | \$ 4.90 |
| Tortillas | Kg | 0.060 | 100% | 0% | 0.060 | \$ 26.10 | \$ 1.57 |

Precio de venta \$ 50.00

Costo \$ 24.49

| | | | | | |
|----------------------|-----|-----------------|--------|-----------------|----------|
| Numero de receta: | D-6 | Porción: | 250 ml | Fecha: | |
| | | No. porciones : | 1 | | |
| Nombre del producto: | | | | Costo | \$ 16.09 |
| Huevos revueltos | | | | Costo x porcion | \$ 16.09 |

| Ingredientes | Unidad | Cantidad | Factor de rendimiento | Factor de merma | Cantida ajustar | Precio unitario | Importe |
|-------------------|--------|----------|-----------------------|-----------------|-----------------|-----------------|---------|
| Huevo (2 piezas) | Kg | 0.13 | 80% | 20% | 0.163 | \$ 36.00 | \$ 5.85 |
| Aceite comestible | Lt | 0.005 | 100% | 0% | 0.005 | \$ 16.79 | \$ 0.08 |
| Totopos | Kg | 0.02 | 100% | 0% | 0.020 | \$ 15.00 | \$ 0.30 |
| Sal fina | Kg | 0.001 | 100% | 0% | 0.001 | \$ 7.33 | \$ 0.01 |
| Pimienta molida | Kg | 0.001 | 100% | 0% | 0.001 | \$ 175.94 | \$ 0.18 |
| Frijoles fritos | Kg | 0.08 | 100% | 0% | 0.080 | \$ 40.00 | \$ 3.20 |
| Salsa picante | Kg | 0.1 | 100% | 0% | 0.100 | \$ 49.02 | \$ 4.90 |
| Tortillas | Kg | 0.060 | 100% | 0% | 0.060 | \$ 26.10 | \$ 1.57 |

Precio de venta \$ 50.00

Costo \$ 16.09

| | | | | | |
|----------------------|-----|----------------|--------|-----------------|----------|
| Numero de receta: | D-7 | Porción: | 250 ml | Fecha: | |
| | | No. porciones: | 1 | | |
| Nombre del producto: | | | | Costo | \$ 17.85 |
| Huevos divorciados | | | | Costo x porción | \$ 17.85 |

| Ingredientes | Unidad | Cantidad | Factor de rendimiento | Factor de merma | Cantidad ajustar | Precio unitario | Importe |
|--------------|--------|----------|-----------------------|-----------------|------------------|-----------------|---------|
|--------------|--------|----------|-----------------------|-----------------|------------------|-----------------|---------|

| | | | | | | | |
|-------------------|----|-------|------|-----|-------|-----------|---------|
| Huevo (2 piezas) | Kg | 0.13 | 80% | 20% | 0.163 | \$ 36.00 | \$ 5.85 |
| Salsa verde | Kg | 0.080 | 100% | 0% | 0.100 | \$ 14.06 | \$ 1.41 |
| Salsa roja | Lt | 0.08 | 100% | 0% | 0.080 | \$ 17.91 | \$ 1.43 |
| Aceite comestible | Lt | 0.005 | 100% | 0% | 0.005 | \$ 16.79 | \$ 0.08 |
| Totopos | Kg | 0.02 | 100% | 0% | 0.020 | \$ 15.00 | \$ 0.30 |
| Sal fina | Kg | 0.001 | 100% | 0% | 0.001 | \$ 7.33 | \$ 0.01 |
| Pimienta molida | Kg | 0.001 | 100% | 0% | 0.001 | \$ 175.94 | \$ 0.18 |
| Frijoles fritos | Kg | 0.08 | 100% | 0% | 0.080 | \$ 16.79 | \$ 1.34 |
| Salsa picante | Kg | 0.1 | 100% | 0% | 0.100 | \$ 49.02 | \$ 4.90 |
| Tortillas | Kg | 0.090 | 100% | 0% | 0.090 | \$ 26.10 | \$ 2.35 |

Precio de venta \$ 50.00

Costo \$ 17.85

| | | | | | |
|----------------------|-----|----------------|--------|-----------------|----------|
| Numero de receta: | D-8 | Porción: | 250 ml | Fecha: | |
| | | No. porciones: | 1 | | |
| Nombre del producto: | | | | Costo | \$ 17.89 |
| Huevos rancheros | | | | Costo x porción | \$ 17.89 |

| Ingredientes | Unidad | Cantidad | Factor de rendimiento | Factor de merma | Cantidad ajustar | Precio unitario | Importe |
|-------------------|--------|----------|-----------------------|-----------------|------------------|-----------------|---------|
| Huevo (2 piezas) | Kg | 0.13 | 80% | 20% | 0.163 | \$ 36.00 | \$ 5.85 |
| Salsa roja | Lt | 0.08 | 100% | 0% | 0.080 | \$ 36.00 | \$ 2.88 |
| Aceite comestible | Lt | 0.005 | 100% | 0% | 0.005 | \$ 16.79 | \$ 0.08 |
| Totopos | Kg | 0.02 | 100% | 0% | 0.020 | \$ 15.00 | \$ 0.30 |
| Sal fina | Kg | 0.001 | 100% | 0% | 0.001 | \$ 7.33 | \$ 0.01 |
| Pimienta molida | Kg | 0.001 | 100% | 0% | 0.001 | \$ 175.94 | \$ 0.18 |
| Frijoles fritos | Kg | 0.08 | 100% | 0% | 0.080 | \$ 16.79 | \$ 1.34 |
| Salsa picante | Kg | 0.1 | 100% | 0% | 0.100 | \$ 49.02 | \$ 4.90 |
| Tortillas | Kg | 0.090 | 100% | 0% | 0.090 | \$ 26.10 | \$ 2.35 |

Precio de venta \$ 50.00

Costo \$ 17.89

| | | | | | |
|----------------------|-----|----------------|--------|-----------------|----------|
| Numero de receta: | D-9 | Porción: | 250 ml | Fecha: | |
| | | No. porciones: | 1 | | |
| Nombre del producto: | | | | Costo | \$ 13.08 |
| Hot cake | | | | Costo x porción | \$ 13.08 |

| Ingredientes | Unidad | Cantidad | Factor de rendimiento | Factor de merma | Cantidad ajustar | Precio unitario | Importe |
|-------------------|--------|----------|-----------------------|-----------------|------------------|-----------------|---------|
| Pasta de hot cake | kg | 0.12 | 100% | 0% | 0.120 | \$ 14.98 | \$ 1.80 |
| Fresas | kg | 0.1 | 90% | 10% | 0.110 | \$ 37.91 | \$ 4.17 |
| Perejil | kg | 0.025 | 60% | 40% | 0.035 | \$ 34.97 | \$ 1.22 |
| Mantequilla | Kg | 0.08 | 100% | 0% | 0.080 | \$ 26.10 | \$ 2.09 |
| Miel de maple | Kg | 0.04 | 100% | 0% | 0.040 | \$ 95.00 | \$ 3.80 |

Precio de venta \$ 50.00

Costo \$ 13.08

| | | | | | |
|----------------------|------|-------------|--------|-----------------|----------|
| Numero de receta: | D-10 | Porción: | 250 ml | Fecha: | |
| | | No | 1 | | |
| | | .porciones: | | | |
| Nombre del producto: | | | | Costo | \$ 13.08 |
| Waffles | | | | Costo x porción | \$ 13.08 |

| Ingredientes | Unidad | Cantidad | Factor de rendimiento | Factor de merma | Cantidad ajustar | Precio unitario | Importe |
|-------------------|--------|----------|-----------------------|-----------------|------------------|-----------------|---------|
| Pasta de hot cake | kg | 0.12 | 100% | 0% | 0.120 | \$ 14.98 | \$ 1.80 |
| Fresas | kg | 0.1 | 90% | 10% | 0.110 | \$ 37.91 | \$ 4.17 |
| Perejil | kg | 0.025 | 60% | 40% | 0.035 | \$ 34.97 | \$ 1.22 |
| Mantequilla | Kg | 0.08 | 100% | 0% | 0.080 | \$ 26.10 | \$ 2.09 |
| Miel de maple | Kg | 0.04 | 100% | 0% | 0.040 | \$ 95.00 | \$ 3.80 |

Precio de venta \$ 50.00

Costo \$ 13.08

% de costo 26%

Ensaladas

| | | | | | |
|-----------------------|-----|-------------|--------|-----------------|----------|
| Numero de receta: | E-1 | Porción: | 250 ml | Fecha: | |
| | | No | 1 | | |
| | | .porciones: | | | |
| Nombre del producto: | | | | Costo | \$ 14.49 |
| Ensalada vino y queso | | | | Costo x porción | \$ 14.49 |

| Ingredientes | Unidad | Cantidad | Factor de rendimiento | Factor de merma | Cantidad ajustar | Precio unitario | Importe |
|--------------------------|--------|----------|-----------------------|-----------------|------------------|-----------------|---------|
| Lechugas mixta escarolas | Kg | 0.05 | 91% | 8% | 0.054 | \$ 70.00 | \$ 3.78 |
| Tomate cereza | Kg | 0.06 | 90% | 10% | 0.084 | \$ 19.93 | \$ 1.67 |
| Queso panela | Kg | 0.02 | 100% | 0% | 0.020 | \$ 115.82 | \$ 2.32 |
| Uvas rojas | Kg | 0.03 | 100% | 0% | 0.030 | \$ 122.55 | \$ 3.68 |
| Pimiento amarillos | Kg | 0.005 | 95% | 5% | 0.005 | \$ 13.50 | \$ 0.07 |
| Aderezo de vino rosado. | Kg | 0.05 | 100% | 0% | 0.050 | \$ 32.54 | \$ 0.62 |
| Pan de campaña | Kg | 0.090 | 100% | 0% | 0.090 | \$ 26.10 | \$ 2.35 |

Precio de venta \$ 50.00

Costo \$ 14.49

| | | | | | |
|-----------------------|-----|-------------|--------|-----------------|----------|
| Numero de receta: | E-2 | Porción: | 250 ml | Fecha: | |
| | | No | 1 | | |
| | | .porciones: | | | |
| Nombre del producto: | | | | Costo | \$ 18.16 |
| Ensalada sol y lluvia | | | | Costo x porción | \$ 18.16 |

| Ingredientes | Unidad | Cantidad | Factor de rendimiento | Factor de merma | Cantidad ajustar | Precio unitario | Importe |
|--------------|--------|----------|-----------------------|-----------------|------------------|-----------------|---------|
|--------------|--------|----------|-----------------------|-----------------|------------------|-----------------|---------|

| | | | | | | | |
|--------------------------|----|-------|------|-----|-------|-----------|---------|
| Lechugas mixta escarolas | Kg | 0.05 | 91% | 8% | 0.054 | \$ 70.00 | \$ 3.78 |
| Champiñones | Kg | 0.06 | 90% | 10% | 0.084 | \$ 19.93 | \$ 1.67 |
| Queso panela | Kg | 0.02 | 100% | 0% | 0.020 | \$ 115.82 | \$ 2.32 |
| Nopal asado | Kg | 0.08 | 100% | 0% | 0.030 | \$ 54.00 | \$ 3.68 |
| Brócoli | Kg | 0.03 | 100% | 0% | 1.030 | \$ 122.55 | \$ 3.68 |
| Pimiento amarillos | Kg | 0.005 | 95% | 5% | 0.005 | \$ 13.50 | \$ 0.07 |
| Vinagreta de limón | Kg | 0.05 | 100% | 0% | 0.050 | \$ 124.02 | \$ 0.62 |
| Pan de campaña | Kg | 0.090 | 100% | 0% | 0.090 | \$ 26.10 | \$ 2.35 |

Precio de venta \$ 50.00

Costo \$ 18.16

| | | | | | |
|----------------------|----------------|----------------|-----------------|--------|---------|
| Numero de receta: | E-3 | Porción: | 250 ml | Fecha: | |
| | | No. porciones: | 1 | | |
| Nombre del producto: | Ensalada cesar | | | Costo | \$ 8.98 |
| | | | Costo x porción | \$ | 8.98 |

| Ingredientes | Unidad | Cantidad | Factor de rendimiento | Factor de merma | Cantidad ajustar | Precio unitario | Importe |
|-----------------|--------|----------|-----------------------|-----------------|------------------|-----------------|---------|
| Lechuga romana | Kg | 0.06 | 91% | 8% | 0.065 | \$ 40.00 | \$ 2.59 |
| Pan rebanada | Kg | 0.015 | 95% | 5% | 0.016 | \$ 44.00 | \$ 0.69 |
| Aderezo cesar | Kg | 0.035 | 100% | 0% | 0.035 | \$ 100.97 | \$ 3.53 |
| Queso parmesano | Kg | 0.01 | 80% | 20% | 0.012 | \$ 180.00 | \$ 2.16 |

Precio de venta \$ 50.00

Costo \$ 8.98

| | | | | | |
|----------------------|--------------------|----------------|-----------------|--------|----------|
| Numero de receta: | E-4 | Porción: | 250 ml | Fecha: | |
| | | No. porciones: | 1 | | |
| Nombre del producto: | Ensalada de frutas | | | Costo | \$ 11.82 |
| | | | Costo x porción | \$ | 11.82 |

| Ingredientes | Unidad | Cantidad | Factor de rendimiento | Factor de merma | Cantidad ajustar | Precio unitario | Importe |
|----------------|--------|----------|-----------------------|-----------------|------------------|-----------------|---------|
| Sandía | kg | 0.05 | 80% | 20% | 0.060 | \$ 55.00 | \$ 3.30 |
| Melón | kg | 0.05 | 85% | 15% | 0.058 | \$ 62.00 | \$ 3.57 |
| Papaya | kg | 0.05 | 80% | 20% | 0.060 | \$ 8.35 | \$ 0.50 |
| Piña esmeralda | kg | 0.05 | 80% | 20% | 0.060 | \$ 37.70 | \$ 2.26 |
| Fresa | kg | 0.02 | 95% | 5% | 0.021 | \$ 21.67 | \$ 0.46 |
| Miel | kg | 0.01 | 100% | 0% | 0.010 | \$ 154.60 | \$ 1.55 |
| Menta | kg | 0.002 | 60% | 40% | 0.003 | \$ 68.00 | \$ 0.19 |

Precio de venta \$ 50.00

Costo \$ 11.82

Botana

| | | | | | |
|----------------------|-----|----------------|--------|-----------------|----------|
| Numero de receta: | B-1 | Porción: | 250 ml | Fecha: | |
| | | No. porciones: | 1 | | |
| Nombre del producto: | | | | Costo | \$ 98.66 |
| Tabla de quesos | | | | Costo x porción | \$ 98.66 |

| Ingredientes | Unidad | Cantidad | Factor de rendimiento | Factor de merma | Cantidad ajustar | Precio unitario | Importe |
|-------------------------|--------|----------|-----------------------|-----------------|------------------|-----------------|----------|
| Queso real del castillo | kg | 0.110 | 100% | 0% | 0.110 | \$ 120.00 | \$ 13.20 |
| Queso parmesano | kg | 0.100 | 100% | 0% | 0.100 | \$ 467.00 | \$ 46.70 |
| Queso Gouda | kg | 0.050 | 95% | 5% | 0.053 | \$ 480.00 | \$ 25.20 |
| Queso mozzarella | kg | 0.020 | 95% | 5% | 0.021 | \$ 180.00 | \$ 3.78 |
| Manzana verde | kg | 0.08 | 100% | 0% | 0.080 | \$ 54.00 | \$ 4.32 |
| Salami | kg | 0.050 | 100% | 0% | 0.050 | \$ 95.00 | \$ 4.75 |
| Pan baguete | kg | 0.010 | 98% | 2% | 0.010 | \$ 60.00 | \$ 0.61 |
| Uvas | kg | 0.001 | 100% | 0% | 0.001 | \$ 95.00 | \$ 0.10 |

Precio de venta \$ 50.00

Costo \$ 98.66

| | | | | | |
|----------------------|-----|----------------|--------|-----------------|----------|
| Numero de receta: | B-2 | Porción: | 250 ml | Fecha: | |
| | | No. porciones: | 1 | | |
| Nombre del producto: | | | | Costo | \$ 49.22 |
| Alitas de pollo | | | | Costo x porción | \$ 49.22 |

| Ingredientes | Unidad | Cantidad | Factor de rendimiento | Factor de merma | Cantidad ajustar | Precio unitario | Importe |
|------------------------|--------|----------|-----------------------|-----------------|------------------|-----------------|----------|
| Alitas de pollo | kg | 0.400 | 85% | 15% | 0.460 | \$ 75.00 | \$ 34.50 |
| Harina de trigo | kg | 0.050 | 100% | 0% | 0.050 | \$ 52.00 | \$ 2.60 |
| Maicena | kg | 0.050 | 100% | 0% | 0.050 | \$ 60.00 | \$ 3.00 |
| Sal | kg | 0.020 | 100% | 0% | 0.020 | \$ 18.00 | \$ 0.36 |
| Ajo en polvo | kg | 0.08 | 100% | 0% | 0.080 | \$ 54.00 | \$ 4.32 |
| Apio | kg | 0.050 | 85% | 15% | 0.058 | \$ 65.00 | \$ 3.74 |
| Zanahoria | kg | 0.010 | 98% | 2% | 0.010 | \$ 60.00 | \$ 0.61 |
| Aderezo ranchero | kg | 0.001 | 100% | 0% | 0.001 | \$ 95.00 | \$ 0.10 |
| Salsas promedio alitas | Lt | 0.12 | 100% | 0% | 0.120 | \$ 99.20 | \$ 11.90 |

Precio de venta \$ 50.00

Costo \$ 49.22

| | | | | | |
|----------------------|-----|----------------|--------|-----------------|----------|
| Numero de receta: | B-3 | Porción: | 250 ml | Fecha: | |
| | | No. porciones: | 1 | | |
| Nombre del producto: | | | | Costo | \$ 12.74 |
| Nachos | | | | Costo x porción | \$ 12.74 |

| Ingredientes | Unidad | Cantidad | Factor de rendimiento | Factor de merma | Cantidad ajustar | Precio unitario | Importe |
|-------------------|--------|----------|-----------------------|-----------------|------------------|-----------------|---------|
| Totopo para Nacho | kg | 0.080 | 85% | 15% | 0.092 | \$43.50 | \$ 4.00 |

| | | | | | | | |
|------------------------------|---------|-------|------|----|-------|---------|---------|
| Queso para Nacho | kg | 0.050 | 100% | 0% | 0.050 | \$68.00 | \$ 3.40 |
| Chile en Vinagre para Nachos | kg | 0.030 | 100% | 0% | 0.030 | \$56.00 | \$ 1.68 |
| Salsa Bandera | porción | 1.000 | 100% | 0% | 1.000 | \$ 3.66 | \$ 3.66 |

Precio de venta \$ 50.00

Costo \$ 12.74

| | | | | | |
|---------------------------------|-----|----------------|--------|-----------------|----------|
| Numero de receta: | B-4 | Porción: | 250 ml | Fecha: | |
| | | No. porciones: | 1 | | |
| Nombre del producto: | | | | Costo | \$ 42.45 |
| Brocheta de Salchicha artesanal | | | | Costo x porción | \$ 42.45 |

| Ingredientes | Unidad | Cantidad | Factor de rendimiento | Factor de merma | Cantidad ajustar | Precio unitario | Importe |
|--------------------------|--------|----------|-----------------------|-----------------|------------------|-----------------|----------|
| Salchicha artesanal | kg | 0.200 | 100% | 0% | 0.200 | \$ 140.00 | \$ 28.00 |
| Masa de hojaldre | kg | 0.080 | 100% | 0% | 0.080 | \$ 65.00 | \$ 5.20 |
| Queso cheddar | kg | 0.050 | 100% | 0% | 0.050 | \$ 140.00 | \$ 7.00 |
| Salsa de tomate especial | kg | 0.120 | 100% | 0% | 0.120 | \$ 18.74 | \$ 2.25 |

Precio de venta \$ 50.00

Costo \$ 42.45

Comidas

| | | | | | |
|----------------------|-----|----------------|--------|-----------------|----------|
| Numero de receta: | C-1 | Porción: | 250 ml | Fecha: | |
| | | No. porciones: | 1 | | |
| Nombre del producto: | | | | Costo | \$ 35.87 |
| Espagueti con ragú | | | | Costo x porción | \$ 35.87 |

| Ingredientes | Unidad | Cantidad | Factor de rendimiento | Factor de merma | Cantidad ajustar | Precio unitario | Importe |
|------------------------|--------|----------|-----------------------|-----------------|------------------|-----------------|----------|
| Pasta Espagueti cocida | Kg | 0.260 | 100% | 0% | 0.260 | \$ 37.91 | \$ 9.86 |
| Salsa Ragú | Kg | 0.200 | 100% | 0% | 0.200 | \$107.50 | \$ 21.50 |
| Ajo | Kg | 0.01 | 98% | 2% | 0.010 | \$ 96.00 | \$ 0.98 |
| Cebolla blanca | Kg | 0.010 | 80% | 20% | 0.012 | \$ 14.00 | \$ 0.17 |
| Queso parmesano | Lt | 0.005 | 100% | 0% | 0.005 | \$110.06 | \$ 0.55 |
| Perejil | Kg | 0.003 | 60% | 40% | 0.004 | \$ 60.85 | \$ 0.26 |
| mantequilla | Kg | 0.007 | 100% | 0% | 0.007 | \$ 75.13 | \$ 0.53 |
| Pan de campaña | kg | 0.1 | 100% | 0% | 0.100 | \$ 20.33 | \$ 2.03 |

Precio de venta \$ 50.00

Costo \$ 35.87

| | | | | | |
|----------------------|-----|----------------|--------|-----------------|----------|
| Numero de receta: | C-2 | Porción: | 250 ml | Fecha: | |
| | | No. porciones: | 1 | | |
| Nombre del producto: | | | | Costo | \$ 42.34 |
| Lasagna | | | | Costo x porción | \$ 42.34 |

| Ingredientes | Unidad | Cantidad | Factor de rendimiento | Factor de merma | Cantidad ajustar | Precio unitario | Importe |
|-----------------|--------|----------|-----------------------|-----------------|------------------|-----------------|----------|
| Masa fresca | Kg | 0.260 | 100% | 0% | 0.260 | \$ 36.45 | \$ 9.48 |
| Salsa Ragú | Kg | 0.200 | 100% | 0% | 0.200 | \$ 36.45 | \$ 7.29 |
| Requesón | Kg | 0.15 | 98% | 2% | 0.153 | \$ 94.00 | \$ 14.38 |
| Espinacas | Kg | 0.110 | 80% | 20% | 0.132 | \$ 14.00 | \$ 1.85 |
| Queso parmesano | Lt | 0.030 | 100% | 0% | 0.030 | \$110.06 | \$ 3.30 |
| Perejil | Kg | 0.003 | 60% | 40% | 0.004 | \$ 60.85 | \$ 0.26 |
| mantequilla | Kg | 0.05 | 100% | 0% | 0.050 | \$ 75.13 | \$ 3.76 |
| Pan de campaña | kg | 0.1 | 100% | 0% | 0.100 | \$ 20.33 | \$ 2.03 |

Precio de venta \$ 50.00

Costo \$ 42.34

% de costo 85%

| | | | | | |
|----------------------|-----|----------------|--------|-----------------|----------|
| Numero de receta: | C-3 | Porción: | 250 ml | Fecha: | |
| | | No. porciones: | 1 | | |
| Nombre del producto: | | | | Costo | \$ 53.79 |
| Ravioles | | | | Costo x porción | \$ 53.79 |

| Ingredientes | Unidad | Cantidad | Factor de rendimiento | Factor de merma | Cantidad ajustar | Precio unitario | Importe |
|-----------------|--------|----------|-----------------------|-----------------|------------------|-----------------|----------|
| Masa fresca | Kg | 0.260 | 100% | 0% | 0.260 | \$ 36.45 | \$ 9.48 |
| Salsa blanca | Kg | 0.200 | 100% | 0% | 0.200 | \$ 87.96 | \$ 17.59 |
| Requesón | Kg | 0.15 | 98% | 2% | 0.153 | \$ 94.00 | \$ 14.38 |
| Cebolla blanca | Kg | 0.010 | 80% | 20% | 0.012 | \$ 14.00 | \$ 0.17 |
| Ajo | Kg | 0.01 | 98% | 2% | 0.010 | \$ 96.00 | \$ 0.98 |
| Espinacas | Kg | 0.110 | 80% | 20% | 0.132 | \$ 14.00 | \$ 1.85 |
| Queso parmesano | Lt | 0.030 | 100% | 0% | 0.030 | \$110.06 | \$ 3.30 |
| Perejil | Kg | 0.003 | 60% | 40% | 0.004 | \$ 60.85 | \$ 0.26 |
| mantequilla | Kg | 0.05 | 100% | 0% | 0.050 | \$ 75.13 | \$ 3.76 |
| Pan de campaña | kg | 0.1 | 100% | 0% | 0.100 | \$ 20.33 | \$ 2.03 |

Precio de venta \$ 50.00

Costo \$ 53.79

| | | | | | |
|----------------------|-----|----------------|--------|-----------------|----------|
| Numero de receta: | C-4 | Porción: | 250 ml | Fecha: | |
| | | No. porciones: | 1 | | |
| Nombre del producto: | | | | Costo | \$ 23.93 |
| Panini | | | | Costo x porción | \$ 23.93 |

| Ingredientes | Unidad | Cantidad | Factor de rendimiento | Factor de merma | Cantidad ajustar | Precio unitario | Importe |
|-----------------------|--------|----------|-----------------------|-----------------|------------------|-----------------|---------|
| Ciabata | Pza | 1.000 | 100% | 0% | 1.000 | \$ 1.80 | \$ 1.80 |
| Jamón pechuga de pavo | Kg | 0.100 | 100% | 0% | 0.100 | \$ 60.90 | \$ 6.09 |

| | | | | | | | |
|--------------------------|----|-------|------|-----|-------|----------|---------|
| Aguacate | Kg | 0.090 | 74% | 26% | 0.113 | \$ 32.11 | \$ 3.64 |
| Queso americano rebanado | Kg | 0.040 | 100% | 0% | 0.040 | \$106.99 | \$ 4.28 |
| Mayonesa | Kg | 0.025 | 100% | 0% | 0.025 | \$ 20.02 | \$ 0.50 |
| Lechuga bola | Kg | 0.025 | 93% | 7% | 0.027 | \$ 10.59 | \$ 0.28 |
| Jitomate bola | Kg | 0.035 | 93% | 7% | 0.037 | \$ 21.97 | \$ 0.82 |
| Sal de mesa | Kg | 0.001 | 100% | 0% | 0.001 | \$ 7.33 | \$ 0.01 |
| Germen de alfalfa | Kg | 0.01 | 100% | 0% | 0.010 | \$141.34 | \$ 1.41 |
| Pimienta molida | Kg | 0.001 | 100% | 0% | 0.001 | \$139.76 | \$ 0.14 |
| Mostaza americana | Kg | 0.003 | 100% | 0% | 0.003 | \$ 64.80 | \$ 0.19 |
| Papa francesa rizada | Kg | 0.100 | 100% | 0% | 0.100 | \$ 25.31 | \$ 2.53 |
| Aceite comestible | Lt | 0.030 | 100% | 0% | 0.030 | \$ 16.06 | \$ 0.48 |
| chiles jalapeños | kg | 0.05 | 100% | 0% | 0.050 | \$ 34.92 | \$ 1.75 |

Precio de venta \$ 50.00

Costo \$ 23.93

| | | | | | |
|----------------------|-----|----------------|--------|-----------------|----------|
| Numero de receta: | C-5 | Porción: | 250 ml | Fecha: | |
| | | No. porciones: | 1 | | |
| Nombre del producto: | | | | Costo | \$ 20.71 |
| Hot dog | | | | Costo x porción | \$ 20.71 |

| Ingredientes | Unidad | Cantidad | Factor de rendimiento | Factor de merma | Cantidad ajustar | Precio unitario | Importe |
|----------------------------|--------|----------|-----------------------|-----------------|------------------|-----------------|---------|
| Salchicha de pavo | Kg | 0.150 | 100% | 0% | 0.150 | \$ 65.00 | \$ 9.75 |
| Pan tipo media noches | Kg | 0.100 | 100% | 0% | 0.100 | \$ 21.00 | \$ 2.10 |
| Jitomate bola | Kg | 0.050 | 93% | 7% | 0.054 | \$ 21.97 | \$ 1.18 |
| Papa francesa preparada | Kg | 0.120 | 100% | 0% | 0.120 | \$ 25.31 | \$ 3.04 |
| Mayonesa | Kg | 0.015 | 100% | 0% | 0.015 | \$ 20.02 | \$ 0.30 |
| Queso americano | Kg | 0.018 | 100% | 0% | 0.018 | \$106.99 | \$ 1.93 |
| Pepinillo agrio en rodajas | Kg | 0.020 | 60% | 40% | 0.028 | \$ 24.05 | \$ 0.67 |
| chiles jalapeños | kg | 0.050 | 100% | 0% | 0.050 | \$ 34.92 | \$ 1.75 |

Precio de venta \$ 50.00

Costo \$ 20.71

| | | | | | |
|----------------------|-----|----------------|--------|-----------------|----------|
| Numero de receta: | C-6 | Porción: | 250 ml | Fecha: | |
| | | No. porciones: | 1 | | |
| Nombre del producto: | | | | Costo | \$ 24.81 |
| Pizza | | | | Costo x porción | \$ 24.81 |

| Ingredientes | Unidad | Cantidad | Factor de rendimiento | Factor de merma | Cantida ajustar | Precio unitario | Importe |
|------------------|--------|----------|-----------------------|-----------------|-----------------|-----------------|---------|
| Masa para pizza | Kg | 0.150 | 100% | 0% | 0.150 | \$ 12.69 | \$ 1.90 |
| Salsa de tomate | Kg | 0.100 | 100% | 0% | 0.100 | \$ 18.74 | \$ 1.87 |
| Queso mozzarella | Kg | 0.050 | 93% | 7% | 0.054 | \$180.00 | \$ 9.63 |

| | | | | | | | |
|--------|----|-------|------|----|-------|----------|----------|
| Salami | Kg | 0.120 | 100% | 0% | 0.120 | \$ 95.00 | \$ 11.40 |
|--------|----|-------|------|----|-------|----------|----------|

Precio de venta \$ 50.00

Costo \$ 24.81

| | | | | | |
|----------------------|-----|------------|--------|-----------------|----------|
| Numero de receta: | C-7 | Porción: | 250 ml | Fecha: | |
| | | No. | 1 | | |
| | | porciones: | | | |
| Nombre del producto: | | | | Costo | \$ 25.03 |
| Sopes | | | | Costo x porción | \$ 25.03 |

| Ingredientes | Unidad | Cantidad | Factor de rendimiento | Factor de merma | Cantidad ajustar | Precio unitario | Importe |
|----------------------|--------|----------|-----------------------|-----------------|------------------|-----------------|---------|
| Sopes de maíz (3) | Kg | 0.12 | 100% | 0% | 0.12 | \$ 45.00 | \$ 5.40 |
| Aceite comestible | Lt | 0.02 | 100% | 0% | 0.02 | \$ 16.79 | \$ 0.34 |
| Carne machaca de res | Kg | 0.09 | 100% | 0% | 0.09 | \$ 74.96 | \$ 6.75 |
| Lechuga bola | Kg | 0.06 | 91% | 9% | 0.0654 | \$ 8.63 | \$ 0.56 |
| Crema agria | Kg | 0.03 | 100% | 0% | 0.03 | \$ 20.00 | \$ 0.60 |
| Jitomate bule | Kg | 0.02 | 93% | 7% | 0.0214 | \$ 65.00 | \$ 1.39 |
| Queso Cotija | Kg | 0.01 | 100% | 0% | 0.01 | \$ 68.99 | \$ 0.69 |
| Arroz a la mexicana | Kg | 0.08 | 100% | 0% | 0.08 | \$ 44.92 | \$ 3.59 |
| Frijoles fritos | Kg | 0.07 | 100% | 0% | 0.07 | \$ 67.48 | \$ 4.72 |
| Totopos | Kg | 0.01 | 100% | 0% | 0.01 | \$ 12.09 | \$ 0.12 |
| Salsa de molcajete | Lt | 0.050 | 100% | 0% | 0.050 | \$ 17.37 | \$ 0.87 |

Precio de venta \$ 50.00

Costo \$ 25.03

| | | | | | |
|----------------------|-----|------------|--------|-----------------|----------|
| Numero de receta: | C-8 | Porción: | 250 ml | Fecha: | |
| | | No. | 1 | | |
| | | porciones: | | | |
| Nombre del producto: | | | | Costo | \$ 17.25 |
| Enchiladas | | | | Costo x porción | \$ 17.25 |

| Ingredientes | Unidad | Cantidad | Factor de rendimiento | Factor de merma | Cantidad ajustar | Precio unitario | Importe |
|----------------------|--------|----------|-----------------------|-----------------|------------------|-----------------|---------|
| Tortillas de maíz | Kg | 0.12 | 100% | 0% | 0.12 | \$ 20.00 | \$ 2.40 |
| Salsa verde | Lt | 0.15 | 100% | 0% | 0.15 | \$ 14.06 | \$ 2.11 |
| Aceite comestible | Lt | 0.02 | 100% | 0% | 0.02 | \$ 16.79 | \$ 0.34 |
| Carne machaca de res | Kg | 0.09 | 100% | 0% | 0.09 | \$ 74.96 | \$ 6.75 |
| Lechuga bola | Kg | 0.06 | 91% | 9% | 0.065 | \$ 8.63 | \$ 0.56 |
| Crema agria | Kg | 0.03 | 100% | 0% | 0.03 | \$ 20.00 | \$ 0.60 |
| Jitomate bule | Kg | 0.02 | 93% | 7% | 0.0214 | \$ 65.00 | \$ 1.39 |
| Queso Cotija | Kg | 0.01 | 100% | 0% | 0.01 | \$ 68.99 | \$ 0.69 |
| Arroz a la mexicana | Kg | 0.08 | 100% | 0% | 0.08 | \$ 3.68 | \$ 0.29 |
| Frijoles fritos | Kg | 0.07 | 100% | 0% | 0.07 | \$ 16.11 | \$ 1.13 |
| Totopos | Kg | 0.01 | 100% | 0% | 0.01 | \$ 12.09 | \$ 0.12 |
| Salsa de molcajete | Lt | 0.050 | 100% | 0% | 0.050 | \$ 17.37 | \$ 0.87 |

Precio de venta \$ 50.00

Costo \$ 17.25

| | | | | | |
|----------------------|-----|----------------|--------|-----------------|----------|
| Numero de receta: | C-9 | Porción: | 250 ml | Fecha: | |
| | | No. porciones: | 1 | | |
| Nombre del producto: | | | | Costo | \$ 13.72 |
| Flautas | | | | Costo x porción | \$ 13.72 |

| Ingredientes | Unidad | Cantidad | Factor de rendimiento | Factor de merma | Cantidad ajustar | Precio unitario | Importe |
|----------------------|--------|----------|-----------------------|-----------------|------------------|-----------------|---------|
| Tortillas de maíz | Kg. | 0.12 | 100% | 0% | 0.12 | \$ 20.00 | \$ 2.40 |
| Aceite comestible | Lt. | 0.02 | 100% | 0% | 0.02 | \$ 16.79 | \$ 0.34 |
| Carne machaca de res | Kg. | 0.09 | 100% | 0% | 0.09 | \$ 74.96 | \$ 6.75 |
| Lechuga bola | Kg. | 0.06 | 91% | 9% | 0.0654 | \$ 8.63 | \$ 0.56 |
| Crema agria | Kg. | 0.03 | 100% | 0% | 0.03 | \$ 20.00 | \$ 0.60 |
| Jitomate bule | Kg. | 0.02 | 93% | 7% | 0.0214 | \$ 65.00 | \$ 1.39 |
| Queso Cotija | Kg. | 0.01 | 100% | 0% | 0.01 | \$ 68.99 | \$ 0.69 |
| Arroz a la mexicana | Kg. | 0.08 | 100% | 0% | 0.08 | \$ - | \$ - |
| Frijoles fritos | Kg. | 0.07 | 100% | 0% | 0.07 | \$ - | \$ - |
| Totopos | Kg. | 0.01 | 100% | 0% | 0.01 | \$ 12.09 | \$ 0.12 |
| Salsa de molcajete | lt | 0.050 | 100% | 0% | 0.050 | \$ 17.37 | \$ 0.87 |

Precio de venta \$ 50.00

Costo \$ 13.72

% de costo 27%

Postres

| | | | | | |
|----------------------|-----|----------------|--------|-----------------|-------------|
| Numero de receta: | P-1 | Porción: | 250 ml | Fecha: | |
| | | No. porciones: | 60 | | |
| Nombre del producto: | | | | Costo | \$ 1,604.54 |
| Tiramisu | | | | Costo x porción | \$ 26.74 |

| Ingredientes | Unidad | Cantidad | Factor de rendimiento | Factor de merma | Cantidad ajustar | Precio unitario | Importe |
|----------------------|--------|----------|-----------------------|-----------------|------------------|-----------------|-----------|
| Crema para batir | Kg | 0.88 | 100% | 0% | 0.88 | \$ 105.00 | \$ 92.40 |
| Grenetina | Lt | 0.08 | 100% | 0% | 0.08 | \$ 120.00 | \$ 9.60 |
| Queso mascarpone | Kg | 3.68 | 100% | 0% | 3.68 | \$ 145.00 | \$ 533.60 |
| Vino blanco | Lt | 0.64 | 100% | 0% | 0.64 | \$ 103.00 | \$ 65.92 |
| Licor de café | Lt | 0.64 | 100% | 0% | 0.64 | \$ 160.00 | \$ 102.40 |
| Extracto de vainilla | Lt | 0.08 | 100% | 0% | 0.08 | \$ 65.00 | \$ 5.20 |
| Cocoa | Kg | 0.08 | 100% | 0% | 0.08 | \$ 85.00 | \$ 6.80 |
| Azúcar estándar | Kg | 1.12 | 100% | 0% | 1.12 | \$ 28.00 | \$ 31.36 |
| Huevo | Kg | 1.12 | 100% | 0% | 1.12 | \$ 36.00 | \$ 40.32 |

| | | | | | | | |
|--------------------|----|------|------|----|------|----------|-----------|
| Harina de trigo | Kg | 24 | 100% | 0% | 24 | \$ 20.00 | \$ 480.00 |
| Harina de trigo | Kg | 1.2 | 100% | 0% | 1.2 | \$ 74.96 | \$ 89.96 |
| Aceite vegetal | Lt | 1 | 100% | 0% | 1 | \$ 8.63 | \$ 8.63 |
| Polvo para hornear | Kg | 0.04 | 100% | 0% | 0.04 | \$ 67.00 | \$ 2.68 |
| Yemas | Kg | 1.44 | 100% | 0% | 1.44 | \$ 36.00 | \$ 51.84 |
| Azúcar estándar | Kg | 2.88 | 100% | 0% | 2.88 | \$ 28.00 | \$ 80.64 |
| Agua | Lt | 0.8 | 100% | 0% | 0.8 | \$ 0.98 | \$ 0.78 |
| Café | Kg | 0.2 | 100% | 0% | 0.2 | \$ 12.09 | \$ 2.42 |

Precio de venta \$ 50.00

Costo \$ 1,604.54

| | | | | | |
|----------------------|-----|----------------|--------|-----------------|-----------|
| Numero de receta: | P-2 | Porción: | 250 ml | Fecha: | |
| | | No. porciones: | 25 | | |
| Nombre del producto: | | | | Costo | \$ 440.34 |
| Arroz con leche | | | | Costo x porción | \$ 17.61 |

| Ingredientes | Unidad | Cantidad | Factor de rendimiento | Factor de merma | Cantidad ajustar | Precio unitario | Importe |
|----------------------|--------|----------|-----------------------|-----------------|------------------|-----------------|-----------|
| Arroz | Kg | 1 | 100% | 0% | 1 | \$ 34.00 | \$ 34.00 |
| Agua | Lt | 2.3 | 100% | 0% | 2.3 | \$ - | \$ - |
| Canela | Raja | 0.01 | 100% | 0% | 0.01 | \$ 700.00 | \$ 7.00 |
| Azúcar estándar | Kg | 0.65 | 100% | 0% | 0.65 | \$ 28.00 | \$ 18.20 |
| Leche condensada | Latas | 2 | 100% | 0% | 2 | \$ 27.80 | \$ 55.60 |
| Leche evaporada | Latas | 4 | 100% | 0% | 4 | \$ 22.70 | \$ 90.80 |
| Leche entera | Lt | 4 | 100% | 0% | 4 | \$ 31.00 | \$ 124.00 |
| Extracto de vainilla | Kg | 0.12 | 100% | 0% | 0.12 | \$ 65.00 | \$ 7.80 |
| Huevo | Pza | 0.24 | 100% | 0% | 0.24 | \$ 36.00 | \$ 8.64 |
| Canela en polvo | Kg | 0.001 | 100% | 0% | 0.001 | \$ 700.00 | \$ 0.70 |
| Pasas | Kg | 0.4 | 100% | 0% | 0.4 | \$ 234.00 | \$ 93.60 |

Precio de venta \$ 50.00

Costo \$ 440.34

| | | | | | |
|----------------------|-----|----------------|--------|-----------------|-----------|
| Numero de receta: | P-3 | Porción: | 250 ml | Fecha: | |
| | | No. porciones: | 24 | | |
| Nombre del producto: | | | | Costo | \$ 253.09 |
| Pannacota | | | | Costo x porción | \$ 10.55 |

| Ingredientes | Unidad | Cantidad | Factor de rendimiento | Factor de merma | Cantidad ajustar | Precio unitario | Importe |
|----------------|--------|----------|-----------------------|-----------------|------------------|-----------------|-----------|
| Mantequilla | kg | 0.2 | 100% | 0% | 0.2 | \$ 75.13 | \$ 15.03 |
| Crema Lyncontt | kg | 0.8 | 100% | 0% | 0.8 | \$ 105.00 | \$ 84.00 |
| Azúcar | kg | 0.16 | 100% | 0% | 0.16 | \$ 700.00 | \$ 112.00 |
| Vino tinto | kg | 0.24 | 100% | 0% | 0.24 | \$ 28.00 | \$ 6.72 |
| Grenetina | kg | 0.024 | 100% | 0% | 0.024 | \$ 95.00 | \$ 2.28 |

| | | | | | | | |
|-----------------|------|-------|------|----|-------|-----------|----------|
| Glucosa | kg | 0.048 | 100% | 0% | 0.048 | \$ 120.00 | \$ 5.76 |
| Harina | kg | 0.16 | 100% | 0% | 0.16 | \$ 20.00 | \$ 3.20 |
| Amaranto | kg | 0.04 | 100% | 0% | 0.04 | \$ 140.00 | \$ 5.60 |
| Azúcar glas | kg | 0.04 | 100% | 0% | 0.04 | \$ 36.00 | \$ 1.44 |
| Cocoa | kg | 0.016 | 100% | 0% | 0.016 | \$ 85.00 | \$ 1.36 |
| aceite de olivo | lit. | 0.08 | 100% | 0% | 0.08 | \$ 160.00 | \$ 12.80 |
| menta | Kg | 0.05 | 100% | 0% | 0.05 | \$ 58.00 | \$ 2.90 |

Precio de venta \$ 50.00

Costo \$ 253.09

| | | | | | |
|----------------------|-----|----------------|--------|-----------------|-----------|
| Numero de receta: | P-4 | Porción: | 250 ml | Fecha: | |
| | | No. porciones: | 8 | | |
| Nombre del producto: | | | | Costo | \$ 113.53 |
| Pay de queso | | | | Costo x porción | \$ 14.19 |

| Ingredientes | Unidad | Cantidad | Factor de rendimiento | Factor de merma | Cantidad ajustar | Precio unitario | Importe |
|----------------------|--------|----------|-----------------------|-----------------|------------------|-----------------|----------|
| Queso crema | kg | 0.48 | 100% | 0% | 0.48 | \$ 75.13 | \$ 36.06 |
| Azúcar estándar | kg | 0.12 | 100% | 0% | 0.12 | \$ 16.00 | \$ 1.92 |
| Leche evaporada | pza | 1 | 100% | 0% | 1 | \$ 22.70 | \$ 22.70 |
| Crema acida | kg | 0.1 | 100% | 0% | 0.1 | \$ 57.00 | \$ 5.70 |
| Crema Lyncont | lt | 0.1 | 100% | 0% | 0.1 | \$ 105.00 | \$ 10.50 |
| Extracto de vainilla | kg | 0.01 | 100% | 0% | 0.01 | \$ 65.00 | \$ 0.65 |
| Grenetina | kg | 0.021 | 100% | 0% | 0.021 | \$ 95.00 | \$ 2.00 |
| Galletas marías | kg | 0.2 | 100% | 0% | 0.2 | \$ 140.00 | \$ 28.00 |
| Margarina sin sal | kg | 0.08 | 100% | 0% | 0.08 | \$ 75.00 | \$ 6.00 |

Precio de venta \$ 50.00

Costo \$ 113.53

| | | | | | |
|----------------------|-----|----------------|--------|-----------------|----------|
| Numero de receta: | P-5 | Porción: | 250 ml | Fecha: | |
| | | No. porciones: | 6 | | |
| Nombre del producto: | | | | Costo | \$ 63.29 |
| Churros rellenos | | | | Costo x porción | \$ 10.55 |

| Ingredientes | Unidad | Cantidad | Factor de rendimiento | Factor de merma | Cantidad ajustar | Precio unitario | Importe |
|--------------------|--------|----------|-----------------------|-----------------|------------------|-----------------|----------|
| Harina de trigo | kg | 0.25 | 100% | 0% | 0.25 | \$ 20.00 | \$ 5.00 |
| Polvo para hornear | kg | 0.005 | 100% | 0% | 0.005 | \$ 67.00 | \$ 0.34 |
| Agua hirviendo | pza | 0.3 | 100% | 0% | 0.3 | \$ - | \$ - |
| Sal | kg | 0.001 | 100% | 0% | 0.001 | \$ 14.00 | \$ 0.01 |
| Azúcar | lt | 0.015 | 100% | 0% | 0.015 | \$ 16.00 | \$ 0.24 |
| Manteca de cerdo | kg | 0.5 | 100% | 0% | 0.5 | \$ 38.00 | \$ 19.00 |
| Azúcar estándar | kg | 0.2 | 100% | 0% | 0.2 | \$ 16.00 | \$ 3.20 |
| Canela molida | kg | 0.04 | 100% | 0% | 0.04 | \$ 700.00 | \$ 28.00 |
| Cajeta | kg | 0.1 | 100% | 0% | 0.1 | \$ 75.00 | \$ 7.50 |

Precio de venta \$ 50.00

Costo \$ 63.29

| | | | | | |
|----------------------|-----|----------------|--------|-----------------|-----------|
| Numero de receta: | P-6 | Porción: | 250 ml | Fecha: | |
| | | No. porciones: | 25 | | |
| Nombre del producto: | | | | Costo | \$ 438.47 |
| Profiteroles | | | | Costo x porción | \$ 17.54 |

| Ingredientes | Unidad | Cantidad | Factor de rendimiento | Factor de merma | Cantidad ajustar | Precio unitario | Importe |
|----------------------|--------|----------|-----------------------|-----------------|------------------|-----------------|-----------|
| Mantequilla | kg | 0.400 | 100% | 0% | 0.400 | \$ 20.00 | \$ 8.00 |
| Sal | kg | 0.006 | 100% | 0% | 0.006 | \$ 17.00 | \$ 0.10 |
| Harina de trigo | kg | 0.450 | 100% | 0% | 0.450 | \$ 20.00 | \$ 9.00 |
| Leche | lt | 1.000 | 100% | 0% | 1.000 | \$ 33.00 | \$ 33.00 |
| Extracto de vainilla | lt | 0.010 | 100% | 0% | 0.010 | \$ 65.00 | \$ 0.65 |
| Azúcar | kg | 0.820 | 100% | 0% | 0.820 | \$ 16.00 | \$ 13.12 |
| Huevos | kg | 2.450 | 100% | 0% | 2.450 | \$ 36.00 | \$ 88.20 |
| Fécula de maíz | kg | 0.100 | 100% | 0% | 0.100 | \$ 67.00 | \$ 6.70 |
| Crema para batir | lt | 1.100 | 100% | 0% | 1.100 | \$ 105.00 | \$ 115.50 |
| Azúcar | kg | 0.200 | 100% | 0% | 0.200 | \$ 16.00 | \$ 3.20 |
| Nutella | kg | 0.150 | 100% | 0% | 0.150 | \$ 180.00 | \$ 27.00 |
| Chocolate blanco | kg | 0.200 | 100% | 0% | 0.200 | \$ 235.00 | \$ 47.00 |
| Chocolate oscuro | kg | 0.200 | 100% | 0% | 0.200 | \$ 260.00 | \$ 52.00 |
| Almendra | kg | 0.100 | 100% | 0% | 0.100 | \$ 350.00 | \$ 35.00 |

Precio de venta \$ 50.00

Costo \$ 438.47

Bebidas

| | | | | | |
|----------------------|-----|----------------|--------|-----------------|----------|
| Numero de receta: | B-1 | Porción: | 250 ml | Fecha: | |
| | | No. porciones: | 4 | | |
| Nombre del producto: | | | | Costo | \$ 27.60 |
| Café | | | | Costo x porción | \$ 6.90 |

| Ingredientes | Unidad | Cantidad | Factor de rendimiento | Factor de merma | Cantidad ajustar | Precio unitario | Importe |
|---------------|--------|----------|-----------------------|-----------------|------------------|-----------------|----------|
| Café | kg | 0.080 | 100% | 0% | 0.080 | \$ 55.00 | \$ 4.40 |
| Agua | Lt | 1.000 | 100% | 0% | 1.000 | \$ 17.00 | \$ 17.00 |
| Kit para café | pza | 1.000 | 100% | 0% | 1.000 | \$ 6.20 | \$ 6.20 |

Precio de venta \$ 50.00

Costo \$ 27.60

| Numero de receta: | B-2 | Porción: | 250 ml | Fecha: | | | |
|----------------------|--------|----------------|-----------------------|-----------------|------------------|-----------------|-----------|
| | | No. porciones: | 4 | | | | |
| Nombre del producto: | | | | | Costo | \$ | 105.00 |
| Jugo de naranja | | | | | Costo x porción | \$ | 26.25 |
| Ingredientes | Unidad | Cantidad | Factor de rendimiento | Factor de merma | Cantidad ajustar | Precio unitario | Importe |
| Naranja Valencia | kg | 2.000 | 50% | 50% | 3.000 | \$ 35.00 | \$ 105.00 |

Precio de venta \$ 50.00

Costo \$ 105.00

| Numero de receta: | B-3 | Porción: | 250 ml | Fecha: | | | |
|----------------------|--------|----------------|-----------------------|-----------------|------------------|-----------------|----------|
| | | No. porciones: | 8 | | | | |
| Nombre del producto: | | | | | Costo | \$ | 77.85 |
| Limonada | | | | | Costo x porción | \$ | 9.73 |
| Ingredientes | Unidad | Cantidad | Factor de rendimiento | Factor de merma | Cantidad ajustar | Precio unitario | Importe |
| Agua | Lt | 1.200 | 100% | 0% | 1.200 | \$ 10.00 | \$ 12.00 |
| Limón persa | Kg | 0.800 | 60% | 40% | 1.120 | \$ 55.00 | \$ 61.60 |
| Azúcar | Kg | 0.250 | 100% | 0% | 0.250 | \$ 17.00 | \$ 4.25 |
| Hielo | Kg | 0.300 | 100% | 0% | 0.300 | \$ 9.35 | \$ 2.81 |

Precio de venta \$ 50.00

Costo \$ 77.85

| Numero de receta: | B-4 | Porción: | 250 ml | Fecha: | | | |
|----------------------|--------|----------------|-----------------------|-----------------|------------------|-----------------|----------|
| | | No. porciones: | 9 | | | | |
| Nombre del producto: | | | | | Costo | \$ | 68.81 |
| Agua de horchata | | | | | Costo x porción | \$ | 7.65 |
| Ingredientes | Unidad | Cantidad | Factor de rendimiento | Factor de merma | Cantidad ajustar | Precio unitario | Importe |
| Arroz | Kg | 0.250 | 100% | 0% | 0.250 | \$ 55.00 | \$ 13.75 |
| Agua | Lts | 1.5 | 100% | 0% | 1.500 | \$ 10.00 | \$ 15.00 |
| Canela entera | Kg | 0.02 | 100% | 0% | 0.020 | \$ 670.00 | \$ 13.40 |
| Leche evaporada | Kg | 0.36 | 100% | 0% | 0.360 | \$ 58.00 | \$ 20.88 |
| azúcar | Kg | 0.175 | 100% | 0% | 0.175 | \$ 17.00 | \$ 2.98 |
| Hielo | Kg | 0.3 | 100% | 0% | 0.300 | \$ 9.35 | \$ 2.81 |

Precio de venta \$ 50.00

Costo \$ 68.81

| Numero de receta: | B-5 | Porción: | 250 ml | Fecha: | | | |
|----------------------|--------|----------------|-----------------------|-----------------|------------------|-----------------|----------|
| | | No. porciones: | 8 | | | | |
| Nombre del producto: | | | | Costo | \$ | 61.06 | |
| Agua de naranja | | | | Costo x porción | \$ | 7.63 | |
| Ingredientes | Unidad | Cantidad | Factor de rendimiento | Factor de merma | Cantidad ajustar | Precio unitario | Importe |
| Agua | Lt | 1.200 | 100% | 0% | 1.200 | \$ 10.00 | \$ 12.00 |
| Naranja valencia | Kg | 0.800 | 50% | 50% | 1.200 | \$ 35.00 | \$ 42.00 |
| Azúcar | Kg | 0.250 | 100% | 0% | 0.250 | \$ 17.00 | \$ 4.25 |
| Hielo | Kg | 0.300 | 100% | 0% | 0.300 | \$ 9.35 | \$ 2.81 |

Precio de venta \$ 50.00

Costo \$ 61.06

| Numero de receta: | B-6 | Porción: | 250 ml | Fecha: | | | |
|----------------------|--------|----------------|-----------------------|-----------------|------------------|-----------------|----------|
| | | No. porciones: | 8 | | | | |
| Nombre del producto: | | | | Costo | \$ | 65.35 | |
| Agua de jamaica | | | | Costo x porción | \$ | 8.17 | |
| Ingredientes | Unidad | Cantidad | Factor de rendimiento | Factor de merma | Cantidad ajustar | Precio unitario | Importe |
| Agua | Lt | 1.200 | 100% | 0% | 1.200 | \$ 10.00 | \$ 12.00 |
| Jamaica natural | Kg | 0.800 | 100% | 0% | 0.800 | \$ 62.00 | \$ 49.60 |
| Azúcar | Kg | 0.250 | 100% | 0% | 0.250 | \$ 15.00 | \$ 3.75 |
| Hielo | Kg | 0.300 | 100% | 0% | 0.300 | \$ 9.35 | \$ 2.81 |

Precio de venta \$ 50.00

Costo \$ 65.35

| Numero de receta: | B7 | Porción: | 10oz | Fecha: | | | |
|----------------------|--------|----------------|-----------------------|-----------------|------------------|-----------------|---------|
| | | No. porciones: | 1 | | | | |
| Nombre del producto: | | | | Costo | \$ | 8.23 | |
| Frappe Caramelo | | | | Costo x porción | \$ | 8.23 | |
| Ingredientes | Unidad | Cantidad | Factor de rendimiento | Factor de merma | Cantidad ajustar | Precio unitario | Importe |
| Leche | Lts | 0.125 | 100% | 0% | 0.125 | \$ 55.00 | \$ 6.88 |
| Hielo | Kg | 0.100 | 100% | 0% | 0.100 | \$ 9.35 | \$ 0.94 |
| Nescafe caramelo | Kg | 0.050 | 100% | 0% | 0.050 | \$ 8.35 | \$ 0.42 |
| Crema batida | kg | 0.040 | 100% | 0% | 0.040 | \$ 89.00 | \$ 3.56 |

Precio de venta \$ 50.00

Costo \$ 11.79

| Numero de receta: | B-8 | Porción: | 10oz | Fecha: | | | |
|----------------------|--------|----------------|-----------------------|-----------------|------------------|-----------------|---------|
| | | No. porciones: | 1 | | | | |
| Nombre del producto: | | | | Costo | \$ | 16.97 | |
| Frappe Oreo | | | | Costo x porción | \$ | 16.97 | |
| Ingredientes | Unidad | Cantidad | Factor de rendimiento | Factor de merma | Cantidad ajustar | Precio unitario | Importe |
| Leche | Lt | 0.100 | 100% | 0% | 0.100 | \$ 55.00 | \$ 5.50 |
| Hielo | Kg | 0.100 | 100% | 0% | 0.100 | \$ 9.35 | \$ 0.94 |
| Galleta oreo | Kg | 0.080 | 100% | 0% | 0.080 | \$ 63.00 | \$ 5.04 |
| Chocolate Hersehey | Kg | 0.020 | 100% | 0% | 0.020 | \$ 64.00 | \$ 1.28 |
| Vainilla extracto | Lt | 0.005 | 100% | 0% | 0.005 | \$ 65.00 | \$ 0.33 |
| azúcar glass | Kg | 0.040 | 100% | 0% | 0.040 | \$ 8.35 | \$ 0.33 |
| Crema batida | kg | 0.040 | 100% | 0% | 0.040 | \$ 89.00 | \$ 3.56 |

Precio de venta \$ 50.00

Costo \$ 16.97

| Numero de receta: | B-9 | Porción: | 10oz | Fecha: | | | |
|----------------------|--------|----------------|-----------------------|-----------------|-----------------|-----------------|---------|
| | | No. porciones: | 1 | | | | |
| Nombre del producto: | | | | Costo | \$ | 6.27 | |
| Frappe Moka | | | | Costo x porción | \$ | 6.27 | |
| Ingredientes | Unidad | Cantidad | Factor de rendimiento | Factor de merma | Cantida ajustar | Precio unitario | Importe |
| Leche | Lts | 0.075 | 100% | 0% | 0.075 | \$ 55.00 | \$ 4.13 |
| Cocoa | Kg | 0.010 | 100% | 0% | 0.010 | \$ 56.00 | \$ 0.56 |
| Hielo | Kg | 0.125 | 100% | 0% | 0.125 | \$ 9.35 | \$ 1.17 |
| Nescafe | Kg | 0.050 | 100% | 0% | 0.050 | \$ 8.35 | \$ 0.42 |
| Crema batida | kg | 0.040 | 100% | 0% | 0.040 | \$ 89.00 | \$ 3.56 |

Precio de venta \$ 50.00

Costo \$ 9.83

| Numero de receta: | D-3 | Porción: | 10oz | Fecha: | | | |
|----------------------|--------|----------------|-----------------------|-----------------|------------------|-----------------|---------|
| | | No. porciones: | 1 | | | | |
| Nombre del producto: | | | | Costo | \$ | 12.85 | |
| Donut shake | | | | Costo x porción | \$ | 12.85 | |
| Ingredientes | Unidad | Cantidad | Factor de rendimiento | Factor de merma | Cantidad ajustar | Precio unitario | Importe |
| Leche | Lt | 0.075 | 100% | 0% | 0.075 | \$ 55.00 | \$ 4.13 |
| Cocoa | Kg | 0.010 | 100% | 0% | 0.010 | \$ 56.00 | \$ 0.56 |
| Hielo | Kg | 0.125 | 100% | 0% | 0.125 | \$ 62.00 | \$ 7.75 |

| | | | | | | | |
|--------------|----|-------|------|----|-------|---------|---------|
| Nescafe | Kg | 0.050 | 100% | 0% | 0.050 | \$ 8.35 | \$ 0.42 |
| Crema batida | kg | 0.040 | 100% | 0% | 0.040 | \$ 9.35 | \$ 0.37 |

Precio de venta \$ 50.00

Costo \$ 13.23

Sub recetas

| | | | | | |
|----------------------|-----|-------------|--------|-----------------|-----------|
| Numero de receta: | S-1 | Porción: | 250 ml | Fecha: | |
| | | Rendimiento | 10 | | |
| | | x lt: | | | |
| Nombre del producto: | | | | Costo | \$ 140.63 |
| Salsa Verde | | | | Costo x porción | \$ 14.06 |

| Ingredientes | Unidad | Cantidad | Factor de rendimiento | Factor de merma | Cantidad ajustar | Precio unitario | Importe |
|------------------|--------|----------|-----------------------|-----------------|------------------|-----------------|-----------|
| Tomatillo | kg | 7.000 | 90% | 10% | 7.778 | \$13.73 | \$ 106.80 |
| Cebolla blanca | kg | 0.500 | 95% | 5% | 0.526 | \$14.00 | \$ 7.37 |
| Ajo | kg | 0.075 | 98% | 2% | 0.077 | \$38.24 | \$ 2.93 |
| Cebollín | kg | 0.150 | 60% | 40% | 0.250 | \$24.81 | \$ 6.20 |
| Cilantro | kg | 0.250 | 60% | 40% | 0.417 | \$27.84 | \$ 11.60 |
| Consomé de pollo | kg | 0.075 | 100% | 0% | 0.075 | \$47.71 | \$ 3.58 |
| Chile jalapeño | kg | 0.100 | 100% | 0% | 0.100 | \$13.74 | \$ 1.37 |
| Aceite vegetal | Lt | 0.050 | 100% | 0% | 0.050 | \$ 15.55 | \$ 0.78 |

Precio de venta

Costo \$ 14.06

| | | | | | |
|----------------------|-----|-------------|--------|-----------------|-----------|
| Numero de receta: | S-2 | Porción: | 250 ml | Fecha: | |
| | | Rendimiento | 10 | | |
| | | x lt: | | | |
| Nombre del producto: | | | | Costo | \$ 179.13 |
| Salsa roja | | | | Costo x porción | \$ 17.91 |

| Ingredientes | Unidad | Cantidad | Factor de rendimiento | Factor de merma | Cantidad ajustar | Precio unitario | Importe |
|------------------|--------|----------|-----------------------|-----------------|------------------|-----------------|-----------|
| Tomate bule | kg | 7.000 | 93% | 7% | 7.527 | \$19.18 | \$ 144.35 |
| Chile guajillo | kg | 0.150 | 100% | 0% | 0.150 | \$78.16 | \$ 11.72 |
| Cebolla blanca | kg | 0.500 | 95% | 5% | 0.526 | \$14.00 | \$ 7.37 |
| Ajo | kg | 0.075 | 98% | 2% | 0.077 | \$38.24 | \$ 2.93 |
| Consomé de pollo | kg | 0.075 | 100% | 0% | 0.075 | \$47.71 | \$ 3.58 |
| Pimentón | kg | 0.050 | 100% | 0% | 0.050 | \$129.39 | \$ 6.47 |
| Aceite vegetal | Lt | 0.050 | 100% | 0% | 0.050 | \$15.55 | \$ 0.78 |
| Laurel | kg | 0.001 | 100% | 0% | 0.001 | \$ 1,931.57 | \$ 1.93 |

Precio de venta

Costo \$ 17.91

| Numero de receta: | S-3 | Porción: | 250 ml | Fecha: | | | |
|----------------------------|--------|-------------|-----------------------|-----------------|------------------|-----------------|----------|
| | | Rendimiento | 6 | | | | |
| | | x kg: | | | | | |
| Nombre del producto: | | | | | Costo | \$ | 67.48 |
| Frijoles refritos | | | | | Costo x porción | \$ | 11.25 |
| Ingredientes | Unidad | Cantidad | Factor de rendimiento | Factor de merma | Cantidad ajustar | Precio unitario | Importe |
| Frijoles pintos | kg | 3.000 | 100% | 0% | 3.000 | \$15.39 | \$ 46.17 |
| Cebolla blanca | kg | 0.200 | 95% | 5% | 0.210 | \$14.00 | \$ 2.94 |
| Cilantro | kg | 0.100 | 60% | 40% | 0.140 | \$27.84 | \$ 3.90 |
| chile serrano | kg | 0.080 | 100% | 0% | 0.080 | \$18.28 | \$ 1.46 |
| manteca de cerdo | kg | 0.500 | 100% | 0% | 0.500 | \$21.17 | \$ 10.59 |
| Sal | kg | 0.006 | 100% | 0% | 0.006 | \$7.33 | \$ 0.04 |
| Consomé de pollo granulado | kg | 0.050 | 100% | 0% | 0.050 | \$47.71 | \$ 2.39 |

Precio de venta

Costo \$ 11.25

| Numero de receta: | S-4 | Porción: | 250 ml | Fecha: | | | |
|----------------------|--------|-------------|-----------------------|-----------------|------------------|-----------------|----------|
| | | Rendimiento | 1 | | | | |
| | | x kg: | | | | | |
| Nombre del producto: | | | | | Costo | \$ | 49.02 |
| Salsa picante | | | | | | | |
| Ingredientes | Unidad | Cantidad | Factor de rendimiento | Factor de merma | Cantidad ajustar | Precio unitario | Importe |
| Tomate bule | kg | 0.800 | 95% | 5% | 0.840 | \$ 19.18 | \$ 16.11 |
| cebolla blanca | kg | 0.100 | 95% | 5% | 0.105 | \$ 14.00 | \$ 1.47 |
| Ajo | kg | 0.025 | 98% | 2% | 0.026 | \$ 38.24 | \$ 0.98 |
| Chile de árbol | kg | 0.200 | 60% | 40% | 0.280 | \$ 68.14 | \$ 19.08 |
| Sal | kg | 0.001 | 100% | 0% | 0.001 | \$ 7.33 | \$ 0.01 |
| Consomé de pollo | kg | 0.003 | 100% | 0% | 0.003 | \$ 47.71 | \$ 0.14 |
| aceite vegetal | kg | 0.700 | 100% | 0% | 0.700 | \$ 16.06 | \$ 11.24 |

Precio de venta

Costo \$ 49.02

| Numero de receta: | S-5 | Porción: | 250 ml | Fecha: | | | |
|----------------------|--------|-------------|-----------------------|-----------------|------------------|-----------------|----------|
| | | Rendimiento | 2 | | | | |
| | | x kg: | | | | | |
| Nombre del producto: | | | | | Costo | \$ | 65.03 |
| Papa hash brown | | | | | | | |
| Ingredientes | Unidad | Cantidad | Factor de rendimiento | Factor de merma | Cantidad ajustar | Precio unitario | Importe |
| Papa hashbrown | kg | 1.000 | 100% | 0% | 1.000 | \$ 145.85 | \$ 50.00 |
| Mantequilla | kg | 0.200 | 100% | 0% | 0.200 | \$ 75.13 | \$ 15.03 |

| | | | | | | | |
|-----|----|-------|------|----|-------|---------|---------|
| Sal | kg | 0.001 | 100% | 0% | 0.001 | \$ 7.33 | \$ 0.01 |
|-----|----|-------|------|----|-------|---------|---------|

Precio de venta

Costo \$ 65.03

| | | |
|---|----------------------|----------|
| Numero de receta: S-6 | Porción: 250 ml | Fecha: |
| | Rendimiento en Lt: 1 | |
| Nombre del producto: Aderezo de vino rosado | Costo | \$ 32.54 |
| | Costo x porción | \$ 32.54 |

| Ingredientes | Unidad | Cantidad | Factor de rendimiento | Factor de merma | Cantidad ajustar | Precio unitario | Importe |
|----------------|--------|----------|-----------------------|-----------------|------------------|-----------------|----------|
| Mayonesa | kg | 0.600 | 100% | 0% | 0.600 | \$20.02 | \$ 12.01 |
| Miel | kg | 0.100 | 100% | 10% | 0.110 | \$50.51 | \$ 5.56 |
| Vino rosado | kg | 0.050 | 100% | 0% | 0.050 | \$64.80 | \$ 3.24 |
| Cajun | kg | 0.030 | 100% | 0% | 0.030 | \$122.60 | \$ 3.68 |
| Perejil | kg | 0.050 | 60% | 40% | 0.070 | \$60.85 | \$ 4.26 |
| Cebolla morada | kg | 0.03 | 95% | 5% | 0.032 | \$10.38 | \$ 0.33 |
| Limón | kg | 0.200 | 60% | 40% | 0.280 | \$11.84 | \$ 3.31 |
| Sal | Lt | 0.001 | 100% | 0% | 0.001 | \$ 7.33 | \$ 0.01 |
| Pimienta negra | Lt | 0.001 | 100% | 0% | 0.001 | \$ 139.76 | \$ 0.14 |

Precio de venta \$ 50.00

Costo \$ 32.54

| | | |
|---|----------------------|-----------|
| Numero de receta: S-7 | Porción: 250 ml | Fecha: |
| | Rendimiento en Lt: 1 | |
| Nombre del producto: Vinagreta de limón | Costo | \$ 124.02 |
| | Costo x porción | \$ 124.02 |

| Ingredientes | Unidad | Cantidad | Factor de rendimiento | Factor de merma | Cantidad ajustar | Precio unitario | Importe |
|-----------------|--------|----------|-----------------------|-----------------|------------------|-----------------|----------|
| Miel | kg | 0.000 | 100% | 10% | 0.330 | \$50.51 | \$ 16.67 |
| Aceite de olivo | kg | 0.600 | 100% | 0% | 0.600 | \$153.00 | \$ 91.80 |
| Ajo | kg | 0.3 | 95% | 5% | 0.315 | \$38.24 | \$ 12.05 |
| Limón amarillo | kg | 0.200 | 60% | 40% | 0.280 | \$11.84 | \$ 3.31 |
| Sal | Lt | 0.002 | 100% | 0% | 0.002 | \$7.33 | \$ 0.01 |
| Pimienta negra | Lt | 0.001 | 100% | 0% | 0.001 | \$175.94 | \$ 0.18 |

Precio de venta

Costo \$ 124.02

| | | | | | |
|----------------------|-----|--------------------|--------|-----------------|-----------|
| Numero de receta: | S-8 | Porción: | 250 ml | Fecha: | |
| | | Rendimiento en Lt: | 1 | | |
| Nombre del producto: | | | | Costo | \$ 124.02 |
| Vinagreta de limón | | | | Costo x porción | \$ 124.02 |

| Ingredientes | Unidad | Cantidad | Factor de rendimiento | Factor de merma | Cantidad ajustar | Precio unitario | Importe |
|-----------------|--------|----------|-----------------------|-----------------|------------------|-----------------|----------|
| Miel | kg | 0.000 | 100% | 10% | 0.330 | \$50.51 | \$ 16.67 |
| Aceite de olivo | kg | 0.600 | 100% | 0% | 0.600 | \$153.00 | \$ 91.80 |
| Ajo | kg | 0.3 | 95% | 5% | 0.315 | \$38.24 | \$ 12.05 |
| Limón amarillo | kg | 0.200 | 60% | 40% | 0.280 | \$11.84 | \$ 3.31 |
| Sal | Lt | 0.002 | 100% | 0% | 0.002 | \$7.33 | \$ 0.01 |
| Pimienta negra | Lt | 0.001 | 100% | 0% | 0.001 | \$175.94 | \$ 0.18 |

Precio de venta \$ 50.00

Costo \$ 124.02

% de costo 248%

| | | | | | |
|----------------------|-----|--------------------|--------|-----------------|-----------|
| Numero de receta: | S-9 | Porción: | 250 ml | Fecha: | |
| | | Rendimiento en Lt: | 1 | | |
| Nombre del producto: | | | | Costo | \$ 100.97 |
| Aderezo cesar | | | | Costo x porción | \$ 100.97 |

| Ingredientes | Unidad | Cantidad | Factor de rendimiento | Factor de merma | Cantidad ajustar | Precio unitario | Importe |
|----------------|--------|----------|-----------------------|-----------------|------------------|-----------------|----------|
| Yemas de huevo | kg | 0.150 | 80% | 20% | 0.180 | \$ 36.00 | \$ 6.48 |
| aceite vegetal | kg | 0.700 | 100% | 0% | 0.700 | \$ 15.55 | \$ 10.88 |
| Anchoas | kg | 0.070 | 100% | 0% | 0.070 | \$ 1,055.71 | \$ 73.90 |
| Limón | kg | 0.100 | 60% | 40% | 0.140 | \$ 11.84 | \$ 1.66 |
| Mostaza | kg | 0.050 | 100% | 0% | 0.050 | \$ 64.80 | \$ 3.24 |
| Sal | kg | 0.001 | 100% | 0% | 0.001 | \$ 7.33 | \$ 0.01 |
| Pimienta negra | kg | 0.002 | 100% | 0% | 0.002 | \$ 139.76 | \$ 0.28 |
| Ajo | Lt | 0.100 | 98% | 2% | 0.102 | \$ 38.24 | \$ 3.90 |
| agua mineral | Lt | 0.1 | 100% | 0% | 0.100 | \$ 6.26 | \$ 0.63 |

Precio de venta

Costo \$ 100.97

| | | | | | |
|------------------------|------|-------------|--------|-----------------|----------|
| Numero de receta: | S-10 | Porción: | 110 ml | Fecha: | |
| | | Rendimiento | 0.55 | | |
| Nombre del producto: | | | | Costo | \$ 54.56 |
| Salsas promedio alitas | | | | Costo x porción | \$ 99.20 |

| Ingredientes | Unidad | Cantidad | Factor de rendimiento | Factor de merma | Cantidad ajustar | Precio unitario | Importe |
|--------------|--------|----------|-----------------------|-----------------|------------------|-----------------|----------|
| Salsa BBQ | kg | 0.110 | 100% | 0% | 0.110 | \$ 120.00 | \$ 13.20 |
| Salsa Búfalo | kg | 0.110 | 100% | 0% | 0.110 | \$ 89.00 | \$ 9.79 |

| | | | | | | | |
|----------------|----|-------|------|----|-------|-----------|----------|
| Salsa Dulce | kg | 0.110 | 100% | 0% | 0.110 | \$ 105.00 | \$ 11.55 |
| Salsa Chipotle | kg | 0.110 | 100% | 0% | 0.110 | \$ 95.00 | \$ 10.45 |
| Salsa teriyaki | kg | 0.11 | 100% | 0% | 0.110 | \$ 87.00 | \$ 9.57 |

Precio de venta \$ 50.00

Costo \$ 54.56

| | | | | | |
|----------------------|------|-------------|--------|-----------------|---------|
| Numero de receta: | S-11 | Porción: | 110 ml | Fecha: | |
| | | Rendimiento | 1 | | |
| Nombre del producto: | | | | Costo | \$ 3.66 |
| Salsa bandera | | | | Costo x porción | \$ 3.66 |

| Ingredientes | Unidad | Cantidad | Factor de rendimiento | Factor de merma | Cantidad ajustar | Precio unitario | Importe |
|----------------|--------|----------|-----------------------|-----------------|------------------|-----------------|---------|
| Tomate bule | kg | 0.100 | 95% | 5% | 0.105 | \$19.18 | \$ 2.01 |
| Cebolla blanca | kg | 0.050 | 95% | 5% | 0.053 | \$ 14.00 | \$ 0.74 |
| Cilantro | kg | 0.005 | 60% | 40% | 0.007 | \$27.84 | \$ 0.19 |
| Limón | kg | 0.010 | 50% | 50% | 0.015 | \$ 45.00 | \$ 0.68 |
| Sal | kg | 0.005 | 100% | 0% | 0.005 | \$ 7.33 | \$ 0.04 |

Precio de venta \$ 50.00

Costo \$ 3.66

| | | | | | |
|--------------------------|------|-------------|---------|-----------------|----------|
| Numero de receta: | S-12 | Porción: | 1 litro | Fecha: | |
| | | Rendimiento | 1 litro | | |
| Nombre del producto: | | | | Costo | \$ 18.74 |
| Salsa de tomate especial | | | | Costo x porción | \$ 18.74 |

| Ingredientes | Unidad | Cantidad | Factor de rendimiento | Factor de merma | Cantidad ajustar | Precio unitario | Importe |
|----------------|--------|----------|-----------------------|-----------------|------------------|-----------------|----------|
| Tomate bule | kg | 0.800 | 93% | 7% | 0.856 | \$ 19.18 | \$ 16.42 |
| Cebolla blanca | kg | 0.025 | 95% | 5% | 0.026 | \$ 14.00 | \$ 0.37 |
| Ajo blanco | kg | 0.025 | 98% | 2% | 0.026 | \$ 96.00 | \$ 0.98 |
| Aceite vegetal | Lt | 0.020 | 100% | 0% | 0.020 | \$ 16.06 | \$ 0.32 |
| Tomillo | kg | 0.030 | 60% | 40% | 0.020 | \$ 180.00 | \$ 0.32 |
| Albahaca | kg | 0.050 | 60% | 40% | 0.020 | \$ 150.00 | \$ 0.32 |
| Sal | kg | 0.002 | 100% | 5% | 0.002 | \$ 7.33 | \$ 0.02 |

Precio de venta \$ 50.00

Costo \$ 18.74

| | | | | | |
|----------------------|------|-------------|---------|-----------------|----------|
| Numero de receta: | S-13 | Porción: | 1 litro | Fecha: | |
| | | Rendimiento | 1 litro | | |
| Nombre del producto: | | | | Costo | \$ 37.91 |
| Pasta cocida | | | | Costo x porción | \$ 37.91 |

| Ingredientes | Unidad | Cantidad | Factor de rendimiento | Factor de merma | Cantidad ajustar | Precio unitario | Importe |
|--------------|--------|----------|-----------------------|-----------------|------------------|-----------------|----------|
| Pasta | kg | 0.450 | 100% | 0% | 0.450 | \$ 70.53 | \$ 31.74 |
| Laurel | kg | 0.002 | 100% | 0% | 0.002 | \$ 1,931.57 | \$ 3.86 |

| | | | | | | | |
|----------------|----|-------|------|----|-------|----------|---------|
| Aceite vegetal | Lt | 0.050 | 100% | 0% | 0.050 | \$ 15.55 | \$ 0.78 |
| Cebolla blanca | kg | 0.100 | 95% | 4% | 0.104 | \$ 14.00 | \$ 1.46 |
| Sal | kg | 0.010 | 100% | 0% | 0.010 | \$ 7.33 | \$ 0.07 |

Precio de venta \$ 50.00

Costo \$ 37.91

| | | | | | | | |
|----------------------|------|-------------|-----|----|-----------------|-----------|--|
| Numero de receta: | S-14 | Porción: | | | Fecha: | | |
| | | Rendimiento | 1.5 | kg | | | |
| Nombre del producto: | | | | | Costo | \$ 161.24 | |
| Salsa ragú | | | | | Costo x porción | \$ 107.50 | |

| Ingredientes | Unidad | Cantidad | Factor de rendimiento | Factor de merma | Cantidad ajustar | Precio unitario | Importe |
|---------------------|--------|----------|-----------------------|-----------------|------------------|-----------------|----------|
| Carne molida de res | kg | 0.600 | 90% | 10% | 0.660 | \$150.00 | \$ 99.00 |
| Salsa de tomate | Lt | 0.300 | 100% | 0% | 0.300 | \$ 37.91 | \$ 11.37 |
| Vino tinto | Lt | 0.200 | 100% | 0% | 0.200 | \$ 95.00 | \$ 19.00 |
| Apio | kg | 0.150 | 85% | 15% | 0.173 | \$ 65.00 | \$ 11.21 |
| Ajo | kg | 0.030 | 98% | 2% | 0.031 | \$ 96.00 | \$ 2.94 |
| Cebolla blanca | kg | 0.300 | 95% | 5% | 0.315 | \$ 14.00 | \$ 4.41 |
| Zanahoria | kg | 0.150 | 60% | 40% | 0.210 | \$ 60.00 | \$ 12.60 |
| Laurel | kg | 0.010 | 50% | 50% | 0.015 | \$ 45.00 | \$ 0.68 |
| Sal | kg | 0.005 | 100% | 0% | 0.005 | \$ 7.33 | \$ 0.04 |

Precio de venta \$ 50.00

Costo \$ 161.24

| | | | | | | | |
|----------------------|------|-------------|---|------|-----------------|----------|--|
| Numero de receta: | S-15 | Porción: | | | Fecha: | | |
| | | Rendimiento | 1 | Kilo | | | |
| Nombre del producto: | | | | | Costo | \$ 36.45 | |
| Masa fresca | | | | | Costo x porción | \$ 36.45 | |

| Ingredientes | Unidad | Cantidad | Factor de rendimiento | Factor de merma | Cantidad ajustar | Precio unitario | Importe |
|-----------------|--------|----------|-----------------------|-----------------|------------------|-----------------|----------|
| Harina de trigo | kg | 0.600 | 100% | 0% | 0.450 | \$ 20.00 | \$ 31.74 |
| Huevo | Pza | 3.000 | 100% | 0% | 0.002 | \$ 3.00 | \$ 3.86 |
| Aceite vegetal | Lt | 0.150 | 100% | 0% | 0.050 | \$ 15.55 | \$ 0.78 |
| Sal | kg | 0.010 | 100% | 0% | 0.010 | \$ 7.33 | \$ 0.07 |

Precio de venta \$ 50.00

Costo \$ 36.45

| | | | |
|----------------------|------|-------------|--------------------------|
| Numero de receta: | S-14 | Porción: | Fecha: |
| | | Rendimiento | 1 kg |
| Nombre del producto: | | | Costo \$ 87.96 |
| Salsa blanca | | | Costo x porción \$ 87.96 |

| Ingredientes | Unidad | Cantidad | Factor de rendimiento | Factor de merma | Cantida ajustar | Precio unitario | Importe |
|----------------|--------|----------|-----------------------|-----------------|-----------------|-----------------|----------|
| Crema entera | kg | 0.600 | 100% | 0% | 0.600 | \$105.00 | \$ 63.00 |
| Limón amarillo | Lt | 0.200 | 50% | 50% | 0.300 | \$ 45.00 | \$ 13.50 |
| Mantequilla | Kg | 0.05 | 100% | 0% | 0.050 | \$ 75.13 | \$ 3.76 |
| Ajo | kg | 0.030 | 98% | 2% | 0.031 | \$ 96.00 | \$ 2.94 |
| Cebolla blanca | kg | 0.300 | 95% | 5% | 0.315 | \$ 14.00 | \$ 4.41 |
| Albahaca | kg | 0.050 | 60% | 40% | 0.020 | \$ 150.00 | \$ 0.32 |
| Sal | kg | 0.005 | 100% | 0% | 0.005 | \$ 7.33 | \$ 0.04 |

Precio de venta \$ 50.00

Costo \$ 87.96

| | | | |
|----------------------|------|-------------|--------------------------|
| Numero de receta: | S-15 | Porción: | Fecha: |
| | | Rendimiento | 1 Kilo |
| Nombre del producto: | | | Costo \$ 12.69 |
| Masa para pizza | | | Costo x porción \$ 12.69 |

| Ingredientes | Unidad | Cantidad | Factor de rendimiento | Factor de merma | Cantidad ajustar | Precio unitario | Importe |
|-----------------|--------|----------|-----------------------|-----------------|------------------|-----------------|---------|
| Harina de trigo | kg | 0.500 | 100% | 0% | 0.450 | \$ 20.00 | \$ 9.00 |
| Levadura | kg | 0.015 | 100% | 0% | 0.015 | \$ 189.00 | \$ 2.84 |
| Agua | Lt | 0.400 | 100% | 0% | 0.002 | \$ - | \$ - |
| Aceite vegetal | Lt | 0.080 | 100% | 0% | 0.050 | \$ 15.55 | \$ 0.78 |
| Sal | kg | 0.010 | 100% | 0% | 0.010 | \$ 7.33 | \$ 0.07 |

Precio de venta \$ 50.00

Costo \$ 12.69

| | | | |
|----------------------|------|-------------|--------------------------|
| Numero de receta: | S-16 | Porción: | Fecha: |
| | | Rendimiento | 1 Kilo |
| Nombre del producto: | | | Costo \$ 75.04 |
| Machaca de res | | | Costo x porción \$ 75.04 |

| Ingredientes | Unidad | Cantidad | Factor de rendimiento | Factor de merma | Cantidad ajustar | Precio unitario | Importe |
|-----------------------|--------|----------|-----------------------|-----------------|------------------|-----------------|----------|
| Carne cocida de res | kg | 0.500 | 100% | 0% | 0.500 | \$ 129.48 | \$ 64.74 |
| Cebolla blanca | kg | 0.150 | 95% | 5% | 0.158 | \$ 10.23 | \$ 1.61 |
| Pimiento morrón verde | kg | 0.150 | 90% | 10% | 0.165 | \$ 23.36 | \$ 3.85 |
| Tomate | kg | 0.100 | 95% | 5% | 0.105 | \$ 19.18 | \$ 2.01 |
| Salsa española | kg | 0.100 | 95% | 5% | 0.105 | \$ 22.65 | \$ 2.38 |
| sal | kg | 0.01 | 80% | 20% | 0.012 | \$ 7.33 | \$ 0.09 |

| | | | | | | | |
|----------------|----|-------|------|----|-------|-----------|---------|
| Pimienta negra | kg | 0.002 | 100% | 0% | 0.002 | \$ 139.76 | \$ 0.28 |
| Sal | kg | 0.010 | 100% | 0% | 0.010 | \$ 7.33 | \$ 0.07 |

Precio de venta \$ 50.00

Costo \$ 75.04

| | | | | | | |
|----------------------|------|-------------|--------|--------|-----------------|----------|
| Numero de receta: | S-17 | Porción: | | Fecha: | | |
| | | Rendimiento | 1 Kilo | | | |
| Nombre del producto: | | | | | Costo | \$ 44.92 |
| Arroz a la mexicana | | | | | Costo x porción | \$ 44.92 |

| Ingredientes | Unidad | Cantidad | Factor de rendimiento | Factor de merma | Cantidad ajustar | Precio unitario | Importe |
|-------------------|--------|----------|-----------------------|-----------------|------------------|-----------------|----------|
| Arroz super extra | Kg. | 1.500 | 100% | 0% | 1.500 | \$ 9.53 | \$ 14.30 |
| Sal de mesa | Kg. | 0.010 | 100% | 0% | 0.010 | \$ 7.33 | \$ 0.07 |
| Ajo | Kg. | 0.030 | 90% | 10% | 0.033 | \$ 38.24 | \$ 1.26 |
| Cebolla blanca | Kg. | 0.040 | 95% | 5% | 0.042 | \$ 14.00 | \$ 0.59 |
| Aceite vegetal | Lt. | 0.500 | 95% | 5% | 0.525 | \$ 15.55 | \$ 8.16 |
| Salsa de tomate | Kg. | 1.500 | 80% | 20% | 1.800 | \$ 18.10 | \$ 32.57 |
| Caldo de pollo | Lt. | 2.000 | 100% | 0% | 2.000 | \$ 2.09 | \$ 4.18 |

Precio de venta \$ 50.00

| | | | | | | |
|----------------------|------|-------------|--------|--------|-----------------|-----------|
| Numero de receta: | S-18 | Porción: | | Fecha: | | |
| | | Rendimiento | 2 Kilo | | | |
| Nombre del producto: | | | | | Costo | \$ 258.95 |
| Carne de res cocida | | | | | Costo x porción | \$ 129.48 |

| Ingredientes | Unidad | Cantidad | Factor de rendimiento | Factor de merma | Cantidad ajustar | Precio unitario | Importe |
|----------------|--------|----------|-----------------------|-----------------|------------------|-----------------|-----------|
| Pecho de res | kg | 4.000 | 92% | 8% | 4.320 | \$ 57.29 | \$ 247.50 |
| Cebolla blanca | kg | 0.250 | 95% | 5% | 0.263 | \$ 14.00 | \$ 3.68 |
| Zanahoria | kg | 0.250 | 90% | 10% | 0.275 | \$ 8.54 | \$ 2.35 |
| Apio | kg | 0.250 | 95% | 5% | 0.263 | \$ 11.92 | \$ 3.13 |
| Ajo | kg | 0.050 | 98% | 5% | 0.053 | \$ 38.24 | \$ 2.01 |
| Sal | kg | 0.040 | 100% | 0% | 0.040 | \$ 7.33 | \$ 0.29 |

Precio de venta \$ 50.00

Costo \$ 258.95

% de costo 518%