



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL**

**FACULTAD DE TURISMO, HOTELERÍA Y  
GASTRONOMÍA**

**CARRERA: HOTELERÍA**

**TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN GESTIÓN  
HOTELERA**

**TEMA: PROPUESTA DE UN MANUAL DE FUNCIONES Y OPERACIONES  
PARA EL ÁREA DE COCINA, SERVICIO Y ORGANIZACIÓN, EN LA CASA DE  
EVENTOS “LA COLINA” UBICADO EN LA CIUDAD DE LATACUNGA,  
COTOPAXI-ECUADOR**

**AUTORA:**

**ANDREA STEFANÍA MEDINA GARZÓN**

**DIRECTORA:**

**LIC. DORIS JIMENEZ MSC.**

**QUITO, ECUADOR**

**JUNIO-2015**

## **DERECHOS DE AUTOR**

©Universidad Tecnológica Equinoccial. 2014  
Reservados todos los derechos de reproducción

## **CERTIFICACIÓN DE LA ELABORACIÓN DEL PROYECTO**

El proyecto “**PROPUESTA DE UN MANUAL DE FUNCIONES Y OPERACIONES PARA EL ÁREA DE COCINA, SERVICIO Y ORGANIZACIÓN, EN LA CASA DE EVENTOS LA COLINA UBICADO EN LA CIUDAD DE LATACUNGA, COTOPAXI-ECUADOR**”, fue realizado en su totalidad por Andrea Sthefanía Medina Garzón, como requerimiento para la obtención del título de Ingeniera en Gestión Hotelera.

---

Lic. Doris Jiménez Msc.

**DIRECTORA**

## DECLARACIÓN

Yo ANDREA STHEFANÍA MEDINA GARZÓN, declaro que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional; y, que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

La Universidad Tecnológica Equinoccial puede hacer uso de los derechos correspondientes a este trabajo, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su Reglamento y por la normativa institucional vigente.

---

Andrea Sthefanía Medina Garzón  
C.C. 0503491383

## DEDICATORIA

*Principalmente a mi amado Dios, quien ha guiado mis pasos y me ha dado la fortaleza para culminar con este gran objetivo.*

*A mi Papito, esta meta alcanzada es para él, ya que sé que más que nadie él esperaba que su hija culmine su carrera a pesar de las circunstancias que nos ha tocado atravesar, este logro es para ti mi amado Jaime Medina.*

*A mi mamá que ha sido mi ayuda incondicional todo este tiempo de estudio, quien más que nadie se ha esmerado para que siga con mi carrera y no desista. Gracias Mami Carmita por tu ayuda cada día.*

*A mi hermano Xavier, ha sido mi ejemplo de dedicación, esmero y entrega, me enseñó que con esfuerzo se puede alcanzar metas que parecen inalcanzables.*

*A mi hermana Gissella, por siempre recordarme que tengo un proyecto que cumplir, motivándome a ponerlo en marcha y culminarlo.*

*Y finalmente a mi **Martín Israel** mi motivación diaria, me diste las fuerzas para poder culminar este proyecto, puse todo mi esfuerzo para que cuando crezcas sepas que tu mamá perseveró para culminar su carrera, siempre quiero que te sientas orgulloso de mí.*

*Andrea Sthefanía Medina Garzón*

## AGRADECIMIENTO

A Dios por ser mi guía, mi fortaleza y quien me reconforta cuando la vida ha puesto obstáculos en mi camino.

A mis padres Jaime Ramiro y Laura Carmen por su amor infinito y apoyo incondicional, por ser mi ayuda idónea para poder culminar este reto profesional.

A mis hermanos Xavi y Giss, por incentivarme todos los días a culminar con este proyecto, gran parte de esto se lo debo a ellos.

A mi Martín, mi motor, mi impulso, mi personita ideal.

A la Universidad Tecnológica Equinoccial donde compartí momentos inolvidables y conocí personas maravillosas, Sebitas, Yivi, Carito, Jairo; gracias por llegar y quedarse son amigos que siempre llevaré en mi corazón.

A la Ing. Doris Jimenez Msc. mi agradecimiento especial por todo su apoyo y paciencia, a más de ser mi guía en el desarrollo del presente trabajo ha sido una amiga y una excelente profesional, la estimo mucho.

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

### Contenido

DERECHOS DE AUTOR .....	ii
CERTIFICACIÓN DE LA ELABORACIÓN DEL PROYECTO .....	iii
DECLARACIÓN .....	iv
DEDICATORIA .....	v
AGRADECIMIENTO .....	vi
ÍNDICE DE CONTENIDOS .....	vii
ÍNDICE DE TABLAS .....	xii
ÍNDICE DE GRAFICOS .....	xiv
RESUMEN .....	xvii
<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>1</b>
<b>1. ANTECEDENTES .....</b>	<b>1</b>
<b>2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA: .....</b>	<b>2</b>
<b>3. JUSTIFICACIÓN .....</b>	<b>3</b>
<b>4. OBJETIVOS .....</b>	<b>5</b>
4.1 Objetivo general .....	5
4.2Objetivos .....	6
específicos	
.....	6
<b>5. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>6</b>
5.1 Limitaciones de espacio o territorio .....	6
5.2 Limitaciones de recursos .....	6
<b>6. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>7</b>
6.1 MÉTODOS .....	7
6.1.1 Método analítico-sintético .....	7
6.1.2 Método cuantitativo o método tradicional.....	7

6.1.3 método cualitativo o método no tradicional .....	7
6.1.4 Método Deductivo .....	8
<b>7. TIPOS DE INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>8</b>
7.1 Investigación Exploratoria.....	8
7.2 Investigación Descriptiva .....	8
<b>8.- MARCO REFERENCIAL .....</b>	<b>9</b>
8.1 MARCO CONCEPTUAL .....	9
8.2 MARCO TEÓRICO .....	12
8.2.1 Concepto del servicio de banquetes y análisis de su oferta .....	12
8.1.2 Organización funcional propia y objetivos del departamento de banquetes: .....	13
8.1.3 El cliente.....	17
8.1.4 Manual de funciones.....	17
8.1.5 Manual de operaciones .....	17
<b>9. IDEA A DEFENDER .....</b>	<b>18</b>
<b>10. POBLACIÓN Y MUESTRA A INVESTIGAR.....</b>	<b>18</b>
<b>11. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS PARA LA RECOPIACIÓN DE DATOS</b>	<b>18</b>
11.1 Encuesta.....	19
12.2 Entrevistas .....	19
12.3 Observación científica .....	20
<b>CAPÍTULO I .....</b>	<b>21</b>
1.1CONCEPTO DE MANUAL .....	21
1.1.1ESTRUCTURA DEL MANUAL DE OPERACIONES .....	22
1.1.2 MANUAL DE FUNCIONES .....	22
1.2 SUPERVISIÓN DE GERENCIA .....	23
1.2.1 GERENTE DE BANQUETES.....	23
1.2.2 FUNCION DEPARTAMENTAL .....	23



1.2.3 ATRIBUTOS DEL PRODUCTO BANQUETES.....	24
1.3 LA COCINA .....	24
1.3.1 La buena organización del trabajo en la cocina.....	25
1.4 Servicio al cliente .....	25
1.4.1 El cliente.....	25
1.5 El mesero .....	26
1.6 LATACUNGA-COTOPAXI.....	27
1.6.1 CARACTERIZTICAS DE LA ZONA.....	27
Datos Geográficos de Latacunga.....	27
1.6.2 Historia del cantón Latacunga .....	27
1.6.3 Población del Cantón Latacunga .....	31
1.6.4 Clima .....	31
1.6.5 Hidrografía .....	31
1.6.6 Situación geográfica del Cantón Latacunga .....	32
1.6.7 Festividades .....	32
1.6.8 Gastronomía de Latacunga .....	33
1.6.9 Atractivos del cantón Latacunga .....	34
1.7 Descripción de la casa de eventos “LA COLINA” .....	36
1.7.1 Logotipo de la empresa.....	38
1.7.2 Planos de la sala de eventos LA COLINA .....	39
1.7.3 Proveedores .....	40
1.7.4 Ventas .....	40
1.7.5 Clientes .....	41
1.7.6 Compras y bodega .....	42
1.7.7 Área de cocina y producción .....	42
1.7.7.1 Personal de cocina y funciones a realizar .....	43
1.7.8 Área de servicio.....	43

1.7.8.1 Equipamiento.....	43
1.7.8.2 Personal de servicio y funciones .....	44
1.7.9 Post servicio.....	44
1.7.10 Área de recursos humanos.....	45
1.7.11 Manual de funciones y operaciones.....	45
<b>CAPITULO II.....</b>	<b>46</b>
2.1 ESTUDIO DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE.....	46
2.2 ESTUDIO DE CAMPO .....	46
2.2.1 Entrevista al gerente: .....	47
2.2.2 Encuesta dirigida a los empleados.....	49
2.2.3 Resultados de las encuestas al personal: .....	51
2.2.4 Resumen de datos obtenidos: .....	58
2.2.5 Diseño de la Encuesta dirigida a los clientes.....	59
2.2.6 Tamaño de la muestra.....	62
2.2.6 Resultados de las encuestas a los clientes: .....	63
2.3 ANÁLISIS FODA .....	82
2.3.1 ANÁLISIS INTERNO .....	82
2.3.2 ANÁLISIS EXTERNO .....	83
2.3.3 MATRIZ DE IMPACTO .....	84
2.3.4 MATRIZ DE APROVECHABILIDAD.....	85
<b>CAPÍTULO III .....</b>	<b>86</b>
<b>3.- MANUAL DE FUNCIONES Y OPERACIONES PARA EL ÁREA DE COCINA, SERVICIO Y ORGANIZACIÓN EN LA SALA DE EVENTOS LA COLINA, UBICADA EN LA CIUDAD DE LATACUNGA-COTOPAXI .....</b>	<b>86</b>
3.1 Organigrama funcional.....	87
3.2 DESCRIPCIÓN DE LAS ÁREAS .....	88
3.2.1 GERENTE GENERAL .....	88
3.2.2 ADMINISTRACIÓN Y CONTABILIDAD .....	91

3.2.3	ÁREA DE COCINA.....	96
3.2.4	ÁREA DE SERVICIO .....	102
3.3	PROCEDIMIENTOS OPERATIVOS .....	106
3.3.1	Proceso de ventas .....	106
3.3.2	Compra de alimentos .....	108
3.3.3	COCINA.....	109
3.3.4	COMPRA DE ALIMENTOS.....	109
3.3.5	REQUISICIÓN DE COMPRAS .....	112
3.3.6	ORDEN DE COMPRA .....	115
3.3.7	RECEPCIÓN Y ALMACENAJE DE COMPRAS.....	118
3.3.8	Manejo y manipulación de alimentos.....	120
3.3.9	SERVICIO AL CLIENTE.....	123
3.3.10	PROCESO DE FACTURACIÓN .....	125
	<b>CONCLUSIONES .....</b>	<b>127</b>
	<b>RECOMENDACIONES .....</b>	<b>128</b>
	<b>ANEXOS .....</b>	<b>130</b>
	<b>Bibliografía.....</b>	<b>139</b>

**ÍNDICE DE TABLAS****CONTENIDO**

Tabla 1: Población Muestra a Investigar .....	18
Tabla 2: Edad.....	51
Tabla 3: Cargo .....	52
Tabla 4: Manuales Recibidos .....	53
Tabla 5: Principal inconveniente .....	54
Tabla 6: Formación adecuada.....	55
Tabla 7: Áreas que necesitan más atención .....	56
Tabla 8: Aspectos que se desea mejorar .....	57
Tabla 9: Género .....	63
Tabla 10: Edad.....	64
Tabla 11: Satisfacción de la calidad del producto y servicio .....	65
Tabla 12: Frecuencia de realización de eventos .....	66
Tabla 13: Más agrada en el establecimiento.....	67
Tabla 14: Eventos realizados en LA COLINA.....	68
Tabla 15: Motivos para elegir a LA COLINA .....	69
Tabla 16: Calidad de la limpieza .....	70
Tabla 17: Calidad en el servicio y atención al cliente .....	71
Tabla 18: Calidad del menú.....	72
Tabla 19: Calidad de los servicios sanitarios .....	73

Tabla 20: Calidad en el número de personal .....	74
Tabla 21: Calidad en la decoración .....	75
Tabla 22: Apreciación del producto recibido .....	76
Tabla 23: Apreciación del servicio recibido.....	77
Tabla 24: Precio de la comida .....	78
Tabla 25: Sabor de la comida .....	79
Tabla 26: Presentación de la comida .....	80
Tabla 27: Temperatura de la comida .....	81
Tabla 28: Matriz de impacto.....	84
Tabla 29: Matriz de Aprovechabilidad.....	85

## ÍNDICE DE GRAFICOS

### CONTENIDO

Gráfico 1: Edad.....	51
Gráfico 2: Cargo .....	52
Gráfico 3: Manuales recibidos.....	53
Gráfico 4: Principal inconveniente .....	54
Gráfico 5: Formación adecuada.....	55
Gráfico 6: Áreas que necesitan más atención .....	56
Gráfico 7: Aspectos que se desea mejorar .....	57
Gráfico 8: Género .....	63
Gráfico 9: Edad.....	64
Gráfico 10: Satisfacción de la calidad del producto y servicio .....	65
Gráfico 11: Frecuencia de realización de eventos .....	66
Gráfico 12: Más agrada en el establecimiento.....	67
Gráfico 13: Eventos realizados en LA COLINA.....	68
Gráfico 14: Motivos para elegir a LA COLINA .....	69
Gráfico 15: Calidad de la limpieza .....	70
Gráfico 16: Calidad en el servicio y atención al cliente .....	71
Gráfico 17: Calidad del menú.....	72
Gráfico 18: Calidad de los servicios sanitarios .....	73
Gráfico 19: Calidad en el número de personal .....	74

Gráfico 20: Calidad en la decoración .....	75
Gráfico 21: Apreciación del producto recibido .....	76
Gráfico 22: Apreciación del servicio recibido.....	77
Gráfico 23: Precio de la comida .....	78
Gráfico 24: Sabor de la comida .....	79
Gráfico 25: Presentación de la comida .....	80
Gráfico 26: Temperatura de la comida .....	81
Gráfico 27: Organigrama Funcional.....	87
Gráfico 28: Proceso de ventas .....	106
Gráfico 29: Diagrama Proceso de ventas .....	107
Gráfico 30: Cocina.....	109
Gráfico 31: Compra de alimentos.....	110
Gráfico 32: Diagrama compra de alimentos.....	111
Gráfico 33: Requisición de compras .....	112
Gráfico 34: Diagrama requisición de compras .....	113
Gráfico 35: Formato requisición de compras .....	114
Gráfico 36: Orden de compra .....	115
Gráfico 37: Diagrama orden de compra .....	116
Gráfico 38: Formato orden de compra .....	117
Gráfico 39: Recepción y almacenaje de compras.....	119
Gráfico 40: Diagrama Recepción y almacenaje de compras.....	120

Gráfico 41: Manejo y manipulación alimentos .....	121
Gráfico 42: Diagrama manejo y manipulación de alimentos .....	122
Gráfico 43: Servicio al cliente .....	123
Gráfico 44: Diagrama de flujo.....	124
Gráfico 45: Proceso de Facturación.....	125
Gráfico 46: Diagrama de flujo.....	126
Gráfico 47: Ficha de descripción de Administrador.....	94
Gráfico 48: Ficha de descripción de Contador .....	95
Gráfico 49: Ficha de descripción de Chef .....	98
Gráfico 50: Ficha de descripción de Capitán de Meseros .....	104
Gráfico 51: Ficha de descripción de Meseros .....	105
Gráfico 52: Ficha de descripción de Ayudante de cocina .....	99
Gráfico 53: Ficha de descripción de Steward.....	100
Gráfico 54: Ficha de descripción de Receptor de mercadería .....	101



## **RESUMEN**

### **CAPÍTULO 1**

Se podrá encontrar información sobre la ciudad de Latacunga, su historia, costumbres, tradiciones, comida típica, actividad económica, además información sobre las salas de banquetes y eventos, conceptos básicos sobre manuales de funciones, manuales de operaciones, el servicio personalizado para clientes, la calidad.

### **CAPÍTULO 2**

Se establecerá un diagnóstico situacional que ayudará en la obtención de información acerca del funcionamiento actual de la sala de eventos LA COLINA, en este capítulo también se conocerá mediante las encuestas y entrevistas, el nivel de satisfacción del cliente y el nivel de conocimientos que los empleados poseen en su puesto de trabajo.

### **CAPÍTULO 3**

Se elaborará el diseño del manual de funciones y operaciones para las áreas de cocina, servicio y organización en la sala de eventos LA COLINA, permitiendo que los empleados mejoren sus conocimientos y logren aportar de manera positiva a la empresa.

## INTRODUCCIÓN

### 1. ANTECEDENTES

Los primeros intentos de los manuales fueron las publicaciones como circulares, memorándum e intrusiones internas comunes en la segunda guerra mundial. Se consideran antecesores porque fueron las primeras en donde se informaba al personal sobre algún asunto determinado o alguna acción que debían llevar a cabo. Surgen por la necesidad de instruir e informar. Durante la Segunda Guerra Mundial a los soldados se les tenía que adiestrar sobre las tácticas militares para que supieran las acciones, maniobras u operaciones que tenían que llevar a cabo en el frente de batalla.

Es necesaria la implementación de manuales en los establecimientos, ya que por medio de los mismos se puede tener un control en el mejoramiento de las labores y tareas que deben realizar cada uno de los empleados.

En el campo hotelero y de la restauración las grandes franquicias han desarrollado manuales de funciones y operaciones que permiten que sus empleados se manejen de una forma excelente hacia el cliente, buscando así alcanzar estándares de calidad en su trabajo y de esta manera se cuida la marca a la que pertenecen.

Los manuales de funciones y operaciones son de gran importancia en la empresa, ya que definen que pasos deben seguir en la realización del trabajo de cada uno de los empleados, un manual bien elaborado traerá consigo muchos beneficios empresariales.

La casa de eventos “LA COLINA”, inició sus actividades a comienzos del año 2010, su gerente propietario es el Sr. Franklin Tapia; comerciante de profesión, el nombre del establecimiento se debe a su ubicación, ya que se encuentra en la urbanización La Colina (Latacunga-Cotopaxi).

## **2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA:**

En la provincia de Cotopaxi, ciudad de Latacunga se encuentra ubicada la casa de eventos “LA COLINA” una empresa creada a inicios del año 2010, que brinda el servicio de la organización de eventos sociales y corporativos , esta empresa se enfoca en la atención a personas de clase media y media alta.

La casa de Eventos “La Colina” se encuentra administrada por una persona que no cuenta con los conocimientos técnicos que son necesarios para llevar a cabo un proceso sistemático u organizado en cuanto a la hostelería se refiere, provocando así una atención que no cumple con los estándares que un cliente se merece al contratar el establecimiento.

Existe un problema al poder evidenciar muchas falencias en distintas áreas de dicho establecimiento, la causa radica en que la gente que trabaja en este establecimiento no está capacitada para poder mostrarse de una manera positiva ante el mercado hostelero de la ciudad de Latacunga, los empleados no cuentan con manuales ni pasos que deben establecerse para mantener un orden y un proceso en las actividades a realizarse. Se evidencia un desorden en el almacenamiento de alimentos y en los artículos de menaje.

Desperdicio de productos, ya que no se cuenta con un manejo de recetas y menús estandarizados, el área de la cocina es mal distribuida para el proceso de preparación de alimentos.

Es necesario dar a conocer al gerente y propietario del establecimiento que uno de los requisitos necesarios es contratar un personal capacitado en el área hotelera. Si no se toma medidas inmediatas y no se realiza un manual de funciones y operaciones la problemática se mantendrá y “LA COLINA” permanecerá como un establecimiento que no está satisfaciendo las necesidades que el cliente actual busca, y probablemente se podría llegar al peor de los casos como es el que la empresa quiebre.

Una solución que ayudará frente a este problema es la implementación de guías o manuales que presenten procesos bien organizados y elaborados frente a cada necesidad del cliente, tiempos establecidos en procesos a realizarse, pasos a seguir, una guía que facilite que el empleado se pueda desenvolver con prontitud, agilidad y satisfaciendo al cliente será el propósito principal que se presentará en cada manual.

### **3. JUSTIFICACIÓN**

El proyecto que se ha planteado para la investigación se basa en la propuesta de un manual de funciones y operaciones en el área de cocina, servicio y organización para la casa de eventos “La Colina”, varios motivos han sido los que han servido de impulso para este proyecto, haber tenido la experiencia de ser un cliente más en este establecimiento fue de ayuda para poder reconocer las falencias externas y por ende internas del negocio, esta casa de eventos tiene una ubicación privilegiada y cuenta con un espacio físico amplio en donde se puede lograr una mejor organización y desarrollo de eventos hacia los cuales está enfocado el establecimiento, una óptima administración y una guía mejorada es la base para que la dirección en eventos tome un mejor rumbo tanto administrativo como logístico, hace unos diez años atrás este tipo de establecimientos eran escasos en la Ciudad de Latacunga, la población se conformaba con lo que se ofrecía en dos casas de eventos que eran las más cotizadas de la época; casa de eventos “Bambú” y casa de eventos “El Balcón”, la población no tenía la oportunidad de escoger sino tenía que conformarse con lo que se ofrecía, pero esta problemática cambió ya que Latacunga en los últimos años ha estado expandiéndose en población de una manera impresionante, causa por la cual se han creado más establecimientos de eventos en donde las personas ya pueden escoger que casa de eventos ofrece mejores paquetes, la gente busca un plus o un valor agregado para su evento, mediante este proyecto se busca que “La Colina” ofrezca ese plus que el cliente tanto busca, muchas personas dueñas de casas de eventos son personas empíricas, personas que tienen un potencial ya sea saber cocinar o saber animar un evento pero es difícil encontrar que una persona esté preparada en el área administrativa, este proyecto trata de implementar en “La Colina” manuales de funciones y operaciones para sobresalir y diferenciarse de los demás establecimientos, se busca que “La Colina” no sea conocida como una casa de eventos más de Latacunga, sino que sea reconocida como una de excelencia, que ofrezca eventos que van a marcar cada acontecimiento importante del

cliente y que salga satisfecho por haber recibido lo que buscaba tanto en los manjares que se sirva, en la animación y recreación, es decir darles calidad desde que se vende el evento, hasta después del evento concluido, cabe recalcar algo importante, para cada cliente el evento que se realice es un acontecimiento importante, un acontecimiento que marcará su vida, hay que reconocer que un evento para “La Colina” es una experiencia importante en la vida del cliente, es por eso que se debe buscar hacer de cada evento algo inolvidable, el proyecto en “La Colina” buscará eso.

Si un cliente estuvo satisfecho, volverá, y ese es el objetivo de este proyecto; que el cliente regrese y traiga consigo más clientes potenciales, al realizar este proyecto mediante los manuales y su implementación, existirá una mejora que se va a evidenciar y por ende habrá mucha gente beneficiada, externamente el cliente que contrate los servicios en bodas, cumpleaños, grados, bautizos (eventos sociales) y las instituciones que busquen una organización de seminarios, coffee breaks, mesas redondas (eventos corporativos) e internamente los beneficiados serán el gerente propietario, empleados, trabajadores; ya que si sube el volumen de ventas, sube la rentabilidad.

El impacto económico que puede crear esta investigación consiste en que alrededor de Latacunga existen varios sectores rurales donde la gente que antes prefería organizar sus fiestas en sus hogares hoy en día ya está buscando deslindarse de todo lo que es la organización del mismo y encargárselo a una casa de eventos, son personas que manejan gran cantidad de dinero por ser ganaderos, agricultores, dueños de haciendas, quintas, etc. Personas de clase social baja pero con gran poder adquisitivo, eh ahí donde puede crearse un conflicto en manejar un segmento de clientes específicos. El impacto económico también se crearía ya que al venir más gente de sectores como Aláquez, Saquisilí, Sigchos, Salcedo, Mulaló, etc, crece el tráfico pero también el consumo de productos de la ciudad.

El impacto económico tiene un papel relevante en el proyecto, como se explicó al inicio de la justificación, la economía interna evidenciará mejoras porque el propósito es aumentar el volumen de ventas, pero también la economía del sector cercano a la casa de eventos, también se podrá tener un impacto económico para las personas que venden materia prima

y productos en general para cada evento, si aumentan los eventos aumentan las compras y aumenta un ganancia en las personas que venden productos a “La Colina”, es un círculo de ganancias permanente, y si a esto se le suma un plus estratégico que pocas casas de eventos tienen se podrá alcanzar una diferenciación a nivel de grandes ciudades, el truco es cuidar los detalles y hacer sentir a cada cliente especial y único.

En el impacto social se podría acotar que se buscará un bien común para los clientes de la casa de eventos, la ciudad, la población, gerente propietario y empleados, esta investigación repercutirá de buena manera para que las demás casas de eventos observen que es necesario crear un manual de funciones y operaciones para cada área, el objetivo es mostrar a la competencia que con una buena capacitación y una buena dirección de cada manual, se puede diferenciar de los demás y tener clientes de excelencia y permanentes que traerán consigo más clientes y así poder mantenerse como un establecimiento reconocido, importante y con el sello de satisfacer a cada cliente que adquiera los servicios de “La Colina”.

Para acotar a la justificación según el Plan del Buen Vivir en el capítulo 10.3 en los siguientes lineamientos:

G.- Se busca impulsar al turismo como uno de los sectores prioritarios para la atracción de inversión nacional y extranjera.

## **4. OBJETIVOS**

### **4.1 Objetivo general**

Desarrollar un manual de funciones y operaciones para el Área de cocina, servicio y organización en la casa de eventos “LA COLINA” ubicada en la ciudad de Latacunga, para un mejoramiento en el servicio prestado.

## **4.2 Objetivos específicos**

Conocer los estándares y conceptos importantes que deben regirse en la organización de eventos sociales, para un buen desenvolvimiento del mismo.

Realizar un diagnóstico situacional a través del análisis FODA, ayudado de herramientas y técnicas de la investigación.

Proponer un manual de funciones y operaciones para el Área de cocina, servicio y organización para la empresa “LA COLINA” buscando el buen funcionamiento en las áreas operativas de la misma.

## **5. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN**

### **5.1 Limitaciones de espacio o territorio**

Junto a la Urb. La Colina, diagonal al centro de negocios bahía del sur. Av. Unidad Nacional y calle Avellanos. Latacunga-Cotopaxi.

### **5.2 Limitaciones de recursos**

Para la realización de la investigación no existirá ninguna limitación en cuanto al acceso a la información de la empresa, ya que el Sr. Franklin Tapia Gerente propietario de la casa de eventos “La Colina” ha sido una persona muy accesible a este proyecto, está presto a ofrecer su ayuda en todo lo que sea necesario para la investigación, desarrollo y ejecución del mismo, ya que el reconoce que es una persona que no cuenta con los conocimientos oportunos y sabe que los manuales que se presentarán al final de la investigación le serán de ayuda para su negocio.

Una de las limitaciones que se presentó fue el manejo de datos estadísticos de acuerdo a cuantos eventos se realizan en Latacunga ya que no existe en algún portal web la información; pero no sería difícil de conseguir ya que en La ciudad no existe una cantidad de casas de eventos desorbitante por esta razón se puede consultar en cada casa de eventos datos estadísticos generales que se necesitaría en el desarrollo del proyecto a futuro.

## **6. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

### **6.1 MÉTODOS**

#### **6.1.1 Método analítico-sintético**

Este proceso cognoscitivo consiste en descomponer un objeto de estudio, separada cada una de las partes del todo para estudiarlas en forma individual, y luego se integran esas partes para estudiarlas de manera holística e integral. (Rojas, 2011)

#### **6.1.2 Método cuantitativo o método tradicional**

Como la palabra lo indica, la investigación cuantitativa tiene que ver con la “cantidad” y, por tanto, su medio principal es la medición y el cálculo. En general busca medir variables con referencia a magnitudes. Tradicionalmente se han venido aplicando con éxito en investigaciones de tipo experimental, descriptivo, explicativo y exploratorio, aunque no exclusivamente. (Rojas, 2011)

#### **6.1.3 método cualitativo o método no tradicional**

La investigación cualitativa toma como misión “recolectar y analizar la información en todas las formas posibles” exceptuando la numérica. Tiende a centrarse en la exploración de un limitado pero detallado número de casos o ejemplos que se consideran interesantes o esclarecedores, y su meta es lograr profundidad y no amplitud. (Rojas, 2011)



#### 6.1.4 Método Deductivo

Este método de razonamiento consiste en tomar conclusiones generales para obtener explicaciones particulares (Bernal, 2010)

Con este método se facilitará establecer propuestas específicas para la casa de eventos “La Colina”, ya que se observará hechos y realidades generales del establecimiento.

### **7. TIPOS DE INVESTIGACIÓN**

#### 7.1 Investigación Exploratoria

Como su nombre lo indica, se trata de una investigación cuyo propósito es proporcionar una visión general sobre una realidad o un aspecto de ella, de una manera tentativa o aproximativa. Este tipo de estudios son necesarios cuando todavía no se dispone de los medios o no hay acceso para abordar una investigación más formal o de mayor exhaustividad. (Rojas, 2011)

Esta investigación se aplica cuando el objetivo es explorar el tema del presente plan o el problema del mismo, estos se pueden aplicar en casos que son muy poco estudiados o que nunca antes han sido abordados en las casas de eventos de la ciudad de Latacunga.

#### 7.2 Investigación Descriptiva

Su propósito es describir la realidad objeto de estudio, un aspecto de ella, sus partes, sus clases, sus categorías o las relaciones que se pueden establecer entre varios objetos, con el fin de esclarecer una verdad, corroborar un enunciado o comprobar una hipótesis. Se entiende como el acto de representar por medio de palabras las características de fenómenos, hechos, situaciones, cosas, personas y además seres vivos, de tal manera que el que lea o interprete los evoque en la mente. (Rojas, 2011)

Se buscará describir la situación actual de la empresa “LA COLINA”, diagnosticando posibles falencias en la misma.

## **8.- MARCO REFERENCIAL**

### **8.1 MARCO CONCEPTUAL**

Como fuente principal para el desarrollo de este ítem se ha tomado como referencia a (Melendo, 2004):

**BLONDA.-** Papel antiguo de forma y diseño variable, muy utilizado para cubrir las bandejas donde se presentan los utensilios y la cristalería. (p. 120)

**BRIGADA.-** Es el conjunto de personas que trabajan en un mismo departamento, principalmente en cocina y comedor, bajo la dirección del jefe de cocina o del *maître* del hotel, respectivamente. (p. 142)

**BRUNCH.-** Es un tipo de servicio original de Estados Unidos, la palabra *brunch* es una contracción de *breakfast* y *lunch*, es por tanto un desayuno-almuerzo que algunos hoteles ofrecen los días de fiesta y domingos, se trata de un buffet muy variado que contiene además una abundante gama de productos y preparaciones propias del desayuno. (p. 145)

**BUCHÉ.-** Del francés *bouché* bocado, bocadito, también se denomina así a un bocado de forma circular hecho con paste de hojaldre y su relleno. (p. 146)

**CONA.-** Es una cafetera portátil de cristal que permite preparar el café a la vista del cliente. (p. 241)

**CRISTALERÍA.-** La cristalería es el conjunto de vasos y copas con que cuenta un establecimiento para preparar y servir bebidas a los clientes, por regla general debe estar hecha de vidrio transparente sin dibujos o grabados, para que al servir una bebida a una persona, ésta pueda ver claramente su contenido y apreciar así las tonalidades de vinos y licores. (p. 275)

**DESBARASAR.-** Quitar los cubiertos, platos, etc, usados en la mesa. Es un galacismo procedente del verbo “*debarrasser*”. (p. 316)

**DESCORCHAR.-** Destapar una botella u otro recipiente, sacando el corcho que la cierra. (p. 316)

**ESTACIÓN.-** Nombre por el que se conoce en terminología hotelera, un determinado número de mesas que atiende un camarero, esta expresión se conoce en España como el nombre de rangos. (p. 366)

**FOOD AND BEVERAGES.-** Expresión inglesa que significa alimentos y bebidas y que se utiliza mucho en la hostelería, al referirse a la unidad que engloba las unidades o departamentos relacionados con la restauración. (p. 391)

**FUNCIONES.-** Actividades que debe desempeñar una persona en un cargo, puesto, etc.

**GÓNDOLA.-** Utensilio que se utilizaba mucho en cocina para pasar purés, salsas, cremas, etc. Mueble expositor de productos con forma alargada y con estanterías a ambos lados. (p. 418)

**GUERIDONES.-** Por lo general son de madera, solo las utiliza el personal y tienen la misión de facilitar el servicio, son una herramienta más de trabajo, pero a su vez cumplen otras funciones importantes, como proporcionar una mayor vistosidad al servicio, mayor espacio y rapidez, y más libertad a los comensales. (p. 433)

**LITO.-** Paño blanco, de aproximadamente 40x80cm, con el que se ayuda el camarero para el servicio a los clientes. (p. 514)

**MAÎTRE.-** Termino comúnmente utilizado para designar al jefe de comedor o maestra-sala; es el encargado de ofrecer al cliente los servicios del restaurante y cuidar de que el personal a sus órdenes cumpla con la máxima regularidad de su labor profesional, es el encargado también de trinchar y cuidar de la buena presentación de los manjares. (p. 526)

**MANUAL.-** Son documentos que sirven como medios de comunicación para registrar en forma ordenada información e instrucciones para el desempeño en un determinado sector o área.

**MULETÓN.-** Tela gruesa de algodón que cubre las mesas del comedor, antes del mantel. (p. 572)

**OPERACIONES.-** Son procesos o actividades que se realizan simultáneamente para cumplir con un fin determinado.

**PERSONAL DE PLATERÍA.-** (*Steward*) son los operarios dedicados exclusivamente a la limpieza y buena conservación de la vajilla y cubiertos de plata o metal. (p. 640)

**PETIT MENAGE.-** En francés designa a los complementos de salsa, especias que se utilizan en el restaurante. (Mostaza, pimienta, perrin`s, etc). (p. 645)

**PLAQUÉ.-** Fuente metálica, debe su nombre a que antiguamente casi todas las fuentes llevaban plaqué, es decir, una chapa sumamente tenue, de plata y rara vez de oro, sobre puesta y adherida a la superficie de otro metal de inferior calidad. (p. 659)

**RECHÁUD O INFIERNILLO.-** El vocablo *rechaud* proviene del francés y significa “volver a calentar” que es en sí la función de este aparato, el cual emplea como combustible el alcohol, mantiene la temperatura de los platillos que deben servirse calientes, aunque su función principal es la preparación y terminación de manjares a la vista de clientes.(p. 705)

**SECTOR.-** Es una parte del comedor constituida por dos o más rangos y dirigida y dirigida por un camarero con categoría de jefe de sector.

Esta división, a efectos de organización del trabajo, se justifica cuando el restaurante o el comedor del hotel son de gran capacidad. (p. 747)

**SUMILLER.-** Tiene como función servir al cliente pero exclusivamente en el servicio de vinos y licores, aconsejando al mismo sobre los vinos más adecuados para cada minuta siempre que su intervención sea requerida, encargándose también de presentar la carta de vinos y servirlos, debe tener conocimientos amplios de su especialidad. (p.768)

**TRIPIÉ.-** Se ocupa en el servicio de bebidas frías (vino blanco, rosado, champagne), para mantener su temperatura durante todo el servicio, el tripié consta de una base y un recipiente con forma de cilindro, donde se introduce el hielo para depositar la botella; se coloca junto a la mesa del cliente. (p. 799)

## 8.2 MARCO TEÓRICO

Los temas a investigarse en el proyecto planteado están enfocados en la organización y realización de un evento social, los pasos a seguirse en el desarrollo deben ser direccionados con un manual que establezca un orden a regirse, para poder buscar soluciones es necesario hacer una vista retrospectiva de lo que es la casa de eventos “LA COLINA”.

El plan consiste en la descripción de una secuencia paso a paso orientada a eliminar en lo posible las debilidades de todas las áreas, nuestra investigación tiene como base a la observación que se realizará y orientará en acciones requeridas para eliminar las debilidades y su causa, sin alterar las fortalezas que tiene la empresa “LA COLINA”.

### 8.2.1 Concepto del servicio de banquetes y análisis de su oferta

El concepto clásico de los banquetes ha estado casi siempre relacionado con la organización y desarrollo de actos cuyo fin único y primordial era el servicio de un almuerzo, cena, aperitivo o similar.

Según este concepto, los servicios de banquetes se pueden definir como aquellos que ofrecen alimentos, bebidas y complementos en el mismo lugar y momento donde se confecciona, para un número prefijado de comensales, mediante acuerdo expreso sobre el menú y precio global. (Ginés, 2003)

Dentro de los controles en un establecimiento, los deseos y expectativas de los clientes deben dominar en la planificación y desarrollo del menú, se debe tener en cuenta los hábitos alimentarios de la región en la que está el establecimiento. Además, la opinión de los habituales (las personas que frecuentan el establecimiento) debe ser tomada en cuenta. Aunque no siempre es posible sondear a los clientes acerca de sus deseos y expectativas, los clientes suelen manifestar sus puntos de vista con lo que compran, es decir, con los platos que se solicitan con mayor frecuencia. Llevando un control cuidadoso de los pedidos de los clientes y analizando estos datos para identificar patrones.

Es indispensable saber que ofrecer al mercado al cual se direcciona, tener mucho cuidado en conseguir al cliente y que éste regrese, es lo más indispensable que se debe buscar, un cliente satisfecho siempre va a regresar y hará de cierta manera una publicidad boca a boca la cual es la publicidad más acertada para que más clientes busquen hacer eventos en el establecimiento “LA COLINA”.

Un aspecto vital para la operación exitosa de cualquier negocio es contar con empleados eficientes, debido a que la satisfacción del cliente depende en gran parte del desempeño de los empleados. Esto es especialmente cierto en la industria del servicio de alimentos, en donde se empeña una gran cantidad de mano de obra y en donde, por la naturaleza del negocio, la productividad es menor que en muchos otros negocios.

#### 8.1.2 Organización funcional propia y objetivos del departamento de banquetes:

Planificar.-El departamento debe plantearse sus objetivos económicos, técnicos y humanos. Ha de desarrollar medidas apropiadas para la venta, producción y procedimientos en el servicio.

Organizar.- El departamento tiene que organizar los recursos necesarios para seguir el plan establecido. Se deberá seleccionar y formar los miembros del personal.

Dirigir.- La supervisión de los empleados es parte del trabajo de la persona encargada del departamento de banquetes.

Controlar.- Se debe asegurar de que el trabajo real desempeñado se corresponda con el trabajo planificado. Los controles financieros efectivos asegurarán que la ganancia o pérdida real concuerda con los propuestos. Los controles efectivos de calidad y servicio correcto aseguran esa producción. (Ginés, 2003)

Un buen programa de capacitación de empleados, es esencial para una operación de servicio de alimentos, si se desea que adquieran el conocimiento, las habilidades y hábitos adecuados para un desempeño eficiente.

Un programa efectivo de capacitación ofrece ventajas tanto para el empleado como para la gerencia; generando mayor satisfacción en el trabajo, mayor capacidad de ingresos, mayor sentido de seguridad, más motivaciones.

Para la gerencia ya sean: mayor producción, costos menores de operación, menores exigencias de supervisión en los trabajadores, menor rotación del personal, trabajadores más hábiles.

La actitud de la gerencia es un factor decisivo en lo que se refiere a que tan efectivo puede ser un manual de mejoras, en primera estancia la gerencia debe estar convencida del valor de un manual de funciones y operaciones y estar dispuesta a hacer todo lo necesario para hacer posible un programa o un manual efectivo.

Casi todas las operaciones de servicio de alimentos cuentan con alguna clase de capacitación para sus empleados, puede tratarse de algo tan sencillo como una lista de instrucciones por escrito, un desglose de las obligaciones del cargo a desempeñar o descripciones de lo que se espera que hagan los empleados.

La relación entre empleados y la clientela es de vital importancia, la ineffectividad de la comunicación en esta área es fuente de problemas que reflejan pérdida de la clientela y disminución de eventos y por ende de las utilidades, la diversidad del grupo de clientes, sus opiniones, actitudes y necesidades deben saber manejarse correctamente, el retraso en reconocer y corregir de inmediato las dificultades de la comunicación puede tener resultados finales muy severos.

Según el Reglamento General de Actividades Turísticas (2002) determina que:

Art. 62.- Personal uniformado.- Todo el personal de servicio de las distintas dependencias vestirá uniforme de acuerdo con el servicio que preste y según los usos y costumbres en la industria hotelera. Se distinguirán por su correcta presentación y se esmerarán en atender a la clientela con la máxima amabilidad y cortesía.

De manera especial, el personal encargado de la preparación y elaboración de las comidas cuidará de la limpieza de su atuendo y deberá vestir el uniforme tradicional, debiendo además portar todos los documentos exigidos por las autoridades de salud y otros organismos competentes.

Art. 63.- Protección contra incendios.- Existirá un sistema de protección contra incendios adecuado a la estructura y capacidad del alojamiento, mediante la instalación de los correspondientes dispositivos o extinguidores, en todas las dependencias generales y plantas del establecimiento, debiendo en todo caso observarse las normas establecidas por el Cuerpo de Bomberos.



El personal deberá estar instruido sobre el manejo de los citados dispositivos y de las demás medidas que han de adoptarse en caso de siniestro, debiendo realizarse periódicamente pruebas de eficiencia con dicho personal.

Art. 64.- Condiciones de higiene.- Todas las dependencias e instalaciones de los alojamientos deberán encontrarse en perfectas condiciones de higiene y cumplir rigurosamente las normas sobre sanidad dictadas por los organismos competentes.

Los reservorios de agua estarán dotados de registros que faciliten su periódica limpieza, así como de filtros que garanticen su pureza, debiendo estar asegurada en todo caso la potabilidad del agua. En los lugares donde no hubiera el servicio público de agua potable, los alojamientos estarán obligados por lo menos a purificar el agua, advirtiendo a la clientela sobre este particular.

La eliminación de las aguas residuales se hará a través de la red de alcantarillado y, de no existir ésta, mediante un sistema eficaz y rigurosamente ajustado a las normas sanitarias establecidas en la legislación vigente.

Art. 65.- Condiciones de presentación, funcionamiento y limpieza.- Los locales, instalaciones, mobiliario y enseres de los establecimientos de alojamiento se mantendrán en condiciones óptimas de presentación, funcionamiento y limpieza.

Art. 66.- Inspecciones.- El Ministerio de Turismo se encuentra facultado para realizar o disponer en cualquier tiempo inspecciones a los alojamientos, con el objeto de verificar el cumplimiento de las disposiciones constantes en la Ley Especial de Desarrollo Turístico y sus normas de aplicación y comprobar el buen funcionamiento de los mismos.

Las inspecciones se realizarán, necesariamente, con la concurrencia del administrador o administrador del alojamiento, o la persona que haga sus veces.

### 8.1.3 El cliente

Es la persona más importante para una empresa; debe ser el objeto de atención principal. Sin él ésta no podría cumplir la finalidad para la que ha sido constituida. El personal debe concienciarse de que el cliente nunca interrumpe el trabajo, ya que éste radica en servirle y satisfacerle. El cliente debe estar presente en todas las actividades de la empresa. Todas las empresas, al margen del sector al que pertenezcan, deben tener en cuenta que su existencia depende en gran medida de la calidad, el servicio y el grado de satisfacción del cliente. (Dorado, 2000)

### 8.1.4 Manual de funciones

Toda empresa tiene que tener un manual de funciones, sobre todo aquellas que son de grandes dimensiones, ya que así se lleva un control sobre las funciones que tiene el personal que conforma la compañía. Es un instrumento eficaz de ayuda para el desarrollo de la estrategia de una empresa, ya que determina y delimita los campos de actuación de cada área de trabajo, así como de cada puesto de trabajo.

Este manual consiste en la definición de la estructura organizativa de una empresa. Engloba el diseño y descripción de los diferentes puestos de trabajo estableciendo normas de coordinación entre ellos. Es un documento que especifica requisitos para el cargo, interacción con otros procesos, responsabilidades y funciones.

### 8.1.5 Manual de operaciones

El Manual de operaciones es fundamental en una empresa ya que contiene la información necesaria para llevar a cabo de manera precisa y secuencial, las tareas y actividades operativas que son asignadas a cada una de las unidades administrativas, de la misma forma, determina la responsabilidad e identifica los mecanismos básicos para la instrumentación y el adecuado desarrollo, con el propósito de unificar los criterios básicos para el análisis de los procedimientos que realicen los empleados de la empresa, señalando lo que se pretende obtener con la ejecución de los mismos.

## 9. IDEA A DEFENDER

La elaboración del Manual de funciones y operaciones permitirá una mejora en las áreas de cocina servicio y organización en la sala de eventos “LA COLINA”.

## 10. POBLACIÓN Y MUESTRA A INVESTIGAR

La población objeto de estudio serán las personas que hayan realizado algún programa en la sala de eventos “LA COLINA” en el año 2014 y durante los meses de enero y febrero del año 2015.

**Cuadro N° 1.01**

<b>AÑO</b>	<b>NUMERO DE CLIENTES</b>
2014	215
2015 (ENERO-FEBRERO)	15
<b>TOTAL</b>	<b>230</b>

Tabla 1: Población Muestra a Investigar

Fuente: “LA COLINA”

Elaborado por: Andrea Medina

En conclusión, la población objeto de estudio que se seleccionó es de 230 personas, esto quiere decir que son la cantidad de clientes que realizaron algún evento social o empresarial durante el período antes mencionado en la Casa de eventos “LA COLINA”.

## 11. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS PARA LA RECOPIACIÓN DE DATOS

Ayudan a la recopilación de información por medio de la observación, encuestas, entrevistas; generalmente se emplean una o dos técnicas para poder tener una investigación completa.

### 11.1 Encuesta

Es un estudio observacional en donde la persona encargada de investigar busca recopilar datos en base a un cuestionario diseñado con preguntas claras y precisas, sin modificar el entorno ni controlar el proceso que está en la observación. Los datos se obtienen dirigiendo las preguntas a una muestra representativa o al conjunto total de la población en estudio a menudo integrada por personas, empresas o entes institucionales (clientes de las casas de eventos), con el fin de conocer opiniones, características o hechos específicos. El investigador deberá seleccionar las preguntas que van más acordes a la naturaleza de la investigación.

Mediante esta técnica se podrá identificar necesidades u opiniones de los clientes asiduos de la casa de eventos “LA COLINA”; ya que por medio de las encuestas que se realizarán se podrá tabular los resultados de las opiniones respecto a varias vivencias, mediante esta técnica se buscará medir la satisfacción del cliente en cuanto a calidad, precio, servicio, producto, montaje, y así registrar cada uno de los resultados para la investigación.

### 12.2 Entrevistas

Siendo un diálogo entablado entre dos o más personas, consiste en que el entrevistador haga preguntas enfocadas en la ayuda al proceso de investigación para que el o los entrevistados respondan, es una técnica empleada para diversos motivos requeridos en la investigación, es un diálogo interesado con previo acuerdo, y genera interés y expectativas por ambas partes, tomando mucha importancia al momento de obtener información. (Ibañez, 1998)

Esta técnica será empleada para conocer la manera en la que los empleados realizan los procesos previos, durante y después de cada evento, en esta técnica el investigador puede hacer una gama de preguntas en donde se puede consultar varias dudas como por ejemplo ¿Dónde se realiza las compras para cada banquete?, ¿Qué se hace con los desperdicios?, ¿Quién es el encargado del montaje del salón?, ¿Qué falencias han evidenciado

internamente el personal?. Con estas preguntas aclaradas se podrá tener una idea de aspectos importantes para la investigación.

### 12.3 Observación científica

Es un proceso empírico, siendo el más primitivo y a la vez el más usado; es un método por el cual se establece una relación concreta e intensiva entre el investigador y el hecho social o los actores sociales (clientes, meseros, personal administrativo), obteniendo datos que luego se analizan para desarrollar la investigación.

Esta técnica será una de las más usadas para la investigación, ya que se podrá reconocer problemas y aptitudes que presente el personal de la casa de eventos, necesidades, requerimientos, falencias, fortalezas. El investigador podrá tener en cuenta al evidenciar directamente cuales son los problemas específicos en cada evento que se realice, ya que podrá ser en ciertos aspectos el afectado directo de cada error que se pueda cometer.

## CAPÍTULO I

El desarrollo del presente capítulo permitirá conocer la historia y evolución de la restauración a través del tiempo, se abordarán contenidos específicos acerca de los banquetes, eventos sociales y empresariales, el servicio, el cliente, la calidad y la cocina como arte para el comensal.

También se podrá dar a conocer la historia de la ciudad de Latacunga, sus sitios turísticos, la gastronomía típica de la región y cuál es la principal actividad económica de este cantón.

Finalmente encontraremos la estructura organizacional de la sala de eventos “LA COLINA” logrando así comprender la funcionalidad de este tipo de empresas y de sus áreas, como base fundamental para el desarrollo de la investigación.

### 1.1 CONCEPTO DE MANUAL

El manual es un documento que sirve como medio de comunicación y coordinación para registrar y transmitir en forma ordenada y sistemática tanto la información de una organización, como las instrucciones y lineamientos necesarios para que desempeñe mejor sus tareas. (Franklin, 2009, pág. p. 244)

Es decir un manual es un documento que partiendo de los objetivos y políticas, señala una secuencia lógica y cronológica de una serie de actividades, indicando quien las realizará, todas las actividades a desempeñarse convirtiéndose así en una guía para todo el personal de la empresa, en este caso de la sala de eventos “LA COLINA”.

Los manuales son instrumentos de apoyo y de ayuda en la empresa, mediante los manuales se puede tener un control de todas las actividades que deben realizar los trabajadores, gracias a los manuales es más sencillo detallar deberes, responsabilidades, funciones, normas, reglamentos de trabajo, objetivos y políticas de la empresa de una manera más sencilla clara y concisa.

### 1.1.1 ESTRUCTURA DEL MANUAL DE OPERACIONES

El manual de operaciones debe incluir, en primer término, los siguientes datos:

- Identificación.
- Logotipo de la organización.
- Nombre de la organización.
- Denominación y extensión del manual (general o específico).

Si corresponde a una unidad en particular, debe anotarse el nombre de esta.

- Lugar y fecha de elaboración.
- Numeración de páginas.
- Sustitución de páginas (actualización de información).
- Unidades responsables de su elaboración, revisión y autorización.
- Clave del formulario; en primer término se deben escribir las siglas de la organización; en segundo, las de la unidad administrativa responsable de elaborar o utilizar la forma; en tercero, el número consecutivo del formulario y, en cuarto, el año.

Es importante detallar la información antes mencionada dentro de los manuales, sin embargo cada organización deberá escoger un formato según sus necesidades. (Franklin, 2009)

### 1.1.2 MANUAL DE FUNCIONES

Es necesario un manual que indique las funciones para cada empleado en cada área, incluyendo a los encargados de limpieza, mencionando en detalle cada etapa de la operación y el número de veces que esta debe ser realizada.

Se incluirá aquí las instrucciones para limpiar cada cosa de la cocina (limpieza diaria y periódica), limpieza de pisos, ventanas, basura, local, barra, mesas.

Una vez que son establecidas estas normas, se harán más sencillas las tareas. (Franklin, 2009)

## **1.2 SUPERVISIÓN DE GERENCIA**

Es vital que el Gerente o el delegado de gerencia supervise las condiciones de sanidad de cocina y salón, nadie más podrá ejecutar esta tarea ya que la supervisión implica mucha responsabilidad, esto ayuda a que ningún trabajo de los empleados pase desapercibido, esto trae beneficios ya que los empleados se enfocarán en hacer siempre bien su trabajo y seguir las normas de cada uno de los manuales.

### **1.2.1 GERENTE DE BANQUETES**

Es necesario que tenga amplios conocimientos en este campo, será el responsable de la venta, contabilidad, arreglos, o servicio de todas las funciones del banquete o servicio que se venderá.

### **1.2.2 FUNCION DEPARTAMENTAL**

El gerente de banquetes mientras tiene una reunión con un futuro cliente, deberá tener a la mano una lista con todo lo que podrá ofertarse en el evento que se quiere realizar, cotizaciones según la época del año. Es necesario obtener una garantía del mínimo de cubiertos que deben ser servidos, esto eliminará posibles problemas en el contrato.

Básicamente, los servicios que se pueden prestar mediante el banquete son:

- Bodas, aniversarios, comuniones.
- Homenajes
- Seminarios, congresos, asambleas.
- Bailes de gala, graduaciones.



En cualquiera de estos eventos se pueden servir:

- Comida fría.
- Comida caliente.
- En la mesa servida.
- Buffet.
- Aperitivos, lunch.
- Coctel.
- Brunch.

### 1.2.3 ATRIBUTOS DEL PRODUCTO BANQUETES

Están determinados por elementos que acompañan la comida. Éstos pueden ser físicos (mobiliario, cubertería, vajilla, etc.) o de servicio (Simpatía, rapidez, eficiencia, etc.) Ambos son de vital importancia para obtener la satisfacción del cliente.

En el caso de los banquetes, los atributos son el conjunto de elementos que se prevén en el montaje del evento (decoración, disposición de mesas, lencería, música, etc.), así como el trato del personal del servicio hacia los invitados. (Ginés, 2003)

### 1.3 LA COCINA

Al ser el centro de producción, la cocina una planificación y organización acorde con la política establecida en la empresa, el jefe de cocina será el responsable de la planificación, organización y el desarrollo del servicio. Es necesario que la cocina cuente con las siguientes características:

- Espacios lo suficientemente apropiados para el desarrollo de la actividad que se debe realizar.
- Condiciones higiénico-sanitarias óptimas.
- Ubicación que permita una buena comunicación con las demás áreas de trabajo.
- Un buen orden y correcta distribución del espacio.
- Instalaciones básicas adecuadas para el desarrollo correcto del trabajo.
- Maquinaria moderna.

### 1.3.1 La buena organización del trabajo en la cocina

De la buena organización de este departamento o área dependerán aspectos importantes como:

Personal motivado.

Clientes satisfechos.

Prestigio para la empresa

Rentabilidad.

Siempre hay que buscar ser competitivos, la innovación es primordial en este tipo de negocios.

### 1.4 Servicio al cliente

Es el conjunto de actividades que ofrece un proveedor con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo.

#### 1.4.1 El cliente

El cliente es la persona más importante para la empresa, sin cliente no hay trabajo ya que el cliente tiene la necesidad de utilizar el servicio que nosotros ofertamos, si perdemos el cliente perdemos el trabajo, perdemos ganancia y generamos pérdidas.

Un cliente es una persona que demanda bienes o servicios proporcionados por el productor o el proveedor de servicios. Es decir es un agente económico con una serie de necesidades y deseos, que cuenta con una renta disponible con la que puede satisfacer esas necesidades y deseos a través de los mecanismos de mercado.

### Los Diez Mandamientos De La Atención Al Cliente:

1. El cliente por encima de todo.
2. Es preciso hacer todo lo posible para satisfacer al cliente.
3. La empresa debe cumplir todo lo que prometa y nunca mentir.
4. Una sola forma de satisfacer al cliente, darle más de lo que espera.
5. Las personas que tienen contacto directo con los clientes marcan la diferencia.
6. Fallar en un punto significa fallar en todo.
7. Un empleado insatisfecho genera clientes insatisfechos
8. El juicio sobre la calidad de servicio lo hace el cliente.
9. Por muy bueno que sea un servicio siempre se puede mejorar: la competencia no da tregua.
10. Todas las personas de la organización deben estar dispuestas a trabajar en Pro de la satisfacción del cliente.

#### 1.5 El mesero

Las responsabilidades de un mesero varían dependiendo del tipo de restaurante en el que trabajan. Lo meseros deberían tener buena memoria y poder cargar artículos pesados sin tirarlos o derramarlos. También es necesario que tengan buenas habilidades de atención al cliente y la capacidad de trabajar como parte de un equipo

El papel más importante de un mesero es la atención al cliente. Dependiendo del evento, los meseros podrían tener que recibir y sentar a los clientes antes de la comida y hacer el cargo después de la misma. Además, los meseros responden preguntas y mantienen a los clientes contentos mientras están en el salón. Esto incluye asegurarse de que los clientes reciban los platillos correctos y que estos estén cocinados de acuerdo a la preferencia del cliente. Además, los meseros revisan que sus clientes estén bien periódicamente para tomar órdenes adicionales y rellenar sus bebidas.

## 1.6 LATACUNGA-COTOPAXI

### 1.6.1 CARACTERIZTICAS DE LA ZONA

#### Datos Geográficos de Latacunga

Latacunga se encuentra en la sierra-centro del país en la provincia de Cotopaxi, en uno de los valles más hermosos y fértiles de los Andes ecuatorianos, cerca del volcán Cotopaxi en la hoya del Patate. La sala de eventos LA COLINA se encuentra ubicada en la parroquia “Eloy Alfaro”, en el barrio “La Colina”, diagonal al centro de negocios bahía del sur. Av. Unidad nacional y calle avellanos.

**Superficie de la ciudad de Latacunga:** 1377Km<sup>2</sup>

**Altitud:** 2750 mts sobre el nivel del mar.

#### **Límites:**

Al norte la provincia de Pichincha.

Al sur el cantón Salcedo (Provincia de Cotopaxi)

Al este la provincia de Napo.

Al oeste los cantones Sigchos, Pujilí y Saquisilí (Provincia de Cotopaxi)

### 1.6.2 Historia del cantón Latacunga

Según algunos historiadores, Latacunga proviene de las palabras quichuas Llactata cunani, que significa “les encargo esta tierra”, para otros proviene de las palabras llacata kunka que significa “Dios de las aguas”, para otros proviene de la palabra Tacjunga que en idioma páeche (Panzaleo) significa “Tierra de curanderos”, es necesario indicar que los panzaleos o páeches serían los primeros habitantes de estas tierras. Con la llegada de los quitus y luego de los incas, este Rincón geográfico siempre fue un Tambo Real, es decir, un sitio importante para el descanso de los caminantes y de los gobernantes que viajaban por sus reinos.

Latacunga, ciudad andina, capital de la Provincia de Cotopaxi; el 11 de noviembre, Latacunga, celebra su Independencia recuerdo de la gesta libertaria de 1820.

Latacunga, cuya fundación española fue realizada por el primer Encomendero en 1534, con el nombre de Asiento de San Vicente Mártir de Latacunga. En 1539, Gonzalo Pizarro, aumentó el número de pobladores y finalmente la fundación definitiva y oficial la efectuó el Capitán Antonio Clavijo en 1584. Con el título de Corregimiento, en el cual habitaban 30.000 indígenas y 30 españoles hombres.

Se cuenta que la famosa leyenda de “El Dorado” nació en Tacunga y se dice que fue una venganza de los nativos en contra de sus opresores al conocer de la ambición de éstos por el oro, corrieron la voz de la existencia de un reino en donde abundaba este precioso metal, a tal punto que se arrojaba a una laguna grandes cantidades de este en homenaje a sus dioses. En la expedición que emprendieron Gonzalo Pizarro y Francisco de Orellana por encontrar “El Dorado”; terminaron con el descubrimiento del río Amazonas.

Luego el 11 de Noviembre de 1811 es elevado a la categoría de villa. Iniciada la Colonia, empezó el reparto del territorio entre los conquistadores, estableciéndose el régimen de encomiendas, mitas y trabajo forzado en los obrajes.

El reparto de tierras se lo realizó desde Quito, pues formaba parte de la Real Audiencia de Quito. En la colonia se establecieron los marquesados: De Villa Orellana, de Maenza, y de Miraflores. Esta zona fue codiciada por la nobleza de Quito.

Los jesuitas instalaron la primera escuela en 1643 hasta su expulsión en 1653. La educación posterior corrió a cargo de los franciscanos, dominicos y agustinos. Por la cercanía a Quito, los ricos reforzaban allá la formación de sus hijos. Así surgieron los grandes políticos y escritores.

En 1745 asumió la presidencia de la Real Audiencia de Quito, Fernando Sánchez de Orellana, Marqués de Solanda, natural de Latacunga. “Los marquesados, condados, títulos de nobleza llenan el Asiento. Grandes latifundios son de su propiedad así como del marquesado de San José y los condes de Selva Florida, los Porcel, los Bonilla, los Carrera, los Sandoval, los Ramírez, los Montenegro o de comunidades religiosas”.

En diciembre de 1808, los marqueses se reunieron en Tilipulo y Salache para preparar el grito de la independencia del 10 de agosto de 1809. El 80% de los miembros de la Junta de Gobierno eran cotopaxenses.

Luis Fernando Vivero, fue escogido el 9 de octubre de 1820 para secretario de la Junta de Gobierno de Guayaquil. Y muchos más contribuyeron a la causa libertaria. El 11 de noviembre de 1811, la Junta Superior de Quito elevó Tacunga a la categoría de Villa.

El Cabildo reaparecerá después ya dentro del período de las luchas libertarias y para 1.820, los aires libertarios mueven a sus pobladores hasta que por coincidencia, un 11 de noviembre de 1.820 la ciudad alcanza su independencia por cuenta propia, cuando los latacungueños vencieron en gallardo enfrentamiento a la guarnición española comandada por Morales, que se encontraba acuartelada en lo que hoy es el convento de Santo Domingo, ha sido cuna de notables personalidades, entre las que se destacan el generoso filántropo Dr. Vicente León, los escritores Alfonso y José Rumazo González y Eudofilio Álvarez Vega.

Latacunga contó con una fábrica de pólvora que era distribuida a las distintas regiones de la colonia Española en América, desde Panamá a la Argentina y, este producto elaborado en esta ciudad, jugó un papel importantísimo en la independencia del yugo español, los productos de los obrajes también eran distribuidos en las tierras de la presidencia de Quito y el Virreinato del Perú, contaba con minas de oro en Macuchi y de plata en Sarapullo en Sigchos. En estas épocas Latacunga era el asiento más importante de lo que ahora es el Ecuador.

Esta ciudad a lo largo de su historia ha sufrido varios terremotos, que la mayoría de estos ha reducido a Latacunga a escombros; anotamos las fechas de los mismos: 28 de Agosto de 1587, 15 de febrero de 1645, 20 de junio de 1698, 1703, 5 de diciembre de 1736, 26 de abril de 1755, 22 de febrero de 1757, 29 de diciembre 1778, 4 de febrero de 1797, 1802, 24 de octubre de 1840, 19 de mayo de 1883, 16 de Julio de 1931, 5 de Agosto de 1949, 5 y 6 de octubre de 1976, y por último en 1996 un fuerte terremoto cuyo epicentro estuvo ubicado en Pujilí.

Latacunga también ha sufrido las consecuencias de varias erupciones del Cotopaxi, que cubrió con sus cenizas y material volcánico en los años 1532-1533, 1698, 1738, 1742, 1757, 1766-1768, 1803, 1845, 1852-1856, 1866, 1877-1880. En 1903 el volcán inicia una actividad continua que dura hasta 1914 fecha desde la cual se ha mantenido sin actividad.

Su desarrollo se enmarca en la producción agrícola, ganadera, minera; las Instituciones públicas y privadas mayoritariamente están ubicadas en el centro de la ciudad; razón por la cual, la mayor actividad de la ciudad se concentra en la zona indicada; conserva un centro histórico privilegiado, el cual fue declarado como “Patrimonio Cultural del Estado” emitido por el Instituto Nacional del Patrimonio Cultural; sus estrechas calles, Iglesias, construcciones históricas bien conservadas, hacen de la urbe un destino turístico relevante.

Al caer la noche, la ciudad se viste de gala, y presenta sus mejores postales; las iglesias, parques, y principales edificaciones se iluminan de colores brillantes, contrastes que adornan a la misma, exponiendo la razón; por la que a este lindo rincón de la Patria, se le conoce como “Latacunga Romántica” y “cuna de grandes poetas y escritores”.

Situada en las faldas del volcán activo más alto del mundo, "El Cotopaxi", el cual se ha constituido en uno de los principales iconos del país, admirado por su simetría y belleza. La ciudad declaró como su protectora a la Virgen de las Mercedes, denominada como “Virgen del Volcán”, en honor a la cual se realiza la tradicional fiesta de “La Mama

Negra”; evento que se realiza cuando el calendario marca el 24 de septiembre de cada año, un segundo evento lo presenta el Gobierno Autónomo Descentralizado de la Ciudad (Municipio) los primeros días del mes de noviembre.

Latacunga es cabecera del cantón de su mismo nombre, que está integrado por las parroquias rurales Aláquez, Belisario Quevedo (Guanailín), Guaytacama, Joseguango Bajo, Las Pampas, Mulalo, 11 de Noviembre (Illinchisí), Palo Quemado, Poaló, San Juan de Pastocalle (Lasso), Sigchos, Tanicuchí y Toacazo.

### 1.6.3 Población del Cantón Latacunga

El cantón Latacunga tiene una población aproximada de **170.489** habitantes de acuerdo al último censo realizado.

#### **Idioma**

Español y quichua

#### **Grupos étnicos**

Indios y mestizos

### 1.6.4 Clima

Ubicada a 2.750 metros sobre el nivel del mar, teniendo así un clima templado, a veces ventoso y frío. En general la ciudad posee una temperatura media anual de 12°C, por lo que su clima es desde templado a frío húmedo.

### 1.6.5 Hidrografía

**Río Cutuchi:** Nace en los deshielos del Cotopaxi, es el principal río que atraviesa el canton de Norte a sur.

**Río Yanayacu:** Nace en las vertientes de la parte más alta de la cordillera central, llamado Qillopaccha, atravesando la ciudad de oriente a occidente.



**Río Cunugyacu:** Nace en una de las vertientes cercanas a la ciudad, es el río más claro y limpio, cruza a Latacunga de este a oeste.

**Río Pumacunchi:** Nace en los deshielos de los Ilinizas, este río baña a la ciudad de norte a sur.

#### 1.6.6 Situación geográfica del Cantón Latacunga

Dentro del cantón existen 15 parroquias, 5 urbanas y 10 rurales.

#### **Parroquias Urbanas**

- La Matriz
- Eloy Alfaro (San Felipe)
- Ignacio Flores (La Laguna)
- Juan Montalvo (San Sebastián)
- San Buenaventura

#### **Parroquias Rurales**

- Pastocalle
- Toacaso
- Mulaló
- Tanicuchi
- Guaytacama
- Aláquez
- Jose Guango
- Poaló
- Once de Noviembre
- Belisario Quevedo

#### 1.6.7 Festividades

##### **Festividad de la Mama Negra**

Es un sincretismo religioso que goza de mucho colorido, alegría y desorden público, pues los miles de turistas nacionales y extranjeros que llegan a esta gran fiesta no solo deleitan sus sentidos con la música, los disfraces y el baile de las comparsas que

conforman este festejo, sino del licor que es repartido a cuantos le pidan. Pese a este detalle, la fiesta se vive como la representatividad del puro folklore nacional.

Fecha: Durante el mes de noviembre.

Lugar: Calles de la ciudad.

### **Bailes de los inocentes**

Bailes, disfraces, mascaradas, comidas típicas. Fecha: 28 de diciembre al 6 de enero.

Lugar: Parque Vicente León

### **Fiesta de la Virgen de las Mercedes**

Vísperas, mascaradas, bandas de pueblo, fuegos artificiales, misa del gallo, procesión religiosa. En Latacunga: Procesión de la “Mama Negra”

Fecha: 23-27 de septiembre.

Lugar: calles de la ciudad.

#### 1.6.8 Gastronomía de Latacunga

Una de las características reconocidas a nivel regional es la diversidad, la calidad y sabor de sus comidas y bebidas típicas.

**Chugchucaras.-** Es un plato típico lleno de sabores y de alto valor nutritivo, se compone de carne de cerdo frita, mote, chicharrón de cerdo, papas y plátano, maduro frito, empanadas, canguil y cuero de cerdo reventado, se puede acompañar con ají al gusto.

**Allullas.-** Es un pan típico de Latacunga, su forma es redonda, es plano y de consistencia firme no tan esponjosa, crocante, son preparadas con harina de trigo, con Manteca pura de cerdo, huevos y son cocidas en horno de leña; las podemos encontrar en varios lugares de la ciudad, pero especialmente frente a la estación del tren, se las acompaña con el tradicional queso de hoja y una taza de chocolate caliente.

**Queso de hoja.-** Es un queso pequeño de forma rectangular envuelto en hojas de achira, a base de queso fresco, agua hirviendo y sal.

**Tortillas de maíz.-** Conocidas también como “Tortillas de palo”, son de harina de maíz amasada con Manteca de cerdo, sal y otros condimentos, en el centro llevan queso con cebolla blanca y son tostadas en una paila a leña.

**Champús.-** El origen de esta bebida fermentada se remonta al tiempo del incario, es una mezcla cocinada de harina de maíz aderezada con chaguarmishqui y con algunas frutas nativas como la naranjilla, el chamburo o el babaco; esta bebida se la sirve en la tradicional fiesta de la “Mama Negra” y la sirven los champuseros.

#### 1.6.9 Atractivos del cantón Latacunga

Entre los múltiples lugares atractivos de la ciudad podemos citar muchos y, especialmente a las Iglesias, cada una de estas tiene su historia, su arquitectura propia, sus leyendas y fabulas que el pueblo en el transcurso de los años ha venido contando y muchas aquellas ya solo saben los mayores, porque con el avance tecnológico de estos tiempos, no tienen a quien contar, pues los más jóvenes se encuentran ocupados en aspectos de la modernidad y al menos a la gran mayoría no les interesa, pero son cosas que merecen el trabajo de investigación a parte para rescatar esa historia callada que se perderá con el transcurso de las generaciones que nos precedieron. En este trabajo solamente se enumerará y se sintetizará los sitios que se consideran más importantes:

- Iglesia La Catedral
- Iglesia de la Merced
- Iglesia de San Agustín
- Iglesia de San Francisco
- Iglesia de San Sebastián
- Iglesia de Nuestra Señora del Salto
- Iglesia de Santo Domingo

- Iglesia de los Molinos de Monserrat

Este último fue construido por los jesuitas en el siglo XVII, era el primer Molino de los granos, en la actualidad ha sido restaurado y funciona en esas instalaciones la Casa de la Cultura “Benjamín Carrión” núcleo de Cotopaxi; su belleza arquitectónica no necesita de elogios pero es un lugar que no se puede dejar de visitar.

### **Parque recreacional “La Laguna”**

Este sitio tiene como su nombre lo indica una laguna artificial, que recoge las aguas de una vertiente, los fines de semana es visitada por la familias enteras, pues el sitio es de reunión popular en donde la charla y los juegos especialmente de los más pequeños de la casa están a la orden del día.

### **Parque Vicente León**

Es el corazón de la ciudad de Latacunga, el parque más conocido del cantón lleno de vida y luces, diagonal al parque se encuentra La Catedral y junto a esta se ubica el Palacio Municipal y la gobernación. Su nombre en honor a Vicente León uno de los mejores y más renombrados ciudadanos de la historia de Latacunga.

### **Hacienda Tilipulo**

Ubicado al noroccidente de Latacunga, posee una amplia capilla, dos enormes jardines, un enorme pozo acuífero al cual se ingresa por escaleras de piedra, en esta hacienda se reunieron los patriotas para planificar las batallas de la independencia, sin duda el sitio más hermoso que tiene el cantón Latacunga.

### **Casa de los Marqueses de Miraflores**

Es una maravilla arquitectónica de la ciudad, ubicada a pocos pasos de la Iglesia de Santo Domingo y de La Merced, sus columnas son hechas de cascajo y en la década de los 80 se restauró. Hoy en día funcionan oficinas de la municipalidad y varias salas a modo de museo.

## **Centro Histórico de Latacunga**

Declarado Patrimonio Cultural en noviembre de 1981, sus calles empedradas y sus casas solariegas hacen de este lugar un atractivo turístico que poco a poco está siendo afectado a pesar de existir ordenanzas municipales que están en la labor de proteger este patrimonio.

## **Piedra Chillintosa**

Tomando en cuenta que el sitio donde se encuentra esta enorme piedra está muy cerca del volcán Cotopaxi, suponemos que esta piedra fue arrastrada en una erupción volcánica hasta el sitio donde actualmente se encuentra. En el siglo pasado un artista pintó en esta piedra a una virgen convirtiéndose así esta piedra en un lugar de culto religioso.

## **Parque Nacional Cotopaxi**

Ubicado al norte de la ciudad de Latacunga, aquí se encuentra el volcán Cotopaxi, imponente obra de la naturaleza que atrae a propios y extraños cada año, miles de turistas vienen de distintas partes del mundo, en este parque también se encuentran varios picos como el Rumiñahui y el Sincholagua, la laguna de Limpiopungo, este refugio natural es un potencial turístico que si fuese bien administrado y explotado sería una extraordinaria fuente de ingresos para los miembros que se dedican a la prestación de servicios turísticos.

### **1.7 Descripción de la casa de eventos “LA COLINA”**

La casa de eventos LA COLINA es una empresa familiar creada a inicios de año 2009 por el Sr. Franklin Tapia, un hombre visionario que se enfocó en la apertura de un hotel, un restaurante y una casa de eventos, los tres establecimientos son de la misma familia cada uno trata de ofrecer lo mejor a sus clientes.

LA COLINA está ubicada en la ciudad de Latacunga, provincia de Cotopaxi, es una construcción de 438m<sup>2</sup>, en la av. Unidad Nacional, en el sur de la ciudad. La casa de eventos “LA COLINA” está dividida en dos locales distribuidos en el primer y segundo piso respectivamente.

Cada local cuenta con su propia cocina y baños, por esta razón es que fácilmente se pueden realizar eventos simultáneos sin alterar la privacidad de cada uno de estos. Los dos locales poseen una misma decoración, similar iluminaria y un acceso con rampa y gradas para una mejor movilidad. La construcción es de concreto, sus techos de gypsum y los pisos son de cerámica.

La decoración es minimalista, posee cuadros y espejos en donde mediante el juego de luces se podrá tener un ambiente moderno sin alterar la tranquilidad.

La casa de eventos LA COLINA cuenta con servicios complementarios como:

- Guardianía privada
- Parqueadero para un mínimo de 40 vehículos.
- Internet
- Equipos audiovisuales

La casa de eventos LA COLINA está enfocada en la organización y elaboración de eventos sociales como bodas, bautizos, 15 años, primeras comuniones, aniversarios, baby showers y eventos empresariales como seminarios, conferencias.

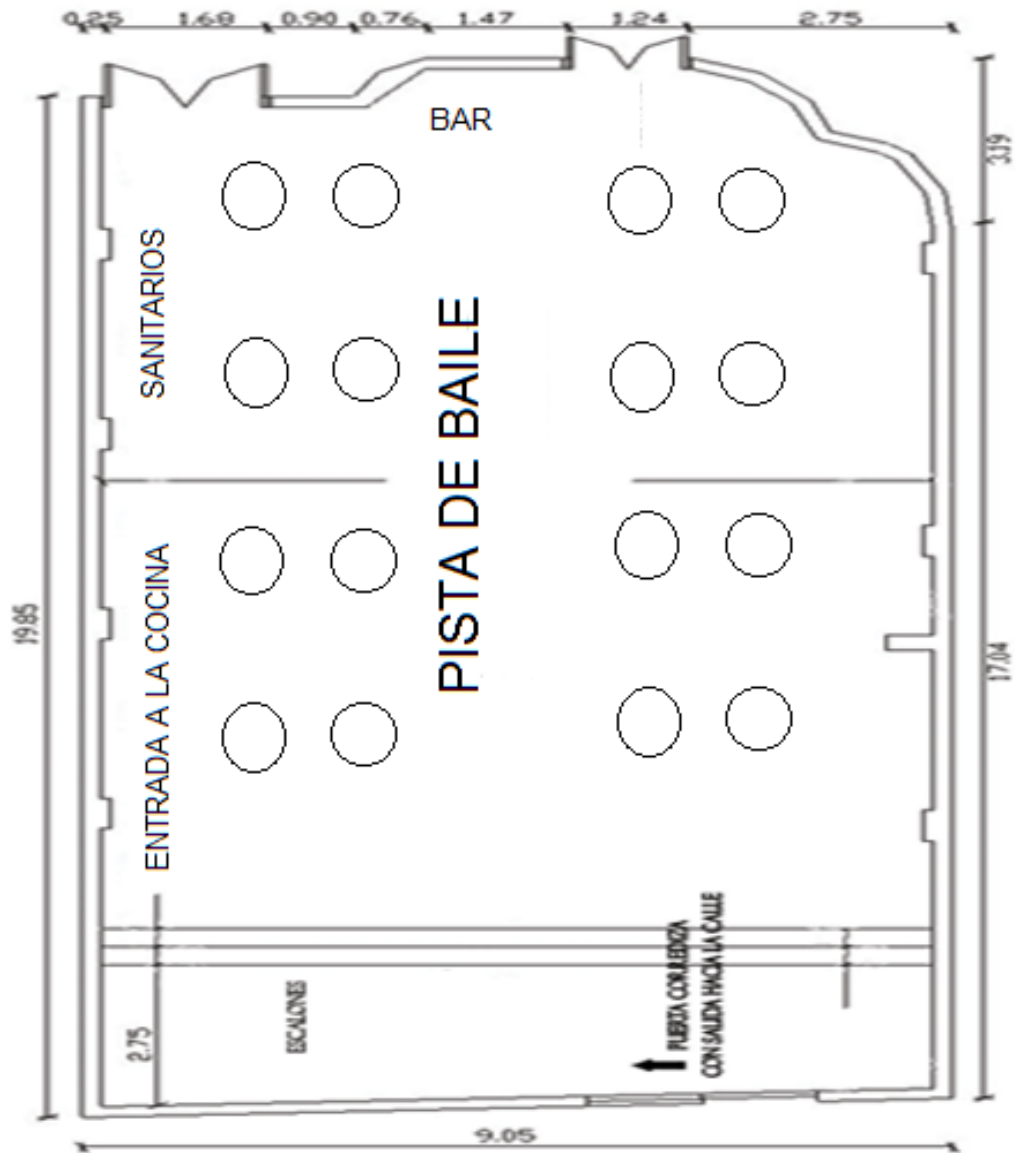
También se enfoca en el servicio de catering y organización de eventos en lugares como haciendas, o lugares particulares.

El objetivo principal de LA COLINA es siempre hacer de cada evento una experiencia inolvidable tanto para el anfitrión, invitados y los organizadores.

### 1.7.1 Logotipo de la empresa



## 1.7.2 Planos de la sala de eventos LA COLINA





### **1.7.3 Proveedores**

La sala de eventos LA COLINA no posee proveedores fijos ya que la mayoría no tienen transporte, forma de pago ni mucho menos requisitos legales. Una ventaja es que el Sr. Franklin Tapia posee una tercena en el mercador mayor de Latacunga y por esta razón él es su propio proveedor de carnes rojas y blancas.

La familia del sr. Franklin Tapia tienen puestos de venta en el mercado de Latacunga, en los negocios de venta de la misma familia el Sr. Tapia realiza la compra de algunos productos que puede encontrar.

Los precios de la materia prima son convenientes ya que son fijados por la familia del dueño de la sala de eventos.

La calidad de la materia prima es muy buena pero no está estandarizada.

En el transporte no se cumplen con las normas necesarias para el transporte de alimentos.

La manera de pago es fijada entre el proveedor y el Sr. Gerente.

En cuanto a los requisitos legales, varios no cuentan con permisos sanitarios ni mucho menos con el registro único de contribuyentes. (RUC)

### **1.7.4 Ventas**

Actualmente la sala de eventos no cuenta con un proceso establecido para la realización de la venta, normalmente se realiza el siguiente proceso:

- Se da la bienvenida al cliente, siempre con una sonrisa.
- Se le hace instiga a tomar asiento, comúnmente en alguna mesa del local.
- Se pregunta la fecha y el tipo de evento que quiere realizar.
- Se le da a conocer todo lo que se oferta en el local y como adicional se ofrece un folleto donde se nombra cada servicio con las posibles alternativas del menú a elegir, siempre ofrecer un plus.

- Si el cliente decide reservar el local y haya escogido la fecha exacta para el evento, se solicita un abono del 15% de la totalidad del costo de la recepción para poder confirmar la fecha.
- Se anota todos los datos del cliente y a partir de esa fecha hasta el día del evento se realizará varias reuniones para definir detalles.
- Se fija el día para realizar la degustación, se explica que hasta ese día se debe tener abonado el 70% del total de la recepción.
- Se le da una cordial despedida, siempre mostrando que estamos gustosos de atenderle, demostrando al cliente que fue una gran decisión el realizar la recepción en nuestras instalaciones.
- Hoy en día la sala de eventos LA COLINA ofrece paquetes de eventos que van desde los 15 dólares más IVA hasta los 25 dólares más IVA, en los cuales ya está incluida la decoración a elección del cliente, color de mantelería, estilo de vajilla, cubertería, decoración de flores en cada mesa y en el salón.

### **1.7.5 Clientes**

La mayoría de clientes que visitan la sala de eventos LA COLINA, son personas que viven en Latacunga y sus alrededores, también llegan personas de Salcedo y Pujilí y de las parroquias cercanas al cantón ya que en estos lugares no existen casas de eventos donde los individuos puedan utilizar sus servicios.

La edad de los clientes que visitan la sala de eventos LA COLINA varía de entre 17 a 65 años y el nivel socio económico al cual va direccionada la empresa es de medio a medio-alto.

Hoy en día las personas optan por contratar los servicios de una sala de eventos y así deslindarse de la responsabilidad que implica organizar un evento en sus domicilios y encargarse de todos los detalles de logística y comida.

### **1.7.6 Compras y bodega**

La bodega se encuentra situada junto a la cocina, aquí se almacenan todos los alimentos, perecederos, no perecederos, víveres, granos secos, licores, bebidas soft, verduras, legumbres, carnes, mariscos, frutas y hielo.

Existe un congelador vertical de dos puertas, donde se almacena las carnes rojas y blancas y otro refrigerador más pequeño contiene los mariscos.

Varias verduras y legumbres no tienen refrigeración, este es uno de los más grandes problemas encontrados, la falta de refrigeración de verduras y legumbres trae consigo insectos y puede acarrear enfermedades por la mala manipulación. Las frutas tampoco poseen refrigeración, solo están ubicadas por sectores a temperatura ambiente.

Existe un congelador para hielo y helados.

La mantelería, cubertería y cristalería de la empresa se encuentra en la bodega, en el sector izquierdo ubicado en armarios.

### **1.7.7 Área de cocina y producción**

Es un área grande ubicada en el subsuelo junto a la bodega, el área de producción posee tres cocinas industriales para una mejor elaboración y despacho de alimentos, hay un mesón en el lado izquierdo de la cocina y otro mesón central, existe toda la maquinaria necesaria ya que al tener dos salones para eventos se necesita una producción ágil, existe dos licuadoras una industrial y otra doméstica, dos batidoras domésticas y se espera la adquisición de una batidora industrial, todo el menaje está ubicado en un lugar específico dividido por secciones, (ollas, sartenes, bowls, tamizadores, cuchillos, pinzas) pero muchos de ellos ya han cumplido con su vida útil. Se necesita verificar todo lo que hay en stock y

dar de baja algunos instrumentos de producción y menaje, existe también un horno industrial de tres pisos. No existe una distribución adecuada de los espacios esto se refiere a que en el mismo lugar se trabaja con cocina caliente, cocina fría y varias ocasiones con pastelería existiendo así el problema de contaminación cruzada.

#### **1.7.7.1 Personal de cocina y funciones a realizar**

Existe un Chef encargado de la preparación de alimentos, esta persona es la misma que está a cargo de la producción en el restaurante que posee el gerente propietario de la sala de eventos, existe tres ayudantes de cocina (también trabajan en la producción del restaurante) si se necesita más gente para la producción el gerente contrata personal ocasional a los cuales por evento se les paga 25 dólares.

Los menús ya están establecidos solo se varía dependiendo de la temporada o fecha por ejemplo día de la madre, san Valentín, semana santa, fiestas de Latacunga y navidad.

Las mismas personas de cocina se encargan de lavar todo el menaje sucio utilizado en la producción de los alimentos. El personal no tiene funciones establecidas en un manual ni llevan un proceso determinado a seguir.

#### **1.7.8 Área de servicio**

##### **1.7.8.1 Equipamiento**

Esta área es la más débil de la empresa, la sala de eventos cuenta con mantelería, cubertería, cristalería y vajilla, pero varias están en mal estado, la mantelería no tiene armonía de colores, de un color existen varios tipos.

No existe la necesidad de alquilar sillas ni mesas ya que existen las necesarias propias de la empresa que son suficientes para cubrir la capacidad máxima en eventos.

Se cuenta con todos los implementos de sonido y amplificación, luces y animación.

Existe un pequeño bar ubicado en una esquina de cada uno los salones, este bar cuenta con implementos necesarios para un buen servicio de bebidas, descorchadores, hieleras.

#### **1.7.8.2 Personal de servicio y funciones**

Siempre se contrata meseros ocasionales si el evento lo amerita, por evento se les paga 25 dólares, es común contratar un mesero por cada 18 a 20 personas. Dos personas trabaja de planta como meseros y también son los encargados de lavar los platos, tener limpio los salones y hacer montaje de eventos, cuando el número de invitados es extenso y estas personas no puede realizar todo el trabajo solos se contrata a meseros ocasionales para ayudar en montaje, pagando 5 dólares por el arreglo y montaje del salón. Las veces que sea necesario los meseros al finalizar el evento ayudan en lavar los platos utilizados en el evento.

La capacidad máxima de la sala de eventos LA COLINA es de 250 pax distribuido en los dos salones.

#### **1.7.9 Post servicio**

Después de que las personas terminan de servirse la comida, se procede a desbarazar todo lo que está en la mesa, se retira cubiertos, vajilla, cristalería, servilletas y se deja solamente el vaso de licor, en cocina se procede a lavar todo se cuenta, se empaca y se lleva a bodega. Las servilletas se cuentan y se empacan y quedan listas para llevarse a lavar. La hora de atención del evento concluye a las dos de la mañana, cuando se hayan ido todos los invitados, el personal de servicio procede a retirar los vasos de licor, desvestir mesas, sillas y se distribuye el trabajo, algunos meseros se pueden quedar limpiando el salón mientras que otros meseros se están encargando de toda la vajilla cristalería y cubertería, entregar limpio, contabilizado y empacado todo. Las sillas y mesas deben quedar ubicadas en su sitio habitual.

**1.7.10 Área de recursos humanos**

En la empresa no existe esta área, el gerente propietario es el encargado de la contratación del personal, no existe un filtro donde se puede observar que aporte puede traer la persona a la empresa.

**1.7.11 Manual de funciones y operaciones**

Actualmente no existen manuales en la empresa en donde se especifique las funciones y operaciones que deben desempeñar cada uno de los trabajadores en cada área dentro de la sala de eventos.

## **CAPITULO II**

### **2.1 ESTUDIO DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE**

La elaboración del presente capítulo permitirá conocer el nivel de satisfacción que tiene el cliente frente a los servicios en las áreas de cocina, servicio y organización de la sala de eventos LA COLINA.

A continuación se establecerá una entrevista con el gerente de la sala de eventos, esto permitirá conocer su opinión referente al desarrollo del establecimiento.

Finalmente se podrá encontrar dos modelos de encuesta para los empleados y clientes; cada una con su respectiva tabulación y análisis de resultados.

### **2.2 ESTUDIO DE CAMPO**

Se busca identificar la necesidad de elaborar un manual de funciones y operaciones en la sala de eventos LA COLINA en base a los criterios emitidos por el gerente, los empleados y los clientes del establecimiento.

- Metodología a realizar:

Para el desarrollo del presente estudio se realizará una entrevista dirigida al gerente de la sala de eventos, Se tendrá información básica para determinar las principales necesidades en el área gerencial y administrativa operativa.

Se realizará también una encuesta al personal del establecimiento para determinar sus limitaciones al momento de realizar las tareas asignadas.

Finalmente se realizará una encuesta a los clientes; quienes proporcionarán información que ayude a determinar cuáles son los pro y contra del establecimiento y posibles requerimientos.

### 2.2.1 Entrevista al gerente:

#### ENTREVISTA DIRIGIDA AL GERENTE

#### UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL

**Entrevistado:** Franklin Tapia

**Cargo:** Gerente Propietario sala de eventos “LA COLINA”

**Objetivo:** Obtener información relevante acerca del estado actual del establecimiento, y la importancia de implementar un manual de funciones y operaciones para el mejor desarrollo de las actividades realizadas por el personal en el área de cocina, servicio y organización.

**1. ¿Considera importante la creación de un manual de funciones y operaciones para el mejor desempeño del personal?**

Si considero importante, porque mediante los manuales se puede mejorar el rendimiento del personal y satisfacer al cliente, ya que hemos tenido quejas de personas que no han sido atendidas de la mejor manera o han tenido fallas de parte del personal.

**2. ¿Los empleados tienen algún tipo de capacitación para las labores asignadas?**

No, los empleados no tienen capacitación permanente, solo al momento de la contratación se evalúa las habilidades.

**3. ¿En cuanto a las áreas de cocina, servicio y organización cuál cree usted que es la más afectada por la falta de manuales de funciones y operaciones?**

En si todas se ven afectadas ya que al no existir los manuales de funciones y operaciones a seguir en cada una de estas áreas muchas personas siguen pasos por inercia y de forma empírica.

**4. ¿Cree usted que posee el personal necesario para brindar un evento de calidad?**

Si, solo es necesaria la capacitación adecuada para que cumplan mejor las funciones asignadas, ya que el personal de mi empresa es muy trabajador y presto a recibir críticas constructivas.



**5. ¿Cuál es la política que considere que sea importante difundirla entre sus empleados?**

El cliente siempre tiene la razón, ya que el cliente es la parte fundamental de la empresa y si nosotros cuidamos al cliente y lo hacemos sentir bien sabemos que va a regresar y va a traer consigo futuros clientes.

**6. ¿De qué manera usted motiva a sus empleados?**

No motivo a mis empleados, cumpla con pagarles puntualmente y brindo un buen ambiente de trabajo, pero creo que es necesario motivarles con premios como el empleado del mes, etc.

**7. Hablando de la competencia ¿Cuál es la diferencia entre la sala de eventos BAMBÚ y la sala de eventos LA COLINA?**

Ofrecemos los mismos servicios, pero creo que nosotros tenemos un plus, la vista panorámica que posee nuestra sala de eventos junto con los ventanales que permiten que la noche se vea de ensueño para nuestros clientes.

**8. ¿En que se basa el personal de la empresa para desarrollar funciones del cargo que poseen?**

Solo en lo que se les instruye al inicio y se les comunica algún requerimiento especial en el transcurso de la jornada.

### 2.2.2 Encuesta dirigida a los empleados

La presente encuesta esta direccionada a los seis trabajadores del establecimiento, quienes aportarán información que ayudaran a discutir sobre los problemas de las diferentes áreas y sugerir ideas; el formato será el siguiente:

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL**

**ENCUESTA A LOS EMPLEADOS**

Su opinión puede ayudar a mejorar el ambiente laboral y así tener un mejor servicio para los clientes, por ello le agradecemos dedicar unos segundos a realizar este cuestionario.

**1. EDAD**

18 – 25 años      \_\_\_\_\_

26 – 35 años      \_\_\_\_\_

36 – 45 años      \_\_\_\_\_

46 años o más      \_\_\_\_\_

**2. Cargo que ocupa?**

\_\_\_\_\_

**3. ¿Recibió algún tipo de manual de funciones y operaciones al iniciar sus labores en la sala de eventos?**

SI

NO

4. ¿Cuál es el principal inconveniente al momento de cumplir sus funciones?

Falta de recursos

Falta de conocimiento

Falta de tiempo

Falta de compañerismo

5. ¿La formación que se le brinda es la adecuada para realizar su trabajo?

Si

No

6. ¿De acuerdo a su opinión, cuál de las siguientes áreas necesita más atención?

Cocina

Servicio

Organización

7. ¿Qué le gustaría mejorar en la casa de eventos LA COLINA para que usted se sienta mejor?

---

---

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

### 2.2.3 Resultados de las encuestas al personal:

#### 1. EDAD

18 – 25 años \_\_\_\_\_

26 – 35 años \_\_\_\_\_

36 – 45 años \_\_\_\_\_

46 años o más \_\_\_\_\_

EDAD	Encuestados	Porcentaje
18 - 25 años	1	16,67
26 - 35 años	3	50
36 - 45 años	2	33,33
45 años o mas	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>100</b>

Tabla 2: Edad

Fuente: Resultados encuestas al personal

Elaborado por: Andrea Medina

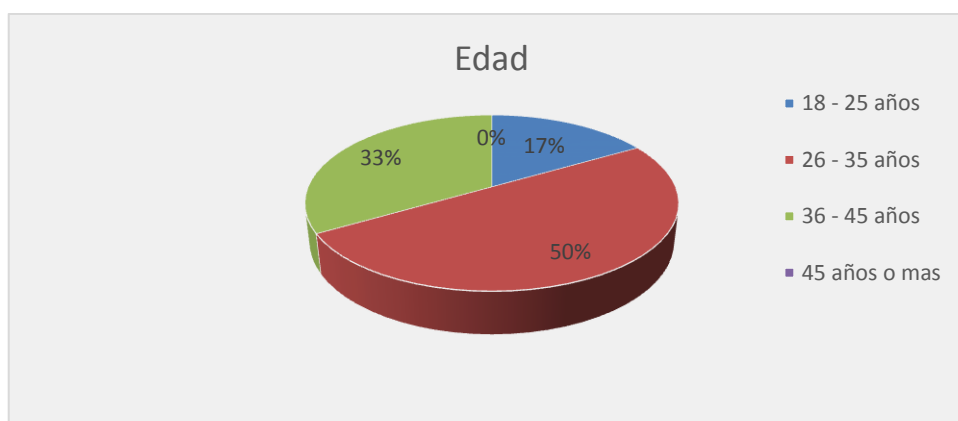


Gráfico 1: Edad

Fuente: Resultados encuestas al personal

Elaborado por: Andrea Medina

#### Análisis:

Del total de encuestados en cuanto a su edad el 50% está en un rango de 26-35 años, y tan solo un 16,67% en un rango de 18-25 años, los resultados muestran que los trabajadores son personas jóvenes adultas que tienen la fuerza y la energía necesaria para prestar sus servicios y a su vez la edad denota experiencia y seriedad que se puede aportar en el trabajo.

## 2. ¿Qué cargo ocupa?

CARGO	Encuestados	Porcentaje
Chef	1	16,67
Ayudante Coci.	3	50
Mesero	2	33,33
TOTAL	6	100

Tabla 3: Cargo

Fuente: Resultados encuestas al personal

Elaborado por: Andrea Medina

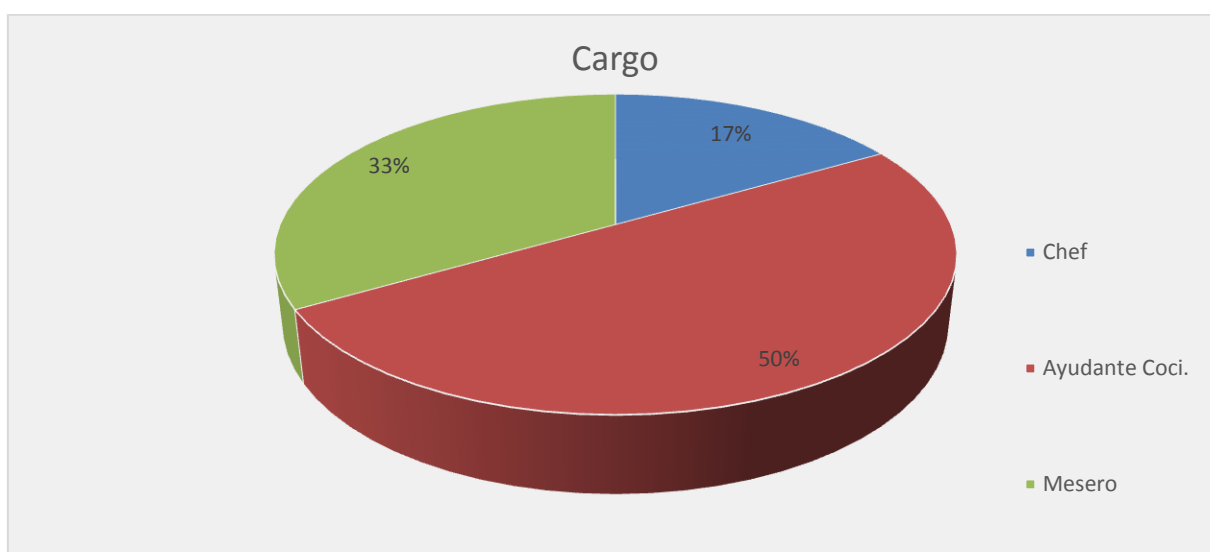


Gráfico 2: Cargo

Fuente: Resultados encuestas al personal

Elaborado por: Andrea Medina

## Análisis:

Según los resultados, se puede observar que el 50% del total de los empleados de planta son ayudantes de cocina, mientras que un 33,33% son meseros, esto radica a que se contrata meseros eventuales, y tan solo un 16,67% pertenece al chef del establecimiento.

3. ¿Recibió algún tipo de manual de funciones y operaciones al iniciar sus labores en la sala de eventos?

SI

NO

OPCIÓN	Encuestados	Porcentaje
SI	0	0
NO	6	100
TOTAL	6	100

Tabla 4: Manuales Recibidos  
Fuente: Resultados encuestas al personal  
Elaborado por: Andrea Medina

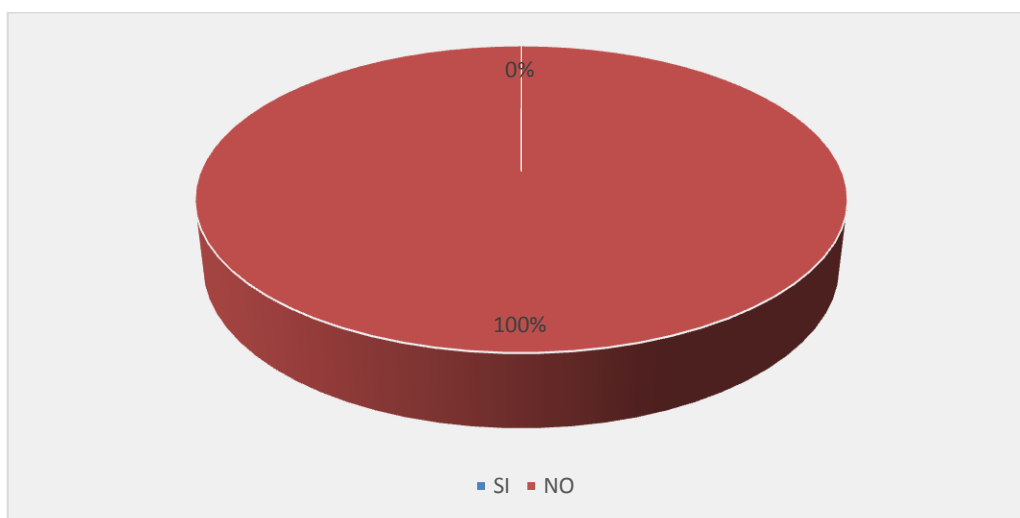


Gráfico 3: Manuales recibidos  
Fuente: Resultados encuestas al personal  
Elaborado por: Andrea Medina

Análisis:

Los resultados demuestran que el 100%, es decir, ninguno de los trabajadores recibieron un manual de funciones y operaciones al momento de iniciar sus actividades laborales, lo que demuestra claramente la necesidad de implementarlos.

## 4. ¿Cuál es el principal inconveniente al momento de cumplir sus funciones?

- Falta de recursos
- Falta de conocimiento
- Falta de tiempo
- Falta de compañerismo

OPCION	Encuestados	Porcentaje
falta de recursos	4	66,67
falta de conocimiento	1	16,67
falta de tiempo	1	16,67
falta de compañerismo	0	0,00
Total	6	100

Tabla 5: Principal inconveniente  
Fuente: Resultados encuestas al personal  
Elaborado por: Andrea Medina

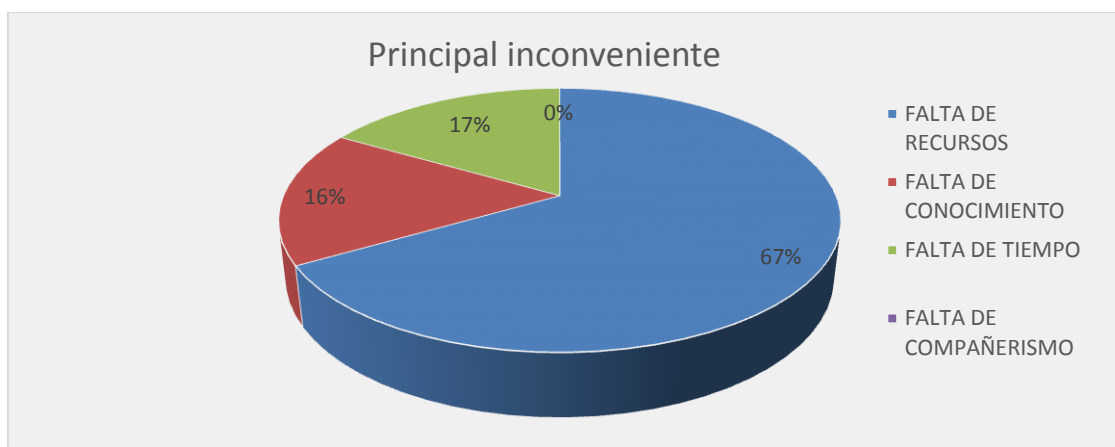


Gráfico 4: Principal inconveniente  
Fuente: Resultados encuestas al personal  
Elaborado por: Andrea Medina

## Análisis:

Según los resultados, el principal inconveniente al momento de cumplir las tareas es la falta de recursos con un 66,67%, seguido por un 16,66% que piensan que la falta de conocimiento y la falta de tiempo limitan sus funciones.

5. ¿La formación que se le brinda es la adecuada para realizar su trabajo?

Si

No

OPCIÓN	Encuestados	Porcentaje
SI	4	66,67
NO	2	33,33
TOTAL	6	100

Tabla 6: Formación adecuada  
Fuente: Resultados encuestas al personal  
Elaborado por: Andrea Medina

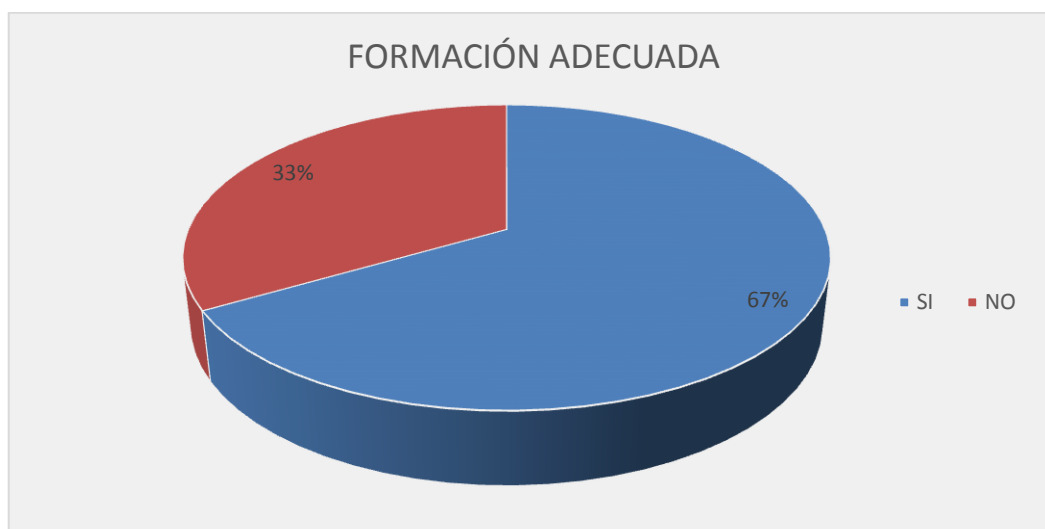


Gráfico 5: Formación adecuada  
Fuente: Resultados encuestas al personal  
Elaborado por: Andrea Medina

Análisis:

Según los resultados un 66,67% de los empleados opina que la formación que se le brinda es la adecuada para realizar su trabajo, frente a un 33,33% que opina que no es la apropiada.



6. ¿De acuerdo a su opinión, cuál de las siguientes áreas necesita más atención?

Cocina

Servicio

Organización

OPCIÓN	Encuestados	Porcentaje
COCINA	2	33,33%
SERVICIO	1	16,67%
ORGANIZACIÓN	3	50%
TOTAL	6	100%

Tabla 7: Áreas que necesitan más atención

Fuente: Resultados encuestas al personal

Elaborado por: Andrea Medina



Gráfico 6: Áreas que necesitan más atención

Fuente: Resultados encuestas al personal

Elaborado por: Andrea Medina

**Análisis:**

Según los resultados, el 50% de los empleados opinan que el área de organización es la que necesita más atención, mientras que un 17% considera que el área de servicio también precisa atención, por lo que podemos observar que la mayoría de áreas necesitan mejorar, pero con más énfasis el área de cocina.

7. ¿Qué le gustaría mejorar en la sala de eventos LA COLINA para que usted se sienta mejor?

OPCIÓN	Encuestados	Porcentaje
Mejor distribución de tareas	2	33,33
Mejor organización en el montaje de platos	1	16,67
El tiempo estimado para montaje del salón	1	16,67
Todo está bien	1	16,67
Nada	1	16,67
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>100</b>

Tabla 8: Aspectos que se desea mejorar  
Fuente: Resultados encuestas al personal  
Elaborado por: Andrea Medina

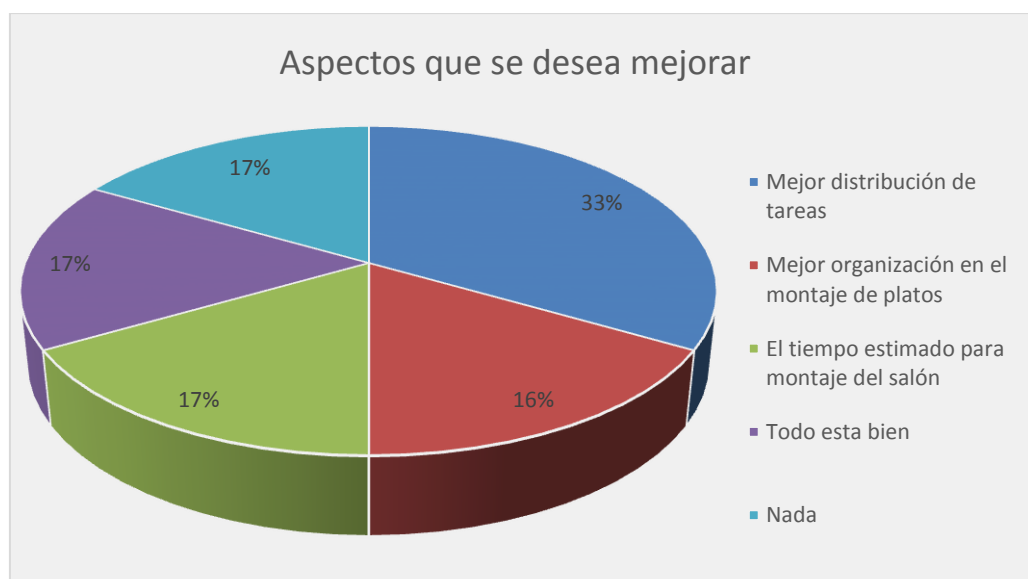


Gráfico 7: Aspectos que se desea mejorar  
Fuente: Resultados encuestas al personal  
Elaborado por: Andrea Medina

Análisis:

Según los resultados un 33,33% del total de empleados expresó que le gustaría mejorar la distribución de tareas; mientras que un 16,67% respondió que es necesario mejorar la organización en el montaje de platos, otro 16,67% indicó que hay que mejorar el tiempo para el montaje del salón, otro 16,67% opinó que todo está bien y el 16,67% restante acotó que no hay que mejorar nada en el establecimiento.

#### **2.2.4 Resumen de datos obtenidos:**


En la tabulación de datos se puede reconocer que el establecimiento tiene deficiencias en todas las áreas, el trabajo en la organización se ve obstaculizado por la falta de manuales de funciones y operaciones que son de gran ayuda para que todos los empleados sepan con certeza que proceso seguir antes, durante y después de los eventos que deben realizarse, ya que si bien es cierto; los procesos son de fácil ejecución pero no se encuentran predeterminados y puede traer falencias o una mala elaboración de los mismos.

Por otro lado las áreas de cocina y servicio se ven afectadas por la falta de insumos, ausencia de pasos a seguir, falta de inventarios, utensilios y malos procesos de almacenamiento de alimentos, además de tener algunos implementos desgastados.

Los tiempos no son bien manejados, ya que no existe una correcta distribución de los mismos por lo que la labor es netamente empírica.

Aparte, ninguno de los empleados recibió un manual escrito que le sirva de apoyo para el perfecto desarrollo de sus actividades, por lo que se hace presente la necesidad de implementar manuales que les ayuden a mejorar el servicio que brindan y a distribuir de mejor manera sus tareas.

## 2.2.5 Diseño de la Encuesta dirigida a los clientes

	<b>Matriz de Encuesta dirigida a los clientes de la casa de eventos “LA COLINA”</b>	<b>Cod:</b>
		<b>Fecha de elaboración:</b>
		<b>Responsable: Andrea Medina</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Introducción:</b> Esta herramienta es muy utilizada para obtener datos reales y medirlos en porcentajes; para recopilar información requerida por el responsable o encuestador.</li> <li>• <b>Objetivo:</b> La encuesta realizada permitirá conocer el nivel de satisfacción de los clientes frente a los servicios brindados por la Casa de eventos.</li> <li>• <b>Desarrollo:</b> <p><b>1.- Género</b></p> <p>M <input type="checkbox"/> F <input type="checkbox"/></p> <p><b>2.- Edad</b></p> <p>18 – 25 años _____</p> <p>26 – 35 años _____</p> <p>36 – 45 años _____</p> <p>46 años o más _____</p> <p><b>3.- ¿Se ha encontrado satisfecho con la calidad del producto y servicio del evento contratado?</b></p> <p>Si <input type="checkbox"/></p> <p>No <input type="checkbox"/></p> </li> </ul>		

**4.- ¿Con que frecuencia usted realiza eventos con nuestra empresa?**

Primera vez

Una vez al año

Dos veces al año

**5.- ¿Qué es lo que más le agrada del establecimiento?**

Instalaciones

Menú que ofrecen

Atención del personal

Decoración

Higiene

**6.- ¿Qué evento ha realizado usted en la casaa de eventos LA COLINA?**

Boda

Bautizo

15 años

Graduación

Eventos empresariales

Coctel

Desayunos

**7.- ¿Qué motivos le llevaron a usted a elegir a esta empresa de eventos?**

Calidad del servicio

Capacidad

Precio

Ubicación

Menú

Promociones

Imagen

Decoración

**8.- Evalúe la calidad de la sala de eventos LA COLINA:**

- a. Limpieza
- b. Servicio y atención al cliente
- c. Calidad del menú
- d. Servicios sanitarios
- e. Número de personal
- f. Decoración

EXCELENTE	BUENO	REGULAR	MALO

**9.- ¿Qué tal le pareció el producto y el servicio dentro del evento contratado?**

- Producto
- Servicio

EXCELENTE	BUENO	REGULAR	MALO

**10.- Evalúe los platos servidos en el evento:**

- a. Precio
- b. Sabor
- c. Presentación
- d. Temperatura

EXCELENTE	BUENO	REGULAR	MALO

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

**Persona responsable:**

**Persona evaluada:**

**Firma persona responsable:**

**Firma persona evaluada:**

### 2.2.6 Tamaño de la muestra

Para el cálculo del tamaño de la muestra se tomará como número de población a los contratos correspondientes al año 2014 y los dos primeros meses del 2015.

Para el cálculo del tamaño de la muestra se toma una población de 230 correspondiente al número promedio de personas que realizaron un contrato para planear eventos en el establecimiento.

$$Muestra = \frac{N}{E^2 N - 1 + 1}$$

Dónde:

$N$  = Elementos de la muestra

$E^2$  = Margen de error

$$Muestra = \frac{N}{0,05^2 230 - 1 + 1}$$

$$Muestra = 146$$

Según el tamaño de la muestra, se aplicó la encuesta a 146 personas, durante el período de dos semanas. Las encuestas se realizaron a todo tipo de clientes que visitaron el establecimiento durante ese período

## 2.2.6 Resultados de las encuestas a los clientes:

### 1.- Género

M  F

Género	Encuestados	Porcentaje
Femenino	83	56,85
Masculino	63	43,15
Total	146	100

Tabla 9: Género  
Fuente: Resultados encuestas a clientes  
Elaborado por: Andrea Medina

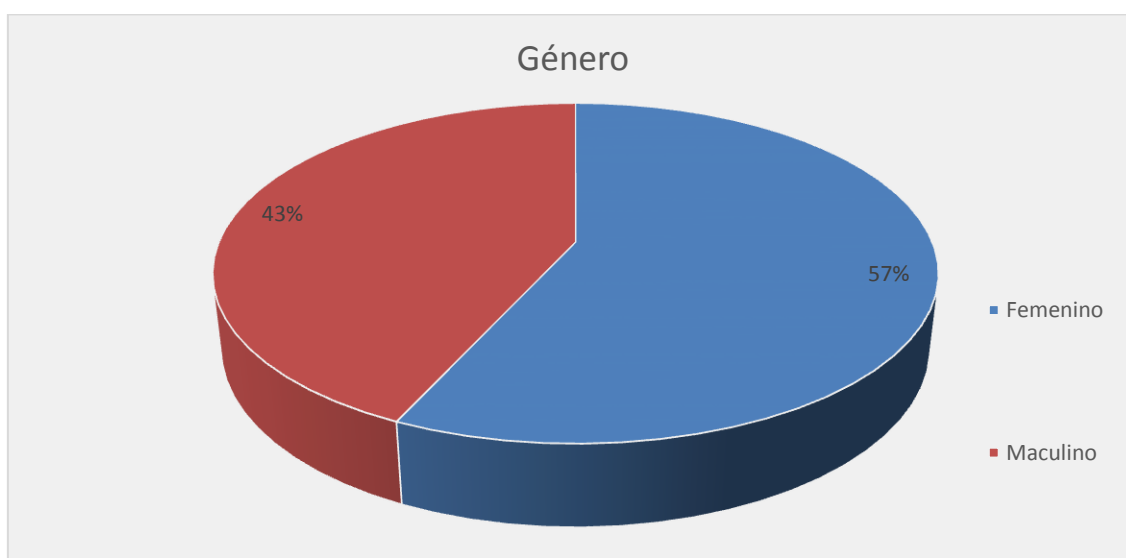


Gráfico 8: Género  
Fuente: Resultados encuestas a clientes  
Elaborado por: Andrea Medina

### Análisis:

Según los resultados, el 56,85% de los encuestados son de género femenino, mientras que el 43,15% es de género masculino, lo que significa que las mujeres son las que comúnmente contratan el evento y acuerdan los detalles para la realización.



## 2.- EDAD

18 – 25 años	_____
26 – 35 años	_____
36 – 45 años	_____
46 años o más	_____

Edad	Encuestados	Porcentaje
18-25 años	10	6,85
26-35 años	35	23,97
36-45 años	54	36,99
46 años o más	47	32,19
Total	146	100

Tabla 10: Edad  
Fuente: Resultados encuestas a clientes  
Elaborado por: Andrea Medina

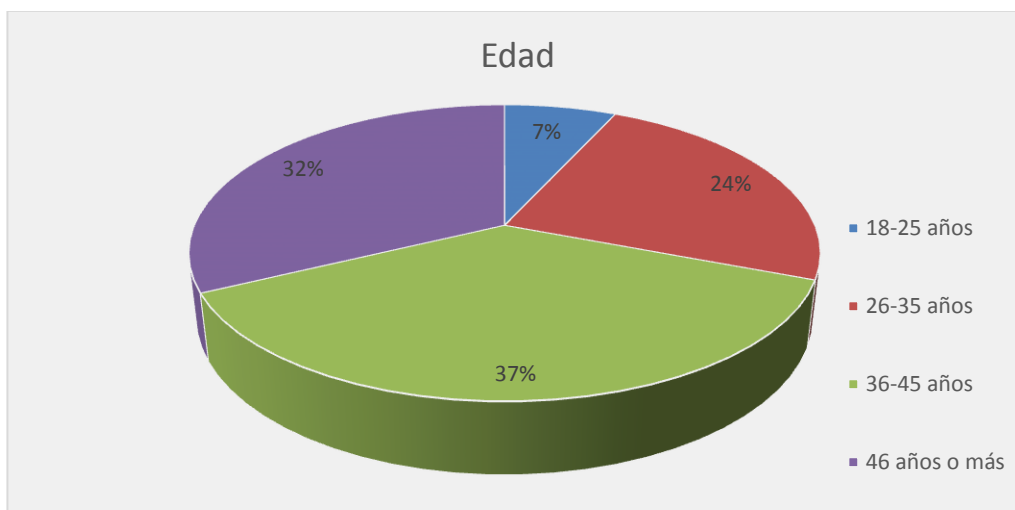


Gráfico 9: Edad  
Fuente: Resultados encuestas a clientes  
Elaborado por: Andrea Medina

### Análisis:

Según los resultados, el 36,99% de los encuestados están en el rango de edad de 36-45 años mientras que el menor porcentaje con un 6,85% corresponde al rango de 18-25 años, lo que significa que personas adultas son las que comúnmente se encargan de la contratación del evento.

### 3.- ¿Se ha encontrado satisfecho con la calidad del producto y servicio del evento contratado?

Si

No

OPCIÓN	Encuestados	Porcentaje
si	97	66,44
No	49	33,56
Total	146	100

Tabla 11: Satisfacción de la calidad del producto y servicio  
Fuente: Resultados encuestas a clientes  
Elaborado por: Andrea Medina

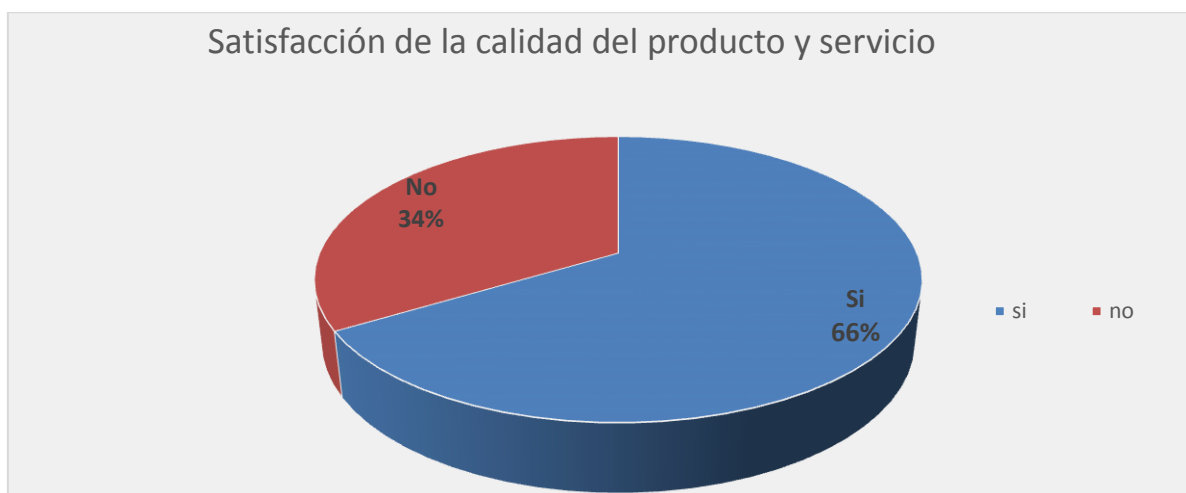


Gráfico 10: Satisfacción de la calidad del producto y servicio  
Fuente: Resultados encuestas a clientes  
Elaborado por: Andrea Medina

#### Análisis:

Según los resultados, un 66,44% de los encuestados si se encuentra satisfecho con la calidad del producto y servicio que recibieron en el evento contratado, mientras que un 33,56% no estuvo satisfecho, lo que quiere decir que una  $\frac{1}{4}$  parte no estuvo a gusto.

#### 4.- ¿Con que frecuencia usted realiza eventos con nuestra empresa?

- Primera vez
- Una vez al año
- Dos veces al año

OPCIÓN	Encuestados	Porcentaje
primera vez	93	63,70
una vez al año	32	21,92
dos veces al año	21	14,38
total	146	100

Tabla 12: Frecuencia de realización de eventos

Fuente: Resultados encuestas a clientes

Elaborado por: Andrea Medina

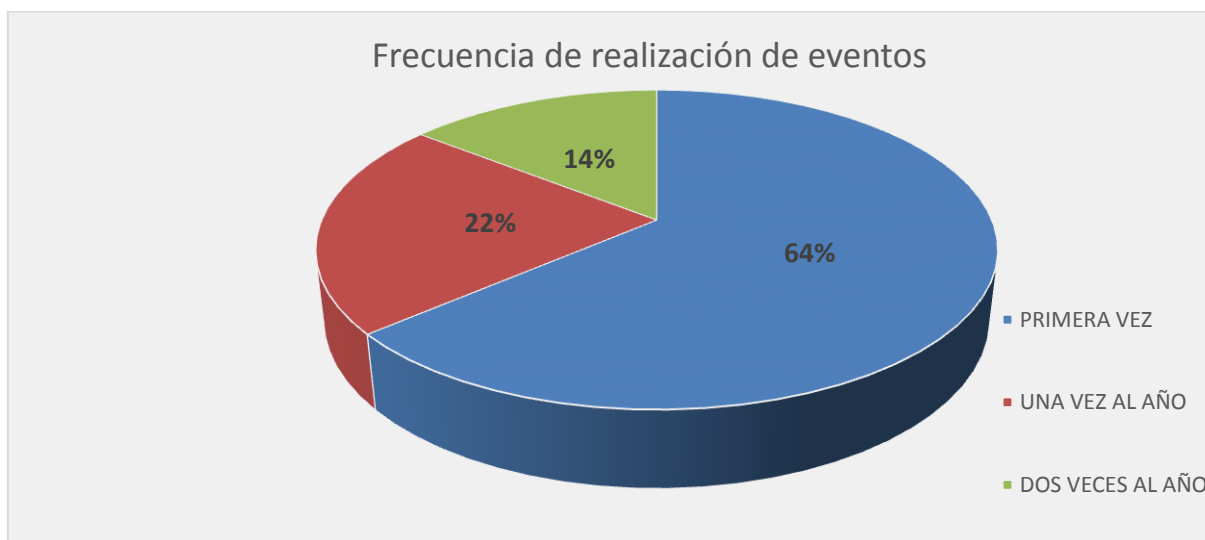


Gráfico 11: Frecuencia de realización de eventos

Fuente: Resultados encuestas a clientes

Elaborado por: Andrea Medina

#### Análisis:

De acuerdo a esta pregunta, el 63,70% ha organizado sus eventos por primera vez en el establecimiento, seguido por un 21,92% que ha realizado evento una vez al año, y finalmente con un porcentaje del 14,38% que han retornado al establecimiento dos veces al año por realizar un evento. Podemos notar que tenemos un alto porcentaje de nuevos y potenciales clientes.

### 5.- ¿Qué es lo que más le agrada del establecimiento?

Instalaciones	<input type="checkbox"/>
Menú que ofrecen	<input type="checkbox"/>
Atención del personal	<input type="checkbox"/>
Higiene	<input type="checkbox"/>
Decoración	<input type="checkbox"/>

OPCIÓN	Encuestados	Porcentaje
atención del personal	58	39,73%
instalaciones	39	26,71%
menú que ofrecen	33	22,60%
higiene	11	7,53%
Decoración	5	3,42%
Total	146	100%

Tabla 13: Más agrada en el establecimiento

Fuente: Resultados encuestas a clientes

Elaborado por: Andrea Medina

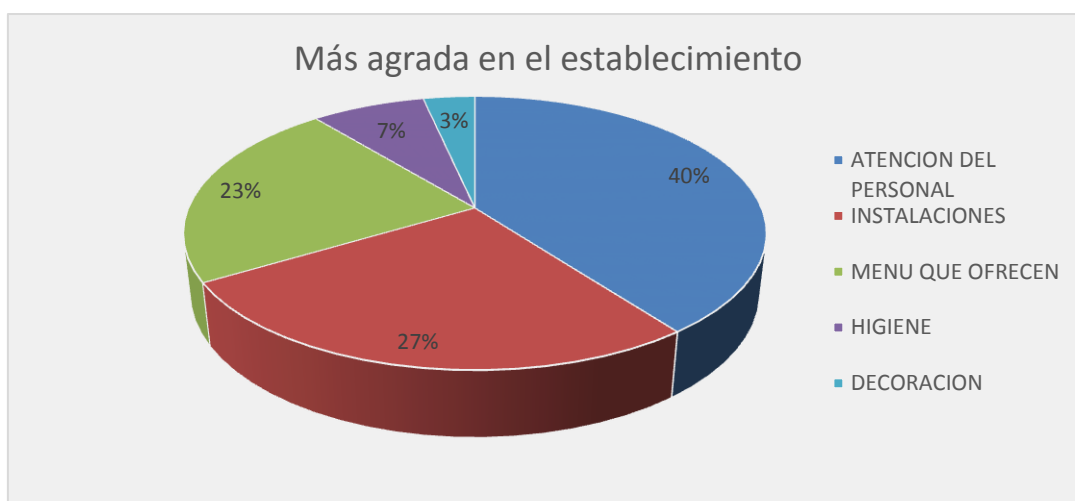


Gráfico 12: Más agrada en el establecimiento

Fuente: Resultados encuestas a clientes

Elaborado por: Andrea Medina

#### Análisis:

Según la encuesta, al 39,73% le agrada más la atención del personal y a tan solo un 3,42% le agrada la decoración, demostrando así que el personal hace sentir bien a los clientes y la decoración no está aportando positivamente al establecimiento.

### 6. ¿Qué evento ha realizado usted en la casa de eventos LA COLINA?

Boda	<input type="checkbox"/>
Bautizo	<input type="checkbox"/>
15 años	<input type="checkbox"/>
Graduación	<input type="checkbox"/>
Eventos empresariales	<input type="checkbox"/>
Coctel	<input type="checkbox"/>
Desayunos	<input type="checkbox"/>

OPCIÓN	Encuestados	Porcentaje
15 años	40	27,40
Boda	26	17,81
Coctel	20	13,70
bautizo	20	13,70
eventos empresariales	15	10,27
graduación	15	10,27
desayunos	10	6,85
Total	146	100

Tabla 14: Eventos realizados en LA COLINA

Fuente: Resultados encuestas a clientes

Elaborado por: Andrea Medina

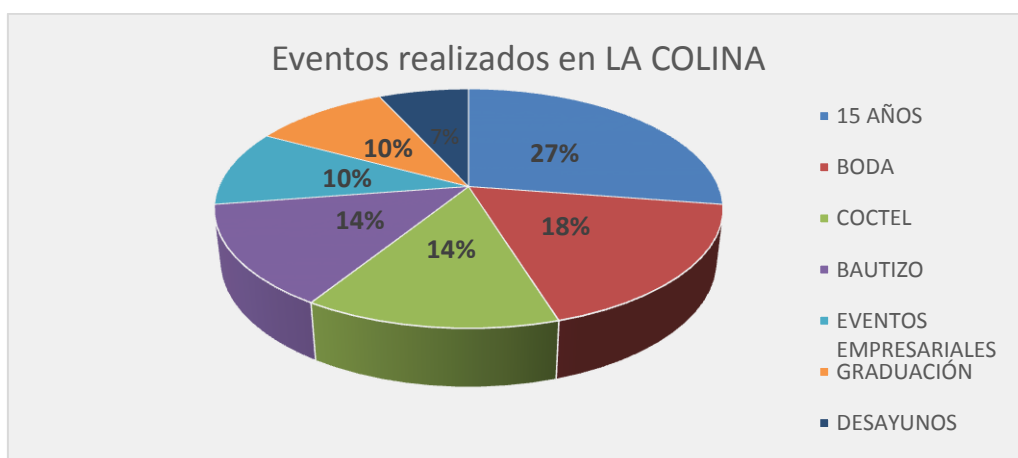


Gráfico 13: Eventos realizados en LA COLINA

Fuente: Resultados encuestas a clientes

Elaborado por: Andrea Medina

#### Análisis:

Según los resultados, un 27,40% de encuestados ha realizado 15 años mientras que tan solo un 6,85% de los encuestados ha contratado los servicios de la sala de eventos para organizar desayunos, lo que indica que hay que explotar más los tipos de eventos que son poco contratados implementando promociones, mejores paquetes y así obtener más clientela y más ganancias.

## 7. ¿Qué motivos le llevaron a usted a elegir a esta empresa de eventos?

Calidad del servicio	<input type="checkbox"/>	Capacidad	<input type="checkbox"/>
Precio	<input type="checkbox"/>	Ubicación	<input type="checkbox"/>
Menú	<input type="checkbox"/>	Promociones	<input type="checkbox"/>
Imagen	<input type="checkbox"/>	Decoración	<input type="checkbox"/>

OPCIÓN	Encuestados	Porcentaje
precio	50	34,25
Calidad del servicio	30	20,55
capacidad	26	17,81
decoración	15	10,27
ubicación	10	6,85
menú	10	6,85
imagen	5	3,42
promociones	0	0,00
TOTAL	146	100

Tabla 15: Motivos para elegir a LA COLINA  
Fuente: Resultados encuestas a clientes  
Elaborado por: Andrea Medina

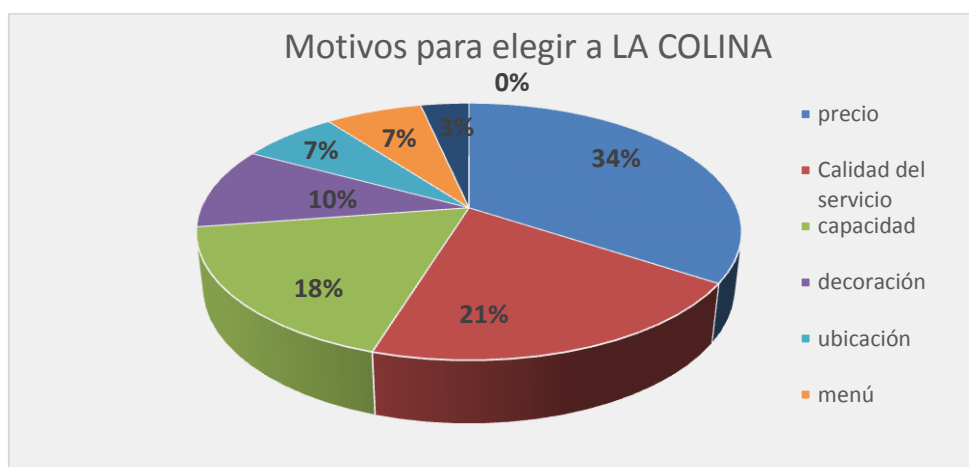


Gráfico 14: Motivos para elegir a LA COLINA  
Fuente: Resultados encuestas a clientes  
Elaborado por: Andrea Medina

### Análisis:

Según los resultados, se puede observar que un 34,25% de los encuestados opinaron que prefieren la casa de eventos “la colina” por los precios convenientes al momento de organizar sus eventos, y tan solo un 3,42% por la imagen que tiene el establecimiento.

## 8. Evalúe la calidad de la sala de eventos LA COLINA:

- a. Limpieza
- b. Servicio y atención al cliente
- c. Calidad del menú
- d. Servicios sanitarios
- e. Número de personal
- f. Decoración

EXCELENTE	BUENO	REGULAR	MALO

TIPO	EXCELENTE	BUENO	REGULAR	MALO	TOTAL
Limpieza	72	31	21	22	146
Porcentaje	49,32	21,23	14,38	15,07	100

Tabla 16: Calidad de la limpieza  
 Fuente: Resultados encuestas a clientes  
 Elaborado por: Andrea Medina

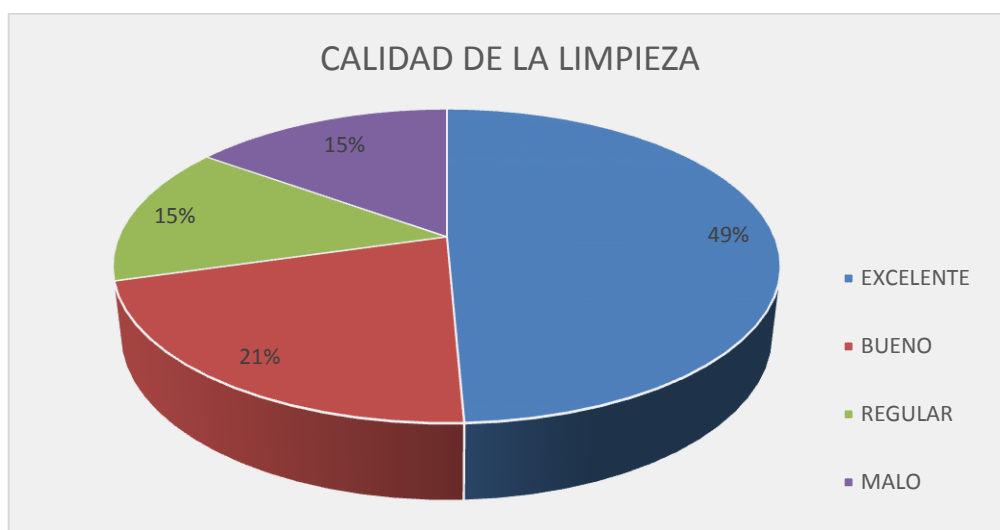


Gráfico 15: Calidad de la limpieza  
 Fuente: Resultados encuestas a clientes  
 Elaborado por: Andrea Medina

### Análisis:

El resultado para esta pregunta muestra que un 49,32% de los encuestados opina que la calidad en la limpieza es excelente, mientras que tan solo un 15,07% opina que la calidad en la limpieza es mala, evidenciando así que la mayoría de clientes están a gusto con la limpieza.

TIPO	EXCELENTE	BUENO	REGULAR	MALO	TOTAL
Servicio y atención al cliente	83	32	21	10	146
Porcentaje	56,85	21,92	14,38	6,85	100

Tabla 17: Calidad en el servicio y atención al cliente

Fuente: Resultados encuestas a clientes

Elaborado por: Andrea Medina

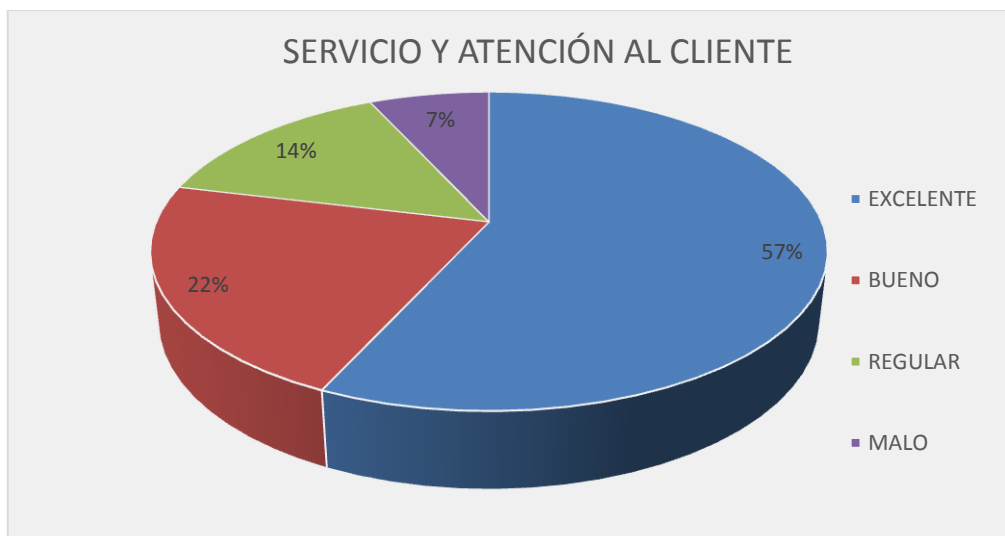


Gráfico 16: Calidad en el servicio y atención al cliente

Fuente: Resultados encuestas a clientes

Elaborado por: Andrea Medina

#### Análisis:

Los resultados muestran que un 56,85% de encuestados opinan que la calidad en la atención y servicio al cliente es excelente, mientras que tan solo un 6,85% opina que es mala, se puede evidenciar que los clientes tienen un alto agrado por el servicio y atención que reciben.



TIPO	EXCELENTE	BUENO	REGULAR	MALO	TOTAL
Calidad del menú	16	90	30	10	146
Porcentaje	10,96	61,64	20,55	6,85	100

Tabla 18: Calidad del menú  
Fuente: Resultados encuestas a clientes  
Elaborado por: Andrea Medina

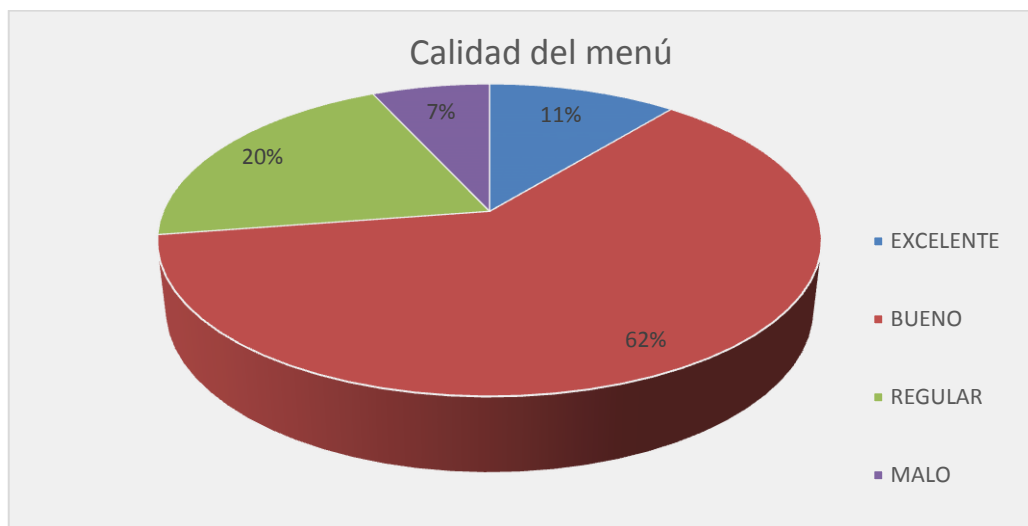


Gráfico 17: Calidad del menú  
Fuente: Resultados encuestas a clientes  
Elaborado por: Andrea Medina

#### Análisis:

Según los resultados se puede observar que un 61,64% opina que la calidad en el menú es buena, mientras que un 6,85% expresaron que la calidad en el menú es mala, este dato es preocupante ya que poca gente opinó que la calidad del menú es excelente, y en una sala de eventos lo primordial es el menú que degustan los invitados.

TIPO	EXCELENTE	BUENO	REGULAR	MALO	TOTAL
Servicios sanitarios	90	30	20	6	146
Porcentaje	61,64	20,55	13,70	4,11	100

Tabla 19: Calidad de los servicios sanitarios

Fuente: Resultados encuestas a clientes

Elaborado por: Andrea Medina

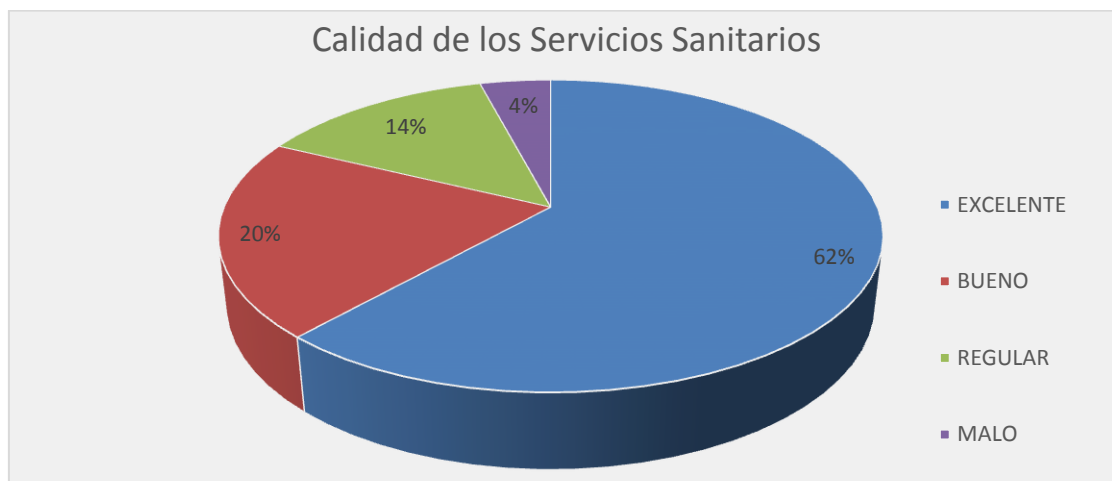


Gráfico 18: Calidad de los servicios sanitarios

Fuente: Resultados encuestas a clientes

Elaborado por: Andrea Medina

#### Análisis:

Los resultados indican que la calidad en los servicios sanitarios es excelente con un 61,64%, mientras que tan solo un mínimo de 4,11% opinó que la calidad en los servicios sanitarios es mala.

TIPO	EXCELENTE	BUENO	REGULAR	MALO	TOTAL
Número del personal	26	50	60	10	146
Porcentaje	17,81	34,25	41,10	6,85	100

Tabla 20: Calidad en el número de personal  
Fuente: Resultados encuestas a clientes  
Elaborado por: Andrea Medina

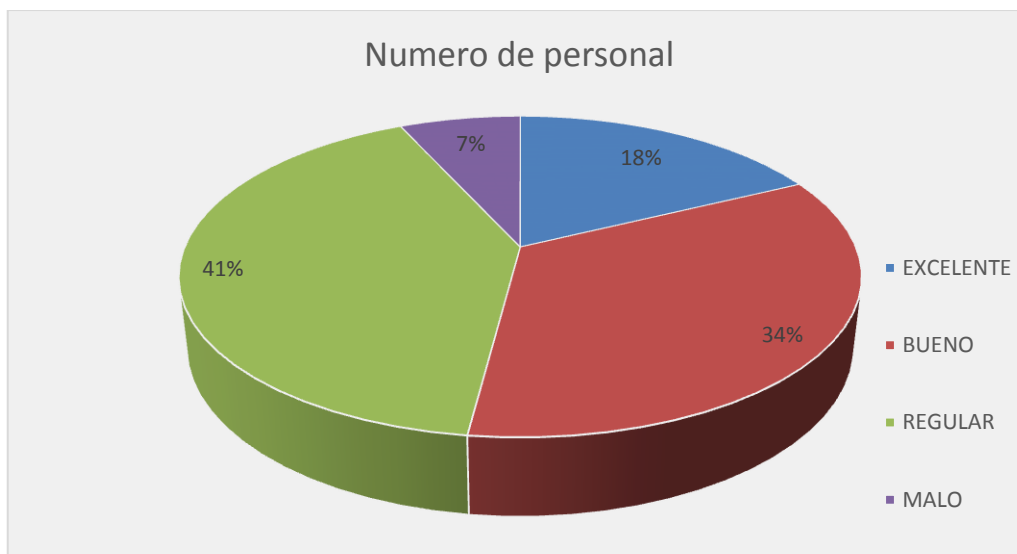


Gráfico 19: Calidad en el número de personal  
Fuente: Resultados encuestas a clientes  
Elaborado por: Andrea Medina

#### Análisis:

De acuerdo con los resultados se observa que un 41,10% opina que la calidad en el número de personal es regular, mientras que un 6,85% opinó que es mala la calidad en el número de personal, se evidencia que los clientes no se encuentran a gusto con el número de meseros que están laborando durante el evento.

TIPO	EXCELENTE	BUENO	REGULAR	MALO	TOTAL
Decoración	100	25	11	10	146
Porcentaje	68,49	17,12	7,53	6,85	100

Tabla 21: Calidad en la decoración  
Fuente: Resultados encuestas a clientes  
Elaborado por: Andrea Medina

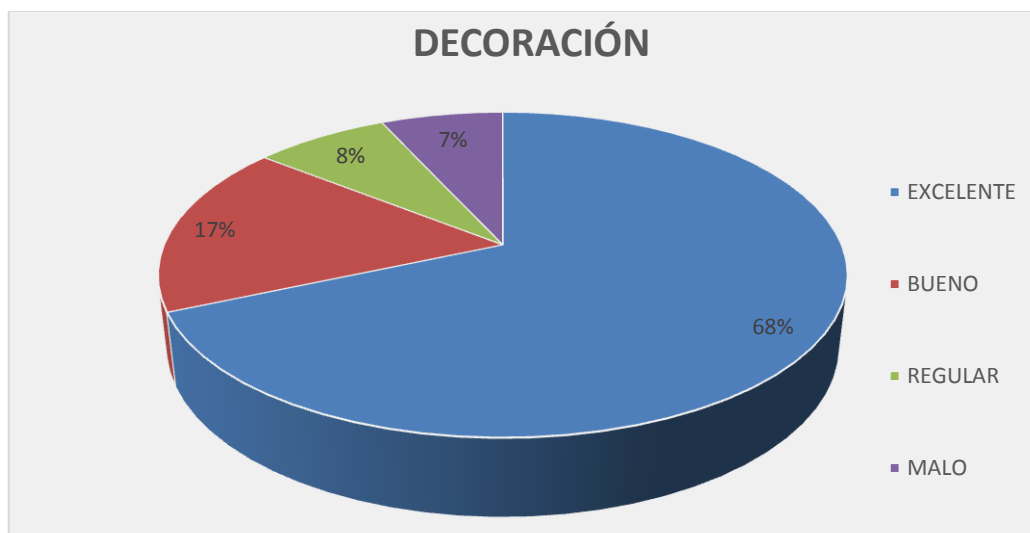


Gráfico 20: Calidad en la decoración  
Fuente: Resultados encuestas a clientes  
Elaborado por: Andrea Medina

#### Análisis:

Según los resultados, el 68,49% opina que la calidad en la decoración es excelente, mientras que un mínimo del 6,85% expresa que la decoración es mala. Los clientes se encuentran a gusto con la decoración en los eventos.

### 9. ¿Qué tal le pareció el producto y el servicio dentro del evento contratado?

Producto	<b>Excelente</b>	<b>Bueno</b>	<b>Regular</b>	<b>Malo</b>
Servicio				

TIPO	EXCELENTE	BUENO	REGULAR	MALO	TOTAL
Producto	33	92	21	0	146
Porcentaje	22,60	63,01	14,38	0,00	100

Tabla 22: Apreciación del producto recibido  
Fuente: Resultados encuestas a clientes  
Elaborado por: Andrea Medina

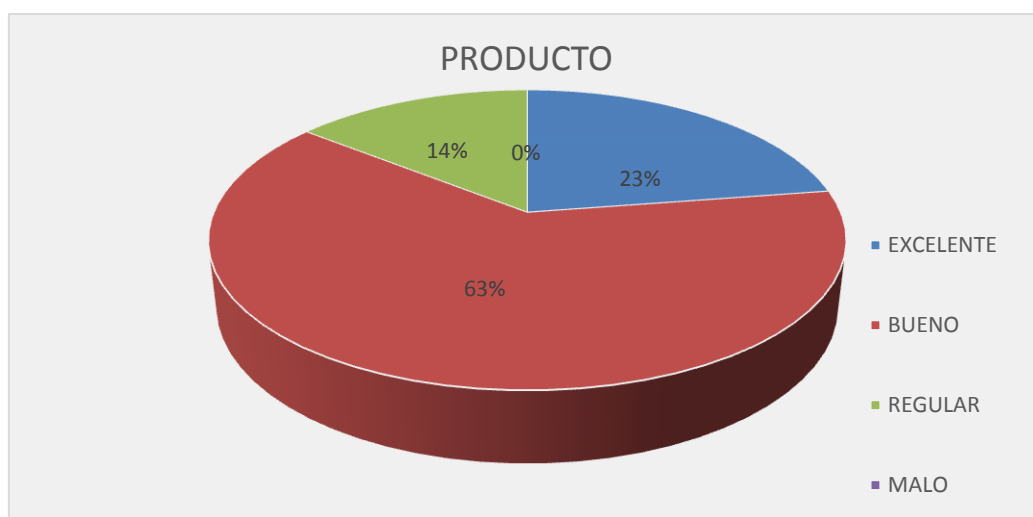


Gráfico 21: Apreciación del producto recibido  
Fuente: Resultados encuestas a clientes  
Elaborado por: Andrea Medina

#### Análisis:

Según los resultados obtenidos, un 63,01% expresó que es bueno el producto recibido en el evento, mientras que un 14,38% opinó que el producto es regular, no hubo encuestados que dijeron que el servicio es malo.

TIPO	EXCELENTE	BUENO	REGULAR	MALO	TOTAL
Servicio	85	41	20	0	146
Porcentaje	58,22	28,08	13,70	0,00	100

Tabla 23: Apreciación del servicio recibido  
Fuente: Resultados encuestas a clientes  
Elaborado por: Andrea Medina

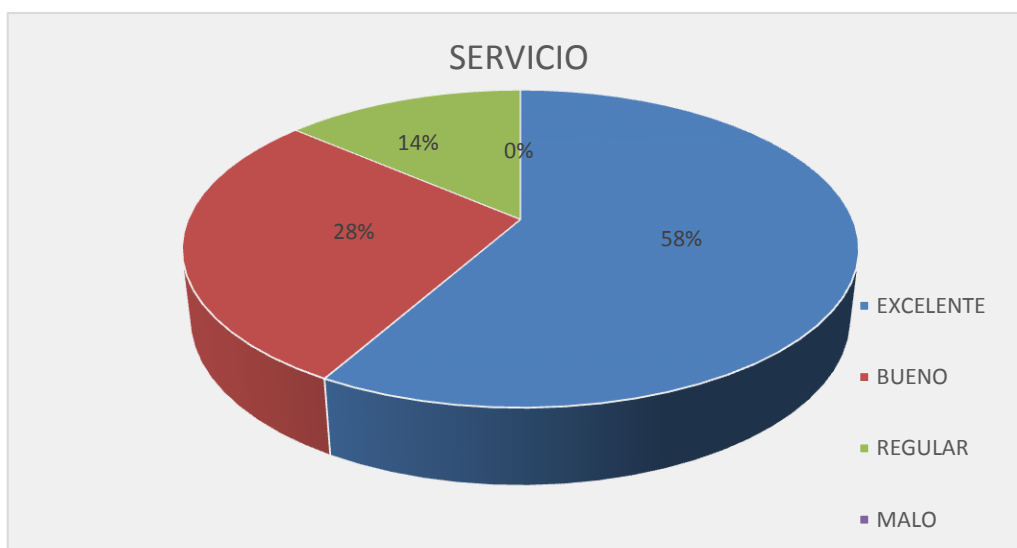


Gráfico 22: Apreciación del servicio recibido  
Fuente: Resultados encuestas a clientes  
Elaborado por: Andrea Medina

#### Análisis:

De acuerdo con los resultados, un 58,22% expresó que el servicio en el evento contratado es excelente, mientras que un 13,70% opinó que el servicio es regular, no hubo encuestados que hayan dicho que el servicio es malo.

### 10. Evalué la comida servida en el evento:

- Precio
- Sabor
- Presentación
- Temperatura

	Excelente	Bueno	Regular	Malo
a. Precio				
b. Sabor				
c. Presentación				
d. Temperatura				

TIPO	EXCELENTE	BUENO	REGULAR	MALO	TOTAL
Precio	33	93	15	5	146
Porcentaje	22,60	63,70	10,27	3,42	100

Tabla 24: Precio de la comida  
Fuente: Resultados encuestas a clientes  
Elaborado por: Andrea Medina

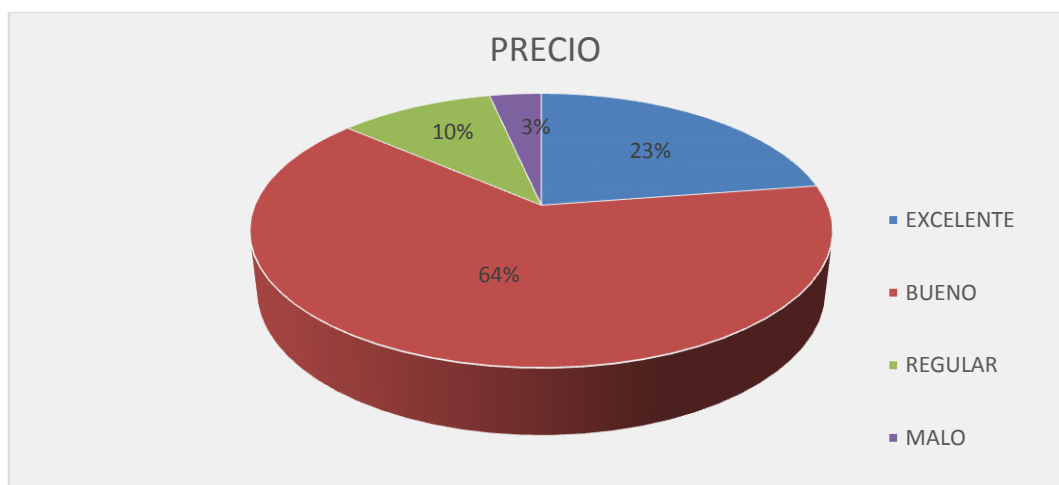


Gráfico 23: Precio de la comida  
Fuente: Resultados encuestas a clientes  
Elaborado por: Andrea Medina

#### Análisis:

De acuerdo a los resultados, un 63,70% expresa que es bueno el precio de la comida que reciben en el evento, mientras que tan solo un 3,42% opina que el precio es malo, existe gran aceptación por parte de los clientes.

TIPO	EXCELENTE	BUENO	REGULAR	MALO	TOTAL
Sabor	66	30	45	5	146
Porcentaje	45,21	20,55	30,82	3,42	100

Tabla 25: Sabor de la comida  
Fuente: Resultados encuestas a clientes  
Elaborado por: Andrea Medina

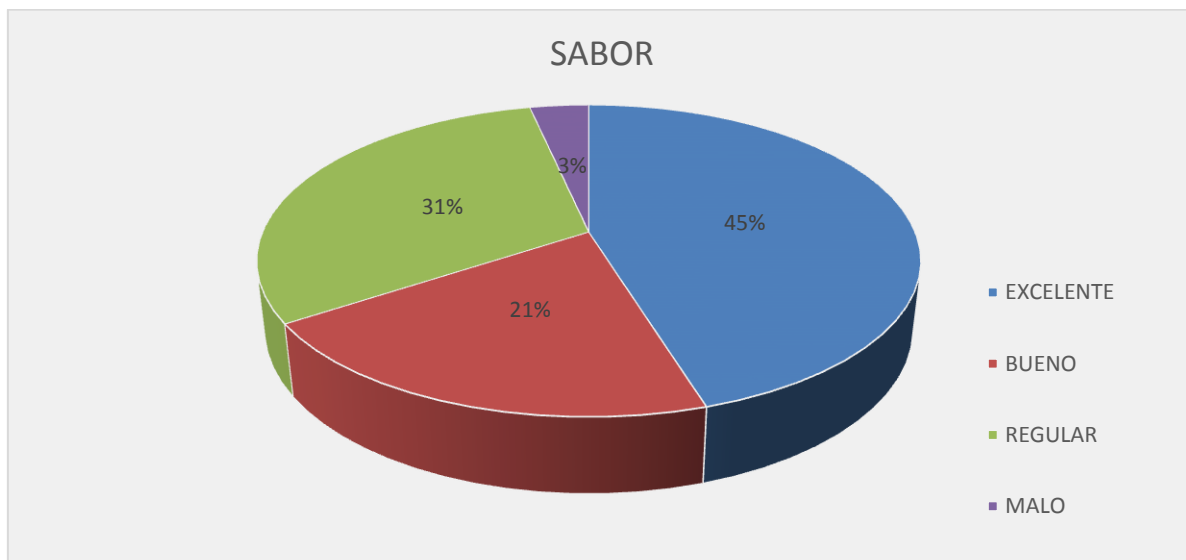


Gráfico 24: Sabor de la comida  
Fuente: Resultados encuestas a clientes  
Elaborado por: Andrea Medina

#### Análisis:

Según los resultados de la pregunta, un 45,21% opina que es excelente el sabor de la comida, un porcentaje también alto del 30,82% expresó que el sabor de la comida es regular y un porcentaje del 3,42% opina que el sabor es malo, es una pregunta que demuestra un problema grande del establecimiento, ya que la comida es una parte fundamental y hay mucha gente que no da buenos comentarios de la comida que recibieron.



TIPO	EXCELENTE	BUENO	REGULAR	MALO	TOTAL
Presentación	90	35	16	5	146
Porcentaje	61,64	23,97	10,96	3,42	100

Tabla 26: Presentación de la comida  
Fuente: Resultados encuestas a clientes  
Elaborado por: Andrea Medina

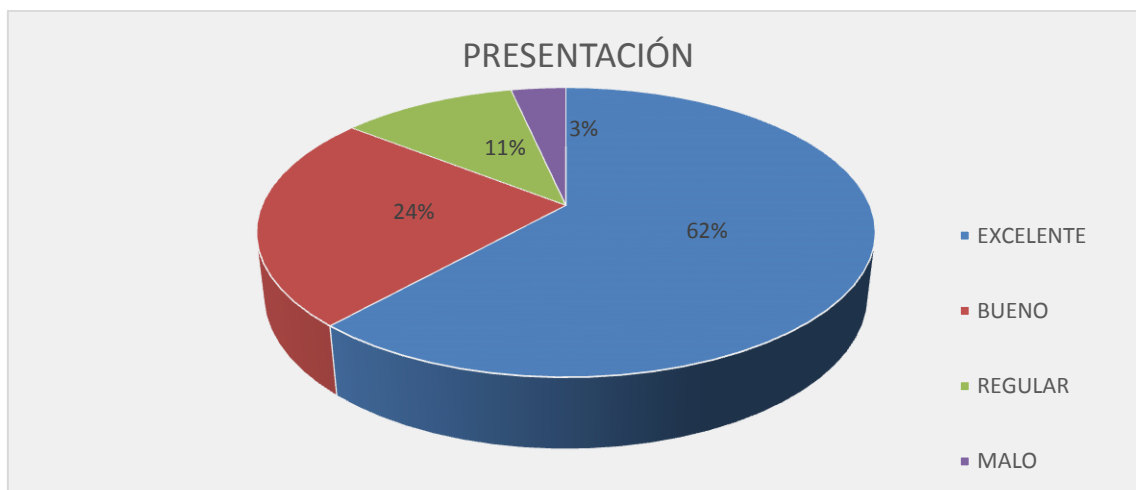


Gráfico 25: Presentación de la comida  
Fuente: Resultados encuestas a clientes  
Elaborado por: Andrea Medina

#### Análisis:

Según los resultados un 61,64% de los encuestados expresó que la presentación de la comida es excelente, mientras que un 3,42% opinó que la presentación es mala. Los clientes se encuentran a gusto con la presentación de los platos a servirse.

TIPO	EXCELENTE	BUENO	REGULAR	MALO	TOTAL
Temperatura	95	26	10	15	146
Porcentaje	65,07	17,81	6,85	10,27	100

Tabla 27: Temperatura de la comida  
Fuente: Resultados encuestas a clientes  
Elaborado por: Andrea Medina

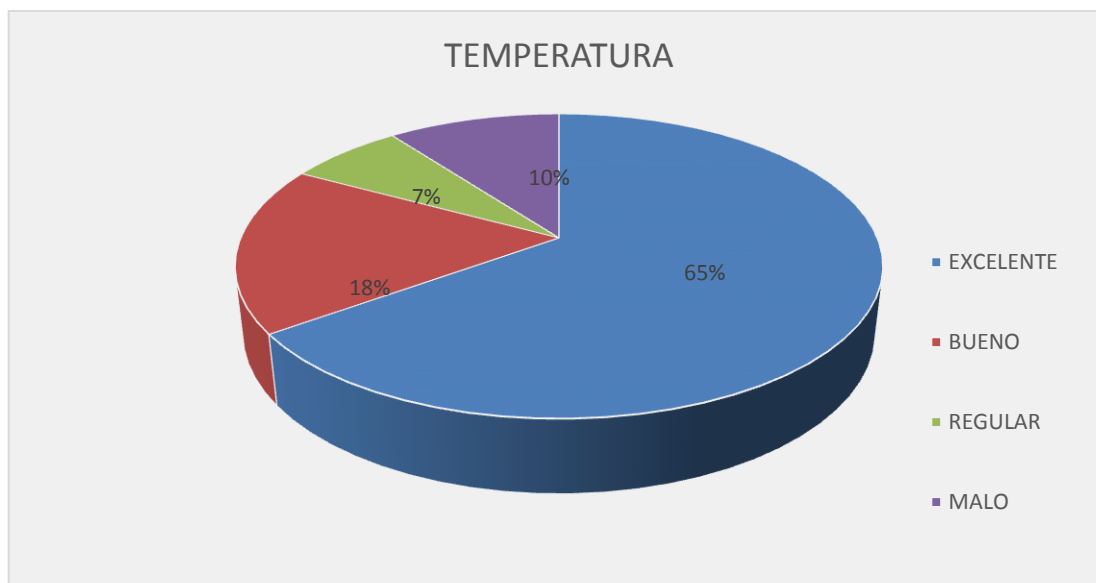


Gráfico 26: Temperatura de la comida  
Fuente: Resultados encuestas a clientes  
Elaborado por: Andrea Medina

#### Análisis:

De acuerdo con los resultados, se conoce que un 65,07% piensa que esta excelente la temperatura de la comida servida, mientras que un 10,27% opina que la temperatura de la comida es mala. La mayoría de los clientes expresa su agrado por la temperatura de los alimentos, pero no podemos descuidar el porcentaje inconforme.

## **2.3 ANÁLISIS FODA**

Es una herramienta analítica la cual sirve para trabajar con toda la información de la empresa, de gran ayuda para el análisis de sus Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas.

El análisis FODA debe enfocarse solamente hacia los factores claves para el éxito de la empresa; resaltando las fortalezas y debilidades de manera interna y las oportunidades y amenazas en el entorno externo. (Franklin, 2009)

### **2.3.1 ANÁLISIS INTERNO**

Reconocer los factores claves que han condicionado el desempeño pasado, la evaluación de dicho desempeño y la identificación de las fortalezas y debilidades que presenta la organización en su funcionamiento.

#### **- Fortalezas**

Fortaleza 1.- Personal atento con los clientes y huéspedes.

Fortaleza 2.- Prestigio del establecimiento.

Fortaleza 3.- Infraestructura amplia.

Fortaleza 4.- Paquetes económicos.

#### **- Debilidades**

Debilidad 1.- Falta de capacitación.

Debilidad 2.- Gente empírica.

Debilidad 3.- Falta de innovación.

Debilidad 4.- No hay procesos establecidos.

### 2.3.2 ANÁLISIS EXTERNO

Permite identificar factores exógenos o externos que condicionan el desempeño de la organización tanto en sus aspectos positivos (oportunidades), como negativos (amenazas).

#### - Oportunidades

Oportunidad 1.- Manejo del dinero en efectivo de los clientes.

Oportunidad 2.- Existen cliente potenciales de las parroquias de Cotopaxi

Oportunidad 3.- Proveedores a bajo costo.

Oportunidad 4.- Poca competencia en Latacunga.

#### - Amenazas

Amenaza 1.- Malas inversiones.

Amenaza 2.- Mal manejo de desechos.

Amenaza 3.- Falta de permisos.

Amenaza 4.- Malas relaciones con otras empresas.

### 2.3.3 MATRIZ DE IMPACTO

<b>FORTALEZAS</b>	<b>ALTO</b>	<b>MEDIO</b>	<b>BAJO</b>
<b>F1</b>	X		
<b>F2</b>	X		
<b>F3</b>		X	
<b>F4</b>	X		
<b>DEBILIDADES</b>	<b>ALTO</b>	<b>MEDIO</b>	<b>BAJO</b>
<b>D1</b>	X		
<b>D2</b>	X		
<b>D3</b>		X	
<b>D4</b>	X		
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>ALTO</b>	<b>MEDIO</b>	<b>BAJO</b>
<b>O1</b>		X	
<b>O2</b>	X		
<b>O3</b>	X		
<b>O4</b>	X		
<b>AMENAZAS</b>	<b>ALTO</b>	<b>MEDIO</b>	<b>BAJO</b>
<b>A1</b>	X		
<b>A2</b>		X	
<b>A3</b>	X		
<b>A4</b>			X

Tabla 28: Matriz de impacto  
Fuente: Resultados análisis FODA  
Elaborado por: Andrea Medina

#### Análisis:

De cada una de las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades que encontramos en la casa de eventos, analizamos si el impacto que tienen es alto, medio o bajo, después de este análisis, tomamos las oportunidades y fortalezas con impacto alto y las ubicamos en la matriz de aprovechabilidad que nos permite analizar cuáles son nuestros puntos fuertes para obtener beneficios.

### 2.3.4 MATRIZ DE APROVECHABILIDAD

F \ O	O				$\Sigma$
	O2	O3	O4		
F1	5	1	1		<b>7</b>
F2	5	3	5		<b>13</b>
F4	5	1	3		<b>9</b>
$\Sigma$	<b>15</b>	<b>5</b>	<b>9</b>		

Tabla 29: Matriz de Aprovechabilidad

Fuente: Resultados Análisis FODA

Elaborado por: Andrea Medina

#### Análisis:

Según el análisis de la matriz de aprovechabilidad, se puede sacar la conclusión de que la fortaleza más grande que tiene el establecimiento es el prestigio del mismo, esta fortaleza hay que saber aprovecharla para atraer a más clientes para que usen las instalaciones de la sala de eventos LA COLINA,

Es primordial saber mantener el prestigio de la empresa, y que el cliente que sale satisfecho traiga consigo clientes potenciales ya que una buena recomendación impacta y llama la atención de la gente que está en busca de una buena sala de eventos

La oportunidad más importante que tiene la empresa es que existen clientes potenciales de las parroquias de Cotopaxi, es primordial saber conseguir a los nuevos clientes, hacer que prefieran la sala de eventos LA COLINA, innovar y atraer, mientras más clientes haya, las ganancias aumentan y el renombre crece.

### CAPÍTULO III

#### **3.- MANUAL DE FUNCIONES Y OPERACIONES PARA EL ÁREA DE COCINA, SERVICIO Y ORGANIZACIÓN EN LA SALA DE EVENTOS LA COLINA, UBICADA EN LA CIUDAD DE LATACUNGA-COTOPAXI**

El presente manual de funciones y operaciones para el área de cocina, servicio y organización de la sala de eventos LA COLINA ha sido diseñado de acuerdo al funcionamiento del establecimiento, con el propósito de que todos los empleados posean un documento guía de respaldo que les permita tener conocimientos sistemáticos sobre qué debe hacer cada persona en su puesto de trabajo.

Dentro de este manual se encontrará información sobre los recursos humanos, materiales e insumos que son necesarios en cada área específica del establecimiento. De esta manera se podrá ofertar un servicio de calidad, que es fundamental para la captación de los huéspedes.

Todas las áreas de la sala de eventos LA COLINA son de gran importancia, por lo que es fundamental establecer estándares que permitan mejorar el desempeño de los empleados dentro de cada una de ellas, de esta manera se podrá reconocer fallas, corregirlas y lograr realizar una mejor labor para la comodidad de los clientes.

A continuación se establecerá un flujograma organizacional, en el cual se identificará cada una de las áreas fundamentales para el adecuado desempeño en la sala de eventos LA COLINA. Posteriormente se realizará una descripción de cada una de las funciones que deberá cumplir cada área y el perfil profesional ideal que se necesita en cada una de ellas.

Para finalizar se realizará una descripción de las funciones y operaciones que se deben cumplir dentro de las áreas de cocina, servicio y organización.

### 3.1 Organigrama funcional

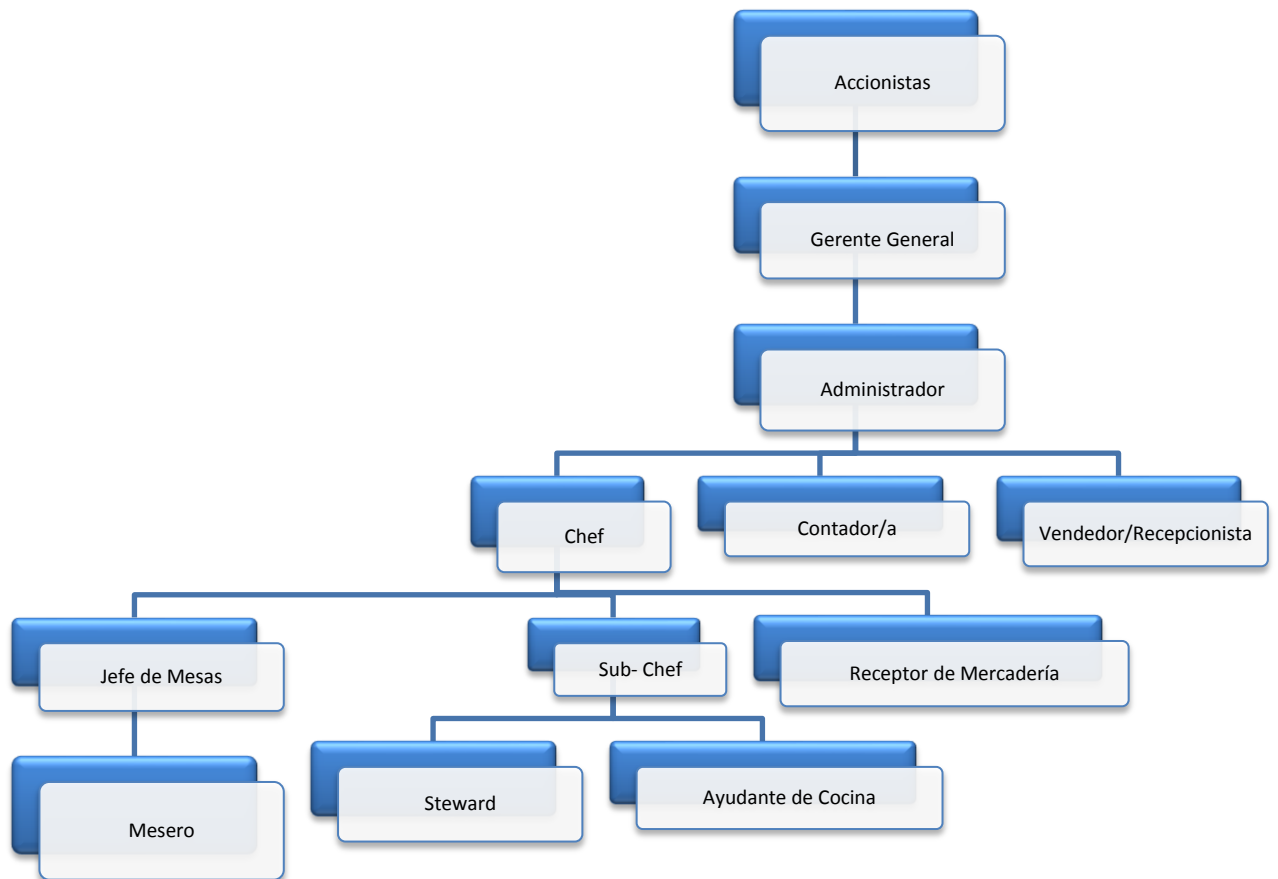


Gráfico 27: Organigrama Funcional  
Fuente: Tesis Paula Plaza  
Elaborado por: Andrea Medina



## **3.2 DESCRIPCIÓN DE LAS ÁREAS**

### **FUNCIONES Y PERFIL PROFESIONAL DEL PERSONAL**

#### **3.2.1 GERENTE GENERAL**

Es el que asume la responsabilidad de toda la sala de eventos, es el responsable legal de la empresa y debe estar pendiente del funcionamiento de todas las áreas de la compañía, tratando de que todas las áreas hagan el mejor de sus papeles, buscando así generar mayor volumen de ventas que es el objetivo principal de una entidad, el gerente tiene plena autoridad y tomar decisiones necesarias para mantener operando en óptimas condiciones el establecimiento, organizar dirigir y controlar las actividades del personal a cargo.

#### **Funciones del gerente general**

- Mantener la calidad y el servicio.
- Responsable de que el establecimiento sea un negocio con utilidades.
- Dirigir, Supervisar y Controlar la operación del establecimiento.
- Supervisa la contabilidad de la sala de eventos.
- Asegurarse de que el establecimiento se encuentre en óptimas condiciones.
- Dirigir, supervisar, controlar y capacitar al personal.
- Implementar las estrategias y lineamientos establecidos.
- Establecer un presupuesto que permita controlar los gastos generados.
- Cumplir y hacer cumplir el reglamento interno del establecimiento.

#### **Perfil profesional y personal del gerente general**

- Título de tercer nivel en hotelería o áreas afines.
- Experiencia previa de mínimo tres años en cargos similares dentro de establecimientos hosteleros.
- Dominio del idioma inglés hablado y escrito.
- Amplios conocimientos de Microsoft y aplicaciones relacionadas con la hotelería.
- Liderazgo, trabajo en equipo y capacidad para toma de decisiones.
- Empezar nuevos proyectos de mejoramiento.

### Ficha de descripción de puesto y funciones:

#### **GERENTE GENERAL**

##### **DATOS DE IDENTIFICACIÓN**

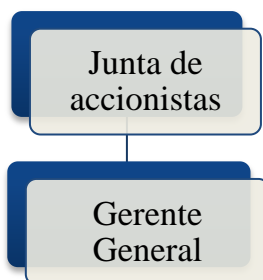
<b>Puestos de Reporte inmediato</b>		ACCIONISTAS	
<b>Puestos que Supervisa</b>		TODOS LOS DEPARTAMENTOS	
<b>Nivel:</b> Administrativo	<b>Grupo:</b> Civil	<b>Localización:</b> LA COLINA	<b>Aprobado:</b>

##### **Objetivo del Cargo**

Ejecutar actividades de acuerdo a los requisitos de los accionistas con la finalidad de administrar correctamente la empresa.

<b>Colaboradores Directos</b>	<b>Contactos Internos</b>	<b>Contactos Externos</b>
Todo el personal	Todo el personal	Ninguno

##### **Posición del cargo en el organigrama**



##### **Funciones**

###### **Específicas**

- Mantener la calidad y el servicio.
- Responsable de que el establecimiento sea un negocio con utilidades.
- Dirigir, Supervisar y Controlar la operación del establecimiento.
- Supervisa la contabilidad de la sala de eventos.
- Asegurarse de que el establecimiento se encuentre en óptimas condiciones.
- Dirigir, supervisar, controlar y capacitar al personal.
- Implementar las estrategias y lineamientos establecidos.
- Establecer un presupuesto que permita controlar los gastos generados.
- Cumplir y hacer cumplir el reglamento interno del establecimiento.
- Representante legal de la empresa
- Encargado del planeamiento estratégico de actividades para todos los departamentos.
- Se encargará de dirigir las actividades generales de la empresa.
- Resolver problemas que pueden presentarse durante el desempeño de las funciones del establecimiento y que no puedan ser resueltas por niveles inferiores.
- como permisos del Ministerio de Salud, SRI, Bomberos, Pago del IESS, Municipio, entre otros.
- Se encarga de capacitar al personal.
- Realiza la documentación correspondiente del Ministerio de Relaciones Laborales y la afiliación del Seguro Social.

- Selecciona o contrata a la persona que se encargue de la publicidad del establecimiento.
- Se encarga de emitir las facturas a entregar a los clientes.
- Se encarga de registrar las facturas que son entregadas por los proveedores.
- Se encarga de realizar y llevar los inventarios de la materia prima e insumos.

<b><u>PERFIL</u></b>			
<b>Formación Académica</b>	<b>Conocimientos Adicionales</b>	<b>Idiomas Necesarios</b>	<b>Años de experiencia</b>
Formación Superior en Hotelería o Administración de Empresas	Conocimiento de trabajo bajo presión y en equipo	Español e Inglés	4 años

Gráfico 28: Ficha de descripción del Gerente General

Fuente: Tesis Manuel Jiménez

Elaborado por: Andrea Medina

### **3.2.2 ADMINISTRACIÓN Y CONTABILIDAD**

Planifica, dirige y controla la administración financiera, de personal y de los recursos materiales de la empresa. Procurar que la planificación, los métodos y procedimientos administrativos y las normas que lo rigen, produzcan el continuo mejoramiento de la calidad en la prestación de los servicios al cliente.

La administración debe plantear la organización de banquetes teniendo en cuenta aspectos como son las posibilidades de ofertas en cuanto al espacio y equipamiento, la contratación del evento; responsabilizando a cierto empleado en cada área, debe establecer un sistema de información para que todos los departamentos conozcan sus tareas y actividades a realizar.

#### **Funciones del administrador**

- Define políticas para orientar las relaciones del departamento con los clientes.
- Tramita órdenes de servicio de mantenimiento, de los equipos de las oficinas, y el mantenimiento general de las instalaciones.
- Realizar reclutamiento y selección de personal idóneo, para posteriormente la aprobación de la gerencia general.
- Estructuración de cargos.
- Realizar el informe mensual de ingresos y gastos para su posterior análisis con la gerencia general.
- Estar al día en el pago de servicios básicos, impuestos y permisos de funcionamiento.
- Pagar puntualmente al personal.
- Supervisar de manera personalizada las actividades que ejecuta el personal en cada uno de sus puestos de trabajo.
- Seleccionar proveedores convenientes y realizar la compra de insumos que requiere el establecimiento.

- Ofrecer la inducción necesaria al personal nuevo para iniciar sus actividades laborales en la sala de eventos.
- Planificación de horarios de trabajo.
- Brindar soluciones oportunas y rápidas para que no se vea afectada la buena imagen de la sala de eventos.
- Realizar un seguimiento a los clientes para conocer si fueron atendidos adecuadamente y ayudarlos con cualquier requerimiento.

### **Perfil profesional y personal del administrador**

- Experiencia previa de uno a dos años en cargos administrativos de establecimientos hosteleros y food and beverage.
- Título de tercer nivel en: hotelería, gastronomía, administración de empresas o afines.
- Dominio del idioma inglés hablado y escrito.
- Amplios conocimientos de Microsoft office, internet, correo electrónico y aplicaciones relacionadas con la hotelería.
- Experiencia en servicio al cliente y manejo de personal.

### **Perfil personal y profesional del administrador**

- Excelente comunicación oral y escrita.
- Liderazgo y trabajo en equipo.
- Capacidad para toma de decisiones.
- Trabajo bajo presión.
- Vocación de servicio al cliente.
- Amabilidad.
- Responsabilidad.
- Honradez.
- Puntualidad

### Ficha de descripción de puesto y funciones:

#### ADMINISTRADOR

##### DATOS DE IDENTIFICACIÓN

<b>Puestos de Reporte inmediato</b>		ACCIONISTAS	
<b>Puestos que Supervisa</b>		TODOS LOS DEPARTAMENTOS	
<b>Nivel:</b> Administrativo	<b>Grupo:</b> Civil	<b>Localización:</b> LA COLINA	<b>Aprobado:</b>

##### Objetivo del Cargo

Ejecutar actividades de acuerdo a los requisitos de los accionistas con la finalidad de administrar correctamente la empresa.

Colaboradores Directos	Contactos Internos	Contactos Externos
Todo el personal	Todo el personal	Ninguno

##### Posición del cargo en el organigrama



##### Funciones

##### Específicas

- Representante legal de la empresa
- Encargado del planeamiento estratégico de actividades para todos los departamentos.
- Se encargará de dirigir las actividades generales de la empresa.
- Resolver problemas que pueden presentarse durante el desempeño de las funciones del establecimiento y que no puedan ser resueltas por niveles inferiores.
- Selección y contratación del personal.
- Aprobar presupuestos e inversiones.
- Motivar la participación conjunta entre los distintos departamentos.
- Delegar funciones adecuadamente para que los procesos fueran cumplidos de la mejor forma.
- Elaborar horarios de trabajo.
- Control y supervisión de todos los departamentos a su cargo.
- Verifica que todos los permisos y documentos que permiten funcionar a la empresa estén en orden como permisos del Ministerio de Salud, SRI, Bomberos, Pago del IESS, Municipio, entre otros.
- Se encarga de capacitar al personal.

- Realiza la documentación correspondiente del Ministerio de Relaciones Laborales y la afiliación del Seguro Social.
- Selecciona o contrata a la persona que se encargue de la publicidad del establecimiento.
- Se encarga de emitir las facturas a entregar a los clientes.
- Se encarga de registrar las facturas que son entregadas por los proveedores.
- Se encarga de realizar y llevar los inventarios de la materia prima e insumos.

<b><u>PERFIL</u></b>			
<b>Formación Académica</b>	<b>Conocimientos Adicionales</b>	<b>Idiomas Necesarios</b>	<b>Años de experiencia</b>
Formación Superior en Hotelería o Administración de Empresas	Conocimiento de trabajo bajo presión y en equipo	Español e Inglés	2 años

Gráfico 29: Ficha de descripción de Administrador

Fuente: Tesis Manuel Jiménez

Elaborado por: Andrea Medina

**CONTADORA****DATOS DE IDENTIFICACIÓN**

<b>Puestos de Reporte inmediato</b>		ADMINISTRADOR	
<b>Puestos que Supervisa</b>		NINGUNO	
<b>Nivel:</b> Administrativo	<b>Grupo:</b> Civil	<b>Localización:</b> LA COLINA	<b>Aprobado:</b>

<b>Objetivo del Cargo</b>
Supervisar las cuentas del establecimiento.

<b>Colaboradores Directos</b>	<b>Contactos Internos</b>	<b>Contactos Externos</b>
Administrador	Ninguno	Ninguno

<b>Posición del cargo en el organigrama</b>
---

<b>Funciones</b>
------------------



<b>Específicas</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Llevar las cuentas.</li> <li>- Controlar los inventarios.</li> <li>- Hacer formularios para el pago de impuestos.</li> </ul>

<b><u>PERFIL</u></b>			
<b>Formación Académica</b>	<b>Conocimientos Adicionales</b>	<b>Idiomas Necesarios</b>	<b>Años de experiencia</b>
Formación Superior en Contabilidad y Auditoría.	Estudios en materia tributaria.	Español	2 años

Gráfico 30: Ficha de descripción de Contador

Fuente: Tesis Manuel Jiménez

Elaborado por: Andrea Medina



### **3.2.3 ÁREA DE COCINA**

Como cualquier centro de producción, la cocina necesita una planificación y organización acorde con la política establecida por la empresa y de acuerdo a los recursos humanos y materiales que dispone.

Dentro de esta área se realizará la producción de alimentos para atender los requerimientos en cuanto a los eventos que han sido contratados previamente. Es importante mantener la cocina limpia y ordenada, evitando la contaminación, hecho que ayuda a cuidar el bienestar de los clientes y por ende la imagen del establecimiento.

Deben existir características como:

Espacios con superficie apropiada para desarrollar la actividad.

Condiciones óptimas higiénico-sanitarias

Ubicación y comunicaciones acordes con las demás unidades de trabajo.

Distribución del espacio para facilitar el trabajo en la cocina.

Instalaciones Básicas para el perfecto desarrollo del trabajo.

Es importante conocer que si no hay una buena preparación para el servicio que se va a ofrecer en el evento, este saldrá mal; por eso es fundamental proveerse de todos los productos necesarios, limpiar la materia prima que se necesite, pre-cocción de los productos y la elaboración de aquellos que lo necesiten.

#### **Funciones del cocinero**

- Planificar las actividades a desarrollarse en la cocina.
- Preparar mise en place para la elaboración del menú acordado.
- Elaborar un reporte de inventarios de materia prima.
- Elaborar la lista de insumos necesarios para la producción.

- Realizar requisiciones de materia prima para la cocina.
- Verificar que los equipos y utensilios de cocina se encuentren en perfecto estado, y los que están en mal estado dar de baja para reemplazarlos.
- Almacenar materia prima e insumos.
- Elaborar conjuntamente con el administrador la receta estándar para analizar costos.
- Verificar que la cocina quede debidamente limpia y organizada después de la jornada.
- Mantener comunicación con el resto de áreas.

### **Perfil profesional y personal del cocinero**

- Mínimo bachiller o iniciando estudios en la carrera de gastronomía.
- Experiencia de seis meses a un año en cargos similares dentro de establecimientos hoteleros.
- Inglés básico, hablado y escrito.
- Excelente presentación y aseo personal.
- Conocimientos de inventarios.
- Autonomía para la toma de decisiones.
- Compromiso y liderazgo.
- Ordenado.
- Vocación de servicio al cliente.
- Trabajo en equipo.
- Trabajo bajo presión.

### Ficha de descripción de puestos y funciones:

#### CHEF

##### DATOS DE IDENTIFICACIÓN

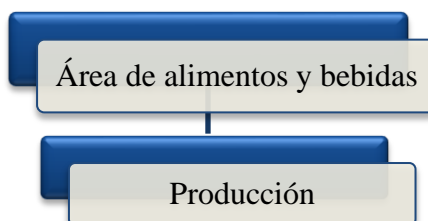
<b>Puestos de Reporte inmediato</b>		ADMINISTRADOR	
<b>Puestos que Supervisa</b>		AYUDANTES DE COCINA, STEWARDS	
<b>Nivel:</b> Operativo	<b>Grupo:</b> Civil	<b>Localización:</b> LA COLINA	<b>Aprobado:</b>

##### Objetivo del Cargo

Controlar la adecuada preparación, cocción y decoración de los platos.

Colaboradores Directos	Contactos Internos	Contactos Externos
Ayudantes de Cocina	Administrador Capitán de meseros Meseros Ayudantes de cocina	Ninguno

##### Posición del cargo en el organigrama



##### Funciones

- Se encarga de elaborar las alternativas gastronómicas que hayan escogido los anfitriones.
- Se encarga de la preparación de los menús.
- Se encarga de las degustaciones a los clientes.
- Delega funciones a ayudantes de cocina.
- Se encarga de realizar la requisición de materia prima.
- Realiza el montaje de platos.

##### PERFIL

Formación Académica	Conocimientos Adicionales	Idiomas Necesarios	Años de experiencia
Título superior en Administración. Gastronómica	Amplio conocimiento en cultura gastronómica	Español e Inglés	4 años

Gráfico 31: Ficha de descripción de Chef

Fuente: Tesis Manuel Jiménez

Elaborado por: Andrea Medina

**AYUDANTE DE COCINA****DATOS DE IDENTIFICACIÓN**

<b>Puestos de Reporte inmediato</b>		CHEF	
<b>Puestos que Supervisa</b>		NINGUNO	
<b>Nivel:</b> Operativo	<b>Grupo:</b> Civil	<b>Localización:</b> LA COLINA	<b>Aprobado:</b>

**Objetivo del Cargo**

Ejecutar actividades delegadas por el chef.

<b>Colaboradores Directos</b>	<b>Contactos Internos</b>	<b>Contactos Externos</b>
Chef Stewards	Capitán de meseros Meseros	Ninguno

**Posición del cargo en el organigrama****Funciones****Específicas**

- Se encarga de cocinar lo que el chef ordene.
- Realiza el mise en place para la preparación de los menús.
- Manipula, lava y corta los alimentos.
- Enciende hornos y cocinas.
- Elabora la comida para el personal.

**PERFIL**

<b>Formación Académica</b>	<b>Conocimientos Adicionales</b>	<b>Idiomas Necesarios</b>	<b>Años de experiencia</b>
Título de educación media	Conocimiento de trabajo bajo presión y conocimiento básico de gastronomía.	Español	2 años

Gráfico 32: Ficha de descripción de Ayudante de cocina

Fuente: Tesis Manuel Jiménez

Elaborado por: Andrea Medina

**STEWARD****DATOS DE IDENTIFICACIÓN**

<b>Puestos de Reporte inmediato</b>		CHEF	
<b>Puestos que Supervisa</b>		NINGUNO	
<b>Nivel:</b> Operativo	<b>Grupo:</b> Civil	<b>Localización:</b> LA COLINA	<b>Aprobado:</b>

**Objetivo del Cargo**

Ejecutar actividades delegadas por el chef y mantener limpia y en orden la cocina.

<b>Colaboradores Directos</b>	<b>Contactos Internos</b>	<b>Contactos Externos</b>
Ayudantes de cocina	Capitán de meseros Meseros Chef	Ninguno

**Posición del cargo en el organigrama****Funciones****Específicas**

- Se encarga de almacenar los productos que reciben de proveedores.
- Se encarga de la limpieza del menaje.
- Lava, seca y organiza el menaje.
- Ayuda a los meseros

**PERFIL**

<b>Formación Académica</b>	<b>Conocimientos Adicionales</b>	<b>Idiomas Necesarios</b>	<b>Años de experiencia</b>
Educación básica	Capacidad para acatar órdenes sin problemas.	Español	Ninguna

Gráfico 33: Ficha de descripción de Steward

Fuente: Tesis Manuel Jiménez

Elaborado por: Andrea Medina

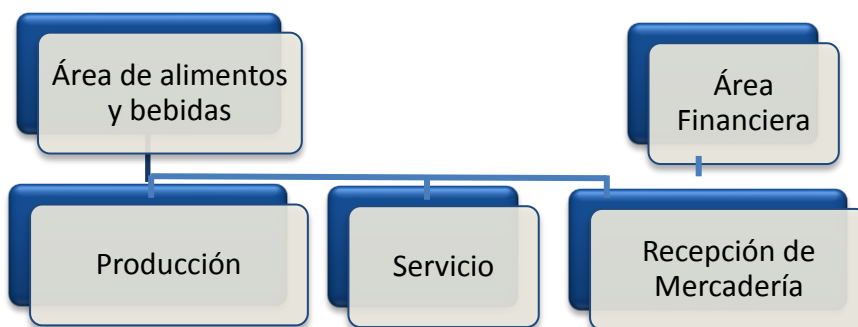
**RECEPTOR DE MERCADERÍA**  
**DATOS DE IDENTIFICACIÓN**

<b>Puestos de Reporte inmediato</b>		ADMINISTRADOR	
<b>Puestos que Supervisa</b>		NINGUNO	
<b>Nivel:</b> Operativo	<b>Grupo:</b> Civil	<b>Localización:</b> LA COLINA	<b>Aprobado:</b>

Objetivo del Cargo
Recibir el producto que ingresa a la empresa.

Colaboradores Directos	Contactos Internos	Contactos Externos
Administrador	Ninguno	Ninguno

**Posición del cargo en el organigrama**



**Funciones**

Específicas
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Recibir la mercadería</li> <li>- Controlar la mercadería y almacenarla.</li> <li>- Llenar los formularios de control.</li> </ul>

<b>PERFIL</b>			
Formación Académica	Conocimientos Adicionales	Idiomas Necesarios	Años de experiencia
Título de educación media	Conocimiento en inventarios	Español	1 año

Gráfico 34: Ficha de descripción de Receptor de mercadería  
Fuente: Tesis Manuel Jiménez  
Elaborado por: Andrea Medina

### **3.2.4 ÁREA DE SERVICIO**

Las actividades de restauración es un trabajo sacrificado que debe ser excelente para los clientes, de ahí radica la adecuada selección del personal; tanto en el aspecto físico, como psicológico y moral.

La selección del personal en la industria de la hospitalidad es fundamental ya que las maquinas más importantes son las personas, los empleados están en contacto directo con los clientes, así que en buen servicio y un trato cortes es fundamental.

Por tratarse de un trabajo dedicado a cubrir las necesidades y demandas de los clientes, el profesional de restauración debe sentirse satisfecho y ver reconocida su labor.

#### **Funciones del mesero**

- Presentarse al cliente con amabilidad y cortesía.
- Es el responsable del correcto montaje de mesas y salón.
- Se encarga de pulir la vajilla, cristalería y cubertería.
- Está pendiente de mantener completas las estaciones de servicio con todos los insumos.
- Conocer perfectamente el menú, así como el tiempo de preparación y los ingredientes con los que se encuentran elaborados los platos.
- Entrega requerimientos a cocina.
- Verificar que los platos sean según lo solicitado por el cliente antes de llevarlos a la mesa.
- Realiza el servicio de los alimentos en la mesa.
- Se encarga de recoger la vajilla, cristalería y cubertería ya utilizada de las mesas.
- Se encarga de reemplazar la mantelería sucia por prendas limpias.
- Se encarga del desmontaje de mesas y limpieza del salón al finalizar el evento.

### **Perfil profesional y personal del mesero**

- Edad entre 18 a 30 años.
- Género indistinto.
- Excelente presentación y aseo personal.
- Mínimo bachiller.
- Inglés básico.
- Experiencia en servicio de al menos 6 meses.
- Capacidad para trabajar bajo presión.
- Trabajo en equipo.
- Amabilidad con el cliente.
- Cortesía ante los clientes difíciles.
- Buscar soluciones prácticas.

### **Normas generales para el personal**

- Debe llevar debidamente el uniforme, cabello corto o recogido, sin usar accesorios, uñas cortas y limpias y maquillaje sobrio.
- Si es hombre debe estar debidamente afeitado y con el cabello corto, si es mujer; las manos limpias, uñas cortas, el cabello bien recogido y sin exceso de maquillaje, aretes cortos.
- Verificar que los, materiales e implementos con los que se trabaja se encuentren en perfecto estado y funcionamiento.
- Cuidar de su aseo personal, mantener una presentación impecable con el uso del uniforme.
- No puede abandonar su área de trabajo sin previo aviso o sin dejar a alguien que lo reemplace.
- No debe utilizar celulares o algún otro dispositivo que impida el adecuado desempeño de sus funciones.
- Debe utilizar un adecuado lenguaje para dirigirse a los clientes, siendo cortés y amable con los mismos.
- Debe estar presto a cumplir con los requerimientos del cliente y saber que el cliente siempre tiene la razón.



### Ficha de descripción de puesto y funciones:

#### ***CAPITÁN DE MESEROS***

#### **DATOS DE IDENTIFICACIÓN**

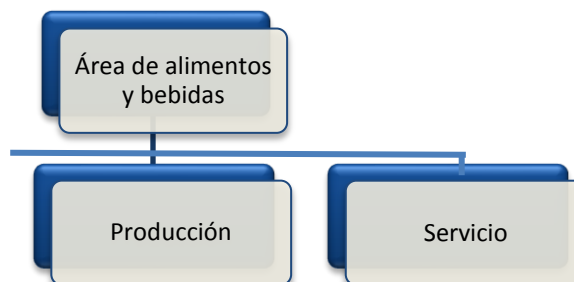
<b>Puestos de Reporte inmediato</b>		ADMINISTRADOR, CHEF	
<b>Puestos que Supervisa</b>		MESEROS	
<b>Nivel:</b> Operativo	<b>Grupo:</b> Civil	<b>Localización:</b> LA COLINA	<b>Aprobado:</b>

#### **Objetivo del Cargo**

Controlar la adecuada ejecución del servicio, delegar funciones y delegar rangos.

<b>Colaboradores Directos</b>	<b>Contactos Internos</b>	<b>Contactos Externos</b>
Meseros	Administrador Chef Ayudantes de cocina	Ninguno

#### **Posición del cargo en el organigrama**



#### **Específicas**

- Se encarga de delegar rangos de mesas.
- Se encarga de delegar funciones a los meseros.
- Organizar al personal antes de la entrega del servicio.
- Reportar al administrador inconvenientes durante el servicio.
- Durante el servicio se encarga de verificar que todo esté en orden y servida de la manera correcta cada mesa.

#### **PERFIL**

<b>Formación Académica</b>	<b>Conocimientos Adicionales</b>	<b>Idiomas Necesarios</b>	<b>Años de experiencia</b>
Título medio de educación	Conocimiento de vocabulario técnico de A&B	Español	2 años

Gráfico 35: Ficha de descripción de Capitán de Meseros

Fuente: Tesis Manuel Jiménez

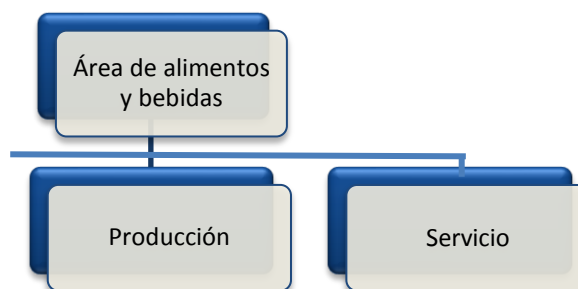
Elaborado por: Andrea Medina

**MESEROS****DATOS DE IDENTIFICACIÓN**

<b>Puestos de Reporte inmediato</b>		CAPITÁN DE MESEROS	
<b>Puestos que Supervisa</b>		NINGUNO	
<b>Nivel:</b> Operativo	<b>Grupo:</b> Civil	<b>Localización:</b> LA COLINA	<b>Aprobado:</b>

<b>Objetivo del Cargo</b>
Servir los platos a los clientes.

<b>Colaboradores Directos</b>	<b>Contactos Internos</b>	<b>Contactos Externos</b>
Capitán de Meseros	Administrador Chef Ayudantes de cocina	Ninguno

**Posición del cargo en el organigrama****Funciones**

<b>Específicas</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Preparar el menaje para la realización del servicio.</li> <li>- Servir a los clientes la orden solicitada.</li> <li>- Entregar las comandas a cajero y a cocina.</li> <li>- Desmontar las mesas.</li> <li>- Atender todas las necesidades del cliente.</li> </ul>

<b><u>PERFIL</u></b>			
<b>Formación Académica</b>	<b>Conocimientos Adicionales</b>	<b>Idiomas Necesarios</b>	<b>Años de experiencia</b>
Título medio de educación	Conocimiento de vocabulario técnico de A&B	Español	1 años

Gráfico 36: Ficha de descripción de Meseros  
 Fuente: Tesis Manuel Jiménez  
 Elaborado por: Andrea Medina

### 3.3 PROCEDIMIENTOS OPERATIVOS

#### 3.3.1 Proceso de ventas

##### DESCRIPCION DEL PROCEDIMIENTO:

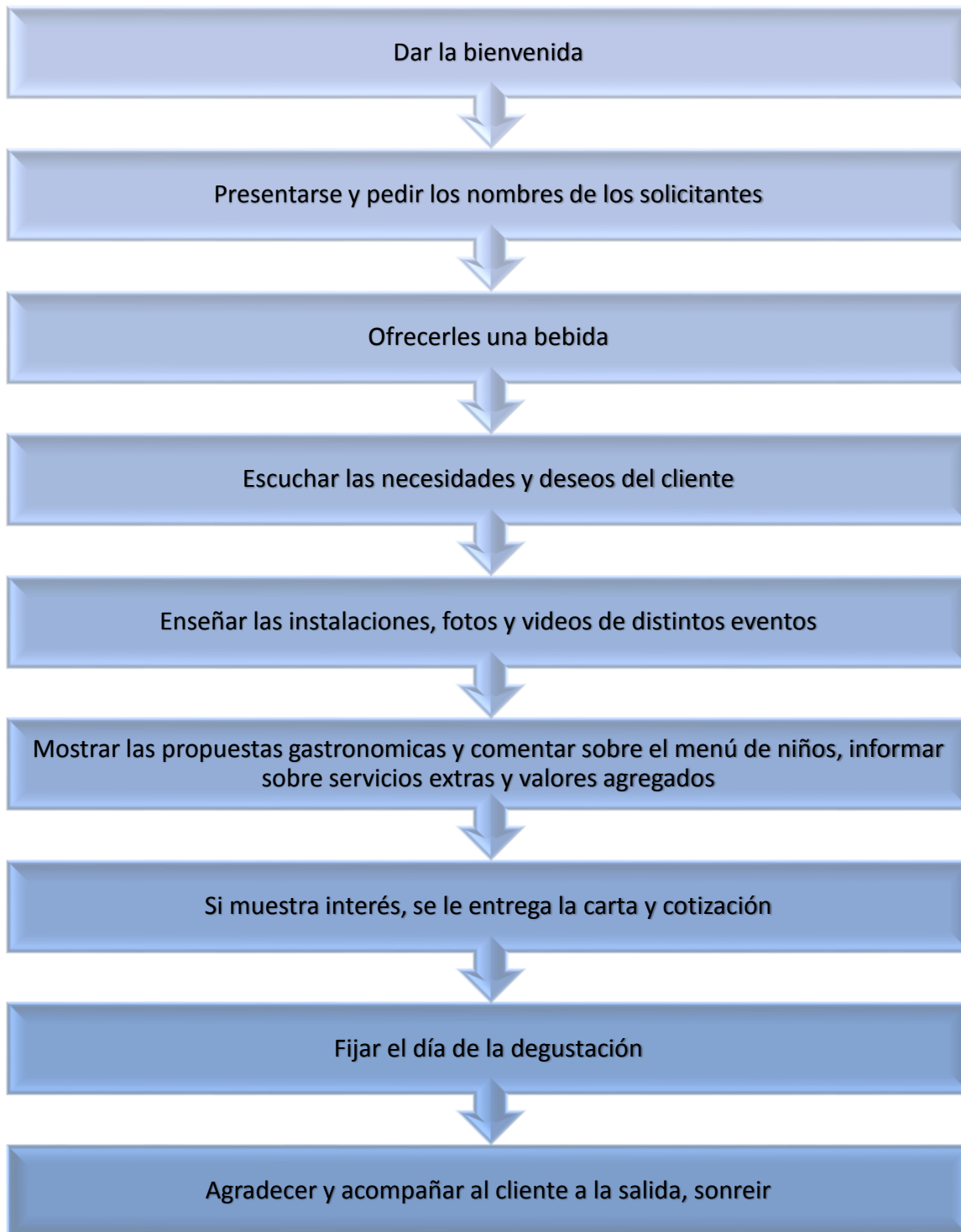


Gráfico 37: Proceso de ventas  
Elaborado por: Andrea Medina

**Diagrama de flujo:**

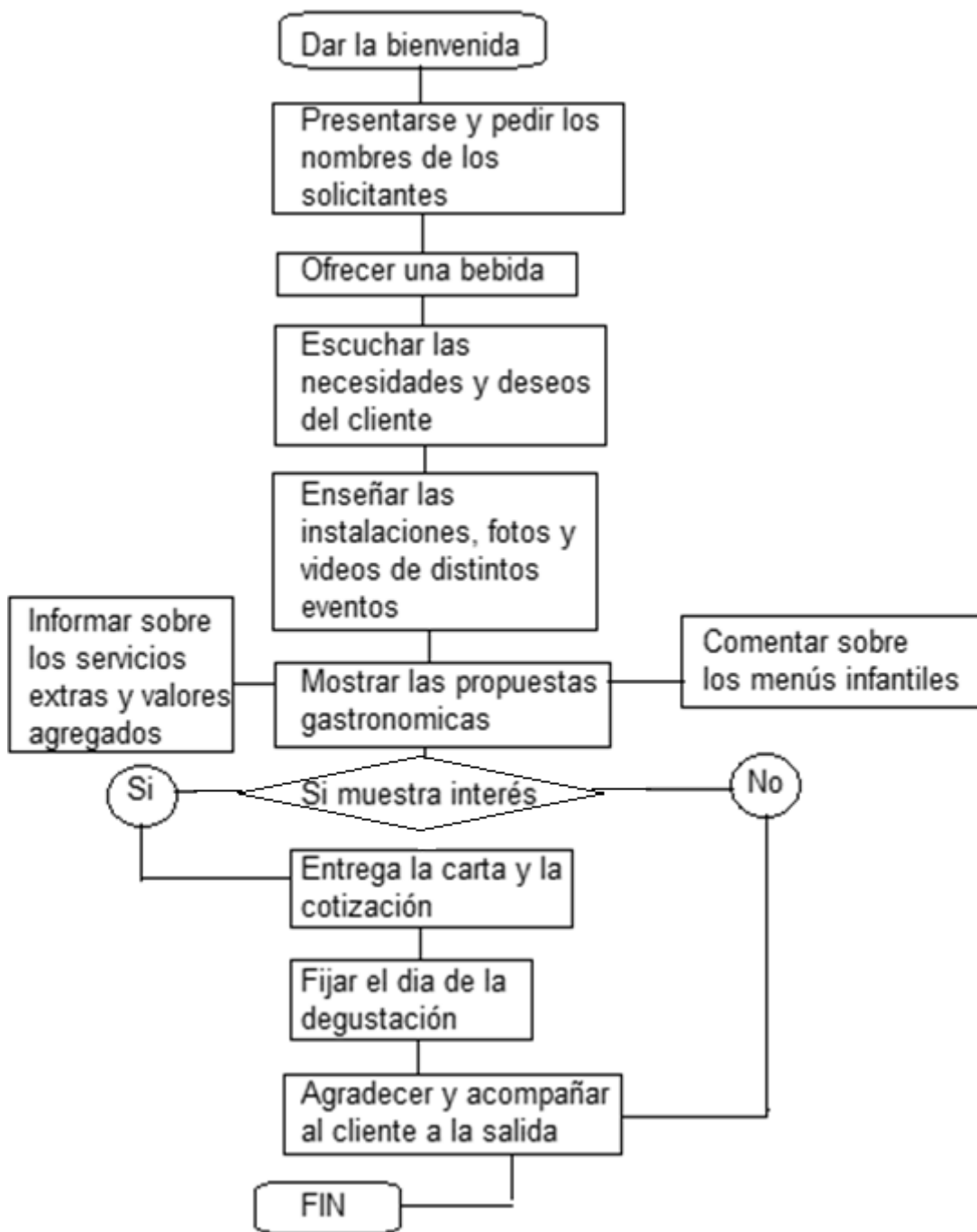


Gráfico 38: Diagrama Proceso de ventas  
Elaborado por: Andrea Medina

### 3.3.2 Compra de alimentos

Adquirir insumos para la producción de alimentos sobre la base de: precio, calidad y cantidad.

#### Políticas

- El personal que manipule alimentos sin envasar deberá tener conocimientos claros sobre la higiene alimentaria.
- Las superficies destinadas a estar en contacto con los alimentos serán lisas, impermeables y de fácil limpieza y desinfección.
- Ningún tipo de alimento ni los recipientes que los contengan, podrá estar en contacto con el suelo en cualquiera de los procesos de almacenamiento, manipulación o preparación culinaria.
- Siempre que se precise y después de cada preparación se procederá a la limpieza de la mesa y de los útiles empleados, quedando los alimentos debidamente resguardados.
- Deberán disponer de recipientes con bolsa para basuras y desperdicios. La evacuación se realizará en dichas bolsas bien cerradas con la periodicidad necesaria.

### 3.3.3 COCINA

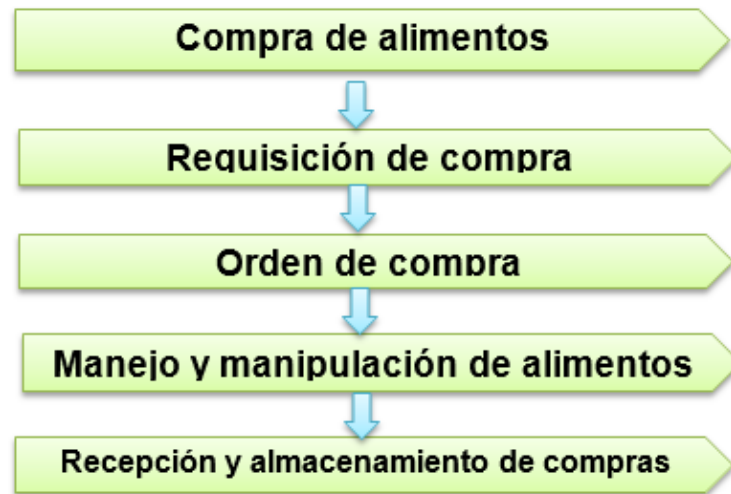


Gráfico 39: Cocina  
Fuente: Tesis Juan Cruz  
Elaborado por: Andrea Medina

### 3.3.4 COMPRA DE ALIMENTOS

- Crear una base de datos referente a proveedores, sobre la cual se pueda realizar el proceso de selección.
- Mantener comunicación constante con los proveedores para tener información en cuanto a variación de precios, ofertas y promociones.
- Tener en cuenta el tiempo de caducidad, sobre todo cuando se adquiere productos perecederos.
- Almacenar los productos a temperatura adecuada para evitar variación en su contenido y estructura.

## DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

**Responsable:** Gerente y Cocinero

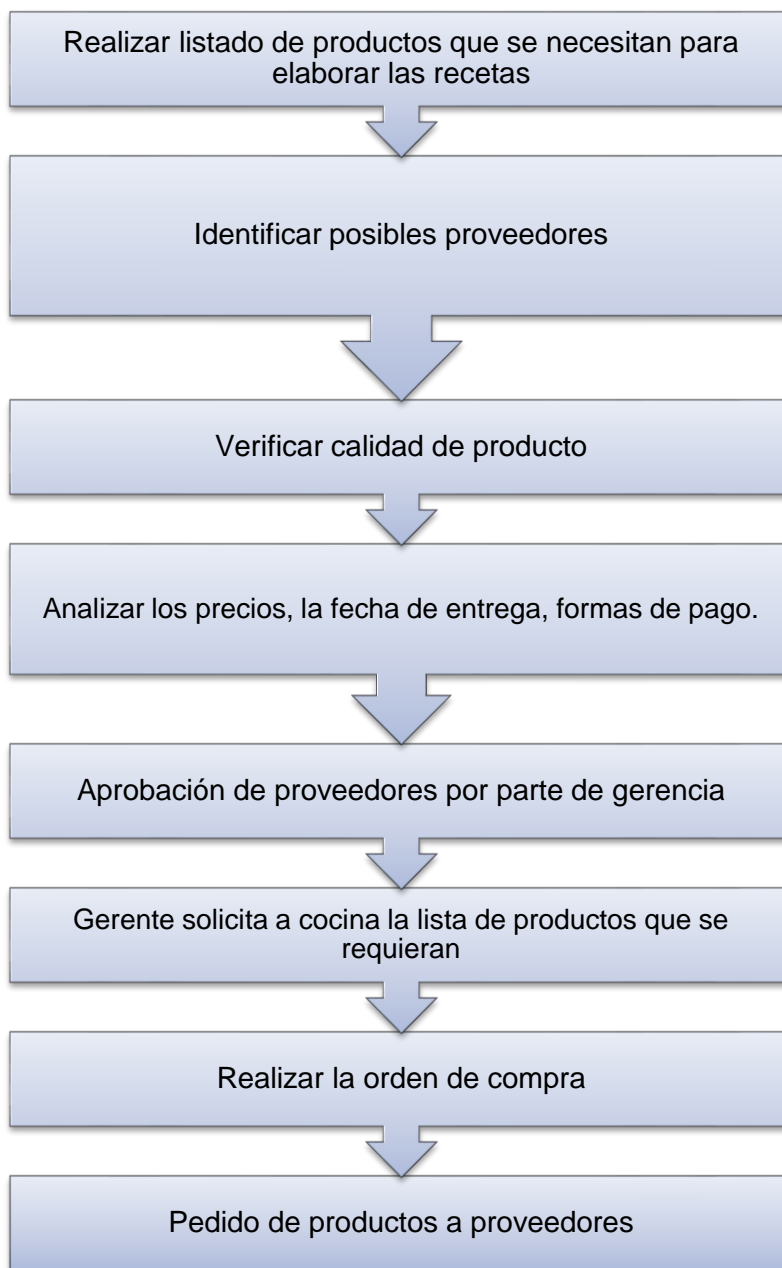


Gráfico 40: Compra de alimentos  
Fuente: Tesis Juan Cruz  
Elaborado por: Andrea Medina

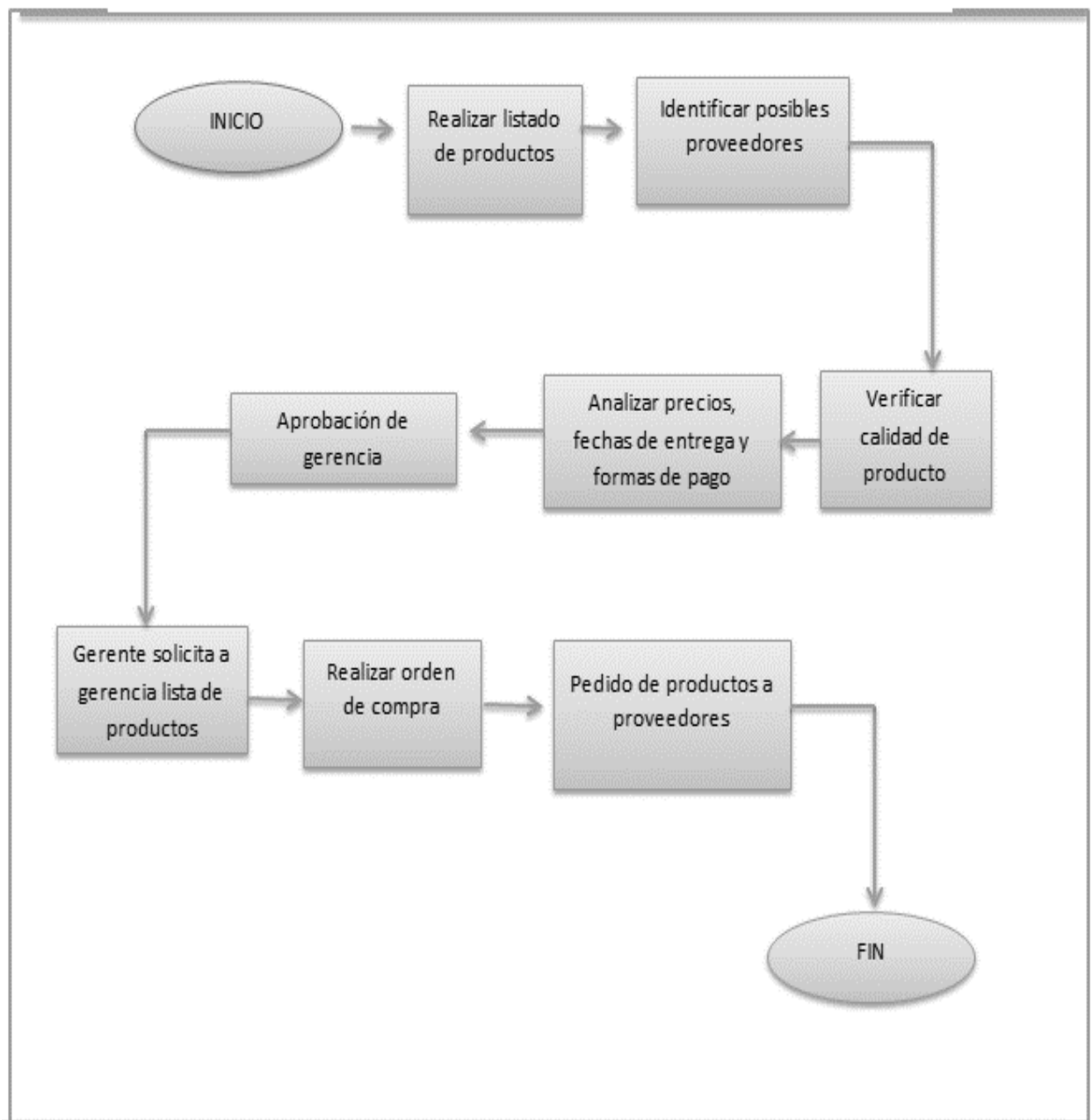
**DIAGRAMA DE FLUJO**

Gráfico 41: Diagrama compra de alimentos

Fuente: Tesis Juan Cruz

Elaborado por: Andrea Medina



### 3.3.5 REQUISICIÓN DE COMPRAS

Realizar el pedido de los alimentos necesarios para la elaboración de los menús requeridos en el evento contratado.

#### DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

**Responsable:** Cocinero

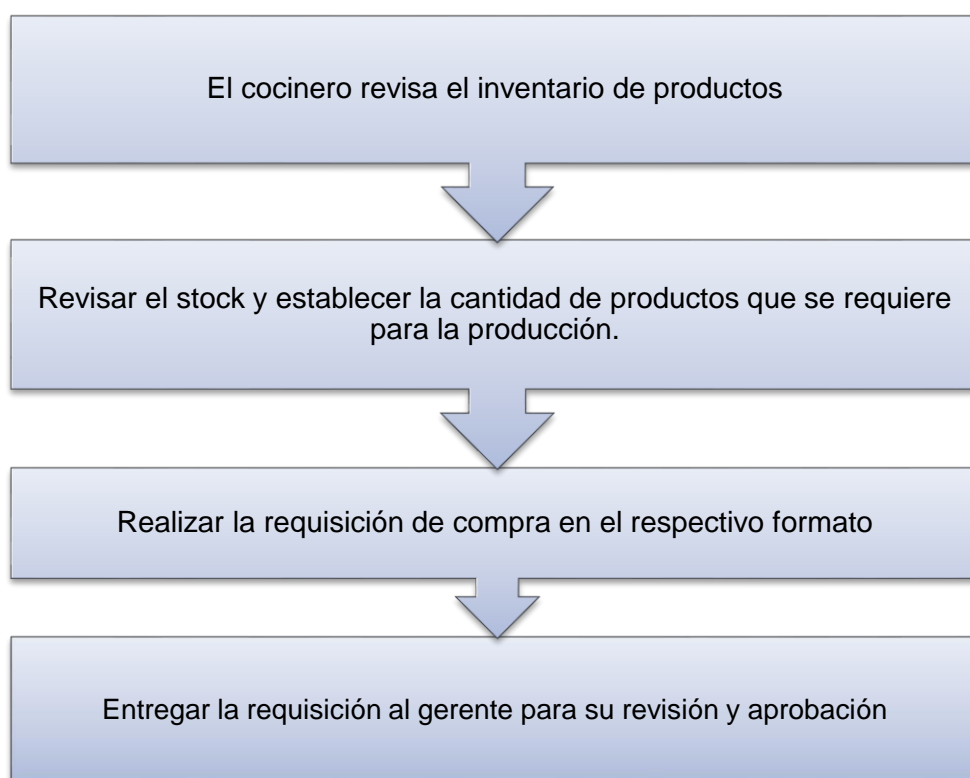


Gráfico 42: Requisición de compras

Fuente: Tesis Juan Cruz

Elaborado por: Andrea Medina

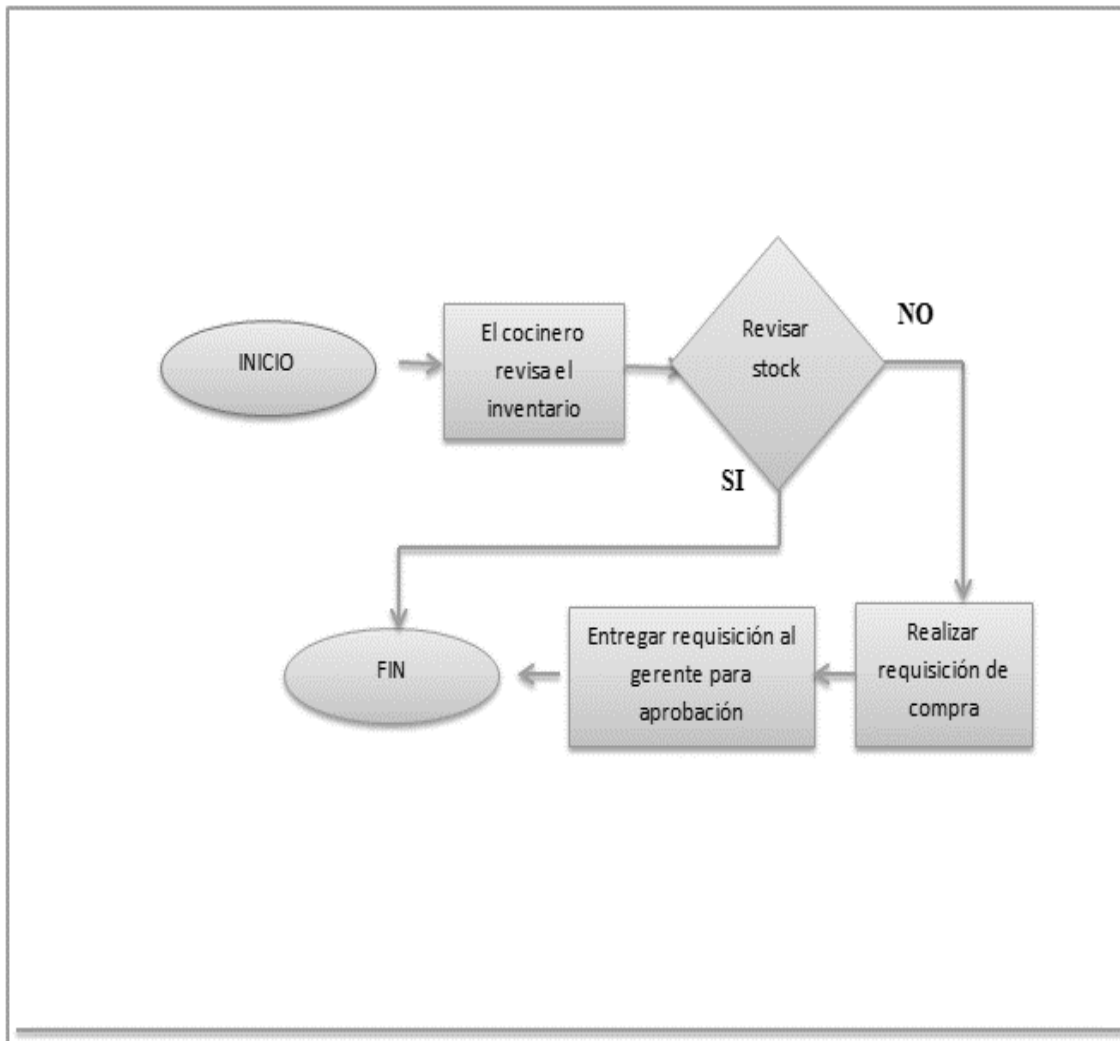

**DIAGRAMA DE FLUJO**

Gráfico 43: Diagrama requisición de compras

Fuente: Tesis Juan Cruz

Elaborado por: Andrea Medina

**Formato de requisición de compras**



SALA DE EVENTOS  
"LA COLINA"  
REQUISICIÓN DE COMPRA

**N.**

**Departamento:**

**Fecha:**

**Fecha de evento:**

Cantidad	Descripción	Cant. Despachada	Especificaciones

Autorizado \_\_\_\_\_
Recibido \_\_\_\_\_

Despachado \_\_\_\_\_

Gráfico 44: Formato requisición de compras  
Fuente: Tesis Juan Cruz  
Elaborado por: Andrea Medina

### 3.3.6 ORDEN DE COMPRA

#### Descripción del proceso

Solicitar los insumos necesarios para la producción a los proveedores mediante el respaldo de la respectiva orden de compra.

#### Políticas

- Registrar el pedido de orden de compra en su formato correspondiente.
- Se dará curso a la orden de compra únicamente con la aprobación del gerente general.
- La compra de cada producto se realizará a los proveedores aprobados por el gerente general y administrador.

#### DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

**Responsable:** Gerente

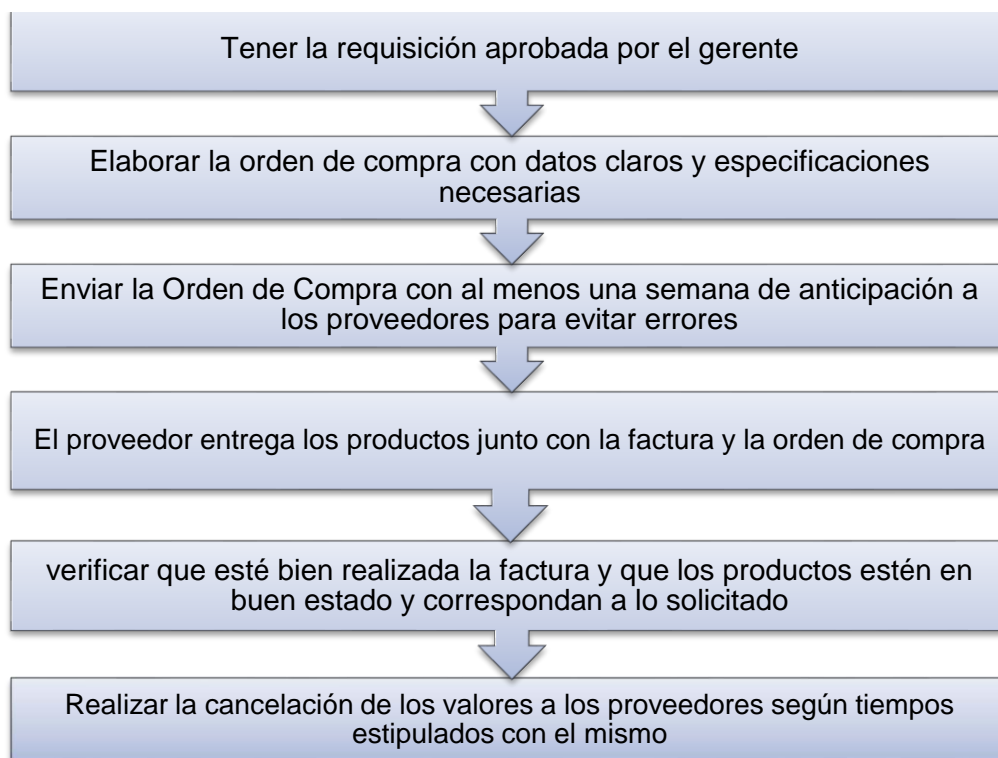


Gráfico 45: Orden de compra  
Fuente: Tesis Juan Cruz  
Elaborado por: Andrea Medina

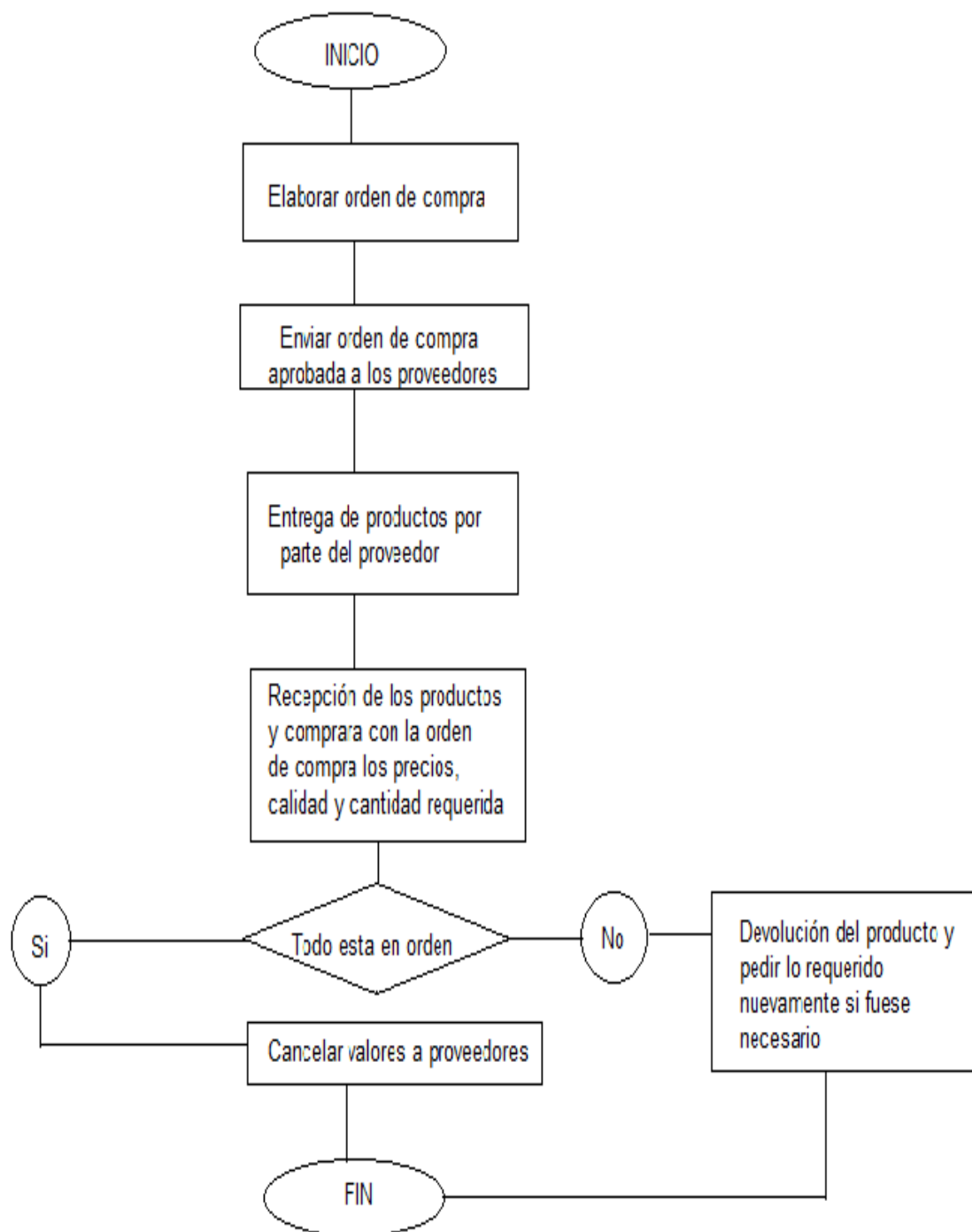
**DIAGRAMA DE FLUJO**

Gráfico 46: Diagrama orden de compra

Fuente: Tesis Juan Cruz

Elaborado por: Andrea Medina

## Formato de orden de compra


				
<p>SALA DE EVENTOS "LA COLINA" ORDEN DE COMPRA</p>				
Fecha:				
Departamento:				
Nombre del proveedor:				
Articulo	Unidad	\$ Unidad	Cantidad Ordenada	Total
Observaciones:				Subtotal 1:
				Dscto:
				Subtotal 2:
				IVA:
				TOTAL:
Autorizado por:				

Gráfico 47: Formato orden de compra  
Fuente: Tesis Juan Cruz  
Elaborado por: Andrea Medina

### **3.3.7 RECEPCIÓN Y ALMACENAJE DE COMPRAS**

Establecer el adecuado ingreso de insumos a la cocina y su correcto almacenaje para evitar daños que puedan producir pérdidas.

#### **Políticas**

- Fijar una hora específica de entrega de los productos que facilite su inspección.
- Verificar características como: olor, sabor, color, textura propios de cada tipo de producto.
- Verificar que los alimentos sean almacenados de acuerdo a la temperatura adecuada en congelación o refrigeración.
- Evitar sobrecargas de alimentos en los lugares establecidos.
- Almacenar los alimentos cocidos en la parte superior y los alimentos crudos en la parte inferior para evitar que se dé una contaminación cruzada.
- Tomar en cuenta las especificaciones de los fabricantes para almacenar los alimentos.
- Limpiar correctamente todas las áreas de almacenamiento de alimentos para evitar cualquier tipo de contaminación.

## DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

**Responsable:** cocinero y gerente

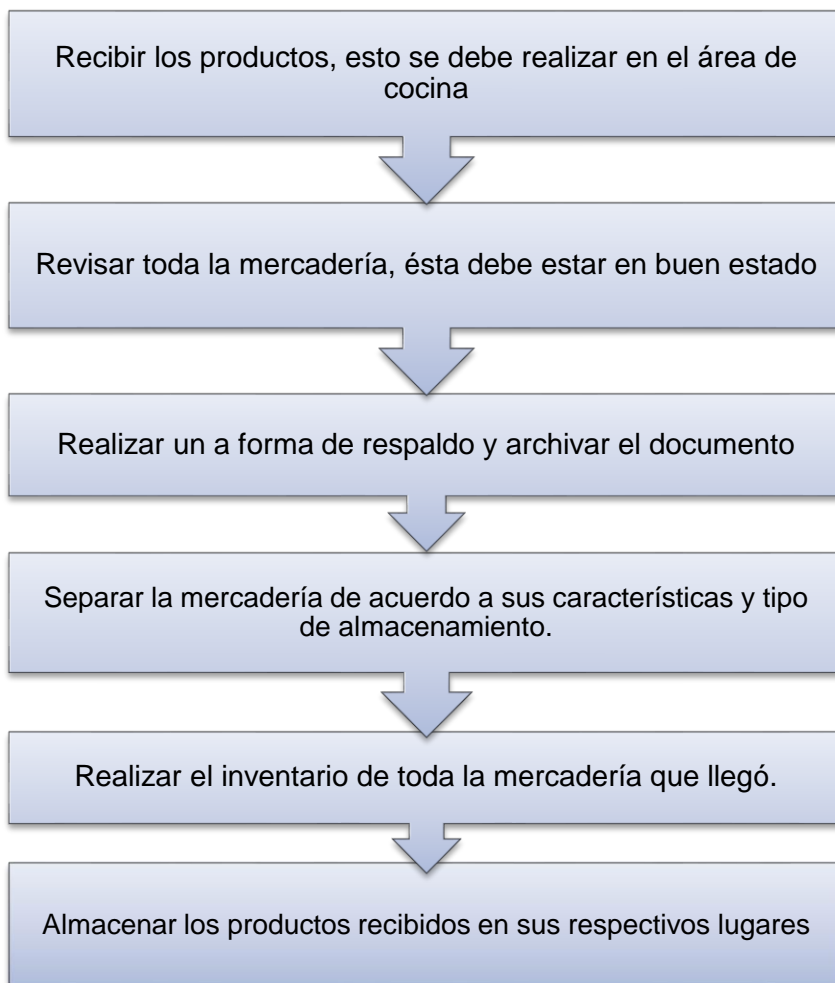


Gráfico 48: Recepción y almacenaje de compras

Fuente: Tesis Juan Cruz

Elaborado por: Andrea Medina



## DIAGRAMA DE FLUJO

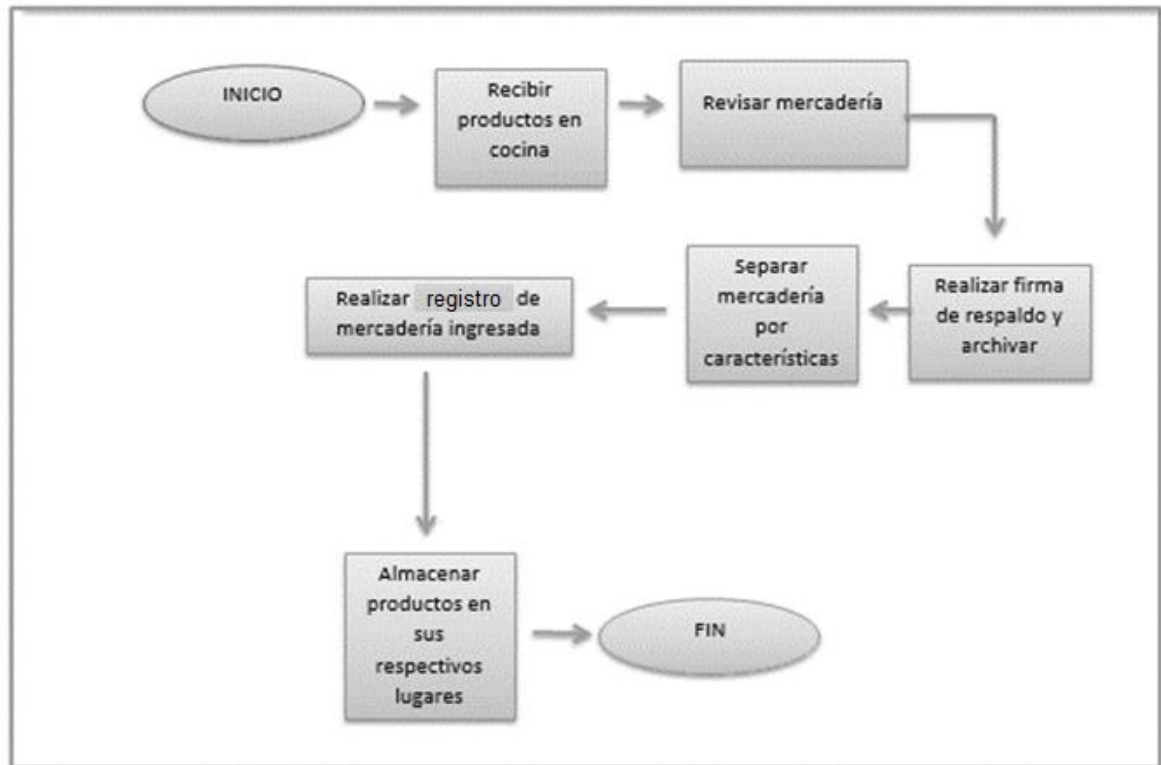


Gráfico 49: Diagrama Recepción y almacenaje de compras

Fuente: Tesis Juan Cruz

Elaborado por: Andrea Medina

### 3.3.8 Manejo y manipulación de alimentos

Establecer estándares para el manejo y manipulación de alimentos que permitan ofrecer a los clientes alimentos saludables e higiénicamente preparados. Utilizar en lo posible utensilios diferentes para realizar cortes en cada producto para evitar la contaminación cruzada.

#### Políticas

- No exponer los alimentos a temperatura ambiente por periodos prolongados.
- Evitar el exceso de humedad, ya que favorece al crecimiento de gérmenes.
- Evitar el contacto directo con las manos, utilizar utensilios o guantes para evitar contaminación.
- Aislar las heridas con un elemento impermeable.

- Descongelar los alimentos en el refrigerador y no a temperatura.
- Respetar la garantía de los fabricantes de alimentos para su conservación y almacenamiento.

## DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

**Responsable:** Chef

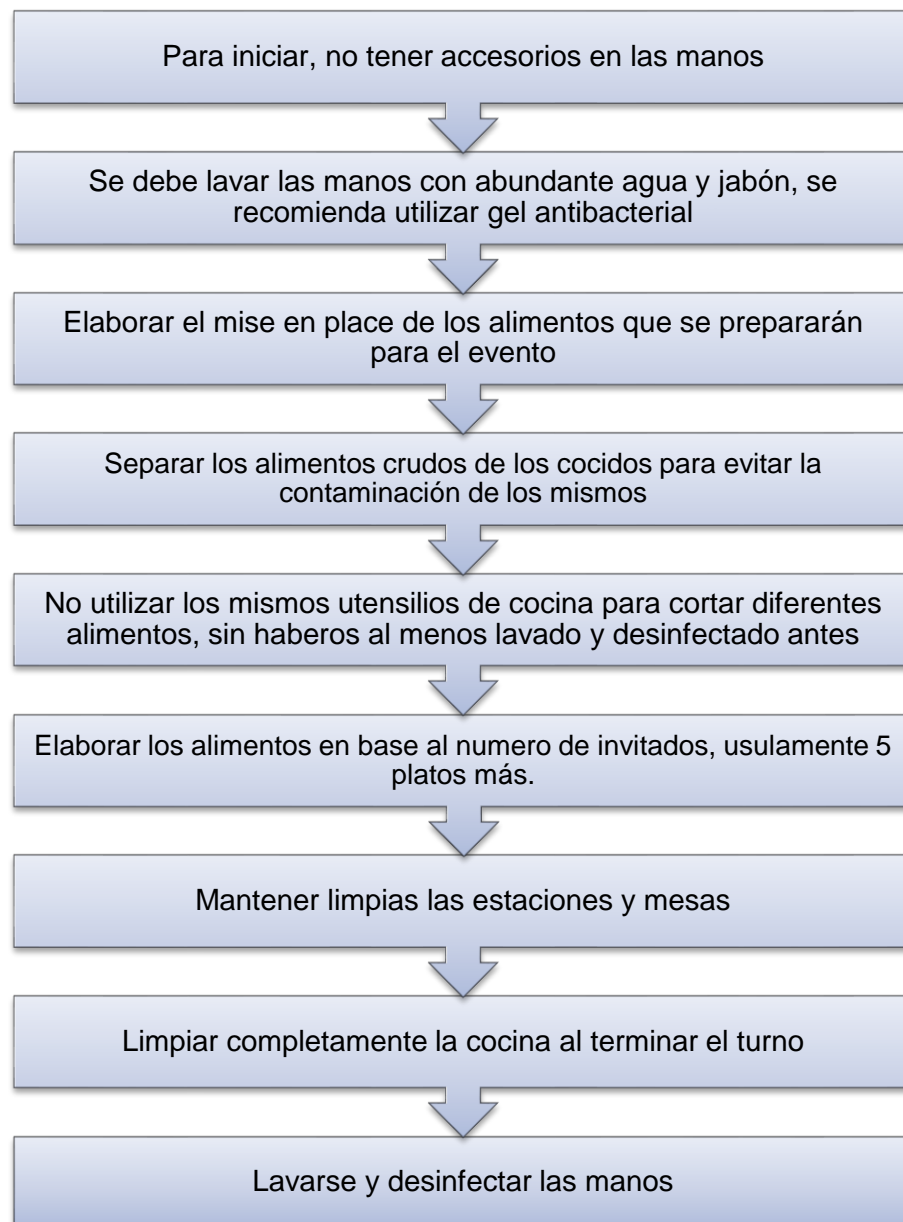


Gráfico 50: Manejo y manipulación alimentos

Fuente: Tesis Juan Cruz

Elaborado por: Andrea Medina

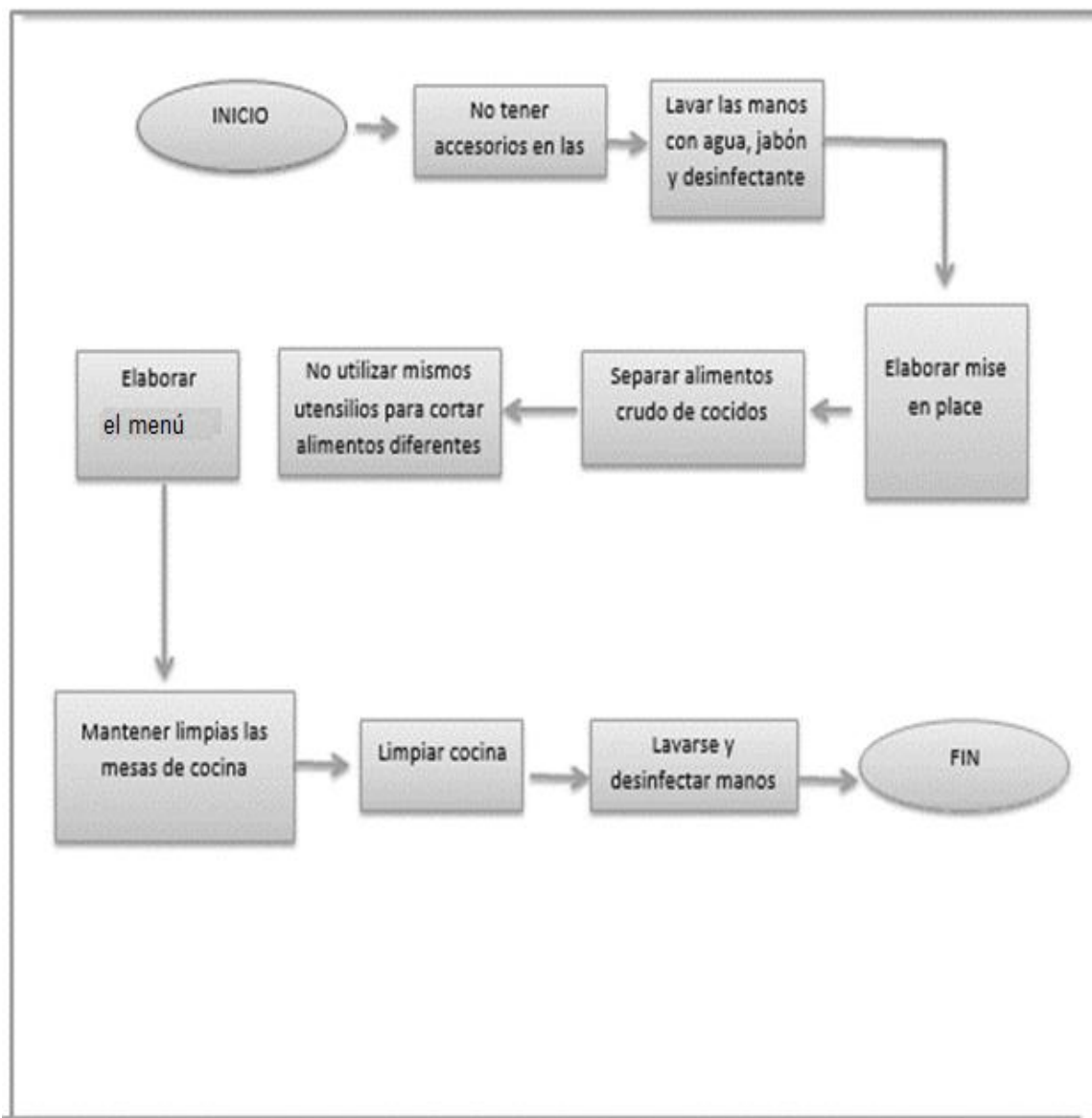
**DIAGRAMA DE FLUJO**

Gráfico 51: Diagrama manejo y manipulación de alimentos

Fuente: Tesis Juan Cruz

Elaborado por: Andrea Medina

### 3.3.9 SERVICIO AL CLIENTE

#### DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

**Responsable: Mesero**

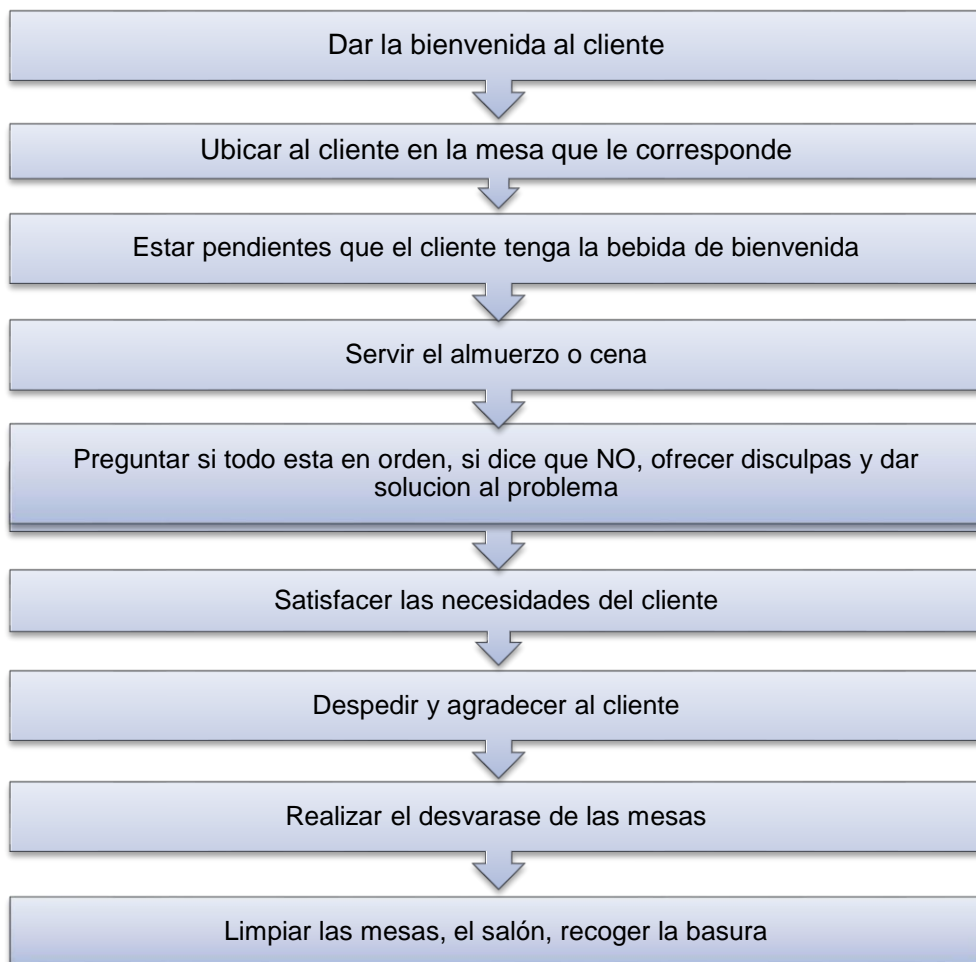


Gráfico 52: Servicio al cliente  
Elaborado por: Andrea Medina

## DIAGRAMA DE FLUJO

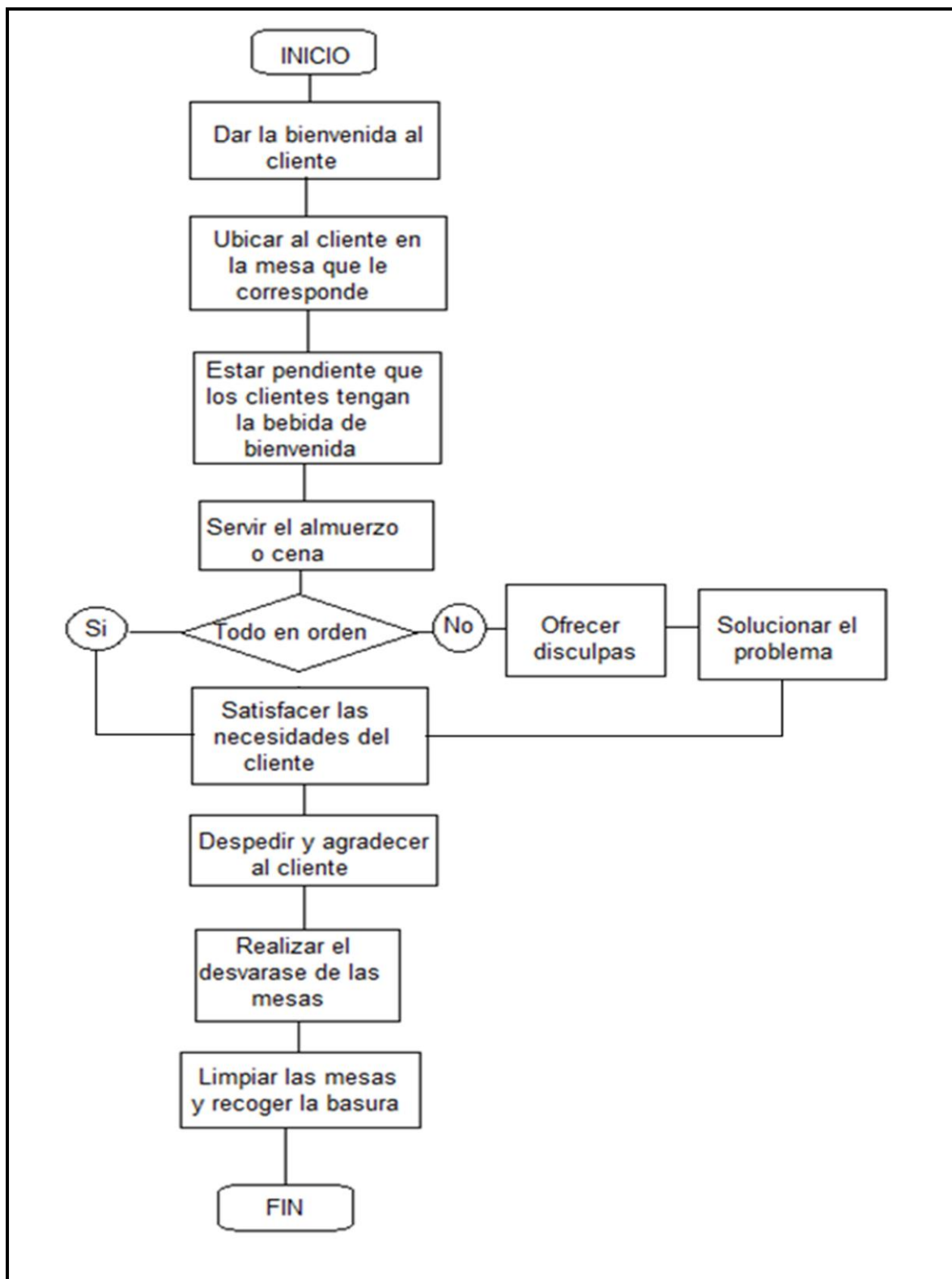


Gráfico 53: Diagrama de flujo  
Elaborado por: Andrea Medina

### 3.3.10 PROCESO DE FACTURACIÓN

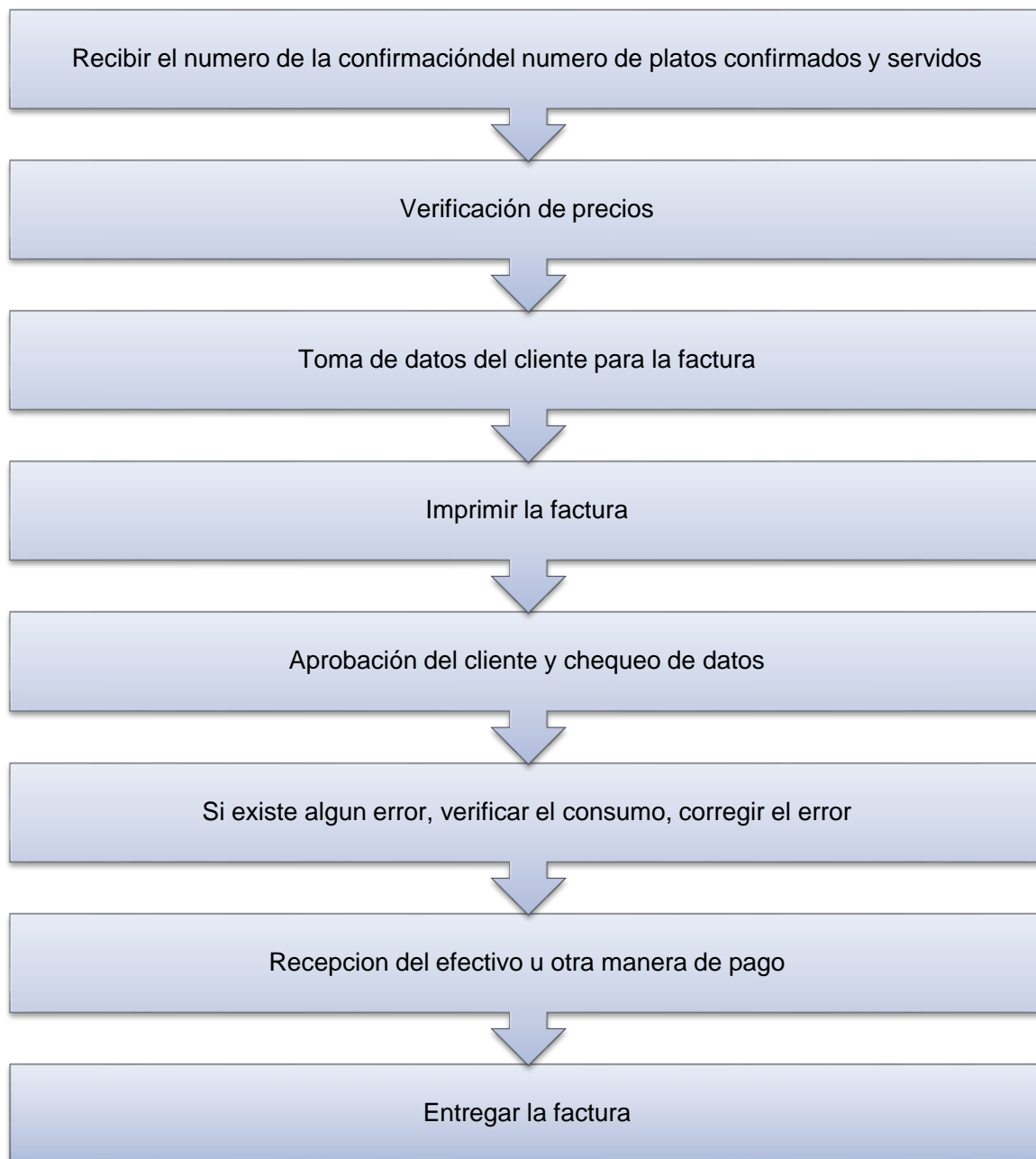


Gráfico 54: Proceso de Facturación  
Elaborado por: Andrea Medina

## DIAGRAMA DE FLUJO

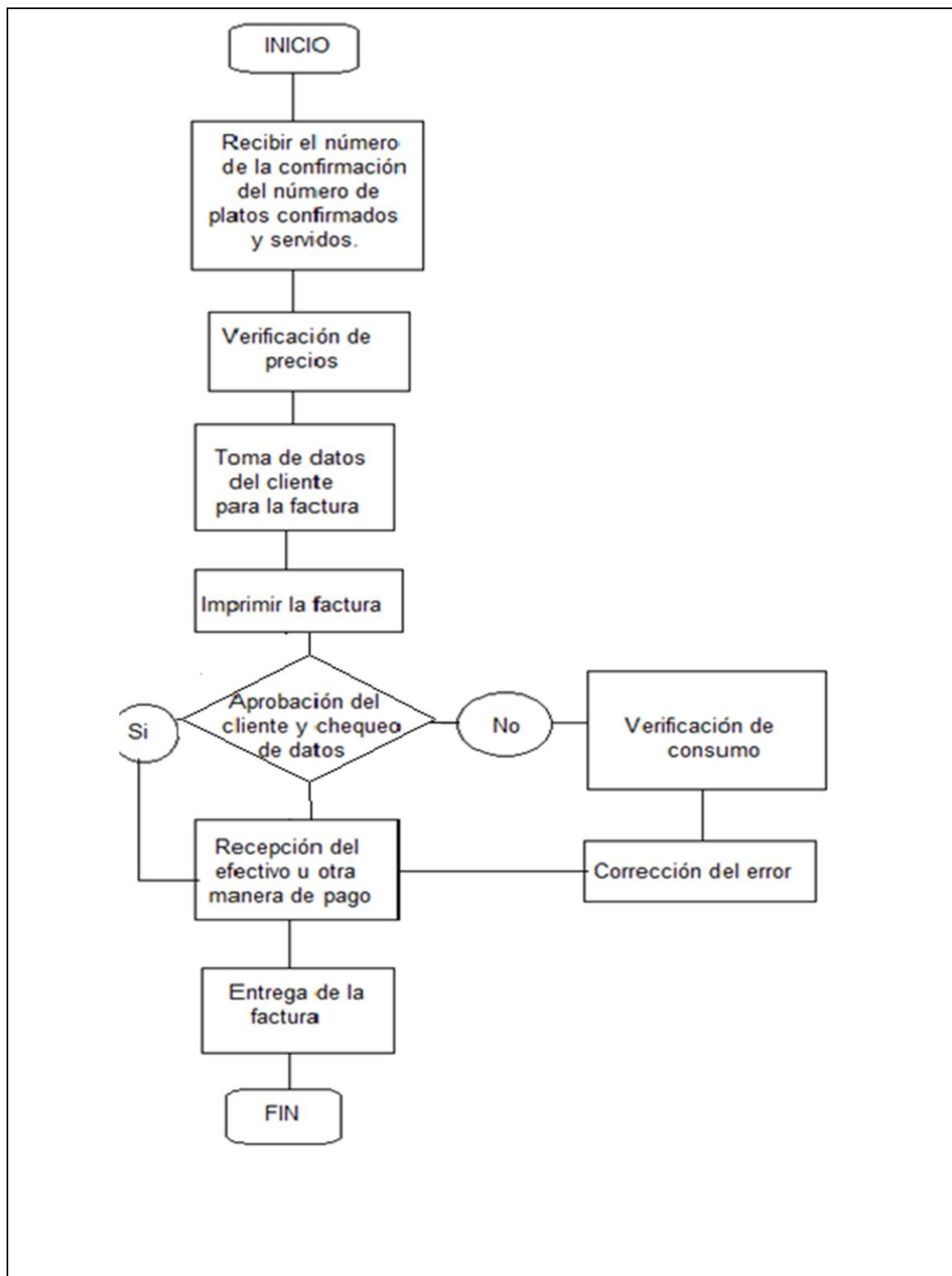


Gráfico 55: Diagrama de flujo  
Elaborado por: Andrea Medina

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### CONCLUSIONES

Después de realizar el análisis completo de la sala de eventos LA COLINA se pudo identificar varias falencias que vale la pena tomarlas en cuenta para mejorarlas.

- El establecimiento no cuenta con el personal necesario para cumplir con todas las tareas asignadas, lo que hace que el personal disponible realice sus funciones al apuro, no existe tiempo para verificar si las labores quedaron bien hechas.
- La falta de inventarios tanto en el área de cocina como en el área de servicio ha traído inconvenientes, ya que al momento de terminarse algún producto deben utilizar otro producto parecido o a su vez comprar en tiendas cercanas, esto repercute en los gastos.
- A pesar de que el personal tiene fijado un horario, por cualquier circunstancia, estos pueden extenderse, y el personal se siente desmotivado.
- Según los resultados de las encuestas, el personal no recibió ningún tipo de capacitación, o manual instructivo que les permita realizar sus tareas de forma eficiente.
- El equipamiento del salón no satisface en gran mayoría las expectativas de los clientes.



- Se logró identificar que no existe ningún tipo de documento sobre el cual se deje un registro del proceso que se está efectuando.
- Se conoció que los clientes quieren una innovación en el menú y en la decoración que en la sala de eventos se ha estado llevando a cabo.

## **RECOMENDACIONES**

- Se recomienda contratar más personal, esto permitirá a cada uno enfocarse en sus tareas y así garantizar que las mismas se realicen de la mejor manera.
- Se recomienda diseñar varios formatos que sirvan para controlar existencias.
- Se recomienda diseñar formatos de procesos que deben llevarse a cabo, para una mejor ejecución del trabajo de los empleados.
- Se recomienda implementar manuales de funciones y operaciones, ya que al realizar las tareas de forma empírica crece el riesgo de cometer errores, dando como consecuencia la insatisfacción del cliente, y que este busque otros lugares donde realizar sus eventos.
- Se recomienda actualizar el menaje, utensilios, mantelería, cubertería y cristalería ya que varias no se encuentran en buen estado.
- Se recomienda la creación de documentos que reflejen los procesos, ya que esto proveerá mayor confianza a los empleados al realizar una tarea y por ende una mayor satisfacción de los clientes que visitan el establecimiento.

- Un salón de eventos limpio es fundamental al momento de querer reflejar una buena imagen, por lo que se recomienda implementar un proceso en el que la adecuada limpieza del salón, cocina y servicios sanitarios sea una de las principales tareas, innovar ideas, menús, decoración y promociones hará que nuevos clientes se interesen por organizar eventos en LA COLINA.

**ANEXOS**

Fachada  
Sala De Eventos La Colina  
Elaborado Por: Andrea Medina



Parqueadero Interno  
Sala De Eventos La Colina  
Elaborado Por: Andrea Medina



Calle principal  
Sala De Eventos La Colina  
Elaborado Por: Andrea Medina



Entrada a la bodega  
Sala De Eventos La Colina  
Elaborado Por: Andrea Medina



Calle lateral (Estacionamiento de autos)  
Sala De Eventos La Colina  
Elaborado Por: Andrea Medina



Entrada al salón  
Sala De Eventos La Colina  
Elaborado Por: Andrea Medina



Gradas internas  
Sala De Eventos La Colina  
Elaborado Por: Andrea Medina



Acceso interno  
Sala De Eventos La Colina  
Elaborado Por: Andrea Medina





Ventanales del Salón  
Sala De Eventos La Colina  
Elaborado Por: Andrea Medina



Mesas y sillas del salón  
Sala De Eventos La Colina  
Elaborado Por: Andrea Medina



Sonido y Montaje  
Sala De Eventos La Colina  
Elaborado Por: Andrea Medina

### **Bibliografía**

- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación (administración, economía, humanidades y ciencias sociales)*. Bogotá: Pearson.
- De la Torre, O. (1980). *Turismo, fenómeno social*. México D.F.: Fondo de Cultura Económica.
- Dorado, J. A. (2000). *Manual de recepción y atención al cliente*. Vallehermoso, Madrid: Síntesis.
- Franklin, E. (2009). *Organización de empresas (3ª ed.)*. Mexico: McGrawhill.
- Ginés, J. R. (2003). *Gestión de Banquetes*. Vallehermoso, España: Sintesis.
- Ibañez, A. A. (1998). *El proceso de la Entrevista*. Bogotá, Colombia: Limusa.
- Juan, S., & Roussos, A. (Julio de 2010). *El focus group como técnica de investigación cualitativa. Documentos de Trabajo No. 256*. Recuperado el 14 de Octubre de 2013, de [www.ub.edu.ar](http://www.ub.edu.ar) (Universidad de Belgrano): [http://www.ub.edu.ar/investigaciones/dt\\_nuevos/254\\_Roussos.pdf](http://www.ub.edu.ar/investigaciones/dt_nuevos/254_Roussos.pdf)
- Martín, F. A. (2004). *La Encuesta: Una Perspectiva General Metodologica*. Madrid, España: Sociology.
- Martínez, H. (2008). *Diccionario de Hospitalidad*. Quito: Gráficas Cobo.
- Melendo, R. P. (2004). *Diccionario de Hostelería*. España: Thomson Paraninfo.
- Méndez, C. (2001). *Metodología. Diseño y desarrollo del proceso de investigación*. Colombia: McGraw Hill.
- Pazos, J. (2008). *El sabor de la memoria: Historia de la cocina quiteña*. Quito: FONSA.
- Posso Yépez, M. (2011). *Marco Lógico, Tesis y Proyectos - Planes e Informes de Investigación*. Quito: Noción.

Rojas, V. M. (2011). *Metodología de la Investigación*. Bogotá, Colombia: Ediciones de la U.

Zavala, S. (Marzo de 2012). *Guía a la redacción en el estilo APA, 6ta edición*. Recuperado el 23 de Julio de 2013, de [www.ute.edu.ec](http://www.ute.edu.ec): [http://uiio.ute.edu.ec/itt/INVESTIGACION/Guia\\_Redaccion\\_APA\\_6taEd.pdf](http://uiio.ute.edu.ec/itt/INVESTIGACION/Guia_Redaccion_APA_6taEd.pdf)

## **TESIS**

- Cruz, Juan. (2014). Elaboración de un manual de procesos para el área técnica operativa del hotel andino ubicado en la ciudad de Quito. Recuperada del Repositorio digital de la UTE.
- Plaza, Paula. (2013). Elaboración del plan de mejoramiento del área operativa de la empresa de Catering y Eventos Platobar ubicada en la ciudad de Latacunga, Provincia de Cotopaxi.

Recuperada del Repositorio digital de la UTE.

- Veintimilla, Paola. (2014). Propuesta de diseño de un manual de procedimientos en las áreas operativas de la Hostería Alemana ubicada en la mitad del mundo.

Recuperada del Repositorio digital de la UTE.