

ÍNDICE DE CONTENIDO

	Pág.
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. BREVE RESEÑA HISTÓRICA DEL RESTAURANT PASCUALINI.....	3
III. DESCRIPCIÓN DEL SECTOR GASTRONÓMICO	4
IV. MARCO LEGAL	6

CAPÍTULO I

DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO Y DE MERCADOTECNIA

1.1. DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO.....	9
1.2. VALIDACIÓN DE LA MISIÓN, VISIÓN Y OBJETIVOS.....	10
1.2.1. Validación de la misión	10
1.2.2. Validación de la visión	13
1.2.3. Objetivos del restaurant	14
1.3. PRINCIPIOS Y VALORES	16
1.4. ANÁLISIS DE LA ESTRATEGIA	17
1.5. ANÁLISIS EXTERNO.....	17
1.5.1. Análisis de la matriz efe	20
1.5.2. Interpretación de resultados.....	21
1.5.3. Análisis del entorno competitivo del sector gastronómico.....	22
1.5.4. Análisis de la posición competitiva del restaurant Pascualini	25
1.6. ANÁLISIS INTERNO.....	26
1.6.1. Perfil de Capacidades Internas (PCI).....	26
1.6.1.1. Capacidad directiva	27
1.6.1.2. Capacidad competitiva	28
1.6.1.3. Capacidad financiera	30
1.6.1.4. Capacidad tecnológica.....	32

1.6.1.5. Capacidad del talento humano.....	33
1.6.2. Matriz de los Factores Internos (EFI).....	35
1.6.3. Interpretación de resultados.....	36
1.6.4. Análisis CAME.....	38
1.7. DIAGNÓSTICO DE MERCADOTECNIA.....	39
1.7.1. Identificación de factores críticos de éxito.....	39
1.7.2. Mezcla de mercadotecnia.....	41
1.7.3. Validación e identificación de la estrategia comercial.....	60
1.7.4. Análisis de la cartera de productos del restaurante Pascualini a través de la matriz Boston Consulting Group (BCG).....	60
1.7.5. Análisis de las ventas.....	62
1.7.6. Investigación de mercados.....	64
1.7.7. Tamaño de muestra.....	65
1.7.8. Levantamiento de información.....	65
1.7.9. Resultados del estudio de mercado.....	65
1.8. CONCLUSIONES.....	86
1.8.1. Encuesta a clientes potenciales.....	87
1.8.2. Interpretación de resultados.....	89
1.8.3. Conclusiones del área estratégica y de mercadotecnia.....	98

CAPÍTULO II

DIAGNÓSTICO ORGANIZACIONAL – ADMINISTRATIVO

2.1. EVALUACIÓN DE LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	101
2.1.1. Organigrama.....	101
2.1.2. Análisis del organigrama del restaurant Pascualini.....	103
2.1.3. Inventario de recursos humanos.....	106

2.1.4. Reglamento interno.....	107
2.1.5. Manual de organización y funciones	108
2.1.6. Análisis del estilo de liderazgo	108
2.1.7. Principales aspectos administrativos	110
2.2. CONCLUSIONES DEL ÁREA ORGANIZACIONAL – ADMINISTRATIVA.....	110

CAPÍTULO III

DIAGNÓSTICO OPERATIVO – FINANCIERO

3.1. EVALUACIÓN DE LOS PRINCIPALES PROCEDIMIENTOS DE LA ORGANIZACIÓN	112
3.1.1. Procedimiento de compra de materia prima	112
3.1.2. Procedimiento de inspección de calidad	113
3.1.3. Procedimiento de elaboración.....	113
3.1.4. Procedimiento de atención al cliente	114
3.1.5. Procedimiento de cobranza.....	114
3.1.6. Procedimiento del pago	115
3.1.7. Procedimiento de ingresos.....	115
3.1.8. Procedimiento contable	115
3.1.9 Procedimiento financiero.....	116
3.2. DIAGNÓSTICO FINANCIERO.....	116
3.2.1. Análisis de los Estados Financieros.....	116
3.1.3 Estado de Resultados	117
3.1.2. Balance General.....	121
3.1.3 Análisis Comparativo Horizontal de los Estados Financieros.....	124
3.1.4. Análisis Comparativo Vertical de los Estados Financieros.....	126
3.2. ANÁLISIS POR MEDIO DE INDICADORES FINANCIEROS	129

CAPÍTULO IV:	135
ASPECTOS GENERALES DE LA PROPUESTA INTEGRAL	135
4.1. ANÁLISIS FODA	135
4.2. MATRIZ CAUSA – EFECTO - SOLUCIÓN	137
4.3. ESQUEMA GENERAL DE LA PROPUESTA INTEGRAL	139
CAPÍTULO V	140
PROPUESTA ÁREA ESTRATÉGICA - MERCADOTECNIA:	140
5.1. PLAN ESTRATÉGICO DEL RESTAURANTE PASCUALINI	140
5.1.1. Introducción	140
5.1.2. Direccionamiento estratégico del Restaurant Pascualini	140
5.1.2.1. Misión	140
5.1.2.2. Visión	142
5.1.3. Objetivos estratégicos	144
5.1.4. Principios y valores organizacionales.....	144
5.2. ESTRATEGIA GENÉRICA DEL RESTAUTANT PASCUALINI.....	146
5.3. SEGMENTACIÓN	147
5.4. DESARROLLO DE LA ESTRATEGIA DE DIFERENCIACIÓN DEL RESTAURANT PASCUALINI.....	148
5.5. ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO.....	152
5.5.1. Imagen	152
5.5.2. Slogan	154
5.6. PLAN DE MERCADOTECNIA DE RESTAURANT PASCUALINI	154
5.6.1. FACTORES CLAVES DE ÉXITO DEL RESTAURANT PASCUALINI	154
5.6.2. VENTAJA COMPETITIVA	155
5.6.3. DESARROLLO DE LA MEZCLA COMERCIAL DEL RESTAURANT PASCUALINI.....	155

5.6.3.1. Producto	155
5.6.3.3. Evidencia física.....	159
5.6.3.3.1. Limpieza del Restaurante	160
5.6.3.3.2. Mantención del Tocador	161
5.6.3.3.3. Set Up de Mesas	161
5.6.3.4. Comunicación	162
5.6.3.5. Personal	164
5.6.4. Estrategia de diversificación.....	166
CAPÍTULO VI.....	168
PROPUESTA ÁREA ADMINISTRATIVA ORGANIZACIONAL.....	168
6.1. REDISEÑO ORGANIZACIONAL.....	168
6.1.1. Estructura Organizacional	168
6.1.2. Políticas de Gestión propuestas	169
6.1.3. OSA (Opción de salir antes).....	170
6.2. BASES DEL SERVICIO AL CLIENTE.....	171
6.2.1. Normas para los empleados	171
6.2.2. Procedimiento de atención por Teléfono	172
6.2.2.1. Reserva	173
6.2.3. Pedidos para llevar.....	174
6.2.4. Quejas de los clientes.....	175
CAPÍTULO VII	176
PROPUESTA ÁREA OPERATIVA FINANCIERA	176
7.1. DISEÑO DE UN SISTEMA ADMINISTRATIVO CONTABLE INTEGRADO	176
7.1.1. Registro en el SIN del sistema de facturación computarizado	177
7.1.2. Presupuesto y control presupuestario	179
7.1.2.1. Presupuesto de ingresos y gastos.....	179
7.2. EVALUACIÓN ECONÓMICA DE LA PROPUESTA	181

7.2.1. Presupuesto Total de Implementación de la Propuesta	181
7.3. ESTADO DE RESULTADOS PROPUESTO	181
7.4. ANÁLISIS BENEFICIO/COSTO	185
CAPÍTULO VIII.....	186
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	186
8.1. CONCLUSIONES	186
8.2. RECOMENDACIONES.....	186
ANEXO I	187
ANEXO II.....	189
ANEXO III	198
ANEXO IV.....	202
BIBLIOGRAFÍA	203
WEBGRAFÍA	207