



**Universidad
Latina**

**UNIVERSIDAD LATINA, S.C.
INCORPORADA A UNAM.**

**DISEÑO DE UN PROYECTO PARA UNA ORGANIZACIÓN
CONSULTORÍA A LA FRANQUICIA: “MOLECUBAR, S.A. “**

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN**

**P R E S E N T A:
ELIZABETH SÁNCHEZ FLORES**

**A S E S O R:
LIC. MARÍA DE LOS ÁNGELES PÉREZ VARGAS**

MÉXICO, D.F. JUNIO DE 2014.



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.



UNIVERSIDAD LATINA S.C.
INCORPORADA A LA UNAM

México, Distrito Federal a 4 de Junio de 2014

3344-02

**M.C. RAMIRO JESÚS SANDOVAL,
DIRECTOR GENERAL DE INCORPORACIÓN
Y REVALIDACIÓN DE ESTUDIOS, UNAM.
PRESENTE.**

La C. Elizabeth Sánchez Flores ha elaborado el Diseño de un Sistema o Proyecto para una Organización titulado **CONSULTORÍA A LA FRANQUICIA: "MOLECUBAR,S.A."**, bajo la dirección de la Lic. María de los Ángeles Pérez Vargas, para obtener el título de Licenciada en Administración.

La alumna ha concluido el Diseño de un Sistema o Proyecto para una Organización de referencia, misma que llena a mi juicio los requisitos establecidos en la Legislación Universitaria y en la normatividad escolar de la Universidad Latina, S.C. para éste tipo de investigación, por lo que otorgo la aprobación correspondiente para los efectos académicos procedentes.

Atentamente



**C.P. LUZ MARÍA I. ROMERO PÉREZ
DIRECTORA TÉCNICA DE LA ESCUELA
DE CONTADURIA, ADMINISTRACIÓN
CAMPUS SUR**

CONSULTORÍA A LA FRANQUICIA

“MOLECUBAR, S.A.”

ÍNDICE

	págs.
INTRODUCCIÓN	4
CAPÍTULO I	
PRESENTACIÓN DEL ESTUDIO	
1.1 Justificación.....	6
1.2 Objetivos.....	6
1.2.1 General.....	6
1.2.2 Particulares.....	6
1.3 Definir el problema.....	6
1.4 Pregunta de investigación	6
CAPÍTULO II	
PRESENTACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN	
2.1 Cultura Organizacional.....	8
2.1.1 Historia/Antecedentes de la Organización.....	8
2.1.2 Misión.....	8
2.1.3 Visión.....	8
2.1.4 Valores.....	8-9
2.1.5 Estructura orgánica.....	9
CAPÍTULO III	
MARCO TEÓRICO	
3.1 La Consultoría.....	11
3.1.1 Definición de Consultoría.....	11
3.1.2 Objetivos de la Consultoría.....	11-12
3.1.3 Alcance de los servicios de Consultoría.....	12-13
3.1.4 El papel del Consultor.....	13-14
CAPÍTULO IV	
PROPUESTA DE SOLUCIÓN	
4.1 Preparativos.....	16
4.1.1 Contratos.....	16-18
4.2 Diagnóstico.....	19
4.2.1 Planteamiento del problema.....	19
4.2.2 Causas del problema.....	19
4.2.3 Plan para recolectar datos.....	19
4.2.4 Fuentes y formas de recolectar los datos.....	20
4.2.5 Tabulación y análisis de los datos.....	21
4.3 Planificación.....	21
4.3.1 Presentación de propuesta al cliente.....	21
4.4 Aplicación.....	22
4.4.1 Capacitación.....	22-28
4.5 Terminación.....	29
4.5.1 Informe final.....	29
FUENTES DE CONSULTA	
Bibliografías.....	31
Mesografías.....	31

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto muestra la importancia de la Consultoría en la vida profesional de los Licenciados en Administración, así como la ayuda en la propuesta de solución a un caso en específico: como es la franquicia Molecubar, S.A.

Para llegar a una propuesta de solución, el proyecto está dividido en cuatro capítulos, los cuales se describen a continuación:

Capítulo I En este apartado se hace referencia al problema en cuestión, utilizando la estructura metodológica: justificación, objetivos, definición del problema y por último la pregunta de investigación.

Capítulo II Presenta la franquicia Molecubar, S.A., en la cual se refleja su cultura organizacional, sus antecedentes y la estructura orgánica.

Capítulo III La Consultoría juega un papel importante en cualquier organización, es por ello la importancia de hacer mención de conceptos básicos en este servicio profesional, en cuanto a su definición, objetivos, alcance y el papel del factor humano como Consultor.

Capítulo IV Finalmente en éste capítulo Consultores Empresariales de México, S.A. de C.V. en su papel de Consultor presenta la propuesta de solución ante la franquicia Molecubar, S.A. en su papel de Cliente.

CAPÍTULO I

PRESENTACIÓN DEL ESTUDIO

1.1 Justificación

Desde la década de los 60's se ha reconocido que la consultoría de empresas es un servicio profesional útil que ayuda a los directores de las empresas a analizar y resolver los problemas prácticos que afrontan sus organizaciones, a mejorar su rendimiento y aprender de la experiencia de otros gerentes y organizaciones. Cientos de miles de entidades comerciales privadas y de organizaciones públicas de países industrializados y de países menos desarrollados recurren a los servicios de consultoría de empresas, independiente o conjuntamente con actividades de capacitación, dirección de proyectos, consultoría sobre tecnología de la información, asesoramiento financiero, contabilidad, consultoría técnica y otros servicios profesionales.

Sin embargo, la consultoría empresarial es un sector dinámico y rápidamente cambiante de servicios profesionales. Si desean ser competentes y útiles para sus clientes, los consultores han de mantenerse al tanto de las tendencias económicas y sociales, prever cambios que pueden afectar a las empresas de sus clientes y ofrecer asesoramiento que ayude a lograr y mantener un alto rendimiento en un entorno cada vez más complejo, competitivo y difícil.

Es el caso de Molecubar, S.A., franquicia que solicita los servicios de consultoría a Consultores Empresariales de México, S.A. de C.V..

1.2 Objetivos

1.2.1 General

Asesorar a la franquicia para determinar sus estrategias competitivas en el control de los procesos administrativos de un restaurante bar, así como adquirir las herramientas para mejorar su operación diaria, lo que le permitirá gestionar de manera eficaz y eficiente su estructura organizacional.

1.2.2 Particulares

- ✓ Diseñar la planeación de menús con la elaboración de recetas estándar y sus costos.
- ✓ Controlar los costos de alimentos y bebidas con el diseño de una tabla de rangos de los mismos.
- ✓ Elaborar el procedimiento de compras, recepción y almacenamiento de productos con la gestión y valoración de las mercancías y su clase de inventarios.

1.3 Definir el problema

La franquicia presenta costos altos en la compra de sus productos para la planeación en la elaboración de sus menús.

1.4 Pregunta de investigación

¿Es necesario un estudio de gestión empresarial y control de costos de alimentos y bebidas, en la franquicia Molecubar, S.A.?

CAPÍTULO II

PRESENTACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

2.1 Cultura Organizacional

2.1.1 Historia/Antecedentes de la Organización

Es una franquicia 100% mexicana que se creó en el verano del año 2011, desde entonces ha proporcionado un servicio de alimentos y bebidas innovadoras.

Se ha dedicado a ofrecer a sus clientes un ambiente cómodo, alegre y con la más alta calidad de productos.

Entre sus platillos más característicos se encuentran snacks como papas a la francesa, hamburguesas, sándwiches y alitas de pollo. Y hablando de bebidas, ofrece su extensa línea de coctelería como Piña Colada, Froozen, Mojito, Kryptonita, Sorbete, Margarita, Pitufu, Caipiriña y el que más ventas refleja, Luces de la Habana.

2.1.2 Misión

Proporcionar un servicio de alimentos y bebidas innovadoras a nuestros clientes locales, al turismo nacional y al extranjero, con un ambiente alegre y cordial ofreciendo la más alta relación valor-precio con productos de alta calidad.

2.1.3 Visión

Para el año 2015, ser líder en el mercado dentro del giro de restaurante bar, distinguimos por la calidad de nuestros alimentos y bebidas, así como de los valores y tradiciones que nos caracterizan.

2.1.4 Valores

- ✓ Actitud en el servicio

Trabajamos para que tengas una agradable experiencia en todos los sentidos.

- ✓ Humildad

Sabemos que siempre podemos mejorar mientras conservemos la actitud de aprender de nuestras experiencias.

- ✓ Responsabilidad

Conoce nuestro compromiso con la sociedad.

- ✓ Eficacia

Fomentamos el trabajo en equipo para lograr los objetivos.

- ✓ Creatividad

Realizamos campañas y eventos con el objetivo de llamar tu atención y arrancarte una sonrisa.

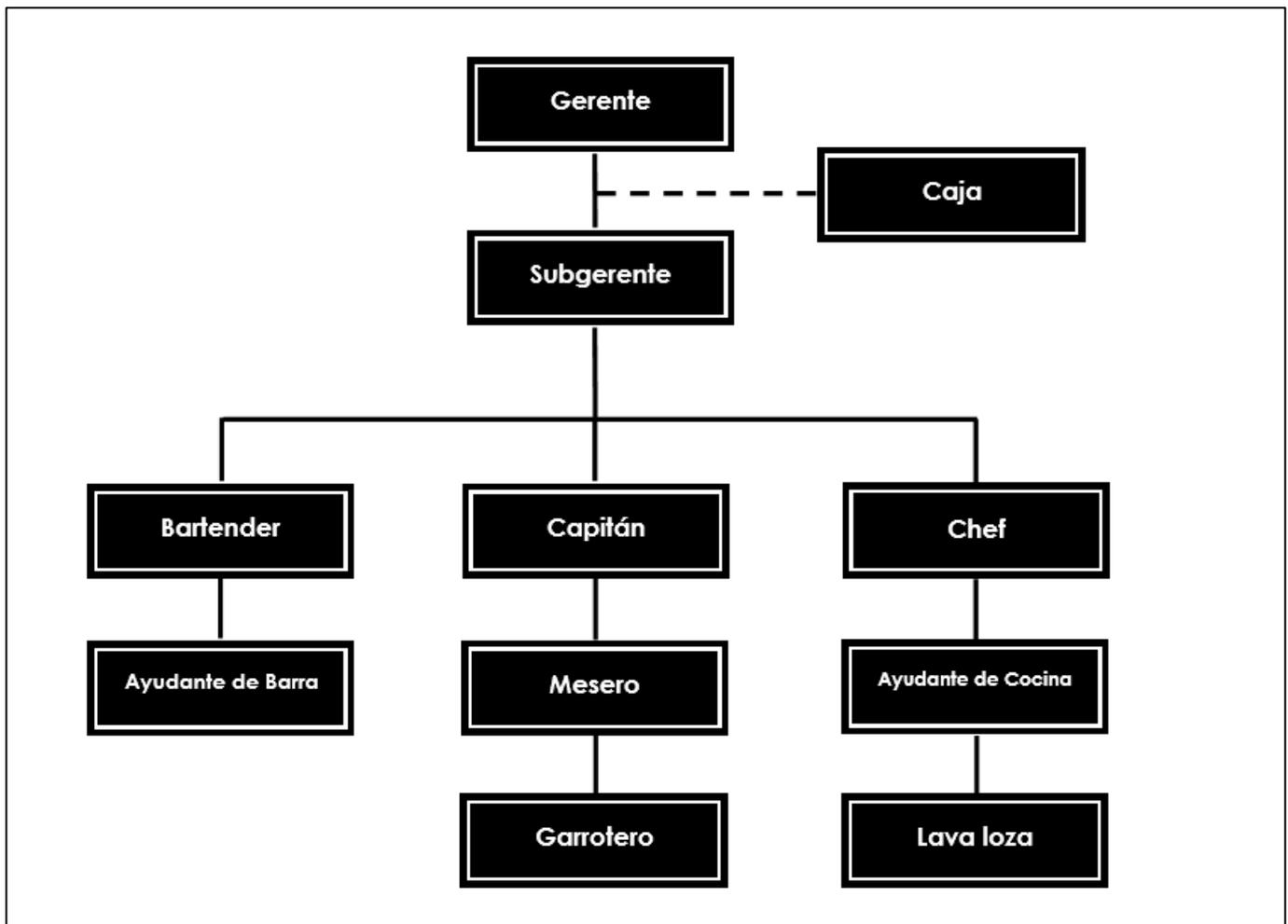
- ✓ Empatía

Realizamos estudios de mercado y tenemos un buzón de opiniones y sugerencias para conocer tus gustos y necesidades, porque eres la razón de nuestro trabajo.

- ✓ Respeto

Estamos comprometidos con la conservación de las buenas costumbres y tradiciones regionales.

2.1.5 Estructura orgánica



CAPÍTULO III

MARCO TEÓRICO

3.1 La Consultoría

3.1.1 Definición de consultoría

Fritz Steel define la consultoría como sigue: por proceso de consultoría entiendo cualquier forma de proporcionar ayuda sobre el contenido, proceso o estructura de una tarea o de un conjunto de tareas, en que el consultor no es efectivamente responsable de la ejecución de la tarea misma, sino que ayuda a los que no lo son.¹

Según Larry Greiner y Robert Metzger: la consultoría de empresas es un servicio de asesoramiento contratado por y proporcionado a organizaciones por personas especialmente capacitadas y calificadas que prestan asistencia, de manera objetiva e independiente, a la organización cliente para poner al descubierto los problemas de gestión, analizarlos, recomendar soluciones a esos problemas y coadyuvar, si se les solicita, en la aplicación de soluciones.²

De acuerdo con la Oficina Internacional del Trabajo (OIT) la consultoría de empresas se define como un servicio profesional, que proporciona propuestas y sugerencias concretas a los empresarios para resolver los problemas prácticos que tienen en sus organizaciones.³

La Cámara Nacional de Empresas de Consultoría (CNEC) saben que la consultoría es el conjunto de servicios relacionados con la planeación, la evaluación, el proyecto, el diseño, la asesoría y la gestión para el mejoramiento de la competitividad de los sistemas productivos, que presentan empresas especializadas.⁴

La consultoría de empresas es un servicio de asesoramiento profesional independiente que ayuda a los gerentes y a las organizaciones a alcanzar los objetivos y fines de la organización mediante la solución de problemas gerenciales y empresariales, el descubrimiento y la evaluación de nuevas oportunidades, el mejoramiento del aprendizaje y la puesta en práctica de cambios.⁵

3.1.2 Objetivos de la consultoría

a. Alcanzar los fines y objetivos de la Organización

Toda consultoría en materia gerencial y empresarial apunta a un objetivo general y principal, que consiste, que constituye en ayudar a los clientes a alcanzar sus metas empresariales, sociales o de otra índole. Esas metas pueden definirse de diversas formas: ventajas competitivas, satisfacción de los clientes, calidad total, rendimiento elevado, rentabilidad, eficacia o crecimiento. Diferentes conceptos y términos que tienen como denominador común: la consultoría tiene por finalidad aumentar el valor de la organización cliente, y este valor debe hacer una aportación tangible y medible al logro de los objetivos principales del cliente.

1 MILAN Kurb. "La consultoría de empresas: guía para la profesión". Editorial Limusa. Tercera edición. México. 2012. Pág. 3

2 Ídem. Pág. 3.

3 Evans Velázquez Juan Carlos. 1993. *Consultoría Administrativa, Análisis y Perspectiva*. (Tesis de Maestría). ITAM, México.

4 Recuperado de <http://cnec.org.mx/category/nosotros>.

5 MILAN Kurb. "La consultoría de empresas: guía para la profesión". Editorial Limusa. Tercera edición. México. 2012. Pág. 9

b. Resolver los problemas gerenciales y empresariales

Ayudar a los directores, gerentes y otros decisores a resolver problemas es quizá el objetivo mencionado con más frecuencia en la consultoría. La tarea del consultor se describe como una ayuda profesional para poner al descubierto, diagnosticar y resolver problemas relacionados con diversas esferas y aspectos de la gestión y de la empresa. Por otra parte, se utiliza el término <<problema>> para describir una situación en la que existe una diferencia entre lo que sucede realmente.

c. Descubrir y evaluar nuevas oportunidades

Los consultores pueden ofrecer mucho más que una ayuda a las organizaciones para sacarlas de dificultades. Muchas sociedades mercantiles y otras empresas bien administradas, exitosas y ambiciosas así lo han comprendido. Las razones por las cuales también recurrir a un consultor son: para descubrir y aprovechar nuevas oportunidades, ideas valiosas que puedan dar lugar a un amplio conjunto de iniciativas, innovaciones y mejoras en cualquier sector o función de la empresa.

d. Mejorar el aprendizaje

Muchos clientes recurren a consultores no sólo para hallar una solución a un problema preciso, sino también para adquirir los conocimientos técnicos especiales del consultor y los métodos utilizados para evaluar a las organizaciones, poner al descubierto los problemas y las oportunidades, promover las mejoras y aplicar los cambios.

e. Poner en práctica los cambios

“Agente del cambio” título frecuentemente aplicado a los consultores y que ellos están orgullosos, puesto que refleja el objetivo general la consultoría: ayudar a las organizaciones clientes a entender el cambio, adaptarse a él e introducir las innovaciones necesarias para sobrevivir y tener éxito en un entorno en donde el cambio continuo es la única constante.⁶

3.1.3 Alcance de los servicios de Consultoría

Actualmente se puede pedir a los consultores de empresas profesionales que ayuden a resolver cualquier tipo de problema de gestión en cualquier tipo y tamaño de la organización. Si surgen nuevos problemas y se ponen al descubierto nuevas necesidades, es más que seguro que los consultores de empresa harán de inmediato un esfuerzo especial para convertirse en expertos en ese nuevo campo.

a. Esferas y funciones de la gestión

Una empresa de consultoría puede prestar servicios en uno o más sectores, según su dimensión, estrategia de especialización y otros factores. A la inversa, la especialización de una empresa de consultoría o de un consultor individual puede ser más profunda y concentrarse exclusivamente en un segmento de una función de gestión, como el

⁶ MILAN Kurb. “La consultoría de empresas; guía para la profesión”. Editorial Limusa. Tercera edición. México. 2012. Págs. 10-14

mantenimiento o el control de las existencias en el marco de la gestión de la producción, o la evaluación de los puestos de trabajo y su remuneración en el marco de la gestión de personal o de los recursos humanos.

b. Problemas y retos que afronta la dirección de la empresa

Los servicios de consultoría se concentran en categorías particulares de problemas y dificultades relacionados con los retos que afrontan diversas funciones de gestión y que reflejan nuevas posibilidades y limitaciones de las empresas. Su campo es extremadamente amplio.

c. Métodos para mejorar y modificar el rendimiento de la organización

Ciertos consultores insisten en que su principal virtud y utilidad para los clientes no estriba en un conocimiento teórico detallado de un sector o sistema técnico concreto, sino en su capacidad para compartir con el cliente sus métodos eficaces de trabajo, con respecto al diagnóstico y solución de los problemas de la organización, para introducir cambios y mejorar su rendimiento y la garantía de que esos programas van a funcionar.⁷

3.1.4 El papel del Consultor

Las funciones más frecuentes y características de la consultoría y de describir cómo se relaciona el consultor con el cliente, qué aportaciones hace y de qué manera y con qué intensidad participa el cliente dependen de la situación, de las expectativas y preferencias del cliente y de las características del consultor.

El consultor ayuda al cliente proporcionándole conocimientos técnicos y haciendo algo para y por cuenta del cliente: suministra información, hace un diagnóstico de la organización, emprende un estudio de viabilidad, diseña un nuevo sistema, capacita al personal en una nueva técnica, recomienda cambios orgánicos y de otro tipo, hace observaciones sobre un nuevo proyecto previsto por la dirección.

En su capacidad de agente del cambio, trata de ayudar a la organización a resolver sus propios problemas dándole a conocer los procesos de organización, sus probables consecuencias y las técnicas de intervención para estimular el cambio. En lugar de transmitir conocimientos técnicos y de sugerir soluciones, el consultor incentivador está primordialmente interesado en transmitir sus enfoques, métodos y valores con el fin de que la organización cliente pueda diagnosticar y poner remedio a sus propios problemas.

a. Experto técnico

El papel más tradicional de un consultor es el de experto que, mediante sus conocimientos teóricos y técnicos especiales y su experiencia profesional, puede proporcionar un servicio único al cliente.

⁷ MILAN Kurb. "La consultoría de empresas: guía para la profesión". Editorial Limusa. Tercera edición. México. 2012. Págs. 36-38

b. Capacitador y educador

La consultoría innovadora exige con frecuencia que el consultor inicie una capacitación y educación periódicas o constantes dentro del sistema del cliente. En este aspecto de la relación de ayuda, el consultor puede contribuir a que se acepte el proceso de aprendizaje más útil, desde el punto de vista crítico y creativo, en función a la situación y necesidades.

c. Identificador de alternativas

Existen costos directos vinculados con la adopción de decisiones. Si bien el valor de una decisión depende del logro de un conjunto dado de objetivos, al elegir una solución adecuada al problema el consultor puede proponer normalmente diversas opciones identificables, e identificar sus riesgos respectivos.

d. Investigador

El descubrimiento de los hechos forma parte integrante de cualquier cometido de consultoría, tanto para crear una base de datos como para resolver problemas complicados del cliente.⁸

⁸ MILAN Kurb. "La consultoría de empresas: guía para la profesión". Editorial Limusa. Tercera edición. México. 2012. Págs. 64-71

CAPÍTULO IV

PROPUESTA DE SOLUCIÓN O MEJORA

4.1 Preparativos

4.1.1 Contratos

Para formalizar y garantizar el servicio de consultoría se manifiestan en común acuerdo por ambas partes los siguientes convenios:

Convenio de servicios profesionales: que tiene como objetivo establecer los términos y condiciones bajo las cuales el Consultor va a proveer el servicio de análisis de estructura organizacional al Cliente.



CONVENIO DE SERVICIOS PROFESIONALES

CONVENIO realizado el 3 de Junio de 2013, entre **Lic. Elizabeth Sánchez Flores**, de aquí en adelante el Consultor, y **Lic. Luis Santa María Derbés**, de aquí en adelante el Cliente.

- 1.- El objetivo de este convenio es establecer los términos y condiciones bajo las cuales el Consultor va a proveer el servicio de análisis de estructura organizacional al Cliente.
- 2.- El Consultor va a proveer los siguientes servicios programados al Cliente:
 - ❖ Análisis de la estructura de la empresa
 - ❖ Planteamiento del problema
 - ❖ Causas que originan el problema
 - ❖ Posibles soluciones al problema
 - ❖ Propuesta de solución
 - ❖ Metodología de la propuesta
 - ❖ Ejecución de la propuesta
 - ❖ Reporte final
 - ❖ Cuestionario de satisfacción al Cliente
- 3.- El Consultor va a proporcionar el plan completo de trabajo al Cliente cuando ambos los convengan. Se va a distribuir también el calendario de trabajo en condiciones normales, que puedan estar sujetos a ajustes por efectos fuera del control del Consultor. La fecha en que ambos coincidieron es **10 de Junio de 2013**.
- 4.- Todos los programas de cómputos, los procedimientos escritos y cualquier otro sistema de apoyo utilizado en el trabajo por el Consultor pasará a ser propiedad del Cliente, el cual, a cambio, dará la compensación debida por los servicios del Consultor incluidos en la formulación de programas, procedimientos y demás artículos.
5. Todos los datos estadísticos, financieros y de personales confidenciales relacionados con el negocio del Cliente, deben permanecer en tal estado. La obligación antes mencionada no se aplica a ningún dato que se pueda obtener de terceras partes. El Consultor se obliga a mantener confidencial los conceptos o técnicas relacionados en el procedimiento de datos desarrollados por el mismo o en conjunto con el Cliente en los términos del presente convenio.

6.- El Consultor va a tener el cuidado debido en procesar el trabajo del Cliente, pero va a ser únicamente responsable de corregir cualquier error o falla de máquinas, operadores o programas del consultor y dichos errores serán corregidos si cargo adicional al Cliente.

La responsabilidad del Consultor respecto a lo interior no será limitada a la compensación total por los servicios prestados bajo este convenio, y no incluirá ninguna responsabilidad contingente.

7.- El Cliente pagará al Consultor la compensación por los servicios prestados de acuerdo con las tarifas pactadas en cuanto el servicio se haya prestado. Tales tarifas están sujetas a cambios con una semana (7) días de aviso por escrito al Cliente. El Consultor deberá mandar un comunicado de lo que se le debe al final de cada mes, y el Cliente deberá realizar los pagos dentro de los 3 días a partir de la fecha de facturación. Se cargarán intereses a la tasa de 10 por ciento por mes, de todas las cuentas pendientes de pago. La tarifa actual es de **\$ 581.39 (Quinientos ochenta y un pesos 39/100 M.N.)** por día de 8:00 a.m. a 5:00 p.m. y de **\$ 697.66 (Seiscientos noventa y siete pesos 66/100 M.N.)** por día, por las horas fuera del horario de trabajo.

8.- El plazo del presente convenio se iniciará el 3 día Junio de 2013, y deberá continuar hasta su finalización el 31 día Julio de 2013.

9.- La retribución monetaria por este trabajo y las fechas estimadas para completarlo están basados en las especificaciones acordadas por el Cliente y el Consultor. Cualquier cambio de especificaciones por parte del Cliente provocará un ajuste de la retribución y la fecha de terminación del trabajo.

10.- El Cliente no podrá contratar a ningún Analista o empleado del Consultor. Si éste acepta que el Cliente contrate a algún analista, ya terminados sus servicios en el Consultor, el Cliente deberá pagar al Consultor una gratificación de **\$5,000.00 (Cinco mil pesos 00/100 M.N.)** además de cualquier otra retribución aquí mencionada.

11.- Si se necesita cualquier acción legal para interpretar y respaldar el presente convenio, la parte imperante tendrá derecho a honorarios y costos de un abogado y a cualquier otro gasto que de lo anterior se derive.

12.- Este acuerdo interpretado y aplicado de acuerdo con la legislación aplicable en la República Mexicana, constituye la totalidad del convenio entre las partes que están sujetas al mismo. Si alguna disposición del convenio se trata de invalidar en una Corte o no se puede cumplir, las disposiciones restantes deberán continuar en vigor.

Realizado en la Ciudad de México, Distrito Federal, en el día y año inscrito al inicio.

Lic. Elizabeth Sánchez Flores

CONSULTOR

Lic. Luis Santa María Derbés

CLIENTE

Carta-convenio: confirma el acuerdo concerniente de los términos del contrato y la naturaleza de los servicios que se van a llevar a cabo para la franquicia Molecubar, S.A..

 <p>consultores corporales</p>	<h2>CARTA-CONVENIO</h2>
<p>Junio 3, 2013</p>	
<p>Lic. Luis Santa María Derbés Gerente General Molecubar, S.A.</p>	
<p>Estimado Lic. Santa María:</p>	
<p>La presente confirma nuestro acuerdo concerniente a los términos del contrato y la naturaleza de los servicios que se van a llevar a cabo para Molecubar, S.A. Las condiciones son las siguientes:</p>	
<p>1.- Periodo. Este convenio tendrá una duración de dos meses, iniciándose el 3 de Junio de 2013. Ninguna de las partes puede finalizar el contrato antes de treinta (30) días de entregar el aviso por escrito correspondiente a la contraparte.</p>	
<p>2.- Obligaciones. Las obligaciones del Consultor incluyen:</p>	
<ul style="list-style-type: none">a. Incluir el servicio: gestión empresarial y control de costos de A y B.b. Presentación de reportes semanales del progreso del proyecto.c. Preparación del reporte final y exposición ante la directiva de la empresa, incluyendo recomendaciones para la implantación del servicio y mejoras en la organización.	
<p>3.- Compensación. El pago por sus servicios será de \$ 581.39 (Quinientos ochenta y un pesos 39/100 M.N.) diarios, pagaderos y facturados mensualmente. Otros costos, se facturarán de manera separada.</p>	
<p>Atentamente,</p>	
<p>Lic. Elizabeth Sánchez Flores Presidente de Consultores Empresariales México, S.A. de C.V.</p>	
<p>Aceptado y aprobado</p>	
<hr/> <p>Lic. Luis Santa María Derbés Gerente General Molecubar, S.A.</p>	

4.2 Diagnóstico

4.2.1 Planteamiento del problema

La franquicia presenta costos altos en la compra de sus productos para la planeación en la elaboración de sus menús.

4.2.2 Causas del problema

- ✓ Tiene un catálogo de proveedores muy escaso
- ✓ Los costos en sus Estados de Resultados son muy elevados
- ✓ Presenta una carta de alimentos muy diversificada
- ✓ Presenta una carta de bebidas muy diversificada
- ✓ Las ventas diarias no reflejan utilidades con respecto a sus costos
- ✓ Sus recetas no están estandarizadas
- ✓ No cuenta con información de la recepción del almacén
- ✓ No tiene control en su inventario

4.2.3 Plan para recolectar datos

Por medio del siguiente cronograma se planeó la recolección de los datos, el cual está dividido en tres columnas, la primera muestra una enumeración consecutiva de las actividades (1-6), la segunda describe la actividad que se gestionará y en la tercera columna marca con un símbolo (X) la fecha en que se llevará a cabo dicha actividad.



CRONOGRAMA PARA LA OBTENCIÓN DE INFORMACIÓN

Nº	Actividad	3-junio	4-junio	5-junio	6-junio	7-junio
1	Plantear los diferentes tipos de herramientas para la obtención de información	X				
2	Realizar un análisis detallado de cada una de las herramientas a implementar		X			
3	Elegir la herramienta que será implementada en la Franquicia		X			
4	Aplicación de la herramienta para conocer el problema que afecta a la Franquicia			X		
5	Recabar la información y tabular los resultados				X	
6	Conclusión de los resultados obtenidos y formular el problema existente					X

4.2.5 Tabulación y análisis de los datos

La aplicación del instrumento (cuestionario) se aplicó a la alta gerencia que está integrada por el Gerente y Subgerente de la franquicia, cuyas respuestas permitieron identificar el problema en cuestión.

4.3 Planificación

Para la planificación se empleó el siguiente calendario de trabajo, el cual está dividido en tres columnas, la primera muestra una enumeración consecutiva de las actividades (1-9), la segunda describe la actividad que se gestionará y en la tercera columna marca con un símbolo (X) la semana y los días específicos en que se llevará a cabo dicha actividad.



CALENDARIO DE TRABAJO

Nº	Actividad	Semana 1 (3-7 junio)	Semana 2 (10,14 junio)	Semana 3 (17,21 junio)	Semana 4 (24,28 junio)	Semana 5 (1,5 julio)	Semana 6 (8,12 julio)	Semana 7 (15,19 julio)	Semana 8 (22,26 julio)	Semana 9 (29,31 julio)
1	Análisis de la estructura de la empresa	X								
2	Planteamiento del problema		X							
3	Causas que originan el problema			X						
4	Posibles soluciones al problema				X					
5	Propuesta de solución					X				
6	Metodología de la propuesta						X			
7	Ejecución de la propuesta							X		
8	Reporte final								X	
9	Cuestionario de satisfacción al cliente									X

4.4 Aplicación

4.4.1 Capacitación

Consultores Empresariales de México, S.A de C.V. diseña el curso de capacitación “Gestión empresarial y control de costos de alimentos y bebidas” que le permitirá eliminar el problema que actualmente presenta la franquicia.



GESTIÓN EMPRESARIAL Y CONTROL DE COSTOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

(Capacitación- Equipo de Trabajo)

OBJETIVO:

Determinar las estrategias competitivas en el control de los procesos administrativos de un restaurante bar, así como adquirir las herramientas para mejorar su operación diaria, lo que le permitirá gestionar de manera eficaz y eficiente su estructura organizacional.

1. Planeación de menús

1.1 Receta estándar y su costo

La receta

Los platillos de un restaurante deben ser idénticos en:

1. Ingredientes
2. Cantidad (ración)
3. Preparación de los ingredientes
4. Método de cocinado
5. Platillo

Receta estándar

Es el documento que recoge toda la información sobre la producción de una receta permitiendo conseguir siempre los resultados.

Receta estándar ventajas

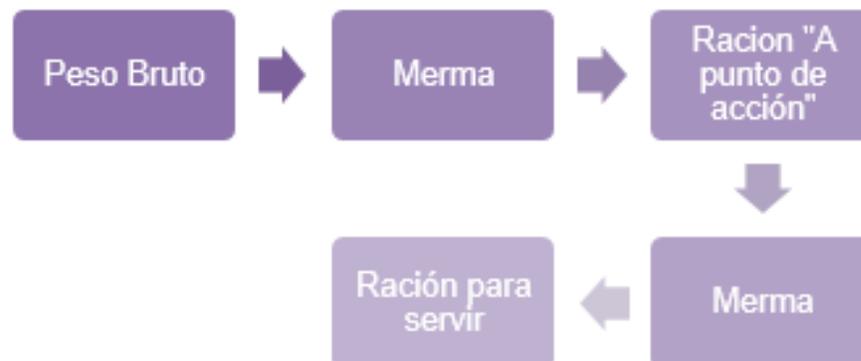
1. Organiza las actividades de producción
2. Emplea las técnicas adecuadas para conseguir los estándares

Etapas de una ración

Merma

Pérdida de peso y volumen por manipulación, posterior a aquella parte de la merma que no se puede utilizar.

RACIÓN EN:



TEMARIO

1. Planeación de menús
 - 1.1 Receta estándar y sus costos.
2. Control de costos de alimentos y bebidas
 - 2.1 Tabla de rangos de costos.
3. Compras, recepción y almacenamiento de mercancía
 - 3.1 Gestión y valoración de las mercancías.
 - 3.2 Clase de inventarios.

2. Control de costos de alimentos y bebidas

2.1 Tabla de rangos de costos

Concepto	%
Cocteles y entradas	18-24%
Sopas, cremas y arroz	9-20%
Ensaladas	15-24%
Pastas	20-25%
Sándwich	24-29%
Antojitos	23-32%
Aves	30-35%
Pescados	35-40%
Mariscos	42%
Cárnicos, Res, Cerdo y Cordero	32-38%
Postres de casa	20-25%
Postres comprados	40-25%
Bebidas frías	14 %
Bebidas calientes	16%
Bebidas con alcohol	20%
Refresco de lata	18-20%
Jarabes post mix	3-5%
Cerveza de barril	8-9%
Cerveza de envase	14%
Vino nacional	25%
Vino importado	45%
Licor nacional	22%
Licor importado	25%

3. Compras, recepción y almacenamiento de mercancía

3.1 Gestión y valoración de las mercancías

Técnicas y documentos que se emplean para evaluar la cantidad de artículos almacenados o en stock y conocer su valor económico.

Es una relación detallada de los artículos existentes y sirve para determinar los consumos correspondientes a un periodo.

3.2 Clase de inventarios

Inventario teórico

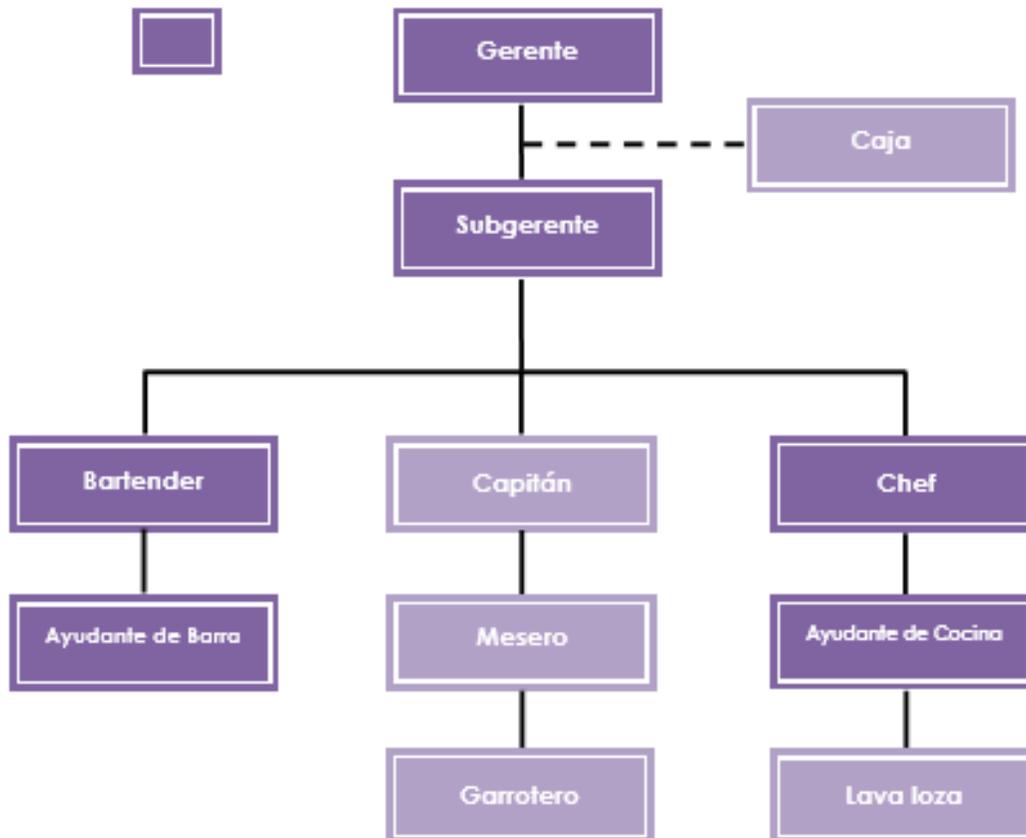
Refleja los artículos consumidos diariamente para poder reponer.
Permite conocer el movimiento diario del stock.

Inventario Físico

Es el recuento del stock en el mismo lugar de almacenamiento.

Organigrama Molecubar, S.A.

Puestos a los que afecta las Gestión empresarial y control de costos de alimentos y bebidas:



4.5 Terminación

4.5.1 Informe final

Por medio del informe final Consultores Empresariales de México, S.A. de C.V. presenta sus recomendaciones a la franquicia:



Informe Final

Consultores Empresariales de México, S.A. de C.V. concluye su servicio de manera satisfactoria con la franquicia Molecubar, S.A. mediante el diseño del curso de capacitación "Gestión empresarial y control de costos de alimentos y bebidas", el cual le permitió eliminar el problema que presentaba la franquicia (costos altos en la compra de sus productos para la planeación en la elaboración de sus menús).

Las acciones implementadas fueron:

- ✓ Asesorar a la franquicia para determinar sus estrategias competitivas en el control de los procesos administrativos de un restaurante bar.
- ✓ Adquirir las herramientas para mejorar su operación diaria, lo que le permitirá gestionar de manera eficaz y eficiente su estructura organizacional.
- ✓ Diseñar la planeación de menú con la elaboración de recetas estándar y sus costos.
- ✓ Controlar los costos de alimentos y bebidas con el diseño de una tabla de rangos de los mismos.
- ✓ Elaborar el procedimiento de compras, recepción y almacenamiento de productos con la gestión y valoración de las mercancías y su clase de inventarios.

Consultores Empresariales de México, S.A. de C.V. realizará visitas periódicas trimestrales a la franquicia para corroborar el perfecto funcionamiento del servicio otorgado.

FUENTES DE CONSULTA

Bibliografías

- ✓ Evans Velázquez Juan Carlos. 1993. *Consultoría Administrativa, Análisis y Perspectiva*. (Tesis de Maestría). ITAM, México.
- ✓ HERNANDEZ SAMPIERI. Roberto, Fernández Collado Carlos y Baptista Lucio Pilar. *Metodología de la Investigación*. Editorial Mc. Graw Hill. Primera edición. México. 1991.
- ✓ MILAN Kurb. *La consultoría de empresas: guía para la profesión*. Editorial Limusa. Tercera edición. México. 2012.
- ✓ ZAVALA TRÍAS. Sylvia. *Guía a la redacción en el estilo APA*. Biblioteca de la Universidad Metropolitana. Sexta edición. Septiembre 2009

Mesografías

- ✓ www.cnec.org.mx
- ✓ www.oit.org.mx