

PLANEACIÓN DE MENÚ

ASIGNATURA 4.3

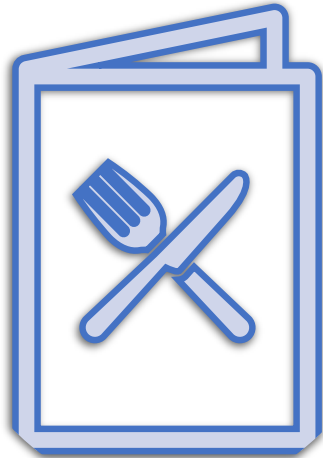


CHEF DE COCINA INTERNACIONAL

Técnico Superior Universitario

OBJETIVOS GENERALES DE LA ASIGNATURA

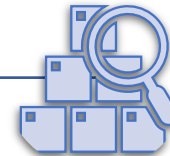
Al finalizar este tema y subtemas del capítulo del Técnico Superior Universitario, el alumno será capaz de:



Reconocerá la importancia de informarse antes de poner un restaurante, para no cometer errores posteriores..



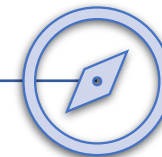
Planear menús tomando en cuenta la estacionalidad de los productos.



Identificar todos y cada uno de los factores que intervienen en el diseño y funcionalidad de un menú



Diseñar cartas de alimentos para el servicio de un establecimiento de alimentos y bebidas.



Basar la perfecta operación y rendimiento de un restaurante en la constante revisión de la ingeniería de su menú.

PLAN DE ESTUDIOS

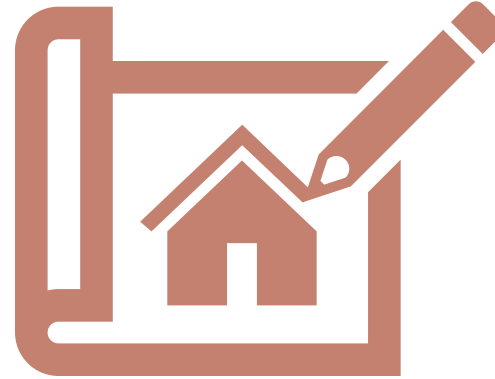
4to SEMESTRE

ASIGNATURA 4.3



Tema 1: Aspectos previos del Menú

- ***Conceptos***
- ***Tipos***
- ***El menú y el tiempo***
- ***Otros factores para su elaboración.***



Tema 2: Diseño y elaboración

- ***Estética Alimentaria***
- ***Construcción de Marca***
- ***Ingeniería del menú***



Tema 3.- Operación y Funcionamiento

- ***Análisis del Mercado y del entorno***
- ***Desarrollo de menú***

Introducción

Como ya te has dado cuenta, este semestre será clave para potenciar tus habilidades en cocina internacional.

Exploraremos la esencia de los menús, desde conceptos fundamentales hasta su diseño estratégico.

La capacidad de planificar y crear menús no solo define tu identidad culinaria, sino que también impacta directamente en la experiencia de tus comensales.

Prepárate para descubrir cómo cada detalle, desde la construcción de marca hasta la ingeniería del menú, contribuye a la excelencia gastronómica.

¡Asume con entusiasmo este viaje educativo, ya que la habilidad de diseñar menús excepcionales es la piedra angular de tu éxito en el mundo culinario!





Tema 1: Aspectos previos del menú

De lo básico a la perfección:
Elementos clave para un menú.



CLASE 1



1.1: Conceptualización



Concepto

- Se le determina Menú a la lista de platillos que componen un momento de alimentación, ese suele presentarse al cliente para su consulta ya sea impreso de manera personal o amplificado y fijado a la vista de todos los comensales para su consulta.



El menú

- En el ámbito gastronómico, es una herramienta que presenta de manera organizada las opciones de alimentos y bebidas disponibles en un establecimiento.
- Su función principal es facilitar la elección a los comensales, proporcionando información detallada sobre platos, ingredientes, precios y opciones dietéticas.
- Además de su utilidad práctica, el menú también refleja la identidad y estilo del restaurante, transmitiendo su enfoque culinario y atmósfera única.





Una útil herramienta

- El menú va más allá de ser una simple lista de opciones gastronómicas; constituye una poderosa herramienta de comunicación, publicidad e identidad para los restaurantes.
- En su esencia, cada detalle del menú comunica la personalidad culinaria del establecimiento, desde la elección de palabras y descripciones hasta el diseño visual.
- Funciona como un medio publicitario al destacar platos especiales, promociones y características únicas, captando la atención de los comensales y estimulando su apetito. La cuidadosa selección de tipografías, colores y fotografías contribuye a la creación de una identidad visual distintiva.
- Asimismo, el menú puede comunicar los valores y principios del restaurante, como sostenibilidad, tradición culinaria o enfoques dietéticos.
- En última instancia, se convierte en una herramienta integral que influye en la percepción del cliente y contribuye a la experiencia completa dentro del establecimiento.

Origen

- Antes de la creación formal del menú, las opciones gastronómicas se presentaban en pizarras o mediante la recitación oral por parte de los meseros.
- Un ejemplo de lo anterior se desarrollaba en el siglo XV en la corte de Borgoña, en la cual se recitaba el orden de la sucesión de platillos.
- Sin embargo, con la Revolución Industrial y el auge de la burguesía, los restaurantes comenzaron a prosperar, y se buscó una manera más organizada y eficiente de presentar las opciones culinarias.



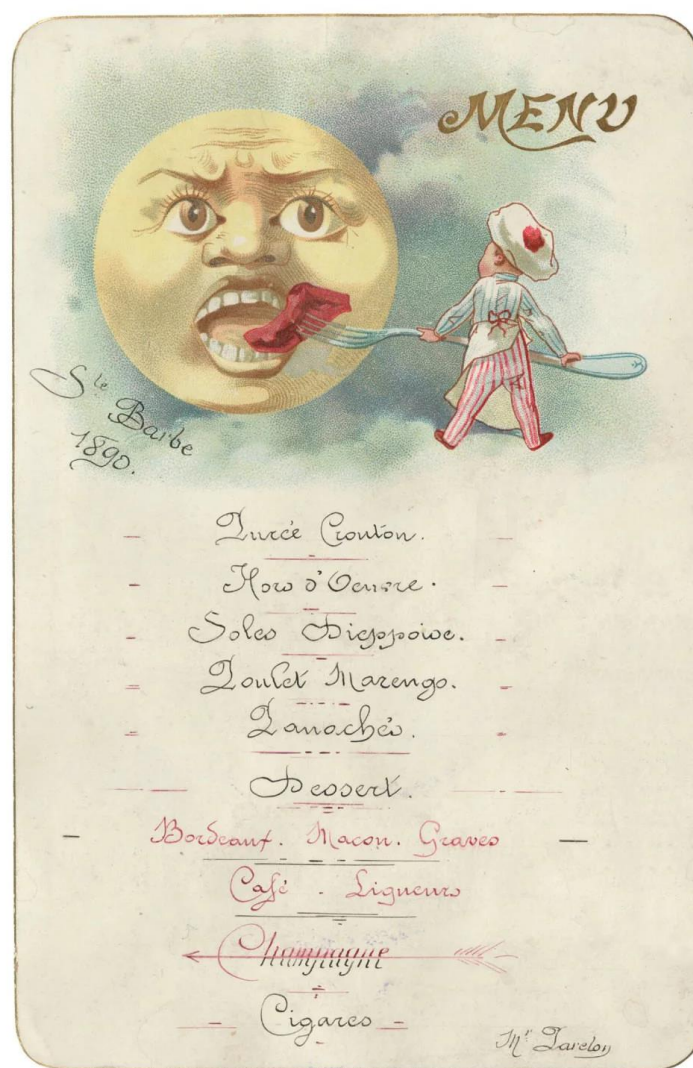


La palabra

- Tiene sus raíces en el francés.
- Se originó en 1718 y se deriva de la palabra latina "minutus", que significa "pequeño" o "minucioso". Inicialmente, "menu" se utilizaba para referirse a una lista detallada o un resumen de platos en un restaurante.
- Con el tiempo, la palabra evolucionó para representar la totalidad de opciones culinarias disponibles en un establecimiento.



El pionero...

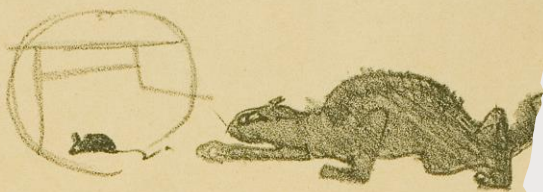


- En 1826, el restaurante francés "Le Café Anglais" fue pionero al introducir un menú impreso.
- Esta innovación no solo facilitó la elección de platos, sino que también permitió a los comensales conocer los precios de antemano.
- Pronto, otros restaurantes adoptaron esta práctica en Europa y América.
- A medida que la gastronomía evolucionaba, los menús se volvieron más elaborados, incorporando descripciones detalladas y diseños artísticos.

Origen de la costumbre

- En 1849, el duque Enrique de Brunswick (a la izquierda) organizó una celebración en honor al conde Hans de Montforte en Baviera (a la derecha).
- Durante el evento, el duque examinaba una lista detallada de los platillos y vinos que se iban a servir, con la intención de regular su consumo en algunos para disfrutar más de otros.
- Aunque no se menciona la lista completa de los manjares y vinos, es probable que se hayan incluido especialidades típicas de Baviera, como Weisswurst (salchicha blanca), Sauerkraut (col fermentada) y Bier (cerveza).
- Este banquete, marca el primer uso registrado de una lista detallada de platillos y vinos a servir en la mesa.





18 Rue Clapeyron

Portage

Alors d'œuvre

Fruit du lac Michigan

Le Cresset de chenail

Fou gras et croust

Salads.

Entremets

Desserts.

Vous. Grand Ordinaire Vouray

Cordon.

Madame de Ley.

Obras de arte

- En el siglo XIX, especialmente durante la Belle Époque, el uso de menús pintados a mano por reconocidos artistas se popularizó entre los restaurantes y establecimientos de élite.
- Esta práctica buscaba combinar el arte visual con la culinaria, creando experiencias gastronómicas más estéticas y sofisticadas.
- Grandes artistas, tanto de renombre como emergentes, fueron comisionados para diseñar menús únicos y personalizados, entre ellos Henri Toulouse-Lautrec, Alphonse Mucha y Jules Chéret.
- Estos artistas aportaron su distintivo estilo artístico a los menús, utilizando técnicas como el cartelismo artístico y el Art Nouveau para crear piezas visuales que reflejaran la identidad del restaurante y la calidad de su oferta culinaria.
- Estos menús pintados a mano no solo servían como herramienta informativa, sino que también se convirtieron en objetos de colección y símbolos de estatus.



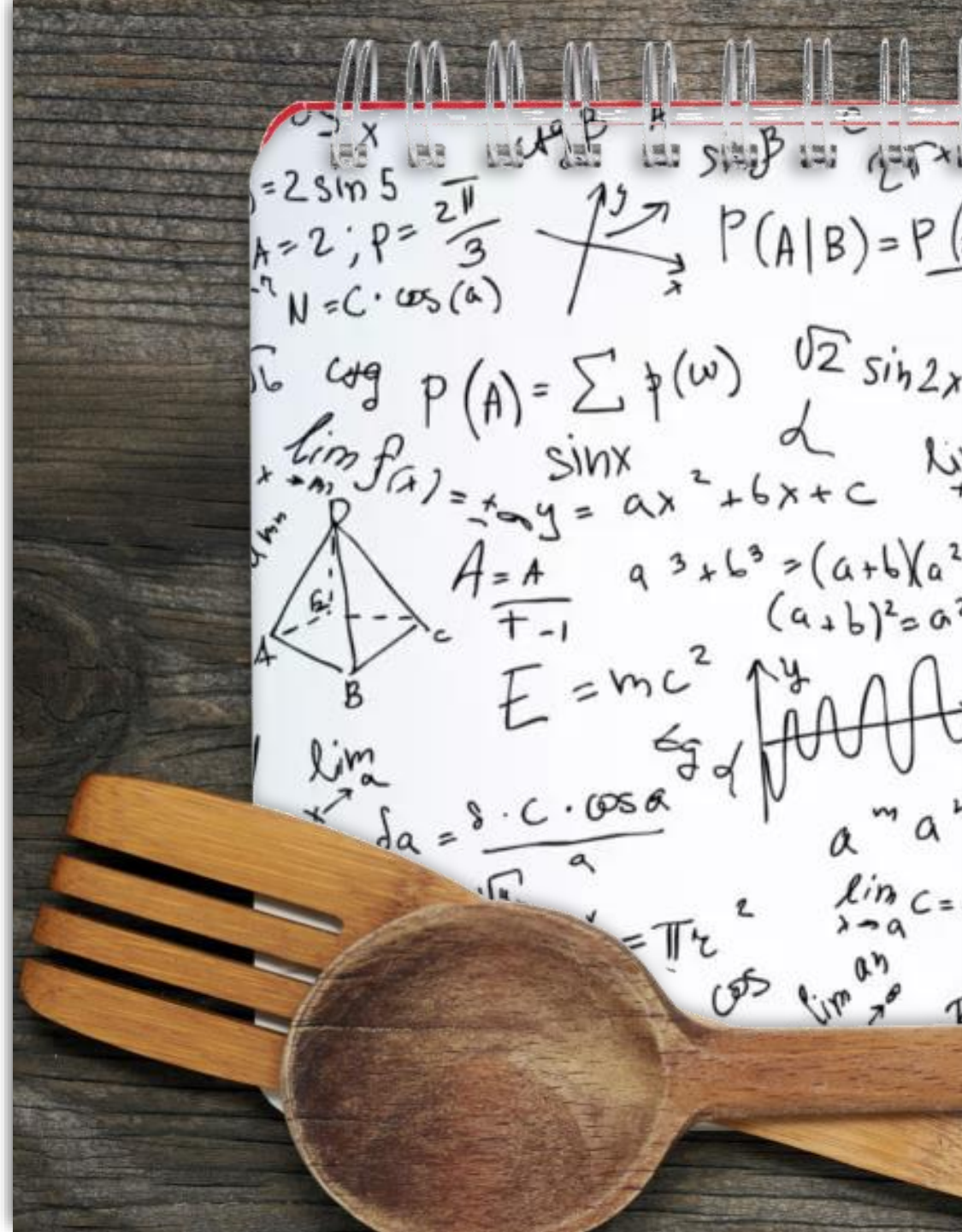


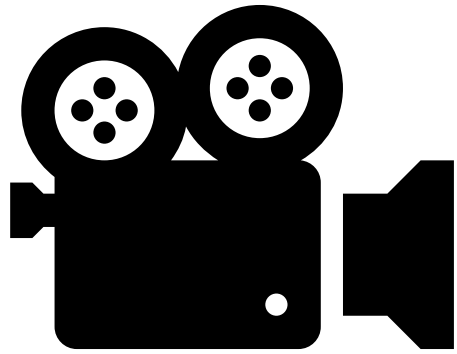
No es cosa sencilla

- **Auguste Escoffier**, el renombrado chef francés, destaca por su valiosa contribución a la gastronomía y su papel fundamental como pionero de la cocina moderna.
- Una de sus célebres expresiones es: "**Nunca se introduce un platillo a la carta si el cocinero no está seguro de él**". Esta sentencia subraya la prioridad que Escoffier otorgaba a la calidad y excelencia culinaria.
- Para él, cada platillo debía ser elaborado con los mejores ingredientes y técnicas, asegurando así un sabor y presentación excepcionales.
- Escoffier se distinguió como innovador culinario, transformando la preparación y presentación de platillos. Introdujo el concepto de menú a la carta, otorgando a los clientes la libertad de elegir sus platillos, en contraposición a aceptar un menú fijo.

Una compleja tarea

- La historia del menú ha experimentado notables evoluciones, transformándose de simples listas a expresiones artísticas que reflejan la identidad de un establecimiento.
- En la actualidad, la elaboración de un menú se ha vuelto una tarea compleja, demandando un enfoque multidisciplinario.
- Requiere la colaboración de profesionales como chefs para la creación de platillos, sommeliers para armonizar vinos, administradores para la gestión financiera, contadores para el análisis de costos, mercadólogos para estrategias de presentación y hasta ingenieros en redes para integrar aspectos tecnológicos.
- Este enfoque integral garantiza no solo una oferta culinaria excepcional, sino también una experiencia gastronómica que se adapta a las demandas modernas y refleja la complejidad de la industria alimentaria contemporánea.





Clase 1. Videos complementarios

Video Complementario

:

Historia del menú

- de Gastronomía AE, E. [@escueladegastronomiaae5245]. (2023, junio 27). LA HISTORIA DEL MENU. Youtube.
<https://www.youtube.com/watch?v=ep51q1MXTgU>



CLASE 2



1.2: Clasificación

TIPOS DE MENÚS



¿Qué comer?

Tu Menú Digital

PARA

RESTAURANTES



Tipos de menú

- La diversidad en la oferta gastronómica se refleja en la existencia de varios tipos de menús, cada uno diseñado con propósitos específicos para satisfacer las necesidades y preferencias de los clientes.
- Estos menús no solo presentan una variedad de platos, sino que también cumplen funciones distintas dentro del contexto gastronómico.
- Algunos están diseñados para ofrecer una experiencia culinaria completa, destacando la creatividad del chef, mientras que otros se centran en proporcionar opciones rápidas y económicas.
- Además, los menús pueden adaptarse a diferentes momentos del día, como desayunos, almuerzos o cenas, y algunos están diseñados para eventos especiales o celebraciones.
- En última instancia, los diversos tipos de menús actúan como herramientas estratégicas para satisfacer las expectativas de los comensales, brindando opciones que se alinean con sus necesidades y deseos culinarios.

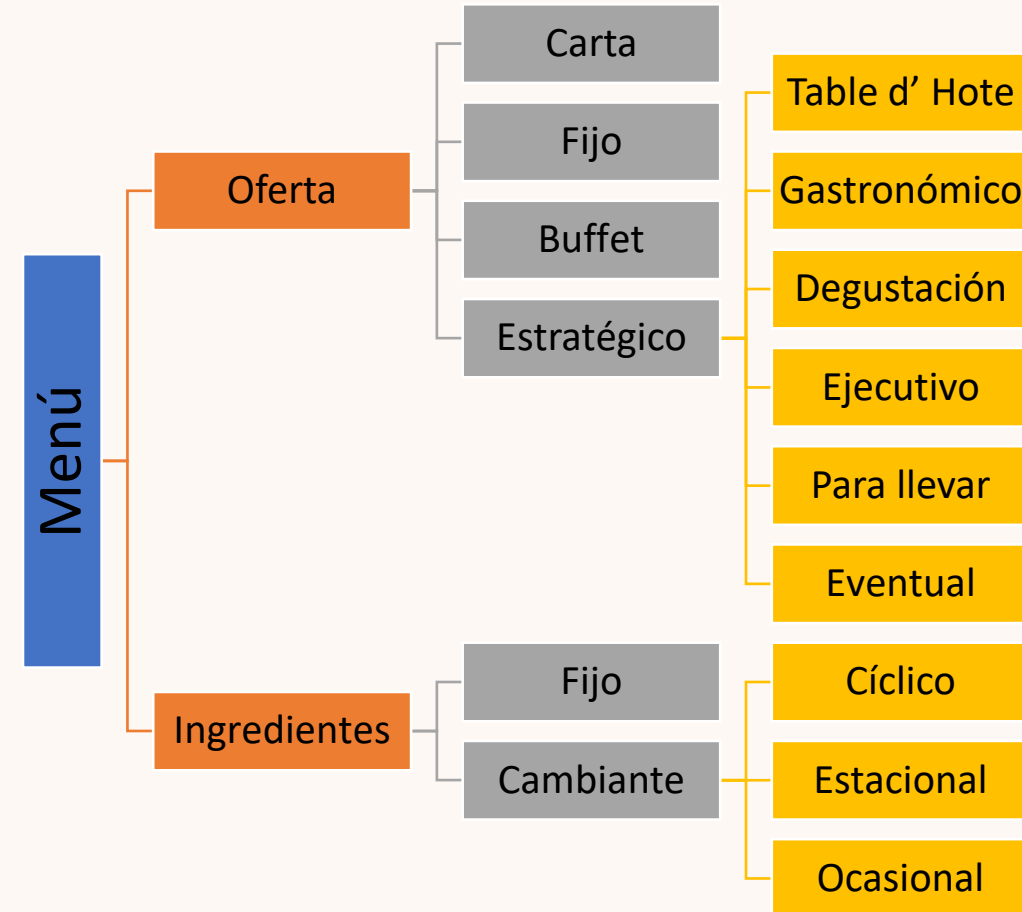


Clasificación

La clasificación de menús según diferentes factores se convierte en una herramienta esencial para la gestión culinaria, adaptándose a las variadas dinámicas del mercado y las preferencias de los consumidores.

La categorización por **tipo de oferta** permite a los restaurantes ajustar su enfoque según objetivos específicos, ya sea personalización, estabilidad o atención a eventos particulares.

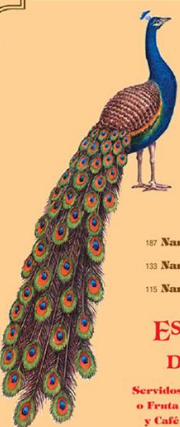
Por otro lado, la clasificación por **disponibilidad de ingredientes** resalta la importancia de la frescura y la autenticidad en la oferta gastronómica.





Carta

- El menú a la carta es una modalidad gastronómica que presenta una lista detallada de platos individuales, cada uno con su precio correspondiente. A diferencia de otros tipos de menús, permite a los comensales elegir cada elemento por separado.
- Su función principal es brindar flexibilidad y personalización, adaptándose a las preferencias y necesidades específicas de los clientes. Este tipo de menú caracteriza la experiencia gastronómica al ofrecer una gama diversa de opciones, desde entradas hasta postres, permitiendo a los comensales construir su propia comida según sus gustos individuales.
- Su enfoque centrado en la elección individual destaca la calidad y la singularidad de cada plato, ofreciendo una experiencia culinaria más personalizada en comparación con otros formatos más estructurados.



BUENOS DÍAS JUGOS

Jugo de Naranja o Toronja o Zanahoria o Piña o Tomate

184 Mediano (336 ml) 185 Grande (448 ml)

186 Jugo de 7 Frutas (448 ml)

COMBINADOS

187 Naranja con Nopal 182 Naranja con Fresa

183 Naranja con Nopal y Piña 178 Naranja con Zanahoria

185 Naranja con Guayaba y Limón

ESPECIALES DEL DESAYUNO

Servidos a toda hora con jugo o Fruta Fresca de la Estación y Café Americano o Té

DESAYUNOS MEXICANOS

Servidos a toda hora con jugo o Fruta Fresca de la Estación y Café Americano o Té

HUEVOS AL GUSTO

208 *Revueltos o fritos 580 *Con tocino 80 g

379 *Con salchicha (100 g) 581 *Con jamón 80 g

211 *A la Mexicana 582 *Con chorizo 80 g

* Servidos con papa hash brown y frijoles charros

209 Tibios: acompañados con pan de caja

220 Al Albañil: revueltos con salsa de chile de árbol y frijoles charros

210 Huevos Rancheros 200 g servidos sobre tortilla con salsa ranchera y frijoles refritos

212 Huevos Sanborns 200 g servidos con salsa ranchera, rajas poblanas, crema, gratinados con queso y frijoles refritos

570 Huevos Revueltos con Huarache 200 g servido con salsa verde, queso panela y cilantro

225 Huevos Motuleños 200 g fritos sobre tostada con frijoles negros refritos, bañados con salsa Motul y plátano macho

191 Huevos Divorciados 200 g fritos sobre tortilla, con salsa roja y verde, acompañados de chilaquiles rojos y frijoles refritos

184 Huevos Tirados 200 g con plátano macho frito y chiles toreados

355 Huevos con chicharrón a las 3 salsas 200 g con frijoles charros

215 Omelet de Queso o Champiñones 200 g con papa hash brown y frijoles charros

1792 Omelet relleno de Romeritos 200 g con nopalitos, espejo de mole poblano, ajonjolí, papitas cambay y frijoles refritos

186 Tortilla de Huevo 200 g con papa alemana, chilaquiles caseros verdes y rojos

193 Enfriolada con Ceeina de Res de Tecapixtla (100 g) y chiles toreados

218 Entomatadas de Pollo o Queso Chihuahua 200 g con crema, queso y frijoles refritos

Chilaquiles Sanborns 200 g con salsa verde o roja, queso al gratin y frijoles refritos

216 Con Pollo 80 g 195 Con Huevos Estrellados 200 g

581 Chilaquiles Suizos con Pollo 200 g crema y queso con frijoles refritos

217 Molletes Sanborns 400 g bolillos con frijoles refritos y queso gratinado, servidos con salsa mexicana

219 Arachera a la Parrilla 100 g servida con chilaquiles verdes o rojos y queso al gratin

188 Ceeina de Res (100 g) con chilaquiles verdes o rojos y queso al gratin

HOT CAKES, PAN Y FRUTA

221 Hot Cakes * 200 g 114 Waffle * 100 g

120 Hot Cakes Tamaño "Dólar" * 400 g Cualquiera servidos con jarabe de miel maple o miel de abeja y mantequilla

* Servidos a toda hora con jugo o Fruta Fresca de la Estación y Café Americano o Té

188 Bisquets 200 g con mantequilla y mermelada

200 Pan Dulce 100 g

201 Bolillos Tostados 200 g o Pan de Caja Tostado 200 g

206 Yoghurt Especial 200 g yoghurt natural o queso cottage con fruta de la estación, amaranto, granola y miel

207 Fruta Fresca de la Estación 150 g

Los gramajes son aproximados
Nuestros precios incluyen I.V.A. Precios en M.N.

1766 Por más, le servimos jugo grande (448 ml)

2-1



McDONALD'S MENU NUTRITION

more at cheatdaydesign.com

SANDWICHES



HAMBURGER
250 Calories
9g Fat
31g Carbs
12g Protein



CHEESEBURGER
300 Calories
13g Fat
32g Carbs
15g Protein



**DOUBLE
HAMBURGER**
350 Calories
16g Fat
31g Carbs
20g Protein



**DOUBLE
CHEESEBURGER**
450 Calories
24g Fat
34g Carbs
25g Protein



McDOUBLE
400 Calories
20g Fat
33g Carbs
22g Protein



**QUARTER POUNDER
W/ CHEESE**
520 Calories
26g Fat
42g Carbs
30g Protein



**DOUBLE QUARTER
POUNDER W/ CHEESE**
740 Calories
42g Fat
43g Carbs
48g Protein



**BACON QUARTER
POUNDER**
630 Calories
35g Fat
43g Carbs
36g Protein



BIG MAC
550 Calories
30g Fat
45g Carbs
25g Protein



FILET-O-FISH
380 Calories
18g Fat
39g Carbs
16g Protein



McCHICKEN
400 Calories
21g Fat
39g Carbs
14g Protein



**CRISPY CHICKEN
SANDWICH**
470 Calories
20g Fat
45g Carbs
27g Protein



**SPICY CRISPY
CHICKEN**
530 Calories
26g Fat
47g Carbs
27g Protein



**DELUXE CRISPY
CHICKEN**
530 Calories
26g Fat
47g Carbs
27g Protein



**DELUXE SPICY
CRISPY CHICKEN**
540 Calories
26g Fat
48g Carbs
27g Protein

cheatdaydesign.com

Oferta Fija



- Se caracteriza por ofrecer una selección constante de platos que permanecen inalterados a lo largo del año.
- Este tipo de menú busca proporcionar estabilidad y consistencia en la oferta gastronómica de un establecimiento.
- Los platos incluidos en el menú fijo se eligen cuidadosamente para representar la identidad culinaria del restaurante, garantizando que los clientes encuentren sus favoritos en cualquier temporada.
- La previsibilidad del menú fijo brinda confianza a los comensales, que pueden contar con la disponibilidad constante de sus platos preferidos.
- Este enfoque se alinea con la búsqueda de establecimientos que buscan construir una reputación sólida basada en la excelencia y la fidelización de clientes a través de una oferta culinaria estable y apreciada.
- Este enfoque es muy común en establecimientos de comida rápida y en lugares donde su prioridad no es la producción de alimentos sino el hospedaje.



Buffet

- Destacan por ofrecer una amplia variedad de opciones culinarias dispuestas para autoservicio en una presentación visualmente atractiva.
- Este formato permite a los comensales seleccionar y disfrutar de una diversidad de platos, adaptándose a diferentes gustos y preferencias.
- Los buffets son ideales para eventos grandes, celebraciones y situaciones donde la versatilidad es clave. La oferta abarca desde entradas hasta postres, proporcionando a los clientes la libertad de experimentar con diferentes sabores y combinaciones.
- Este tipo de menú fomenta la socialización y la interacción, ya que los comensales pueden elegir su propia combinación de alimentos.
- Además, los buffets pueden adaptarse a diversas temáticas, como buffets temáticos internacionales o de estaciones específicas, añadiendo un elemento lúdico a la experiencia gastronómica.





Estratégicos



- Los menús estratégicos reciben su designación debido a su enfoque deliberado y planificado para alcanzar objetivos específicos en el ámbito culinario.
- Estos menús se caracterizan por su adaptabilidad y capacidad para ajustarse a diferentes propósitos, ya sea promocionar platos destacados, responder a eventos especiales o captar la atención de clientes específicos.
- La estrategia subyacente en estos menús implica una cuidadosa selección y presentación de platos, considerando factores como la temporada, las tendencias gastronómicas y las preferencias del público objetivo.
- Así, los menús estratégicos se convierten en herramientas dinámicas que van más allá de la simple oferta de alimentos, desempeñando un papel crucial en la identidad y la atracción de clientes para cumplir con metas específicas de negocio y marketing.



Table d' Hote

“De la Casa” o “Del Día”

- Se distingue por su enfoque intencional en destacar la identidad y especialidades culinarias propias del establecimiento.
- Este tipo de menú estratégico busca resaltar platos exclusivos y auténticos que representan la esencia distintiva del restaurante.
- La selección cuidadosa de estos platos, a menudo secretos o con recetas únicas, está diseñada para crear una experiencia gastronómica memorable y diferenciada.
- La estrategia "De la Casa" no solo se centra en la oferta culinaria, sino también en la construcción de la marca y la fidelización de clientes a través de la singularidad y la excelencia en la cocina.
- Este menú estratégico se convierte así en una herramienta poderosa para atraer y cautivar a los comensales, estableciendo una conexión duradera entre la identidad culinaria del restaurante y la satisfacción del cliente.



~MIÉRCOLES~
SOPA DEL DÍA

- PECHUGA CON CREMA DE 4 QUESOS ACOMPAÑADA DE PASTA Y ENSALADA.
- PESCADO EN SALSA VERDE CON MENTA Y CHICHAROS ACOMPAÑADO DE ARROZ Y ENSALADA.
- CHULETA A LA DIABLA ACOMPAÑADA DE ARROZ Y ENSALADA.

MATRIZ CENTRO
INDEPENDENCIA ESQ. CALLEJÓN 18
DE MARZO. COL. CENTRO.
TEL. 6121285307

SUCURSAL GARZAS
PLAZA LAS GARZAS LOCAL NO. 9.
BLVD. AGUSTÍN OLACHEA ESQ.
CORMORANES.
TEL. 612 1465413

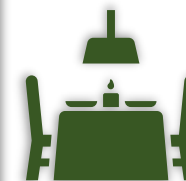
Incluye:
sopa, plato fuerte,
postre y té helado.
\$110

HORARIO: 9:00 A.M. A 5:00 P.M.
DE LUNES A SÁBADO.
ORDENA Y RECOGE/SERVICIO A
DOMICILIO





Gastronómicos



- El menú gastronómico, dentro de la categoría estratégica, se erige como una expresión culinaria única y refinada.
- Diseñado para homenajear la cocina autóctona de una región específica o destacar ingredientes particulares, este menú estratégico busca cautivar a los comensales con experiencias gastronómicas elevadas.
- Caracterizado por platos exquisitos y presentaciones artísticas, el menú gastronómico se convierte en una declaración de la destreza culinaria del chef y en un atractivo para los conocedores de la alta cocina.
- La estrategia detrás de este menú radica en fusionar ingredientes cuidadosamente seleccionados con técnicas culinarias innovadoras, ofreciendo a los comensales una experiencia única y sofisticada.
- Al resaltar la autenticidad y la calidad, el menú gastronómico no solo se trata de alimentar, sino de sumergir a los comensales en una travesía culinaria que celebra la excelencia y la creatividad en cada bocado.



Menú Degustación

- Se erige como una experiencia culinaria meticulosamente orquestada.
- Este tipo de menú se compone de una cuidada selección de los platos más destacados y creativos del chef, presentando una sinfonía de sabores y texturas en porciones más pequeñas.
- La estrategia detrás del menú degustación radica en ofrecer a los comensales una oportunidad única de explorar la creatividad del chef y experimentar una diversidad de sabores en una sola comida. Este enfoque no solo busca satisfacer el paladar, sino también sorprender y cautivar a través de la innovación gastronómica.
- El menú degustación se convierte así en una expresión artística que desafía las expectativas, permitiendo a los comensales sumergirse en un viaje sensorial que destaca la maestría culinaria y la narrativa gastronómica del establecimiento.





Ejecutivo



- Es una propuesta gastronómica que equilibra eficiencia y calidad.
- Diseñado para atraer a profesionales y clientes que buscan una experiencia culinaria rápida pero sin sacrificar el sabor, este menú estratégico ofrece platos cuidadosamente seleccionados que se destacan por su calidad superior.
- La estrategia detrás del menú ejecutivo reside en brindar una opción conveniente y atractiva para aquellos que desean disfrutar de una comida excepcional en un tiempo limitado.
- Con precios competitivos y una variedad que abarca desde entradas hasta postres, este menú se convierte en una herramienta eficaz para atraer a comensales durante el horario de almuerzo o en ocasiones en las que la rapidez es esencial.
- Así, el menú ejecutivo demuestra que la alta calidad culinaria puede fusionarse con la eficiencia, proporcionando una experiencia gastronómica satisfactoria en entornos empresariales y ejecutivos.



Para llevar



- Responde a la creciente demanda de opciones gastronómicas convenientes y flexibles. Este menú estratégico se adapta a un estilo de vida moderno al ofrecer platos diseñados específicamente para ser llevados y disfrutados fuera del restaurante.
- La estrategia detrás del menú para llevar radica en proporcionar a los clientes la posibilidad de disfrutar de la calidad de la cocina del establecimiento en la comodidad de sus hogares u oficinas.
- Desde platos clásicos hasta opciones más elaboradas, este menú busca ofrecer una experiencia gastronómica completa que conserve su frescura y sabor incluso fuera del entorno restaurantero.
- La conveniencia y la adaptabilidad son elementos clave, haciendo que el menú para llevar no solo satisfaga las necesidades de aquellos con agendas ocupadas, sino también que amplíe la presencia y alcance del restaurante en el mercado.



Eventuales



- Se configura como una propuesta culinaria diseñada para eventos especiales y, de manera única, también se extiende a la elaboración de menús "por encargo" o "menús concertados".
- Este tipo de menú estratégico destaca por su adaptabilidad y flexibilidad para satisfacer tanto las necesidades de eventos específicos como las solicitudes personalizadas de clientes.
- La estrategia detrás del menú eventual implica una planificación meticulosa que permita crear una oferta gastronómica única y adecuada a la ocasión o preferencias individuales.
- Desde platos temáticos hasta opciones diseñadas a medida, este menú busca no solo cumplir con las expectativas, sino también superarlas, proporcionando experiencias gastronómicas que se ajusten a eventos especiales o a las preferencias particulares de clientes que buscan una experiencia culinaria exclusiva y personalizada.

Fijo debido a la disponibilidad de ingredientes



- Se distinguen por ofrecer una selección constante de platos que permanecen inalterados a lo largo del año.
- Esta categoría se centra en la estabilidad de la oferta gastronómica, independientemente de las variaciones estacionales o de la disponibilidad de ingredientes específicos.
- La estrategia detrás de los menús fijos en este contexto implica la elección cuidadosa de ingredientes que son consistentemente accesibles, garantizando la continuidad en la preparación de platos que caracterizan la identidad culinaria del establecimiento.
- Este enfoque no solo asegura una experiencia constante para los comensales, sino que también simplifica la gestión de inventario y la eficiencia operativa al mantener una lista de ingredientes estándar.
- Así, los menús fijos en esta perspectiva se convierten en una opción confiable y familiar para los clientes, proporcionando una oferta culinaria consistente y apreciada.





Cíclicos

Menú Cafetería cíclico 4 semanas



Semana 1 (5-8 marzo / 9-13 abril / 7-11 mayo)

Variedad	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
Sándwich	Cordón Bleu	Hot Dog	Wraps de pollo	Clásico J/Q	BurgerBBQ
Snack	Rollitos + pan jamón/queso	Yuquita criolla	Palitos con jamón	Salchi-pan con salsa rosa	Nacho fiesta
Picadera	Pastelitos	Quipes	Pizza	Empanadas	Quitche
Dulce	Dulce de limón	Galletas avena/pasas	Deditos de novia guayaba	Barras de granola	Brownie

Fruta de temporada gratis

- Estos tipos de menú cambiante están diseñados para adaptarse a ciclos específicos, pero no necesariamente a las estaciones del año.
- Este tipo de menú sigue patrones predefinidos, como la rotación de ingredientes específicos en intervalos regulares.
- Por ejemplo, puede incluir platos especiales mensuales o en días específicos de la semana.
- La estrategia detrás de los menús cíclicos implica crear variedad y mantener el interés de los comensales a lo largo del tiempo, incorporando cambios periódicos en la oferta sin depender exclusivamente de las estaciones del año.
- Este enfoque estratégico permite la flexibilidad en la selección de ingredientes y la planificación a medio plazo.

Estacionales



- Se distinguen por su adaptación a las variaciones naturales a lo largo de las estaciones del año.
- Estos menús estratégicos se diseñan con la intención de incorporar ingredientes frescos y específicos de cada temporada, resaltando la calidad y autenticidad de los productos disponibles en ese momento.
- La estrategia detrás de los menús estacionales implica aprovechar la diversidad de la oferta agrícola y la frescura de los ingredientes en su punto máximo.
- Desde platos ligeros y vibrantes en primavera hasta opciones más reconfortantes y sustanciosas en invierno, estos menús buscan proporcionar una experiencia culinaria que refleje las particularidades y características únicas de cada estación.
- Esta estrategia no solo promueve la sostenibilidad, sino que también ofrece a los comensales una conexión más profunda con la naturaleza y una variación emocionante en la oferta gastronómica a lo largo del año.



Ocasionales

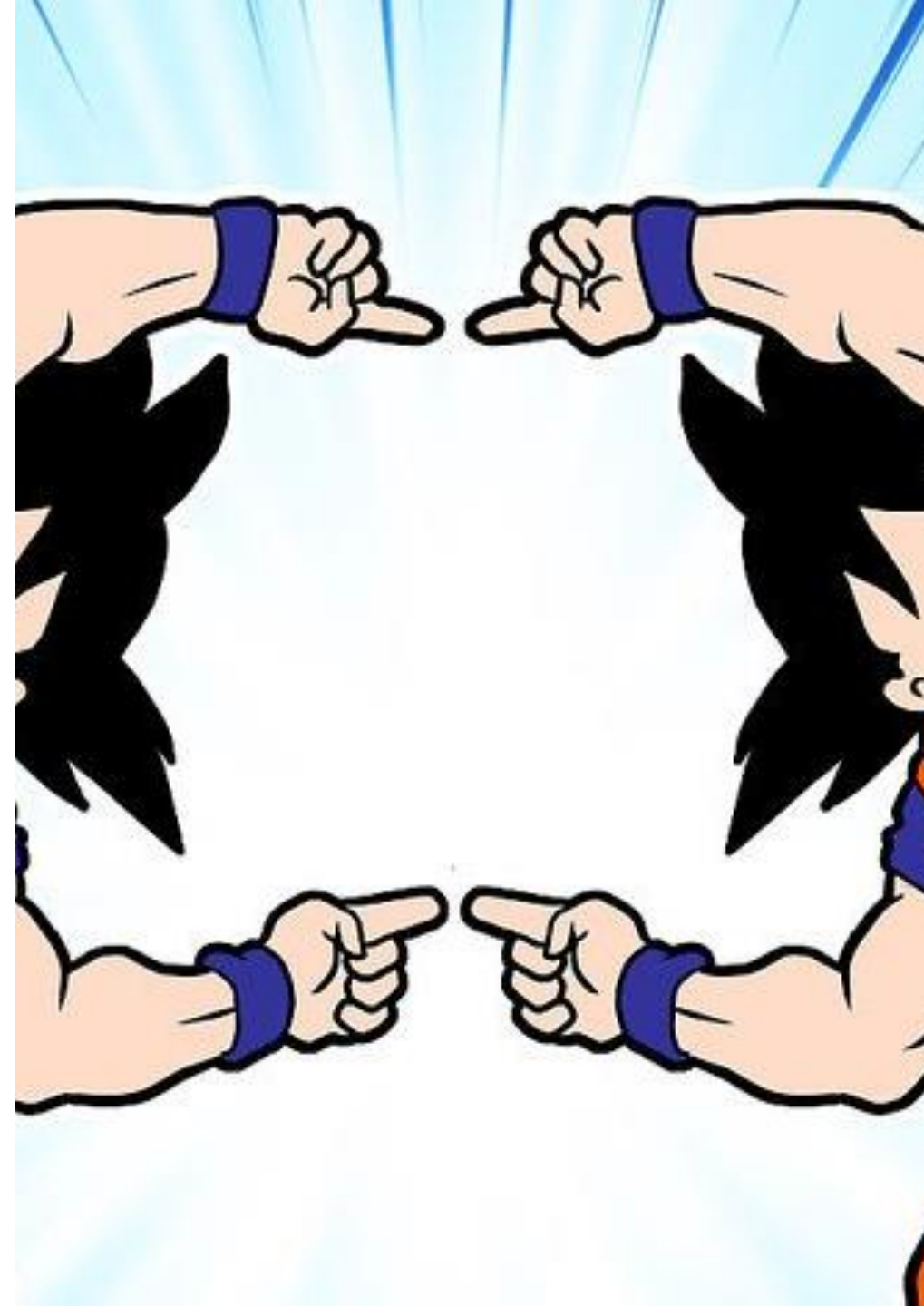


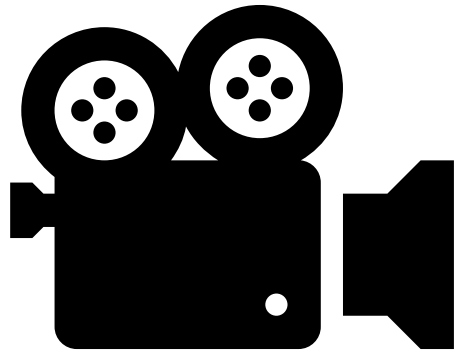
- Presentan una estrategia culinaria dinámica y adaptativa. Este tipo de menú se desarrolla para eventos específicos o situaciones especiales, alejándose de las restricciones estacionales o cíclicas.
- La estrategia detrás de los menús ocasionales implica una flexibilidad extrema para ajustarse a demandas particulares, como festividades, celebraciones o eventos corporativos.
- Desde platos temáticos hasta opciones personalizadas según la ocasión, estos menús buscan crear experiencias culinarias únicas y memorables que se alineen con el propósito específico de la celebración.
- Esta flexibilidad estratégica no solo permite la creatividad en la presentación de platos, sino que también se convierte en una herramienta efectiva para atraer y deleitar a los comensales en momentos especiales, convirtiendo la comida en parte integral de la celebración y creando recuerdos culinarios duraderos.



¿Debo elegir solo uno?

- La singularidad y personalidad de un establecimiento de alimentos y bebidas pueden manifestarse a través de la fusión estratégica de dos o más tipos de menú.
- Esta práctica innovadora permite la creación de ofertas gastronómicas que van más allá de las convenciones, combinando elementos de menús como carta, fijo, estratégico y más.
- La fusión de estos tipos de menú no solo refleja la versatilidad culinaria, sino que también establece una identidad distintiva para el establecimiento. Al incorporar platos fijos que garantizan consistencia con propuestas estratégicas que destacan la creatividad y la autenticidad, se construye una experiencia única para los comensales.
- Esta sinergia estratégica no solo amplía la variedad de opciones disponibles, sino que también fortalece la conexión emocional de los clientes con el establecimiento al ofrecer una propuesta culinaria memorable y característica.





Clase 2. Videos complementarios

Video Complementario

•
•

Concepto de Menú

- Gastromexico [@GastromexicoMX]. (2017, agosto 9). ¿Qué es un MENU? Youtube.
<https://www.youtube.com/watch?v=wuf4Asbh7cc>



Video Complementario

:

El menú del día

- Emcebar, C. [@emcebar]. (2019, agosto 2). Menú del Día como Estrategia de Marketing. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=HXaYDpaBzsc>



Película de análisis:

Menú temático

- Mylod, M. (2022). El Menú. Searchlight Pictures Disney+. www.disneyplus.com



CLASE 3



Menu

Starter

Goat Cheese Salad
Tuscan Garden Salad

Main

Salmon with Lemon and Butter Sauce
Baby Rack of Lamb
with Fresh Herbs and Spices

Dessert

White Chocolate Cheesecake
Passion Fruit



Grilled chicken with tomatoes
⌚ 25 minutes ★☆☆ Easy



Homemade Vegan burger
⌚ 20 minutes ★☆☆ Easy

1.3: El menú y el tiempo



Más que una medida...

- El tiempo en un menú no solo implica la duración de una comida, sino también la cuidadosa planificación de los momentos gastronómicos.
- Desde la eficiencia de un menú ejecutivo, diseñado para satisfacer paladares exigentes en tiempo limitado, hasta la tranquilidad de un menú degustación que invita a saborear cada bocado, los tiempos del menú son una expresión estratégica.
- La diversidad temporal se manifiesta en menús para llevar, adaptados a agendas ocupadas, y menús ocasionales, preparados para momentos festivos.
- Así mismo, la oferta culinaria variará de acuerdo con el momento del día en que pretenda la ingesta. Por ello, las cartas deben considerar los siguientes momentos de alimentación.



Los momentos de consumo

- Los distintos momentos de consumo a lo largo del día ofrecen experiencias gastronómicas únicas.
- Cada momento implica consideraciones específicas, fusionando sabores, presentaciones y ambientes. A continuación, te presentaremos los distintos momentos aplicados al consumo en México.

Momento	Rango de Horas	Finalidad	Grupos Principales de Alimentos
Desayuno / almuerzo	7:00 AM - 10:00 AM	Inicio energético del día	Frutas, lácteos, cereales, pan
Brunch	10:00 AM - 12:00 PM	Combinación desayuno y almuerzo relajado	Variedad de platos y bebidas
Comida	12:00 PM - 3:00 PM	Satisfacción principal, menú equilibrado	Carnes, pescados, vegetales, guarniciones
Entrecomidas	Varía	Pequeños refrigerios entre comidas principales	Frutas, frutos secos, snacks saludables
Cena	7:00 PM - 10:00 PM	Diversidad cultural, opciones ligeras a elaboradas	Pescados, aves, ensaladas, platos ligeros
After Dinner	10:00 PM - 12:00 AM	Sobremesa, postres y digestivos	Postres, licores, infusiones
Cóctel	6:00 PM - 12:00 AM	Entretenimiento nocturno, combinaciones creativas	Aperitivos, canapés, bebidas mixtas

Desayunos

- Se conciben como el primer acto culinario del día, diseñados para proporcionar una carga energética y nutrientes esenciales. Ofrecen opciones equilibradas que incluyen una variedad de frutas frescas, lácteos, cereales y pan.
- En este momento, la presentación y la calidad son fundamentales, a pesar de basarse en ingredientes a menudo más asequibles. Jugos de naranja, café americano, chocolate caliente, té, leche, bizcochos surtidos y pan de la casa son elementos comunes en estos menús matutinos.
- Se busca despertar el apetito de manera saludable y deliciosa, incentivando hábitos nutricionales positivos.
- Estos menús no solo cumplen con la función de proporcionar energía, sino que también establecen un tono positivo para el resto del día, promoviendo la importancia de un inicio saludable y satisfactorio.





El brunch

- Se disfrutan típicamente entre la mañana y las primeras horas de la tarde, sirviendo como un enlace entre el desayuno y la comida.
- Esta experiencia gastronómica se ha convertido en un favorito, especialmente los fines de semana, ofreciendo una amalgama creativa de opciones culinarias.
- Desde deliciosos platillos matutinos como huevos benedictinos y panqueques hasta opciones más sustanciosas como sándwiches y ensaladas, el brunch abarca una diversidad que satisface todos los gustos.
- Este momento del día fomenta la socialización relajada y la indulgencia, con bebidas especiales como mimosas o bloody marys que complementan perfectamente la variedad de sabores presentes en el menú.

La comida

- Representa uno de los momentos más significativos del día en la gastronomía y el momento más fuerte para el mexicano promedio.
- Este periodo ofrece una pausa bienvenida para disfrutar de una variedad de opciones culinarias, equilibrando la necesidad de energía y sabor.
- En esta comida, los menús suelen presentar una gama diversa de platos, desde entradas ligeras hasta opciones más sustanciosas como pescados, carnes y pastas.
- La elección del menú a menudo refleja las preferencias culturales y personales, con una tendencia hacia una cocina más elaborada y opciones más variadas.
- La comida es un momento propicio para la socialización, y los restaurantes suelen adaptar sus menús para atender tanto a aquellos que buscan una experiencia rápida como a quienes desean disfrutar de un almuerzo más relajado y completo.





Entrecomidas

- También conocidas como snacks o tentempiés, representan momentos ligeros de consumo entre las comidas principales del día.
- Se ubican estratégicamente en horarios como la media mañana o la tarde, proporcionando una fuente adicional de energía y satisfaciendo los antojos entre comidas más sustanciales.
- Los menús para entrecomidas tienden a ofrecer opciones más pequeñas y variadas, como bocadillos saludables, frutas frescas, frutos secos o productos ligeros de panadería.
- Estos tentempiés pueden adaptarse a diversas preferencias y necesidades dietéticas, proporcionando una solución práctica para mantener la energía durante el día.
- Los menús para entrecomidas a deberían equilibrar la conveniencia con la calidad nutricional, ofreciendo opciones deliciosas que satisfacen sin comprometer la salud.
- Este enfoque flexible permite a los comensales disfrutar de pequeñas delicias mientras mantienen un estilo de vida activo y ocupado.

La Cena

- El último gran evento culinario del día presenta una oportunidad para disfrutar de platos cuidadosamente seleccionados en un ambiente relajado.
- Por lo general, se sirve en horarios más tardíos, brindando la posibilidad de compartir momentos agradables después de la jornada laboral.
- Los menús de cena se caracterizan por opciones más ligeras y equilibradas, con énfasis en la calidad de los ingredientes y presentaciones atractivas.
- Platos de pescado, carnes magras y ensaladas frescas son elecciones comunes, adaptándose a un enfoque culinario más consciente y saludable en la última comida del día.
- Los postres, aunque tentadores, suelen ser porciones más moderadas para cerrar la experiencia con un toque dulce sin excesos.
- Además, las cartas de vinos y cócteles complementan la cena, ofreciendo opciones para maridar las delicias culinarias.



After Dinners

- Ofrecen un epílogo culinario que eleva la experiencia gastronómica después de la comida principal.
- Este momento se sitúa al final de una velada, generalmente tras la cena, y busca deleitar a los comensales con postres refinados y bebidas digestivas. Los horarios para estos menús suelen oscilar entre la sobremesa y la noche avanzada.
- Los postres, cuidadosamente preparados, buscan equilibrar la dulzura con toques de frescura y complejidad. Además de los tradicionales dulces, se incorporan a menudo opciones más ligeras y creativas, como sorbetes, petit fours o infusiones digestivas.
- Las bebidas que acompañan este momento suelen incluir licores, destilados, cafés especiales o infusiones digestivas, ofreciendo una experiencia completa para cerrar la jornada con elegancia y sabor.





Cóctel

- Son una sinfonía de sabores y presentaciones que elevan la experiencia gastronómica en entornos sociales.
- Este tipo de menús se despliega en ocasiones especiales, brindando una selección de bocados pequeños y exquisitos diseñados para ser disfrutados en un ambiente relajado y festivo.
- El rango horario para este tipo de eventos suele situarse en la tarde o al inicio de la noche, ofreciendo una variedad de opciones para satisfacer paladares diversos.
- Los alimentos son cuidadosamente seleccionados para ser fáciles de manejar y comer de pie, fomentando la interacción entre los asistentes. Desde canapés elegantes hasta miniaturas gourmet, los menús de cóctel despliegan una paleta de sabores que pueden incluir desde lo clásico hasta lo vanguardista.



Menús para eventos...

- En la planificación de menús para eventos, es esencial adaptarse a diversos factores que influyen en la experiencia gastronómica. Los aspectos económicos demandan opciones que equilibren calidad y costos, siendo clave optimizar recursos sin comprometer la excelencia culinaria.
- En eventos político-sociales, la sensibilidad hacia preferencias dietéticas y restricciones alimenticias es crucial, asegurando inclusividad. Las condiciones climatológicas orientan hacia platos frescos en épocas cálidas y opciones reconfortantes en invierno.
- Considerar la cultura del público es esencial; menús deben reflejar diversidad y respetar tradiciones. Además, ajustar los horarios de servicio conforme al ritmo del evento optimiza la experiencia culinaria.

Consideraciones de acuerdo al evento

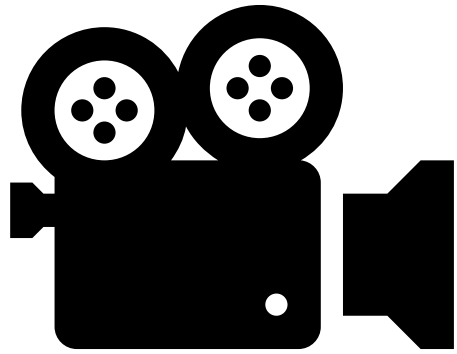
TIPO DE EVENTO	DESCRIPCIÓN	CONSIDERACIONES SOCIALES	CONSIDERACIONES ALIMENTARIAS
Intercambio de Ideas	Mesas redondas, workshops, talleres, foros, debates y paneles.	Fomentar la participación activa, promover el intercambio de conocimientos y opiniones.	Variedad de opciones ligeras para mantener la concentración y energía durante las sesiones.
Fines de Capacitación	Seminarios, cursos, conferencias, sinopsis y coloquios.	Asegurar un ambiente propicio para el aprendizaje, facilitar la interacción entre los asistentes.	Ofrecer opciones nutritivas y equilibradas para sustentar la atención y el rendimiento cognitivo.
Reuniones	Congresos, convenciones.	Propiciar el intercambio de ideas, decisiones colectivas y networking.	Menús versátiles que se adapten a diferentes preferencias y permitan flexibilidad en el consumo.
Promoción y Ventas	Ferias y exposiciones.	Impulsar la interacción entre clientes y vendedores, destacar productos y servicios.	Ofrecer bocadillos y opciones para degustar durante la promoción de productos.
Gastronómicos	Banquetes, comidas empresariales, almuerzos de trabajo, cócteles, eventos sociales: desfiles de moda, entrega de títulos o premios.	Alinear el menú con el estilo del evento, destacar la experiencia culinaria.	Adaptar las opciones a diferentes preferencias alimenticias y presentaciones atractivas.

El tiempo influye en el buffet

- El horario ejerce una influencia transcendental en la planificación de un menú para buffet, definiendo la experiencia gastronómica en cada momento del día.
- En las primeras horas, el desayuno demanda opciones frescas y nutritivas, mientras que el almuerzo requiere una variedad equilibrada que satisfaga el apetito del mediodía.
- En la tarde, la transición hacia opciones más ligeras y versátiles se convierte en una prioridad, ofreciendo platos que se adapten a la energía de la tarde. La cena, por otro lado, invita a sabores más intensos y refinados, creando una experiencia culinaria que culmina el día.
- La planificación estratégica considera la fluidez de la demanda, ajustando el menú para reflejar no solo la calidad de los platos, sino también la armonía con los ritmos naturales del apetito a lo largo del día.
- Así, el horario se convierte en el compás que guía la composición del buffet, asegurando que cada bocado sea una experiencia única y deliciosa.



Momento	Grupos Principales de Alimentos
Desayuno	Frutas frescas, yogur, cereales, panes variados, huevos revueltos
Brunch	Variedad de platos: ensaladas, quiches, mini sándwiches, bebidas variadas
Comida	Carnes asadas, pescados, opciones vegetarianas, variedad de guarniciones, ensaladas
Entrecomidas	Frutas frescas, frutos secos, snacks saludables, mini bocadillos
Cena	Pescados, aves, ensaladas, opciones de platos ligeros y variados
After Dinner	Postres variados, selección de licores, infusiones relajantes
Cóctel	Aperitivos, canapés, variedad de bebidas mixtas y refrescantes



Clase 3. Videos complementarios

Video Complementario

:

Algunos pormenores del menú alimentario latinoamericano

- E-MANutrition [@e-manutrition6992]. (2020, agosto 6). Elementos básicos del menú (tiempos de comida). Youtube.

<https://www.youtube.com/watch?v=XnA0dOx60M0>



Video Complementario

Algunos pormenores del menú alimentario latinoamericano

- Gastronomiccoach, G. [@gastronomiccoach100]. (2024, enero 5). Los tiempos en un menú. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=wVDcd-TCed0>



Aperitivo

Un aperitivo es un pequeño plato o bebida que se sirve antes de una comida con el objetivo de estimular el apetito. No se pretende saciar el hambre, sino preparar el paladar para los platos que siguen. Aquí algunos aspectos y características a considerar:

Tamaño de la Porción: Pequeño, generalmente bocado o dos.

Temperatura Recomendada de Servicio: Puede variar, a menudo frío o a temperatura ambiente.

Loza y Plato Recomendado: Platos pequeños o bandejas, copas para cócteles o vasos pequeños para bebidas.

stronomic Coach" - Servicio de Asesoría y C

CLASE 4



1.4: Grupos y Porciones

TIPOS DE MENÚS



¿Qué comer?

Tu Menú Digital

PARA

RESTAURANTES



El orden si importa

- La organización de platillos por tiempos no solo responde a la duración de la comida, sino que también ofrece a los comensales una guía temporal para su experiencia culinaria.
- Desde entradas que marcan el inicio de la experiencia hasta postres que cierran con dulce encanto, la disposición estratégica en la carta es una narrativa temporal en sí misma.
- Este enfoque no solo facilita la selección de platos alineados con las preferencias temporales del cliente, sino que también contribuye a la creación de una historia gustativa cohesiva.



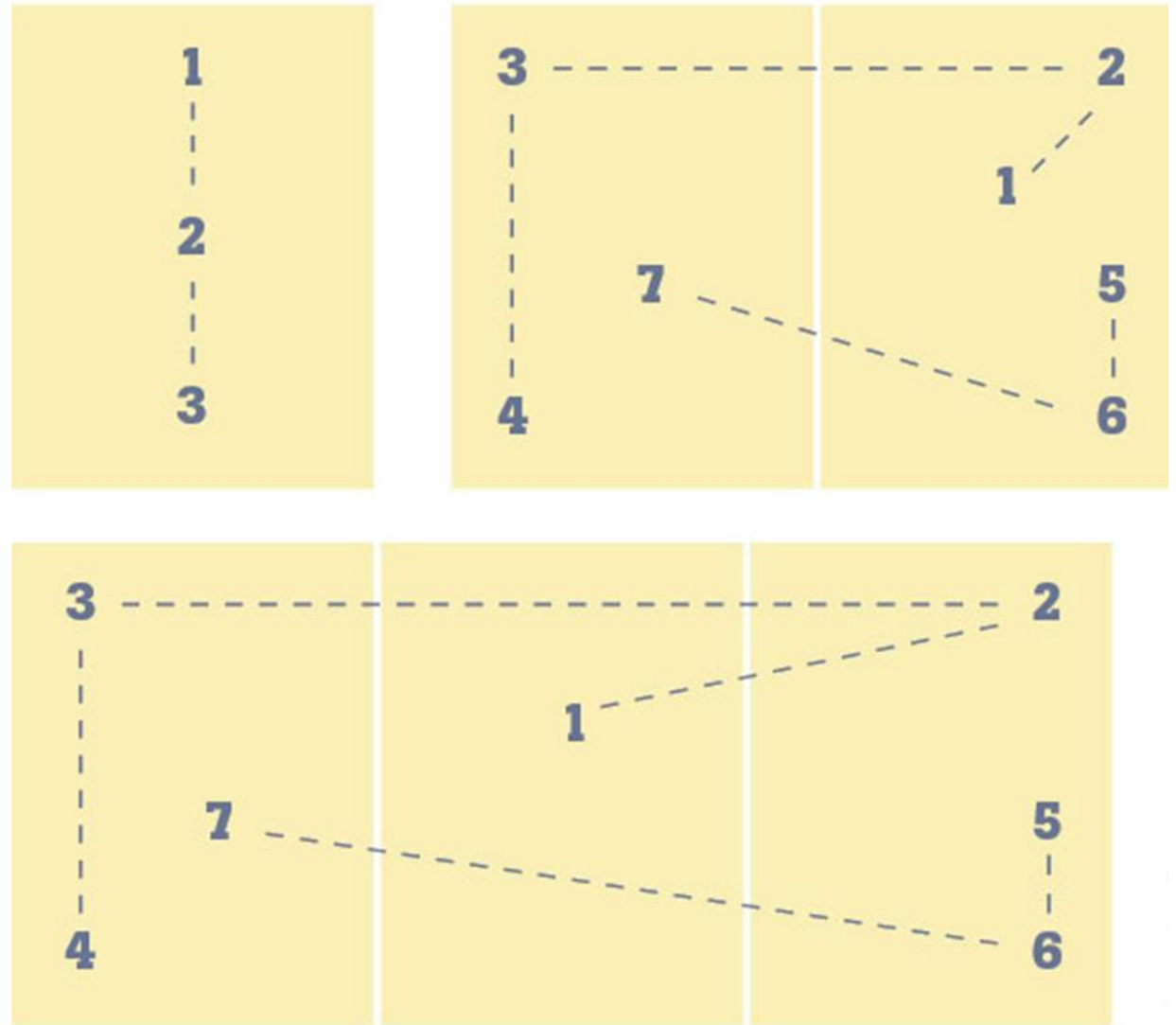


El orden de lectura

- El orden de lectura en un menú es esencial para guiar la experiencia del comensal de manera fluida y agradable.
- Al presentar los platillos, es clave agruparlos de manera estratégica, comenzando con entradas ligeras y progresando hacia opciones más sustanciosas.
- Esto facilita la toma de decisiones y permite que los sabores se desarrollen de forma armoniosa a lo largo de la comida. Iniciar con aperitivos, seguido por entradas, platos principales y finalmente postres, crea un flujo natural que cautiva el paladar.
- Además, agrupar platillos por temática, ingredientes o técnicas de cocción puede resaltar la creatividad culinaria y facilitar la elección del comensal.
- Un menú bien estructurado no solo presenta opciones, sino que cuenta una historia culinaria, elevando la experiencia gastronómica a través de un viaje organizado y delicioso.

Los puntos más rentables

El diseño estratégico de un menú implica emplear astutos trucos psicológicos para resaltar los platos más rentables. En primer lugar, la ubicación preferencial de ciertos platos captura la atención del comensal y aumenta la probabilidad de elección.





Los grandes grupos

- Los elementos del menú pueden agruparse estratégicamente en diversos conjuntos para realzar su atractivo y facilitar la elección del cliente.
- categorización por tipo de platillo, como entradas, platos principales y postres, brinda claridad y estructura. La organización por temáticas culinarias resalta la diversidad y permite contar una historia gastronómica.
- Asimismo, agrupar por técnicas de cocción o ingredientes específicos destaca la creatividad del chef y facilita la navegación del cliente.
- Estos grupos no solo simplifican la lectura del menú, sino que también influyen psicológicamente en la elección, proporcionando una experiencia culinaria atractiva y memorable.



El tamaño importa

Ofrecer tamaños equilibrados satisface al comensal sin abrumarlo.

Estratégicamente presentar opciones de tamaños variables puede influir en la elección, permitiendo adaptar la experiencia gastronómica a preferencias individuales y promoviendo una mayor satisfacción culinaria.

Tabla de referencia

Grupo	Ración Carta (g)	Ración Banquete (g)	Descripción	Detalles
Entradas/ Appetizers	90-120	90	Porciones pequeñas, frías o calientes, diseñadas para abrir el apetito.	Acompañadas con bebidas aperitivas. Concuerdan en sabor con los platos subsiguientes
Sopas-Cremas	120-200	120	Variedad amplia, varía según clima y región.	A base de vegetales, ideales para reciclar productos.
Ensaladas	120-180	120	Acompañamiento de platos fuertes. También tomadas como platos fuertes y especiales, fusionadas con mariscos, aves y carnes. Aderezos y vinagretas son cruciales.	También tomadas como platos fuertes y especiales, fusionadas con marisocs, aves y carnes. Aderezos y vinagrestas son cruciales.
Sándwiches	200-260	200	Utilizados en lunch, fríos o calientes, simples o complejos.	Fusionados con aves, pescados, carnes, vinagretas, quesos especiales, vegetales, etc.
Platos Fuertes	450-600	450	Aves, carnes, pescados, mariscos, pastas.	Clasificación importante y equilibrio en técnicas de cocción. Porciones consideran hueso o desperdicio.
- Aves	350	450	Clasificación específica para aves: pollo, pavo, etc.	Equilibrio en técnicas de cocción, al horno, a la parrilla, etc.
- Carnes	180-220	220-300	Clasificación específica para carnes: cordero, ternera, puerco.	Equilibrio en técnicas de cocción, al horno, a la parrilla, etc.
- Solomillo	180	220 - 250		
- Entrecôte	180 - 220	240 - 300		
- Chuletas	180 - 220	280 - 350		
- Pescados	180	220 - 250	Clasificación específica para pescados: frescura crucial.	Pueden manejarse en congelados. Porciones consideran hueso o desperdicio.
- Mariscos	180	220 - 250	Clasificación específica para mariscos: frescura crucial.	Pueden manejarse en congelados. Porciones consideran desperdicio.
Guarniciones	100-120	100	Verduras, pastas, arroces y otros acompañamientos que complementan los platos fuertes.	Pueden servirse dentro del plato principal o por separado.
-Verduras	100-120	100		
- Pastas	60	70 - 80		
- Arroces	60	70 - 80		
Salsas	Varía	Varía	Variedad en pastas, opción de salsa aparte.	Gama amplia: picantes, dulces, ácidas, compuestas, fusionadas, crudas, cocidas, emulsionadas, etc.
Postres	125	150 - 170	Factor rentable pero difícil de vender.	Variedad amplia con margen de ganancia.

Respecto del marco de referencia

- Estas medidas no solo aseguran una experiencia culinaria equilibrada, sino que también optimizan la gestión de recursos al evitar desperdicios.
- Las porciones cuidadosamente calibradas respetan la fisiología humana, pues la capacidad del estómago va de 1 a 1.5 litros en estado de reposo, adaptándose a las necesidades nutricionales y promoviendo elecciones variadas.
- Al proporcionar tamaños adecuados, se fomenta la degustación de múltiples platos, maximizando la oportunidad de venta y ofreciendo a los comensales una experiencia culinaria completa y satisfactoria.



Cómo redactar tu menú

- Al redactar un menú, sugiero utilizar un lenguaje descriptivo y tentador que resalte los sabores y características únicas de cada plato.
- Incluir detalles sobre técnicas de cocción, ingredientes frescos y combinaciones innovadoras estimula el interés del comensal.
- Introducir un "producto anzuelo", o plato destacado, estratégicamente al inicio puede aumentar las ventas.
- Este platillo, seleccionado por su popularidad o rentabilidad, actúa como gancho, capturando la atención del cliente y guiándolo a explorar el resto del menú.
- El uso de términos sugerentes y apetitosos, junto con un diseño visual atractivo, también influye en las elecciones del cliente.

MENÚ RESTAURANTE

ENTRANTES Y ENSALADAS

1. Ensalada de amor del paraíso Manzana, piña, papaya, mango.	12€	6. Ensalada de amor del paraíso Manzana, piña, papaya, mango.	12€
2. Ensalada sexy de siete colores Lechuga, zanahoria, tomate, maíz, remolacha, aguacate y aceitunas.	10€	7. Ensalada sexy siete colores Lechuga, zanahoria, tomate, maíz, remolacha, aguacate y aceitunas.	10€
3. Ensalada de aguacate del amor Aguacate, espárragos, zanahoria, tomate, nachos y salsa de guacamole.	15€	7B. Ensalada sexy siete colores Lechuga, zanahoria, tomate, maíz, remolacha, aguacate y aceitunas.	12€
4. Ensalada griega Tomate, queso de cabra, cebolla, pasas y orégano.	9€		

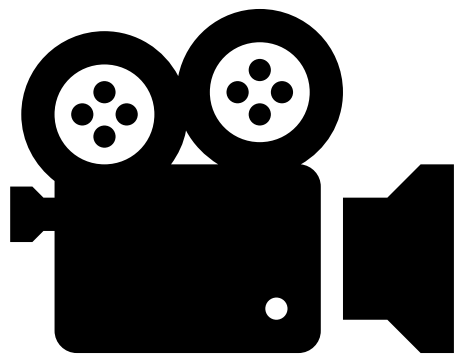
PLATOS PRINCIPALES

9. Arroz con setas y algas Arroz integral salteado con algas hijiki.	11€	14. Bizcocho vegetariano Bizcocho con relleno de yogur de soja, arándanos y castañas.	10€
10. Berenjena de la Toscana Berenjena rellena de pimiento rojo, crema de tofu y garbanzos.	10€	15. Jugo de frutas del bosque Frambuesa, arándanos, fresa y mora.	10€
11. Hamburguesa de tofu Hamburguesa de tofu con guarnición	9€	16. Jugo depurativo Espinacas, pepino, limón y kiwi.	15€
12. Buñuelos de calabacín Tomate, queso de cabra, cebolla, pasas y orégano.	9€	18. Jugo de fruta natural Zanahoria, tomate, naranja y manzana.	9€
13. Setas y algas Arroz integral salteado con algas hijiki.	10€		

POSTRES

RESERVATIONS:
706-474-5923

Dirección: Calle Carmen, 523, 08001 Madrid



Clase 4. Videos complementarios

Video Complementario

:

Estrategias para el menú

- Empresa, Y. [@yoempresa]. (2018, julio 12). Marketing para Restaurantes: 03 La Carta o Menú, poderosa herramienta para las ventas. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=RCMQjIUOK74>



CLASE 5





1.5: Otros factores para la elaboración



Previo a generar tu menú.

- Es fundamental considerar una serie de factores clave que abarcan desde la identidad del restaurante hasta aspectos operativos. Algunos de ellos ya los has visto en esta y otras materias.

Temática

Costos

Tipo de servicio

Logística



☒ Lugar y tipo del restaurante

☒ Ambiente

☐ Clase y composición de los platos



☒ Calidad de los productos

☒ Estructura de precios y costos

☒ Costo de empleados (costo de labor)

☒ Controles de caja

☒ Nivel



☒ Cantidad de empleados

☒ Cantidad de plazas (PAX)

☐ Inclinationes de los clientes



☒ Horarios de apertura y cierre

☒ Tamaño de la cocina y equipamiento

☒ Iluminación

☒ Arquitectura

☒ Compra y Posibilidades de almacenaje

☒ Capacitación de los empleados



Aspectos de la temática

- Son necesarios para crear una experiencia gastronómica coherente y atractiva.
- Estos incluyen la identidad visual, el estilo arquitectónico, la ambientación y la atmósfera que se desea proyectar.
- Como ya se ha explorado en la materia de Técnicas de Alto Servicio a Comedor, la temática del establecimiento influye directamente en la percepción de los clientes y en su disposición a disfrutar de la oferta culinaria.
- Desde la selección de colores y decoración hasta la disposición del mobiliario, cada detalle contribuye a la creación de una experiencia única.
- Así mismo, la elección de ingredientes, técnicas de preparación y presentación se convierte en la expresión que refleja la identidad y estilo del restaurante, asegurando una experiencia gastronómica alineada con la temática elegida por lo que es indispensable considerar la clase y composición de los platillos.
- Una temática bien definida comunica la personalidad del restaurante, atrayendo a la clientela deseada y estableciendo una conexión memorable y avicinada con los comensales.





Costos

- Este factor impacta directamente en la rentabilidad y sostenibilidad del restaurante.
- Desde la calidad de los ingredientes hasta el costo laboral, cada elemento influye en la formación de precios y, por ende, en la percepción del cliente.
- Dada esta importancia, es crucial realizar un repaso detallado del costeo de las recetas.
- Este proceso implica evaluar minuciosamente el precio de la materia prima, considerar los gastos asociados a la mano de obra, identificar los costos indirectos de fabricación y establecer un margen de ganancia adecuado.
- Un análisis exhaustivo de los costos asegura que los precios sean competitivos, que se cubran todos los gastos operativos y que se alcance una rentabilidad deseada, garantizando así la viabilidad financiera del negocio y la excelencia en la oferta gastronómica.



Previamente...

Estima tus Otros Gastos de Operación (OGO)

- Como recordaras, los costos de operación abarcan una gama amplia de elementos, desde los insumos directos como ingredientes y materia prima, hasta de mano de obra, gastos generales y otros costos indirectos.
- Integrar los aspectos de OGO en el costeo de una receta implica una evaluación detallada de cada componente.
 - **Mano de obra:**
 - También llamados costos laborales, es decir el gasto en sueldos y salarios.
 - **Gastos generales:**
 - Implica Servicios Públicos, Permisos, Alquiler, Otros servicios privados.
- Suma estos costos y fija un valor neto que deba ser cubierto por cada platillo que esté en tu menú.

Ejemplo de OGOs

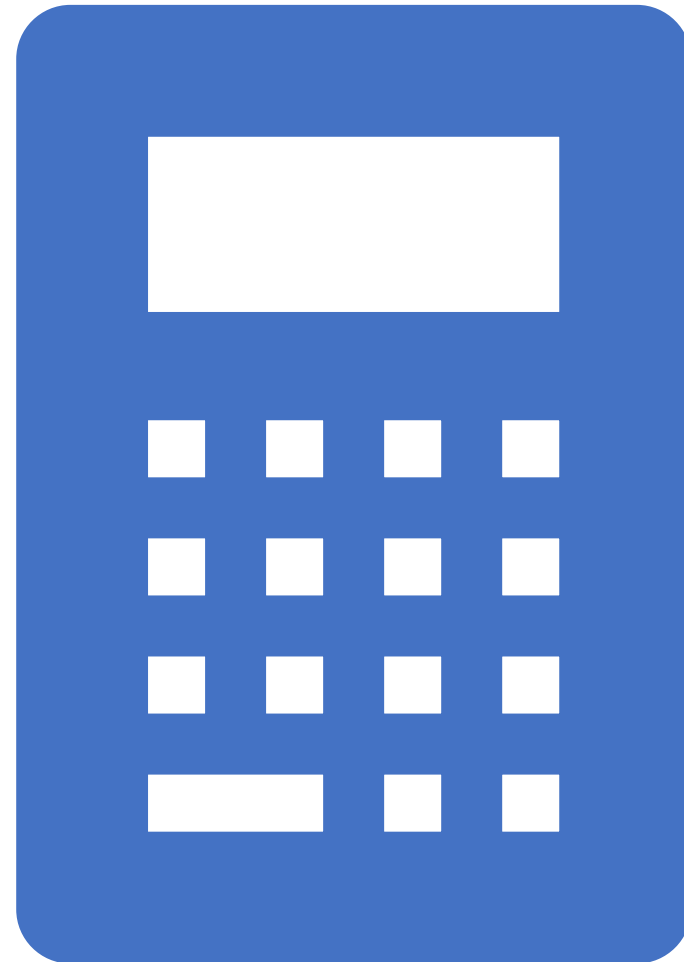
Rubro	Concepto	Monto Mensual	% de OGOs	Detalle
Gastos Generales	Agua	\$ 500.00	0.6%	Base
Gastos Generales	Alquiler	\$ 13,000.00	16.4%	50 m2
Gastos Generales	Licencia de alcohol nueva	\$ 8,429.04	10.7%	Permiso municipal Amortizado a un año (\$101,148.50)
Gastos Generales	Licencia de funcionamiento de bajo impacto (SARE)	\$ 150.00	0.2%	Tramite federal
Gastos Generales	Luz	\$ 3,000.00	3.8%	Base
Gastos Generales	Otros Servicios Privados	\$ 300.00	0.4%	Mantenimientos etc.
Gastos Generales	Publicidad	\$ 5,000.00	6.3%	Redes sociales
Gastos Generales	Servicio Privado de Vigilancia	\$ 4,000.00	5.1%	Básico
Gastos Generales	Teléfono e Internet	\$ 500.00	0.6%	Base
Mano de Obra	Sueldos y Salarios	\$ 44,227.35	55.9%	5 empleados al minimo profesional
Total		\$ 79,106.39	100.0%	

¿Cómo incluyo mis OGO en el costeo?

- **Calcula el porcentaje que cada OGO:** representa en comparación con los ingresos totales de tu establecimiento. Este cálculo se realiza dividiendo cada OGO por los ingresos generales y multiplicando por 100 para obtener el porcentaje.

$$\text{Porcentaje de OGO} = \left(\frac{\text{OGO específico}}{\text{Ingresos totales}} \right) \times 100$$

- **Distribución proporcional:** Asigna proporcionalmente los OGOs a cada receta según su contribución a los ingresos generales. Por ejemplo, si el alquiler representa el 10% de los OGOs y una receta contribuye al 20% de los ingresos, asignarías el 2% del alquiler a esa receta.



Desarrollando un ejemplo

- Vamos a realizar el cálculo de cómo asignar proporcionalmente los Otros Gastos de Operación (OGOs) a la receta específica (licuado de fresa), basándonos en su contribución a los ingresos totales.
- Supongamos que los OGOs mensuales son de \$79,106.39 y los ingresos totales son de \$80,000. La receta específica conlleva un costo de ingredientes de \$16.07 y deseamos que contribuya con el 20% de los ingresos totales.
 - $OGOs \left(\frac{16.07}{80,000} \right) \times 79,106.39$
 - $OGO = .003214$
 - Es decir que .003 centavos de la receta se utilizarán para sufragar los gastos.
- Sin embargo, lo más práctico es establecer que con prudencia un margen de contribución, es decir un porcentaje basado en el precio los ingredientes que se sumará al valor “base” de la receta:
- El licuado de fresa costará 15% adicional a su materia prima para solventar los gastos de producción:
 - $16.07 = 1.15 = \underline{18.64}$

Estandarización de la receta

- La estandarización de recetas es una práctica fundamental en la gestión eficiente de operaciones gastronómicas, aportando coherencia, calidad y control a la oferta culinaria. Aunque el formato de un recetario puede variar, ciertos elementos clave garantizan su efectividad.
 - Encabezado
 - Cuerpo
 - Cálculos
 - Procedimiento
 - Fotografía de montaje

PALTA RELLENA
Entrada

6



M	R	F	EQUIV.	EQUIV. FINAL	UNIDAD	PRECIO	COSTO
0%	100%	1.000	0.750	0.750	KG	5.00	3.75
0%	100%	1.000	0.200	0.200	KG	2.20	0.44
0%	100%	1.000	0.188	0.188	KG	5.66	1.06
22%	78%	1.282	0.125	0.160	KG	1.50	0.24
38%	62%	1.613	0.125	0.202	KG	1.00	0.20
62%	38%	2.632	0.125	0.329	KG	4.50	1.48
0%	100%	1.000	0.188	0.188	KG	4.29	0.80
0%	100%	1.000	0.083	0.083	KG	2.50	0.21
0%	100%	1.000	0.005	0.005	KG	1.00	0.01
0%	100%	1.000	0.005	0.005	KG	24.00	0.12
COSTO TOTAL							8.31
COSTO UNITARIO							1.39

ar las pepas, pelarlas y
radita por mitad de palta).
s (papa, aavejas, apio,
a.
ración.
ro.

Costo Unitario	35%	1.39
Margen de contribuc	65%	2.57
Valor de Venta	100%	3.96
IVA (IGV)	18%	0.71
Recargo al Consumo	10%	0.40
Precio de Venta	128%	5.07
PRECIO EN CARTA		6

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL

Nombre de la receta: **TORTILLAS DE MAÍZ CON CHICHARRÓN O QUESO**

Género: Entradas

Porciones/paños: 12 a 15 unidades

Fecha de producción: 26/09/2014

Observaciones:



INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD	CANTIDAD	COSTO	CANTIDAD	COSTO
Maíz amarillo	gr	500	500gr	\$ 2.30	500gr	\$ 2.30
Chicharrón	gr	400	400gr	\$ 2.50	400gr	\$ 2.50
Queso	gr	100	500gr	\$ 2.20	100gr	\$ 0.44
Manteca de cerdo	gr	80	200gr	\$ 2.70	80gr	\$ 1.08
Sal	c/m	c/m	500gr	\$ 0.85		\$ 0.02
Cominos	c/m	c/m	50gr	\$ 0.60		\$ 0.02
TOTAL						\$ 6.86

PREMUTUAMENTE

RECETA EN ESTÁNDAR

Nombre del Módulo: CONSERVACION DE ALIMENTOS

Nombre de la receta: FLAN DE CAJETA

Elaboró: Ulises Antonio Hernández Jara

Aprobó: Erick de Jesus Padilla

Fecha: 26/11/2020

INGREDIENTES	PRECIO	UNIDAD	CANTIDAD	IMPORTE
1 lt. Leche Entera (Lala, Alpina o Santa Clara)	\$ 22.00	LTS	4.000	\$ 88.00
1 kg. Azúcar	\$ 22.00	KG	1.000	\$ 22.00
1 kg. Color amarillo huevo	\$ 22.00	KG	0.500	\$ 11.00
20 ml. Esencia de vainilla	\$ 32.00	ML	0.450	\$ 14.40
4 g. Canela en Rapa	\$ 1.00	GRS	0.500	\$ 0.50
100 ml. Choccolato líquido	\$ 54.00	ML	0.500	\$ 5.40
100 ml. Caramelo para Flan	\$ 30.00	ML	0.500	\$ 3.00
25 gr. Mantequilla desechable	\$ 15.00	GRAS	0.750	\$ 11.25
25 g. Café molido	\$ 1.00	GRS	0.500	\$ 0.50
	\$ -			\$ -
	\$ -			\$ -
	\$ -			\$ -
40 gr. Tímbaros desechables	\$ -			\$ -
			</	

El encabezado

- En el encabezado, se establecen datos esenciales como el nombre de la receta, el creador, la fecha de creación, la versión, la temperatura de servicio, el tiempo de preparación y el número de porciones (PAX).
- Estos detalles no solo proporcionan información crucial, sino que también facilitan la identificación y gestión de recetas a lo largo del tiempo.

Establecimiento	La barra del Somm	Creador	El Somm	
Nombre Receta	Licuado de fresa	Descripción Corta	Fresas con leche licuadas a punto de espuma	
Versión	1.01	PAX	2	
Fecha	01/01/2024	Tiempo aprox de prepe.		15m
Temperatura	Fria	Copa		Huracan

CVO	Producto	Unidad de medida	Cantidad requerida	Costo unidad	Subtotal
1	Leche	Litro	0.25	\$ 20.00	\$ 5.00
2	Fresa	Kilo	0.1	\$ 100.00	\$ 10.00
3	Azucar	Kilo	0.05	\$ 20.00	\$ 1.00
4	Hielo	Bolsa 5k	0.002	\$ 35.00	\$ 0.07

El cuerpo

- El cuerpo de la receta incluye la lista de ingredientes con sus cantidades, unidades de medida, costos unitarios, subtotales y anotaciones, incluso puedes establecer en estas columnas la merma unitaria de los mismos, sin embargo, esto es opcional.
- La precisión en la descripción de los ingredientes y sus cantidades contribuye a la consistencia en la preparación, mientras que los costos unitarios y subtotales permiten evaluar la rentabilidad de cada platillo.

Cálculos financieros

- Los cálculos financieros son esenciales para una gestión efectiva. Incluyen el subtotal, el cálculo aproximado de merma, el porcentaje de otros gastos operativos (%OGOs), la ganancia estimada, los impuestos y el precio definido, puedes elegir un método a seguir diferente para establecer tus precios, sin embargo, resulta fundamental considerar los OGOS (Producción en el ejemplo) y la Ganancia deseada.
- Estos datos ofrecen una visión clara de los aspectos económicos asociados a cada receta, permitiendo una fijación de precios estratégica.

Subtotal	\$ 16.07
% Merma	1%
\$ Merma	\$ 0.16
Producción 15%	\$ 2.41
Producto Costo	\$ 18.64
Costo por PAX	\$ 9.32
Ganacia	300%
Valor c/ganancia	\$ 27.96
Valor de venta	\$ 30.00
IVA 16%	\$ 4.80
ISR 10%	\$ 3.00
Precio final	\$ 37.80

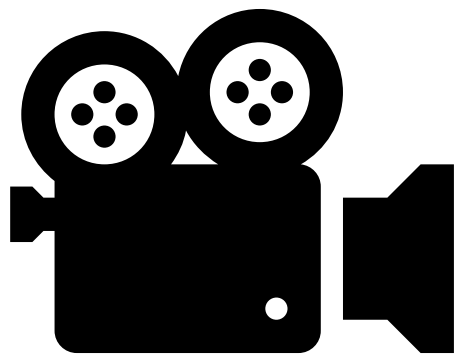
Procedimientos y fotografía

- Los procedimientos detallados guían al personal en la preparación, asegurando consistencia en la ejecución de la receta.
- Por último, la inclusión de una fotografía de montaje sirve como referencia visual, facilitando la presentación uniforme de los platillos.

Establecimiento	La barra del Somm	Creador	El Somm
Nombre Receta	Licudo de fresa	Descripción Corta	Fresas con leche licuadas a punto de espuma
Versión	1.01	PAX	2
Fecha	01/01/2024	Tiempo aprox de prepe.	15m
Temperatura	Fria	Copa	Huracan



CVO	Producto	Unidad de medida	Cantidad requerida	Costo unidad	Subtotal
1	Leche	Litro	0.25	\$ 20.00	\$ 5.00
2	Fresa	Kilo	0.1	\$ 100.00	\$ 10.00
3	Azucar	Kilo	0.05	\$ 20.00	\$ 1.00
4	Hielo	Bolsa 5k	0.002	\$ 35.00	\$ 0.07
Procedimiento				Subtotal	\$ 16.07
1.-Lava y prepara las fresas: Antes de comenzar, asegúrate de lavar adecuadamente las fresas para eliminar cualquier residuo. Retira las hojas y corta las fresas en mitades o cuartos, según tu preferencia. Esta etapa garantiza la frescura y limpieza de la fruta.				% Merma	1%
2.-Añade las fresas a la licuadora: Coloca las fresas cortadas en la licuadora. Las fresas aportarán un sabor dulce y vibrante al licuado, además de ser ricas en antioxidantes y vitaminas.				\$ Merma	\$ 0.16
3.-Agrega la leche: Vierte la leche en la licuadora sobre las fresas. La leche aportará una textura cremosa al licuado, además de proporcionar calcio y otros nutrientes esenciales.				Producción 15%	\$ 2.41
4.-Endulza al gusto: Agrega azúcar al licuado según tus preferencias de dulzura. Puedes ajustar la cantidad de azúcar de acuerdo con tu gusto personal. También puedes optar por alternativas de edulcorantes naturales si prefieres opciones más saludables.				Producto Costo	\$ 18.64
5.-Añade hielo y licua: Para lograr una consistencia fresca y helada, agrega hielo a la mezcla en la licuadora. Licúa todos los ingredientes hasta obtener una mezcla suave y homogénea. Asegúrate de que el hielo esté bien triturado para lograr una textura refrescante.				Costo por PAX	\$ 9.32
				Ganacia	300%
				Valor c/ganancia	\$ 27.96
				Valor de venta	\$ 30.00
				IVA 16%	\$ 4.80
				ISR 10%	\$ 3.00
				Precio final	\$ 37.80



Clase 4. Videos complementarios

Video Complementario

•
•

Costeo básico

- Educación, G. G. [@GreenGourmetEducacion]. (2022, enero 14). Como COSTEAR los platos de tu RESTAURANTE - CONCEPTOS BÁSICOS. Youtube.

<https://www.youtube.com/watch?v=4ycE1pd0Oxg>



Video Complementario

Costeo básico

- Machaen, C. [@ChefMachaen]. (2021a, mayo 21). Fundamentos de la estandarización 1 | Receta Estándar | Costeo de Recetas | Módulo1-01. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=E2n-94gl-Q>



Video Complementario

Costeo básico

- Machaen, C. [@ChefMachaen]. (2021b, mayo 21). Fundamentos de la estandarización 2 | Receta Estándar | Costeo de Recetas | Módulo1-02. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=nqFkva4NCMk>



Hablando de fotografías....

- Demos paso a la fascinante exploración del diseño y la estética alimentaria.
- Descubriremos cómo la presentación visual no solo realza la experiencia gastronómica, sino que también se convierte en un elemento estratégico para cautivar a los clientes y potenciar la rentabilidad.





Tema 2: Diseño y elaboración

Creando experiencias: Marca,
estética e ingeniería del menú.



CLASE 6



2.1: Estética Alimentaria



La estética...

- La estética se refiere al estudio de la belleza y la percepción visual, enfocándose en la armonía, proporción y equilibrio en la presentación de objetos y experiencias.
- En el contexto alimentario, la estética abarca la manera en que los alimentos son dispuestos y presentados visualmente para crear una experiencia sensorial placentera y atractiva para el consumidor.





Más que sabores

- Los seres humanos tienden a juzgar la calidad de un platillo en gran medida por su apariencia visual. Nuestro cerebro está cableado para procesar y valorar la información visual de manera instantánea y subconsciente.
- Cuando vemos un plato bien presentado, con colores vibrantes, texturas variadas y una disposición cuidadosa de los ingredientes, automáticamente asociamos esa imagen con la frescura, la calidad y el sabor del alimento.
- Esta percepción visual influye en nuestras expectativas y emociones hacia el plato incluso antes de probarlo, lo que puede afectar significativamente nuestra experiencia gastronómica.

Platillos como obras de arte...

- En un platillo, al igual que en una obra de arte visual, la armonía se logra mediante la cuidadosa disposición de elementos, mientras que la proporción y la simetría crean una estética equilibrada y agradable.
- El contraste añade dinamismo al resaltar diferentes componentes, mientras que la composición guía la mirada a través de la obra de manera cohesiva.
- El estilo y la elegancia definen el carácter distintivo del plato o de la obra, ya sea minimalista y sofisticado o elaborado y llamativo.
- La cohesión, tanto en el plato como en la obra de arte, une todos los elementos para crear una presentación armoniosa y unificada.



Algunos términos...

Concepto	Definición	Aplicación al medio alimentario
Armonía	Equilibrio visual entre los elementos	Selección cuidadosa de ingredientes y colores para crear una disposición estética en el plato.
Proporción	Relación entre las partes de un todo	Asegurar que los elementos en el plato se presenten en proporciones equilibradas para una apariencia visual atractiva.
Equilibrio	Distribución equitativa de los elementos	Disposición simétrica o asimétrica de los ingredientes para crear una presentación visual equilibrada y armoniosa.
Simetría	Igualdad en forma, tamaño y posición	Disposición de los elementos de manera reflejada o axial para lograr una presentación visual ordenada y estéticamente agradable.
Contraste	Diferencia entre elementos	Utilización de colores, texturas y sabores diferentes para crear impacto visual y destacar ciertos componentes del plato.
Composición	Organización de elementos en conjunto	Disposición cuidadosa de los ingredientes para crear una presentación visual atractiva y coherente.
Estilo	Carácter distintivo o conjunto de elementos	Definición del enfoque estético general del plato, incluyendo la selección de ingredientes, presentación y decoración.
Minimalismo	Simplificación y eliminación de elementos	Enfoque en la simplicidad y la pureza en la presentación de alimentos, destacando la calidad de los ingredientes.
Cohesión	Unidad y armonía entre los elementos	Integración de todos los componentes del plato para crear una presentación visual cohesiva y estética.

Criterios del montaje



- Antes de explorar los criterios del montaje de un plato, es fundamental comprender su importancia en la experiencia gastronómica. El montaje no se limita a la presentación visual, sino que también influye en la percepción del sabor y la textura.
- Para que una creación culinaria se convierta en una obra de arte es importante considerar los siguientes criterios:



Los componentes de un plato

- El proceso de montaje de un platillo se asemeja a la creación de una obra de arte, donde cada elemento es como un trazo en un lienzo en blanco o una cincelada en el mármol. Dentro de los trazos que podemos distinguir en una creación gastronómica podemos identificar los siguientes:

Proteínas



Guarniciones de verduras



Guarniciones de almidones/carbohidratos



Salsas



Decoraciones



Nota:
No es forzoso que los platillos lleven todos los elementos.

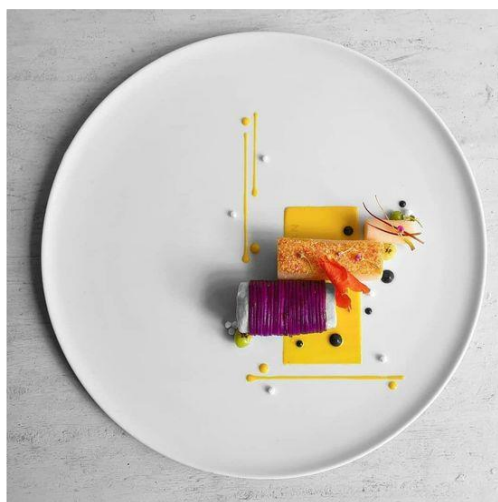
Tradicional



No tradicional



Estructurado



Disperso

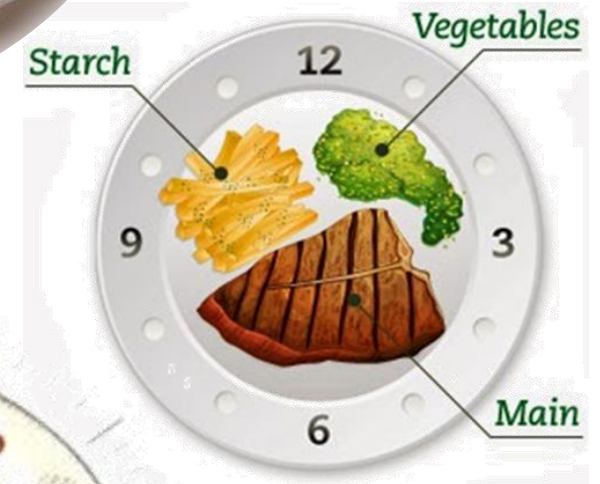
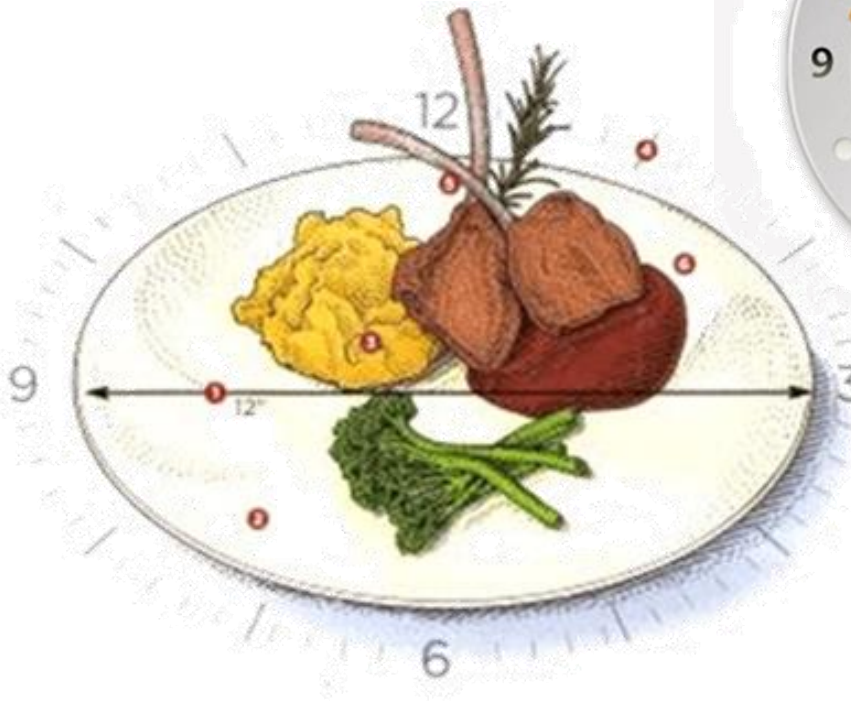


Tipos de montaje

- El montaje de un plato es una expresión artística que va más allá de simplemente colocar los ingredientes en un plato. Existen diferentes enfoques que los chefs pueden utilizar para presentar sus creaciones culinarias, cada uno con su propio estilo y efecto visual.

Montaje tradicional

- El montaje tradicional sigue una disposición convencional, con la proteína como punto focal en el centro del plato y las guarniciones distribuidas de manera equilibrada alrededor. Este enfoque se centra en una presentación ordenada y simétrica que refleja la estabilidad y la familiaridad.



No tradicional

- Rompe con las convenciones establecidas, ofreciendo una perspectiva fresca y creativa en la presentación de los platos.
- Se caracteriza por su enfoque innovador y experimental, donde se exploran nuevas formas de disposición de los ingredientes, texturas, y sabores.
- Este estilo de montaje busca sorprender al comensal mediante la utilización de técnicas poco convencionales, como la asimetría, el uso inesperado de utensilios y recipientes, o la incorporación de elementos inusuales en la presentación.
- La creatividad es el pilar fundamental del montaje no tradicional, permitiendo a los chefs expresar su personalidad y estilo culinario de manera única.



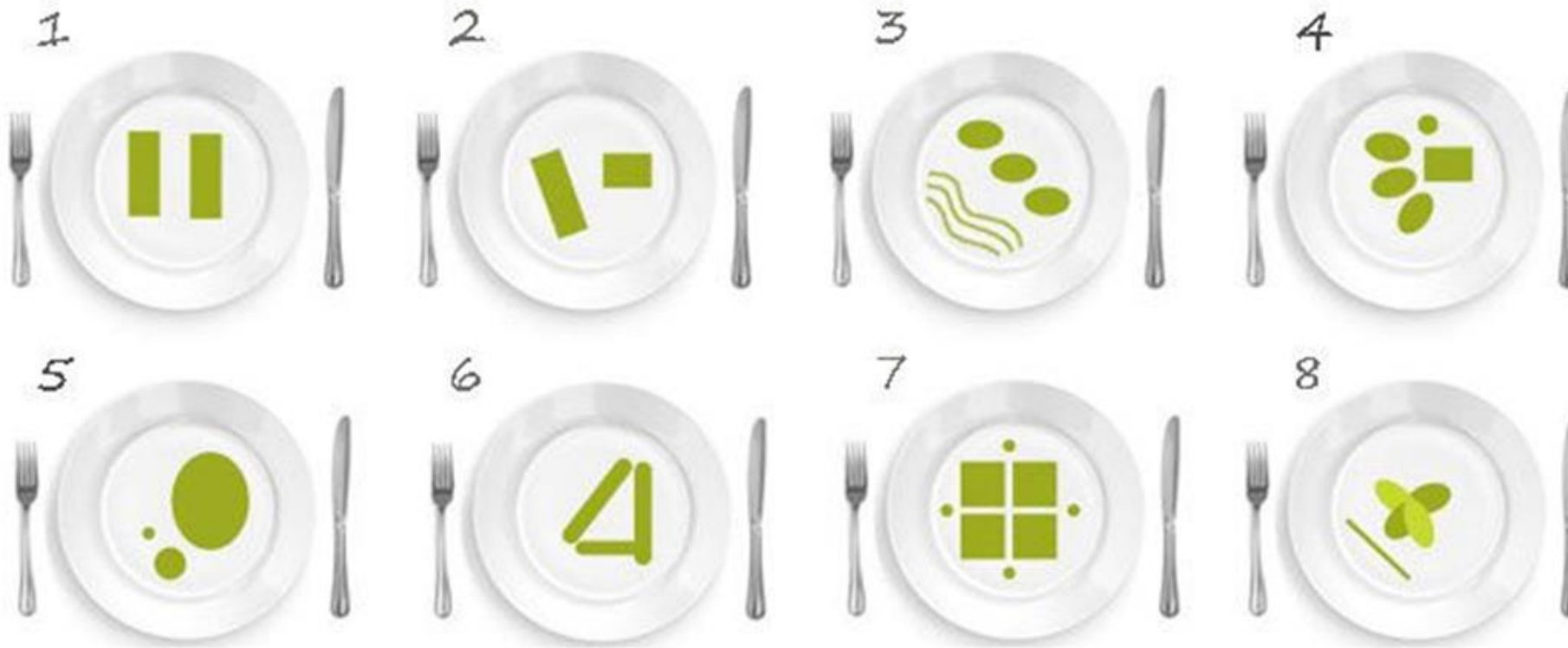


Estructurado

- Se caracteriza por su organización meticulosa y simétrica de los elementos en el plato. Cada componente se dispone de manera ordenada y precisa, creando una presentación pulcra y equilibrada.
- Este estilo de montaje busca transmitir una sensación de armonía y elegancia, donde cada elemento complementa al siguiente de forma cohesionada.
- Se utilizan formas geométricas definidas y patrones repetitivos para crear una estética visualmente atractiva y sofisticada.
- El montaje estructurado es ideal para platos formales o de alta cocina, donde la presentación impecable es fundamental para transmitir un mensaje de refinamiento y cuidado en los detalles.
- Los chefs suelen utilizar herramientas especializadas, como aros metálicos o moldes, para lograr una disposición precisa de los ingredientes y garantizar una presentación impecable en cada plato.

Montajes estructurados

Aquí te presentamos algunas formas de montajes estructurados que puedes emplear para tus platillos:



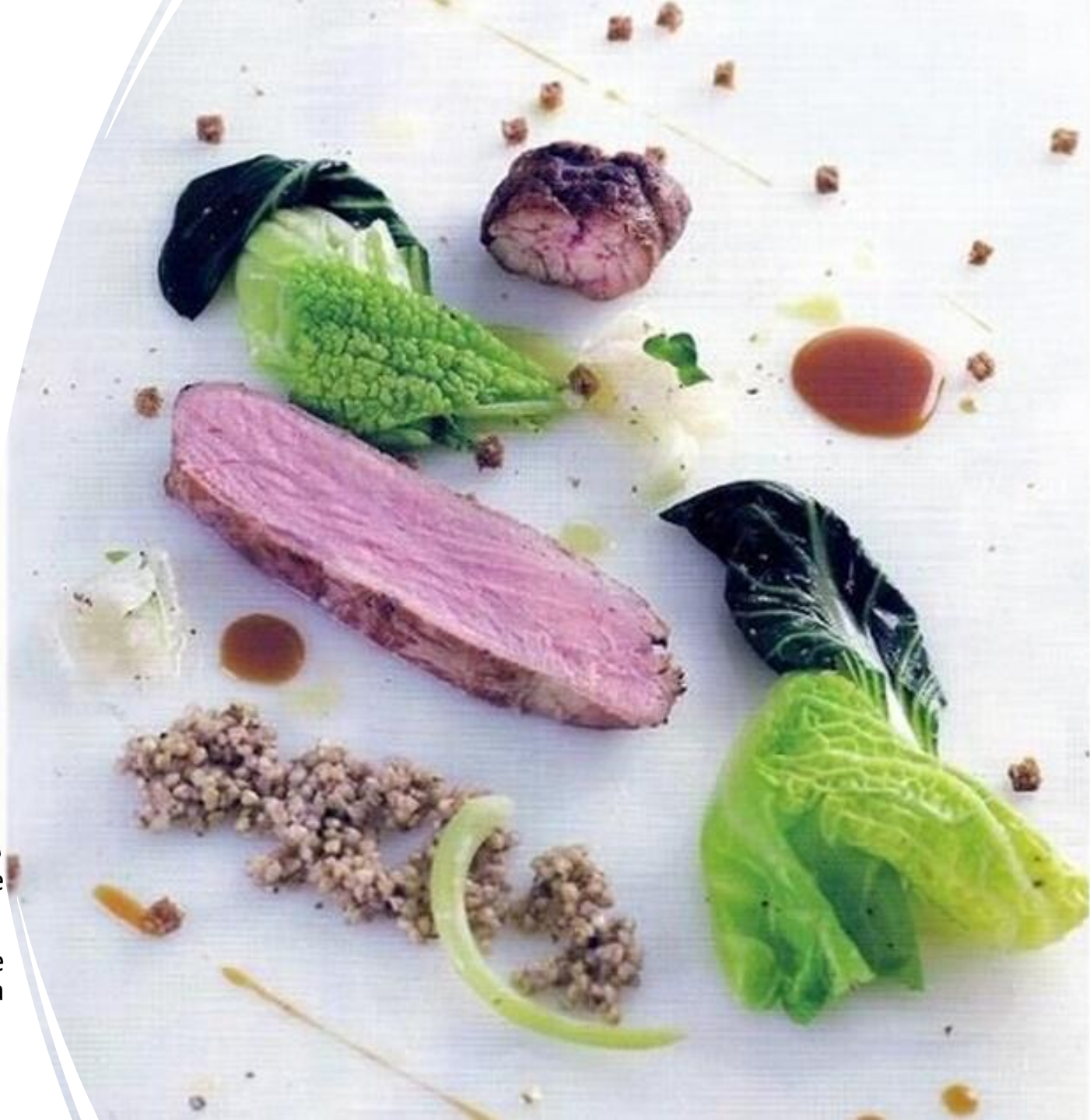
1. Simétrica
2. Asimétrica
3. Rítmica
4. Oblicua
5. Escalada (escalonada)
6. Piramidal
7. En cuadrícula
8. Circular o Lineal

Otros



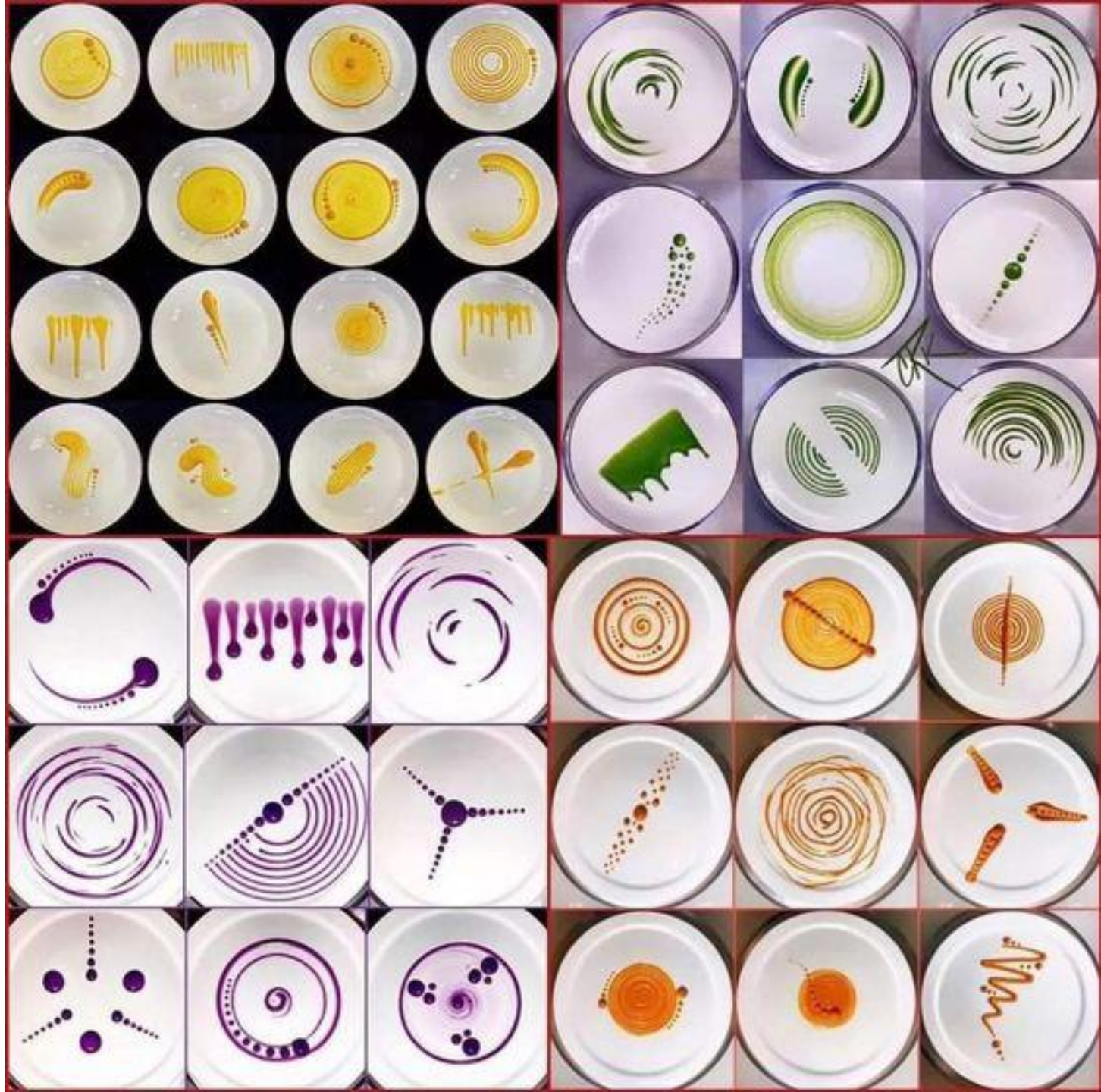
Disperso

- En contraste con el montaje estructurado, el montaje disperso adopta un enfoque más libre y orgánico en la disposición de los elementos en el plato.
- Los ingredientes se colocan de manera desigual espontánea, creando una apariencia más natural despreocupada.
- Este estilo de montaje busca transmitir una sensación de movimiento y dinamismo, donde los ingredientes parecen caer de forma casual sobre el plato.
- Se fomenta la creatividad y la experimentación permitiendo a los chefs jugar con texturas, colores y formas para crear composiciones visualmente interesantes y poco convencionales.
- El montaje disperso es ideal para platos informales o de cocina de autor, donde se valora la originalidad y la expresión artística en la presentación de los alimentos.



Expresión de las salsas

- Así como el resto de los elementos de un plato brindan volumen al mismo, las salsas, contribuyen significativamente a su estética.
- Pueden ser vertidas con elegancia en círculos concéntricos, en forma de zigzag o en puntos estratégicos para realzar visualmente el plato.



Errores comunes

Deben considerarse otros aspectos que suelen ser errores comunes, al momento del emplatado, tales como:

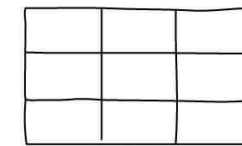
- **Sobrecargar** el plato con ingredientes innecesarios que puedan opacar los sabores.
- **Añadir elementos** decorativos que **no sean comestibles** para evitar posibles accidentes al comer.
- Asegurarse de utilizar una **vajilla adecuada** que complemente el contenido del plato.
- Mantener la **limpieza y la presentación** impecables para transmitir una sensación de higiene y cuidado al comensal.



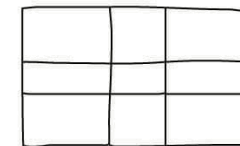
La estética alimentaria al servicio del menú

- La estética alimentaria y la fotografía están estrechamente relacionadas, ya que ambas se centran en la presentación visual de los alimentos para crear una experiencia atractiva y apetecible.
- La fotografía de alimentos utiliza técnicas de composición como la regla de los tercios, la sección dorada y la proporción áurea para crear imágenes visualmente impactantes y equilibradas. Estas técnicas ayudan a destacar los elementos clave del plato, resaltando su belleza y apelando al sentido estético del espectador.
- Al aplicar estos principios de composición en la fotografía de alimentos para el diseño del menú, se puede crear un menú visualmente atractivo y cautivador.
- Las imágenes de los platos pueden influir significativamente en las decisiones de los clientes, despertando su interés y aumentando su apetito.

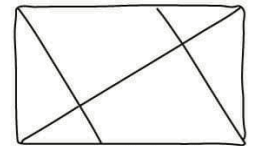
Una guía para principiantes sobre COMPOSICIÓN



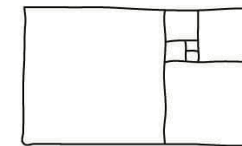
Regla de tercios



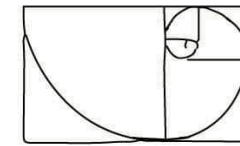
Sección dorada



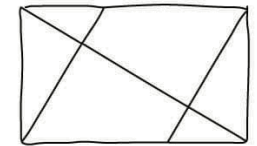
Diagonal dorada



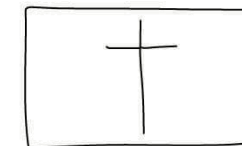
Espirales seccionadas



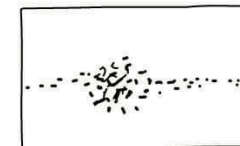
Proporción dorada



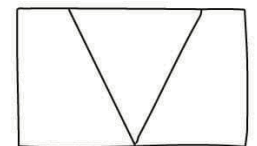
Diagonal armonizada



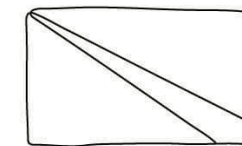
Cruz



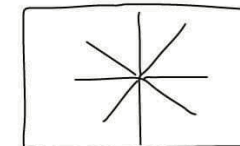
Masa focal



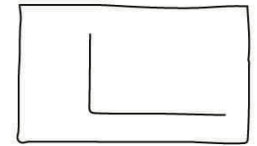
Arreglo en V



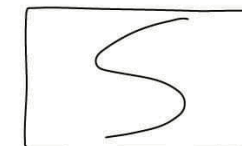
Diagonal



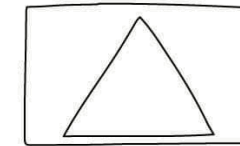
Radial



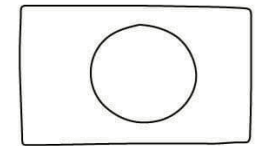
Arreglo en L



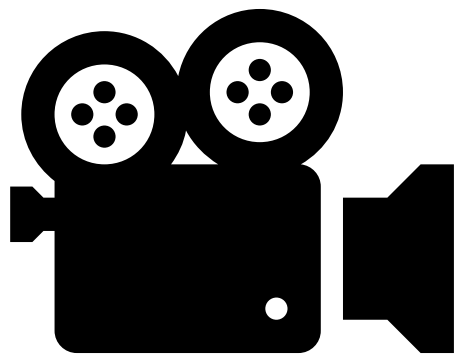
Curva compuesta



Pirámide



Circular



Clase 6. Videos complementarios

Video Complementario

:

Montaje

- Educación, G. G. [@GreenGourmetEducacion]. (2020, octubre 30). Montaje de Platos - Primera Parte. Youtube.

<https://www.youtube.com/watch?v=Txl9wsZxV9k>



Video Complementario

:

Montaje

- Educación, G. G. [@GreenGourmetEducacion]. (2020b, noviembre 8). Montaje de Platos - Segunda Parte. Youtube.
<https://www.youtube.com/watch?v=h8e9-emGaM0>



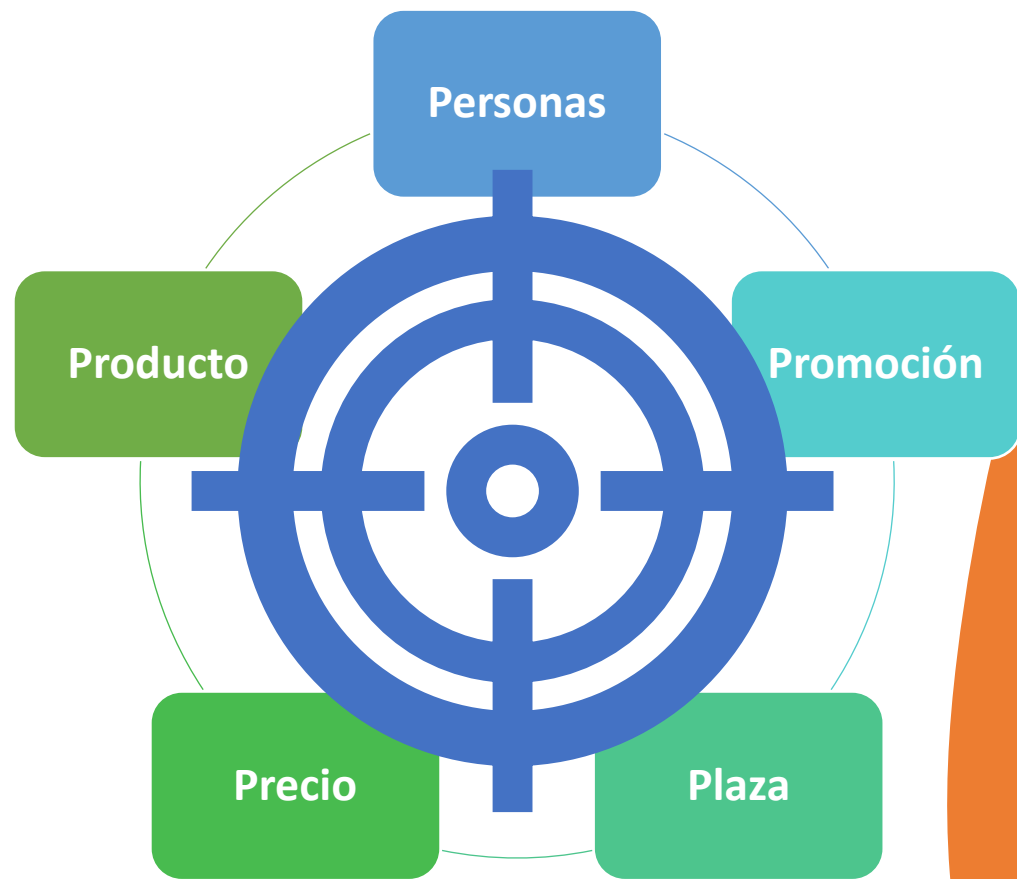
CLASE 7





2.2: Construcción de marca





Análisis

Mercado

Público
Objetivo

Competencia

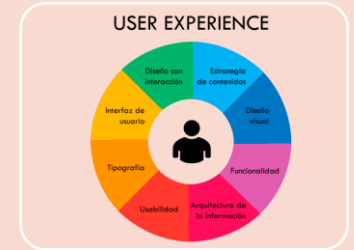
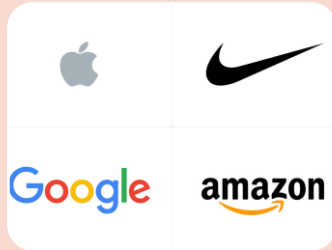
Entorno

¿Cómo vender mi producto?

- Mediante una buena **Estrategia de Marketing**, es decir, un **plan integral diseñado para promover productos o servicios**, alcanzar objetivos comerciales y construir una sólida presencia en el mercado.
- Al desarrollar una estrategia de marketing, es esencial analizar a detalle las “**5 P's**” de la mercadotecnia (Producto, Plaza, Precio, Promoción y Personas).
- Así mismo la estrategia puede abarcar elementos como **publicidad, relaciones públicas, redes sociales, branding y eventos**. Por ello es preciso que hayas desarrollado correctamente sus análisis estratégicos (FODA, 5 fuerzas y Canvas) para que sirvan de base para desarrollar.

Parte del producto... el Branding

El branding se refiere al proceso de construir y gestionar una marca para influir en la percepción que tienen los consumidores sobre una empresa, producto o servicio. **Implica la creación y mantenimiento de una identidad distintiva y positiva** en la mente del público objetivo. Los elementos clave del branding incluyen:



Nombre de la Marca:

- Un nombre memorable y distintivo que represente los valores y la esencia de la marca.

Logotipo:

- Un símbolo gráfico o diseño que visualmente representa la marca.

Identidad Visual:

- Colores, tipografía y elementos visuales coherentes que refuerzan la marca.

Personalidad de la Marca:

- Atributos y características que definen la "personalidad" de la marca y cómo se relaciona con los consumidores.

Mensajes de Marca:

- Las historias, valores y mensajes clave que la marca desea comunicar.

Experiencia del Cliente:

- La forma en que los consumidores interactúan y experimentan la marca en todos los puntos de contacto.

Nombre de la empresa



Refleja tu Misión y Valores:

Alinea el nombre con la identidad y propósito de la empresa.



Memorable y Distintivo:

Busca un nombre fácil de pronunciar y recordar para tu audiencia.



Disponibilidad y Registros:

Verifica la disponibilidad del nombre en registros comerciales y dominios web.



Expansión Futura:

Evita términos que limiten el crecimiento o causen confusiones en el futuro.



Investigación Exhaustiva:

Asegúrate de que el nombre no esté registrado y no infrinja derechos de propiedad intelectual.



Imagen y Atractivo:

Evalúa si el nombre proyecta la imagen deseada y es atractivo para tu público objetivo.



Inclusivo y Atractivo:

Busca un nombre que sea inclusivo y atractivo para tu audiencia clave.



Construcción de Marca:

Considera cómo el nombre contribuirá a la construcción de una marca sólida y única.

Para tu logotipo

- Te sugerimos que tengas en consideración dos factores muy importantes (además de la estética claro está), el primero es la **Psicología del Color** y el segundo el **tipo de imagen** que utilizarás (Isotipo, logotipo, imagotipo, isologo)



ISOTIPO

Parte simbólica de la marca.
Ésta es reconocida sin texto.



LOGOTIPO

Hablamos de logotipo cuando se identifica por el texto.

VOGUE

Canon

IMAGOTIPO

Combinación de imagen y texto. También funcionan por separado.



ISOLOGO

El texto y el icono conforman un grupo.
No funcionan el uno sin el otro.



Todo comunica

- La teoría de la forma y el color en el diseño se basa en la comprensión de cómo estos elementos influyen en las percepciones y decisiones de las personas.
- Dado que el 90% de las decisiones se toman basadas en percepciones visuales, la forma y el color desempeñan un papel crucial en la atracción y retención de la atención del público.
- El 80% de las personas afirman que el color aumenta el reconocimiento de una marca, lo que resalta la importancia de elegir una paleta de colores que represente adecuadamente los valores y la personalidad de la marca. Además, el 84.7% de las personas consideran que el color es determinante para realizar una compra, lo que destaca la influencia del color en las decisiones de compra. Por lo tanto, al diseñar elementos visuales como logotipos, envases o menús, es crucial considerar cómo la forma y el color pueden transmitir mensajes emocionales, atraer la atención del público y generar asociaciones positivas con la marca.



Identidad Visual



Paleta de Colores Coherente:

- Selecciona una paleta de colores que refleje la personalidad de la marca y se mantenga coherente en todas las plataformas.



Tipografía Apropriada:

- Elige una tipografía legible y que se alinee con la imagen que deseas proyectar.

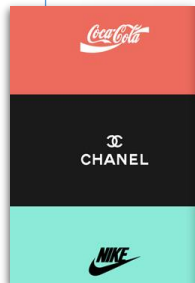


Elementos Gráficos:

- Incorpora elementos visuales que comuniquen la identidad y el propósito de la marca.

Adaptabilidad:

- Diseña elementos visuales que puedan adaptarse a diferentes formatos y tamaños sin perder su impacto.



Revisión y Actualización:

- Realiza revisiones periódicas para asegurar que la identidad visual esté alineada con la evolución de la empresa.



Personalidad de la marca

Identificación de Atributos:

- Enumera los rasgos que deseas asociar con la marca. Pueden ser amigables, innovadores, sofisticados, entre otros.

Comunicación Coherente:

- Asegúrate de que la forma en que te comunicas, ya sea en redes sociales, contenido escrito o publicidad, refleje los atributos definidos.

Segmentación de Audiencia:

- Considera la demografía y psicografía de tu audiencia para adaptar la personalidad de la marca a sus preferencias.

Historia de Marca:

- Desarrolla una narrativa que respalde la personalidad de la marca, creando una historia que resuene con los consumidores.

Evolución Controlada:

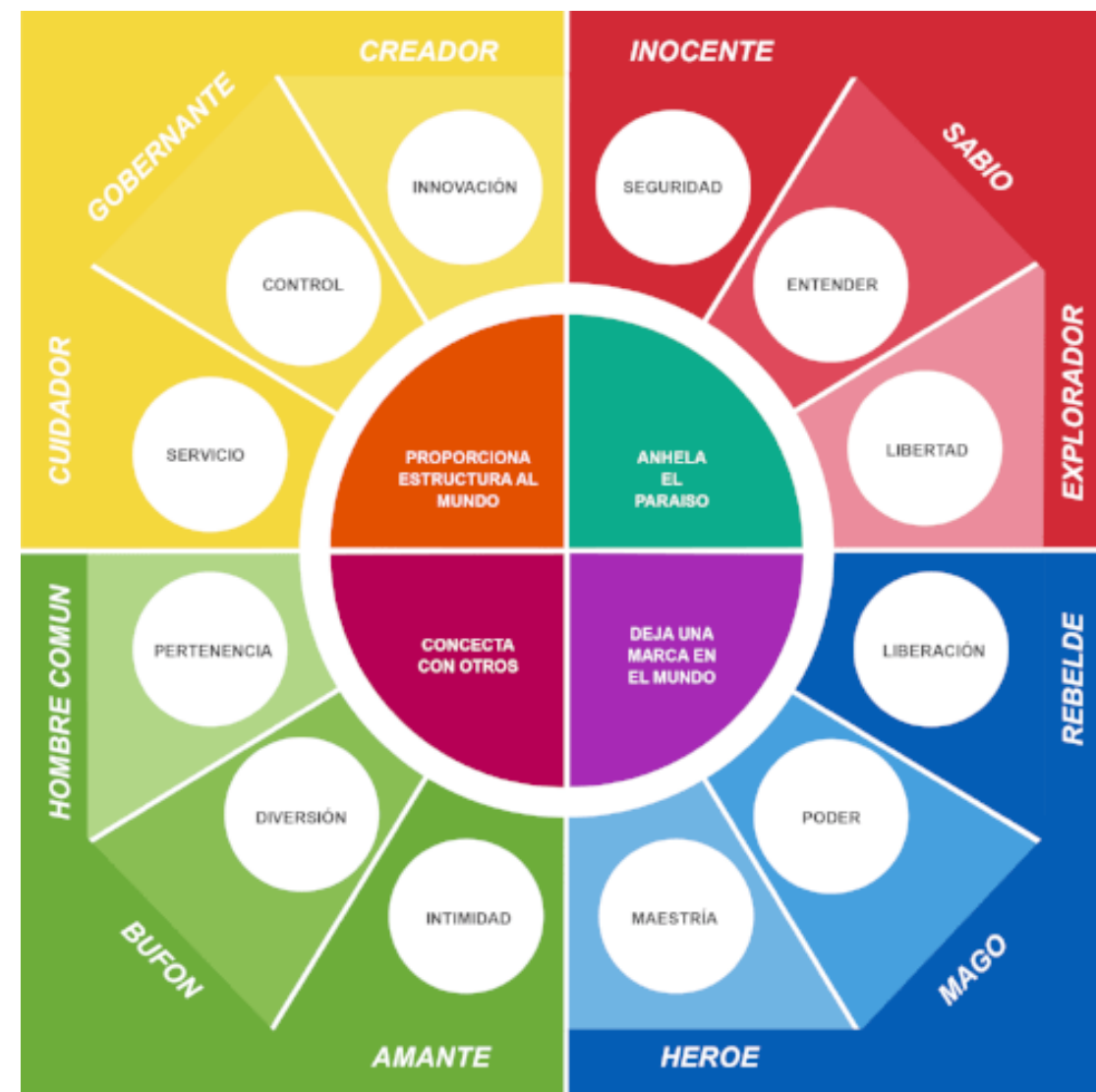
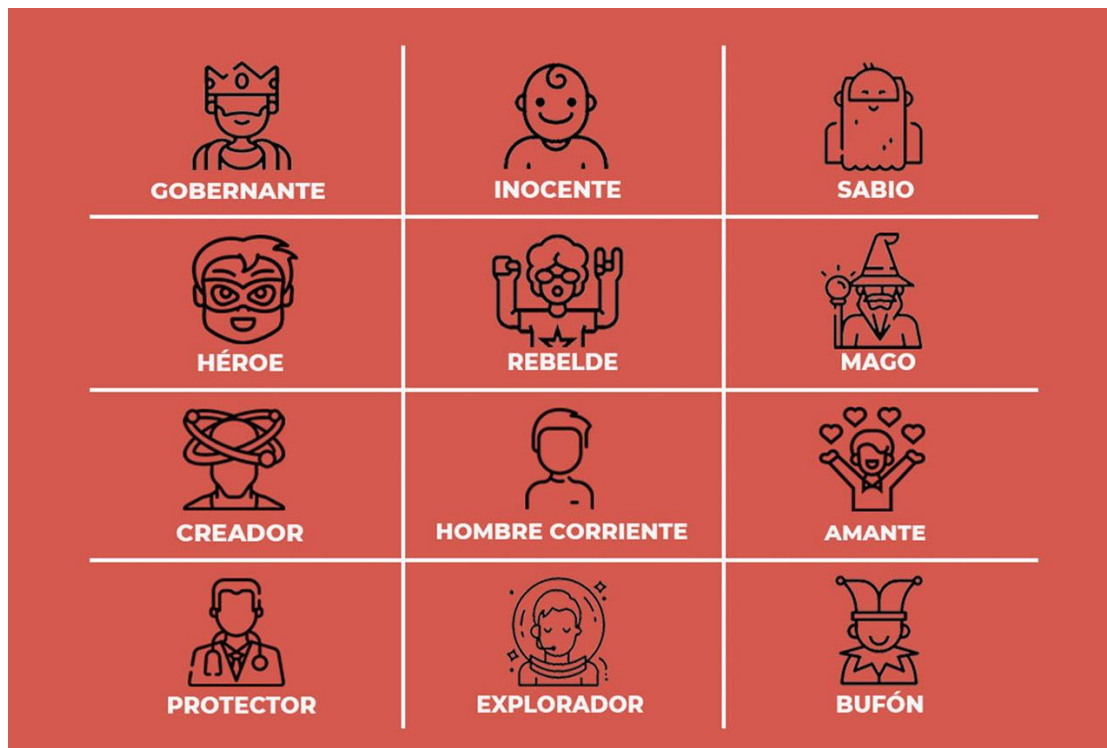
- Si bien la personalidad de la marca puede evolucionar con el tiempo, asegúrate de que los cambios sean controlados y respaldados por una estrategia coherente.



Personalidad de la marca

- Es la representación de los rasgos humanos atribuidos a una marca o empresa, que influyen en la percepción y la conexión emocional de los clientes.
- Estos rasgos pueden basarse en arquetipos, como el héroe, el sabio, el rebelde o el amante, que evocan diferentes emociones y valores.
- Por ejemplo, una marca que adopta el arquetipo del héroe se percibirá como valiente, fuerte y protectora, mientras que una marca asociada con el arquetipo del amante se verá como apasionada, seductora y emocionalmente conectada.
- Identificar la personalidad de la marca ayuda a definir su voz, tono y estilo de comunicación, así como a establecer una relación más profunda y significativa con su audiencia.
- Una personalidad de marca auténtica y coherente contribuye a construir una identidad sólida y a diferenciar la marca en un mercado competitivo.





Mensajes de marca

Identificación del Público Objetivo

Propuesta de Valor Clara

Tonos y Estilos Adecuados

Consistencia en los Canales

Storytelling

Beneficios del producto

Llamadas a la Acción (CTA)

EJEMPLOS DE MENSAJES DE MARCA



Think different

No sigas al rebaño, crea tus propias tendencias. Haz algo nuevo, diferente.



Just do it

Puedes conseguir lo que quieras.



Feel the taste

Disfruta la experiencia, con tu gente, con las pequeñas cosas.

Experiencia del cliente



- Ofrecer una experiencia del cliente excepcional es fundamental para el éxito de cualquier empresa. Aquí se presentan pasos clave para crear una experiencia positiva:

**Entendimiento
Profundo del
Cliente**

**Consistencia en
los Puntos de
Contacto**

**Personalización
Significativa:**

**Facilita la
Interacción:**

**Feedback
Activo**

**Anticipación de
Necesidades:**

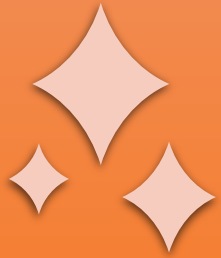
**Manejo
Efectivo de
Problemas:**

**Medición y
Mejora
Continua:**

**Construcción de
Relaciones a
Largo Plazo**

5 P's del Marketing

- Las 5 P del marketing, también conocidas como la mezcla de marketing, son elementos fundamentales que las empresas deben gestionar para influir en la percepción del cliente y maximizar el éxito en el mercado.



Producto:

- Bien o servicio que la empresa ofrece.
- La calidad, diseño, características y beneficios del producto son esenciales para satisfacer las necesidades del cliente.



Precio:

- Valor monetario del producto o servicio.
- Determinar el precio correcto implica considerar costos, competencia, posición en el mercado y percepción del valor por parte del cliente.



Plaza (Distribución):

- Cómo el producto llega al cliente.
- Incluye la selección de canales de distribución, ubicación de puntos de venta, logística y estrategias para garantizar la disponibilidad del producto.



Promoción:

- Estrategias de comunicación para dar a conocer el producto.
- Publicidad, relaciones públicas, promociones y marketing digital son componentes clave para generar conciencia y estimular la demanda.



Personas:

- Interacciones con clientes, tanto del personal directo como indirecto.
- La formación, actitudes y aptitudes del personal influyen significativamente en la experiencia del cliente.

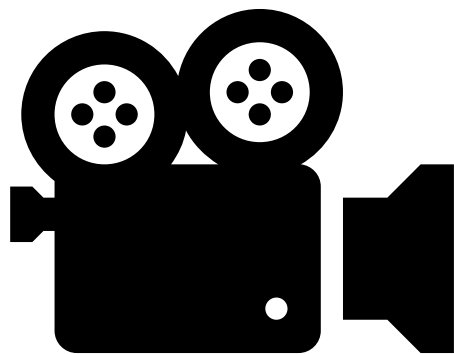
Manos a la obra

The slide features several decorative geometric shapes: a green triangle pointing right, a blue circle, a yellow dashed vertical line, a blue circle, an orange semi-circle, a yellow dashed vertical line, a yellow dashed curved line, a green square, a yellow dashed curved line, and a large orange circle.

- Llegado a este punto, es momento que desarrolles lo que hasta ahora se ha visto para tu proyecto. Para ello te proporcionamos las siguientes plantillas que puedes usar como borrador para trabajar:
 - Matriz de branding

Matriz de Branding

Nombre		Arquetipo	
Slogan		Formas	
Colorimetría		Imágenes	
Logotipo		Significado	



Clase 4. Videos complementarios

Video Complementario

:

Branding

Moreno, F. [@FrankMorenoEndor]. (2021, diciembre 23).
¿Qué es BRANDING? | Definición de expertos. Youtube.
<https://www.youtube.com/watch?v=ZdFpM6cOlPQ>

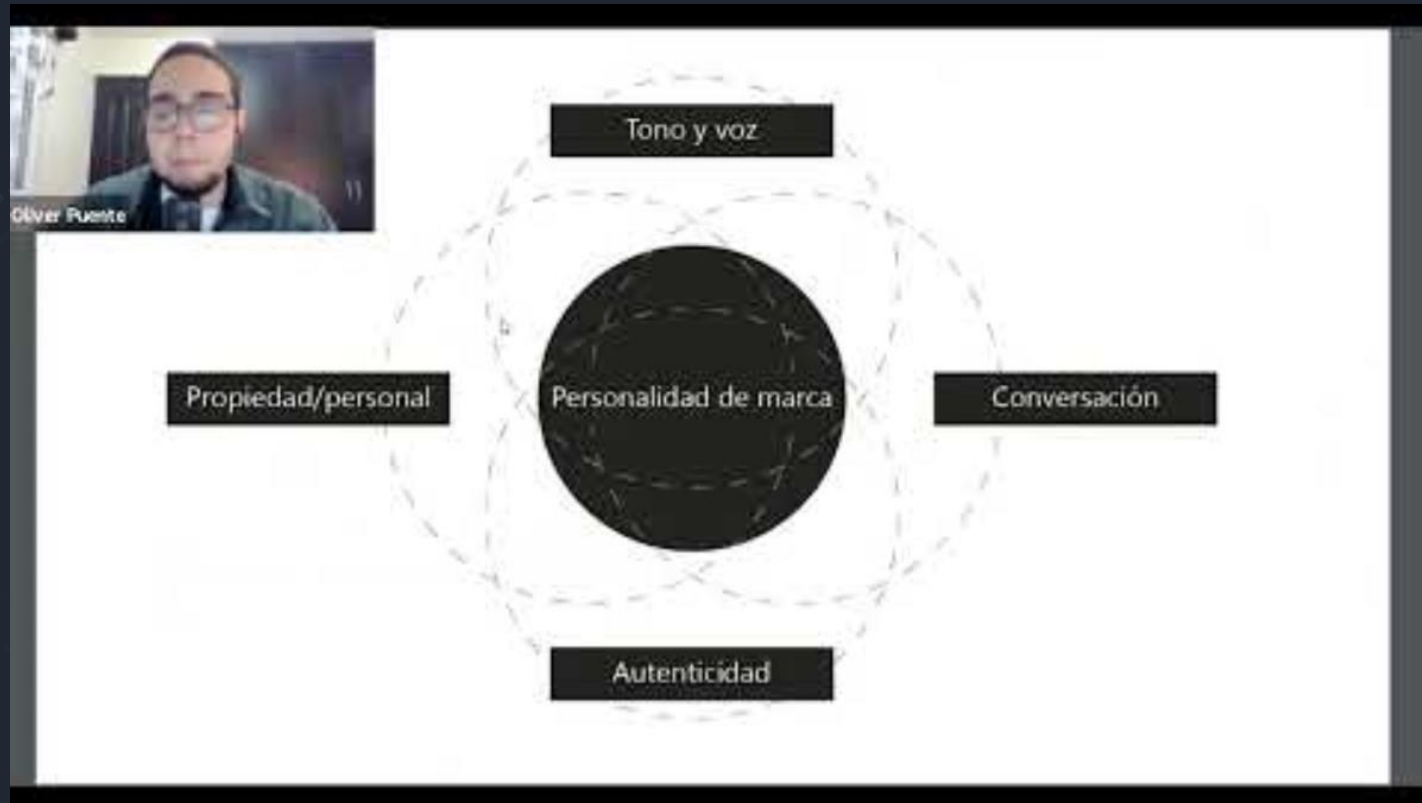


Video Complementario

•
•

Personalidad de la marca

- (Puente, 2022)
- Puente, O. [@oliverpuente6349]. (2022, junio 29). Personalidad de marca - CURSO ESTRATEGIA DE BRANDING. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=SdgufYsVDuE>



CLASE 8

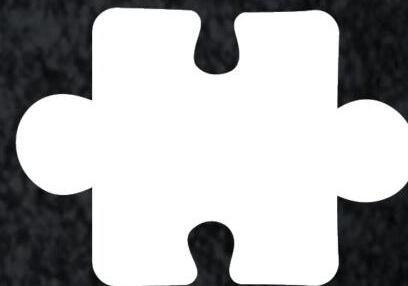


Ingeniería de menús



2.3: Ingeniería del menú





Enfocado en ganar

- La ingeniería del menú es un enfoque estratégico para diseñar y gestionar el menú de un restaurante con el objetivo de maximizar la rentabilidad y la satisfacción del cliente.
- En este contexto, se utiliza el análisis de la matriz BCG (Boston Consulting Group) para evaluar el desempeño de los elementos del menú y tomar decisiones informadas sobre su desarrollo y promoción.
- La matriz BCG clasifica los productos en cuatro categorías: estrellas, vacas de efectivo, interrogantes y perros.
- Al comprender la posición de cada plato en esta matriz, los propietarios y gerentes de restaurantes pueden ajustar estratégicamente su menú para optimizar su cartera de productos y maximizar su éxito comercial.

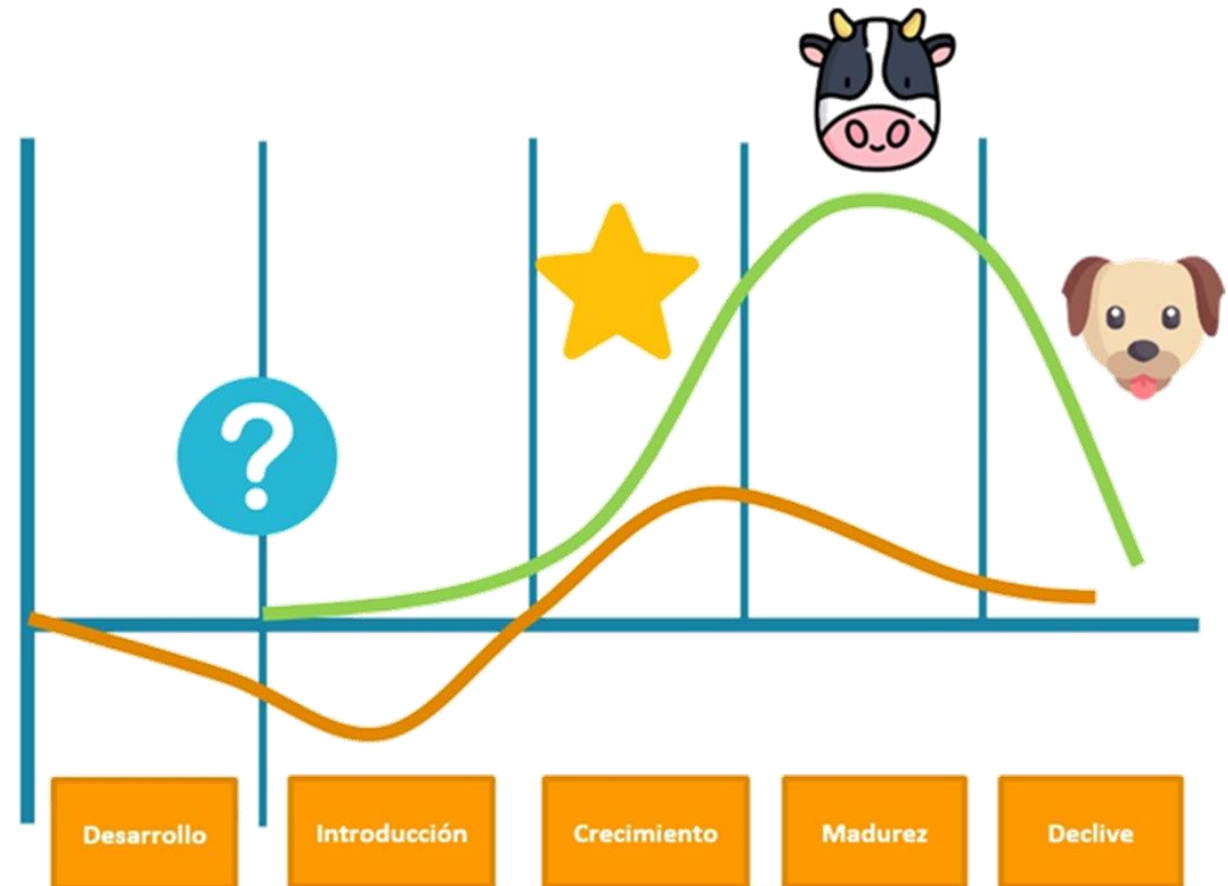
La Matriz BCG

- Desarrollada por el Boston Consulting Group, es una herramienta estratégica que clasifica productos o unidades de negocio en un portafolio según su participación en el mercado y tasa de crecimiento.
- Para aplicar la matriz, se deben evaluar estas dos variables y colocar cada producto en el cuadrante correspondiente. Esto permite a las empresas tomar decisiones estratégicas, asignando recursos de manera eficiente, identificando oportunidades de crecimiento y gestionando productos en diferentes etapas de su ciclo de vida.



Ciclo de vida del producto

- La Matriz BCG se entrelaza con el ciclo de vida del producto al evaluar la participación en el mercado y el crecimiento, alineándose con las diferentes etapas del ciclo: desarrollo, introducción, crecimiento, madurez y declive.
 - Durante el desarrollo e introducción, nuevos productos se clasifican como "Interrogantes" con potencial de alto crecimiento.
 - En la etapa de crecimiento, productos exitosos se convierten en "Estrellas", mientras que los establecidos, pero de crecimiento lento pueden ser "Vacías Lecheras".
 - A medida que el producto alcanza la madurez, podría convertirse en una "Vaca Lechera" o decaer hacia un "Perro" si no se renueva.



Ejemplo BCG



En resumen

- El proceso de ingeniería del menú es crucial para maximizar la rentabilidad y satisfacción del cliente. Para ello, es esencial tener en cuenta varios factores:

Conocer los **costos exactos de cada receta** es fundamental para tomar decisiones informadas.

Analizar el **margen** bruto por plato para determinar su **contribución** a las ganancias totales.

Identificar los elementos del menú que tienen un bajo margen de ganancia y considerar su reemplazo.

Comparar los márgenes brutos por plato de los nuevos elementos del menú para garantizar que no disminuyan las ganancias.

Enfocarse en mejorar el margen bruto por plato en lugar de simplemente reducir los costos porcentuales.

Considerar el potencial de ganancia que cada elemento del menú puede ofrecer al negocio en lugar de centrarse únicamente en los porcentajes de costo.

Tomar decisiones metódicas basadas en el análisis de costos de recetas y el margen bruto por plato para impulsar el éxito del negocio a largo plazo.

Manos a la obra

The slide features several decorative geometric elements: a green triangle pointing right in the top right; a blue circle in the top right corner; a large orange semi-circle on the right; a blue circle in the middle right; a large orange circle at the bottom; a green square outline at the bottom right; and several yellow dashed lines scattered on the right side.

- Llegado a este punto, es momento que desarrolles lo que hasta ahora se ha visto para tu proyecto. Para ello te proporcionamos las siguientes plantillas que puedes usar como borrador para trabajar:
 - Matriz de BCG

Matriz BCG

Estrella: +Crecimiento + Mercado



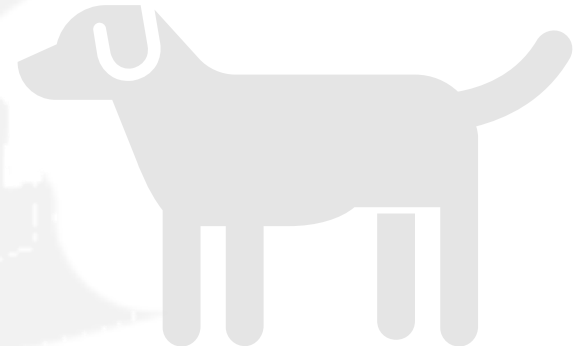
Incógnita: +Crecimiento - Mercado

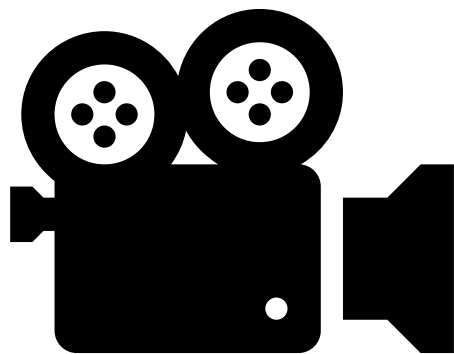


Vaca: -Crecimiento + Mercado



Perro: -Crecimiento - Mercado





Clase 8. Videos complementarios

Video Complementario

:

Matríz BCG

- Cita en Apa y vinculo.

<https://www.youtube.com/watch?v=I5bPUXSe3h8&p=ygUKYmNnlG1hdHJpeg%3D%3D>





Tema 3: Operación y Funcionamiento

Planificación integral: Mercado, desarrollo de menú y servicio impactante.

El branding y el marketing juegan un papel crucial en el funcionamiento y la operación de un restaurante, ya que establecen la identidad de la marca y comunican su propuesta de valor al mercado.

Sin embargo, para que estas estrategias sean efectivas, es necesario respaldarlas con un sólido análisis de mercado. Este análisis proporciona información clave sobre las tendencias del mercado, las preferencias de los clientes y la competencia, lo que permite tomar decisiones informadas en cuanto al diseño del menú, la fijación de precios y las estrategias promocionales.

Al comprender mejor las necesidades y deseos de los clientes, el restaurante puede desarrollar productos y servicios que satisfagan sus expectativas y se destaquen en el mercado. Asimismo, el análisis de mercado ayuda a identificar oportunidades de crecimiento y a anticipar posibles desafíos, lo que contribuye a la sostenibilidad y el éxito a largo plazo del negocio gastronómico.



CLASE 9



La supervivencia del más... analítico

- El análisis del mercado desempeña un papel fundamental en la operación y el funcionamiento exitosos de un establecimiento gastronómico, ya que proporciona información vital sobre las tendencias cambiantes, las preferencias de los clientes y la competencia en constante evolución.
- Este análisis continuo permite al restaurante adaptarse rápidamente a los cambios del mercado, identificar nuevas oportunidades de crecimiento y anticipar posibles desafíos.
- Al comprender mejor el entorno competitivo y las necesidades de los clientes, el restaurante puede ajustar su oferta de productos y servicios para satisfacer las demandas del mercado en constante cambio.
- Además, el análisis del mercado ayuda a mantener la relevancia y la competitividad del restaurante a lo largo del tiempo, lo que contribuye a su supervivencia y éxito a largo plazo en la industria gastronómica.



Análisis del Mercado



- Consiste en evaluar diversos aspectos del entorno en el que opera una empresa para comprender las oportunidades y desafíos.
- El análisis de mercado proporciona una base sólida para tomar decisiones informadas. Permite identificar oportunidades para el crecimiento, definir estrategias de posicionamiento y ajustar la oferta para satisfacer las expectativas del cliente.



Factores a investigar:

Para tu estudio de mercado puedes investigar los siguientes factores de acuerdo con cada rubro, algunos de ellos ya los analizaste previamente.



A continuación, te presentamos algunos matices que puedes usar para realizar estas investigaciones.

Los momentos y motivos de consumo en AyB



Motivos de consumo	Desayuno			Bronch			Comida			Entre Comida y Cena			Cena			After Dinner		
Alimentación																		
Celebración																		
Placer Gastronómico																		
Negocios																		
Ocio																		
Comida casual																		
Break (descanso)																		
Rapidez																		
Bajo precio																		
Comida "sin trabajo"																		
Comida "sin trabajo, ni salir"																		
Moda o novedad																		
Comida saludable.																		

Fast Food	
Restaurante de lujo	
Delivery	

Matriz de análisis del consumidor

Rango de edad		Forma de contacto	
Sexo		Necesidades	
Religión/Cultura		Problemas	
Fuente de ingresos		Afiliaciones	
Ingresos promedio		Comportamiento en redes sociales	
Momentos de consumo		Otros	

Matriz de análisis de la competencia

[illegible]

No olvides el lugar

- Dentro de la planificación empresarial, la identificación del espacio físico es un aspecto crucial, especialmente en el ámbito gastronómico.
- La **ubicación** de un emprendimiento influye significativamente en su éxito. Al seleccionar el lugar adecuado, se consideran factores como la accesibilidad para los clientes, la visibilidad, la densidad demográfica, la competencia circundante y la conveniencia logística. En el sector gastronómico, la elección del espacio también se vincula con la atmósfera y el estilo del establecimiento, aspectos fundamentales para atraer y retener clientes.
- El dónde de tu emprendimiento puede impactar directamente en la afluencia de clientes, el perfil del público objetivo y la percepción de la marca. Una ubicación estratégica puede generar mayores oportunidades de visibilidad y conexión con el mercado local.
- Asimismo, entender el entorno circundante permite adaptar la propuesta gastronómica a las preferencias y necesidades de la comunidad.
- En pocas palabras, la ubicación geográfica, configura la identidad y el alcance de tu emprendimiento gastronómico.





Pasos para identificar el local ideal.

Identificar un local adecuado para un emprendimiento gastronómico implica considerar diversos factores cruciales.



Definir objetivos y necesidades

- Partiendo la visión y requisitos específicos del negocio.



Ubicación estratégica

- Evalúa la accesibilidad para clientes potenciales, la visibilidad y la alineación con la marca.



Estudio de tráfico y potencial de crecimiento

- Brinda perspectivas sobre la afluencia de personas y la proyección a largo plazo.



Evaluación de costes y condiciones del contrato

- Garantiza una toma de decisiones informada.



Diseño y distribución del espacio

- Afecta la experiencia del cliente y la eficiencia operativa

La consulta con profesionales, como agentes inmobiliarios y diseñadores, puede proporcionar asesoramiento especializado. Además, analizar la competencia y la demanda local ofrece una comprensión contextual, identificando oportunidades y desafíos. En conjunto, estos pasos conforman un enfoque holístico para seleccionar un local que potencie el éxito del emprendimiento gastronómico.

Definición de necesidades

- Existen necesidades básicas que cualquier establecimiento de alimentos y bebidas debe cubrir, y les podemos clasificar en 3 rubros:

INFRAESTRUCTURA:

- **Espacio Construido:**
 - Área física diseñada y construida para las operaciones de cocina y servicio.
- **Equipamiento de Cocina:**
 - Estufas, hornos, refrigeradores y utensilios necesarios para la preparación de alimentos.
- **Sistema de Ventilación y Extracción:**
 - Garantizar un ambiente seguro y cómodo en la cocina.
- **Mobiliario:**
 - Mesas, sillas y elementos necesarios para crear un entorno cómodo para los clientes.
- **Baños:**
 - Instalaciones sanitarias adecuadas tanto para clientes como para empleados.

LOGÍSTICA:

- **Almacenamiento:**
 - Espacios organizados y seguros para ingredientes, suministros y productos terminados.
- **Accesibilidad:**
 - Cumplir con requisitos de accesibilidad para personas con discapacidad.
- **Salidas de Emergencia:**
 - Garantizar salidas de emergencia claramente señalizadas y accesibles para cumplir con normativas de seguridad.
- **Espacio de Estacionamiento:**
 - Evaluar la disponibilidad de estacionamiento, ofreciendo comodidad adicional a los clientes, aunque no sea obligatorio.

ADMINISTRACIÓN:

- **Cumplimiento Normativo:**
 - Asegurarse de cumplir con regulaciones y normativas locales, abordando aspectos específicos como higiene, sanidad y licencias.
- **Sistemas de Seguridad:**
 - Implementar sistemas de seguridad integrales, como alarmas, cámaras de vigilancia y equipos contra incendios, para garantizar la seguridad de los clientes y el personal.
- **Gestión de Costos:**
 - Establecer un riguroso control sobre los costos de alquiler y servicios, permitiendo una gestión financiera efectiva y asegurando la rentabilidad a largo plazo del establecimiento.

Algunos permisos necesarios en BCS....

Investiga los que apliquen a tu proyecto.

Permiso	Nivel de gobierno	Autoridad	Costo	Legislación
Uso de suelo	Municipal	Dirección de Desarrollo Urbano	Varía	Ley de ingresos municipal.
Permiso de alcoholes	Municipal	Dirección de Alcoholes	Varía	Ley de ingresos municipal.
Licencia de funcionamiento	Estatad	Secretaría de Salud	\$5,000 pesos	Ley de Salud del Estado.
Certificación de Protección Civil	Estatad	Secretaría de Protección Civil	\$1,000 pesos	Ley de Protección Civil del Estado.
Certificación de Manejo de Residuos Peligrosos	Estatad	Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales	Varía	Ley del Equilibrio Ecológico y Protección al Ambiente del Estado.
Registro Federal de Contribuyentes (RFC)	Federal	Servicio de Administración Tributaria (SAT)	Gratuito	Código Fiscal de la Federación.
Permiso de la Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural (SADER)	Federal	Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural	Varía	Ley Federal de Sanidad Animal.
Permiso de la Secretaría de Economía (SE)	Federal	Secretaría de Economía	Varía	Ley de Comercio Exterior.

Nota: Los costos de los trámites pueden variar según el municipio o el tipo de establecimiento.
Es importante consultar con las autoridades correspondientes para obtener información actualizada.

Matriz de evaluación de local

- Se asigna una puntuación del 1 al 5 (siendo 1 insatisfactorio y 5 excelente) para cada aspecto, con la posibilidad de agregar comentarios para detalles específicos.
- La sumatoria de los aspectos se coloca en el factor correspondiente

ASPECTO	PUNTUACIÓN (1-5)	COMENTARIOS
INFRAESTRUCTURA	25	
Espacio Construido	5	
Equipamiento de Cocina	5	
Sistema de Ventilación y Extracción	5	
Mobiliario	5	
Baños	5	
LOGÍSTICA	20	
Almacenamiento	5	
Accesibilidad	5	
Salidas de Emergencia	5	
Espacio de Estacionamiento	5	
ADMINISTRACIÓN	15	
Cumplimiento Normativo	5	
Sistemas de Seguridad	5	
Gestión de Costos	5	

Ubicación Estratégica

Al evaluar diferentes opciones para tu local, es esencial considerar varios factores:



Demografía del Área:

- Comprender el público objetivo y sus preferencias.



Competencia:

- Evaluar la presencia de competidores cercanos y su impacto en la atracción de clientes.



Accesibilidad y Visibilidad:

- Optar por ubicaciones de fácil acceso y con alta visibilidad para atraer a más clientes.



Tráfico Peatonal y Vehicular:

- Valorar el flujo de personas y vehículos en la zona para estimar el potencial de clientes.



Zona Comercial y Residencial:

- Determinar si la zona es predominantemente comercial, residencial o una combinación, según el enfoque del negocio.



Potencial de Crecimiento:

- Considerar el desarrollo futuro y el potencial de crecimiento de la zona.

Matriz de Ubicación Estratégica

- Independientemente de realizar análisis más extensos con información de INEGI, BANOBRAS, INE y otras fuentes oficiales, puedes desarrollar tablas como la que te presentamos para que puedas plasmar tu evaluación de ubicación estratégica.

Aspecto	Puntuación (1-5)	Preguntas Evaluativas
Demografía del Área		
- Comprender el público objetivo		¿La población en el área coincide con el grupo objetivo del restaurante?
- Nivel de Ingresos del Público Objetivo		¿La demografía del área indica capacidad adquisitiva para los productos ofrecidos?
- Edad y Gustos		¿Se ajusta la oferta del restaurante a los gustos y edades predominantes en la zona?
Competencia		
- Presencia de competidores cercanos		¿Existen competidores directos en las cercanías?
- Diferenciación de Oferta		¿Cómo se diferencia el restaurante de la competencia en términos de oferta?
- Reseñas y Opiniones		¿Qué percepción tienen los clientes sobre los competidores cercanos?
Accesibilidad y Visibilidad		
- Ubicación de fácil acceso		¿El local es fácilmente accesible para peatones y vehículos?
- Nivel de Tráfico Peatonal		¿Hay un flujo constante de personas en la ubicación?
- Visibilidad desde Calles Principales		¿Es visible el restaurante desde calles o avenidas transitadas?
Tráfico Peatonal y Vehicular		
- Flujo de personas y vehículos en la zona		¿La ubicación atrae a un número significativo de personas y vehículos?
- Estacionamiento Disponible		¿Hay suficientes opciones de estacionamiento cercanas?
- Accesibilidad para Transporte Público		¿El local es fácilmente accesible desde opciones de transporte público?
Zona Comercial y Residencial		
- Naturaleza de la zona (comercial/residencial)		¿La ubicación es principalmente residencial, comercial o mixta?
- Densidad Poblacional		¿Cuántas personas residen o trabajan en la zona?
- Actividades y Eventos Locales		¿Existen actividades y eventos que atraigan a clientes potenciales?
Potencial de Crecimiento		
- Desarrollo futuro y potencial de crecimiento		¿La zona tiene proyectos de desarrollo que podrían impulsar la clientela?
- Inversiones Planeadas en la Zona		¿Hay inversiones planificadas que puedan beneficiar al restaurante?
- Cambios en Infraestructura		¿Se esperan cambios en la infraestructura que puedan afectar positivamente al negocio?

Manos a la obra

The slide features several decorative geometric elements: a green triangle pointing right, a blue circle, a yellow dashed vertical line, a large orange 'C' shape, a blue circle, a large orange circle, a yellow dashed line, and a green square.

- Llegado a este punto, es momento que desarrolles lo que hasta ahora se ha visto para tu proyecto. Para ello te proporcionamos las siguientes plantillas que puedes usar como borrador para trabajar:
 - Matriz de análisis del consumidor
 - Matriz de análisis de momentos de consumo
 - Matriz de análisis de competencia
 - Matriz de Satisfacción de Necesidades del Local
 - Matriz de Análisis Ubicación Estratégica

Matriz de análisis del consumidor

Rango de edad		Forma de contacto	
Sexo		Necesidades	
Religión/Cultura		Problemas	
Fuente de ingresos		Afiliaciones	
Ingresos promedio		Comportamiento en redes sociales	
Momentos de consumo		Otros	

Matriz de análisis de momentos de consumo

[illegible]

Matriz de análisis de competencia

Factores o Criterios	Precio y Estrategia de Precios	Canales de Distribución	Estrategias de Marketing y Publicidad	Posicionamiento de Marca	Clientes Objetivo	Reputación y Reseñas	Innovación y Desarrollo	Fortalezas y Debilidades

Matriz de análisis de competencia

Factores o Criterios	Precio y Estrategia de Precios	Canales de Distribución	Estrategias de Marketing y Publicidad	Posicionamiento de Marca	Clientes Objetivo	Reputación y Reseñas	Innovación y Desarrollo	Fortalezas y Debilidades

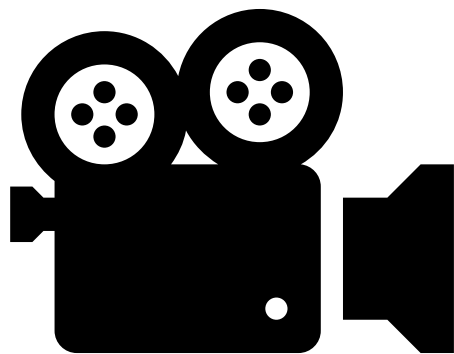
Matriz de Satisfacción de Necesidades del Local

Local 1=		
ASPECTO	PUNTUACIÓN (1-5)	COMENTARIOS
INFRAESTRUCTURA		
Espacio Construido		
Equipamiento de Cocina		
Sistema de Ventilación y Extracción		
Mobiliario		
Baños		
LOGÍSTICA		
Almacenamiento		
Accesibilidad		
Salidas de Emergencia		
Espacio de Estacionamiento		
ADMINISTRACIÓN		
Cumplimiento Normativo		
Sistemas de Seguridad		
Gestión de Costos		

Local 2=		
ASPECTO	PUNTUACIÓN (1-5)	COMENTARIOS
INFRAESTRUCTURA		
Espacio Construido		
Equipamiento de Cocina		
Sistema de Ventilación y Extracción		
Mobiliario		
Baños		
LOGÍSTICA		
Almacenamiento		
Accesibilidad		
Salidas de Emergencia		
Espacio de Estacionamiento		
ADMINISTRACIÓN		
Cumplimiento Normativo		
Sistemas de Seguridad		
Gestión de Costos		

Matriz de Ubicación Estratégica

Aspecto	Puntuación (1-5)	Preguntas Evaluativas
Demografía del Área		
- Comprender el público objetivo		¿La población en el área coincide con el grupo objetivo del restaurante?
- Nivel de Ingresos del Público Objetivo		¿La demografía del área indica capacidad adquisitiva para los productos ofrecidos?
- Edad y Gustos		¿Se ajusta la oferta del restaurante a los gustos y edades predominantes en la zona?
Competencia		
- Presencia de competidores cercanos		¿Existen competidores directos en las cercanías?
- Diferenciación de Oferta		¿Cómo se diferencia el restaurante de la competencia en términos de oferta?
- Reseñas y Opiniones		¿Qué percepción tienen los clientes sobre los competidores cercanos?
Accesibilidad y Visibilidad		
- Ubicación de fácil acceso		¿El local es fácilmente accesible para peatones y vehículos?
- Nivel de Tráfico Peatonal		¿Hay un flujo constante de personas en la ubicación?
- Visibilidad desde Calles Principales		¿Es visible el restaurante desde calles o avenidas transitadas?
Tráfico Peatonal y Vehicular		
- Flujo de personas y vehículos en la zona		¿La ubicación atrae a un número significativo de personas y vehículos?
- Estacionamiento Disponible		¿Hay suficientes opciones de estacionamiento cercanas?
- Accesibilidad para Transporte Público		¿El local es fácilmente accesible desde opciones de transporte público?
Zona Comercial y Residencial		
- Naturaleza de la zona (comercial/residencial)		¿La ubicación es principalmente residencial, comercial o mixta?
- Densidad Poblacional		¿Cuántas personas residen o trabajan en la zona?
- Actividades y Eventos Locales		¿Existen actividades y eventos que atraigan a clientes potenciales?
Potencial de Crecimiento		
- Desarrollo futuro y potencial de crecimiento		¿La zona tiene proyectos de desarrollo que podrían impulsar la clientela?
- Inversiones Planeadas en la Zona		¿Hay inversiones planificadas que puedan beneficiar al restaurante?
- Cambios en Infraestructura		¿Se esperan cambios en la infraestructura que puedan afectar positivamente al negocio?



Clase 9. Videos complementarios

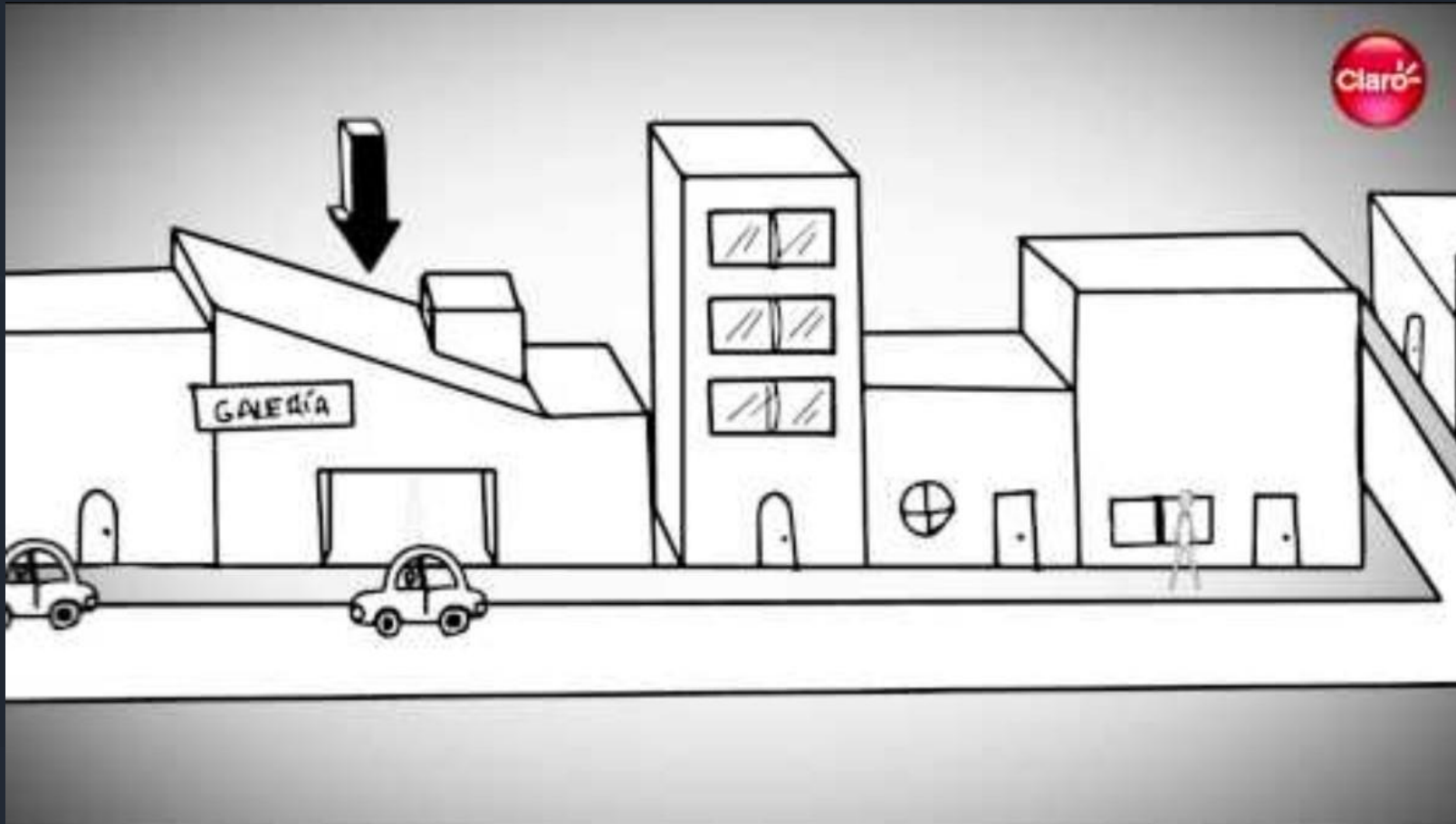
Video Complementario

:

Claves para elegir un local

- Claro [Claro Perú]. (2013, agosto 8). Claves para ubicar tu local. Youtube.

https://youtu.be/r_HsQrQ1Tr0?si=UgXP47FGOg8sl8wQ



Video Complementario

:

Momentos y canales de consumo

- Masterrestaurant [@masterrestaurant]. (2023, mayo 1). MicroCápsulas #001 Para restaurantes y negocios gastronómicos Masterrestaurant. Youtube.

<https://www.youtube.com/watch?v=7BoMQpyzHwA>



CLASE 10



Prepárate para tu Propio Festín Culinario

- Después de explorar diversos aspectos clave de la industria gastronómica, es el momento perfecto para que cultiven su propio festín culinario.
- Han sido expuestos a una gama de temas, desde la historia y surgimiento de menús hasta el análisis del mercado y la estética alimentaria.
- Esperamos que estas herramientas sirvan como guía invaluable en su viaje culinario.
- Ahora es el momento de aplicar los conocimientos adquiridos, experimentar con sabores y técnicas, y dejar volar su creatividad en la cocina.
- Recuerden que cada plato es una oportunidad para contar una historia y cautivar a sus comensales. No teman explorar nuevos ingredientes, estilos de presentación y conceptos gastronómicos.
- ¡Que su viaje culinario sea tan emocionante y gratificante como el resultado final en cada plato que preparen!



Bibliografía

Este material fue elaborado en enero de 2024 por el Maitre Alberto JP Valadez Rodríguez, basado en su investigación y experiencia, teniendo como fuentes de consulta el siguiente listado:

- 8 consejos para aprender cómo hacer un menú de restaurante y aumentar tus ventas. (s/f). SumUp - Una forma más inteligente de cobrar. Recuperado el 31 de enero de 2024, de <https://www.sumup.com/es-es/business-guide/hacer-menu-restaurante/>
- Albertoveintimilla, P. P. (2012, diciembre 30). *FACTORES A TENER EN CUENTA EN LA PLANIFICACIÓN DEL MENÚ*. Alberto Veintimilla. <https://albertoveintimilla.wordpress.com/2012/12/30/factores-a-tener-en-cuenta-en-la-planificacion-del-menu/>
- Alfredo. (2022, septiembre 19). Conoce más de la gestión de activos fijos en PyMES - SAAF. *Software Activo Fijo*. <https://softwareactivo.fijo.com/gestion-de-activos-fijos-en-pymes/>
- Arquitectura DE platos. (2021, mayo 8). Issuu. https://issuu.com/reddeeventosgastronomicosdecolombia/docs/dise_o_de_men_y_arquitectura_platos_en_la_cocina_/s/12252038
- Arturo, C., & Valadez, A. (2020). *Manual Específico de la Organización de la Dirección de Fiscalización Aduanera del Gob. Edo. de BCS*. https://secfm.bcs.gob.mx/fnz/wp-content/themes/fnz_bcs/assets/images/normatividad/Manuales%20Organizacion/MANUAL%20ESPECIFICO%20DE%20ORGANIZACION%20C3%93N%20DE%20LA%20DIRECCION%20DE%20FISCALIZACION%20C3%93N%20ADUANERA.pdf
- Asana. (2023, mayo 14). *Las 12 metodologías más populares para la gestión de proyectos*. Asana. <https://asana.com/es/resources/project-management-methodologies>
- Bernad, C. (2013, octubre 10). *Apuntes: Escoffier, el Maestro que revoluciono las cocinas*. Cocina y Aficiones; Concha Bernad. <https://www.cocinayaficiones.com/apuntes-escoffier-el-maestro-que-revoluciono-las-cocinas/>
- Black, S. (2023). *El Manual del Emprendedor*. Planeta Publishing. Blog. (s/f). MakingLovemarks.es. Recuperado el 25 de enero de 2024, de <https://www.makinglovemarks.es/blog/>
- Calidad-SSOMA, G. [@GestorCalidadSSOMA]. (2021, marzo 11). *MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES [MOF] | 5.3. NORMA ISO*. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=409J4-LqKco>
- Casa, T. D. [@trabajardesdecasasi]. (2014, octubre 2). *Modelo Canvas | Cómo aplicar el modelo Canvas en el lienzo | Ejemplo práctico*. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=iLe5GYkBT8>
- Casas, J. A. H. [@JOSUEHURTADO]. (2021, noviembre 14). *DIAGRAMA DE ISHIKAWA espina de pescado + fácil ejemplo del Paso a Paso*  . Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=NKZfnW9WPKU>
- Claro [Claro Perú]. (2013, agosto 8). *Claves para ubicar tu local*. Youtube. https://youtu.be/r_HsQrQ1Tro?si=UgXP47FGOG8sl8wQ
- Consultores, K. [@KeisenConsultores]. (2021, junio 25). *Tip Q7: Verdadero Diagrama de Causa y Efecto (Ishikawa)*. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=bELLl18H-bU>
- Consultores, P. [@ProcemConsultores]. (2018, abril 17). *Cómo hacer un manual de procesos*. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=SW8u2cRvqTY>
- Consultorias, A. [Albe Consultorias]. (2019, julio 22). *4 Pasos para redactar políticas empresariales aplicativas*. Youtube. <https://youtu.be/5SzlGpA-jmU?si=apSwiLRYv9OfZ5Qc>
- Contado, C. [@contadorcontado]. (2018a, julio 10). *Balance General paso a paso y fácil* . Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=iSNMvzR8-8U>
- Contado, C. [@contadorcontado]. (2018b, julio 25). *Estado de resultados paso a paso en excel para principiantes* . Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=yKXwLn3LZuM>
- Contado, C. [@contadorcontado]. (2019, julio 8). *LA T DE MAYOR - USO, PRÁCTICA Y EJEMPLOS - CONTABILIDAD BÁSICA*. Youtube. https://www.youtube.com/watch?v=vz_K6uCW9Nk
- Contado, C. [@contadorcontado]. (2021a, marzo 10). *Contabilidad de costos CLASE 1 | Curso gratis para principiantes | Definiciones y conceptos*. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=rqpjFPRxjUY>
- Contado, C. [@contadorcontado]. (2021b, marzo 18). *Contabilidad de COSTOS | Estado de Costos de Producción y Ventas | contabilidad Intermedia | CLASE 2*. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=aoKL-BddPcM>
- Contadores, F. [@futuroscontadores1430]. (2021, diciembre 10). *CUENTAS DE BALANCE GENERAL: Activo, Pasivo y Capital Contable*  *EXPLICACIÓN FÁCIL*. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=BDNRUeiwJCU>
- Cosio Hurtado, J. M. (2011). Los proyectos y los planes de negocios. *Perspectivas*, 27, 23-45. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=425941231003>
- CREATIUM. (s/f). *Tipos de menús para restaurantes. ¿Qué comer? - Tu Menú Digital con Código QR, la nueva normalidad*. Recuperado el 30 de enero de 2024, de <https://quecomer.mx/Blog/Entrada/tipos-de-menus-para-restaurantes>
- Cris. (2021, junio 28). *El Peso de la Ración de Restaurante: Cantidad por Producto y Tipo de Menú*. Theoctopusguide; Discefa. <https://theoctopusguide.discefa.com/octopus-chefs-academy/racion-cantidad-menu/>
- de Administración Financiera Uq, P. [@programadeadministracionfi6083]. (2016, marzo 15). *1 QUE ES UN PROYECTO*. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=rlMoQ3NODdw>
- de Gastronomía AE, E. [@escueladegastronomiaae5245]. (2023, junio 27). *LA HISTORIA DEL MENU*. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=ep51q1MXTgU>
- del Emprendimiento, L. [@liderdelemprendimiento]. (2021, noviembre 24). *Las 5 fuerzas de Porter*. Youtube. https://www.youtube.com/watch?v=9hMHK_yzUAY
- EAS [StraTgia Planeamiento Estratégico]. (2018, julio 31). *Aprende a hacer la visión, misión y valores en menos de 5 minutos -Ilustración Animada-*. Youtube. https://youtu.be/4I9_I5dRgFg?si=DguwPBDK3EdQm6aq
- Educación, G. G. [@GreenGourmetEducacion]. (2020a, octubre 30). *Montaje de Platos - Primera Parte*. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=Txl9wsZxV9k>
- Educación, G. G. [@GreenGourmetEducacion]. (2020b, noviembre 8). *Montaje de Platos - Segunda Parte*. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=h8e9-emGaMo>
- Educación, G. G. [@GreenGourmetEducacion]. (2022, enero 14). *Como COSTEAR los platos de tu RESTAURANTE - CONCEPTOS BÁSICOS*. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=4ycE1pdOxg>
- El origen del menú de restaurante*. (s/f). Areagraficadigital.es. Recuperado el 30 de enero de 2024, de <https://www.areagraficadigital.es/blog/36/sabias-el-origen-de-los-menustm.html>
- E-MANutrition [@e-manutrition6992]. (2020, agosto 6). *Elementos básicos del menú (tiempos de comida)*. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=XnAodOx6oMo>
- Emcebar, C. [@emcebar]. (2019, agosto 2). *Menú del Día como Estrategia de Marketing*. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=HXaYDpaBzsc>
- Empresa, Y. [@yoempresa]. (2018, julio 12). *Marketing para Restaurantes: 03 La Carta o Menú, poderosa herramienta para las ventas*. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=RCMQJIUOK74>

Bibliografía

Este material fue elaborado en enero de 2024 por el Maitre Alberto JP Valadez Rodríguez, basado en su investigación y experiencia, teniendo como fuentes de consulta el siguiente listado:

- Estrategia en Acción con Iván Martínez Lima [@IvanMartinezLima]. (2018, septiembre 19). 🌟 *Qué es y cómo se hace un Análisis FODA - Planeación Estratégica - DOFA -SWOT - Planificación*. Youtube. https://www.youtube.com/watch?v=_6vzo-Hx9cE
- Estrategia en Acción con Iván Martínez Lima [@IvanMartinezLima]. (2023, junio 19). *Método para hacer Iniciativas Estratégicas FÁCIL - Cómo hacer un Plan Estratégico - Vídeo 14*. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=1wyAmgV9rq8>
- Food Business. (2019, enero 14). La Ingeniería de Menú: un análisis adecuado puede ahorrarte miles de dólares. *Food Business PR*. <https://www.foodbusinesspr.com/post/la-ingenier%C3%ADa-de-men%C3%BA-un-an%C3%A1lisis-adecuado-puede-ahorrarte-miles-de-d%C3%B3lares>
- Full Perception [@FullPerception]. (2020, enero 14). *Objetivos SMART • Cómo Fijar y Alcanzar tus Objetivos*. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=fPU1zEPR1yY>
- Gastromexico [@GastromexicoMX]. (2017, agosto 9). *¿Qué es un MENU?* Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=wuf4Ash7cc>
- Gastronomía Rentable. (s/f). Gastronomía Rentable. Recuperado el 25 de enero de 2024, de <https://www.gastronomiarentable.com/>
- Gastronomiccoach, G. [@gastronomiccoach100]. (2024, enero 5). *Los tiempos en un menú*. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=wVDcd-TCedo>
- Henao, C. [@CristianDavidHenao]. (2018, junio 27). 🌟 #3. *SCRUM en 6 minutos* 🌟 | *Metodologías Ágiles*. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=HhC75IonpOU>
- Herruzo-Gómez, E., Hernández-Sánchez, B. R., Cardella, G. M., & Sánchez-García, J. C. (2019). *EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN: OPORTUNIDADES PARA TODOS*. DYKINSON, S.L.
- Historia del menú* | *Noticias* | *Noticias*. (2016). <http://guiagastronomika.diariovasco.com/noticias/cual-historia-menu-201601161306.php>
- Imaginario, A. (2014, septiembre 17). *Estética (filosofía)*. Significados. <https://www.significados.com/estetica/>
- Instituto de Marketing Agil [@InstitutodeMarketingAgil]. (2017, noviembre 3). *Kanban: la forma de trabajar sin estrés*. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=UxXmXp12cAM>
- La Productividad, M. [@ZADECON]. (2022, marzo 24). *SCRUM + KANBAN [metodología ágil] / EJEMPLO* /. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=6ZBIEoXJU1M>
- LegalidadMéxico.Org. (s/f). *Aprende a Diseñar un Proyecto*. Legalidadpormexico.org. Recuperado el 13 de enero de 2024, de https://legalidadpormexico.org/mcl/menu_inicio/menuinicio.html
- LUKKAMENTE [LUKKA]. (2020, septiembre 24). *CREATIVIDAD VS INNOVACIÓN* 🌟 *Diferencias · Conceptos Básicos* 🌟. Youtube. https://youtu.be/fxKK2pBQpil?si=EfjqGKKMkv_o73Yp
- Machaen, C. [@ChefMachaen]. (2021a, mayo 21). *Fundamentos de la estandarización 1 | Receta Estándar | Costeo de Recetas | Módulo1-01*. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=E2n-94gI-Q>
- Machaen, C. [@ChefMachaen]. (2021b, mayo 21). *Fundamentos de la estandarización 2 | Receta Estándar | Costeo de Recetas | Módulo1-02*. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=nqFkva4NCMk>
- Martínez, L. E., V. (2021). *Diseño de menú y arquitectura platos en la cocina de autor*. https://issuu.com/reddeeventosgastronomicosdecolombia/docs/dise_o_de_menu_y_arquitectura_platos_en_la_cocina
- Masterrestaurant [@masterrestaurant]. (2023, mayo 1). *MicroCápsulas #001 Para restaurantes y negocios gastronómicos Masterrestaurant*. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=7BoMQpyzHwA>
- Masterrestaurant [@masterrestaurant]. (2024, enero 3). *¿Qué es eso del punto de equilibrio en restaurantes?* Youtube. https://www.youtube.com/watch?v=ce_JNC5Xfc
- Masterrestaurant - Home. (s/f). Masterrestaurant.com. Recuperado el 18 de enero de 2024, de <http://masterrestaurant.com>
- Moreno, F. [@FrankMorenoEndor]. (2021, diciembre 23). *¿Qué es BRANDING? l Definición de expertos*. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=ZdFpM6cOlpQ>
- Mylod, M. (2022). *El Menú*. Searchlight Pictures Disney+. www.disneyplus.com
- Negocios, L. M. [@LuisMiNegocios]. (2023, julio 27). *COMO LEER UN BALANCE GENERAL*. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=v6mQBVLjzc>
- Nielsen, S. L., Klyver, K., Evald, M. R., & Bager, T. (2021). *Entrepreneurship in theory and practice: Paradoxes in play, third edition* (3a ed.). Edward Elgar Publishing.
- octubre. (2017, octubre 12). Todos los diferentes tipos de menú a los que se puede ver enfrentado un cocinero en su profesión. *Blogspot.com*. <https://composiciondemenus15.blogspot.com/2017/10/todos-los-diferentes-tipos-de-menu-los.html>
- Online, I. [@ILERNAOnline]. (2020, noviembre 6). *¿Qué es el Diagrama de Gantt?* Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=7dXAFrxBOCY>
- Peñarroya, M. [@MontsePenarroya]. (2018, enero 3). *Cómo crear un Resumen Ejecutivo*. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=yS972RgxSuo>
- Puente, O. [@oliverpuente6349]. (2022, junio 29). *Personalidad de marca - CURSO ESTRATEGIA DE BRANDING*. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=SdgufYsVDuE>
- Puente, O. (2023, mayo 7). *Qué es la personalidad de marca + TEST 100% GRATIS*. oliverpuente. <https://oliverpuente.com/branding/que-es-la-personalidad-de-marca-test-100-gratis/>
- ¿Qué es Kanban? Principales características y funciones*. (s/f). Kanban Software for Agile Project Management. Recuperado el 25 de enero de 2024, de <https://businessmap.io/es/recursos-de-kanban/primeros-pasos/que-es-kanban>
- Que es la Ingeniería de menú*. (s/f). Myfoodmarketing.com. Recuperado el 9 de febrero de 2024, de <https://www.myfoodmarketing.com/courses/1288282/lectures/29534480>
- Rebón, A. (2023, mayo 18). *Escoffier y la alta cocina*. Blog de la Escuela ESAH; ESAH, Estudios Superiores Abiertos en Hostelería. <https://www.estudiahosteleria.com/blog/cocina/escoffier-alta-cocina>
- Reina, F. J. O. (2022, noviembre 14). *Diagrama de flujo de un restaurante: Descubre cómo diseñarlo con Ejemplos*. Ingenieriademenu.com. https://ingenieriademenu.com/diagrama-de-flujo-de-un-restaurant/?expand_article=1
- Reina, F. J. O. (2023, enero 12). *Técnicas de emplatado y presentación de los platos*. Ingenieriademenu.com. <https://ingenieriademenu.com/tecnicas-de-emplatado/>
- Reyes, E. (2022, octubre 7). *Aprende a sacar la utilidad bruta de tu negocio*. Emprendedor Inteligente. <https://www.emprendedorinteligente.com/aprende-a-sacar-la-utilidad-bruta/>
- Robert, C. (2012, marzo 10). *Presentacion y Montaje de platos*. FoodiesPR. <https://www.foodiespr.com/2012/03/presentacion-y-montaje-de-platos/>
- SPC Consulting Group [@SPCConsultingGroupMonterrey]. (2023, enero 23). *5 Porqués ¿Qué es la metodología 5 Porqués?* Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=NYVaKkbXSgo>
- Talks, T. [@TEDx]. (2018, abril 12). *¿Se puede combatir el hambre desde la Alta Cocina? | Palmiro Ocampo | TEDxTukuy*. Youtube. https://www.youtube.com/watch?v=-STVh2J_H84
- TheForkManager. (2016, septiembre 28). *6 trucos de marketing para restaurantes en tu menú*. TheForkManager. <https://www.theforkmanager.com/es-es/blog/marketing-para-restaurantes-optimiza-menu-con-estos-trucos>
- Tipos de menú: elige el más adecuado para tu restaurante. (2022, noviembre 25). *BCH*. <https://www.barcelonaculinaryhub.com/blog/disena-menu>
- Trias de Bes, F. (2021). *Libro negro del emprendedor, El: No digas que nunca te lo advirtieron*. Ediciones Urano México.
- Valadez, A., & Calderón, A. (2021). *Manual de Organización de la Dirección de Fiscalización Aduanera del Gob. Edo. BCS*. <https://finanzas.bcs.gob.mx/wp-content/themes/voice/assets/img/normatividad/procedimientos/Manual%20de%20Procedimientos%20de%20Fiscalizacion%20Aduanera.pdf>