

MF0259_2: Ofertas gastronómicas sencillas y sistemas de aprovisionamiento

Elaborado por:

Equipo Editorial

EDITORIAL ELEARNING S.L.

ISBN: 978-84-16102-20-4 • Depósito legal: MA 169-2014

No está permitida la reproducción total o parcial de esta obra bajo cualquiera de sus formas gráficas o audiovisuales sin la autorización previa y por escrito de los titulares del depósito legal.

Impreso en España - Printed in Spain

Presentación

Identificación de la unidad formativa:

Bienvenido al Módulo Formativo 0259_2: Ofertas gastronómicas sencillas y sistemas de aprovisionamiento. Este Módulo Formativo pertenece al Certificado de Profesionalidad HOTR0408: Cocina, de la familia profesional de Hostelería y Turismo.

Presentación de los contenidos:

La finalidad de este módulo formativo es enseñar al alumno a definir ofertas gastronómicas sencillas, realizar el aprovisionamiento y controlar consumos. Para ello, se realizará una primera distinción entre las diferentes fórmulas de restauración existentes, para después definir y detallar las funciones del departamento de cocina, explicar el concepto de restauración diferida e identificar las distintas ofertas gastronómicas. Además, en el módulo formativo se tratarán otros aspectos como la gestión y el control de calidad en restauración, el aprovisionamiento externo e interno de géneros, la recepción y almacenamiento de provisiones y el control de consumos y costes.

Objetivos del módulo formativo:

Al finalizar este módulo formativo aprenderás a:

- 🔄 Analizar el sector de la restauración considerando sus relaciones con otras empresas o áreas.
- 🔄 Analizar y definir ofertas gastronómicas tipo menú, cartas u otras ofertas significativas, estimando sus diferencias.

- ↻ Definir características de los alimentos y bebidas teniendo en cuenta ofertas gastronómicas determinadas y el nivel de calidad de los productos.
- ↻ Calcular las necesidades de aprovisionamiento externo e interno de géneros asociados a ofertas gastronómicas determinadas, redactando las órdenes de petición.
- ↻ Desarrollar el proceso de aprovisionamiento interno de géneros y elaboraciones básicas de múltiples aplicaciones de acuerdo con las ofertas gastronómicas o planes de trabajo determinados, referidos a hortalizas, legumbres secas, pastas, arroces y huevos.
- ↻ Efectuar la recepción de alimentos y bebidas para su posterior almacenaje y distribución.
- ↻ Analizar sistemas de almacenamiento de alimentos y bebidas y ejecutar las operaciones inherentes de acuerdo con los sistemas seleccionados.
- ↻ Calcular costes de materias primas para estimar posibles precios de las ofertas gastronómicas asociadas.

Índice

MF0259_2: Ofertas gastronómicas sencillas y sistemas de aprovisionamiento

UD1. Las empresas de restauración

1.1. Tipos de establecimientos y fórmulas de restauración.....	11
1.2. Estructura organizativa y funcional.....	13
1.3. Aspectos económicos.....	17

UD2. El departamento de cocina

2.1. Definición y modelos de organización	29
2.2. Estructura de locales y zonas de producción culinaria.....	31
2.3. Especificaciones en la restauración colectiva.....	35
2.4. El personal y sus distintas categorías profesionales	36
2.5. Competencias básicas de los profesionales que intervienen en el departamento.....	39
2.6. Elaboración de planes sencillos de producción culinaria.....	41

UD3. La restauración diferida

3.1. Concepto	51
3.2. Especificidades en la restauración colectiva	52
3.3. Cocina central	54
3.4. Cocina de ensamblaje.....	58

UD4. Las ofertas gastronómicas

4.1. Definición de los elementos y variables de las ofertas gastronómicas.....	73
4.2. Ofertas Gastronómicas hoteleras y no hoteleras	76

4.3. Planificación y diseño de ofertas: el menú, la carta, galas, banquetes, otras	78
4.4. Cálculo de necesidades de aprovisionamiento para confección de ofertas	84

UD5. Nutrición y Dietética

5.1. Grupos de alimentos	95
5.2. Diferencia entre alimentación y nutrición	97
5.3. Relación entre grupos de alimentos, nutrientes que los componen y necesidades energéticas, funcionales y estructurales del organismo humano	98
5.4. Caracterización de los grupos de alimentos	106
5.5. Aplicación de los principios dietéticos al elaborar ofertas gastronómicas dirigidas a distintos colectivos. Peculiaridades de la alimentación colectiva	108

UD6. Gestión y control de calidad en restauración

6.1. Características peculiares	121
6.2. Concepto de calidad por parte del cliente	124
6.3. Programas, procedimientos e instrumentos específicos	126
6.4. Técnicas de autocontrol	130

UD7. Aprovisionamiento externo de géneros

7.1. El departamento de economato y bodega	141
7.2. El ciclo de compra	146
7.3. Registros documentales de compras	152
7.4. El inventario permanente y su valoración: métodos de valoración de existencias	155

UD8. Aprovisionamiento interno de géneros y productos

8.1. Documentos utilizados en el aprovisionamiento interno y sus características	167
---	-----

8.2. Sistemas utilizados para detectar las necesidades de materias primas.	
Lógica del proceso de aprovisionamiento interno	173
8.3. Departamentos o unidades que intervienen	173
8.4. Deducción y cálculo de necesidades de géneros, preelaboraciones y elaboraciones básicas	175
8.5. Formalización del pedido de almacén y su traslado	178
8.6. Recepción y verificación de la entrega	178
8.7. Traslado y almacenamiento y/o distribución en las distintas áreas	179
8.8. Control de stocks	183

UD9. Recepción y almacenamiento de provisiones

9.1. Inspección, control distribución y almacenamiento de materias primas	193
9.2. Registros documentales	199
9.3. Gestión y control de inventarios	203

UD10. Control de consumo y costes

10.1. Definición y clases de costes	215
10.2. Cálculo del coste de materias primas y registro documental	217
10.3. Control de consumos. Aplicación de métodos	220
10.4. Componentes del precio	226
10.5. Métodos de fijación de precios	233



UD1

Las empresas de restauración

- 1.1. Tipos de establecimientos y fórmulas de restauración
- 1.2. Estructura organizativa y funcional
- 1.3. Aspectos económicos

|hostelería y turismo

1.1. Tipos de establecimientos y fórmulas de restauración



La restauración: engloba a todos los establecimientos que ponen a disposición distintos servicios de alimentación y bebidas con independencia de que sean viajeros nacionales, extranjeros o residentes.

Como clasificación principal de establecimientos de hostelería, podemos estructurarlo en diferentes tipos, como son: los Hoteles, los Restaurantes y las Cafeterías, y se clasifican por teorías.

Hoteles	Los hoteles ofertarán servicios de comida a sus clientes alojados en una oferta de libre composición, debiendo someterse al régimen general de declaración y publicidad de precios.
Restaurantes	Los restaurantes con independencia de su categoría, elaborarán una carta de platos y de bebidas. En ella, deberán disponer del menú de la casa y su precio, incluyendo el postre, pan y vino, además de un primer o segundo plato a elegir entre varios.
Cafeterías	Las cafeterías, con independencia de su categoría, elaborarán una carta de platos y bebidas en la que deberá aparecer reflejado el plato combinando de la casa y su precio incluyendo postre, pan y vino.



En el ámbito de los hoteles, éstos pueden ofrecerse al público diferentes fórmulas de restauración. Las más significativas se muestran en el siguiente resumen:

- ↪ Comedor de clientes alojados, donde se les ofrecerán el desayuno en sus diversas modalidades, continental, americano, español, bufé y almuerzo y cena ambos con servicio en mesa o en la modalidad de bufé.
- ↪ Grill.
- ↪ Marisquería.
- ↪ Restaurante de cocina internacional.
- ↪ Restaurante gastronómico de especialidades, abierto al público en general.
- ↪ Cafetería.
- ↪ Servicio de habitaciones o room-service.
- ↪ Nevera de habitaciones.
- ↪ Salones y servicio de banquetes.
- ↪ Sala de espectáculo donde se incluye la cena.
- ↪ Coctel-bar.
- ↪ Discoteca.

Además existe la restauración que se denomina extra-hoteler, más conocida internacionalmente como **food-service**.

Este sector comprende todas las formas de elaboración, venta y servicio de comidas dentro y fuera del establecimiento. Actualmente está muy difundido y en completa expansión.

Opera en dos factores:

El **sector comercial**, el cual incluye todos los establecimientos cuyo acceso a los mismos es libre para el público en general y no está sujeto a ningún tipo de prohibiciones exceptuando el derecho de admisión, cuando el cliente tiene un comportamiento no adecuado.

El **sector colectivo**, que comprende a un prototipo de cliente, el llamado, “cliente cautivo”, es decir, al aquella persona a la que no se le permite salir de las instalaciones donde trabaja, vive o estudia, ya que dispone de poco tiempo para comer.

Las formas de restauración que se dan en este sector son diversas, y con el transcurso del tiempo, nacen nuevos establecimientos con diferentes fórmulas.

1.2. Estructura organizativa y funcional



Organización: se trata de una alternativa al mercado, puesto que supone la coordinación racional de las actividades.

Se caracterizan por:

- ↪ Ser instituciones sociales, debido a que están compuestas por individuos.
- ↪ El núcleo de las organizaciones se forma con un sistema de actividades que efectúan sus miembros y que sustituyen al mercado.
- ↪ Se crean como instituciones con pretensión de permanencia, por lo que se espera de ellas que duren tiempo.
- ↪ Persiguen determinados fines, por lo que, se establecen una serie de objetivos.
- ↪ Están tremendamente influenciadas por el entorno en que se desenvuelven.

En determinadas ocasiones, para **coordinar las organizaciones** se necesita el **principio de autoridad**, es decir, que se precisa de la existencia de una jerarquía.

Partes de la organización

Veamos cada una de las cuatro partes que componen una organización.

Núcleo operativo	Se trata del grupo de individuos que realiza el trabajo básico.
	No dan órdenes a nadie y carecen de autoridad debido a que por debajo no hay nadie que dependa de ellos.
Ápice estratégico	Se trata del conjunto de personas que constituyen la alta dirección.
	Efectúa la inspección general de todo el sistema.
Línea media	Grupo de personas formado por los mandos intermedios, el cual opera entre el núcleo operativo y el ápice estratégico.
Staff	Se trata del conjunto de individuos que ejecutan una serie de actividades que sirven de ayuda para la organización.



El entorno y su influencia en el diseño de la organización

El entorno puede ser general o específico.

Entorno General: es el conjunto de condiciones externas a la organización y por tanto ésta no puede controlar, que conciernen a la totalidad de las organizaciones y bastantes notables para las mismas. Afectan, en general, a todas las organizaciones.



Entorno Específico: Es el conjunto de condiciones exógenas que tendrán inmediata relevancia para la organización. Es un subconjunto del entorno general, el cual interviene en una organización concreta. Tales condiciones varían en función del sector económico al que se dedique cada organización.



Las **características** para determinar cualquier entorno son las siguientes:

Estabilidad	Hace referencia al grado de cambio que ocurre en ese entorno.
	Permite hablar de entorno estable, frente a entorno dinámico.
Complejidad	Se refiere al grado de diversidad de las actividades del entorno.
	Sitúa los entornos simples, frente a entornos complejos.
Diversidad	Se trata del número de clientes que posee cada organización y a la línea de productos por ella ofertados.
	Admite referirnos a un entorno poco diverso, frente a entorno muy diverso.
Hostilidad	Hace mención al carácter de la competencia.
	Permite distinguir entre un entorno poco hostil y un entorno hostil

La departamentalización: el diseño de unidades organizativas

El concepto de departamento nace de la necesidad que tiene la organización con que se especialice.

La especialización, al hilo de lo anterior, se lleva a cabo congregando las actividades en unidades organizativas más pequeñas, cuyo objetivo es facilitar la coordinación.

Por todo ello podemos afirmar que una organización puede especializarse en dos direcciones, refiriéndose a ellas como **diferenciación**, siendo éste el concepto que se utiliza en la rama de organización.

La organización puede especializarse en diferenciación horizontal y/o diferenciación vertical

Diferenciación horizontal: se origina cuando una organización considera necesario aumentar la calidad y la eficiencia del trabajo. Se lleva a cabo estableciendo más órganos especializados en su tarea al mismo nivel.



El principio que impera en esta diferenciación **es el de unidad de dirección**.

Diferenciación vertical: se lleva a cabo cuando las empresas consideran la necesidad de mejorar la supervisión. Básicamente consiste en crear diferentes niveles jerárquicos.



El principio que predomina aquí **es el de unidad de mando**.



La **departamentalización funcional** es uno de las razones de diferenciación horizontal, junto con la departamentalización por productos, por área geográfica o por clientes.

En hostelería en general es el que se usa, y en la restauración en particular.



La **Departamentalización funcional**: se trata de agrupar actividades y personas en departamentos homogéneos relacionados con un área funcional concreta.

Las **ventajas** que conllevan este tipo de departamentalización son:

- ↪ Organización que intuitivamente todo el que la compone es capaz de entender, pues refleja las funciones básicas de una empresa.
- ↪ Facilita la formación a los empleados, puesto que incluso éstos obtienen formación fuera de la organización.
- ↪ Posee un estricto control en los niveles altos.
- ↪ Se considera una organización eficiente.

En el momento en que esta organización crece, esta departamentalización muestra una serie de **desventajas**, las cuales son:

- ↪ Disminuye la coordinación entre las funciones
- ↪ Los directivos de cada área funcional no responden sobre los beneficios, puesto que sólo es responsable de los mismos el director general
- ↪ Crea lealtad hacia la función por parte de los trabajadores y no hacia la organización
- ↪ Con motivo de la sobre especialización del personal clave, su sustitución se plantea como tarea difícil

El ámbito de control y su problemática.

Se trata del número de subordinados que deben estar a las órdenes de un superior. Esta problemática se plantea dentro de la diferenciación vertical.

Cuando se incrementa el ámbito de control se reduce la coordinación, por lo que hay que tenerlo en cuenta, al igual que hay que saber que un ámbito reducido ocasiona altos costes de supervisión, además de problemas de comunicación.

1.3. Aspectos económicos

Estudio de la demanda

Partiendo de la base de que los deseos de la clientela están en constante evolución, la oferta deberá adecuarse al si queremos conseguir beneficios y hacer rentables nuestro negocio.

Hay que realizar un estudio de mercado el cual marcará lo que el cliente desea consumir, para que la empresa de restauración pueda renovarse conforme a la evolución que perciban los gustos del cliente y aquello que le puede satisfacer.

Dicho análisis responderá a las siguientes cuestiones:

- ↻ Fechas y horarios de apertura.
- ↻ Localización geográfica de la empresa.
- ↻ Descripción de los métodos de venta y distribución.
- ↻ Perfil del cliente que requerirá nuestros servicios.
- ↻ Tipo de prestación que se ofrece al cliente.

Estudio de la oferta

Numerosos estudios han demostrado que un cliente insatisfecho informa de su desagrado a un mayor número de personas si lo comparamos con aquellas a las que el cliente satisfecho comunica su satisfacción, lo cual puede hacer reducir el buen nombre de cualquier empresa de restauración y hacer que pierda competitividad.

Cualquier producto-servicio que se ofrezca, debe proporcionar satisfacción al cliente y para conseguirlo, en la oferta de restauración deben considerarse una serie de componentes para que el producto cumpla la función de satisfacción.

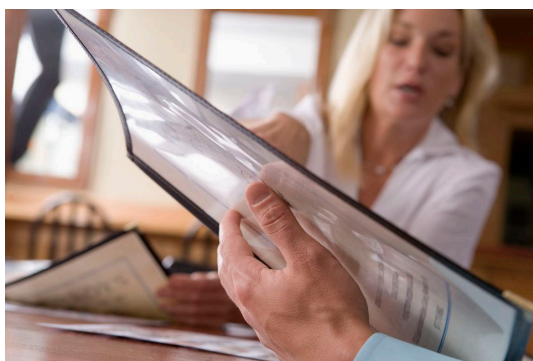
Tales componentes son los siguientes:

Elementos Materiales	El elemento principal de este componente es la comida.
	Aunque no podemos excluir a los acompañamientos de salsas y guarniciones, ya que resaltan el valor del elemento principal.
Complementos del producto	Son todos los acompañamientos de las distintas comidas.
	Destacamos entre otros: el mobiliario, el servicio, la variedad de platos, su presentación, la adecuación y manejabilidad de la vajilla y cubertería, etc.

Extensión del producto	Aquellos factores que satisfacen con los aspectos anteriormente citados pero que son ajenos a las necesidades de comer.
	Destacamos entre otros: la adquisición de estatus, la informalidad etc.

Variedades de la oferta

Tomando como base el valor de la comida como elemento principal del producto de restauración, las **variedades en la oferta** son las distintas ofertas correlativas a cada servicio prestado, tales como carta, menús, buffet etc.



Importancia de la determinación de la oferta

Debido a su interacción con otras actividades operacionales, fijar el producto de restauración ofrecido posee una gran importancia. Dichas actividades son:

- ↻ La gestión financiera.
- ↻ El almacenamiento de materias primas.
- ↻ El sistema productivo.
- ↻ El equipamiento de trabajo necesario para poder elaborar los platos ofertados.
- ↻ El sistema de servicio empleado, que limitara los platos que puedan introducirse en el menú.
- ↻ Las compras, que vendrán determinadas en función de los platos que se ofrezcan.

Los costes

Los costes son la valoración y medida del consumo tanto previsto como realizado por la aplicación racional de los factores para la obtención de un trabajo, producto o servicio.

Hay diversas clasificaciones de costes, sin embargo las más significativas son:

TIPOS DE COSTES	
COSTES DIRECTOS	Son los vinculados a la actividad del proceso de transformación de los productos.
COSTES INDIRECTOS	Son los vinculados a: el tiempo, el periodo económico, etc.
COSTES ESTÁNDAR	Son los que se establecen de acuerdo a una norma ya determinada conforme a un plan.
COSTES HISTÓRICOS	Son los costes reales en los que se incurre en la realización del proceso productivo.
COSTES FIJOS	Son aquellos con independencia de las variaciones de la producción para un determinado periodo de tiempo, por lo que son constantes para ese periodo.
COSTES VARIABLES	Son los que varían dependiendo de: la producción realizada o el tiempo de transformación.
	En restauración, los costes variables lo componen la materia prima utilizada, mientras que los costes fijos vienen determinados por el coste del personal, las amortizaciones, etc.
COSTES TOTALES	Son la suma de los costes totales más los costes variables.
	$\text{Costes Totales} = \text{Costes Fijos} + \text{Costes Variables}$

Una buena gestión con un control eficaz de los costes repercutirá en dos aspectos principalmente:

El precio de la venta

El **Precio de la Venta**: es el precio que tiene que pagar el cliente para poder consumir el producto que se le ofrece.



El precio de venta se determinará en función de estos elementos:

- ↻ La competencia.
- ↻ La cantidad que el mercado está dispuesto a pagar por dicho producto o servicio.
- ↻ El coste del producto.

El punto muerto

Punto Muerto o umbral de rentabilidad: es el punto exacto de ventas en el que se cubren todos los costes fijos y variables, siendo el punto a partir del cual se empieza a producir beneficios.



Fórmula:

Punto muerto = costes fijos/ (precio de venta-costes variables)

