

Revista

# SERVEI

Hooreca

Tips DE  
LIMPIEZA  
IDEAL

BPM

LAS NORMAS  
QUE NO PUEDEN  
FALTAR EN SU  
ESTABLECIMIENTO

BUENAS  
PRÁCTICAS DE

fritura

ESTRATEGIAS DE

Marketing

GASTRONÓMICO  
PARA SU NEGOCIO

RECETAS | EVENTOS | TENDENCIAS

EDICIÓN 1 / MAYO 2019

**SERVEI** IMPULSANDO EL CANAL HORECA  
HACIA EL ÉXITO

# LA LIMPIEZA IDEAL

## PARA TU COCINA PROFESIONAL



### BENEFICIOS

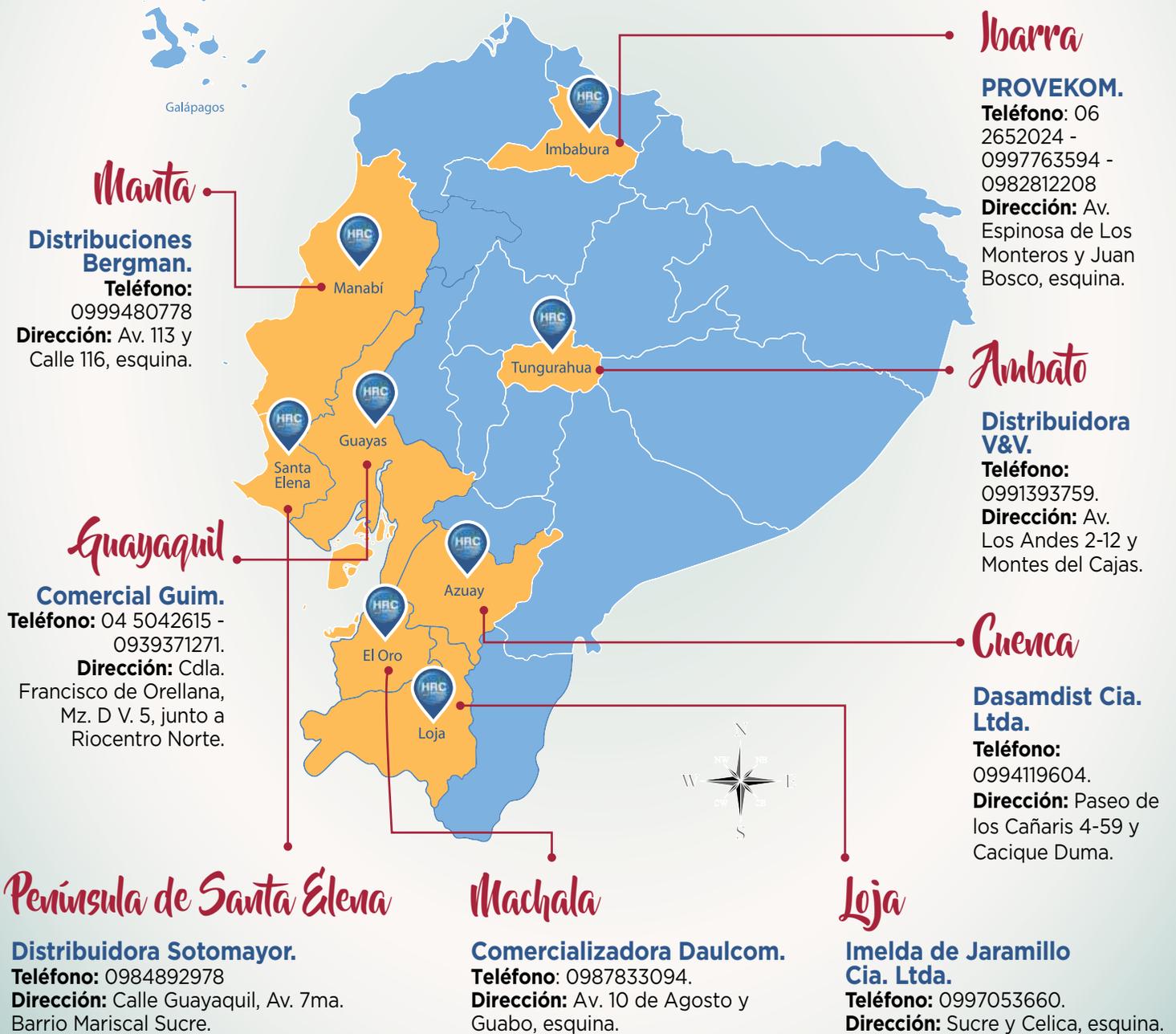
- ✓ NO ES TÓXICO, NI CORROSIVO.
- ✓ ACCIÓN DETERGENTE Y DESENGRASANTE.
- ✓ NO DAÑA SUPERFICIES, NI LASTIMA LA PIEL.

### BENEFICIOS

- ✓ APTO PARA SUPERFICIES DONDE SE MANIPULAN ALIMENTOS.
- ✓ ES ECO-AMIGABLE Y NO TÓXICO.
- ✓ DESINFECTANTE MULTIUSO QUE ELIMINA EL 99.9% DE LAS BACTERIAS.

# SERVEI EN Ecuador

Adicional a la atención de nuestros asesores comerciales, ahora también extendemos la atención a través de nuestros distribuidores estratégicos a nivel nacional.





Personal especializado asesora a los clientes en el correcto uso de los productos.

# SERVEI, SOLUCIONES GASTRONÓMICAS INTEGRALES PARA EL CANAL HORECA

La unidad brinda un portafolio de soluciones que incluyen oferta de productos, asesoría técnica, capacitación y aprendizaje continuo.

SERVEI es una unidad de negocio de La Fabril que se especializa en comercializar y brindar soluciones integrales al sector HORECA en Ecuador, es decir a restaurantes, hoteles y catering. Esta nace en el 2016 debido a la necesidad de contar con un área especializada en atender a este segmento cada vez más creciente, pues según datos del Ministerio de Turismo (MINTUR), en el país hay un espectro de 25.000 personas vinculadas a este sector.

Holger Aguirre,  
Gerente Comercial

Nacional B2B de La Fabril, afirma que la unidad está comprometida con el desarrollo de la cultura gastronómica del Ecuador, por lo que su propuesta de valor está asentada en tres pilares: Productos, Servicio y Distribución.

El primero incluye un portafolio de alimentos, artículos de limpieza, higiene personal, así como productos de panificación y pastelería.

En el puntal de Servicio SERVEI ofrece a sus clientes asesoría técnica comercial, académica y alianzas



## Capacitaciones

**Las asesorías del SAT tienen una duración de 1 a 3 horas, durante este tiempo se aborda con los clientes temas como:**

- Conceptos básicos de las BPM.
- Importancia de homologar procesos.
- Las BPM en el negocio.
- Procesos correctos de fritura y limpieza.
- Ventajas, beneficios y uso correcto de los productos usados.

estratégicas con escuelas de gastronomía. Y en el pilar de Distribución el abastecimiento directo a nivel nacional.

“El servicio que ofrecemos a nuestros clientes va más allá de solo vender productos. Nosotros le enseñamos



Guillermo Farfán, jefe de Mercadeo SERVEI (i); Carmen Avilés, jefa de Desarrollo de Negocios SERVEI; Holger Aguirre, gerente Comercial Nacional B2B de La Fabril; y Andrea Cañarte, jefa de SAT B2B La Fabril, durante la Copa Culinaria del Pacífico.

## SERVEI cuenta con una fuerza de venta directa, asesores técnicos especializados y una estructura de distribuidores a nivel nacional.

cómo utilizarlos y cómo optimizar su uso para aumentar su rentabilidad.

Nuestros vendedores no son tomadores de pedidos, sino asesores comerciales que visitan los negocios, revisan el menú y dan recomendaciones de mejora y de qué productos deben usarse de acuerdo al tipo de comida que ofrece el establecimiento”, explica.

Una de las principales fortalezas de SERVEI es precisamente la asesoría y capacitación que ofrece a sus clientes del segmento HORECA, convirtiéndose en el pionero en atender a este sector.

Es así que a través del departamento del SAT (Servicio de Asesoría Técnica), su

equipo de técnicos en manejo de aceites y grasas y productos de limpieza, capacitan en la forma correcta de usar los productos de La Fabril, a través de una guía denominada procesos ideales, los cuales abarcan: fritura, limpieza, lavado y Buenas Prácticas de Manufactura (BPM).

Durante estas sesiones los dueños de restaurantes y personal de cocina aprenden a conservar el aceite, a almacenar los productos, a evitar la contaminación cruzada, a limpiar las áreas de trabajo, entre otros puntos.

La propuesta se complementa con capacitación profesional, a través de alianzas

estratégicas con escuelas de gastronomía y entidades del sector turístico y gastronómico.

“Cuando servimos a un cliente nuestra promesa es entrenarlo en todo lo relacionado a su giro de negocio, pues hoy por hoy el segmento HORECA está regido por muchas normativas del MINTUR y la Arcsa (Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria), que los establecimientos deben conocer y cumplir”, señala Aguirre.

Actualmente, la unidad cuenta con una fuerza de venta directa (asesores comerciales), asesores técnicos especializados y una estructura de distribuidores para

atender tanto a un restaurante de cinco estrellas como a una hueca.

En estos tres años SERVEI ha logrado captar más de 3.000 clientes, la meta para los próximos años es llegar a cubrir la mayor parte de los puntos registrados por el MINTUR en el sector HORECA a nivel nacional.

Entre los planes de SERVEI para este año están: establecer alianzas con varias escuelas culinarias en el país para brindar a sus clientes un programa formativo mucho más completo; seguir creciendo a nivel de distribuidores y en el área de desarrollo de negocios, trabajar en estrategias para clientes VIP.

## SERVEI digital

Este año la unidad SERVEI está trabajando en una actualización y alimentación de los activos digitales. Dentro de poco su plataforma web contará con una importante videoteca en la que los cibernautas podrán hallar fotos, videos tutoriales y recomendaciones de cómo utilizar los productos de la línea HORECA de La Fabril, testimoniales y eventos gastronómicos.



# Conquistando el mercado

Empanadas de Nico comenzó con un pequeño emprendimiento, pero gracias a su sabor ha logrado consolidarse como marca.

En una ventanita dentro del restaurante Costillas de Nico en General Córdova y P. Icaza, en Guayaquil, así comenzó Empanadas de Nico. Su propietaria, Nancy Andrade, cuenta que todo inició con la idea de sacarle provecho a un espacio desocupado, pero que nunca imaginó que el producto pegaría tanto como para abrir un local propio.

Hoy siete años después la marca cuenta con 180 empleados en 35 locales de Guayaquil, Durán, Manta, Machala y Quevedo, así como una planta de producción en donde se elaboran a diario entre 7.000 y 8.000 empanadas.

“Gracias a Dios y a los clientes hemos crecido bastante”, comenta Nancy y añade que lo alcanzado es producto del amor y dedicación que ella y su equipo



**Nancy Andrade prevé vender franquicias de la marca para el próximo año.**

le ponen al trabajo, así como a la calidad de sus materias primas, la buena atención y el costo accesible que tienen sus empanadas.

Para garantizar la frescura y calidad, Empanadas de Nico trabaja a diario en la elaboración de su producto, siempre manteniendo la cadena de frío, cuidando de trabajar con productos del día y pesando siempre los rellenos. “En la planta desde las cuatro de la mañana se elaboran los discos y a las siete

se empieza a rellenar las empanadas con el queso o el condumio. Pasando un día enviamos camiones refrigerados con el producto a provincia”, explica.

‘Gorditas y crocantitas’ es el eslogan de la marca, la cual suma ya 10 variedades como la de: queso, pollo, carne, pizza, ranchera, Philadelphia, choricheese, pecadora, entre otras.

Para el próximo año la marca tiene previsto vender franquicias, por lo que están asesorándose para dar este paso.

Desde un inicio he trabajado con los aceites de La Fabril. Me gusta la atención que nos brinda SERVEI, siempre nos dan asesoría y capacitación en temas de fritura.



**La planta despacha a diario entre 7.000 y 8.000 empanadas.**

# CON SABOR manaba

Mantener el buen sabor, calidad y estandarizar su receta, han sido las claves para conservar la fidelidad de sus clientes.

La historia de Los Cebiches de la Rumiñahui se inicia en 1985 en la ciudadela Rumiñahui, en Quito. Como todo negocio familiar comenzó con la expectativa de crecer.

Desde el garaje de su casa, Marcelo Castro y su esposa Elena Garzón, oriundos de Manabí, aprovecharon sus conocimientos culinarios y sabor manaba para montar una pequeña cebichería con apenas tres mesas y a la cual sus propios clientes le pusieron el nombre que tiene en la actualidad.

Castro cuenta que al principio solo se vendían cebiches, pero por la gran demanda introdujeron platos fuertes y sopas al menú. El éxito del negocio fue tal que en 1992 tuvo que crecer y expandirse a lo largo de la capital y posteriormente a Ibarra. A partir del 2000 llega a Cuenca, Guayaquil, Manta, Portoviejo, Ambato, Riobamba, Atuntaqui y Tulcán.

Actualmente, Los Cebiches de la Rumiñahui es

considerada la primera cadena de comida de mar del país con 50 locales a nivel nacional y uno en Pasto, Colombia.

Su menú ofrece combinaciones de cebiches, a más de platos como: pescado asado, calamar apanado, conchas y pulpo asados, sopa marinera, camarones apanados y ensalada de mariscos.

La clave para conservar la fidelidad de sus clientes -confiesa- es

mantener el buen sabor, la calidad y sobre todo la estandarización lograda a lo largo de 34 años en el mercado. “El sabor de la cocina manaba ha sido nuestra principal característica junto con la excelente calidad de nuestros platos. Escogemos personalmente todos los productos que nos proveen”, resalta Marcelo Castro.

La marca cuenta con

una planta de acopio y una empacadora en la que se procesan todos los productos.

Los planes a futuro de este negocio es continuar creciendo y llevar el mejor producto y cocina ecuatoriana fuera del país.

“SERVEI cumple con garantizar productos de calidad. El servicio de venta y posventa recibido se apeg a las necesidades.”



El establecimiento es conocido por sus combinaciones de cebiches.



Marcelo Castro, propietario de Los Cebiches de la Rumiñahui.

# EL TOQUE Tradicional

La Costilla Colimeña ha ido adaptándose a las nuevas tendencias gastronómicas. A finales de este año abrirá un nuevo local en Durán.

La costilla asada se ha convertido en un plato muy popular entre los comensales, por lo que muchos restaurantes han optado por sumarlo a su menú. Un establecimiento que se ha hecho conocido por elaborar este platillo es La Costilla Colimeña, su gerente Rony Guadamud, resalta que el secreto de su éxito es justamente su sabor tradicional.

Este negocio arrancó en el 2014 en la ciudadela Mucho Lote, en Guayaquil, con ocho trabajadores y hoy por hoy tiene dos locales más.

Si bien el negocio tiene cinco años, Guadamud tiene más de una década elaborando el plato, pues anteriormente trabajaba en el restaurante de su hermano que también se especializaba en costilla asada, receta que hoy conservan sus platillos.

“Nosotros nos mantenemos con la misma receta y tradición, eso es lo que nos ha llevado a seguir en este negocio muy

competitivo”, señala.

Para los amantes de la carne este restaurante ofrece costilla asada al carbón, acompañada con ensalada gourmet y guarnición de papas fritas, patacones o papa chaucha. El platillo se lo puede combinar con moro o arroz con menestra o si se prefiere hay pollo asado, lomo fino, lomo de asado, parrillada y cortes como el T-Bone, tomahawk, picaña y bife de cerdo. En sus tres locales se vende un promedio mensual de 1.000 kg de costillas.

Guadamud cuida cada detalle de sus platos y materias primas. La atención al cliente, por ejemplo, es uno de sus puntos fuertes, por ello constantemente capacita al personal en temas de preparación de alimentos y bebidas y cómo atender a la clientela.

“En el mercado hay muchas marcas de aceite, pero nosotros usamos el de La Fabril para nuestras frituras. La empresa nos da un buen producto y nos capacita para manejarlo correctamente.”



Para Rony Guadamud la buena atención es primordial en su negocio.



Las costillas son asadas al carbón.

“Nos preocupamos porque el personal administrativo y los saloneros sean amables y atiendan bien”, afirma.

Entre los planes del negocio está seguir expandiéndose, para fines de año se abrirá una sucursal en Durán.

# LA TEXTURA, EL SABOR Y EL DORADO IDEAL QUE LAS FRITURAS DE TU NEGOCIO NECESITAN.



## APRENDE LOS PASOS PARA LOGRAR UNA FRITURA IDEAL.

1. Elige un aceite de calidad, estable frente al calentamiento.
2. Utiliza alimentos en óptimas condiciones para el proceso.
3. Coloca la proporción ideal de aceite y alimento (6:1) en la freidora apropiada.

4. Verifica la temperatura del aceite antes y durante el freído.
5. Mantén el aceite por debajo de los 120°C, mientras no lo uses.
6. Analiza con frecuencia la calidad del aceite.
7. Filtra el aceite al menos una vez por día.

## Utiliza nuestros productos para lograr la fritura ideal para un negocio exitoso.

- Sabrofrito
- Sabrosalsa
- Sabrosón
- Oleina
- CanguilOil

# CONVENIOS Y alianzas



SERVEI es el primero en ofrecer a los propietarios de restaurantes y a su personal un amplio programa de capacitación, ya sea a través de su Servicio Técnico o por convenios con escuelas y entidades enfocadas a impulsar la gastronomía ecuatoriana.

En un mercado tan competitivo, se hace cada vez más necesario implementar estrategias claras y efectivas de mercadeo en los negocios HORECA.

Es así que buscando ofrecer más beneficios para los negocios de sus clientes, la unidad SERVEI de La Fabril ha firmado tres importantes alianzas. Holger Aguirre, Gerente Comercial Nacional B2B de La Fabril, comenta que recientemente se estableció una alianza con la Escuela Culinaria de Las Américas en Guayaquil para capacitar en temas de marketing gastronómico, costeo culinario, receta básica, puesta de mesa y atención al cliente, cursos que contarán con el aval y certificado de este centro de estudios.

“Hoy por hoy notamos que dentro de las escuelas de

gastronomía hay un alto número de personas que ingresan no solo para aprender a cocinar, sino porque quieren iniciar un emprendimiento gastronómico y, justamente, lo que queremos es darle esas herramientas a nuestros clientes y que los estudiantes nos conozcan como un fabricante que les puede ofrecer varios productos para su labor”, señala.

A más de Guayaquil, SERVEI también está concretando otras alianzas con escuelas gastronómicas de Quito, Ibarra y Cuenca, pues la idea es llegar con capacitación a todas las provincias donde tienen puntos de distribución.

Otro importante convenio que se firmó fue con la Federación Nacional de Cámaras Provinciales de Turismo del Ecuador



Finalizada la capacitación los asistentes recibirán un certificado.

(FENACAPTUR), con esta entidad se estableció un plan de alrededor de 2.000 capacitaciones a nivel nacional para temas de Buenas Prácticas de Manufactura para restaurantes, motivación, administración del negocio, menú culinario, costeo y servicio al cliente. Al igual que en el anterior los cursos contarán con su respectivo certificado avalado por el Ministerio

de Turismo. “Estamos en conversaciones con más institutos de formación gastronómica y visitando escuelas para cerrar acuerdos y generar programas de formación en distintas ciudades del Ecuador”, manifiesta Aguirre, quien agrega que este sector ha estado desatendido por mucho tiempo, por lo que SERVEI es el primero en ofrecer a dueños y cocineros de restaurantes

## Más beneficios para sus clientes

Como una forma de reforzar su propuesta de valor, SERVEI firmará este año una importante alianza con el gestor ambiental ARC (Aceite Reciclado de Cocina), a través de la cual se busca darle un tratamiento adecuado a los desechos de aceite provenientes de las cocinas de hoteles y restaurantes.

Con este convenio la unidad SERVEI se convierte en socio de sus clientes, ayudándoles a gestionar eficazmente el aceite usado de cocina, para que no termine en la cañería o se convierta en un foco de contaminación.

Es así que de forma periódica y gratuita los dueños de restaurantes que son clientes de SERVEI recibirán la visita de los camiones de ARC, los cuales a más de encargarse de los desechos de aceite les reconocerá

económicamente por el mismo. “Tenemos varios casos en los que nuestros clientes tienen almacenados bidones de aceite quemado usado y no saben qué hacer con ellos porque no son fáciles de desechar. La alianza con ARC va apalancada con una campaña de concienciación sobre lo importante que es reciclar el producto para que no contamine el ecosistema”, asegura Holger Aguirre.

ARC es la única empresa en Ecuador con licencia de Gestor Ambiental en categoría II (impactos bajos), dedicada a recoger, procesar y reciclar el aceite de cocina usado en todo el Ecuador. El aceite que recolecta se exporta a Holanda para convertirlo en Bio-Diésel. La firma cuenta con la Certificación Punto Verde por sus buenas prácticas ambientales.

**El convenio entre SERVEI y ARC contempla la recolección del aceite usado de cocina de los negocios del sector HORECA.**



**La buena administración y gestión de restaurantes es uno de los temas que se tratan en los cursos.**

### CONVENIOS



un programa de capacitación de acuerdo a sus necesidades.

Los cursos, afirma el directivo, han generado un gran interés en quienes se desenvuelven en este sector, pues tratan temas de importancia para el giro de su negocio.

“La gente está muy interesada en aprender más, nadie los había capacitado antes. Actualmente la gente

compra el producto en los puntos de venta, pero nadie les dice cómo usarlos ni les explica los aspectos más importantes del negocio y eso es precisamente lo que nosotros hacemos”, señala Aguirre.

Los cursos de la Escuela Culinaria de Las Américas y de la FENACAPTUR arrancan en mayo y se extenderán de acuerdo a la duración de los convenios.



# LA MEJOR MANERA DE crecer

Como una forma de destacarse, muchos restaurantes han trazado sus propias estrategias, ya sea presentando productos novedosos o brindando un servicio personalizado.

Cada día surgen nuevos restaurantes y emprendimientos culinarios, cada uno con una característica diferente. Esta amplia oferta no solo genera un mayor abanico para los clientes, sino también más competencia entre los establecimientos, por lo que estos deben fortalecerse con las herramientas necesarias para destacarse.

SERVEI viene trabajando desde hace algún tiempo en preparar a sus clientes del segmento HORECA con los conocimientos y preparación necesaria, no solo para volverlos más competitivos, sino también para que conozcan las regulaciones que rigen al sector, tanto del Ministerio de Turismo como de la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia

Sanitaria. “Nuestra promesa de valor incluye productos, distribución y servicios, entre estos la capacitación y asesoría técnica es nuestra ventaja competitiva, ya que nadie la ofrece. Y el sector

HORECA está muy ávido de conocer más del giro de su negocio”, asegura Guillermo Farfán, jefe de Mercadeo de SERVEI.

Una herramienta que están utilizando muchos restaurantes para destacarse es justamente el marketing gastronómico, un área en el que SERVEI también está trabajando con sus clientes.

Para Farfán hay tres aspectos básicos en el marketing gastronómico que los restaurantes deben tomar en cuenta:

## IDENTIFICAR EL MENÚ

El primer paso será identificar el menú del establecimiento y definir el plato en el que se es bueno. Por ejemplo, si el fuerte son las papas

fritas tradicionales el enfoque no será un menú tipo gourmet, sino más bien a partir de las papas se podrían incrementar otros platos al menú. No se trata de tener una carta de 50 opciones, sino de enfocarse en un producto y crear otros a partir de ese para darle movimiento al negocio.

Identificado el menú ideal del negocio, viene la parte del costeo culinario, el cual incluye la creación de la receta estándar, entender las mermas dentro del negocio y la fijación de precios, para así establecer los márgenes adecuados en cuanto a rentabilidad.

“Llevar un conteo de tu receta base, de los procesos de cocina e insumos necesarios es



El personal del restaurante debe estar preparado para abordar a los clientes.

básico, pues solo así podrá conocer cuánto destina a la compra de sus ingredientes, pues al final del día lo que importa es la rentabilidad”, asegura.

### REDES SOCIALES

Uno de los puntos clave de los negocios es la creación de su propuesta de valor, así como el establecimiento de su imagen corporativa y las acciones de marketing para incrementar sus ventas. Uno de los pilares principales para lograrlo son las redes sociales, las cuales deben ser aprovechadas por los restaurantes y negocios para vender sus productos. No es necesario abrir una cuenta en cada plataforma, sino concentrarse en las que le ofrezcan mecanismos de interacción y que permitan llegar a futuros clientes, las más populares son Facebook e Instagram.

Independientemente de la que elija asegúrese de mantener actualizado el sitio con el menú del día, fotos de la carta y videos de los procesos que cumple el establecimiento para servir los platos.

“En comida lo visual es lo que vende. Plasme visualmente sus platos y muéstrelos en las redes, estas tienen un alcance mayor de potenciales

clientes, por lo que hay que ser estratégico para usarlas”, recomienda Farfán.

### PERSONAL

De nada sirve tener un establecimiento con buena comida y ambiente si el personal no sabe atender. Toda persona que esté en contacto con el cliente debe estar preparada para abordarlo, conocer los platillos que se ofrecen y saberlos describir de forma apetitosa, y cómo actuar ante críticas o reclamos.

“El mesero y el cajero son casi siempre las caras visibles del restaurante y quienes están en contacto con el cliente. Actualmente, hay una alta rotación en meseros y saloneros en los negocios porque no se le da la importancia a este puesto y al final del día ellos son el contacto directo entre el comensal y el restaurante”, advierte.

Estos y otros temas como: costeo de recetas, servicio al cliente, menaje, cómo servir la mesa, menú ideal y cómo explotar los puntos positivos del negocio forman parte del plan de capacitación que ha desarrollado SERVEI para sus clientes y que a partir de este año arrancará como parte de su gran pilar estratégico para el sector HORECA.

## TÁCTICAS para atraer clientes



**1** **GENERE BASE DE DATOS:** Ya sea a través de reservas o de los buzones de sugerencias, pida a sus clientes su correo electrónico o fecha de nacimiento. Esta información es valiosa, bien sea para promocionar sus productos o fidelizar a su clientela con felicitaciones o promociones.

### 2. USE REDES SOCIALES:

Obtenga más seguidores ubicando en su menú cómo encontrar su restaurante en las redes, cree hashtags para que sus clientes participen añadiendo comentarios o fotos de sus platos.



**3** **CREE EVENTOS:** Aproveche las fiestas familiares para aumentar su clientela, a través de las redes sociales o carteles promocione ofertas especiales para el Día de la Madre, del Padre, cumpleaños u otro acontecimiento que reúna a familias o parejas. Otra opción es crear alianzas estratégicas.

### 4. SUGIERA PRODUCTOS:

Identifique los platillos y bebidas que le dan más réditos y encuentre el momento indicado para sugerirlos a sus clientes. Ninguna estrategia funcionará si se da la impresión de que lo único que interesa es la venta.



# PARA UNA ÓPTIMA limpieza EN LA COCINA

Las normativas de salud son más exigentes para los negocios, por eso es necesario mejorar los procesos de limpieza evitando contaminación cruzada.

La limpieza es un punto que jamás debe pasarse por alto, sobre todo en las áreas de preparación de alimentos. Estos espacios demandan de un adecuado y minucioso aseo para evitar contaminación cruzada o enfermedades a los clientes.

Limpiar todos los días no solo evita la acumulación de grasa y suciedad, sino también reduce la presencia de plagas y malos olores. Actualmente, las normativas exigen a los establecimientos de comida procedimientos minuciosos de limpieza para evitar la proliferación de bacterias. Por esta razón SERVEI ha desarrollado para cocinas profesionales el producto Olimpia Profesional, un limpiador desinfectante multiuso, no tóxico y apto para superficies donde se manipulan alimentos.

El producto está formulado con un ingrediente activo natural llamado D-Limoneno, que acaba con los malos olores y potencia el desinfección. Debido a que se puede usar en bajas dosis resulta rentable para el establecimiento.



## Beneficios

- ✓ De fácil aplicación.
- ✓ Elimina el 99.9% de las bacterias.
- ✓ Eco-amigable y no tóxico.
- ✓ Libre de fragancias.
- ✓ No necesita dilución.
- ✓ No hace espuma.

PRODUCTO  
**Nuevo**

## PASOS DE HIGIENIZACIÓN

- 1. Retire excesos de suciedad** (barrer, recoger basura, etc.)
- 2. Prelavado:** Aplique agua para aflojar la suciedad.
- 3. Lavado:** Aplique la solución limpiadora.
- 4. Restriegue:** Cepille o frote la superficie.
- 5. Enjuague.** Aplique agua sobre la superficie.
- 6. Desinfecte:** Aplique una solución desinfectante o sanitizante.
- 7. Escorra:** Elimine las acumulaciones de agua.



APLICACIÓN  
**DIRECTA**

CON ADITIVO  
NATURAL  
CÍTRICO  
D-LIMONENO

# SERVEI

IMPULSANDO EL CANAL HORECA

HACIA EL ÉXITO



## NUESTROS PRODUCTOS



Alimentos



Limpieza



Higiene Personal



Panificación y Pastelería

## NUESTROS SERVICIOS



Asesoría Técnica SAT



Asesoría Académica



Distribución Directa



Distribuidores estratégicos a nivel nacional

PARA AGENDAR UNA VISITA CONTÁCTANOS EN:

[www.servei.com.ec](http://www.servei.com.ec)

1800 - FABRIL (322-745)

Síguenos en: SERVEI SERVEI.EC

División HORECA/ La Fabril S.A. Montecristi, Manabí



LA FABRIL

# Platillos para saborear

Del fondo de nuestra olla,  
traemos recetas para el deleite  
del paladar de sus clientes.

## Jalea de mariscos

### Ingredientes:

- 100 g de robalo.
- 50 g de pulpo.
- 50 g de calamar baby.
- 50 g de camarón.
- 200 g de harina.
- 2 huevos.
- 10 g de ajo en polvo.
- 10 g de cebolla en polvo.
- 5 g de sal.
- Aceite **Sabrofrito**.

### Elaboración:

1. Picar el robalo en cubos, cocinar el pulpo en agua caliente condimentándola con cebolla perla, ajo, comino, pimienta verde y sal. Cocinar por 35 minutos aproximadamente, después enfriar el pulpo en agua con hielo y cortar en rodajas.
2. Condimentar el pescado y los mariscos con sal y pimienta.

3. Condimentar la harina con ajo y cebolla en polvo, comino, sal y pimienta.

4. Pasar el pescado y los mariscos por los huevos batidos y luego por la harina condimentada.

5. Calentar el aceite **Sabrofrito** a 175 grados y freír por fritura de inmersión hasta que obtengan un dorado intenso.

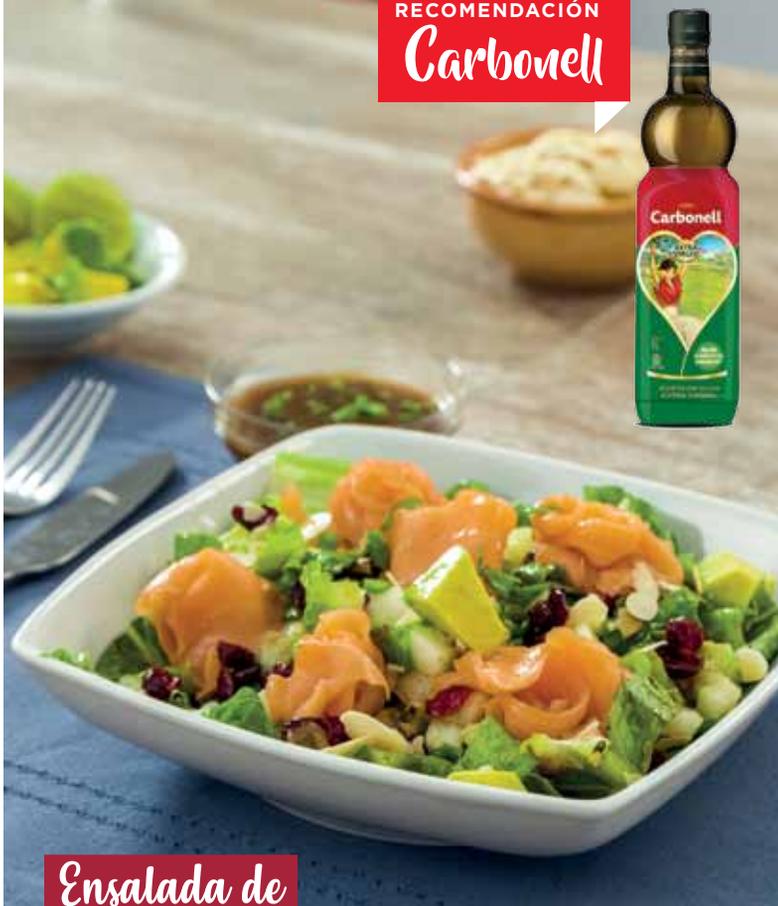
### RECOMENDACIÓN

**Sabrofrito**



RECOMENDACIÓN

Carbonell



## Ensalada de salmón ahumado

### Ingredientes

- 90 g de lechuga romana.
- 75 g de apio.
- 100 g de pepino.
- 120 g de aguacate.
- 70 g de piñones.
- 15 ml de limón.
- 400 g de salmón ahumado.
- 100 g de arándanos deshidratados.

### Para la vinagreta:

- 35 g de miel de abeja.
- 15 g de mostaza Dijon.
- 12 g de ajo.
- 20 g de cebollín.
- Aceite de oliva Carbonell extra virgen.
- 35 ml de vinagre balsámico.
- Sal y pimienta al gusto.

### Elaboración:

1. Pelar, picar y retirar las semillas del pepino y cortar en cubos medianos. Retirar

la piel del aguacate y cortar en cubos, asimismo cortar los tallos del apio en cubos pequeños.

2. Lavar y desinfectar la lechuga y luego trocearla.

3. Mezclar los ingredientes anteriores en un bowl y añadir los arándanos deshidratados y los piñones. Finalmente, coronar con láminas de salmón ahumado.

4. Para la vinagreta mezclar el aceite de oliva Carbonell extra virgen e incorporar sal, pimienta, cebollín, miel de abeja, mostaza Dijon, ajo en polvo, vinagre balsámico, limón y batir para emulsionar.

Una vez lista la vinagreta, agregarla sobre la ensalada y mezclar.

## RECETAS

### Spring rolls

#### Ingredientes

- 6 láminas de masa de arroz.
- 350 g de carne de cerdo.
- 100 g de brotes de soja.
- 30 g de zanahoria.
- 50 g de cebolla perla.
- 5 g de ajo.
- Aceite Sabrofrito.
- 30 ml de salsa de soja.

#### Elaboración:

1. Picar la carne de cerdo finamente y agregar sal, pimienta y salsa de soja.
2. Realizar un rehogo (refrito) con ajo, jengibre y cebolla perla, todo finamente picado.
3. Incorporar la carne de cerdo, mezclar y agregar la zanahoria cortada en julianas finas.

Adicionar los brotes de soja, cebollín y salsa de soja y reservar.

4. Colocar el relleno sobre las masas de arroz, pintar los bordes con huevo batido y enrollar.

5. Calentar el aceite Sabrofrito y freír los rollos de primavera.

RECOMENDACIÓN

Sabrofrito



## Costillas de cerdo en marinada de maracuyá

### Ingredientes:

- 1 kg de costillas de cerdo.
- 20 g de mostaza.
- 3 g de ajo en polvo.
- 3 g de cebolla en polvo.
- 3 g de pimentón dulce.
- 3 g de pimienta cayena.
- Aceite **Sabrosón**.
- Sal y pimienta al gusto.
- 120 ml de jugo de maracuyá.
- 50 g de azúcar morena.

### Elaboración:

1. Elaborar un rub (mezcla de especias molidas) o marinada seca, para ello mezcle la mostaza, la cebolla y ajo en polvo junto con el pimentón dulce y azúcar morena, pimienta cayena y sal.
2. Colocar el rub sobre la costilla de cerdo hasta formar una costra.

3. Sellar la costilla con aceite **Sabrosón**.
4. Colocar el azúcar morena en una olla y fundirla. Ir agregando el jugo de maracuyá y dejar reducir hasta obtener la textura de un almíbar.
5. Incorporar la costilla dentro de la salsa de maracuyá (glaseado) hasta su total cocción.

RECOMENDACIÓN

**Sabrosón**



Acompañar el plato con una ensalada y papas fritas.



# Pregúntale al SAT



**LEONEL SOLÓRZANO.**  
Asesor Técnico de  
Aceites y Grasas del  
SAT SERVEI

¿Tiene alguna pregunta para nuestro técnico? Envíenos sus consultas a: [lsolorzano@lafabril.com.ec](mailto:lsolorzano@lafabril.com.ec)



## MEDIDAS

### ¿Cómo puedo calcular la cantidad de aceite que debo utilizar en mi producción?

La cantidad de aceite por lo general se calcula dependiendo de la demanda que genere el negocio.

Por regla general se debe tomar en cuenta la proporción de aceite y alimento, esta proporción es seis partes de aceite y una de alimento.

Esto quiere decir que si tengo un promedio de fritura por porción o por inmersión de un kilo de papas o nuggets necesito tener al menos seis litros de aceite, con eso puedo freír un kilo de cualquier alimento. Con eso mantengo proporción 6-1 que es lo recomendado.



## IMPLEMENTOS

### ¿Qué herramientas básicas debería tener un emprendimiento gastronómico?

Para un emprendimiento gastronómico recomiendo como regla principal tener una freidora con control de temperatura, esta es muy útil pues permite ver el límite máximo de temperatura al momento de freír.

Una fritura no debe exceder más de 200 grados centígrados o 400 grados fahrenheit. Si no tiene un freidor y usa

una paila, puede controlar la temperatura con un termómetro de bolsillo.

Dependiendo del giro y el tamaño del negocio también se podría adaptar una plancha para asar carnes, algunos carritos vienen hasta con espacio para cocinar alimentos. Lo que no debe faltar nunca es un sistema o herramienta que ayude a filtrar el aceite diariamente.

## BUENAS PRÁCTICAS DE

# fritura

Para obtener buenos resultados se recomienda utilizar únicamente aceites y grasas especializadas para este tipo de cocción.

La fritura es un método de cocción muy popular en los restaurantes de comida ecuatoriana. Este procedimiento no solo le brinda al alimento un mejor sabor, color y textura, sino también permite al chef o cocinero resolver un plato en minutos, debido al corto tiempo que demanda su proceso.

El aceite juega un papel fundamental al momento de freír, pues actúa como un lubricante y medio de transferencia de calor.

Una buena fritura no solo formará una capa crujiente en el alimento, sino también conservará sus propiedades nutricionales.

Leonel Solórzano, Asesor Técnico de Aceites y Grasas del SAT SERVEI, explica que cuando un proceso de fritura se realiza correctamente los alimentos experimentan un aspecto agradable, un color uniforme y brillante, así como un sabor y aroma característicos.

Por el contrario, cuando este



### PROCESO IDEAL

## para papas

**1.** Identifique el aceite que va a utilizar. Elija siempre los que sean especiales para fritura.



**2.** Coloque el aceite en la freidora. La cantidad a utilizar siempre estará determinada por la relación aceite-alimento, es decir seis partes de aceite y una parte de alimento.

**3.** Para determinar la relación aceite-alimento, pese el producto que va a freír.



procedimiento se lo realiza de forma incorrecta el alimento presenta un deterioro en su calidad sensorial y nutritiva, a más de sustancias potencialmente tóxicas, lo que resulta perjudicial para la salud de los clientes.

Pero más allá de garantizar el sabor, una buena práctica de fritura

garantiza también ahorro económico. “Tener un proceso ideal nos da un mejor rendimiento y aprovechamiento del aceite, así como un producto final de calidad, lo que se traduce en fidelización del cliente y mayor rentabilidad, porque si controlo la calidad no voy a desperdiciar el aceite”, asegura.

TIPO DE ALIMENTO	TEMPERATURA (°C)
Patatas a la francesa	Precocido 165 Terminado 185
Hojuelas (papas, plátano, maíz)	170 - 175
Pastas (productos con masa fluida)	185
Pollo (piezas grandes)	165
Pollo (piezas pequeñas)	175
Empanadas y tortillas de verde precocidas	155 - 165
Fideos instantáneos (noodles)	130

TIP

Antes de reemplazar el aceite, monitoree los valores de acidez y de compuestos polares totales.

Filtre el aceite mínimo una vez al día, eliminando las partículas sólidas desprendidas de los alimentos. Recuerde que la grasa o aceite de fritura dañada puede tener efectos adversos en la salud.



3



4



5



6



7

**4.** Deje que el aceite llegue a una temperatura de entre 180 y 185 grados centígrados, que es la ideal para que el alimento alcance calidad sensorial y nutritiva.

**5.** Escorra el exceso de agua del alimento antes de colocarlo en la freidora. Cuide que el producto esté libre de sal o especias,

pues estas pueden deteriorar el aceite.

**6.** Fría de 4 a 5 minutos (en caso de papas precocidas). Transcurrido este tiempo saque la canastilla del freidor y escurra. Terminado el proceso de fritura filtre el aceite eliminando los residuos que este pueda tener. Recuerde que los restos forman radicales libres

perjudiciales para el consumo humano.

**7.** Retire el exceso de aceite con una toalla de papel.

**8.** Con la ayuda de compuestos polares mida la calidad del aceite. Si no cuenta con uno puede utilizar monitores de aceite (tiras de papel de ensayo). Tenga en cuenta que para

los aceites y grasas de cocina la Norma Técnica INEN indica un máximo de hasta 24% de compuestos polares. Si el aceite no supera este valor almacénelo en un recipiente de acero inoxidable a temperatura ambiente. Asegúrese de que quede bien tapado para que el oxígeno no penetre en el aceite y lo oxide.



8

# BUENAS PRÁCTICAS DE Manufactura

## LAS NORMAS QUE NO PUEDEN FALTAR EN SU NEGOCIO

Los servicios de comida deben ofrecer a sus clientes alimentos de calidad y que sean seguros.

Las Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) son un requisito legal y de estricto cumplimiento que aseguran la calidad sanitaria e inocuidad de los alimentos y bebidas de consumo humano, por lo que deben ser cumplidas por restaurantes, cafeterías, bares, servicios de catering y todos quienes estén involucrados en el sector alimenticio, algunas de sus ventajas son:

- Aseguran la elaboración de alimentos sanos e inocuos para el consumo.
- Evitan la contaminación de los alimentos, reduciendo el riesgo de enfermedades, infecciones e intoxicaciones.
- Son útiles para el diseño y funcionamiento de los establecimientos y el desarrollo de procesos

y productos alimenticios.

- Añaden prestigio y elevan la visión del cliente sobre el local de comida.

Competir en el mercado alimenticio es un desafío que exige producir con los máximos estándares de inocuidad, para no afectar la salud de los consumidores y poner en riesgo su espacio en el mercado.

La ausencia de programas adecuados sobre prácticas seguras de manufactura de alimentos en los restaurantes y servicios de alimentación causa múltiples problemas:

- Pérdidas económicas debido a desperdicios de materias primas o de alimentos preparados.
- Reducción de la vida útil de los alimentos y alteración de las características organolépticas.
- Aumento de los

## TOP 10 BPM



**1**  
Cocine bien los alimentos, aplique al menos una T° de 70°C en toda su masa.



**2**  
Evite contaminación cruzada por contacto entre alimentos crudos y cocinados.



**3**  
Consuma cuanto antes los alimentos cocinados y consérvelos cuidadosamente.  
• Los calientes por encima de 70°C.  
• Los refrigerados por debajo de 7°C.

clientes insatisfechos y lo que es más grave, perjuicio de la salud de los consumidores, por presencia de microorganismos,

sustancias químicas u objetos extraños.

- Potenciales juicios por parte del consumidor con elevados costos económicos y

4

Mantenga escurpulosamente limpias todas las superficies y útiles de trabajo.



5

Utilice agua potable en la preparación de los alimentos y en las operaciones de limpieza.



6

Practique una higiene personal adecuada:

- Lávese las manos al manipular alimentos.
- Protéjase bien de cortes y heridas.

- Lávese después de tocar objetos contaminados o de usar el baño.
- Mantenga limpia su indumentaria de trabajo.



Las Normas de BPM no solo garantizan alimentos inocuos, sino también evitan multas, sanciones, clausuras y cierres de negocios.

7

No fume, ni coma en los locales de manipulación de alimentos. No tosa o escupa sobre la comida.



Evite la presencia de insectos, roedores y otros animales transportadores de agentes patógenos.



8

Mantenga cerrados los cubos de basura y lávese las manos después de manipularlos.



9

Informe a su supervisor si no puede acatar estas reglas. No incumpla la ley.



10

fundamentalmente con el desprestigio del nombre del establecimiento.

La aplicación de BPM en restaurantes, cafeterías y servicios

de catering constituye una garantía de calidad e inocuidad, que redunda en beneficio de su propietario y del consumidor.



**SERVEI  
presentó su  
variedad de  
productos en  
su stand.**

# Pasión

## POR MANABÍ

El Hotel Balandra organizó el 19 y 20 de febrero en Guayaquil y Quito, respectivamente, el Workshop Turístico y de Negocios 'Pasión por Manabí'.

Durante el evento SERVEI dio a conocer a sus potenciales clientes los productos y servicios complementarios que ofrece para el sector HORECA.

La actividad, que contó con el apoyo del Ministerio de Turismo, presentó toda la riqueza turística de Manabí y ofreció una gran variedad de productos, destinos y servicios de empresas privadas y públicas.

El Workshop tuvo como objetivo impulsar a Manta,

Portoviejo, Montecristi y otros destinos, en distintas ciudades. Asistieron importantes empresas y compañías de Guayaquil y Quito, embajadas y consulados, operadores turísticos, agencias de viajes, entre otros.

SERVEI está comprometida con el desarrollo de la cultura gastronómica en el Ecuador trabajando para el éxito de sus clientes ofreciendo soluciones integrales a través de su portafolio de productos, servicio y asesorías, distribución e innovación, basados en la investigación constante de las necesidades del canal y acordes a las políticas de calidad.

# Identidad

## GASTRONÓMICA

SERVEI estuvo presente en el I Congreso Identidad Gastronómica Ecuador 2019, el cual se realizó el 23 y 24 de febrero en las instalaciones del Centro Cultural El Cuartel, en la ciudad de Ibarra.

El evento buscó que los pequeños, medianos y grandes productores, fabricantes y comercializadores presentaran sus productos o servicios a

las personas inmersas en el medio gastronómico.

Durante la jornada SERVEI mostró su portafolio de soluciones para el sector HORECA, así como sus servicios de capacitación y sesiones de aprendizaje para que el cliente conozca el proceso ideal de fritura, lavado y limpieza para las Buenas Prácticas de Manufactura en sus negocios.



**El Centro Cultural  
El Cuartel  
recibió la visita  
de pequeños,  
medianos  
y grandes  
productores.**



# Expo FOOD & BEVERAGES



Guillermo Farfán, jefe de Mercadeo de SERVEI (i); Carmen Avilés, jefa de Desarrollo de Negocios SERVEI; Holger Aguirre, gerente Comercial Nacional B2B de La Fabril; Tomás López, presidente del Comité organizador del evento, y Andrea Cañarte, jefa de SAT B2B La Fabril.



SERVEI participó en la Copa con conferencias sobre procesos ideales de fritura y limpieza.

## COPA CULINARIA

# DEL Pacífico

Del 15 al 17 de febrero se desarrollaron en Guayaquil el Congreso Iberoamericano de Gastronomía, la Copa Culinaria del Pacífico y la Expo Food & Service.

La jornada se realizó en el Centro de Convenciones del Instituto Tecnológico Bolivariano (ITB) y contó con la presencia de Línea SERVEI. Durante estos eventos, que fueron organizados por el Foro Iberoamericano de Organizaciones Gastronómicas Profesionales, la línea HORECA de La Fabril

participó con sus productos y servicios complementarios y con conferencias sobre 'Buenas prácticas para lograr la fritura y limpieza ideal en los negocios HORECA'.

El Foro Iberoamericano de Organizaciones Gastronómicas Profesionales, es una organización con varios años de trayectoria y presencia real en dieciséis países del continente americano y ahora también en España, siendo el chef Tomás López su representante en Ecuador.

SERVEI participó del 22 al 25 de noviembre pasado en la III Feria Expo Foods & Beverages, en Quito.

Durante esta jornada intervino con un ciclo de conferencias acerca de procesos correctos de fritura y limpieza en la gestión del sector HORECA. Los talleres

estuvieron a cargo del SAT SERVEI.

En el evento la unidad instaló un stand en el que se realizaron exhibiciones de producto y degustaciones para los asistentes. Esta actividad tuvo como objetivo apoyar el crecimiento de la industria alimenticia en el Ecuador.



Los asistentes aprendieron sobre el correcto uso de los productos del segmento HORECA.



# SOMOS

SERVICIO DE ASISTENCIA TÉCNICA  
EL MEJOR ALIADO ESTRATÉGICO



**SERVICIO DE ASESORÍA TÉCNICA EXCLUSIVO**  
para clientes de **Servei y Línea Maestro.**



  
**¿CÓMO PEDIR UNA ASESORÍA TÉCNICA?**  
A través de tu asesor comercial.

Nuestros técnicos cuentan con certificaciones:



## NOS RENOVAMOS

Nuestro **SAT** ahora tiene un nuevo enfoque con  
contigo antes y después de la compra de un producto  
que sea tal como la esperabas.



# ESORÍA TÉCNICA — TÉGICO PARA TU NEGOCIO



Nuestro **SAT** cuenta con técnicos especializados en el área de panificación, alimentos y limpieza, listos para apoyarte en el desarrollo de tu negocio.

Brindando asesorías técnicas de panificación y **BPMs** en procesos de alimentos y limpieza de tu negocio.

Capacitándote sobre tendencias a nivel mundial.



**PASTELERÍA**



**FRITURA IDEAL**



**PANADERÍA**



**LIMPIEZA IDEAL**

**MOS**  
n **Call Center** que se comunicará  
e tu asesoría, para asegurarnos de  
bas.