



**INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR PRIVADO
“ZEGEL”**

**PROGRAMA DE ESTUDIOS EN ADMINISTRACION DE
NEGOCIOS**

**PLAN DE MEJORA PARA INCREMENTAR LAS VENTAS DEL
RESTAURANT - POLLERÍA FLAVIUS EN LOS AÑOS 2024-2028**

**Trabajo de aplicación profesional para obtener el título Profesional Técnico
en Administración de Negocios**

ZUSKA DE JESÚS REYNA MOZOMBITE

(0009-0001-8341-2849)

CINDY FIORELLA RIOS TUISIMA

(0009-0003-4216-0133)

Iquitos-Perú

2024

Dedicatoria

Dedico este trabajo de investigación a nuestras familias por el apoyo incondicional que nos motivó a seguir adelante en el estudio, para generar un aporte en el crecimiento, y culminar una etapa muy importante en nuestro desarrollo profesional.

Índice General

	Pág.
Resumen Ejecutivo	7
Introducción	8
Capítulo I: Proyecto empresarial	9
<i>Identificación del problema</i>	9
<i>Justificación de la mejora empresarial</i>	9
<i>Indicadores de impacto de la mejora empresarial</i>	10
Capítulo II: Reseña De La Empresa	13
<i>Descripción de negocio</i>	13
<i>Misión (propuesta)</i>	14
<i>Visión (propuesta)</i>	14
<i>Valores corporativos(propuesta)</i>	14
<i>Breve resumen de la trayectoria empresarial</i>	16
Capítulo III: Diagnostico Empresarial	17
<i>Entorno empresarial</i>	17
<i>Perspectiva Del Diagnóstico Empresarial</i>	21
<i>Financiera</i>	22
<i>Clientes</i>	29
<i>Procesos internos</i>	29
<i>Capacidades del personal y la organización.</i>	37
<i>MATRIZ FODA</i>	39
Capítulo IV: Oportunidad De Mejora Empresarial.....	41
Identificación del área de aplicación para el plan de mejora empresarial.....	41
<i>Problema</i>	41
Causas.....	40

<i>Puntos Críticos</i>	44
<i>Formulación de la oportunidad de mejora</i>	44
<i>Priorización de puntos críticos</i>	44
Capítulo V: Propuesta de Mejora Empresarial	45
<i>Justificación de la mejora empresarial</i>	45
<i>Objetivos de la mejora</i>	46
<i>Estrategias</i>	46
Factores internos.....	46
Escenarios externos	46
Capítulo VI implementación de la propuesta de mejora	50
<i>Cronograma de implementación</i>	50
<i>Plan de acción</i>	51
<i>Sistema de monitoreo</i>	52
<i>Definición de los indicadores de desempeño</i>	55
Conclusiones	57
Recomendaciones	58
Referencias Bibliográficas.....	59
Anexos.....	63

Índice de Tablas

Tabla 1. Datos del negocio	13
Tabla 2. Estado de situación financiera	22
Tabla 3. Estado de Resultados	24
Tabla 4. Flujo de Caja.....	25
Tabla 5. Costos de Suministros	30
Tabla 6. Lista de Proveedores	32
Tabla 7. Capacidad del Personal y la Organización	37
Tabla 8. Beneficio-Costo.....	47
Tabla 9. Presupuesto del plan de mejora	48
Tabla 10. Proyección de estados de resultados	49
Tabla 11. Cronograma de implementación	50
Tabla 12. Plan de acción	51
Tabla 13. Sistema de Monitoreo	52

Índice De Figuras

Figura 1.Mapa Estratégico.....	21
Figura 2.Flujograma de Compras	31
Figura 3.Flujograma de Producción.....	34
Figura 4.Flujograma de Ventas.....	36
Figura 5.Organigrama.....	38
Figura 6. Matriz FODA.....	39
Figura 7. Diagrama de ISHIKAWA.....	43

Resumen Ejecutivo

El presente plan de mejora es el incrementar las ventas en el restaurant pollería Flavius, ubicada en la ciudad de Iquitos, AV. Quiñones calle Señor De Los Milagros Mz. 12, se realizó el análisis del macroentorno, el factor político, económico, sociocultural, tecnológico. Aquí se determinó que las empresas se encuentran expuestas a la incertidumbre generada por la crisis política, pero protegidas por el responsable manejo macroeconómico del país, se determinó que el pollo a la brasa es exitoso en Perú debido a factores socioculturales. Se entrevisto al Gerente de la empresa, encuesta a los colaboradores para encontrar la problemática que hay en la empresa, obteniendo como resultado una matriz FODA en la que se identifica al negocio la inadecuada administración de los recursos humanos, respecto a las características de la atención al cliente muy pocas veces los microempresarios aplican encuestas para determinar el nivel de satisfacción de los clientes, tampoco aplican algún instrumento para evaluar las experiencia de compra de sus clientes, con respecto a las características de la gestión de la calidad, pocas veces los microempresarios establecen objetivos en su empresa, no establecen un programa de evaluación de riesgos, no cuentan con programa de mejora continua. Propone inicialmente mejorar las relaciones de los clientes internos ya que actualmente se presenta una comunicación bastante deficiente, lo que ha causado malestar entre la empresa y los clientes externo; El objetivo principal de este proyecto de tesis es mejorar la atención del personal para incrementar las ventas futuras con las conclusiones obtenidas.

Introducción

El presente plan de mejora tiene como objetivo principal incrementar las ventas del Restaurant – Pollería Flavius, por medio del protocolo de atención al cliente; se recopiló la información necesaria, por medio de herramientas como la ficha de observación, entrevista al gerente de la empresa, encuestas a los trabajadores y clientes, las fuentes secundarias provienen de tesis y pdfs.

Capítulo I: proyecto Empresarial identificando el área de aplicación del plan de mejora, justificación de la mejora e indicadores de impacto. Capítulo II se empieza con la descripción del negocio relacionado a todo el proceso y etapas por las que la empresa ha pasado.

Capítulo III: diagnóstico empresarial donde se utilizó la herramienta del análisis PESTE método empleado de manera externa donde permite conocer el entorno de la empresa. Capítulo IV oportunidad de mejora se enfatiza en el problema, las causas, cuáles son los puntos críticos de la empresa, se formula la oportunidad de mejora del negocio.

Capítulo V propuesta de Mejora Empresarial, que comprende los objetivos, estrategias, factores internos, factores externos, escenarios externos y la evaluación de alternativas Beneficio – costo.

Capítulo VI se realiza la implementación de la mejora, para ello se elabora el plan de acción, cronograma de implementación y el sistema de monitoreo para poder evaluar el desarrollo y viabilidad de la implementación del plan de mejora.

Capítulo I: Proyecto empresarial

Identificación del problema

El negocio Restaurant Pollería Flavius, ubicado en la esquina de la A.V Quiñones/calle señor de los milagros Mz 12 en la ciudad de Iquitos, dedicada a la venta de pollo a la brasa y bebidas gasificadas al público en general.

Se identificó que, en el área del servicio al cliente, existen deficiencias con el personal que brinda el servicio al público, que acude al local restaurante pollería Flavius, al no sentirse identificados con la visión y misión del negocio, es por ende que la rotación de personal es constante y pasan a retirarse después de un determinado tiempo.

Se ha percibido la inexistencia de un protocolo de atención al cliente y que esto afecta al personal, este punto observado, que han estancado el crecimiento del negocio lo cual no permite incrementar las ventas, perdiendo potenciales clientes que puedan interesarse en su servicio; ocasionando pérdida del posicionamiento en el mercado.

Justificación de la mejora empresarial

El presente plan de mejora servirá de guía para la empresa Restaurant Pollería Flavius en el área de servicio al cliente, busca mejorar y optimizar eficientemente sus recursos implementado un protocolo de servicio de atención al cliente, también proponer diferentes estrategias para mejor desempeño y desenvolvimiento en el puesto requerido, ya que de esta manera los trabajadores estarán en comunicación directa con los clientes que han requerido un servicio, y para que estos tengan una mejor experiencia.

Los beneficios se verán reflejados en los ingresos de la empresa que se van a percibir por la venta de los pollos a la brasa que ofrece el negocio. El cliente externo es la fuente de ingreso de la organización, por tanto, es importante invertir en la mejora del servicio al cliente para poder conseguir la satisfacción del mismo e incrementar los ingresos económicos y continuar con la estabilidad de la empresa.

Indicadores de impacto de la mejora empresarial

El indicador de impacto ayudara a hacer la medición al desempeño de la aplicación del plan de mejora, con el objetivo de monitorear, identificar y formular de manera efectiva y oportuna el cumplimiento de los objetivos, estrategias y planes de la empresa.(14 indicadores de ventas y cómo monitorearlos, 2018)

- El Indicador de Satisfacción del Cliente

CSAT es una herramienta que permite recolectar información sobre los niveles de satisfacción del consumidor a través de una pregunta, la cual pide ofrecer una calificación al producto que compraron, a la calidad de servicio que recibieron y la experiencia en general que obtuvieron con un negocio(Pérez Ríos, 2014)

Fórmula del índice de satisfacción del cliente

$$\frac{\text{Número de clientes satisfechos} * 100}{\text{Total, de clientes encuestados}} = \text{Índice de satisfacción al cliente.}$$

$$\frac{\text{N° clientes satisfechos} 35 * 100}{\text{Total, clientes encuestados} 100} = 35\%$$

Rango de satisfacción.

21 – 40%: Insatisfechos.
41 – 60%: Neutrales.
61 – 80%: Satisfechos.
81 – 100%: Completamente satisfechos.

La encuesta al cliente nos permite medir que tan satisfechos se encuentran con el servicio que les ofrece el Restauran –Pollería “Flavius”.

- Indicador de productividad en ventas

Los indicadores en ventas sirven para saber si el área de ventas está trabajando productivamente, alcanzando sus objetivos o si lo está superando (de la Hoz Granadillo et al., 2014). Indicador de productividad es clave que se puede revisar mes a mes y de forma anual.

Indicador de productividad de ventas

$$\frac{(\text{Total ventas mes actual} - \text{total, ventas mes pasado}) * 100}{\text{Total, ventas mes pasado.}} = \text{KPI de total ventas mensuales}$$

$$\frac{57600 - 51840 * 100}{51840} = 11\%$$

- Indicador Satisfacción del empleado

El 17.6% de los vendedores ama su trabajo. ¡Eso quiere decir que la mayoría se sienten satisfechos solo en algunos aspectos! En el ámbito personal y privado cada quien tiene sus razones para decidir qué le gusta y qué no; sin embargo, un gran motivo de insatisfacción son las cuotas de venta desproporcionadas y el exceso de estrés (Vega, 2020).

“¿Qué probabilidad hay de que recomiendes tu lugar de trabajo a otras personas?”.

Calificación 1 – 10

- Promotores (9-10).
- Pasivos (7-8).
- Detractores (6-1).

fórmula:

$$\frac{(\text{N.º de promotores} - \text{N.º de detractores}) * 100}{\text{N.º total de empleados}} = \text{ENPS}$$

15-7*100=8 <10

Mala <10

Cifra:100 a 100 Bien >20

Muy bien >40

La cifra que puede variar en el –100 y el 100. Un resultado por encima de 20 implica que la empresa lo está haciendo bien. Si es mayor de 40, lo está haciendo muy, muy bien.

Pero si el eNPS marca una cifra por debajo de –10, significa que es necesario tomar medidas urgentes para paliar la insatisfacción laboral.

Capítulo II: Reseña De La Empresa

Descripción de negocio

El negocio restaurant pollería Flavius se encuentra ubicado en la ciudad de Iquitos en el distrito de San Juan Bautista Av. Quiñones calle señor de los milagros M.Z. 12, ingreso hace 15 años al mercado competitivo en sus inicios a la venta de pollos a la brasa y bebidas gasificadas, actualmente amplio su carta ofreciendo menús ejecutivos al público en general.

Tabla 1. Datos del negocio

Número de RUC:	10052533045 - Saldaña Orbe Lali Flor
Tipo Contribuyente:	Persona Natural Con Negocio
Tipo de Documento:	DNI 05253304 - Saldaña Orbe, Lali Flor
Nombre Comercial:	Restaurant Pollería Flavius
Fecha de Inscripción:	01/06/2009
Fecha de Inicio de Actividades:	01/06/2009
Estado del Contribuyente:	Activo
Condición del Contribuyente:	Habido
Sistema de Emisión de Comprobante:	Manual
Sistema de Contabilidad:	Computarizado
Actividad(es) económica(s):	55205-Restaurantes, Bares y Cantinas.
Comprobantes de pago:	Factura

Fuente: datos recopilados del negocio Pollería- restaurante flavius

Misión (propuesta).

Somos un Restaurant – Pollería que, a través de nuestros pollos a la brasa como carta principal, brindamos a las familias un momento agradable y a las personas que desean compartir diversos momentos, le ofrecemos una atención rápida con productos de calidad al alcance de su bolsillo.

Visión (propuesta)

Queremos posicionarnos en el mercado local de la ciudad de Iquitos en el año 2028 en el distrito de San Juan Bautista como un lugar donde nuestros clientes vivan una experiencia agradable, manteniendo la calidad del producto ofrecido y obtener una mayor cartera de potenciales clientes.

Valores corporativos(propuesta)

- Sanidad, Higiene y salubridad de establecimiento.
- Disciplina constancia de las labores
- Trabajo en el equipo valoramos el aporte brindado por cada miembro del equipo
- Servicio al cliente realizar la máxima satisfacción al cliente
- Respeto, armonía en las relaciones interpersonales en la empresa.
- Honestidad, Realizamos todas las operaciones con transparencia y rectitud.
- Compromiso, Trabajar de forma unificada tomando como propias las metas de la organización.

Objetivos estratégicos de la empresa.

- Realizar un protocolo de servicio de atención al cliente para el restaurant pollería Flavius desde el año 2024
- Optimizar los recursos humanos del restaurant pollería Flavius desde el año 2024.
- Incrementar la cartera de clientes del restaurant pollería Flavius desde el año 2024.

Breve resumen de la trayectoria empresarial

El negocio Restaurant – Pollería Flavius fue creado en el año 2009, en la ciudad de Iquitos en distrito de san juan bautista en la A.V quiñones en calle señor de milagros Mz 12 dedicada a las ventas de pollos a la brasa y bebidas gasificadas.

El empresario se vio con la necesidad de aprender la preparación de los pollos hasta conseguir hacer su propia sazón con lo que cuenta hasta la actualidad, al principio vendían $\frac{1}{4}$ de pollo a la brasa, como la demanda del consumidor vario empezaron a vender $\frac{1}{8}$ de pollos.

En el año 2014 se expandió la micro empresa abrió un nuevo local al frente de su primer establecimiento en la misma avenida Quiñones el cual le costó S/. 50000 solo el terreno y tuvieron que diseñar y construir su propio local.

En el año 2022 implementaron menús ejecutivos, en la actualidad el restaurant pollería flavius tiene una antigüedad 15 años en el mercado logrando un posicionamiento en mercado competitivo.

Capítulo III: Diagnostico Empresarial

Entorno empresarial

El Restaurant – Pollería “Flavius” se encuentra en la ciudad de Iquitos, se realizó un diagnóstico del entorno, se utilizó la herramienta PEST, que mide la influencia de factores externos que afectan a la empresa agrupándolos en cuatro grandes categorías: Político, Económico, Social y Tecnológico

Factor Político.

El gobierno peruano ha implementado políticas económicas favorables, como la reducción de impuestos y la simplificación de trámites para la creación de empresas. Esto podría atraer a inversores y emprendedores a este sector, lo que podría generar un aumento en la cantidad de pollerías nuevas. (GESTIÓN, 2024)

El negocio de Pollería tiene más de 70 años de antigüedad y sigue siendo uno de los más rentables. Gracias al boom gastronómico que ha tenido nuestro país en los últimos años, el pollo a la brasa es considerado como una “Especialidad Culinaria del Perú” y uno de los platos típicos de mayor consumo familiar. (Bárcena, 2022a)

La actividad económica principal que se declara con el código CIU 5610 “Actividades De Restaurantes Y De Servicio Móvil De Comidas” y recomendamos acogerse al Régimen Especial de Renta (RER)(Escalante, 2020). En MEP, en esto la emisión de comprobantes e impuestos que aplican en este régimen tributario según la norma.

Factor Económico.

La actividad económica aumentó en 1,4 por ciento interanual en el primer trimestre de 2024. La recuperación se acredita a la demanda interna (2,1 por ciento), específicamente al gasto privado y a la inversión pública. La confianza de los agentes de la economía se recuperó debido a las mejores condiciones climáticas. Además, hubo un repunte significativo en la inversión pública en todos los niveles de gobierno, con mayor énfasis en instancias regionales y locales(*INFORME MACROECONÓMICO: I TRIMESTRE DE 2024, 2024*).

La economía peruana se encuentra en recuperación, lo que beneficia al sector de pollerías. Según los datos, el crecimiento económico promedio anual del país se estima en un 3,5% para 2024, lo que podría traducirse en un aumento en la demanda de servicios de comida rápida y tradicional.(*GESTIÓN, 2024*)

El consumo del Pollo a la Brasa no es exclusivo de nuestro país, la migración y el sabor del tradicional plato ha llevado a la creación de pollerías en países como Argentina, Venezuela, Chile, Bolivia, Brasil, Canadá, Ecuador, España, Japón, China, Emiratos Árabes y Estados Unidos.(*República, 2022*) En el caso de restaurantes se mantuvo la evolución positiva gracias a tres de sus cuatro componentes sector pecuario, avícola, agricultura y gastronómico.

Factor Sociocultural.

El pollo a la brasa es uno de los platos bandera del Perú y uno de los más consumidos, incluso en algunas ocasiones ha sido elegido como el mejor platillo del mundo, según Taste Atlas. Es así que, su creación se le atribuye a Roger Schuler, quien junto a su cocinera y su socio Franz Ulrich, crearon la primera pollería del Perú, La Granja Azul. Roger Schuler, es un suizo que llegó al Perú luego de la Segunda Guerra Mundial(*Perú tiene unas 13 mil pollerías que demandan al día más de 2.9 toneladas de papa, s. f.*).

Los peruanos celebrarán este domingo 21 de julio el día nacional del pollo a la brasa. Esta fecha, que se ha vuelto parte de la identidad nacional peruana, representará un gran aumento de ventas para las pollerías. En la actualidad, el Perú cuenta con casi 13 mil restaurantes de pollo a la brasa, de los cuales unos 8 mil se concentran en Lima, según la Asociación Peruana de Avicultura (APA).(Bárcena, 2022b)

Factor Tecnológico.

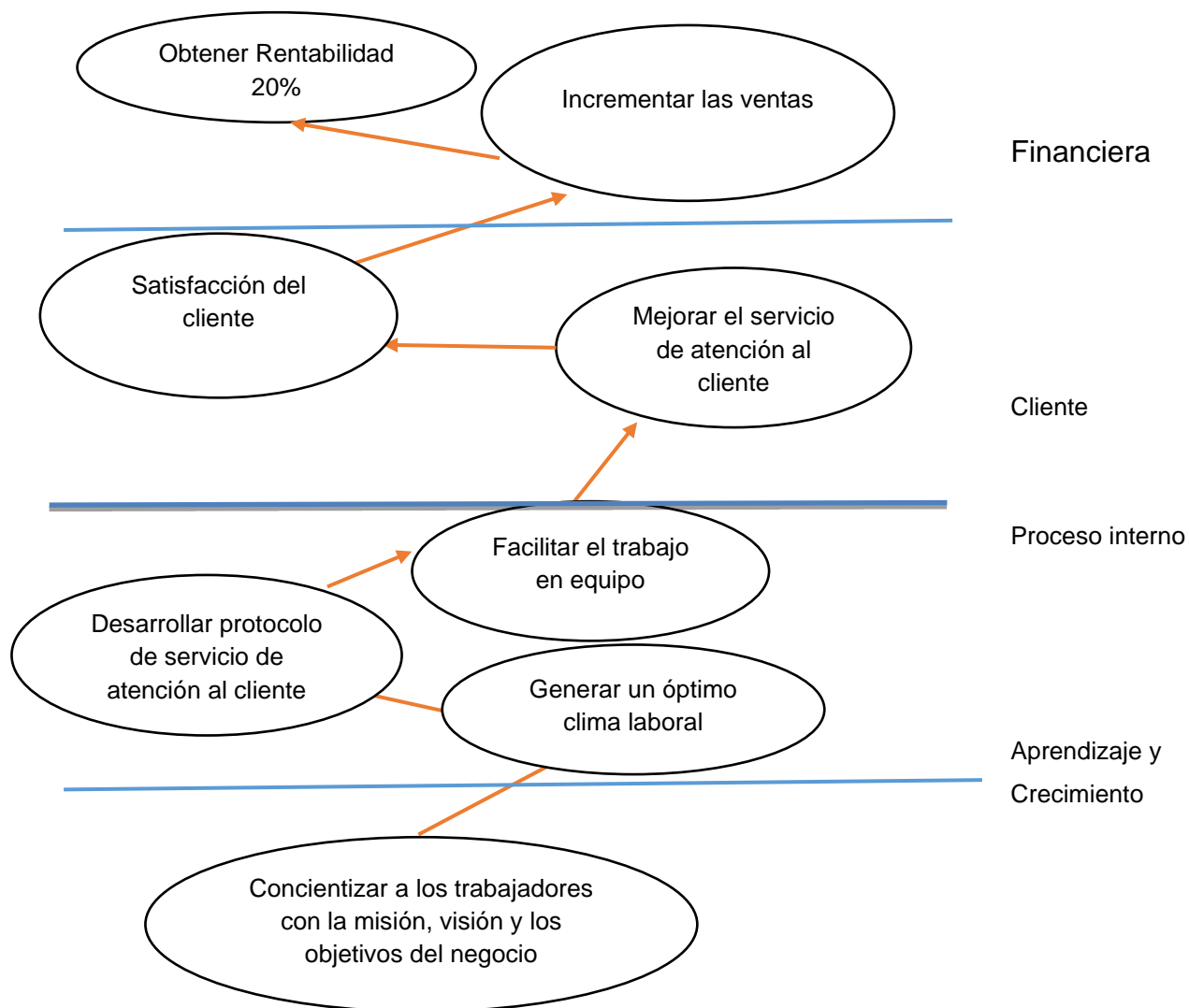
En la actualidad, los hornos tradicionales están siendo reemplazados por los conocidos como hornos ecológicos. Hornos que permiten tener las condiciones de temperatura ideales para la cocción del pollo a la brasa(*Promoverán uso de hornos ecológicos en pollerías, restaurantes y panaderías de Lima | Noticias | Agencia Peruana de Noticias Andina, s. f.*).

También permite la producción en cualquier tipo de edificio ya que no requiere una campana extractora ni chimenea al no generar humo. Del mismo modo, ahora en el consumo de combustible. Tampoco permite la acumulación de grasas que genera gastos de mantenimiento y son la potencial fuente de riesgo de incendio. (*INEI-03-informe-tecnico-enc-mensual-de-serv-ene-2023.pdf*, s. f.)

Los sistemas POS portátiles son inversiones valiosas en tecnología para restaurantes porque estos sistemas permiten a los empleados llevar un dispositivo a las mesas del restaurante y procesar los pagos allí. El sistema POS también se puede usar para tomar pedidos, lo que en última instancia puede ayudar a mejorar la precisión y la eficiencia. (Barten, 2023)

Perspectiva Del Diagnóstico Empresarial Mapa Estratégico.

Figura 1. Mapa Estratégico



Fuente: santa casa arapongas (*Paso a paso: cómo hacer un mapa estratégico en 8 pasos*, s. f.)

Financiera

Se analizo los estados de situación financiera del Restaurant – Pollería “Flavius” para tener una idea clara de su situación patrimonial, económica y financiera.

- **Estado de Situación Financiera.**

Tabla 2. Estado de situación financiera

RESTAURANT-POLLERIA FLAVIUS						
ESTADO DE SITUACION FINANCIERA						
AL 31/12/2022						
ACTIVO			PASIVO, GAN. DIF Y PATRIMONIO			
ACTIVO CORRIENTE			PASIVO CORRIENTE			
10	Efectivo y Equivalente de Efectivo	S/		10	Sobregiro bancario	S/ -
			106,955.99			
12	Clientes	S/	-	40	Tributos por pagar	S/ 2,610.11
14	Cuentas por Cobrar a Acc. y Personal	S/	-	41	Remunerac. y partic. por pagar	S/ -
16	Cuentas por Cobrar Diversas	S/	-	42	Proveedores	S/ -
20	Inventario	S/		45	Obligaciones financieras	S/ -
			2,720.34			
40	Pagos a Cta. Imp. Renta	S/	-	46	Cuentas por pagar diversas	S/ -
TOTAL, ACTIVO CORRIENTE		S/ 109,676.24		TOTAL, PASIVO CORRIENTE		S/ 2,610.11
ACTIVO NO CORRIENTE			PATRIMONIO			

33	Inmuebles, Maquinarias y Equipos	S/	50	Capital	S/	5,000.00
		9,712.04				
39	Depreciación y Amort. Acumulada	-S/	58	Reservas	S/	-
		2,212.16				
	Otros Activos	S/	-	59	Resultados acumulados	S/ -
				89	Resultados del ejercicio	S/ 109,566.01
	TOTAL, ACTIVO NO CORRIENTE	S/ 7,499.88		TOTAL, PATRIMONIO	S/ 114,566.01	
	TOTAL, ACTIVO	S/ 117,176.12		TOTAL, PASIVO Y PATRIMONIO	S/ 117,176.12	

Fuente: datos recopilados del negocio Pollería- restaurante flavius

La situación estructural financiera nos permitir ver en el primer caso, la importancia relativa de cada elemento respecto de las ratios más relevantes para el crecimiento de la empresa.

- **Estado de Resultados.**

Tabla 3. Estado de Resultados

RESTAURANT - POLLERIA FAVIUS	
ESTADO DE RESULTADOS	
AL 31/12/2022	
Ventas netas	S/ 473,932.00
Costo de ventas	S/ 222,984.00
UTILIDAD BRUTA	S/ 250,948.00
Gastos de ventas	S/ 131,685.20
Gastos administrativos	S/ 1,718.00
Depreciación	S/ 2,212.16
UTILIDAD DE LA OPERACIÓN	S/ 115,332.64
Gastos financieros	S/ -
Gastos diversos	S/ -
RESULTADO ANTES DE PART. E IMP.	S/ 115,332.64
Impuesto a la Renta 5%	S/ 766.63
UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	S/ 109,566.01

Fuente: datos recopilados del negocio Pollería- restaurante flavius

Mediante este análisis evaluaremos la evolución de la cifra de ventas, margen bruto, los gastos de estructura y financiación determinar cómo generar resultados y como mejorarlos.

- **Flujo de caja.**

Tabla 4. Flujo de Caja

RESTAURANT - POLLERIA FLAVIUS		
FLUJO DE CAJA PROYECTADO		
AL 31/12/2022		
Ingresos	S/	473,932.00
Egresos	S/	-
Costo de ventas	S/	222,984.00
Gasto de ventas	S/	133,897.36
Gastos administrativos	S/	1,718.00
Tributos por pagar	S/	2,610.11
Intereses	S/	-
Impuestos	S/	5,766.63
Inversiones	S/	-
Distribución de dividendos	S/	-
Total, egresos	S/	366,976.10
Saldo inicial de caja	S/	-
SALDO FINAL DE CAJA	S/	106,955.90

Fuente: datos recopilados del negocio Pollería- restaurante flavius

Informe financiero que presenta el detalle de los ingresos y egresos de dinero que tiene una empresa, en un período determinado. Esta herramienta mejora la rentabilidad de un negocio, ya que posee la información esencial para actuar frente a emergencias o inconvenientes.

- **Ratios financieras**

Ratios de liquidez

Liquidez corriente	<u>109676.24</u>	42.02
	2610.11	

La empresa Restaurant – Pollería “Flavius” cuenta con la liquidez necesaria para responder a sus deudas de corto plazo, por lo tanto, tiene 42 veces la capacidad para pagar

Liquidez severa:	<u>109,676.24 – 2,720.34 – 0</u>	40.97
	2,610.11	

La empresa cuenta con la liquidez severa para responder a sus deudas de corto plazo, por lo tanto, el resultado indica que el activo corriente es 40.97 veces más grande que el pasivo corriente, esto quiere decir que por cada S/. 1 que la empresa tiene de deuda, cuenta con 41 veces la capacidad para pagar.

Ratios de endeudamiento

Solvencia financiera:	2,610.11	0.02*100
	117,176.12	= 2%

El resultado de la solvencia financiera muestra que el endeudamiento de la empresa es 2%, se puede deducir que la empresa ha obtenido poco capital de financiamiento de terceros. Esto significa que a la empresa será más accesible solicitar nuevos préstamos de sus acreedores.

Solvencia patrimonial:	2,610.11	0.022
	114,566.01	

El Restaurant - Pollería "Flavius" muestra una solvencia patrimonial favorable de 0.022 indica que la empresa registra una buena capacidad de pago frente a sus deudas financieras, lo cual contribuye positivamente en la toma de decisiones de los consignatarios

Ratios de rentabilidad

Margen de utilidad bruta:

250,948.00	0.52
473,932.00	

La rentabilidad de la empresa es 0.52 % por el coste de venta utilizado para la prestación del servicio por la venta de un producto.

Margen de utilidad neta:

109,566.01	0.23
473,932.00	

La empresa cuenta con un 0.23 % de utilidad. Cuanto mayor sea la ratio mejor, pues indicará que la actividad de la empresa, así como su administración económica financiera es más eficiente.

Rentabilidad neta del activo total

ROA:	109,566.01	0.94
	117,176.12	

La empresa en su total activos posee un valor de 117,176.12 soles (suministros, materiales y equipos) y con eso logra generar un beneficio de 0.93 céntimos por cada S/. 1 invertido, decimos que tiene una rotación de activos de 94%. Cuantos menos activos necesite la empresa para generar beneficios, más rentable será.

Rentabilidad neta del capital

ROE:	109,566.01	21.9
	5000.00	

La empresa cuenta con un crecimiento a largo plazo de 21.9. Este resultado señala que por cada unidad monetaria que el dueño invierte, genera una ganancia de 22% sobre el patrimonio. Por lo tanto, el indicador calcula la capacidad de la empresa para generar utilidad a favor del propietario.

Nota: El Estado de situación financiera de la empresa Restaurant – Pollería “Flavius” realiza un adecuado uso de sus recursos obteniendo equilibrio en sus cuentas y crecimiento en el mercado en la cual se demuestra en las ratios realizados, de esta manera se logra alcanzar los objetivos empresariales.

Clientes

El restaurant – Pollería “Flavius” ofrece sus productos a familias y personas particulares de clase B y B bajo aledañas al local quienes disfrutan de un delicioso pollo a la brasa a un precio económico. Esto está agrupado por:

- Familias de 5 integrantes, quienes van a celebrar acontecimientos importantes y buscan degustar de una comida tradicional como el sabroso pollo a la brasa en un ambiente agradable.
- Familias de 3 integrantes (padres e hijo), quienes prefieren disfrutar de su tiempo en un lugar diferente con su ser querido.
- Estudiantes universitarios entre 18 a 24 años quienes frecuentan por la zona y no tiene el tiempo para regresar a sus casas a cenar.
- Trabajadores dependientes e independientes quienes no tiene el tiempo de cocinar y prefieren consumir un pollo a la brasa.

Procesos internos

Esta área es clave en el Restaurant – Pollería “Flavius”, ya que se encarga de todo relacionado con la administración y la gestión de la cocina, así como todo lo concerniente al servicio prestado por las meseras. Su máximo responsable es el gerente general y de él depende el asador, ayudante, y las maseras.

- **Logística**

Es el control de flujo de materiales y de información, desde la fuente de aprovisionamiento hasta situar el producto en el punto de venta de acuerdo con los requerimientos del cliente («Compra - Concepto, efectos psicológicos y qué es compraventa», s. f.).

Función General

- ✓ Coordinar con los encargados de las áreas para atender a las solicitudes de cocina, de limpieza mantenimiento.

COSTOS DE SUMINISTRO				
cant. por día	cant. por semana	Insumos	P. U	P. Total
20 und	140 und	Pollo	S/. 28.00	S/ 3,500.00
20 kg	140 kg	Arroz	S/ 4.00	S/ 560.00
2 docena	2 ciento	Huevo	S/ 0.60	S/ 120.00
17kg	119kg	Papa	S/ 2.50	S/ 297.50
3 racimos	21 racimos	Plátano	S/ 25.00	S/ 525.00
7 und	49 und	Aceite	S/ 7.50	S/ 367.50
-	-	Condimentos	-	S/ 100.00
1 balde med	7 balde med	Mayonesa	S/ 20.00	S/ 140.00
1 balde med	7 balde med	Ají	S/ 20.00	S/ 140.00
1 balde med	7 balde med	Kétchup	S/. 30.00	S/ 210.00
1 balde med	7 balde med	Mostaza	S/. 30.00	S/ 210.00
-	12 cajas	Gaseosas chicas	S/. 20.00	S/ 240.00
-	6 cajas	Gaseosas chicas	S/. 25.00	S/ 150.00
-	12 cajas	Gaseosas medianas	S/. 33.00	S/ 161.00
-	6 pqt	Agua mineral	S/. 24.00	S/ 144.00
-	1	Gas	S/. 64.50	S/ 64.50
	4 cajas de 1 lt	Gaseosa 1 lt	S/. 30.00	S/ 120.00
	Total		S/. 361.50	S/ 7,049.50

- ✓ Realizar los pagos a los proveedores a tiempo.

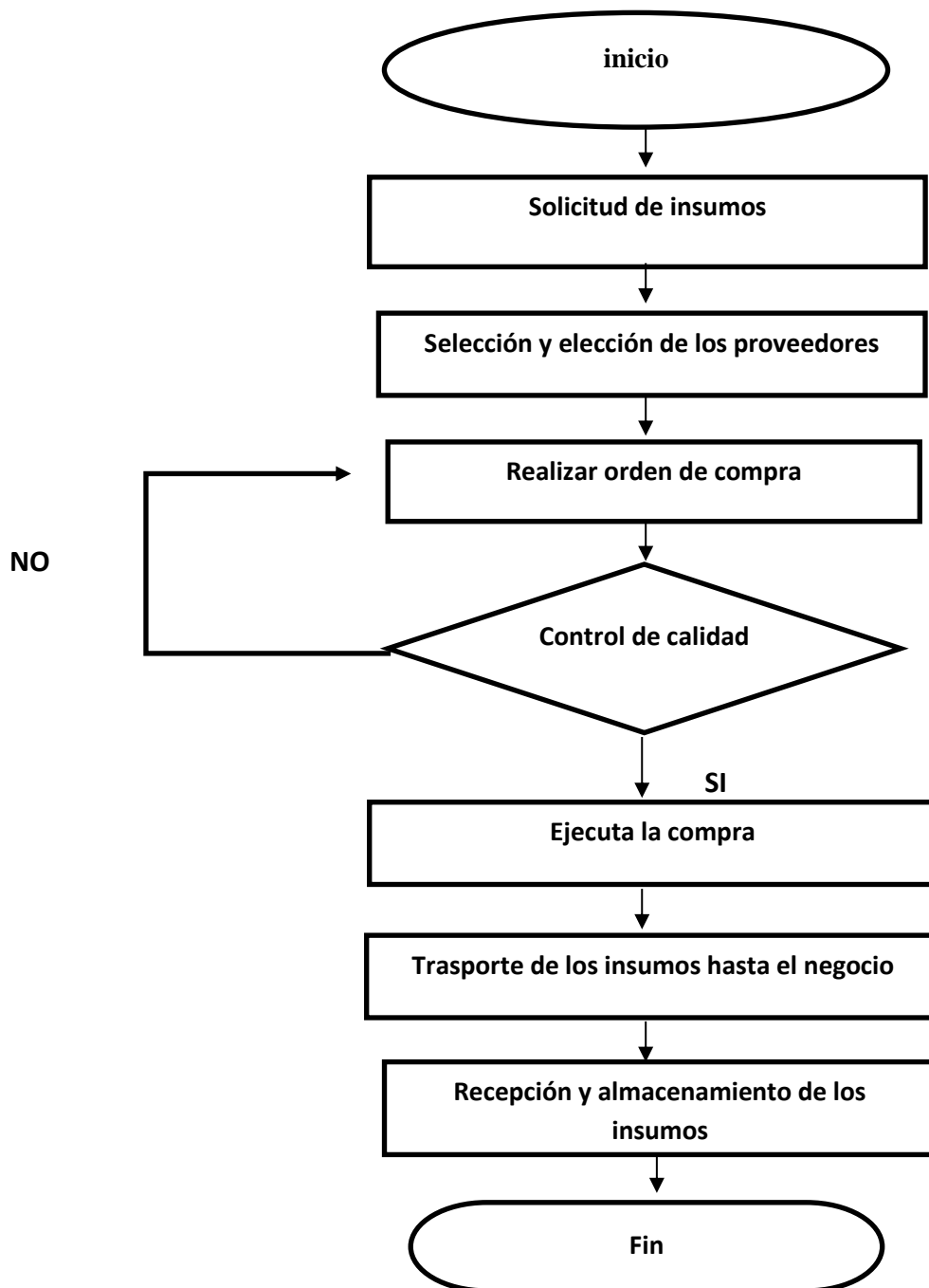
- **Compras.**

La compra hace referencia a la acción de obtener o adquirir, a cambio de un precio determinado, un producto o un servicio. Pero también se considera “compra” el objeto adquirido, una vez consumado el acto de adquisición (*La gestión logística*, s. f.).

Tabla 5. Costos de Suministros

Fuente: datos recopilados del negocio Pollería- restaurante flavius

Figura 2. Flujograma de Compras



Flujograma área de compras para la Pollería- restaurante flavius (*Unidad Productiva Gastronomía: proceso de producción, s. f.*)

Proveedores

Un proveedor es una persona o una empresa que proporciona existencias y abastecimiento a otra empresa para que ésta pueda explotarlos en su actividad económica (Porter, 2023).

Tabla 6. Lista de Proveedores

Nombre del Proveedor	Insumo y/o Suministros	Forma de Pago	Tiempo de Entrega	Transporte
La Parada	Abarrotes	en efectivo	en el momento	terrestre
Comercial "CHARAPITA"	Condimentos	en efectivo	en el momento	terrestre
Local Aricaban (minoristas)	Plátano	en efectivo	en el momento	terrestre
Comercial "PASARINHOS"	Plásticos y cosas de limpieza	en efectivo	en el momento	terrestre
Avícola "BRAZO DE ORO"	Pollo	en efectivo	en el momento	terrestre
Mayoristas	Bebidas Gasificadas	en efectivo	en el momento	terrestre

Fuente: datos recopilados del negocio Pollería- restaurante flavius

Almacenamiento

Para el almacenamiento y protección de los equipos y utensilios, una vez limpios y desinfectados toman las siguientes precauciones: La vajilla, cubiertos y vasos se guardan colocados hacia abajo en un lugar cerrado, protegido del polvo e insectos, los equipos y utensilios, limpios y desinfectados en un lugar aseado, seco.

Se cubren los equipos que tienen contacto con las comidas cuando no se van a utilizar inmediatamente. No colocar los equipos o utensilios cerca de drenajes de aguas residuales o cerca de recipientes de residuos

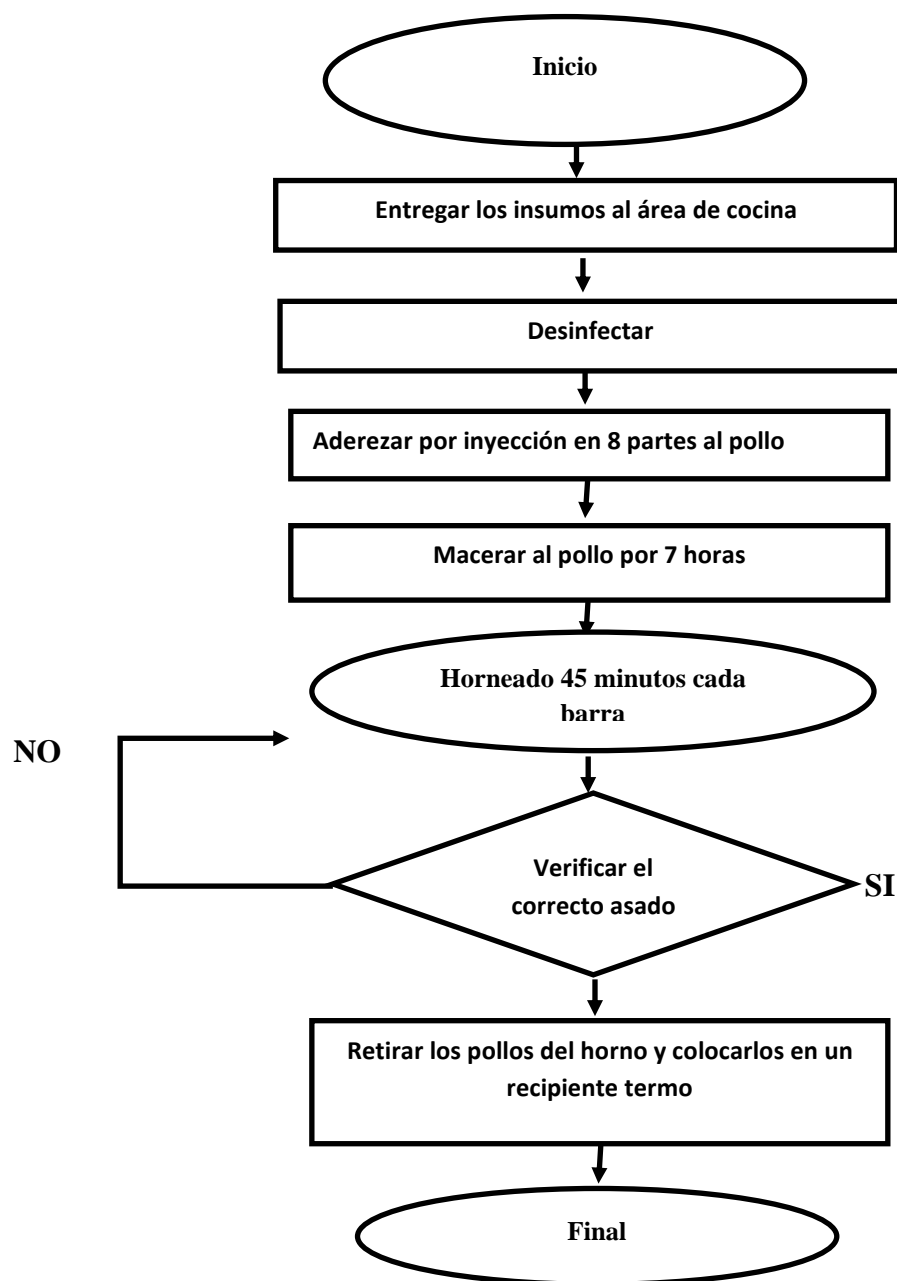
Refrigeración

Los condimentos se almacenan en un estante dentro del área de producción al alcance del cocinero y el ayudante de cocina. Los plásticos (pro molas y bolsas) se encuentran almacenados en un estante superior de los condimentos. Se cuenta con un almacén de frío (congeladora y refrigerador) para la refrigeración y conservar los pollos, el aderezo, cremas y bebidas gasificadas.

- ***Producción.***

Es la creación de un bien o servicio mediante la combinación de factores necesarios para conseguir satisfacer la demanda del mercado(Montoyo & Marco, 2012). El sistema productivo de la empresa se realiza desde que ingresa la materia prima (pollo) al área de cocina para realizarse la transformación de la misma siguiendo una serie de procesos, actividades que son:

Figura 3. Flujograma de Producción



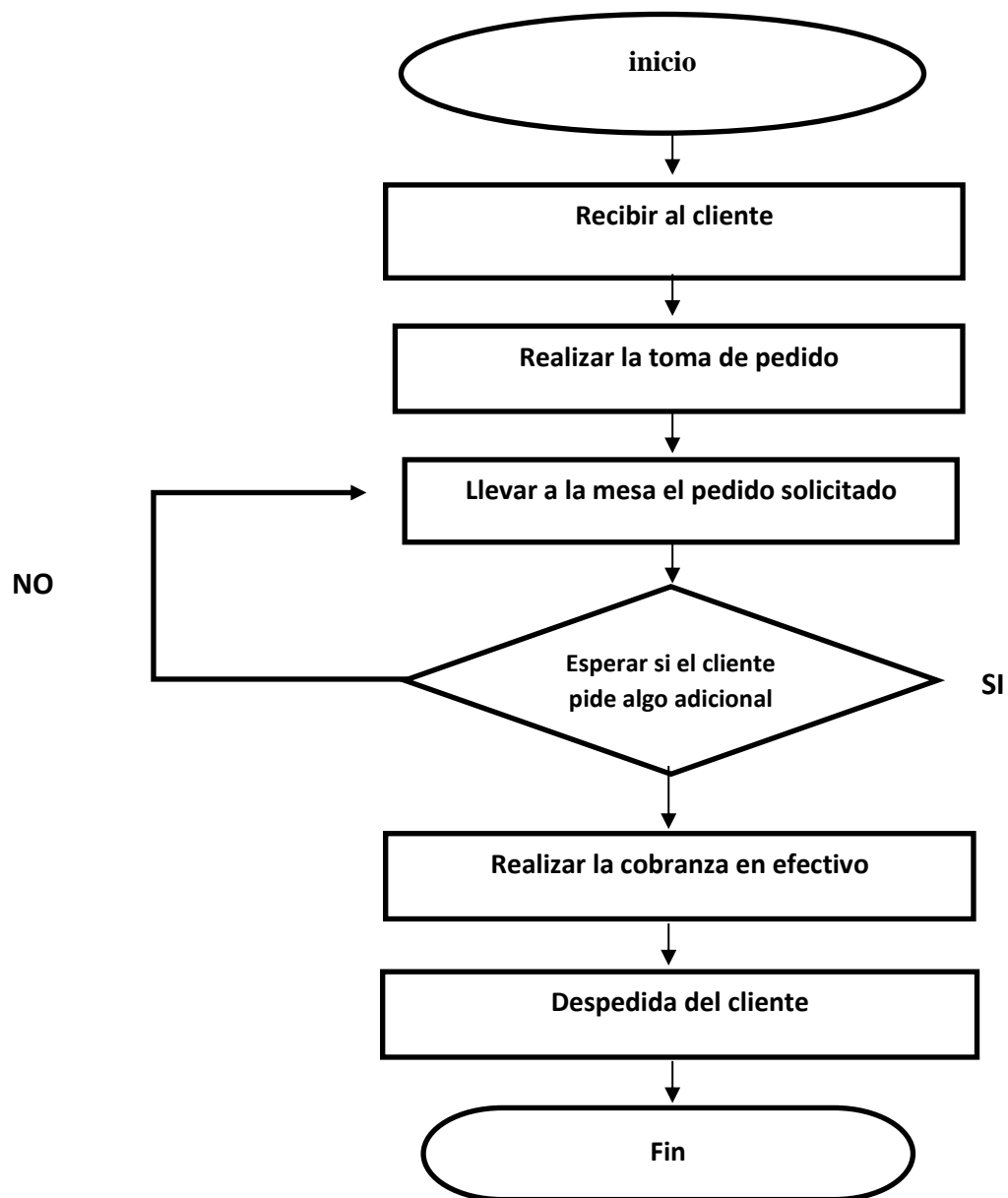
Flujograma área de producción para la Pollería- restaurante flavius, Fuente: María José Gerónimo Medina (*Flujograma de Compras | PDF*, s. f.)

Nota: En esta área el problema identificado es que no cuenta con personal fijo, esto genera la falta de motivación, no cuentan con un buen clima laboral. Si el asador no asiste al centro trabajo ocasiona demoras en la producción del asado del pollo a la brasa y la entrega del producto al cliente final.

- **Ventas.**

Es la acción y efecto de vender (traspasar la propiedad de algo a otra persona tras el pago de un precio convenido)(*Marco- Teorico - 1.1 QUÉ ES EL MARKETING Es el proceso social y administrativo por el cual los - Studocu, s. f.*). El personal encargado realiza la atención de forma directa, ofreciendo y brindando la información del producto, recepción del pedido y la entrega de la misma culminando en la cobranza y efectúa la boleta, cuentan con 2 meseras y realizan 1 jornada de trabajo completa de 8 horas.

Figura 4. Flujograma de Ventas



Flujograma área de ventas para la Pollería- restaurante flavius. Fuente: Kevin valladares león (Scribd, 2023)

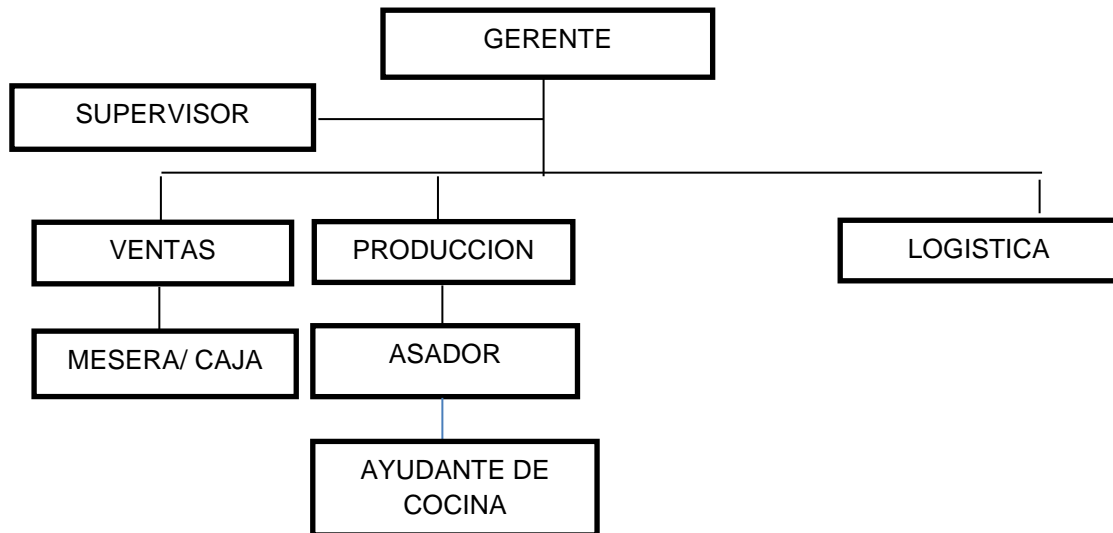
Capacidades del personal y la organización.

Tabla 7. Capacidad del Personal y la Organización

	Encargado	Capacidades
Gerente	Flavius Rodríguez Saldaña	<p>Encargado de ver la logística del negocio, que todas las actividades se desarrollen de forma adecuada y de la contratación del personal a laborar en la empresa.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Supervisar la buena elaboración de los pollos a la brasa. • Gestionar alianzas con proveedores. • Elaborar y supervisar el presupuesto y plan operativo del Restaurant • Gestionar y supervisar el mantenimiento de equipo e instalaciones. • Verificar el cumplimiento de las normas de salud e higiene en el restaurante.
Supervisor	Saldaña Orbe Lali Flor	<p>Es la que dirige y coordina las actividades que se lleva a cabo dentro del negocio del día y que se cumplan los objetivos establecidos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Verificar la calidad del servicio y de la cocina. • Apoyar la labor de venta y atención al cliente. • Control del manejo de Inventarios. • Evaluar el desempeño de las meseras.
Asador	Deivis Ruiz	<p>Tiene la obligación de preparar el aderezo, sazonar y asar al pollo, prepara el arroz chaufa, freír el plátano y las papas.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Coordinar y distribuir funciones de la cocina para las actividades. • Elaborar pedidos de materia prima. • Reportar los desperfectos de equipo e infraestructura.
Ayudante de cocina	Leandro	<p>Apoya al asador en la preparación del pollo a la brasa, es el que se encarga de lavar, aderezar el pollo, pelar las papas, el plátano y precocer las papas manteniendo el orden y la limpieza dentro del área de cocina.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Apoyar la labor de limpieza y orden del área de cocina. • Colaborar en la elaboración de reportes de compras en el mercado. • Apoyar la labor de elaboración de los inventarios de cocina.
3 meseras	Lucia Roció Anny	<p>Tiene la responsabilidad de la limpieza anticipada del local a la venta, de la elaboración y embolsado de las cremas y el doblado de la servilleta, la atención al cliente y la entrega de los pedidos.</p>
Vigilante	Marcial	Apoya en guardar las mesas y de la seguridad del establecimiento

Fuente: datos recopilados del negocio Pollería- restaurante flavius

Figura 5. Organigrama



Organigrama para el restaurante-pollería flavius. («Organigrama de una empresa de Pollos», 2022)

Es una herramienta gráfica que representa la forma en que una empresa está organizada y ayuda a las empresas a dividir el trabajo de la organización, especializando cada tarea que se tiene que hacer por área («Organigrama - Concepto, tipos y características», s. f.).

MATRIZ FODA

Figura 6. Matriz FODA

<p style="text-align: center;">FACTORES INTERNOS</p> <p style="text-align: center;">FACTORES EXTERNOS</p>	<p style="text-align: center;">FORTALEZAS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Experiencia en el rubro en las ventas de pollos a la brasa. 2. Insumos y materiales de calidad para la preparación del producto. 3. Ubicación del local en una zona de afluencia comercial. 	<p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. No existe una base de datos de clientes frecuentes. 2. Falta de capacitación a los trabajadores en atención al cliente. 3. No cuenta con un protocolo descrito y detallado en atención al cliente.
<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Crecimiento favorable del consumo de pollos a la brasa en la ciudad de Iquitos. 2. Diversificación de nuevos productos y servicios. 3. Crecimiento y desarrollo urbano por el distrito de San Juan Bautista donde está ubicado el Restaurant - Pollería flavius. 	<p style="text-align: center;">ESTRATEGIAS (FO)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Contar con un suficiente stock de insumos y materiales para prevenir posibles eventualidades en la preparación del producto. 2. Mejorar el proceso implementando el control de calidad en el momento de la preparación del pollo a la brasa y sus complementos del plato. 3. Fidelizar con promociones para captar y mantener a los clientes frecuentes. 	<p style="text-align: center;">ESTRATEGIAS (DO)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Crear una base de datos de los clientes frecuentes. 2. Capacitar e incentivar a los trabajadores con reconocimiento de su buena labor (trabajador del mes). 3. Implementar un protocolo de servicio de atención al cliente.
<p style="text-align: center;">AMENAZAS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Aumento de nuevos competidores en el rubro de ventas de pollo a la brasa. 2. Aumento de la venta y consumo de comidas rápidas (productos sustitutos). 3. Incertidumbre en la economía y el aumento del costo de los insumos. 	<p style="text-align: center;">ESTRATEGIAS (FA)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mantenimiento del local y de los equipos para el mejor desempeño en los procesos del restaurant – pollería Flavius. 2. Mantener el sabor con la receta única para la preparación del pollo y las porciones adecuadas siempre. 3. Establecer un precio justo para la venta del pollo a la brasa optimizando los recursos de la empresa. 	<p style="text-align: center;">ESTRATEGIAS (DA)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Fortalecer el servicio de atención al cliente por medio de la publicidad boca a boca. 2. Mejorar el liderazgo del dueño para que fomente la responsabilidad y compromiso de los colaboradores. 3. Tener un plan de contingencia para responder a los posibles reclamos de los clientes y mantenerlos fidelizados

Fuente: datos recopilados y modificados para el negocio Pollería- restaurante flavius

(HubSpot, 2023). La matriz FODA es una herramienta de análisis que puede ser aplicada

a cualquier situación, individuo, producto, empresa, etc., que esté actuando como objeto de estudio en un momento determinado del tiempo

Capítulo IV: Oportunidad De Mejora Empresarial

Identificación del área de aplicación para el plan de mejora empresarial

El plan de mejora será aplicado en el área de Ventas, en la investigación se percibió que el personal en atención al cliente no brinda un servicio eficiente, siendo un factor a tratar y mejorar dentro de la empresa.

Problema

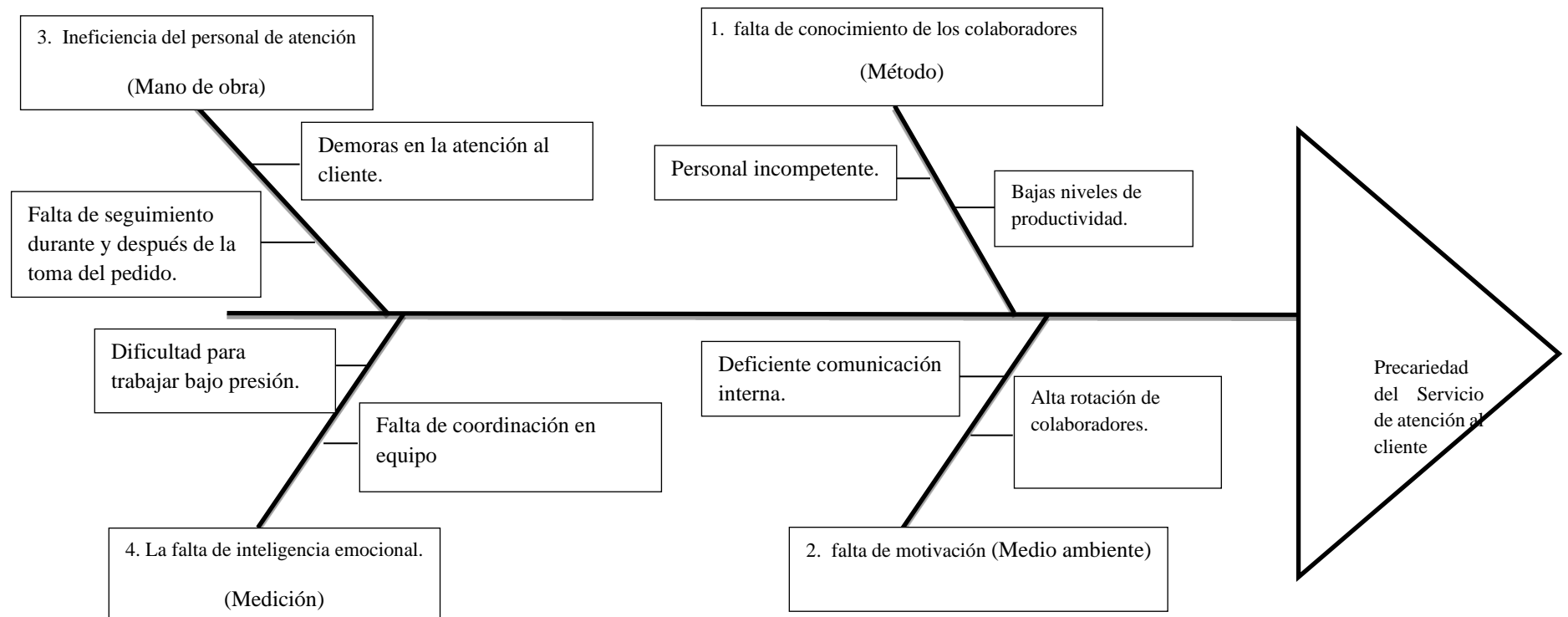
El problema que se encontró, es la precariedad del servicio de atención al cliente, esto afecta el rendimiento del personal del Restaurant -Pollería "FLAVIUS" se percibe como un problema de organización, donde colaborador no encuentra un foco en su tarea por la falta de protocolo, merma la buena experiencia al cliente, y afecta directamente en los ingresos de la empresa.

Medición y control de las causas principales

Causas principales	Área	KPI cuantitativo
La falta de conocimiento de los colaboradores.	Ventas	<ul style="list-style-type: none"> ISC (Índice de Satisfacción del Cliente): Mide la proporción de clientes satisfechos en relación con el total de clientes encuestados. Ejemplo: 1000 clientes "satisfechos" / 1500 clientes encuestados en total = ISC del 66%.
Ineficiencia del personal de atención	Ventas	<ul style="list-style-type: none"> RPC (Resolución al Primer Contacto): Evalúa la capacidad de la empresa para resolver problemas del cliente en una sola interacción. Un valor alto indica una buena resolución de problemas.
	Recursos humanos	Satisfacción del empleado: KPI: Índice de satisfacción del empleado (encuesta anual o trimestral)

Falta de motivación.		Fórmula: (Puntuación media de satisfacción / Total de empleados) x 100
La falta de inteligencia emocional	Recursos humanos	<p>Realizar reunión periódica con cada integrante para perfeccionar el flujo de trabajo y conocer su nivel de inteligencia emocional. Durante este encuentro se permite que el trabajador exprese sus emociones, sentimientos e ideas. Ahonda en sus habilidades emocionales por medio de las siguientes preguntas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuáles son tus metas personales?; • ¿Qué situaciones te emocionan?; • ¿Qué situaciones te hacen enojar y cómo encaras este sentimiento?; • ¿Qué te apasiona de tu trabajo?; • ¿Sabes poner límites? ¿por qué?; • ¿Te consideras una persona con iniciativa?, y • ¿Consideras que manejas bien los impulsos? , etc,

Figura 7. Diagrama de ISHIKAWA



Herramientas clave para llevar a cabo la gestión eficaz de la calidad en la empresa (*Diagrama_de_Ishikawa-libre.pdf*, s. f.).

En la cabeza del pescado escribimos el efecto o síntoma que pretendemos analizar, la espina central del pescado agrupará las causas que según el análisis producen dicho efecto (Delgado et al., 2021).

Puntos Críticos

Definición

El punto crítico son aquellos elementos que resultan necesarios para que una empresa supere su objetivo de esta manera asegurar su continuada (Rodríguez, s. f.).

La empresa en estudio se encontró el punto crítico de la ineficiente atención al cliente por la falta de protocolo de atención al cliente, lo que causa que se lleven una mala imagen perjudicando las ventas y las ganancias.

- Falta de estrategia de fidelización

No cuenta con una base de datos de los clientes frecuentes, lo que perjudica en mantener buenas relaciones y ocasionando perdidas en los ingresos y clientes.

- Falta de actitud de Servicio.

Atención deficiente, el mesero al no contar con la información documentada de los procesos del área de ventas puede tener un efecto negativo en el desarrollo de sus actividades perjudicando la imagen y desempeño de la empresa.

Formulación de la oportunidad de mejora

El presente plan de mejora tiene como objetivo incrementar las ventas del restaurant pollería flavius en año 2024 – 2028 aplicando estrategias tales como la implementación de un protocolo de servicio de atención al cliente, esto permite que los colaboradores estarán comprometidos con la empresa. Con la realización del protocolo de atención al cliente, podrá mejorar la competencia e incrementar la capacidad de sus trabajadores, consiguiendo incrementar las ventas.

Priorización de puntos críticos

- Crear una base de datos con los clientes frecuentes
- Mejorar la atención al cliente por medio de la implementación de un protocolo de atención al cliente.
- Evaluación del nivel de satisfacción al colaborador mediante una encuesta anónima.

Capítulo V: Propuesta de Mejora Empresarial

Justificación de la mejora empresarial

El plan está enfocado en el área de ventas el cual nos permite mejorar el ambiente de trabajo y optimizar el servicio por medio de la implementación de un protocolo de atención.

Con este plan de mejora se pretende demostrar que los colaboradores necesitan tener un adecuado ambiente de trabajo, que puedan ofrecer una experiencia agradable al cliente, la fidelización de los clientes actuales ayudara obtener mayores ganancias a la empresa.

Las propuestas de fidelización son:

Está enfocada en el área ventas implementando un Protocolo de atención al cliente permitirá que los colaboradores adquieran conocimientos sobre sus funciones específicas en el momento de la atención siendo más eficiente y eficaz en los procesos.

Política de trabajo esto se refiere que el colaborador del Restaurant- Pollería flavius debe respetar los lineamientos tales como cumplir con sus funciones establecidas en el protocolo, respetar la hora de entrada y de salida, trabajar en equipo y contar con una buena comunicación efectiva.

Objetivos de la mejora

- Incrementar las ventas y obtener mayor utilidad.
- Contar con calidad en el servicio en atención al cliente.
- Fidelizar a los clientes frecuentes y captar nuevos clientes.

Estrategias

- Optimizar los recursos y los procesos con lo que cuenta la empresa para entregar un excelente servicio y producto.
- Implementar un protocolo de servicio de atención al cliente.
- Fidelizar con promociones (vales de descuento del 20% por presentar 5 boletas de consumo, enviar tarjetas digitales de felicitación por cumpleaños, brindar detalles a los clientes que tiene un consumo mayor de S/.100.00) para captar y mantener a los clientes frecuentes.

Factores internos

- Experiencia en el rubro en las ventas de pollos a la brasa.
- Insumos y materiales de calidad para la preparación del producto.
- Ubicación del local en una zona de afluencia comercial.

Escenarios externos

- Crecimiento favorable del consumo de pollos a la brasa en la ciudad de Iquitos.
- Diversificación de nuevos productos y servicios.
- Crecimiento y desarrollo urbano por el distrito de San Juan Bautista donde está ubicado el Restaurant - Pollería flavius.

Escenario optimista: contar con un protocolo de atención al cliente, tiene una enorme influencia en el desarrollo y logro de los objetivos de la empresa, donde no ponerlo en práctica influirá directamente en el desarrollo del desempeño de las labores del día a día.

Escenario negativo. En este mercado global los empleados mejor capacitados tendrán más posibilidades de responder positivamente ante las dificultades que se presenten en su entorno laboral, el dar un mal servicio al cliente ocasionando que no regrese y promover una mala imagen a la empresa por no vivir una grata experiencia.

Evaluación de alternativas beneficio- costo

Tabla 8. Beneficio-Costo

BENEFICIO / COSTO	
COK	10%
VALOR ACTUAL	S/ 1,306,031.18
INVERSION	S/. 15000.00
VAN	S/. 1,291,031.18
TIR	22%
B/C	1.04
Periodo de recuperación	1 año, 3 meses y 9 días

El cuadro nos muestra que el plan de mejora es favorable para la empresa ya que le ayudara al incremento de sus ventas y obtener mayor utilidad para el negocio, la inversión se recupera en el primer año, el cok está representado por el 10% que margen de beneficio de la inversión.

Tabla 9 Presupuesto del plan de mejora

ESTRATEGIAS	MATERIALES	DURACIÓN	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Diseñar el protocolo de atención al cliente.	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitador • Imprimir documento 			S/. 1000.00
Capacitación del protocolo de atención al cliente.	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitador 	2 veces al mes /3 hrs por sesión	$600 * 2 = 1200$	S/. 1600.00
	<ul style="list-style-type: none"> • Imprimir folleto 		$20 * 10 = 200$	
	<ul style="list-style-type: none"> • Refrigerio 		200	
Diseñar la política de trabajo para los trabajadores	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitador • Imprimir documento 	2 semanas		S/. 1000.00
Capacitación en servicio de atención al cliente	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitador 	1 veces al mes, 2 hrs por sesión	$400 * 8 = 3200$	S/.4300.00
	<ul style="list-style-type: none"> • Folletos 		$30 * 10 = 300$	
	<ul style="list-style-type: none"> • Refrigerio 		$100 * 8 = 800$	
4. Capacitación comunicación interna	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitador 	1 veces al mes, 2 hrs por sesión	$400 * 8 = 3200$	S/. 4300.00
	<ul style="list-style-type: none"> • Folletos 		$30 * 10 = 300$	
	<ul style="list-style-type: none"> • Refrigerio 		$100 * 8 = 800$	
4. Reuniones y agasajos motivacionales al colaborador	<ul style="list-style-type: none"> • Refrigerio • Decoración • Regalos (gorra, canguro, llavero, etc.) 	1 año		S/. 2800.00
TOTAL				S/.15000.00

Tabla 10. Proyección de estados de resultados

Estado de Resultado Proyectado

	2024	2025	2026	2027	2028	TOTAL
ventas	S/ 691,200.00	S/ 760,320.00	S/ 836,352.00	S/ 919,987.20	S/ 1,011,985.92	S/ 4,219,845.12
Costo de ventas	S/ 436,320.00	S/ 479,952.00	S/ 527,947.20	S/ 580,741.92	S/ 638,816.11	S/ 2,663,777.23
Utilidad bruta	S/ 254,880.00	S/ 280,368.00	S/ 308,404.80	S/ 339,245.28	S/ 373,169.81	S/ 1,556,067.89
gastos administrativos	S/ 162,000.00	S/ 178,200.00	S/ 196,020.00	S/ 215,622.00	S/ 237,184.20	S/ 989,026.20
gastos de ventas	S/ 70,500.00	S/ 77,550.00	S/ 85,305.00	S/ 93,835.50	S/ 103,219.05	S/ 430,409.55
UAll	S/ 22,380.00	S/ 24,618.00	S/ 27,079.80	S/ 29,787.78	S/ 32,766.56	S/ 136,632.14
interes	-	-	-	-	-	S/ -
UAI	S/ 22,380.00	S/ 24,618.00	S/ 27,079.80	S/ 29,787.78	S/ 32,766.56	S/ 136,632.14
Impuesto	S/ 4,028.40	S/ 4,431.24	S/ 4,874.36	S/ 5,361.80	S/ 5,897.98	S/ 24,593.78
Utilidad	S/ 18,351.60	S/ 20,186.76	S/ 22,205.44	S/ 24,425.98	S/ 26,868.58	S/ 112,038.35
Utilidad acumulada	S/ 18,351.60	S/ 38,538.36	S/ 60,743.80	S/ 85,169.78	S/ 112,038.35	

Flujo de Caja Proyectado

	2024	2025	2026	2027	2028	TOTAL
Ingresos	S/ 691,200.00	S/ 760,320.00	S/ 836,352.00	S/ 919,987.20	S/ 1,011,985.92	S/ 4,219,845.12
Egresos	-	-	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -
Costo de ventas	S/ 436,320.00	S/ 479,952.00	S/ 527,947.20	S/ 580,741.92	S/ 638,816.11	S/ 2,663,777.23
gastos administrativos	S/ 162,000.00	S/ 178,200.00	S/ 196,020.00	S/ 215,622.00	S/ 237,184.20	S/ 989,026.20
gastos de ventas	S/ 70,500.00	S/ 77,550.00	S/ 85,305.00	S/ 93,835.50	S/ 103,219.05	S/ 430,409.55
interes	-	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -	S/ -
Impuesto	S/ 4,028.40	S/ 4,431.24	S/ 4,874.36	S/ 5,361.80	S/ 5,897.98	S/ 24,593.78
Inversion	S/ 15,000.00	S/ 16,500.00	S/ 18,150.00	S/ 19,965.00	S/ 21,961.50	S/ 91,576.50
Total egresos	S/ 687,848.40	S/ 756,633.24	S/ 832,296.56	S/ 915,526.22	S/ 1,007,078.84	S/ 4,199,383.27
Saldo inicial caja	S/ 106,955.99	S/ 117,651.59	S/ 129,416.75	S/ 142,358.42	S/ 156,594.26	S/ 652,977.01
Saldo finalcaja	S/ 110,307.59	S/ 227,959.18	S/ 357,375.93	S/ 499,734.35	S/ 656,328.61	

Al realizar este plan de mejora se podrá lograr que el personal sea más eficiente, desarrollando cada uno de las actividades de manera óptima con una comunicación eficaz y control sobre la calidad del servicio que ofrece a los clientes y cumplir los objetivos de la Organización

Capítulo VI implementación de la propuesta de mejora

Cronograma de implementación

Tabla 11. Cronograma de implementación

CRONOGRAMA DE IMPLEMENTACION AÑO 2025 DE LA EMPRESA RESTAURANT-POLLERIA FLAVIUS															
ÁREA	ACTIVIDADES	MESES												RESP.	
		Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May	Jun.	Jul.	Ago.	Set.	Oct.	Nov.	Dic.		
V E N T A S	Realizar encuesta a los colaboradores.														GERENTE
	Diseñar el protocolo de atención al cliente.														CAPACITADOR
	Capacitacion en el protocolo de atención al cliente.														
	Evaluación del desempeño.														GERENTE
	Implementación de la política de trabajo del personal.														
	Taller de capacitación: Servicio de Atención al Cliente.														CAPACITADOR
	Taller de capacitación: Comunicación Interna														
	Reuniones Motivacionales.														GERENTE

Plan de acción

Tabla 12. Plan de acción

N°	Acciones	Tareas
1	Realizar encuesta a los trabajadores.	Medir y abordar el nivel de satisfacción y como se percibe el entorno laboral.
		Identificar los puntos de preocupación para el desarrollo del protocolo de atención.
2	Desarrollar un protocolo de atención al cliente.	Describe los protocolos de interacción con los clientes con cada uno de los colaboradores encargados del área de ventas.
		Capacitar a los trabajadores para contestar a cualquier problema que se presente en el área de ventas y dar solución.
3	Realizar un seguimiento en el cumplimiento de protocolo de atención.	Establecer por escrito las funciones de la supervisora del área de ventas.
4	Mejorar el clima laboral en la empresa	Evaluar constantemente a los trabajadores según sus responsabilidades y el clima que generan en el negocio.
		Fomentar el compartir en la empresa mediante sorpresas o actividades en días especiales.
5	Mejorar la proyección en la empresa	Establecer metas a corto plazo con el personal para incrementar las ventas.

Sistema de monitoreo

Tabla 13. Sistema de Monitoreo

CHECK LIST		
RESTAURANT – POLLERÍA “FLAVIUS”		
FECHA:	HORA:	
ESTABLECIMIENTO:	INSPECTOR:	
CRITERIOS DE EVALUACION	SI	NO
PROTOCOLO DE ATENCIÓN AL CLIENTE		
DESARROLLO DEL PROTOCOLO		
La información que se brindo fue clara y entendible.		
Los trabajadores participaron de manera activa en el desarrollo implementación.		
Se cumplió con los estándares de calidad.		
Se encontró mejoras después de haberse implementado el protocolo de atención.		
Se llegó a alcanzar la satisfacción de los clientes que recibieron en servicio cliente.		
IMPLEMENTACIÓN DE LA POLÍTICA DE TRABAJO		
El documento está diseñado de acuerdo a las necesidades que tiene la empresa		
El levantamiento de información se realizó de forma eficiente.		
Se ha obtenido mejoras en el ambiente laboral al implantar la política de trabajo.		
El personal está siendo más eficiente con la implementación de la política.		
La comunicación es las fluida entre las áreas del Restaurante – Pollería Flavius.		

Sistema de control del plan de mejora

- Incrementar las ventas en un 20% en los próximos 6 meses.
- Mejorar la satisfacción del cliente mediante un servicio más eficiente.
- Aumentar la tasa de retención de clientes en un 15%.

<p>Sistema de control en atención:</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Tícket promedio. Flujo y consumo promedio de clientes – CSTA. Encuesta de satisfacción de clientes Si recibiste 100 respuestas en total y 80 de ellas fueron positivas (calificaciones de 4 o 5), el cálculo sería: Satisfacción del Cliente= $(80 / 100) \times 100=80\%$. Esto indica que el 80% de los clientes están satisfechos con el servicio. – Productividad de trabajo. Entrada y salida (horario de empleados) – Ventas Totales: Seguimiento de las ventas diarias, semanales y mensuales. La fórmula para calcular las Ventas Totales=\sum (Precio de Venta x Cantidad Vendida)
<p>Capacitación y Desarrollo del Personal</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Formación Continua: Implementar sesiones de capacitación mensual sobre técnicas de venta, atención al cliente y conocimiento del producto. – Evaluaciones de Desempeño: Realizar evaluaciones trimestrales del personal de ventas para identificar áreas de mejora y establecer metas individuales.

<p>Comunicación interna</p> <p>Feedback Interno:</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Establecer un canal de comunicación donde el personal pueda compartir sugerencias y observaciones sobre el proceso de ventas. – Informes a la Gerencia: – Informes mensuales a la gerencia sobre el rendimiento del área de ventas y las acciones implementadas. –
<p>Sistema de control de materia prima:</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Control de la entrada de producto: en la cantidad, la calidad y el precio, registrar las mermas además como principal entrada de stocks en nuestro sistema; $CR = \text{Inventario Inicial} + \text{Compras} - \text{Inventario Final}$. – Análisis de ajuste de pedidos y producción (Fichero de producción la forma más efectiva de saber cuánta materia prima se consume y la suma total del coste de todos los productos) – Gestión efectiva de Conteos de inventario

Definición de los indicadores de desempeño

Un indicador de desempeño es un instrumento utilizado para medir el éxito en la ejecución de actividades dentro de una empresa, es importante contar con indicadores, parámetros y estimaciones específicas dependiendo del aspecto a analizar (*Indicadores de desempeño: definición, ejemplos y proceso, s. f.*)

Objetivo

Contar con un personal calificado para brindar un mejor servicio al cliente y optimizar los recursos de la empresa.

KPI	Descripción	
Procesos	Tasa de elaboración= $\frac{\text{tiempo total de atención (venta) 20min}}{\text{tiempo de elaboración 60min}}$	33%
	Tasa de atención = $\frac{\text{tiempo de atención 20min}}{\text{tiempo de permanencia en local 40min}}$	50%
Atención al cliente	Tasa de satisfacción= $\frac{\text{total de clientes con reclamos 20 m}}{\text{Total, de clientes 60 d x30 días}}$	1%
	Tasa de circulación = $\frac{\text{total de pedidos atendidos por mesa 4}}{\text{promedio de ingresos por cliente S/. 20.00}}$	20%

KPI Oferta de valor para la mejora en atención al cliente

La oferta de valor del restaurant pollería flavius, se refiere a la capacidad de atraer y retener clientes mediante la presentación de productos y servicios de alta calidad, innovadores y atractivos, relevantes para medir y mejorar la oferta de valor en el restaurante pollería Flavius.

KPI	Medición
Tasa de satisfacción de los clientes:	Mide la frecuencia y la calidad de las reseñas y comentarios de los clientes, lo que indica su nivel de satisfacción con la oferta de valor del restaurante (encuesta de una pregunta)
Índice de retención de clientes:	Medida sólida de la popularidad de tu restaurante. Entre mayor es el número de clientes, mayor es la popularidad. Visitas de los mejores 100 o 200 clientes: Monitorea su frecuencia y gasto, y bríndales el mejor servicio posible mediante promociones. Calcula la cantidad a través de los ingresos de todas las áreas.
Ventas por persona: Desempeño de la atención	Evalúa la capacidad de los empleados para vender y promocionar la oferta de valor, lo que impacta directamente en la satisfacción de los clientes y las ventas.
Tasa de desperdicio: Costos de alimentos:	Mide la cantidad de alimentos y bebidas que se descartan o se dejan sin vender, lo que indica la eficiencia en la gestión de inventarios. Sumando las compras de alimentos semanales y comparándolas con las ventas de alimentos, puedes comprender rápidamente las necesidades del stock.
Índice de innovación:	Evalúa la frecuencia y calidad del producto y promociones, lo que indica la capacidad del restaurant pollería flavius para mantenerse atractivo y fresco para los clientes.

Conclusiones

Conclusiones 1

En la actualidad es importante que las empresas logren su permanencia y su crecimiento productivo para ello debe estar alerta a los cambios que se van presentando y por lo tanto la preparación de sus trabajadores es fundamental para que vayan acorde a las exigencias del mercado.

Conclusiones 2

Para lograr esto la empresa debe implementar procesos y programas de calidad con la finalidad de normalizar sus prácticas ya que con ello se busca mejorar la oferta del servicio y la calidad de nuestros empleados.

Conclusiones 3

En toda empresa, sin importar su tamaño, la presentación de la misma y las relaciones laborales entre los colaboradores de la organización, son factores que pueden afectar negativa o positivamente el crecimiento y desarrollo de la misma.

Recomendaciones

Recomendaciones 1

Se aconseja que la empresa realice la implementación de protocolo de atención y en la política de trabajo, esto permitirá que los trabajadores adquieran conocimientos y se desarrollen eficientemente.

Recomendaciones 2

Realizar reuniones donde los empleados puedan expresar sus inconformidades y dar su punto de vista sobre las acciones que toma la empresa en lo que a ellos concierne.

Recomendaciones 3

Se recomienda a la empresa se implemente dicha propuesta para mejorar el área de servicio, logrando una identificación por parte del personal con la empresa y así obtener más utilidades para la empresa.

Referencias Bibliográficas

14 indicadores de ventas y cómo monitorearlos. (2018, junio 7).

<https://tudashboard.com/indicadores-de-ventas/>

Bárcena, G. (2022a, diciembre 24). *La Granja Azul: ¿Cómo nació la primera pollería del Perú?*

Infomercado. <https://infomercado.pe/la-granja-azul-como-nacio-la-primera-polleria-del-peru-211222-gb/>

Bárcena, G. (2022b, diciembre 24). *La Granja Azul: ¿Cómo nació la primera pollería del Perú?*

Infomercado. <https://infomercado.pe/la-granja-azul-como-nacio-la-primera-polleria-del-peru-211222-gb/>

Barten, M. (2023, noviembre 24). *Últimas tendencias en tecnología de restaurantes de 2024*

que debe conocer. Revfine.com. <https://www.revfine.com/es/restaurante-tecnologia/>

Compra—Concepto, efectos psicológicos y qué es compraventa. (s. f.). *Concepto.* Recuperado

27 de junio de 2023, de <https://concepto.de/compras/>

de la Hoz Granadillo, E. J., Herrera, T. J. F., & Gómez, J. M. (2014). Evaluación del

comportamiento de los indicadores de productividad y rentabilidad financiera del sector

petróleo y gas en Colombia mediante el análisis discriminante. *Contaduría y*

Administración, 59(4), 167-191. [https://doi.org/10.1016/S0186-1042\(14\)70159-7](https://doi.org/10.1016/S0186-1042(14)70159-7)

Delgado, B., Dominique, D., Panchi, C., Valeria, D., Salazar, P., Tatiana, K., Pinos, P.,

Leonardo, R., Guano, R., & Belén, M. (2021). *EL DIAGRAMA DE ISHIKAWA COMO*

HERRAMIENTA DE CALIDAD EN LA EDUCACIÓN: UNA REVISIÓN DE LOS

ÚLTIMOS 7 AÑOS. [https://tambara.org/wp-content/uploads/2021/04/DIAGRAMA-](https://tambara.org/wp-content/uploads/2021/04/DIAGRAMA-ISHIKAWA_FINAL-PDF.pdf)

[ISHIKAWA_FINAL-PDF.pdf](https://tambara.org/wp-content/uploads/2021/04/DIAGRAMA-ISHIKAWA_FINAL-PDF.pdf)

Diagrama_de_Ishikawa-libre.pdf. (s. f.). Recuperado 30 de junio de 2023, de

[https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/58297051/Diagrama_de_Ishikawa-](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/58297051/Diagrama_de_Ishikawa-libre.pdf?1548883155=&response-content-)

[libre.pdf?1548883155=&response-content-](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/58297051/Diagrama_de_Ishikawa-libre.pdf?1548883155=&response-content-)

[disposition=inline%3B+filename%3DDiagrama_de_Ishikawa.pdf&Expires=1688186048](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/58297051/Diagrama_de_Ishikawa-libre.pdf?1548883155=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DDiagrama_de_Ishikawa.pdf&Expires=1688186048)

[&Signature=fKwW3QthW~WVCAe5lChGk-jtGxUnE-bApZWDNygQcBGP39ODtw~~](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/58297051/Diagrama_de_Ishikawa-libre.pdf?1548883155=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DDiagrama_de_Ishikawa.pdf&Expires=1688186048&Signature=fKwW3QthW~WVCAe5lChGk-jtGxUnE-bApZWDNygQcBGP39ODtw~~)

5NLp5vaYW9beIPFLBDUtFYLFj2H5IFZXVWEXEwPns4OzjgnPx1gchwfFEEW5Zi~z8u
 RIBNygrVwQb-uxUE6SmzL32V-YFOmwQvnk2O46rUUoijFqQ6pByb-OF2GM1GN7-
 54O6WdtZaH544Buzfe-
 KjFBL2YXj3ZNRk2qtCCACv5Zf8hiNwFqImXeud4YXV5es87TRS0HaPIjbcYSCgqeo6t2z
 fW25-f~9ePE5JaeQ9Uzq0a-
 eoPTPImWe30t2d5t19H7QELRovobu7HyApq~BUdEB4yGyDvXA__&Key-Pair-
 Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA

Escalante, E. (2020, noviembre 18). Pasos para crear una Pollería en el Perú.

MiEmpresaPropia. <https://www.mep.pe/pasos-para-crear-una-polleria-en-el-peru/>

Flujograma de Compras | PDF. (s. f.). Scribd. Recuperado 20 de junio de 2023, de

<https://es.scribd.com/document/411847540/Flujograma-de-Compras>

GESTIÓN, N. (2024, enero 4). *Pollerías facturarían S/ 11,000 millones este 2024: Un negocio*

donde se abren 600 nuevos locales al año | ECONOMIA. Gestión; NOTICIAS

GESTIÓN. <https://gestion.pe/economia/empresas/pollerias-facturarian-s-11000->

[millones-este-2024-un-negocio-donde-se-abren-600-nuevos-locales-al-ano-noticia/](https://gestion.pe/economia/empresas/pollerias-facturarian-s-11000-millones-este-2024-un-negocio-donde-se-abren-600-nuevos-locales-al-ano-noticia/)

HubSpot. (2023). *Análisis FODA de una empresa: Qué es, cómo se hace y ejemplos*.

<https://blog.hubspot.es/marketing/analisis-foda>

Indicadores de desempeño: Definición, ejemplos y proceso. (s. f.). Recuperado 5 de julio de

2023, de <https://blog.hubspot.es/sales/que-son-indicadores-desempeno>

INEI-03-informe-tecnico-enc-mensual-de-serv-ene-2023.pdf. (s. f.). Recuperado 19 de junio de

2023, de [https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/03-informe-tecnico-](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/03-informe-tecnico-enc-mensual-de-serv-ene-2023.pdf)

[enc-mensual-de-serv-ene-2023.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/03-informe-tecnico-enc-mensual-de-serv-ene-2023.pdf)

INFORME MACROECONÓMICO: I TRIMESTRE DE 2024. (2024). 35.

La gestión logística. (s. f.). Recuperado 27 de junio de 2023, de

https://cv.uoc.edu/UOC/a/moduls/90/90_208/web/main/index1.html

Marco- Teorico—1.1 QUÉ ES EL MARKETING Es el proceso social y administrativo por el

cual los—Studocu. (s. f.). Recuperado 27 de junio de 2023, de

<https://www.studocu.com/pe/document/servicio-nacional-de-adiestramiento-en-trabajo-industrial/lenguaje-y-comunicacion/marco-teorico/54035496>

Montoyo, A., & Marco, M. (2012). *Tema 4: Proceso de producción.*

https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/19047/1/Tema_4_-_Proceso_de_produccion.pdf

Organigrama de una empresa de Pollos: Areas de una pollería » Organigramas. (2022, junio 21). *Organigramas*. <https://organigramadeunaempresa.info/polleria/>

Organigrama—Concepto, tipos y características. (s. f.). *Concepto*. Recuperado 28 de junio de 2023, de <https://concepto.de/organigrama/>

Paso a paso: Cómo hacer un mapa estratégico en 8 pasos. (s. f.). Recuperado 20 de junio de 2023, de <https://www.setting.com.br/blog/estrategia/como-fazer-mapa-estrategico/>

Pérez Ríos, C. K. (2014). *La calidad del servicio al cliente y su influencia en los resultados económicos y financieros de la empresa Restaurante Campestre SAC, Chiclayo periodo enero a setiembre 2011 y 2012.*

<http://tesis.usat.edu.pe/handle/20.500.12423/203>

Perú tiene unas 13 mil pollerías que demandan al día más de 2.9 toneladas de papa. (s. f.).

Recuperado 27 de junio de 2023, de <https://elperuano.pe/noticia/124884-peru-tiene-unas-13-mil-pollerias-que-demandan-al-dia-mas-de-29-toneladas-de-papa>

Porter, D. (2023). Proveedores: Que son, Definición y Concepto 2023. *Economía Simple*.

<https://www.economiasimple.net/glosario/proveedores>

Promoverán uso de hornos ecológicos en pollerías, restaurantes y panaderías de Lima |

Noticias | Agencia Peruana de Noticias Andina. (s. f.). Recuperado 28 de junio de 2023, de <https://andina.pe/agencia/noticia-promoveran-uso-hornos-ecologicos-pollerias-restaurantes-y-panaderias-lima-231353.aspx>

República, L. (2022, julio 21). *Norkys o Rokys: ¿Cuál fue primero y qué hay detrás de su historia? | Pollo a la brasa | Dueños de norkys y rockys | Respuestas | La República.*

<https://larepublica.pe/datos-lr/respuestas/2022/07/17/norkys-o-rokys-cual-fue-primero-y-que-hay-detras-de-su-historia-pollo-a-la-brasa-duenos-de-norkys-y-rockys-evat>

Rodriguez, J. (2021). *Factores críticos de éxito: Definición y ejemplos*.

<https://blog.hubspot.es/sales/factores-criticos-exito>

Scribd. (2023). *4 Flujo de Ventas* | Scribd.

<https://es.scribd.com/document/364583791/4-Flujo-de-Ventas>

Unidad Productiva Gastronomía: Proceso de producción. (s. f.). Recuperado 28 de junio de

2023, de <https://unidadproductivagastronomia.blogspot.com/2010/10/proceso-de-produccion.html>

Vega, N. A. R. (2020). *SATISFACCIÓN EN EL DESEMPEÑO LABORAL DE LAS EMPRESAS DE COMIDA RÁPIDA EN MIRAFLORES, 2020*.

<https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/8bfbbbd3-b29a-465a-a52b-4164e738dc03/content>

Anexos



Anexo 1 Logotipo de la empresa



Anexo 2 Foto del local



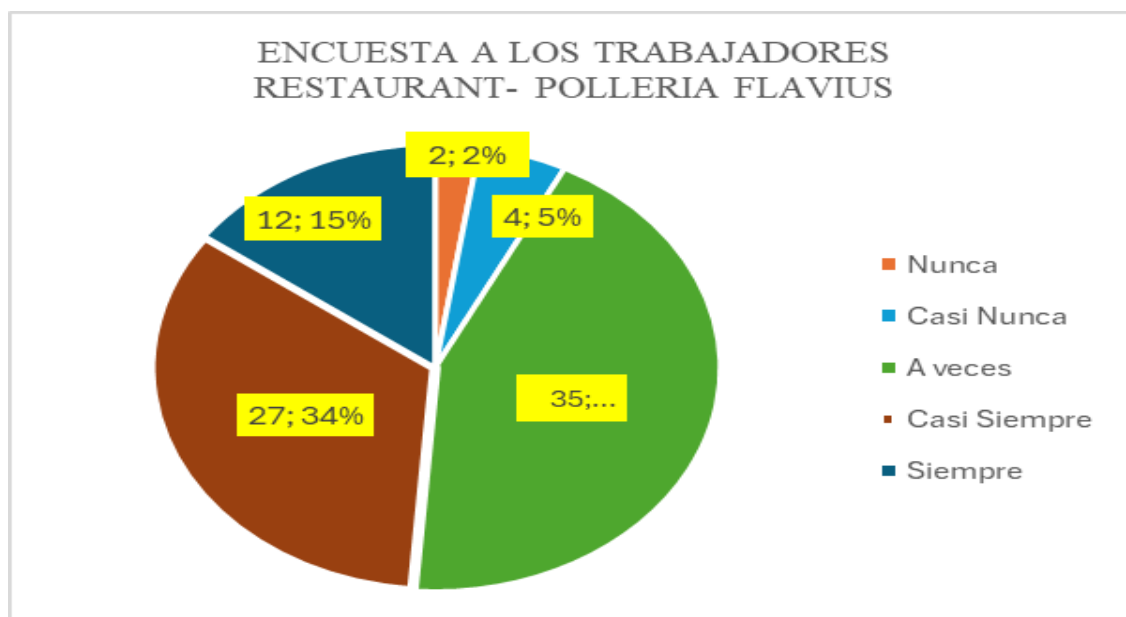
Anexo 3 Plato principal

Anexo 4 instrumento de recolección de datos

Nota: 8 personas trabajan en el restaurant pollería flavius.

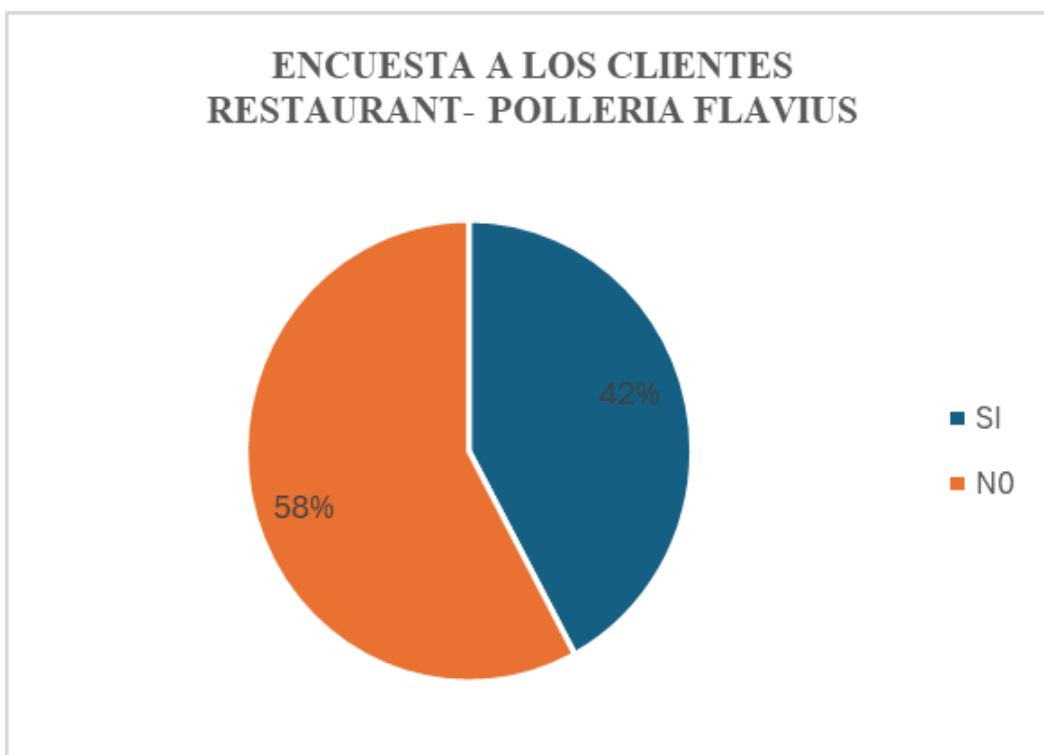
(1) = Nunca (2) = Casi Nunca (3) = A veces (4) = Casi Siempre (5) = Siempre

ENCUESTA DE CLIMA LABORAL DEL RESTAURANT POLLERIA FLAVIUS						
El objetivo de esta encuesta es encontrar áreas de mejora en el funcionamiento de la empresa y en la satisfacción de los trabajadores que la componen.						
ITEM	FACTORES A EVALUAR	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
01	Considero que existe un buen ambiente de trabajo.		X			
02	Cuento con la colaboración de mis compañeros de área.			X		
03	Al unirme a la Empresa, recibí suficiente información sobre el área donde trabajo y la función que realizo.			X		
04	Dispongo de los materiales y recursos necesarios para realizar mi trabajo.		X			
05	Las condiciones de espacio, ruido, temperatura, iluminación... me permiten desempeñar mi trabajo con normalidad.				X	
06	Mantengo una buena relación con mi jefe.					X
07	Mi jefe se preocupa por mantener un buen clima en el equipo.			X		
08	Tengo claro cuáles son mis tareas y responsabilidades				X	
09	Mi trabajo me ofrece retos y la oportunidad de seguir mejorando		X			
10	Mi trabajo es reconocido y valorado.			X		



ENCUESTA AL CLIENTE DEL RESTAURANT POLLERIA FLAVIUS			
ITEM	FACTORES A EVALUAR	Si	No
01	Las instalaciones del restaurante-pollería están limpias y cómodas	X	
02	Existe rapidez en el servicio para la entrega de su pedido.		X
03	El personal del restaurante-pollería siempre me atiende de manera atenta y agradable.		X
04	El pollo a la brasa que recibo concuerda con lo que ofrece el restaurante.	X	
05	El personal del restaurante-pollería, tiene suficiente conocimiento para responder las inquietudes del cliente.		X
06	Considera que el servicio recibido en el restaurante-pollería es adecuado		X
07	Siempre visita al restaurante-pollería Flavius		X
08	¿Recomendaría usted a un amigo, familiar?	X	

Nota: 100 personas fueron encuestados en el local en días de mayor afluencia



Anexo 5 entrevista al gerente del restaurant – pollería flavius

ENTREVISTA AL GERENTE DEL RESTAURANT-POLLERIA FLAVIUS

FECHA : 10 MAYO DEL 2022 CIUDADA : IQUITOS

¿ Cual es la misión y visión de su empresa ?

R= La Misión es ofrecer un producto de calidad a un buen precio
La Visión es contar con varias sucursales en la ciudad de Iquitos

¿ Con cuanto personal cuenta para realizar las actividades de su empresa ?

R= En la actualidad se cuenta con 8 personal dedicadas a realizar las distintas actividades dentro del negocio.

¿ Cuenta con programas de capacitación para su personal ?

R= No por el momento.

¿ Como incentiva a su personal para mejorar su servicio ?

R= Sus pagos son puntuales

¿ Que diferenciación ofrece de su producto o servicios a sus clientes ?

R= La diferencia es la sazón y el precio que ofrecemos a los clientes

¿ Cuenta con un manual de atención al cliente ?

R= No por el momento

Standford

¿ Cuantos pollos vendes diariamente?

R = 20 pollos diarios

¿ Proyección aproximada de ventas diarias y al mes?

R = La proyección diaria es de \$/2000 y al mes \$/60,000.00

¿ Cual es el perfil del cliente que comunmente visita la polleria?

R = Son familias, estudiantes y trabajadores independientes

¿ Cuales son tus gastos mensuales?

R = Mis gastos mensuales se aproximan a \$/66,000.00

¿ Cuanto es el tiempo de espera en la atención del cliente?

R = Son 20 minutos

¿ Cuanto tiempo permanece el cliente en el local?

R = 60 minutos aproximadamente.

MANUAL DE PROTOCOLO DE SERVICIO AL
CLIENTE PARA EL RESTAURANT – POLLERÍA
FLAVIUS

1. INTRODUCCIÓN

1.1. Objetivo

1.2. Alcance

2. LA IMPORTANCIA DEL CLIENTE

3. CÓMO FIDELIZAR A LOS CLIENTES

4. DETALLES A CUIDAR DURANTE EL SERVICIO

5. GESTIÓN DE QUEJAS Y RECLAMACIONES

6. PROTOCOLO GENERAL DE ATENCION AL CLIENTE

1. INTRODUCCIÓN

Es conveniente detallar e imitar cuales son estas actitudes y definir muy claramente cuales deberán ser los atributos y conocimientos de los que deberán hacer gala los profesionales que quieran ser competitivos en un futuro.

Hay que ser capaces de sorprender a los clientes practicando una amabilidad en el trato que les brindamos, sincera, continuada y que marque distancias con respecto a los que el cliente pueda recibir en otros establecimientos.

También hay que cuidar la comunicación diaria con nuestros compañeros, para evitar errores en la prestación del servicio y para mostrarnos respetuosos hacia ellos, así como tener interés e ilusión en aportar a través de nuestras sugerencias, elementos de mejora y actualización al restaurante en el que trabajamos.

1.1. Objetivo

Ofrecer y garantizar la mejor calidad en la atención al cliente, a través de cada uno de los trabajadores que labora en la empresa teniendo como finalidad la satisfacción de las necesidades de los clientes y su fidelización.

1.2. Alcance

Se aplicará como estructura fundamental y adecuada, facilitando la labor de los empleados con la ayuda de este protocolo, creando así un ámbito laboral apropiado con los clientes internos y externos.

2. LA IMPORTANCIA DEL CLIENTE

La necesidad de conservar nuestros clientes y de captar nuevos, que la calidad de nuestro servicio debe cumplir la máxima exigencia para poder garantizar que, de esta manera, dicho servicio está dirigido a cumplir sus necesidades.

El cliente satisfecho es el cliente que repite en el consumo del producto. Volverá a nuestro restaurante si el servicio que recibe en él satisface sus expectativas o incluso las supera.

Al cliente se le puede recuperar y se le puede perder definitivamente. Gastará su dinero con nosotros y nos traerá a sus amigos si somos capaces de satisfacer sus necesidades. Si se

le engaña nos estamos engañando a nosotros mismos y tarde o temprano nos lo hará saber, gastando su dinero en otro sitio.

Si queremos tener clientes repetidores deberemos darle una gran importancia a la amabilidad y al trato que les dispensemos. Para conseguir que todos ellos repitan, deberemos transmitir todas las conductas que a continuación se detallan:

- Que saludemos al cliente antes de que lo haga él.
- Que le saludemos con educación y por su nombre.
- Que le tratemos de usted y por su apellido siempre que sea posible, con la debida discreción.
- Que chequeemos constantemente los detalles de nuestra sección, para dar una buena imagen. (recoger las mesas, ordenar sillas...)
- Que avisemos con agilidad de cualquier anomalía que observemos, aunque no sea de nuestra directa responsabilidad.
- Que nunca expresemos un “NO” rotundo a una solicitud de un cliente, buscando siempre una alternativa. Si la solución no depende de nosotros busquemos a quien lo pueda resolver.
- Que practiquemos en nuestra relación con clientes y compañeros una amabilidad sorprendente.
- Que cuidemos nuestra estética e higiene, estando siempre impecables. (no piercings, anillos y tatuajes a la vista)
- Que demos constantemente ideas.
- Que nos formemos periódicamente.

3. COMO FIDELIZAR A LOS CLIENTES

Para fidelizar a un cliente, tenemos que marcar una diferencia en la atención al cliente respecto a la de los otros establecimientos. Tenemos que satisfacer, sorprender, y personalizar el servicio de cada uno de ellos.

La estrategia de la satisfacción del cliente, se basa en no dar ningún motivo al cliente para que se vaya y en reaccionar con rapidez cuando se detecte un pequeño síntoma de insatisfacción. Se trata de crear valor en la relación con el cliente a través de la confianza mutua.

Si a un cliente lo tenemos satisfecho, reducimos en gran proporción la posibilidad de que busque otras ofertas en la competencia. Para ellos debemos retener información sobre

cada cliente para conocer sus gustos y caprichos. Así, poco a poco necesitará menos ayuda e información, y cometeremos menos errores con él.

EL TIEMPO DE ESPERA

El tiempo de espera puede ser uno de los elementos que más incida en la valoración de un servicio:

- Los tiempos de espera indeterminados se hacen más largos que los conocidos (“le quedan a usted veinte minutos”).
- Las esperas sin explicación se perciben más largas que cuando se explican. Hay que tener en cuenta que el cliente “siempre quiere ganar al precio”, y para eso hay que dar siempre más de lo que el cliente espera.

“Un cliente que se sienta importante en nuestro restaurante, es un cliente fidelizado”

4. DETALLES A CUIDAR DURANTE EL SERVICIO

La principal finalidad de nuestro Restaurant - Pollería “Flavius” es la de conseguir, a través de un trato personal y diferenciado, que los clientes queden satisfechos de los servicios que les prestamos. Es de nuestra obligación y competencia el conseguir que los clientes se sientan lo mejor tratados posibles, evitando el “NO” y aportando soluciones y facilidades, porque sin clientes no tendríamos trabajo.

¿CUÁNDO SE SIENTE MOLESTO EL CLIENTE?

- Cuando el cliente habitual no es reconocido.
- Cuando hay exceso de calor, frío o humedad.
- Cuando el agua o bebidas frías no lo están.
- Cuando las bebidas gaseosas no tienen gas.
- Cuando quedan sobras de alimentos en las mesas y no se retiran con rapidez.
- Cuando las bandejas tienen grasa o están sucias.
- Cuando las bandejas y sobras quedan en las mesas.
- Cuando cada alimento no tiene sus propios cubiertos para servirse.
- Cuando el cubierto de servir no es el adecuado.
- Cuando las mesas están sucias del servicio anterior.
- Cuando la silla está sucia o con migas del servicio anterior.
- Cuando la vajilla está agrietada.
- Cuando los cubiertos están sucios o mal lavados.
- Cuando los vasos presentan agrietados.
- Cuando el ketchup, tarros de mostaza y otros tienen el cuello del envase sucio del producto ya seco.

- Cuando los manteles están quemados, manchados, arrugados o rasgados.
- Cuando las mesas se limpian con trapos sucios.
- Cuando se observan insectos diversos.
- Cuando las botellas tienen polvo.
- Cuando la factura está arrugada, sucia, equivocada o mal sumada.
- Cuando se pide la factura y tarda en llegar, y hay que reclamarla.
- Cuando la factura y el ticket de la tarjeta de crédito no coinciden.
- Cuando traen la factura sin haberla pedido.
- Cuando el baño está sucio.
- Cuando falta papel higiénico en el baño.
- Cuando no ponemos la silla adecuada para niño o bebé.
- Cuando los camareros están hablando y no atienden a los clientes.
- Cuando el camarero no tiene una mínima presencia.
- Cuando el camarero mira de forma inadecuada al acompañante del cliente.
- Cuando se pide ante una queja la presencia del jefe y éste no aparece.
- Cuando ante un problema un camarero pasa a otro, y así sucesivamente, la posible solución.
- Cuando entre el personal se pelean o levantan la voz.
- Cuando el camarero tiene mal aliento.
- Cuando el camarero, al ser solicitado, contesta que esa no es su zona.
- Cuando el personal exhibe excesos en anillos y pulseras.
- Cuando falta aseo personal en uñas, sudores y manchas.
- Cuando es difícil localizar al camarero.
- Cuando el cliente tiene la mala sensación de que los camareros le están haciendo un favor.
- Cuando el camarero muestra excesiva prisa.
- Cuando se huelen los perfumes de las camareras.
- Cuando hay excesiva rotación de personal.
- Cuando se deja los cubos de basura abierta.
- Cuando las mesas no están correctamente dispuestas o alineadas.
- Cuando las mesas y sillas están sin calzar.
- Cuando hay excesivos ruidos.
- Cuando las servilletas y manteles están húmedos.
- Cuando se acaba la música y no se pone otra vez, o está excesivamente alta.
- Cuando nos giramos y empezamos a caminar sin mirar antes, provocando golpes y encontronazos con compañeros y clientes.

- Cuando un camarero discute con otro delante de los clientes.
- Cuando el cliente escucha conversaciones entre camareros, sean relacionadas con el servicio o no.
- Cuando el cliente espera en una mesa a sus acompañantes, y nadie se le acerca ofreciéndole un aperitivo.

5. GESTIÓN DE QUEJAS Y RECLAMACIONES

Puede pasar que, a pesar de todo el esfuerzo de un equipo, algún cliente no quede satisfecho de los servicios y se queje. En este caso, es evidente que siempre hay que escucharlo con amabilidad, respeto y cortesía.

Hay casos en los que el cliente se impacienta por deficiencias o dificultades que ha de sufrir, causados o no por el servicio, se incomoda, se siente incomprendido, transmite su nerviosismo e impaciencia, y así somete a los profesionales a presiones que deben ser atendidas con serenidad, profesionalidad y eficacia.

Nunca se debe entrar en discusiones por las quejas que pueden presentarse durante el trabajo. Cualquier reclamación ha de ser bien recibida como una nueva oportunidad para mejorar el servicio. Será atendida y resuelta con agilidad, y en caso necesario, transmitida al supervisor responsable, capaz de actuar sobre el problema.

Se entiende por “quejas” aquellas reclamaciones que nos hacen los clientes sobre la prestación del servicio, instalaciones, atención recibida, etc.; por lo tanto, no se puede confundir con una “reclamación” formal.

La insatisfacción del cliente la pueden determinar los siguientes aspectos: Comida
Información, facturación, limpieza, temperatura, esperas amabilidad.

El cliente acepta habitualmente algún error, siempre que se rectifique y se le recompense de forma inmediata con una amabilidad y eficiencia sorprendentes.

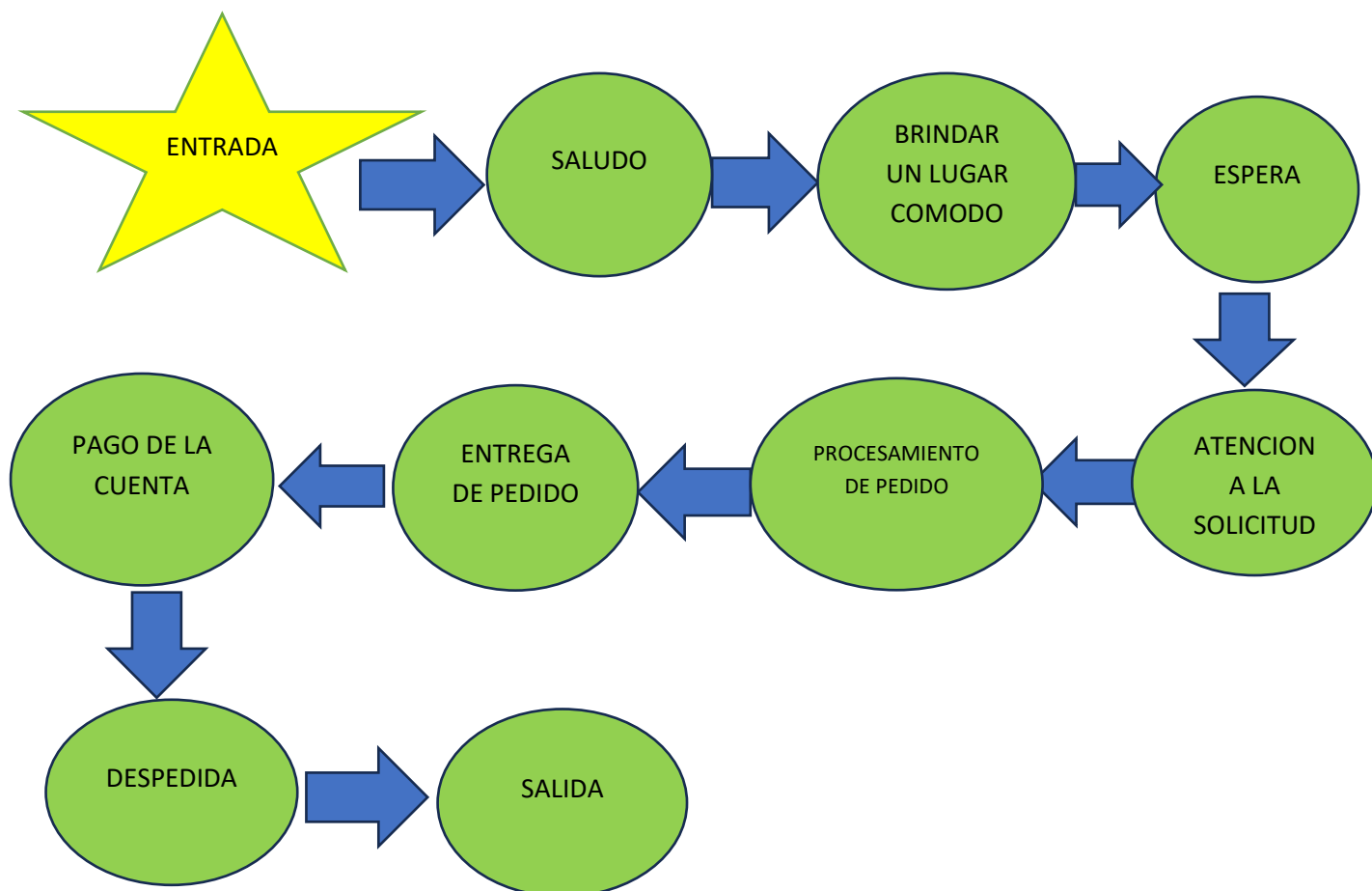
Cuando el cliente sugiere o se queja es una buena oportunidad para reconquistarlo rápidamente.

6. PROTOCOLO GENERAL DE ATENCIÓN

- Entrada: llegada del cliente
Saludo: es indispensable y debe ir acompañado de una cara amable con actitud de servicio: (buenas noches/bienvenido, mi nombre es), ¿En qué le puedo ayudar?
- Brindar un lugar cómodo: mostrar el lugar para que se acomode, donde se sienta más a gusto. Dar al cliente la atención completa y exclusiva durante el tiempo del contacto.
- Atención a la solicitud: escuchar de manera atenta la solicitud o pedido del cliente para luego brindar un buen servicio. Ofrecer bebidas: ¿me permite ofrecer algo de beber? de beber les ofrezco...

- Procesamiento del pedido: se procesa el pedido o servicio requerido por el cliente
- Entrega del pedido: se entrega el pedido al cliente para que el resultado o paso a seguir en el servicio solicitado sea satisfactorio.
 - Antes de servir las bebidas asegurarse que los vasos y vajillas estén en óptimas condiciones.
 - Llevar los platos: se deben entregar por el lado derecho del cliente “con permiso sr/ Sra./Srta., Algo más en que le pueda colaborar”
 - Retirar los platos sucios: con permiso puedo retirar
- Pago de la cuenta: dar oportunamente la cuenta de pago del pedido generando así una buena comunicación y la prestación del servicio.
- Despedida: es muy importante al igual que el saludo: ``muchas gracias por su compra, vuelva pronto al restaurant ``pollería flavius`` que pasen una buena noche.

Diagrama del proceso de servicio de atención al cliente.



**MANUAL DE PROCEDIMIENTOS
OPERATIVOS PARA EL RESTAURANTE
POLLERÍA FLAVIUS**

AUTORES:

Reyna Mozombite Zuska de Jesús

Rios Tuisima Cindy Fiorella

Iquitos, octubre 2024

JUSTIFICACIÓN DEL MANUAL

La realización del Manual de Procedimientos Operativos para el restaurante pollería Flavius es importante, ya que el restaurante tiene potencial para ser un lugar rentable, por su excelente ubicación, por los productos de calidad que el dueño exige se manejen en su establecimiento, por los altos estándares que el dueño maneja hasta ahora de manera empírica y por ser una empresa dirigida con valores y principios éticos en cuanto al trato a los clientes internos y externos.

El propósito de este manual; es contribuir al restaurante para que a través de procedimientos operativos las ventas aumenten, paulatinamente mediante una cocina de calidad y un servicio esmerado y profesional, iniciando desde la selección de los proveedores hasta el servicio de los platos terminados a los clientes con los respectivos pasos que se requieren para alcanzar dicha finalidad.

1.1 MARCO CONCEPTUAL

¿Qué es Función?

Función es la asignación de tareas que realizaremos en el transcurso de nuestro día de labores, es decir, las actividades que deberemos cumplir día a día según el cargo que ocupemos.

¿Qué es Responsabilidad?

La responsabilidad es el compromiso que tenemos con nosotros mismos y con la empresa en la cual trabajamos para cumplir con nuestro trabajo no sólo con lo que se nos pide sino con las actividades que están implícitas dentro de las mismas y dentro de las normas de la ética y la moral. (Ejemplo: llegar puntual, ponernos el uniforme, cuidar nuestro lugar de trabajo, etc.)

¿Por qué es importante definir el trabajo del personal?

Es importante definir el trabajo del personal que labora en el restaurante porque de esta manera no se duplican las funciones y a su vez no se desperdicia tiempo, dinero ni esfuerzo físico que puede ser requerido e invertido de mejor manera en otras actividades para dar un mejor servicio al cliente y proporcionar mayor satisfacción a los colaboradores al ver que su trabajo es organizado y que sus energías no son desperdiciadas de manera inútil. Además, es más fácil controlar y supervisar que las tareas de los trabajadores hayan sido realizadas si saben y sabemos qué debía de realizar cada persona en su check list de actividades diarias.

1.2 ASPECTOS QUE SE TOMARÁN EN CUENTA EN ESTE MANUAL

Desarrollo de procedimientos

En este punto se tienen que definir y diseñar, los distintos documentos que se van a utilizar en el proceso. Además, será preciso definir el recorrido que tendrán dichos documentos dentro de la empresa y las tareas que deben realizarse en los distintos puestos de trabajo.

Tareas por puesto de trabajo

Son los trabajos, que se realizan en los diferentes puestos de trabajo de la empresa. Conviene no confundir las responsabilidades de un puesto de trabajo con las funciones que realiza la persona asignada a dicho puesto.

Recorrido de documentos

Es el circuito que siguen los distintos documentos de la empresa (pago a proveedores, facturas, etc.), a través de los distintos departamentos de la misma.

Normas de control interno

Serán los requisitos que debe cumplir cada documento en su recorrido por los diferentes puestos de trabajo.

Identificación de tareas

En esta fase se pretende implantar y poner en funcionamiento el manual de procedimientos operativos que se ha diseñado. Para ello será preciso definir una serie de fases:

Evaluación de cargas de trabajo

En esta fase se debe evaluar y cuantificar la carga de trabajo de cada puesto de trabajo. Esta evaluación se realiza sólo en lo que respecta a los procedimientos operativos. Por ejemplo: como servir un plato desde que se procesa la orden hasta que se sirve a la mesa.

Asignación de personal

Una vez evaluada la carga de trabajo de cada puesto, es preciso asignar personas, adecuadas en número y capacidad, para realizar dichas tareas.

Capacitación

En esta fase se trata de enseñar, a todas las personas involucradas, lo que tienen que hacer en sus respectivos puestos de trabajo, (qué tareas deben realizar, documentos a utilizar, forma de cumplirlos, etc.).

Evaluación

Consiste en someter el manual de procedimientos operativo desarrollado a una serie de pruebas lo más aproximadas posibles a la realidad para constatar que funciona correctamente y que responde a las expectativas formuladas.

Control y seguimiento

Durante un cierto período de tiempo es necesario comprobar que el manual de procedimientos operativos desarrollado para el establecimiento cumple y mantiene el nivel de calidad, con lo que se le ha asignado en el momento de su formulación y con visión futura para utilización para abrir otros establecimientos.

Actualización permanente

Esta fase es consecuencia de las variaciones que se producen en el entorno de la empresa. Este entorno, al cambiar cada vez con mayor rapidez, produce un envejecimiento en los procedimientos de la empresa. Para evitar esta pérdida de calidad, es conveniente proceder una revisión periódica de todo el manual de procedimiento operativo de la empresa y actualizarlo para añadir o suprimir pasos que con el trabajo diario se consideren pertinentes.

1.3 FUNCIONES DEL ADMINISTRADOR

- Programa horarios del personal del establecimiento con sus días libres y las vacaciones anuales, el horario de limpieza del baño de personal.
- Toma decisiones.
- Autoriza y controla horas extras del restaurante.
- Realiza los horarios para eventos con personal fijo y extra.
- Realiza el calendario de actividades anuales tales los días festivos y alguna fecha más que se considera importante.
- Planifica nuevas estrategias de promoción y venta para los productos que expende el restaurante.
- Revisa y controla los reportes generados en todas las áreas del restaurante.
- Elabora los informes semanales de las ventas realizadas en el restaurante para enviar a la oficina principal.
- Realiza memorandos para el personal del establecimiento.
- Revisa el menú para el personal elaborado por el chef mensualmente.
- Controla la presentación e higiene del personal que labora en el establecimiento.
- Realiza charlas motivacionales al personal operativo. •

Supervisa la atención del servicio en el restaurante.

- Atiende a los clientes que soliciten información.
- Envía cotizaciones para eventos que se soliciten realizar en el establecimiento con previo aviso.
- Controla el cumplimiento del presupuesto establecido mensualmente. •

Revisa diariamente el libro de novedades.

- Está pendiente de la facturación diaria del restaurante. •

Se encarga del pago a proveedores.

- Archiva la documentación del restaurante.
- Analiza costos para la fijación de precios de productos.
- Control de la materia prima para la utilización y preparación de alimentos y bebidas.
- Control de costos mensuales.
- Maneja una base de datos de personal ocasional.

PROCEDIMIENTOS GENERALES DE SERVICIO

Operaciones de limpieza, puesta a punto de equipos, útiles y menaje de Trabajo

- Las superficies, equipos y utensilios se limpian, usando la ropa de trabajo establecida
- Las instrucciones de seguridad, uso y manipulación de productos de limpieza se cumplen teniendo en cuenta su posible toxicidad y contaminación medioambiental.
- Las instrucciones relativas al mantenimiento se interpretan y aplican correctamente, permitiendo de esta manera la conservación y cuidado de los equipos y útiles
- Las anomalías observadas en el área se comunican con prontitud a la persona encargada

PROCEDIMIENTOS GENERALES DE SERVICIO

Montaje de mesas y elementos de apoyo, decoración y ambientación

En el montaje del salón tener en cuenta:

- Alinear y equilibrar las mesas
- Repasar la limpieza
- Alistar material para el montaje
- Revisar y poner en marcha los equipos
- Despegar los chicles del piso y las mesas
- Envolver los cubiertos con servilletas

En la decoración y ambientación del salón se debe tener en cuenta:

- Colocar los elementos decorativos en los lugares adecuados
- Encendido y mantenimiento de iluminación idónea
- La selección de la ambientación musical el control de volumen de la música

El desarrollo del servicio se realiza teniendo en cuenta:

- las instrucciones recibidas
- Las normas operativas del establecimiento
- Los medios de trabajo definidos
- el tipo de servicio
- el desarrollo lógico del servicio
- las normas elementales de protocolo en el servicio

El servicio de bebidas se realiza:

- Procurando en todo momento su realización con la máxima rapidez y eficacia
- Mostrando una correcta actitud de servicio
- Aplicando técnicas simples de servicio emplatado
- Transportando los alimentos en la forma y momentos adecuados
- Transportando los alimentos, con rapidez y eficacia

Operaciones después del servicio

El almacenamiento y reposición para el siguiente servicio se realiza según instrucciones y teniendo en cuenta:

- las normas operativas del establecimiento
- el tipo de envasado
- las características de conservación
- las necesidades del servicio
- el momento de utilización

La adecuación y reposición de material para el siguiente servicio se realiza teniendo en cuenta:

- las normas operativas del establecimiento
- la distribución de la zona según previsiones.
- la ventilación del local
- el repaso de las instalaciones,
- especialmente suelo, mesas y sillas
- la supervisión y desconexión de los equipos de servicio
- el cierre del local

85

Las operaciones de fin de servicio se realizan según las normas operativas de establecimiento, teniendo en cuenta:

- la limpieza y desinfección de útiles y equipos
- el traslado de material
- la ventilación del local

4.5 PROCEDIMIENTO DEL ÁREA DE SERVICIO

Área	SERVICIO
Responsable	MESERO
Hora de Entrada	16:00pm
Hora de Salida	12:00am
Uniforme	Polo blanco con logotipo
	Gorra deportiva negra con logotipo
	Delantal y pantalón negro
Objetivo del Área	* Servir a los clientes los alimentos y bebidas que se expenden en el restaurant-Pollería
	* Dar un servicio eficaz y eficiente
Implementos Básicos	Trapos para hacer limpieza
	Escoba para limpiar
	Trapeador para limpiar
	Desinfectantes, limpia vidrios, cloro, etc.
	Charolas para servir y recoger platos
	Licadoras para hacer salsas y ají
	Lavavajillas para poner platos sucios

Actividad: Limpiar los baños de los clientes (hombres y mujeres)



PROCEDIMIENTO LIMPIEZA DE BAÑOS		
Secuencia	Actividad	Documento
Botar la basura	* Vaciar los tachos de basura	Control de limpieza de baños
Limpieza de paredes	* Limpiar las paredes	
Limpieza de grifería	* Limpiar los grifos de agua	
	con esponjas suaves para no rayar	
	* Secar inmediatamente	
Limpieza de lavamanos	* Frotar con esponja verde con	
	detergente	
	* Enjuagar con abundante agua	
	* Limpiar con desinfectantes	
	* Enjuagar con agua	
	* Si se desea se puede pasar	
	productos con olor a pino	
Limpieza tanque inodoro	* Limpiar el tanque del inodoro	
	para evitar que el sarro y los	
	hongos se acumulen	
Limpieza taza inodoro	* Utilizar un desinfectante a base	
	de cloro como lejía	
	* Rociar la taza y dejar actuar	

	* Limpiar las paredes internas de la
	taza con la escobilla
	* Dejar correr el agua del inodoro
	* Utilizar productos con base con
	abrasiva para el sarro y frotar
	esponja verde gruesa
	* Enjuagar con agua y secar
	* Secar con un paño
Limpieza del piso	* Barrer el piso
	* Desinfectar el piso con cloro
Colocar jabón	* Abrir el dispensador plástico y colocar jabón líquido dentro del mismo. Cerrar el dispensador.

ACTIVIDAD: PREPARAR EL SALÓN

- Limpiar las ventanas del área del salón.
- Limpiar las mesas y sillas del área del salón con agua y detergente.
- Despegar los chicles pegados en el suelo del salón con una espátula. •

Barrer el piso del área del salón.

- Trapear el piso del área del salón.
- Poner las salsas en los recipientes pequeños desechables (de 4 a 6 bandejas según el día)
- Envolver en una servilleta un tenedor y un cuchillo (completar una bandeja con cubiertos)
- Envolver en una servilleta una cuchara (completar una bandeja con cubiertos)
- Acomodar el área de despacho con: servilletas, saleros, salsas y ajiceros.

ACTIVIDADES DURANTE EL SERVICIO

ACTIVIDAD: SERVIR MESAS

- Leer la nota de pedido de compra que está colocado en la barra. Despachar los pedidos a cada mesa.
- Recoger los platos armados en el área de despacho sobre bandejas.
- Llevar las bandejas a las mesas designadas en la nota de compra.
- Entregar la boleta de compra en la mano del cliente.

ACTIVIDAD: RECOGER MESAS.

- Levantar los platos sucios de las mesas.
- Botar los alimentos en el tacho de basura.
- Botar los desechables en el tacho de basura.
- Colocar los platos y cubiertos sucios en el área de lavar platos, dejando los platos en orden.

ACTIVIDADES POST SERVICIO

- Botar los residuos de salsas del día de labores.
Guardar el ají sobrante del día de labores.
- Dejar el área de preparación de salsas limpio.
- Dejar el área de lavaplatos limpio.

FUNCIONES DEL MESERO

- Atender a los clientes.
- Limpiar mesas.
- Servir y retirar lo utilizado por el cliente en el servicio.
- Verificar que el pedido no tarde mucho tiempo en llegar.
- Limpiar el área de servicio y el área de preparación de salsas en la cocina. •

Preparar las salsas y el ají del día.

- Envolver los cubiertos.
- Llenar los saleros.
- Recibir, atender, recomendar y despedir a los clientes.
- Controlar la satisfacción de los clientes con los productos y servicios ofrecidos.

Procedimientos de Recepción, Servicio y

Despedida del Cliente¹⁴

1. Recibir al cliente con amplia sonrisa diciendo buenos días/ tardes Señoras, Señores, Señoritas.

2. Explicaremos a los comensales que antes del servicio deben de acercarse a solicitar su orden directamente en caja y cancelar su pedido y que posteriormente se les llevará la comida a la mesa seleccionada.

4. Servir las bebidas en la mesa.

5. Servir los alimentos ordenados por los clientes.

6. Retirar todos los platos de la mesa.

7. En el momento de su marcha despediremos atentamente al cliente.

8. Limpiar la mesa y llevar los platos y desperdicios a la cocina.

TRATO CON CLIENTES¹⁵

<p>1. Tratar al cliente siempre de USTED. Excepto cuando se trate de niños, adolescentes o personas muy jóvenes.</p>
<p>2. Tratar al cliente por su nombre cuando lo conocemos. (en caso de clientes habituales) Buenas noches Sr. Sánchez, acompáñenme a su mesa. Siempre ser correctos, amables y atender con una cálida sonrisa.</p>
<p>3. Debemos de ser amables también cuando el cliente nos solicite ayuda. (Pregunta por los servicios o cualquier tipo de información que solicite). En caso de que no podamos ayudarle por desconocimiento, le pediremos amablemente que aguarde un momento mientras acude un compañero para ayudarle.</p>
<p>4. Por norma general deberemos ofrecer al cliente una sonrisa siempre que nos crucemos con él, aunque no esté en la zona que atendemos.</p>
<p>5. Atención al teléfono. Cuando contestemos al teléfono lo haremos siempre con la siguiente frase. Restaurante – Pollería Flavius buenas tardes/noches, en un tono amable. Siempre anotar los recados.</p>

RECOMENDACIONES PARA EL ÁREA DE SERVICIO

<ul style="list-style-type: none">• Saludar al cliente y darle las gracias al marcharse.
<ul style="list-style-type: none">• Guardar siempre la compostura y sonreír
<ul style="list-style-type: none">• No tome cubiertos del lado por donde se come.
<ul style="list-style-type: none">• Cambiar todo lo que se caiga al suelo. Colocar un objeto limpio para el cliente envuelto en una servilleta y recoger el objeto sucio y retirarlo.
<ul style="list-style-type: none">• Caminar aprisa pero nunca correr.
<ul style="list-style-type: none">• Todo debe salir con la temperatura correcta.
<ul style="list-style-type: none">• Asista a sus clientes lo más que pueda.
<ul style="list-style-type: none">• Nunca mascar chicle o fumar.
<ul style="list-style-type: none">• Cuando tome platos, nunca deje que su mano toque el lado donde está la comida.
<ul style="list-style-type: none">• Nunca se atreva a cargar más de lo que pueda.
<ul style="list-style-type: none">• Aprenda a usar su tiempo sabiamente organizando sus vueltas.
<ul style="list-style-type: none">• Si una orden se atrasa en la cocina, primero informe al administrador y después a sus clientes. El administrador irá a la mesa y explicará el motivo de la tardanza. Diga la verdad, nunca se esconda de sus clientes.
<ul style="list-style-type: none">• Si un cliente le pide algo al estar en la mesa, asegúrese de preguntar al resto si desean lo mismo también, esto le ahorrará muchísimas vueltas.
<ul style="list-style-type: none">• Cuando trate de alcanzar algo o esté sirviendo enfrente de alguien, pida permiso.

<ul style="list-style-type: none">• NUNCA se sienta con un cliente o amigo mientras se está en turno, aún cuando le pidan que lo haga.
<ul style="list-style-type: none">• El cliente NO está obligado a dejar propina.
<ul style="list-style-type: none">• Una propina nunca debe de ser removida de la mesa mientras el cliente siga ahí a menos que este mismo se lo dé en la mano o le señale para que venga a recogerlo.
<ul style="list-style-type: none">• No comer o beber al frente del restaurante durante las horas de trabajo.
<ul style="list-style-type: none">• Cuando se sirva la orden, poner el plato de modo que la “carne” quede lo más cercano al cliente.
<ul style="list-style-type: none">• Nunca se vaya de una mesa sin que haya quedado clara una orden.

PROCEDIMIENTO GENERAL DE COCINA		
Aprovisionamiento interno de insumos y utensilios.	<input type="checkbox"/>	El aprovisionamiento interno de materias primas y utensilios se realiza siguiendo el plan de trabajo.
	<input type="checkbox"/>	Todos los alimentos y bebidas que se utilicen habrán sido previamente solicitados a al almacén.
	<input type="checkbox"/>	Los insumos necesarios para la preparación de los platos del día se disponen en los lugares previstos.
	<input type="checkbox"/>	Se realiza el mise en place de los alimentos para todo el día de labores.
	<input type="checkbox"/>	Se pela, se corta, se ralla, se cocina la materia prima para tener el mise en place.
	<input type="checkbox"/>	La normativa de manipulación de alimentos se aplica durante todo el proceso.
	<input type="checkbox"/>	Se participa en la mejora de la calidad durante todo el proceso.
	<input type="checkbox"/>	Se mantiene el orden y la limpieza del área de trabajo donde han preparado los alimentos.
	<input type="checkbox"/>	Se limpian los mesones, se barre y trapea el piso, se bota la basura, se lavan las ollas y utensilios.
	<input type="checkbox"/>	Se comprueba el stock mínimo de materias primas y se comunica su cantidad al administrador.

Preparar, presentar y servir	o	Los útiles, equipos y menaje se seleccionan en función de la preparación y servicio a realizar	
	o	La preparación de los alimentos se realiza:	* utilizando los recipientes adecuados
			* aplicando técnicas básicas
			* aplicando normas de seguridad laboral
			* aplicando normas de higiene en
			la manipulación de alimentos
			* actuando dentro de sus responsabilidades
			de manera correcta y en el mínimo
			plazo de tiempo
			* ajustando las cantidades a la receta estándar
			* utilizando los recursos necesarios
			en el mínimo tiempo posible
		* procurando máxima rapidez y eficacia	

Preparar, presentar y servir	<input type="checkbox"/>	Al presentar los alimentos preparados se comprueba que éste se ajusta	
		plenamente a la petición del cliente	
	<input type="checkbox"/>	Las operaciones de acabado, guarnición y decoración se realizan ajustándose	
		al tipo de servicio, definición del producto o normas preestablecidas	
	<input type="checkbox"/>	La temperatura idónea de servicio de los platos se mantiene, comprobando	
		que no sufran ningún tipo de alteración o deterioro	
	<input type="checkbox"/>	El perfecto estado de orden y limpieza del área de trabajo donde ha	
		preparado los alimentos se mantiene	
	<input type="checkbox"/>	Los medios establecidos para todo el proceso de preparación de los	
		alimentos se utilizan de modo que se eviten costos y desgastes innecesarios	
<input type="checkbox"/>	La calidad de los resultados obtenidos se controlan conforme a los niveles		

		de estándares del restaurante	
	<input type="radio"/>	Las normas de manipulación de alimentos se cumplen en todo momento	
	<input type="radio"/>	Evitar fuentes de contaminación	
	<input type="radio"/>	Los servicios básicos para la realización de los alimentos se utilizan de	
		forma racional, evitando consumos, costos y desgastes innecesarios	

4.7 PROCEDIMIENTO DEL ÁREA DE COCINA 1

Área	COCINA
Responsable	Asador
Hora de Entrada	15:00pm
Hora de Salida	12:00am
Uniforme	Uniforme de Chef
	Gorra con logotipo o gorro azul de tela
	Delantal
Objetivo del Área	* Recibir, porcionar, y preparar el pollo a la brasa que se ofrece en la pollería
	* Cuidar la higiene, presentación, sabor, y temperatura de los alimentos
Implementos Básicos	Cuchillos
	Utensilios de Cocina
	Ollas
	Sartenes
	Licadoras
	Equipos de cocina
	Productos de limpieza
	Escoba y trapeador

Actividad: Poner todo a punto.

- Asar el pollo en las brasas (pollo entero)
- Elaborar arroz.
- Freír papas y plátano para servir el plato.
- Porcionar el arroz.
- Porcionar el pollo por 1/8

ACTIVIDADES POST SERVICIO

- Lavar platos, ollas y utensilios que ocupen en el transcurso del día

- Limpiar mesones

FUNCIONES DEL COCINERO

- Transformación de materia prima en alimentos comestibles. •
Realiza pedidos diarios Almacén.
- Elabora los procesos y sus modificaciones para el funcionamiento de cocina, que deberán ser aprobados por la administración.
- Es responsable de la limpieza y buena presentación de la cocina.
- Supervisa los listados de requisiciones de pedidos de insumos para la preparación de los platos.

Controla el mise en place de la cocina.

Asigna funciones y procedimientos al personal de cocina.

- Observar punto, textura, sabor, color y conservación de las propiedades del alimento
- Prepara y despacha los platos del restaurante.
- Controla la calidad de los productos solicitados a almacén.
- Debe estar informado de la oferta y precios de los productos del mercado.
- Realiza pedidos de utensilios de cocina con autorización de la administración.
- Informa a la mesera la existencia del stock.
- Coordina con el jefe de mantenimiento el control de equipos a su cargo.
- Realiza la limpieza de los equipos a su cargo.
- Es el encargado de dar de baja a los productos en mal estado.
- Es el encargado de hacer el inventario de cocina.

- Dirige y vigila la condimentación de cuantos platos le sean encargados. • Es el responsable directo de la cocina.

Área	COCINA
Responsable	AYUDANTE DE COCINA
Hora de Entrada	15:00 pm
Hora de Salida	12:00 am
Uniforme	Polo Blanco con logotipo
	Gorra deportiva negra con logotipo
	Delantal negro
Objetivo del Área	* Ayuda a preparar el mise en place
	* Colabora con el cocinero en la producción de alimentos
	* Se encarga del orden y la limpieza del área
Implementos Básicos	Cuchillos
	Utensilios de cocina
	Ollas
	Sartenes
	Licuadoras
	Equipos de cocina
	Productos de limpieza
	Escoba y trapeador

Actividad: Limpieza del área de cocina.

- Barrer y trapear el área de cocina (3 veces al día)
- Limpiar los mesones de la cocina (cada vez que se requiere) •

Limpieza de frigoríficos, microondas y congelador.

- Lavar las ollas.
- Pelar las papas y el plátano.
- Lavar y aderezar el pollo

ACTIVIDADES DURANTE EL SERVICIO

Freír la papas y plátano.

Ayudar a porcionar pollo en cuartos y octavos.

Ayudar a armar los platos. (con su respectiva porción de papa o plátano)

Porcionar para arroz

Limpieza de bandejas.

Actividad: Limpieza de cierre.

Lavar platos, ollas y utensilios que ocupen en el transcurso del día. Limpieza de mesones.

Barrer y trapear el área de cocina.

FUNCIONES DEL AYUDANTE DE COCINA

- Tener el conocimiento de la producción del plato de pollo a la brasa.
- Recibir, verificar y almacenar la cantidad de la mercadería comprada o solicitada.
- Realizar pedidos a almacén.
- Preparar el mise en place del día. Limpieza de área asignada.
- Ayudar al cocinero.
- Alistar diariamente los materiales para la elaboración del plato.
- Procesar materia prima. Preparar salsas.

PROCEDIMIENTOS O DEL ÁREA DE CAJA

Área	CAJA
Responsable	CAJERO
Hora de Entrada	16:00pm
Hora de Salida	12:00am
Uniforme	Polo blanco con logotipo
	Gorra deportiva negra con logotipo
	Delantal y pantalón negro
Objetivo del Área	*Cobrar los pedidos de los clientes y tomar las órdenes para solicitar a cocina.
Implementos Básicos	Caja registradora
	Frigoríficos de bebidas
	Dispensador de gaseosas
	Teléfono

Actividad del área.

- Barrer y trapear el área de caja y el pasillo de entrada. •
- Ordenar el sitio de caja, barra y congeladores.
- Proveerse de dinero para dar el cambio.
- Contar el efectivo del fondo de caja chica.
- Llenar los congeladores con bebida.
- Pagar a los proveedores.
- Recibir y controlar las facturas de los proveedores.
- Preparar papelería para entregar al gerente.
- Realizar las órdenes de compras de caja.
- Manejar la caja chica.
- Revisar que las salsas y el ají estén ya preparadas.

ACTIVIDADES DURANTE EL SERVICIO

- Recibir al cliente dándole la bienvenida. •

Tomar el pedido del cliente.

- Anotar el pedido.
- Dar al cliente el monto total de su cuenta.
- Cobrar la cuenta.
- Entregar las bebidas al cliente.
- Dejar la orden de pedido en la barra de despacho.
- Hacer cierre de caja.

FUNCIONES DEL CAJERO

- Controla las ventas diarias que tiene el restaurante.
- Lleva un registro de las ventas del día y las comprueba al final del día con el cierre de caja y con el dinero existente en caja.
- Maneja los ingresos y egresos del restaurante para enviárselos al contador de la empresa.
- Se responsabiliza de cobrar las órdenes de compra de los clientes y de pasar dichos pedidos para que sean despachados.
- Emite facturas a los clientes.
- Verifica que el dinero que recibe y entrega sea la cantidad correcta. •

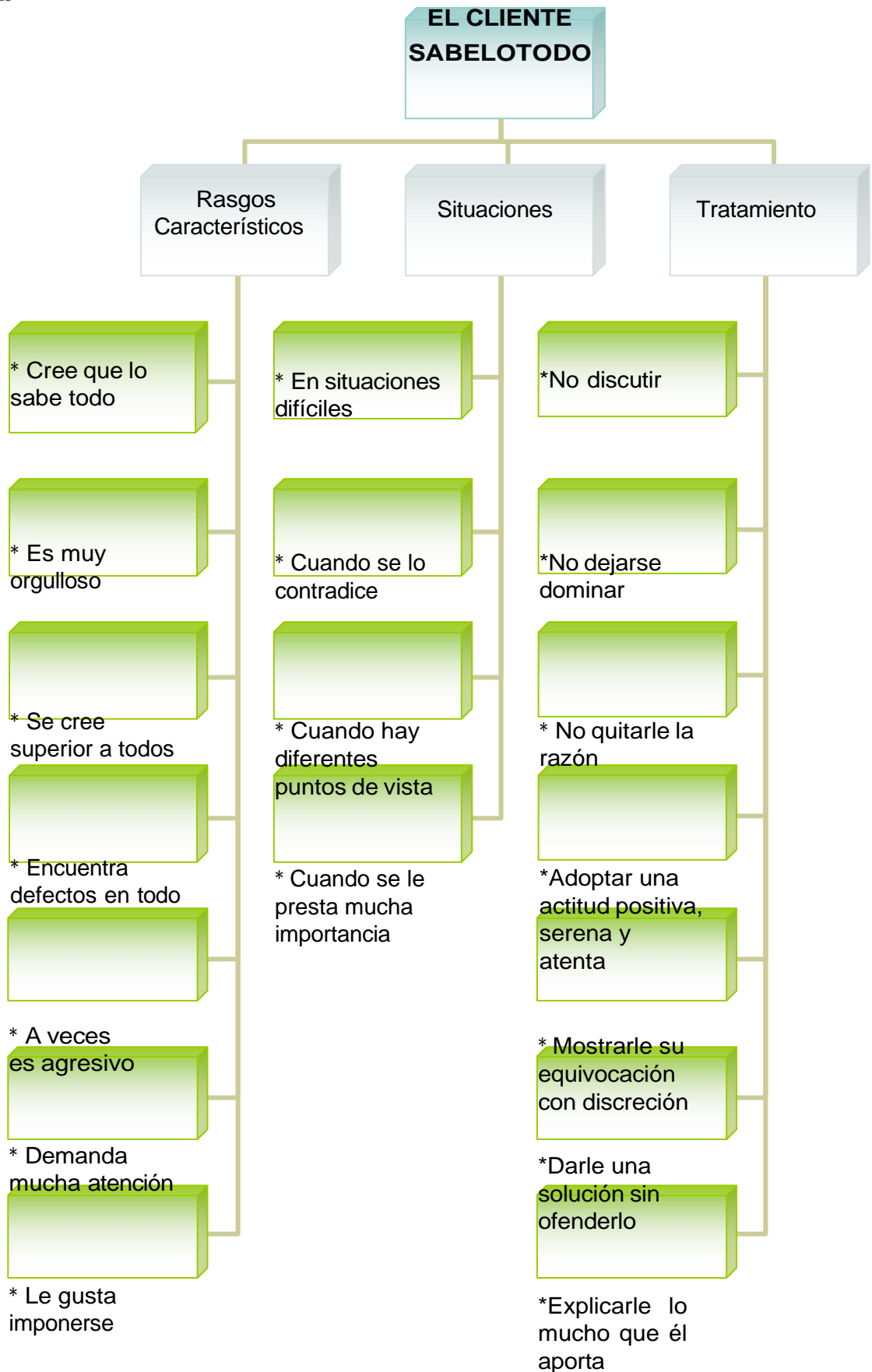
Mantiene su área limpia para atender al cliente.

- Conoce los precios de la carta.
- Verifica que el cliente se encuentre satisfecho.
- Cuadra de caja (dinero en efectivo, cuentas por cobrar).
- Determina la cantidad de dinero sobrante o faltante.
- Entrega el formato de resumen de ventas del día junto con el dinero recaudado al administrador del restaurante.
- Aconseja al cliente.
- Conoce la carta.
- Atiende al cliente.
- Atiende quejas y reclamos.

TIPOS DE CLIENTES









**EL CLIENTE
DESCONFIADO**

**Rasgos
Característicos**

Situaciones

Tratamiento

* Duda de todo
y de todos

* Rechaza todas
las
explicaciones

* Es
intransigente

* Trata de
dominar la
conversación

* No es muy
reflexivo

* Cuando
no recibe
información
completa

* Cuando
piensa que no
confían en él

* Cuando no
recibe lo que
solicita

* Cuando siente
que no lo tratan
bien

* Cuando se lo
contradice

* Conversar con
calma

* Respetar sus
ideas

* Hacerle
preguntas

* Buscar puntos
en común

* No afirmar nada
que no se pueda
demostrar



PROCEDIMIENTOS PARA REACIONAR FRENTE A RECLAMOS

1	Mire al cliente a los ojos y exprese con su rostro una actitud relajada.
2	Asienta ligeramente con la cabeza, demostrando que le escucha y le entiende.
3	No se tome el reclamo de forma personal.
4	Pida disculpas.
5	Repita aquellos hechos que determinan el reclamo, valorando de esta forma el contenido de la misma.
6	Trate de resolver inmediatamente el reclamo.
7	Observe si el cliente se siente satisfecho con su respuesta o con lo que le ofrece.
8	Al cliente no le gusta que le manden de un lugar a otro así que el problema se debe de resolver con la persona involucrada y la persona de mayor jerarquía en el lugar.
9	Si el cliente no tiene razón no pierda su tiempo en discusiones inútiles, valore la imagen de la empresa, los comentarios de los clientes que están observando, su tiempo y el de sus colaboradores etc., analice rápidamente la situación y vea como le puede satisfacer de forma inmediata para terminar con la situación.
10	Si un cliente reclama de forma agresiva en un lugar público, intente atenderle en un lugar privado; no debemos olvidar que la imagen de nuestro establecimiento es muy importante.

11	Un cliente que reclama es casi un cliente perdido, multiplicado por todos aquellos a los que contará su “desafortunada historia” en el establecimiento.
12	Una reclamación es una oportunidad de mejora, debemos resolverla con seguridad, profesionalidad y confianza.
13	Dar un seguimiento a los reclamos.

PROCEDIMIENTO DEL ÁREA DE COMPRAS Y ALMACEN

Área	COMPRAS / ALMACEN
Responsable	S/N
Hora de Entrada	
Hora de Salida	
Uniforme	Camiseta con logotipo
	Gorra con logotipo
Objetivo del Área	* Se encarga de seleccionar proveedores y hacer las compras para el restaurante
	* Recibe, almacena y distribuye la mercadería de alimentos y bebidas que llega al restaurante
	* Mantiene limpia y en orden del almacén
	* Controla los ingresos y egresos del almacén.
Implementos Básicos	Escoba y trapeador para limpiar el área
	Productos de limpieza
	Computadora
	Calculadora
	Materiales de oficina

PROCEDIMIENTO GENERAL DE COMPRAS Y ALMACEN.

PROCEDIMIENTO GENERAL DE COMPRAS Y ALMACEN.			
Realizar la recepción, distribución y almacenamiento de las mercancías, para su uso posterior	o	La limpieza de superficies y equipos se realiza	
		utilizando productos y ropa adecuada.	
	o	La limpieza se la realiza aplicando normas de	
		seguridad y sanitación	
	o	Las instrucciones de seguridad, uso y manipulación de	
		productos de limpieza se cumplen, teniendo en cuenta	
		su posible toxicidad y contaminación medioambiental	
	o	Al recibir las mercancías solicitadas se comprueba que	las unidades o pesos netos establecidos
		que cumplan con:	la calidad definida
			la fecha de caducidad
		los registros sanitarios	
		el embalaje adecuado	

		la temperatura de conservación idónea
	o Las mercancías se almacenan teniendo en cuenta:	sus características
		temperatura y grado de humedad de conservación
		normas básicas de almacenamiento
		indicaciones del producto
		factores de riesgo
		criterios de racionalización que facilitan su
		aprovisionamiento y distribución
	o Las disfunciones o anomalías observadas se	
	informan con prontitud a la persona adecuada	
	notificando las bajas, por mal estado o rotura	
	o Se participa en la mejora de calidad durante el proceso	

Recepción de alimentos y bebidas para su posterior almacenaje y distribución	<input type="checkbox"/>	Interpretar etiquetas y documentación habitual que acompañan a los alimentos y bebidas
	<input type="checkbox"/>	Asistir en la realización de operaciones de control, utilizando medios e instrucciones aportados
	<input type="checkbox"/>	Detectar desviaciones entre las cantidades y calidades de los géneros solicitados y los recibidos.
	<input type="checkbox"/>	Manipular correctamente los equipos y los géneros destinados al almacén o al consumo inmediato
	<input type="checkbox"/>	Ejecutar operaciones básicas de almacenamiento de alimentos y bebidas,
	<input type="checkbox"/>	Ordenar los alimentos y las bebidas según el lugar, dimensiones y equipamiento de la bodega
	<input type="checkbox"/>	Detectar posibles deterioros o pérdidas de géneros durante el período de almacenamiento
	<input type="checkbox"/>	Actuar con responsabilidad y honradez en los procesos de recepción, almacenaje y distribución de
	<input type="checkbox"/>	Mercancías
	<input type="checkbox"/>	Identificar los lugares apropiados para cubrir las necesidades de conservación para cada alimento
	<input type="checkbox"/>	Distribuir los géneros en forma, lugar y cantidad necesarios para poder aplicar las técnicas culinarias
<input type="checkbox"/>	Controlar la rotación adecuada de los alimentos y las bebidas	
<input type="checkbox"/>	Mantener siempre los estándares higiénico sanitarios de limpieza en el área de almacenaje	

FUNCIONES DE COMPRAS

- Recibir la programación personal enviada por el cocinero mensualmente.
- Calcular las cantidades a comprar de alimentos y bebidas para el restaurante mensualmente.
- Realización de las compras cada fin de semana.
- Realización de compras necesarias diariamente.
- Realización de compras y pago a proveedores. •

Elaboración de reportes de compras.

- Manejo de inventarios.
- Manejo de stocks mínimos. •

Entrega de reportes

FUNCIONES DE ALMACEN

- Elaborar las cartas de invitación a proveedores para cotizar. Recibir las cotizaciones de los proveedores.
- Sistematizar la información de las cotizaciones en Excel. Comparar la información y sugerir proveedores.
- Elaborar los cuadros comparativos de proveedores por grupo de alimentos. Revisar inventarios de materias primas.
- Ajustar pedidos según la programación y existencias en inventario.
- Almacenaje de productos en la bodega y cuarto frío.

- Entrega de los productos diariamente en base a las requisiciones. Ingreso de las facturas de las compras en el sistema.
- Elaborar pedidos por proveedor.
- Recibir y revisar los productos.
- Revisar los pedidos y comprobar que lo recibido sea lo solicitado, la calidad y el precio.
- Revisar la existencia de los ingredientes solicitados para las preparaciones. Alistar los ingredientes solicitados para las preparaciones.
- Entregar ingredientes a los cocineros encargados de cada preparación. Revisar existencias y entregar insumos adicionales solicitados.
- Realizar conteo físico de las materias primas del restaurante.
- Determinar el cierre del inventario una vez corregidas las diferencias.

CONOCIMIENTOS BÁSICOS DE HIGIENE Y SANITACIÓN

SEGURIDAD ALIMENTARIA

¿Por qué es importante la seguridad alimentaria?

- Evita que nos enfermemos, tanto los que trabajamos elaborando y sirviendo comidas, como nuestros clientes.
- Nos hace más profesionales.
- Mejora el negocio.
- Es lo que la ley de los alimentos exige.
- Un alimento debe ser inocuo y cumplir su función nutricional sin enfermarnos.

¿Cómo evitar la contaminación en los alimentos?

- A. Almacenar adecuadamente los productos de limpieza de uso diario en la cocina.
- B. Guardarlos en un gabinete cerrado, almacenados lejos de los alimentos y fuera de las áreas de manipulación de alimentos.
- C. Mantener los productos tóxicos en el recipiente original y nunca trasvasarlos en botellas de otros productos, como por ejemplo a envases de gaseosas.
- D. Lavar intensamente los alimentos; frutas y verduras. El alimento pudo haber entrado contaminado con una excesiva cantidad de pesticida, usada por los productores.
- E. Usar agua potable.

Factores Físicos

Los peligros físicos consisten en la incorporación de elementos ajenos al alimento, voluntaria o involuntariamente.

2.1 **Medio ambiente y materiales:** Vidrios, tornillos, astillas de madera, virutas de metal, etc.

2.2 **Materias primas:** Cáscara de huevo, residuos de latas, plásticos del empaque, etc.

2.3 **Manipulador:** Cabellos, colillas de cigarrillo, botones, anillos, etc.

a) *Factor Biológico*

La contaminación biológica es la causa más común de las enfermedades de origen alimentario. Para la mayoría de las personas es más fácil entender la contaminación por un cabello, una aguja o el derrame de detergente, sobre la comida. Todos saben que puede ser peligroso y se procura evitar la venta de este alimento. Sin embargo, cuando se trata de agentes biológicos como no se ven, muchas personas son escépticas sobre su existencia. Estos agentes biológicos pueden ser: bacterias, hongos, virus, parásitos, etc.

MÉTODOS DE LIMPIEZA

1) Quitar la suciedad gruesa (en el caso de los pisos barrer, en el caso de una olla retirar con una espátula).

2) Lavar los utensilios en el primer lavabo con detergente a una temperatura de (45° C a 55° C.) Usar un cepillo para frotar y remover la suciedad. Lograr la formación de espuma. También pueden utilizarse esponjas de fibras, No así esponjas de viruta o de acero o bronce ya que algunas partículas pueden desprenderse, mantenerse en el lugar y producir una contaminación física.

3) Enjuagar en el segundo lavabo, con agua limpia y transparente a 50° C para eliminar los residuos de comida y detergente que haya quedado.

4) Desinfectar los objetos.

A: En agua caliente a una temperatura de entre 80 y 85° C por 30 segundos. Para evitar quemaduras, entrene a su personal en el uso de pinzas, rejas o canastos para sumergir los artículos en el agua.

B: Una solución desinfectante química a por lo menos 25° C o seguir las instrucciones del fabricante.

5) Dejar que los artículos se escurran y se sequen en un área ventilada.

MANEJO ADECUADO DE DESPERDICIOS Y BASURA

También existen buenas prácticas para el tratamiento de los desperdicios y la basura. No todos los restaurantes generan el mismo volumen de desperdicios, por lo tanto, cuanto mayor sea la producción, requerirá tratamientos especiales.

Buenas prácticas:

- Sacar los contenedores de basura del área de manipulación de alimentos antes de que estén completamente llenos (2/3 de su volumen).
- Cuidar que todos los contenedores de basura tengan su tapa correspondiente.
- Usar bolsas resistentes para contener la basura.
- Limpiar y desinfectar los contenedores todos los días, al cierre de las operaciones.
- Lavarse las manos una vez terminada la operación.
- La zona de almacenamiento de desperdicios y basura debe recibir también una limpieza y una desinfección diaria.

CUADRO DE APOYO SOBRE HIGIENE PERSONA

Qué	Cuando	Cómo
Uso del Uniforme	Antes de iniciar cada jornada y hasta finalizar la misma	Se usarán uniformes limpios y de acuerdo a las funciones.
		Todo el personal usará gorros.
		Usar el uniforme limpio y planchado.
Prácticas Sanitarias Correctas	Durante la elaboración	No deben usarse joyas, anillos y reloj.
		No se debe fumar ni ingerir alimentos.
		No se debe toser, gritar, hablar ni estornudar sobre las preparaciones.
		Cubrir las heridas y las quemaduras con vendas impermeables.
Higiene Personal	En todo momento	Baño diario, antes de las actividades.
		Los varones tendrán cabellos cortos y la barba rasurada.
		Conservar las uñas cortas, limpias y sin esmalte de uñas.
		Mantener la higiene bucal.
		Hacerse un examen físico completo cada año.
		Evitar el uso de perfumes y utilizar maquillajes suaves.

CÓMO LAVARSE LAS MANOS CON AGUA Y JABÓN?

NO ME CONTAGIO, NO CONTAGIO

Debemos lavarnos las manos:



¿CÓMO LAVARSE LAS MANOS CON ALCOHOL?

¿CÓMO LAVAR LAS MANOS CON ALCOHOL?

¡Frotar las manos durante la higiene!

¡¡Lavarlas cuando estén visiblemente sucias!!

- Duración total del procedimiento: 20 - 30 segundos.



Aplicar una dosis del producto en la mano y cubrir toda la superficie;



Frotar palma contra palma;



Mano derecha sobre dorso de la izquierda con los dedos entrelazados y viceversa;



Palma contra palma con los dedos entrelazados;



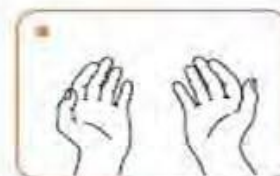
Frotar las uñas en la palmas opuesta con los dedos juntos (unidos);



Frotar el pulgar izquierdo en forma circular sobre la palma derecha y viceversa;



Frotar las yemas hacia un lado y hacia el otro;



...una vez secas, sus manos están seguras.

RECOMENDACIONES DE SEGURIDAD PARA TRABAJAR CON CUCHILLO

- Mantener los cuchillos afilados. Si el cuchillo está afilado, éste se deslizará más fácilmente y con poco esfuerzo a través de lo que usted corta.
- Cuando está en la mesa, el mango no debe nunca sobresalir del borde de la mesa.
- Cuando utilice un cuchillo, no corte con el filo hacia usted o hacia sus dedos. Si se le resbala, el filo continúa en su dirección hacia usted y fácilmente lo puede cortar.
- No deje sueltos cuchillos afilados en un cajón de utensilios.
- Si está trabajando con un cuchillo y se le cae, eche hacia atrás y déjelo caer, no trate de atraparlo en el aire.
- Cuando esté trabajando con un cuchillo no lo coloque con el filo hacia arriba
- El cuchillo no se debe emplear en otra operación que no sea la de cortar.
- Si tiene un cuchillo sucio, no lo debe echar al agua de lavar los platos. Existe la posibilidad de que el lavaplatos, que podría ser usted, se encuentre con unos cuantos cuchillos cortantes.
- Al ceder el cuchillo a otra persona no se debe ofrecer la hoja con la punta del cuchillo mirando hacia él, debe ofrecerse la empuñadura, para que pueda agarrar el cuchillo de forma natural sin accidente alguno.
- Se debe emplear el cuchillo correcto para cada ocasión, es decir un cuchillo de pan para cortar pan, el de carne debe ser empleado para cortar carne, etc.

CONSERVACIÓN DE POLLO FRESCO

- Cuanto mayor sea la exposición de la carne a temperaturas de entre 5 y 60 °C, mayor será la probabilidad de echarse a perder. Manténgalo alejado de productos que desprendan olores fuertes, como limpiadores.
- Lávese bien las manos y limpie las tablas de cortar, los cuchillos y los enseres de cocina con agua muy caliente y jabón después de manipular la carne cruda.
- Guarde siempre el pollo crudo y el cocido por separado.
- Antes de conservar un pollo entero, retírelo del envoltorio de plástico y elimine el jugo.
- La menudencia debe cocinarse enseguida o guardarse por separado. El cuello y la menudencia pueden utilizarse para preparar caldo.
- Envuelva el pollo ligeramente con film transparente o introdúzcalo en una bolsa de plástico, póngalo en una fuente y guárdelo en la parte inferior del refrigerador. No ponga nunca pollo crudo en un lugar en el que los jugos puedan caer sobre otros alimentos o entrar en contacto con éstos.
- Un pollo fresco, limpio y envuelto en plástico se conserva dos días en el refrigerador.

CONSERVACIÓN DE POLLO COCINADO

- Tras la cocción, el pollo no debe dejarse más de una hora a temperatura ambiente. Si lo deja más tiempo, envuélvalo ligeramente con film transparente, guárdelo en el refrigerador y consúmalo en un máximo de tres días.

CONCLUSIONES

- El Manual de Procedimientos Operativos es fundamental para llevar a cabo las actividades diarias de la empresa, ya que con ellos se ahorra tiempo muy valioso, al igual que los recursos financieros y humanos.
- Cualquiera que sea el problema de una organización, primero debe realizarse un diagnóstico para determinar sus causas y poder plantear las soluciones de manera personalizada.
- La situación evidenciada en particular en el restaurante “Las Parrillas del Gato” se enfoca a que los empleados realizan los procedimientos operativos de manera empírica, pues no existe, aún, un manual de procedimientos que oriente al desarrollo de las actividades de manera efectiva
- Se decidió diseñar el manual de procedimientos operativos para el restaurante “Las Parrillas del Gato” para tener una metodología de trabajo ordenada y lógica, tomando además en consideración las distintas características de la mercadería a manipular.

RECOMENDACIONES

Se recomienda la utilización de este manual de procedimientos operativos; para dar conocimientos básicos técnicos al personal que trabaja en el restaurante, para de ésta manera desarrollar actividades en las áreas de cocina y de servicio especialmente y unificar conocimientos de las tareas que ya se realizan hasta el día de hoy en las diferentes áreas pero que requieren orden y procesos para seguir por el personal y controlar por el administrador del establecimiento.

Es importante tener en cuenta el mantenimiento continuo y la higiene de los materiales que nos permiten desarrollar nuestras tareas, para que éstos puedan tener una buena vida útil, como así también el correcto almacenamiento de los productos de limpieza lejos de donde se encuentran alimentos y de todos aquellos elementos que influyen en la calidad del trabajo diario y que puedan afectar los resultados de nuestras tareas, las de nuestros compañeros de trabajo y/o directamente al cliente.