

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



PROGRAMA DE MEJORA CONTINUA APLICANDO EL MÉTODO KAIZEN EN EL
RESTAURANTE “LAS PALMERAS” UBICADO EN EL MUNICIPIO DE LA PALMA,
DEPARTAMENTO DE CHALATENANGO.

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PRESENTADO POR:

DORIS MARIA BONILLA AYALA

MÓNICA YANETH HERNÁNDEZ LEMUS

KATHERINE ELIZABETH IRAHETA DE CÁRCAMO

PARA OPTAR AL GRADO DE:

LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

OCTUBRE, 2023

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA

Contenido

Resumen	i
Introducción	iii
Capítulo I Marco teórico de referencia para el programa de mejora continua aplicando el método Kaizen del Restaurante "Las Palmeras" ubicado en el municipio de La Palma, departamento de Chalatenango.	1
I. Generalidades del municipio de la Palma departamento de Chalatenango	1
1. Origen	1
2. A qué se dedica el municipio.....	1
3. Ubicación Geográfica.	2
4. Área Económica.....	2
II. Generalidades de las microempresas en el área de restaurantes en El Salvador y el municipio de la Palma.	3
1. Generalidades en el área de restaurantes en El Salvador.....	3
2. Generalidades en el área de restaurantes en el municipio de La Palma.	5
III. Generalidades de la microempresa “Restaurante las Palmeras”, municipio de la Palma, Departamento de Chalatenango	7
1. Antecedentes históricos	7
2. Servicios que ofrece.....	8
3. Ubicación Geográfica.	8
4. Misión	8
5. Visión.....	8
6. Estructura Organizativa	8
7. Personal	8
8. Giro: Servicios.....	8
9. Tamaño de la empresa	9
10. Marco legal e institucional.....	9
IV. Generalidades de los programas de mejora continua aplicando el método Kaizen.....	9
1. Definición método Kaizen.....	9

2.	Características del método Kaizen.....	10
3.	Importancia del método Kaizen.....	10
4.	Etapas del método Kaizen (5 S).....	11
5.	El método de Kaizen en acción	12
6.	Ventajas y desventajas del método Kaizen.....	14
7.	Ciclo de Deming.....	14
8.	Sistema de análisis de peligros y puntos críticos de control (HACCP).....	16
V.	Generalidades de mercadotecnia	20
1.	Concepto.....	20
2.	Objetivos del mercadeo	20
VI.	Tipos de mercadeo.....	20
VII.	Mezcla de mercadotecnia	22
VIII.	Generalidades de la Calidad.....	24
IX.	Generalidades de las fases de organización y planificación	25
1.	Generalidades de la organización	25
a.	Definición	25
2.	Generalidades de la Planificación.....	32

Capítulo II Diagnóstico de la situación actual para el programa de mejora continua aplicando el método Kaizen del Restaurante "Las Palmeras" ubicado en el municipio de La Palma, departamento de Chalatenango. 34

I.	Importancia de la investigación.....	34
II.	Objetivos	34
1.	General.....	34
2.	Específicos.....	34
III.	Planteamiento del problema	35
IV.	Métodos y técnicas de investigación.....	35
1.	Método.....	35
2.	Tipo de investigación.....	36
3.	Diseño de la investigación.....	36
4.	Técnicas e instrumentos de recopilación de información	36
5.	Fuentes de información.....	38
a.	Primaria	38

b. Secundaria	38
6. Ámbito de la investigación.....	38
7. Unidades de análisis	38
8. Universo y muestra.....	39
a. Universo.....	39
b. Muestra	39
V. Procesamiento de la información	40
1. Tabulación	41
2. Análisis e interpretación de datos	41
VI. Diagnóstico de la situación actual.....	41
1. Filosofía organizacional del restaurante Las Palmeras.....	41
2. Desempeño y capacitación del personal	42
3. Personal	42
4. Clima laboral	43
5. Estándares de calidad e higiene	43
6. Satisfacción al cliente	44
7. Ambientación en el restaurante	45
8. Precio	45
9. Menú.....	46
10. Promoción.....	46
11. Plaza.....	47
12. Producto.....	47
14. Instalaciones e Infraestructura	48
VII. Alcances y limitaciones	50
VIII. Conclusiones y recomendaciones	50
1. Conclusiones.....	50
2. Recomendaciones	51

Capítulo III Propuesta para el programa de mejora continua aplicando el método Kaizen del Restaurante "Las Palmeras" ubicado en el municipio de La Palma, departamento de Chalatenango.

52

I. Importancia.....	52
II. Objetivos.....	53

1. General.....	53
2. Específicos.....	53
III. Propuesta A	53
1. Filosofía organizacional.....	53
a. Misión y visión	53
b. Objetivos organizacionales.....	54
c. Valores Organizacionales	54
d. Políticas	55
e. Organigrama del restaurante Las Palmeras.....	56
f. Descripción de funciones.....	57
2. Método Kaizen aplicando técnica de ciclo de Deming mediante implementación de HACCP	60
3. Herramientas administrativas para el desempeño laboral	104
a. Proceso de reclutamiento, selección, contratación e inducción.....	104
b. Evaluación del desempeño	109
c. Manuales administrativos	109
d. Prestaciones adicionales fuera de las establecidas por la ley	110
e. Seguridad y salud ocupacional	111
4. Recursos humanos del restaurante.....	111
a. Personal a contratar.....	111
b. Plan de capacitación	115
c. Supervisión al personal del restaurante	125
d. Uniformes para empleados	126
5. Ambientación en el restaurante	128
6. Estándares de calidad.....	129
7. Higiene y limpieza.....	131
8. Mezcla de mercadeo.	132
a. Producto	132
b. Precio	138
c. Promoción.....	142
d. Plaza.....	145

9. Cuadro general de la propuesta A.....	148
10. Evaluación y seguimiento	148
V. Propuesta B.....	149
1. Mejoras a las instalaciones e infraestructura	149
2. Cuadro costo total propuesta B.....	153
VI. Costo total de la propuesta del proyecto	154
Propuesta A:	156
VIII. Fuentes de financiamiento	158
IX. Cronograma de actividades para implementar la propuesta del proyecto.....	158
X. Glosario	159
XI. Bibliografía.....	160
XII. Anexos	166

Índice de anexos

Anexo 1: Entrevista al propietario.

Anexo 2: Cuestionario clientes.

Anexo 3: Cuestionario empleados.

Anexo 4: Análisis lista de cotejo.

Anexo 5: Anuncio de puestos vacantes.

Anexo 6: Esquema de entrevista.

Anexo 7: Tabla de evaluación de candidatos.

Anexo 8: Entrevista y evaluación de candidatos.

Anexo 9: Puntaje de candidatos.

Anexo 10: Formato de inducción al empleado.

Anexo 11: Tarjeta de comentarios.

Anexo 12: Evaluación de escala de calificación.

Anexo 13: Evaluación por competencias.

Anexo 14: Manual de bienvenida.

Anexo 15: Manual de organización.

Anexo 16: Manual de descripción de puestos.

Anexo 17: Manual de políticas y normas.

Anexo 18: Manual de procedimientos.

Anexo 19: Cotización de prestaciones adicionales a la ley.

Anexo 20: Cotización de capacitaciones, uniformes, cuadros, artistas y promoción.

Anexo 21: Formato de estandarización de recetas.

Anexo 22: Fotos del restaurante Las Palmeras.

**UNVIERSIDAD DE EL SALVAODR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

RECTOR:	Msc. Roger Armando Arias
VICERRECTOR ACADÉMICO:	PhD. Raúl Ernesto Azcúnaga López.
SECRETARIO GENERAL:	Ing. Francisco Antonio Alarcón Sandoval

AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

DECANO:	Msc. Nixon Rogelio Hernández Vásquez
SECRETARIA:	Lic. Vilma Marisol Mejía Trujillo
COORDINADOR GENERAL DEL PROCESO DE GRADO:	Msc. Mauricio Ernesto Magaña Menéndez
DIRECTOR DE LA ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.	Msc. Abraham Vásquez Sánchez
COORDINADOR DE PROCESOS DE GRADO DE LA ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS:	Lic. David Mauricio Lima Jaco

TRIBUNAL EXAMINADOR:

Licda. Marseilles Ruthenia Aquino Arias
Licda. Ruth del Milagro Rodríguez de Torres
Msc. Abraham Vásquez Sánchez (Docente asesor)

AGRADECIMIENTOS

Primeramente, dar las gracias a Dios por brindarme vida, salud, sabiduría, porque me dio fuerza y fe para creer lo que me parecía imposible terminar y haberme acompañado a lo largo de mi carrera. A mis padres por siempre apoyarme en todo, por cada uno de sus sacrificios, por motivarme a seguir adelante y por haberme dado la oportunidad de tener una excelente educación en el transcurso de mi vida. A mis hermanos por sus consejos y ayuda. A mis amigos Estefany Castillo, Junior Zuniga, Manuel Cerón, Gustavo Segovia y Ariel González por apoyarme en todo momento, motivarme, ser mi compañía en los momentos difíciles y confiar en mí que culminaría con éxito esta etapa de mi vida. Así mismo, agradecerles a mis compañeras de trabajo de graduación y a nuestro asesor, MSC. Abraham Vázquez quien estuvo muy atento y con un gran espíritu de disposición durante este proceso de graduación.

Doris María Bonilla Ayala.

Primeramente, gracias a Dios que ha sido mi fundamento durante todo este proceso, a mi madre del cielo por su guía y protección. Gracias a mis padres Enrique y Lorena por inculcarme el amor al conocimiento y educación, por su amor incondicional y apoyo para cumplir mis metas y propósitos. A mis hermanos Henry y Fátima por su cariño, apoyo y motivación. A mis demás familiares que siempre me han apoyado, especialmente a mi abuela Mama Mélida por sus consejos y sabiduría. Gracias a todos los docentes que contribuyeron a mi formación profesional, a mis amistades y compañeros que conocí a lo largo de mi carrera universitaria. Finalmente, gracias a mis compañeras de trabajo de graduación Kathy y Doris por su compañerismo y dedicación, a nuestro asesor de trabajo de graduación el MSC. Abraham Vázquez y por supuesto a la Universidad de El Salvador por permitirme culminar mis estudios en esta Alma Máter.

*Pon en manos del Señor todas tus obras, y tus proyectos se cumplirán.
(Proverbios 16:3)*

Mónica Yaneth Hernández Lemus

Primeramente, agradezco a Dios, por guiarme e iluminar mi camino, por brindarme sabiduría, fortaleza y perseverancia. Agradezco a mis amados padres que siempre me brindan amor y apoyo para que pueda cumplir todo lo que me proponga ya que muchos de mis logros se los debo a ustedes, a mi esposo por su apoyo incondicional, a toda mi familia, también agradezco a mis compañeras de trabajo de graduación, amistades de la universidad y a todos los docentes que fueron parte de mi proceso. Agradezco al MSC. Abraham Vázquez, por su enseñanza, guía y consejo que han sido fundamentales para el éxito de este trabajo de investigación.

Mira que te mando que te esfuerces y seas valiente; no temas ni desmayes, porque Jehová tu Dios estará contigo en dondequiera que vayas. (Josué 1:9)

Katherine Elizabeth Iraheta de Cárcamo.

Resumen

El diseño de la investigación del programa de mejora continua aplicando el método Kaizen al Restaurante Las Palmeras de La Palma, Chalatenango, se originó debido a las necesidades que presenta el restaurante, entre las que resaltan la disminución de las ventas, la poca afluencia de clientes, la falta de organización y la alta rotación de personal. Esto motivó a crear una propuesta de mejora continua en las áreas que presentan dificultades y con el objetivo de contribuir al desarrollo del restaurante en todos los aspectos para que pueda ser un negocio rentable y competitivo en la zona.

En la investigación, se utilizó el método científico debido a su confiabilidad y la forma sistemática en que se aborda la problemática. Además de ello se utilizó el método analítico para la comprensión de las fallas en las áreas deficientes del restaurante y el método de síntesis para asimilar los diversos elementos teóricos que conforman el objeto de estudio.

Los principales hallazgos encontrados en la investigación se detallan de la manera siguiente:

- ✓ El restaurante Las Palmeras no cuenta con un programa de mejora continua que permita fortalecer las áreas, procesos administrativos y productivos deficientes.
- ✓ El restaurante Las Palmeras no tiene definida la estructura organizativa, lo que implica deficiencias en su gestión ya que no cuenta con un departamento de recursos humanos que contribuya a fortalecer la administración de ésta y se encargue de llevar a cabo el proceso de reclutamiento, selección, contratación, inducción y evaluación del desempeño de los empleados del restaurante.
- ✓ No se cuenta con un plan de publicidad solamente es con conocimiento empírico para poder realizar las diferentes actividades de ventas por lo cual se ha identificado una deficiencia en el rendimiento del negocio ya que resulta poco efectivo ante la competencia.

Considerando lo anterior se plantean las siguientes recomendaciones:

- ✓ Diseñar un programa de mejora continua que permita fortalecer las áreas, procesos administrativos y productivos deficientes.
- ✓ Diseñar la estructura organizativa al Restaurante Las Palmeras, logrando con ello la eficiencia en la gestión. Igualmente, la creación de un departamento de recursos humanos el cual ayude a fortalecer la administración y a implementar nuevas técnicas y herramientas de reclutamiento selección, contratación, inducción y evaluación del desempeño de los empleados y proponer la misión y visión con el propósito de motivar a sus empleados en el logro de los objetivos.
- ✓ Implementar un plan promocional estructurado para fechas especiales o eventos por ocasiones, para promover nuevas opciones de consumo o espacios culturales para satisfacer las necesidades de los clientes igualmente estar activos en las redes sociales cada cierto tiempo.

Introducción

La investigación llevada a cabo en el restaurante Las Palmeras ubicado en el municipio de La Palma departamento de Chalatenango es con el fin de proponer un programa de mejora continua aplicando el método Kaizen para ayudar en los diferentes procesos administrativos de esta empresa.

Al ser una organización que brinda servicios de comida existe una alta demanda y a la vez una competencia muy fuerte por lo que constantemente se tiene que mejorar la atención al cliente y ofrecer un mejor servicio a estos para hacer la diferencia.

Por lo cual se tiene que contar con personal altamente calificado para así poder realizar y desempeñar sus funciones de una manera más eficiente, para lograrlo debe existir un orden en los diferentes procesos administrativos del restaurante ya que de esta forma se facilita lo que es la realización y control de las diferentes actividades de cada uno de los empleados para así poder brindar un mejor servicio. Por lo que se tiene en cuenta que disponer de un programa de mejora continua en el establecimiento es una ayuda para poder reestablecer el servicio al cliente y mantener la competitividad en el entorno.

Este trabajo se desglosa en tres capítulos.

El capítulo I contiene toda la base teórica de referencia a la investigación la cual consta de las generalidades del municipio de la Palma, antecedentes de las microempresas en el área de restaurantes en el país, también sobre el restaurante Las Palmeras ya que es el objeto de estudio y finalmente se realizó un desglose de las generalidades de la mejora continua aplicando el método Kaizen ya que se relaciona con la problemática investigada.

En el capítulo II se detalla la información obtenida en la investigación de campo el cual permitió la recolección de información y así poder indicar y analizar los resultados obtenidos. Para la posible ejecución se contó con la participación del propietario, clientes y empleados del restaurante lo que permitió llevar a cabo un diagnóstico de la situación actual en la que se encuentra el establecimiento con la administración y así poder identificar las áreas deficientes. Luego se establece lo que es los alcances y limitaciones de la investigación, seguido de eso se

realizaron las conclusiones con respecto al objeto de estudio asimismo se generó recomendaciones que se pueden tomar en cuenta.

El capítulo III se realizó tomando como base la información obtenida en el capítulo II lo cual ayudó a desarrollar la propuesta de mejora continua aplicando el sistema Kaizen, está dividido en dos propuestas. En la primera se da a conocer todo lo relacionado a las mejoras que necesita el restaurante en general, la propuesta contiene las generalidades de la empresa como la importancia, misión visión, objetivos, políticas, valores, organigrama, descripción de funciones de puestos, el ordenamiento de los procesos administrativos, capacitaciones, supervisión. La segunda propuesta consta de tres planos para la mejora en instalaciones e infraestructura.

Para finalizar se presenta lo que son las bibliografías y anexos que secundan la información obtenida en el contenido de la investigación.

Capítulo I Marco teórico de referencia para el programa de mejora continúa aplicando el método Kaizen del Restaurante "Las Palmeras" ubicado en el municipio de La Palma, departamento de Chalatenango.

I. Generalidades del municipio de la Palma departamento de Chalatenango

1. Origen¹

El municipio de La Palma pertenece al Departamento de Chalatenango, su nombre viene debido a que fue fundado en un lugar llamado La Palmita, luego debido a una inundación los habitantes decidieron trasladarse al lugar actual, se fundó en el año de 1959. Cuenta con una superficie de 135.60 km², tiene una población total de 42,000 habitantes y está a 85 kilómetros de San Salvador, posee mucha vegetación y un clima fresco ya que está ubicado entre montañas, este municipio es muy conocido porque forma parte de la Ruta Artesanal igualmente porque ahí se realizó los primeros intentos de diálogos y conversaciones de paz entre la guerrilla y el gobierno salvadoreño. Una de las personas más conocidas en este municipio es el pintor Fernando Llorc quien fue el que le enseñó a los habitantes el arte Naif el cual consiste en representar recuerdos de la vida rural cotidiana, lo cual ha servido mucho para el municipio ya que actualmente existen muchos talleres que ocupan esta técnica y hacen artesanías las cuales generan más ingresos económicos en el municipio.

2. A qué se dedica el municipio²

En el municipio de La Palma se pueden localizar talleres donde se elaboran diferentes artesanías ya sea en cuero, madera, cerámica que son pintadas con diferentes colores llamativos y diseños sobre ropa de algodón confeccionados con bordados muy finos, así como también diferentes tipos de semillas.

¹ *La Palma*. (n.d.). Infoguía El Salvador. Retrieved March 17, 2023, from <http://infoguiaelsalvador.com/la-palma/>

² Entrevista

3. Ubicación Geográfica.³

La Palma se encuentra ubicada a 84 kilómetros de San Salvador, a 60 kilómetros de la ciudad de Chalatenango y a 8 kilómetros de la frontera El Poy que divide El Salvador de Honduras.

Figura 1.

Ubicación geográfica del Restaurante Las Palmeras



Nota. El mapa representa la ubicación del restaurante.

4. Área Económica.⁴

El área económica del municipio de La Palma se apoya en la elaboración de artesanías. El 75% de sus habitantes son parte de este rubro, son alrededor de 100 talleres de artesanías que están

³ (Google, s.f.). Carretera Troncal del Norte, Kilometro 81 ½, Municipio de La Palma, Chalatenango.

⁴ HISTORIA DE LA PALMA CHALATENANGO. (2014, March 16). LA PALMA IMPRESIONANTE 2014. Retrieved March 22, 2023, from <http://lapalma2014.blogspot.com/2014/03/historia-de-la-palma-chalatenango.html>

ubicadas a lo largo de las calles del municipio y los cuales también se dedican a la exportación de estos productos. La Palma es uno de los municipios con más turismo, cuenta con famosas rutas para que los turistas puedan caminar y encontrarse con la naturaleza y así poder disfrutar del clima de la zona, tiene alrededor de 80 negocios correspondientes a este sector entre restaurantes, hoteles y otros. También están los sectores de ganadería y agricultura, En el área de la agricultura una de las fortalezas es el cultivo del café, hortalizas, frutas y flores etc. En la ganadería es más que todo la producción en crianza de ganado de engorde. Todos estos sectores son de una gran ayuda en el municipio de La Palma en el crecimiento económico.

II. Generalidades de las microempresas en el área de restaurantes en El Salvador y el municipio de la Palma.

1. Generalidades en el área de restaurantes en El Salvador

a. Antecedentes⁵

En El Salvador no aparecieron exactamente restaurantes, sino que fueron puestos de comida, en el año de 1963 surgieron los primeros carritos ambulantes donde vendían comida chatarra siendo la más popular “El Perro Caliente” los cuales se conformaban de pan, salchicha y diferentes aderezos.

En 1973 fue cuando se empezaron a domiciliar los restaurantes siendo el primero en funcionar la “Pizza Boom” que se especializaban en lo que era comida italiana. después ingresó al mercado competencia para la pizza Boom la cual fue Toto’s Pizza. Se incorporó también el Pollo Campero que es de origen guatemalteco, se ubicó en el boulevard de los Héroe y luego abrió otra sucursal en la calle Rubén Darío,

En el año de 1975 En el transcurso del mismo año llegó el primer restaurante de hamburguesas al país él fue Mc Donald’s el cual era muy popular a nivel mundial.

En el año de 1985 fue que se inauguró el primer restaurante 100% salvadoreño llamado “Restaurante Paradise”, Al cabo del tiempo se fue haciendo popular por sus cortes importados y

⁵ *Elaborado por equipo investigador*

en la actualidad es uno de los restaurantes más elegantes posicionándose en el mercado de clase media y alta.

El grupo Rovira es una organización que lleva todo lo que es la administración de restaurantes, entre estos están: Wendy 's, Tony Roma´s, Paradise, Pizza Hut etc.

. En 1987 llegó al país la franquicia de restaurantes Pizza Hut y así sucesivamente empezaron a entrar restaurantes extranjeros en El Salvador.

Otro de los restaurantes fuertes de El Salvador surgió en 1987 el cual es La Pampa Argentina que es muy popular por su ambiente familiar, su extenso menú y su excelente servicio.

Al principio los restaurantes con más popularidad eran los extranjeros, pero con el paso del tiempo los restaurantes salvadoreños fueron ganando más conocimiento y una mejor confianza en el ámbito empresarial siendo así que se han transformado en lugares estables y de prestigio.

En el año de 1998 los dueños de los restaurantes de El Salvador más conocidos formaron una entidad llamada La Asociación de Restaurantes de El Salvador (ARES), para así poder facilitar la gestión, promoción de la unión de estos igualmente poder detectar problemas a futuro que podrían presentarse. En la actualidad esta entidad es respetada por las autoridades gubernamentales como representantes restauranteras del país

b. Definición

Un restaurante es un establecimiento donde los clientes pueden comprar sus comidas y bebidas, generalmente desayunos, almuerzos, cenas y postres, tanto para comer en el local, como para llevar y a domicilio.⁶

c. Clasificación de restaurantes según su categoría⁷

Los restaurantes se clasifican en 5 tipos de categorías las cuales son: De lujo, primera, segunda, tercera y cuarta clase.

⁶ Elaborado por equipo Investigador

⁷ Tipos de restaurantes ¿cuáles son y cómo se clasifican? (2019, January 12). Cursos de Gastronomía. Retrieved March 23, 2023, from <https://www.cursosgastronomia.com.mx/blog/consejos/tipos-de-restaurante/>

Restaurante de Lujo: Como su nombre lo dice todo lo relacionado al restaurante tiene que poseer una muy buena organización con una decoración especializada y con los materiales de una excelente calidad, igualmente los alimentos son de la mejor calidad, el precio de este servicio suele ser elevado.

Restaurantes de primera clase: Son conocidos por su servicio completo, presentan sus alimentos a la carta o un menú que contienen de 5 a 7 diferentes tipos de servicios.

Restaurantes de segunda clase: Es conocido como restaurante turístico, su espacio es más pequeño y su menú cuenta solamente con 6 tiempos.

Restaurante de tercera clase: Este tipo de restaurante no es demasiado lujoso y ofrece hasta 4 platillos, la entrada hacia las instalaciones se comparte por el personal y los clientes igualmente los precios son mucho más accesibles.

Restaurante de cuarta clase: Este restaurante ofrece un menú sencillo, sus platos y vajillas son de materiales sencillos y limpios. Este establecimiento es más común y fácil de encontrar en cualquier parte.

2. Generalidades en el área de restaurantes en el municipio de La Palma.

a. Antecedentes ⁸

El municipio de La Palma es muy conocido por su gastronomía, pero en sus inicios cuando los habitantes llegaron al lugar actual donde residen aún no se contaban con restaurantes ya que su población era reducida y no había mucha demanda de dicho servicio puesto que las personas producían y consumían lo que ellos mismos cosechaban. Después de algunos años se crearon pequeños puestos de diferentes platillos caseros, aperitivos, entre otros. No fue hasta en los años 50 a 60 que apareció el primer local formal llamado “Comedor Anita” es un local considerado como cuarta categoría, sencillo con un ambiente familiar, su menú era muy práctico con productos caseros y postres. En los años 90 fueron apareciendo más establecimientos y puestos ya más típicos del país y ya considerados restaurantes. En la actualidad ya se conocen más lugares que venden comidas típicas como yuca, quesadillas, y empanadas. Igualmente hay una

⁸ Entrevista realizada a propietario el 10 de abril de 2023

mayor competencia en el área de estos ya que hay de diferentes tipos de restaurantes como los gourmets, familiares, turísticos entre otros.

b. Tipos de restaurantes según su categoría.⁹

La Palma cuenta con diferentes tipos de restaurantes ya que es uno de los municipios más turísticos del lugar, cuenta con establecimientos de cuarta, tercera y segunda clase debido a los diferentes tipos de consumidores para así poder satisfacer los gustos y preferencias de cada uno. Igualmente hay diferentes tipos de restaurantes los cuales son:

Restaurante Familiar: Es donde se encuentra comida a un precio económico, y se caracteriza por tener comida casera y confiable. Estos suelen ser restaurantes pequeños.

Restaurante Conveniente: El servicio que ofrecen suele ser rápido, ofrecen productos básicos y de una manera rápida para preparar por ejemplo hamburguesas, pizzas, etc. Este tipo de restaurante ofrece lo que coloquialmente se le conoce como comida chatarra.

Restaurante Gourmet: El precio de este servicio en su mayoría es muy elevado, el menú de estos restaurantes dependerá del chef de este mismo. Sus productos son de una muy alta calidad, estos suelen ganar medallas o reconocimientos dependiendo que tan original sean sus recetas ya que estas pueden ser de solo un tipo de platillos.

Restaurante de Especialidades: Este servicio tiene una variedad limitada de platos estos pueden ser aves, mariscos, carnes etc. Por esta razón su menú dependerá del tipo de especialidad que desean.

⁹ Vargas, U. (n.d.). *Tipos de restaurante según sus características. Aprende Institute. Retrieved March 22, 2023, from <https://aprende.com/blog/emprendimiento/restaurantes/tipos-de-restaurante/>*

III. Generalidades de la microempresa “Restaurante las Palmeras”, municipio de la Palma, Departamento de Chalatenango

1. Antecedentes históricos¹⁰

El restaurante “Las Palmeras” se constituye en el año de 2020, bajo la visión de generar un aporte a la economía local mediante la creación de empleo y el ofrecimiento de servicio de alta calidad.

Antes de fundarse como “Las Palmeras” anteriormente el restaurante estuvo en manos de otros dueños y bajo otros nombres, fue hasta el año 2020 que el dueño del terreno, German Hernández, decidió administrar el establecimiento y darle un enfoque distinto al que se le había dado anteriormente. Esta vez, la propuesta fue el mejoramiento de este en cuanto a las instalaciones. Se hizo una remodelación al lugar y se obtuvo nuevo inventario, también el concepto del restaurante cambió puesto que hoy es un sitio enfocado hacia los turistas y la propuesta es la de un ambiente más familiar. A la vez el dueño de este propuso que las materias primas se produjeran en los alrededores de las instalaciones que forman parte del terreno, por lo cual esto sirvió para la disminución de costos y un mejor control de la calidad de los productos.

Además de ello se introdujeron nuevos servicios, ya que se amplió el local con una segunda planta la cual está disponible para la celebración de eventos y también se incorporó el servicio de lavado de autos.

A pesar de que la empresa fue constituida durante el periodo de pandemia hubo mucha afluencia de clientes y la recesión económica no generó inconvenientes en el crecimiento del restaurante.

Fue hasta inicios del año 2022 que el restaurante comenzó a decaer debido a la disminución de ventas con respecto a los años anteriores, además de ello, otra de las problemáticas ha sido la rotación de personal, puesto que la empresa se ha visto en dificultades para encontrar el personal adecuado que cuente con las capacidades necesarias para los puestos de trabajo a desempeñar.

¹⁰ Entrevista realizada a propietario el 10 de abril de 2023

2. Servicios que ofrece.

Entre los productos que el restaurante ofrece se encuentra:

- Menú a la carta
- Realización de eventos sociales.
- Eventos culturales
- Lavado de autos
- Área de trapiche

3. Ubicación Geográfica.

Las instalaciones del restaurante “Las palmeras” está ubicado en Troncal del Norte, Kilómetro 81 ½, municipio de La Palma, Departamento de Chalatenango.

4. Misión

En la actualidad el restaurante “Las Palmeras” no cuenta con una misión definida.

5. Visión

Actualmente el restaurante “Las Palmeras” no cuenta con una visión definida.

6. Estructura Organizativa

En el restaurante Las Palmeras no existe una estructura organizacional.

7. Personal

El restaurante cuenta actualmente con 8 empleados y el propietario.

8. Giro: Servicios.

Descripción: El restaurante está enfocado en la elaboración de diversos platillos y la buena atención al cliente.

9. Tamaño de la empresa

Microempresa: Persona natural que opera en los diversos sectores de la economía, a través de una unidad económica con un nivel de ventas brutas anuales hasta 482 salarios mínimos mensuales de mayor cuantía y hasta 10 trabajadores; El restaurante “Las Palmeras” cuenta actualmente con 8 empleados.”

10. Marco legal e institucional

El restaurante no cuenta con un marco legal e institucional, sin embargo, si está registrado en la Alcaldía Municipal de La Palma

IV. Generalidades de los programas de mejora continua aplicando el método Kaizen

1. Definición método Kaizen.

El método Kaizen es una herramienta de gestión empresarial que lleva a cabo la mejora continua en pequeñas acciones en los procesos de las empresas, su objetivo principal es hacer inexistentes las deficiencias de las áreas para así poder tener un entorno que ayude aumentando la competitividad de las empresas.

Existen varios conceptos de diferentes autores acerca del Kaizen como los siguientes:

“Imai lo define como: "Un proceso de mejora continua que se basa en pequeños pasos para lograr grandes cosas".¹¹

Para Newitt la definición de Imai se basa en que la palabra *Kaizen* es una derivación de dos ideogramas japonesas que significan: *KAI* = Cambio, *ZEN* = Bueno (para mejorar) es decir, *Mejora Continua o Principio de Mejora Continua.*”¹²

¹¹ *KAIZEN: Una filosofía de trabajo.* (n.d.). Ingeniia. Retrieved September 28, 2023, from <https://ingeniia.com/newsletter-kaizen/>

¹² F, Manuel. *Encontrando al Kaizen: Un análisis teórico de la Mejora Continua, Mexico, 2009, Pag 3*

2. Características del método Kaizen

El Kaizen se caracteriza por los siguientes rasgos distintivos:

1. Mejora en pequeños pasos
2. Mejora en la participación de todos los miembros
3. Mejorar actuando, implantando de inmediato las mejoras

3. Importancia del método Kaizen¹³

La importancia del método Kaizen se basa en que su aplicación permite lograr mejorar la productividad por medio de la mejora constante del aparato productivo de la empresa. De esta forma se logra maximizar y reducir las ineficiencias y de esta forma aumenta la competitividad de las empresas en el mercado.¹⁴ Además de ello permite lograr grandes mejoras en los procesos con una inversión mínima ya que se logra reducir considerablemente los costos, mejorar notablemente la calidad de los productos, brindar un mejor servicio a los clientes, entre otros.

Además de ello posibilita el involucramiento tanto del personal como de administración y operación en los procesos de mejora, permite que esta evolucione continuamente en todos los niveles, lo que finalmente posibilita la máxima reducción y eliminación de todas aquellas actividades que no generan valor, sea que se produzcan estos por cuestiones relacionadas con defectos, sobreproducción, sobre procesos, esperas, inventarios, o movimientos innecesarios de las personas en el lugar de trabajo que se pueden producir por la falta de orden.

Otro de los aspectos por los cuáles el Método Kaizen es importante es que este es una filosofía de mejora continua que se puede aplicar a cualquier ámbito de nuestras vidas ya que es una excelente herramienta que se puede utilizar para alcanzar objetivos muy importantes.

¹³ ¹³ Rodríguez, J. (2022, March 16). Método Kaizen: definición, pasos y ejemplos. Blog de HubSpot. Retrieved March 17, 2023, from <https://blog.hubspot.es/sales/metodo-kaizen>

¹⁴ “Método Kaizen: ¿qué es y cómo beneficia a las empresas?” Rock Content, 9 November 2019, <https://rockcontent.com/es/blog/metodo-kaizen>. Accessed 24 October 2023.

4.Etapas del método Kaizen (5 S)¹⁵

a. Seiri (clasificación)

En esta etapa se diferencian y clasifican los elementos que son necesarios de aquellos que no lo son. A la vez se realiza una clasificación de lo que es útil y no es útil en los procesos organizacionales. Lo que no resulta funcional se separa o se elimina por completo. De esta forma, el proceso estará conformado solamente por funciones y herramientas que sean verdaderamente necesarias.

b. Seiton (organización)

Consiste en disponer de forma ordenada los elementos que quedaron después del Seiri. El Seiton facilita los movimientos, bien sea de materiales, servicios o personas. Lleva a clasificar los ítems por uso y disponerlos como corresponde para minimizar el tiempo de búsqueda y el esfuerzo. Para lograr esto, cada ítem debe tener una ubicación, un nombre y un volumen designados.

c. Seiso (limpieza)

La limpieza en los procesos, en el área de trabajo, entre otros. Implica una mayor simplicidad a la hora de proceder. Tanto a nivel laboral como personal, en este paso se espera que todo tenga un correcto mantenimiento y se eliminen los residuos. Un espacio limpio puede incrementar la motivación de los colaboradores.

d. Seiketsu (estandarización)

Cuando un proceso se estandariza, se reproduce y se simplifica de forma homogénea, es más sencillo de realizar y es mucho menos habitual que surjan problemas. Esto puede tomarse como una primera evaluación de forma que se puedan asegurar los cambios que se hayan implementado hasta el momento ya sea que estos estén funcionando o no. Una vez que se encontraron las mejoras a realizar en el proceso, todos los miembros que forman parte de la empresa deben aplicar dichas mejoras para que el método cumpla con sus objetivos.

e. Shitsuke (Mejoramiento constante)

15 Rodríguez, J. (2022, March 16). Método Kaizen: definición, pasos y ejemplos. Blog de HubSpot. Retrieved March 17, 2023, from <https://blog.hubspot.es/sales/metodo-kaizen>
<https://blog.hubspot.es/sales/metodo-kaizen>

En esta etapa se promueve la disciplina y el autocontrol para la mejora de la productividad. Este método debe trabajarse todos los días para que funcione, puesto que este no es definitivo. Toda la empresa tiene la responsabilidad de procurar la mejora de procesos y asegurarse de la continuidad y éxito de los mismos.

5. El método de Kaizen en acción¹⁶

La implementación del método Kaizen requiere de constancia y disciplina. Para esto es necesario que se lleven a cabo cinco sistemas fundamentales:

➤ Control de calidad total / Gerencia de Calidad Total

Para la elaboración de un programa de gestión de calidad se requiere dedicación, compromiso y la participación de los altos ejecutivos, el desarrollo y mantenimiento de una cultura que esté comprometida con la mejora continua, satisfacer las necesidades y expectativas del consumidor, comprometer a cada individuo en el mejoramiento de su propio proceso laboral, generar trabajo en equipo y relaciones laborales constructivas, reconocer al personal como el recurso más importante, emplear las prácticas, herramientas y métodos de administración más provechosos y un sistema de producción justo a tiempo

➤ Mantenimiento productivo total

Está dirigido a maximizar la efectividad del equipo durante toda la vida del mismo. Este involucra a todos los empleados de un departamento y de todos los niveles; motiva a las personas para la conservación de la planta a través de grupos pequeños y actividades voluntarias, y comprende elementos básicos como el desarrollo de un sistema de mantenimiento, habilidades para la solución de problemas y actividades para evitar las interrupciones.

➤ Despliegue de políticas

¹⁶ Lefcovich, M. (n.d.). *Cambio para mejorar*.

El despliegue de la política se refiere al proceso de introducir las políticas para Kaizen en toda la compañía, desde el nivel más alto hasta el más bajo. La dirección debe establecer objetivos claros y precisos que sirvan de guía a cada persona y asegurar de tal forma el liderazgo para todas las actividades Kaizen dirigidas hacia el logro de los objetivos. La alta dirección debe idear una planeación a largo plazo, detallada en estrategias de mediano plazo y anuales. La alta gerencia debe contar con un plan para desplegar la estrategia, pasarla hacia abajo por los niveles subsecuentes de administración hasta que llega a la zona de producción. Como la estrategia cae en cascada hacia las categorías inferiores, el plan debe incluir planes de acción y actividades cada vez más específicas.

➤ Un sistema de sugerencias

El sistema de sugerencias debe ser dinámico y orientado al individuo. Entre algunos de los principales temas de sugerencias de las compañías japonesas están los siguientes:

- Mejoras en el trabajo propio.
- Ahorros en material, energía y otros recursos.
- Mejoras en el entorno de trabajo.
- Mejoras en procesos y máquinas.
- Mejoras en artefactos y herramientas.
- Mejoras en la calidad del producto.

➤ Actividades de grupos pequeños

Dichas actividades requieren de la creación de círculos de calidad donde pequeños grupos de trabajadores realizan tareas semejantes y se reúnen para identificar, analizar y solucionar problemas del trabajo respecto a calidad o productividad tales como posibles mejoras del producto fallos y aspectos a mejorar. La misión es encontrar soluciones a las problemáticas identificadas para poder brindar propuestas adecuadas. Además de ello se elige un líder o jefe de equipo que debe contar con el apoyo de la organización.

6. Ventajas y desventajas del método Kaizen

Ventajas:¹⁷

- Reduce costes empresariales.
- Fomenta valores laborales y personales.
- Contribuye a la reducción del trabajo innecesario.
- Fomenta la disminución de errores, fallas y riesgos
- Permite la acumulación de experiencias y conocimientos aplicables a los procesos organizacionales.
- Mejora y promueve la colaboración entre un grupo de empleados.
- Mejora de la motivación.
- Genera la capacidad de creación de hábitos constructivos.
- Impulsa el aumento en la competitividad, eficiencia y compromiso
- Mejora los flujos de trabajo.

Desventajas del método Kaizen:¹⁸

- Para obtener resultados tangibles es necesario que los cambios se realicen en toda la organización.
- En muchas ocasiones es imprescindible hacer inversiones de consideración.
- Si no se observan las medidas adecuadas, con celeridad y oportunidad el proceso puede tornarse muy largo para la consecución de los resultados deseados.

7. Ciclo de Deming¹⁹

¹⁷ Ventajas del método Kaizen | 2023. (n.d.). CEUPE. Retrieved March 17, 2023, from <https://www.ceupe.mx/blog/ventajas-del-metodo-kaizen.html>

¹⁸ Mejoramiento continuo y Kaizen – Estructplan. (2010, July 5). Estructplan. Retrieved May 27, 2023, from <https://estructplan.com.ar/mejoramiento-continuo-y-kaizen/>

¹⁹ El ciclo Deming: en qué consiste y cómo aplicarlo. (2023, August 10). Eurofins Environment Testing Spain. Retrieved November 9, 2023, from <https://www.eurofins-environment.es/es/el-ciclo-deming-que-consiste-y-como-ayuda-gestion-procesos/>

Ciclo PDCA: ¿cuáles son los pasos y cómo funciona? Conoce algunos ejemplos. (2023, September 11). sydle. Retrieved November 9, 2023, from <https://www.sydle.com/es/blog/ciclo-pdca-61ba2a15876cf6271d556be9>

Círculo de Deming: definición y explicación. (2023, September 12). IONOS. Retrieved November 9, 2023, from <https://www.ionos.es/startupguide/productividad/circulo-de-deming/>

Es un sistema o metodología de gestión que se usa para implementar mejoras en la calidad de los productos y procesos, tiene como objeto la mejora continua. Se divide en cuatro pasos los cuales son: planificar, hacer, verificar y actuar. Es conocido también como PDCA por sus siglas en inglés o como PHVA por sus siglas en español. Dicho proceso consiste en aplicar cuatro pasos los cuales son: planificar, hacer, verificar y actuar. Estos se realizan de forma cíclica.

➤ Planificar

Es el primer paso y el que más influye en todo el proceso ya que dependerá de la planificación el grado de optimización o mejora del proceso. En este paso se implementan diferentes métodos, tales como: encuestas a empleados, grupos de trabajo y búsqueda de nuevas tecnologías.

En esta etapa se define el problema, situación o actividad a mejorar, los indicadores de control, los objetivos a lograr, los métodos y herramientas que se utilizarán para llevarlo a cabo.

Entre algunas de las herramientas que se pueden utilizar en esta etapa son: lluvia de ideas, diagrama de Gant, entre otros.

➤ Hacer

En esta etapa se ejecuta lo que se determinó en la etapa de planificación. Se recogen datos que brinden información para poder controlar los procesos y medir los resultados obtenidos.

Usualmente se realiza una prueba piloto previamente en la cual se verifican y aplican las correcciones establecidas en el plan, si el resultado es favorable se registra lo desarrollado con sus resultados y se capacita al personal para que pueda aplicar las soluciones planteadas.

➤ Verificar

Se verifica que se hayan alcanzado los objetivos mediante la mejora implementada y se deben controlar las causas críticas tales como la calidad del producto. Esta etapa sirve para identificar los posibles errores y fallas que necesiten ajustarse. Se debe contar con parámetros objetivos y medibles como indicadores clave de rendimiento, listas de verificación y diagrama de Pareto para poder verificar si realmente se ha mejorado el proceso y el nivel de calidad.

➤ Actuar

Es la última fase y en ella se realizan las acciones para implementar los ajustes en las fallas detectadas.

Si se consigue el resultado esperado se estandariza la solución al problema y se establecen las condiciones para mantenerlo, si los resultados no son favorables se identifican las soluciones a los problemas para luego empezar un nuevo ciclo PHVA.

8. Sistema de análisis de peligros y puntos críticos de control (HACCP)²⁰

El sistema de análisis de peligros y puntos críticos de control (HACCP) es un sistema encargado de prevenir y eliminar los peligros que se encuentran en los procesos de elaboración de los alimentos que apela como fin garantizar la inocuidad y seguridad alimentaria, está basado en aplicar normas para cada establecimiento elaborando elementos con fundamentos científicos de carácter sistemático, los programas aplicados son las buenas prácticas de manufactura, los procedimientos operacionales estandarizados de sanitización (POES), la organización internacional de normalización (ISO) 9000 y 22,000 entre otros

Origen

²⁰ Agencia chilena para la inocuidad y calidad alimentaria. (2008). *Guía para el diseño, desarrollo e implementación del Sistema de Análisis de Peligros y de Puntos Críticos de Control en establecimientos de alimentos HACCP*. Recuperado 7 de noviembre de 2023, de <https://www.achipia.gob.cl/wp-content/uploads/2018/08/Manual-HACCP.pdf>

El origen de este sistema data en el año 1960 cuando la nasa y el ejército de los Estados Unidos diseñaron esta herramienta debido a la necesidad de producir alimentos libres de peligros para los astronautas, años más tarde en 1971 una compañía presentó este sistema como propuesta en una conferencia acerca de la inocuidad de alimentos de los estados unidos donde más tarde sirvió de base para el desarrollo de las normas impartidas por la administración de alimentos y medicamentos (FDA) para la producción de alimentos enlatados, este programa se expandió por todo el mundo después del año 1973 cuando una compañía publicó su primer documento comida segura. parte de la inspiración de la formación de este sistema fue la filosofía de William Edwards Deming cuyas teorías de gerencia de calidad logró un desarrollo significativo en la industria japonesa en los años 50.

Pasos a seguir para implementar el sistema HACCP

El sistema HACCP consta de cinco etapas que son las siguientes:

1. **La formación del equipo HACCP:** este equipo tiene la función de elaborar e implementar y verificar que el plan HACCP está cumpliendo sus funciones en las distintas áreas de la planta de producción, está compuesto por cuatro integrantes que tengan conocimientos acerca de este plan.
2. **La descripción del producto:** en esta se debe mencionar las características del producto para saber qué tipo de procedimientos adecuados del plan HACCP se aplicará la descripción, incluye composición fisicoquímica, tratamientos a los que es sometido el producto, envasado, duración condiciones de almacenamiento y sistema de distribución.
3. **La determinación del uso previsto del producto:** determina considerando los usos que se estima que ha de darle el usuario o consumidor final.
4. **Elaborar un diagrama de flujo:** consiste en hacer un diagrama de flujo con todos los parámetros sean los tiempos temperaturas, entre otros que tiene que adaptarse para el proceso también se describen las materias primas y aditivos.

5. **La conformación in situ del diagrama de flujo:** este lo hace una persona con suficiente conocimiento de las actividades de producción en la planta este debe hacer un recorrido por la planta y comprobar que todos los procedimientos incluyendo los parámetros y proporciones de las materias primas a utilizar se están realizando como lo indica el diagrama.

Los miembros del equipo HACCP deben verificar el cumplimiento de las cinco etapas y se registra en el documentos escritos o archivos electrónicos.

Principios del sistema HACCP

Este sistema consta de siete principios los cuales son:

1. Realizar un análisis de peligro

Consiste en analizar los procesos y determinar en cuál etapa del proceso existe riesgo de contaminación, el equipo haccp registra todas las etapas del proceso y clasifica los peligros como biológicos, químicos o físicos y valoran los peligros según su gravedad, probabilidad y significancia. La gravedad representa la magnitud de las consecuencias cuando el peligro se manifiesta en el consumidor y se califica como alta, media y baja, la probabilidad representa la posibilidad de que el peligro identificado ocurra y se califica de la misma forma que la gravedad estas valoraciones se hacen con referencia a las informaciones existentes del tema por lo que se debe hacer referencia a las fuentes de información que justifiquen los datos y argumentos el criterio para definir la gravedad y probabilidad de que aparezca un peligro.

2. Determinar los puntos críticos de control

Es la fase donde se puede realizar un control para prevenir o eliminar los peligros a niveles aceptables, si una fase tiene peligros que pueden ser controlados dicho control es de suma importancia para mantener la inocuidad en el producto y si no existe otra fase adecuada donde se pueda controlar estos peligros, el equipo HACCP puede determinar en esta fase como un punto crítico de control. Para determinar una fase como punto

crítico de control se debe contestar de cuatro a cinco interrogantes respecto al peligro las cuales la mayoría se miden por árbol de decisiones.

3. Establecer los límites críticos

Un límite crítico es el valor mínimo o máximo que debe ser controlado y que se aplica a un punto crítico de control para la eliminación o reducción de los peligros a niveles aceptables es útil para evaluar si hubo un punto crítico de control dentro o fuera del margen establecido.

4. Determinar los procedimientos de monitoreo

Se debe establecer una metodología para vigilar constantemente el comportamiento de los puntos críticos de control y verificar que cada punto funciona correctamente, se tiene que evaluar todos los días si esos puntos críticos caben dentro de los parámetros que se hayan identificado como seguros estos pueden ser por revisiones periódicas, observación continua o por horas.

5. Determinar las acciones correctivas

Tomar acciones cuando se identifica una desviación al monitorear un punto crítico de control las cuales tienen que ser documentadas para luego analizarlas y verificar la efectividad de estas acciones correctivas.

6. Determinar los procedimientos de verificación

Para asegurarse que el plan haccp esta funcionando correctamente se debe de hacer auditorias programadas periódicamente para verificar el cumplimiento del plan HACCP en toda el área de producción o administración de la organización.

7. Definir los procedimientos de registros y documentación

Se debe documentar los procedimientos de verificación y monitoreo de los registros a monitorear y los planes de acción asociados al plan HACCP.

V. Generalidades de mercadotecnia

1. Concepto

Mercadeo es un conjunto de técnicas y acciones mediante las cuales una empresa u organización identifica y estudia las necesidades o problemas que caracterizan a un público. A partir de ello se emprenden estrategias para descubrir cómo resolver las necesidades identificadas a través de su producto o servicio y así ampliar el número de clientes.

2. Objetivos del mercadeo

- Crecimiento y afianzamiento: la empresa está sujeta a amenazas y oportunidades y es por eso que el principal objetivo del mercadeo es lograr el crecimiento de la empresa y crear una línea de negocio rentable y segura.
- Detección de oportunidades: el mercadeo permite identificar los problemas y necesidades que debe atender una empresa y así lograr una satisfacción de sus clientes
- Generar rentabilidad: mediante la implementación del mercadeo se pretende obtener un retorno de la inversión, asegurar la participación en el mercado y generar ventas mediante publicidad.

VI. Tipos de mercadeo²¹

- Mercadeo Offline: se refiere a todas las acciones que se llevan a cabo fuera de la web. Tales como: uso de medios de comunicación masiva (televisión, prensa impresa, radio), publicidad callejera, patrocinio de eventos, marketing directo tradicional (correo directo, cupones, volantes, telemarketing, entre otros). Dicho tipo de mercadeo se remite a las 4 P's: promoción, punto de venta, producto y precio.
- Mercadeo en línea: a diferencia del mercadeo fuera de línea, este tipo de mercadeo se refiere a acciones que se llevan a cabo mediante el uso de internet, tales como: correos

²¹ Fuera De Línea: Conceptos Para Entender Qué Es Marketing Offline, 2017)
(Qué Es El Marketing Directo: Aprovechalo En Tus Estrategias, 2017)

electrónicos, blogs corporativos, páginas web, redes sociales, anuncios en buscadores, entre otros.

- **Mercadeo directo:** se dirige hacia un público específico, este puede ser un grupo consolidado en una base de datos. Los tipos de mercadeo directo utilizados de forma más frecuente son: tradicionales (telemercadeo, correo directo, volantes, etc.) y digitales (Correos electrónicos, mensajes vía internet, entre otros.)
- **Mercadeo indirecto:** son mensajes transmitidos a la audiencia sin una intención comercial clara. Tales como: marcas mostradas en televisión o series, eventos deportivos, entre otros.
- **Mercadeo de nichos:** este tipo de mercadeo se enfoca en un público específico generalmente inexplorado o poco conocido que se caracterizan por tener gustos y preferencias similares, tales como: personas deportistas, niños jugadores de videojuegos, jóvenes estudiantes, mujeres artistas, entre otros.
- **Mercadeo de segmentos:** a diferencia del nicho de mercado, los segmentos de mercado representan un grupo de consumidores más extenso y explorado. Dicha segmentación puede ser: segmentación demográfica, geográfica, psicográfica, conductual, por industria, por productos.²²
- **Mercadeo masivo:** como su nombre lo indica, este tipo de mercadeo se utiliza para las masas en general sin tener un nicho o segmento específico, también se le conoce como mercadeo indiferenciado. Se emplea para productos de los cuales existe una fuerte demanda y son necesarios para todas las personas. Tales como: productos de higiene personal, alimentación, muebles, telefonía móvil, entre otros.
- **Neuro mercadeo:** este tipo de mercadeo se interesa en conocer cómo funciona la mente humana y cómo reacciona frente a los estímulos que influyen en las decisiones de compra de las personas. Por ejemplo: neuro mercadeo visual (palabras como: rebajas, gratis, ofertas) neuro mercadeo auditivo (música en supermercados).²³

22 Terreros, D. (2022, February 14). *¿Qué es un nicho de mercado? Tipos y ejemplos*. Blog de HubSpot. Retrieved March 17, 2023, from <https://blog.hubspot.es/marketing/nicho-de-mercado>

23 *¿Qué Es El Neuromarketing? Tipos Y Ejemplos*. (2021, May 13). La Marketing Digital. Retrieved March 17, 2023, from <https://lamarketingdigital.com/que-es-el-neuromarketing-tipos-y-ejemplos/>

- Mercadeo social: su objetivo principal es el bienestar individual y social. Por tanto, se enfoca en temáticas tales como: la salud pública, medio ambiente, vivienda, calidad de vida, entre otros.
- ²⁴Mercadeo de guerrilla: busca generar un impacto en el día a día de las personas y se caracteriza por tener un bajo coste financiero y un alto contenido de creatividad. Por ejemplo: virales de internet, publicidad ambiental (espacios públicos donde tomarse fotos).
- Mercadeo de influencia: se lleva a cabo a través de colaboraciones con celebridades e influencias (comúnmente llamadas influencers), se aprovecha la gran cantidad de seguidores que dichas personas tienen para lograr llegar a mercados específicos
- Mercadeo de recomendación o indicación: consiste en procurar que los clientes actuales recomienden a otras personas los servicios o productos que la empresa ofrece con el fin de que influyeran en su decisión de compra.

VII. Mezcla de mercadotecnia

a. Servicio al cliente²⁵

Consiste en mejorar la experiencia del consumidor mediante el uso de herramientas tecnológicas y estrategias de mercadeo antes, durante y después de la compra. Su objetivo es aumentar la satisfacción del cliente para así garantizar la rentabilidad del negocio.

b. Producto²⁶

El Producto sirve para que el equipo de trabajo entienda y defina cuáles atributos y características tiene lo que se está ofreciendo. Para facilitar saber la información sobre el producto que se ofrece se debe de responder a las siguientes preguntas:

- ¿Cuáles son las necesidades y/o deseos que el producto/servicio debe satisfacer de la clientela?
- ¿Cuáles son las funciones que debe desarrollar para resolver las necesidades?

²⁴ Vergara, J. (2020, July 6). *¿Qué es el marketing de guerrilla? (+ ejemplos)*. Cyberclick. Retrieved March 17, 2023, from <https://www.cyberclick.es/que-es/marketing-de-guerrilla>

²⁵ Servicio al Cliente. (n.d.). Concepto. Retrieved March 17, 2023, from <https://concepto.de/servicio-al-cliente/>

²⁶ Mezcla de mercadotecnia: conoce las 4P's del marketing y sus aplicaciones a los negocios. (2022, March 8). Rock Content. Retrieved March 17, 2023, from <https://rockcontent.com/es/blog/4ps-del-marketing/>

- ¿Cómo, cuándo y dónde lo usará el cliente?
- ¿Cómo es físicamente?
- ¿Qué nombre tiene?
- ¿Cuál es la marca?
- ¿Cómo se diferencia de otros productos y servicios ya existentes en el mercado?

c. Precio²⁷

Es el valor que se cobrará a los clientes por la solución brindada gracias al producto o servicio ofrecido. La sobrevivencia de la empresa depende mucho de esta variable ya que es a partir del dinero obtenido que se logrará realizar el pago a empleados, realizar inversiones, pagar a proveedores y obtener rentabilidades.

Para lograr una correcta asignación del precio se pueden realizar las siguientes preguntas:

- ¿Cuál es el valor del producto o servicio para el comprador?
- ¿Cuáles es el rango de precios para los productos y servicios en cada área de distribución?
- ¿Cuál es el comportamiento del cliente en relación al precio?
- ¿Cuánto está dispuesto el cliente a pagar por lo que se ofrece? ¿Cuál es el límite de precio?
- ¿Existe la necesidad de crear acciones de precio específicas para segmentos de público (personas jurídicas, clientes fieles)?
- ¿Cómo se compara el precio del producto o servicio ofrecido con el de la competencia?

d. Plaza²⁸

Es el proceso compuesto por fases y canales que atraviesa el producto para hacerlo llegar a la ubicación del público objetivo. Desde su producción hasta su almacenamiento y transporte

Las preguntas para definir de la mejor forma posible la plaza, son:

- ¿Dónde suele el público buscar los productos y servicios?

²⁷ Mezcla de mercadotecnia: conoce las 4P's del marketing y sus aplicaciones a los negocios. (2022, March 8). Rock Content. Retrieved March 17, 2023, from <https://rockcontent.com/es/blog/4ps-del-marketing/>

²⁸ Aprende qué es la plaza en mercadotecnia + ejemplos. (2022, February 3). Crehana. Retrieved March 17, 2023, from <https://www.crehana.com/blog/transformacion-digital/que-es-plaza-mercadotecnia/>

- En el caso de los establecimientos físicos (punto de venta), ¿Cuáles son los tipos específicos?
- En el caso de los establecimientos virtuales y online, ¿Cuáles (comercio electrónico, catálogo, redes sociales)?
- ¿Cómo la empresa puede ingresar a los mejores y más efectivos canales de distribución?

e. Promoción²⁹

Su función es la de establecer comunicación con los potenciales clientes mediante la implementación de estrategias y actividades que la empresa realiza con el objetivo de informar, persuadir y recordar al público los productos y servicios que se ofrecen y así lograr un mayor número de clientes.

Para lograr una correcta promoción es necesario responder a las siguientes preguntas:

- ³⁰¿Cuándo y dónde se puede transmitir de forma efectiva, los mensajes de mercadeo acerca del negocio al público objetivo?
- ¿Cuáles son los mejores canales (TV, radio, internet, impresos) y acciones de relaciones públicas para presentar soluciones a los posibles clientes?;
- ¿El mercado es estacional? ¿Cuál, entonces, debe ser el calendario para aprovechar las oportunidades y aumentar las ventas y promociones?
- ¿Cómo hace la promoción de sus productos y servicios la competencia?, ¿Cuál es la influencia de ellos sobre las acciones de la empresa?

VIII. Generalidades de la Calidad³¹

1. Definición

Según la ISO calidad es “la adaptación y conformidad de los requisitos que la propia norma y los clientes establecen” es decir que calidad es el grado de perfección de un proceso, servicio o

29 Kotler, P. (n.d.). *QUE ES PROMOCIÓN EN MERCADOTECNIA* | Web Oficial EUROINNOVA. Euroinnova Business School. Retrieved March 17, 2023, from <https://www.euroinnova.ec/blog/que-es-promocion-en-mercadotecnia>

Promoción: Concepto, características y objetivos fundamentales. (2016, October 9). Dircomfidencial. Retrieved March 17, 2023, from <https://dircomfidencial.com/diccionario/promocion-20161009-1655/>

30 Mezcla de mercadotecnia: conoce las 4P's del marketing y sus aplicaciones a los negocios. (2022, March 8). Rock Content. Retrieved March 17, 2023, from <https://rockcontent.com/es/blog/4ps-del-marketing/>

31 (Correia, M. (2021, November 11). *Conceptos de calidad: todo lo que usted necesita saber*. PariPassu. Retrieved March 17, 2023, from <https://www.paripassu.com.br/es/blog/conceptos-de-calidad>

producto de forma que pueda satisfacer las necesidades implícitas o explícitas según un parámetro previamente establecido.

Los cuatro aspectos de la calidad:

1) C (características): se refiere a características de calidad en su sentido exacto, tales como: comportamiento, dimensiones, pureza, resistencia, índice de unidades sin ajuste, aspecto, tolerancias, fiabilidad, fracción de reprocesos, duración, fracción de unidades defectuosas, método de empaquetado, entre otros.

2) C (coste): son las características que se relacionan al coste y el precio, tales como: pérdidas, control de costes y control de beneficios, coste unitario, rendimiento, beneficio, productividad, precio de coste, costes de las materias primas, fracción de unidades defectuosas, costes de producción, defectos y sobrellenado precio de venta.

3) E (entrega): características relacionadas con las cantidades y los tiempos de espera (control de cantidades): volumen de producción, pérdidas por cambios, consumo, inventario, tiempos de espera, volumen de ventas. El control de calidad no es posible sin datos numéricos.

4) S (servicio): se refiere a características de los productos que requieren seguimiento, es decir a aquellos problemas que surgen después de haber expedido los productos, tales como: características de seguridad y ambientales, , periodo de compensación, fiabilidad de los productos (FP), cambios, métodos de inspección y mantenimiento, prevención de la fiabilidad del producto (PFP) periodo de garantía, servicio ante y postventa, facilidad de reparación, intercambiabilidad de piezas, manuales de instrucciones y método de empaquetado.

IX. Generalidades de las fases de organización y planificación

1. Generalidades de la organización

a. Definición

La organización es un término con diferentes significados. Se le conoce como la acción o efecto de disponer, arreglar u organizar. Desde el punto de vista organizacional, la organización es la etapa en la que se determina la forma en que se delegan responsabilidades, la cultura y el cambio organizacional. De forma que una entidad pueda: reunir recursos para lograr resultados, producir bienes y servicios de calidad, emplear eficazmente la tecnología de la información y de manufactura, fomentar la aptitud para aprender de la experiencia, establecer un lugar que desarrolle el sentido de pertenencia y respeto y generar valor para sus grupos de interés.

La organización puede clasificarse en dos dimensiones: contextuales y estructurales. Las dimensiones contextuales se refieren a características de índole externa, tales como: tamaño, contexto, alcance, propósito y tecnología. Mientras que las dimensiones estructurales exponen características internas. A continuación, los elementos específicos de cada una:

- Dimensiones estructurales, integran tres aspectos:

-Formalización: Corresponde a la documentación escrita de metas, procedimientos, políticas, programas, estrategias y toda clase de medios dirigidos hacia la dirección y gestión de sus acciones.

-Especialización. Forma y grado en que se subdivide el trabajo. En la medida que sea alta, el personal se concentrará en tareas específicas; cuando es baja, los integrantes de la organización desempeñarán más tareas.

-Centralización. Se refiere a la concentración de autoridad en una unidad. Cuando la autoridad se mantiene en unidades determinadas, se centraliza; cuando se delega en varias unidades, se descentraliza.

Dimensiones contextuales: para interrelacionar las bases de la estructura y procesos de trabajo se consideran las dimensiones que se exponen a continuación:

Tamaño. Magnitud de una organización con base en el número de personas, recursos financieros, instalaciones, ámbito de actuación y volumen de productos o servicios que genera.

Tecnología organizacional. Herramientas de tecnología de la información y técnicas de análisis y evaluación que la organización emplea para transformar los insumos en resultados. Este factor se relaciona estrechamente con el nivel de desempeño que puede alcanzar de acuerdo con la capacidad de respuesta que desarrolle.

Entorno. Elementos que están fuera de las fronteras de la organización. Los más representativos son el gobierno, la industria, los bancos, las empresas competidoras e incluso aquellas con las que no compite, proveedores, clientes y comunidad en general.

Estrategia. ruta para manejar los recursos y las acciones necesarias para hacer frente al entorno y mantener una posición competitiva sostenible. La estrategia también sirve para definir la forma y ámbito de operación.

Cultura organizacional. Conjunto de creencias, actitudes, valores, hábitos, costumbres y formas de hacer las cosas que comparten los miembros de una sociedad en función de su contexto social y valores que la sustentan.

b. Tipos de sistemas de organización:

- Lineal o militar (concentra el mando): Concentra la autoridad solamente en una persona. Este puede ser el gerente, director o propietario. Dicha persona es la encargada de tomar todas las decisiones y funciones relacionadas al mando. De esta forma distribuye y proyecta el trabajo a los subalternos para su ejecución.

Este tipo de organización integra la cooperación de jefes y subalternos ya que aprovecha dentro de un orden jerárquico en el cual el superior va delegando en el inmediato inferior atribuciones y deberes precisos, fuera de los cuales no debe actuar el subalterno. El tipo de organización militar procede particularmente en instituciones como el ejército, o en centros de trabajo donde el propietario o el jefe están dotados de facultades excepcionales

y pueden centralizar el mando absoluto o cuando las empresas son muy pequeñas adoptan esta organización.

- Sistema de organización funcional, departamental o de Taylor (delega el mando): está organizado por secciones o departamentos cuyos principios se basan en la división del trabajo en la cual se aprovecha la aptitud y preparación profesional de cada individuo. Cada uno de los empleados superiores tiene una participación proporcional en el mando, para lo cual se le conceden facultades que requieren responsabilidades precisas. Este tipo de organización se aplica principalmente en grandes centros de trabajo, ya que debido a su magnitud en cada departamento está un jefe que tiene a su cargo una función determinada, y como superior de todos los jefes está un gerente o director que coordina las labores de aquéllos conforme al pensamiento o a los propósitos de la empresa.
- Organización de línea, asesoría o plana mayor: es un tipo de organización derivado de la organización de línea, puesto que cada uno de los trabajadores están bajo el mando de un solo supervisor correspondiente en cada caso, con la diferencia de que en la organización de plana mayor existen especialistas que hacen las veces de asesores de la dirección en aspectos concretos. La autoridad no es compartida ya que los asesores únicamente pueden aportar sus opiniones o consejos, pero no pueden dar órdenes.
- Sistema de organización de comités o consejos (comparte el mando): Este tipo de organización somete las disposiciones que van a dictarse, al acuerdo de un grupo de individuos a cuyo cargo están la dirección, administración o vigilancia de la empresa. Este grupo de personas comparte la responsabilidad de dar órdenes y estas se dictan conforme al acuerdo que se toma por mayoría de votos de sus miembros.

c. Definición de organigrama³²

³² Orellana, P. (2020, March 1). Organigrama - Qué es, definición y concepto | 2023. Economipedia. Retrieved March 31, 2023, from <https://economipedia.com/definiciones/organigrama.html>
Organigrama. (n.d.). Concepto. Retrieved March 31, 2023, from <https://concepto.de/organigrama/>

Es una herramienta, esquema o representación gráfica de la forma en que se estructura una organización, en la cual se refleja la distribución de las funciones y responsabilidades de los departamentos que conforman la cadena de mando y la relación entre cada área. El organigrama sirve de utilidad para las personas que se incorporan a la organización ya que sirve como inducción para una mejor comprensión del funcionamiento de una empresa.

d. Definición y tipo de manuales³³

Manual es un folleto o libro que comprende los aspectos esenciales y básicos de una actividad de la empresa u organización el cual permite la comprensión del funcionamiento de determinado tema, materia o actividad de forma ordenada y concisa.

Un manual puede contener los siguientes elementos:

- Identificación
- Logotipo de la organización
- Denominación y extensión
- Índice o contenido
- Prólogo y/o introducción
- Objetivos de los procedimientos
- Áreas de aplicación y/o alcance de los procedimientos
- Responsables
- Políticas o normas de operación
- Conceptos(s)
- Procedimiento (Descripción de las operaciones)
- Formatos impresos
- Diagramas de flujos
- Glosario de términos

³³ Olvera, D., Melman, L., & Villarreal, C. R. (2021, March 15). *¿Qué es y cómo hacer un manual de procedimientos? - Entorno Empresarial. Coparmex Jalisco. Retrieved March 31, 2023, from <https://coparmexjal.org.mx/entorno-empresarial/que-es-y-como-hacer-un-manual-de-procedimientos/>*

Tipos de manuales:

Organizacional: Es el más general de todos los manuales, en este se busca reflejar el funcionamiento de la organización, puesto que plantea la forma de organizar las actividades administrativas, operativas y ejecutivas de la empresa y comprende los aspectos básicos, intermedios y complejos de los procesos.

Departamental: Contienen todo lo referente a las actividades que se llevan a cabo en cada área de la empresa específicas de cada departamento, tanto de los procesos administrativos, como operativos, incluyendo los roles que deben desempeñarse.

Política: este es un manual dirigido a las acciones que deben llevar a cabo los gerentes subgerentes y empleados, con el fin de contribuir a que la empresa pueda desempeñarse de forma óptima y lograr sus objetivos.

Procedimientos: en este manual se plantean el conjunto de directrices que las personas deben de realizar y los pasos que deben de seguir para que un proceso pueda ser llevado a cabo. Este tipo de manuales van referidos a áreas operativas y administrativas.

Técnicas. Este tipo de manuales complementan al manual de procedimientos, ya que se plantea de forma minuciosa cada una de las actividades que debe realizar el personal de forma más explícita. Usualmente se utilizan para procesos del manual de procedimientos que resulten ser difícil de entender o para procesos confusos.

Bienvenida. Está comprendido por el conjunto de normas de conducta y deberes que el personal debe adaptar. Este también debe incluir la historia, misión y visión de la organización de forma que los empleados y socios se sientan identificados plenamente con la misma.

Puesto. contiene exclusivamente las especificaciones de las funciones que debe desempeñar una persona en particular en un rol o cargo específico dentro de la empresa.

Múltiple. Usualmente surgen de las actas de asambleas que se celebran entre los socios, su fin es el de coordinar y organizar situaciones sobrevenidas que no están contempladas en el resto de los manuales de la organización.

Finanzas. En este tipo de manuales se resume todo aquello relacionado a los aspectos monetarios de la empresa y su forma de control y regulación. Además, se incluye la especificación de las funciones que deben de llevar a cabo las personas que están a cargo de esta área.

Calidad. Concentra el conjunto de parámetros para medir los niveles de productividad y eficiencia en toda la organización, del personal, procesos y productos, tanto en los procedimientos como en los resultados.

e. Definición de autoridad³⁴

Autoridad es la facultad o atributo que se dispone a una persona para gobernar y el derecho a dar órdenes para que estas se cumplan. De esta forma, poseer autoridad requiere por un lado de mandar y por el otro el ser obedecido.

f. Definición de responsabilidad³⁵

Responsabilidad es la cualidad de cumplimiento de obligaciones y cuidado al momento de decidir, hacer o responder frente a determinadas circunstancias que tiene una persona y a la vez la aceptación de las consecuencias de los actos propios cuando dichos actos han sido realizados de forma consciente e intencionada

³⁴ Autoridad: Qué es, Significado, Concepto y Definición. (n.d.). Significados. Retrieved April 4, 2023, from <https://www.significados.com/autoridad/>

Autoridad - Qué es, definición y concepto. (n.d.). Definición.de. Retrieved April 4, 2023, from <https://definicion.de/autoridad/>

³⁵ Responsabilidad - Qué es, concepto, tipos, importancia, RSE. (n.d.). Concepto. Retrieved April 4, 2023, from <https://concepto.de/responsabilidad/#ixzz7wpTaJVhm>

Autoridad - Qué es, definición y concepto. (n.d.). Definición.de. Retrieved April 4, 2023, from <https://definicion.de/autoridad/>

2. Generalidades de la Planificación

a. Definición³⁶

Se denomina planificación al establecimiento de estrategias y procesos que se deben de seguir para alcanzar las metas propuestas. También puede entenderse como la anticipación ante posibles eventos que representen una oportunidad o amenaza para lograr reducir los efectos negativos que puedan surgir e impulsar los efectos positivos.

b. Objetivos³⁷

Se denomina objetivo el fin o propósito a alcanzar hacia el cual se orientan las acciones u operaciones de algún proyecto específico que se quiere lograr. Los objetivos son primordiales en el proceso de planificación puesto que el planteamiento de los mismos permite la concreción de la realidad que se desea alcanzar.

c. Metas³⁸

Una meta es el fin o resultado al que se dirige una acción o deseo que se espera alcanzar mediante un procedimiento específico, este se relaciona con los objetivos que una persona u organización se traza.

d. Estrategias³⁹

La estrategia es el procedimiento que se utiliza para la toma de decisiones o para accionar frente a un escenario determinado cuyo objetivo es el de lograr una o varias metas. Es decir, la estrategia es la relación entre los objetivos últimos y las acciones que se deben llevar a cabo para conseguir dichos objetivos.

³⁶ Westreicher, G. (2020, August 1). Planificación - Qué es, definición y concepto | 2023. Economipedia. Retrieved September 28, 2023, from <https://economipedia.com/definiciones/planificacion.html>

³⁷ Definición de Objetivo - Qué es y Concepto. (n.d.). Economía. Retrieved April 4, 2023, from <https://economia.org/objetivo.php>

Significado de Objetivo (Qué es, Concepto y Definición). (n.d.). Significados. Retrieved April 4, 2023, from <https://www.significados.com/objetivo/>

³⁸ (n.d.). Significados. Retrieved April 4, 2023, from <https://www.significados.com/meta/>

Meta. (n.d.). Concepto. Retrieved April 4, 2023, from <https://concepto.de/meta/>

³⁹ Westreicher, G. (2020, August 1). Estrategia - Qué es, definición y concepto | 2023. Economipedia. Retrieved April 4, 2023, from <https://economipedia.com/definiciones/estrategia.html>

Estrategia ¿Qué es?, Tipos, ¿Cómo llevarla a cabo? (n.d.). Software DELSOL. Retrieved April 4, 2023, from <https://www.sdelisol.com/glosario/estrategia/>

e. Planes⁴⁰

Plan es la serie de pasos o procedimientos para lograr un objetivo o propósito. Es un modelo sistemático que se prepara antes de la realización de una acción generalmente para lograr una óptima organización. Los planes se realizan en un documento escrito en el cual se plasman las metas, tácticas, estrategias, políticas y directrices que se deben seguir en espacio y tiempo. De igual forma deben de ir acompañados de los mecanismos, instrumentos y acciones que se utilizarán para lograr los objetivos proyectados.

⁴⁰ Plan - Qué es, definición, tipos y en el cine. (n.d.). Definición.de. Retrieved April 4, 2023, from <https://definicion.de/plan/>

¿Qué es Plan? » Su Definición y Significado [2023]. (n.d.). Definición. Retrieved April 4, 2023, from <https://conceptodefinicion.de/plan/>

Ucha, F. (n.d.). Definición de Plan » Concepto en DefinicionABC. Definición ABC. Retrieved April 4, 2023, from <https://www.definicionabc.com/general/plan.php>

Capítulo II Diagnóstico de la situación actual para el programa de mejora continua aplicando el método Kaizen del Restaurante "Las Palmeras" ubicado en el municipio de La Palma, departamento de Chalatenango.

I. Importancia de la investigación

La presente investigación cobra importancia de acuerdo con el análisis realizado, el reto principal al que se enfrenta la empresa es la deficiencia en los procesos administrativos y productivos que comenzaron a generar impactos negativos en el restaurante, puesto que en comparación al año 2021 se ha visto una disminución de más del 50% de sus ingresos.

Esta investigación nos permite identificar las áreas en las que se deben de realizar cambios y así implementar un programa de mejora continua que ofrezca una solución integral a la problemática identificada entre ellas se puede mencionar el mejoramiento de los procesos y funciones del personal para mejorar los servicios, así como también la publicidad, el producto, precio, plaza y promoción.

II. Objetivos

1. General

Diseñar un diagnóstico en el restaurante Las Palmeras ubicado en el municipio de La Palma, departamento de Chalatenango para realizar un programa de mejora continua aplicando el método Kaizen.

2. Específicos

- Recopilar información con los instrumentos de recolección de datos apropiados sobre los diferentes procesos administrativos, productivos y áreas deficientes.
- Analizar la información obtenida para determinar la situación actual.

- Evaluar las áreas de oportunidad para proponer un programa de mejora continua aplicando el método Kaizen.

III. Planteamiento del problema

El desarrollo de la investigación responde al interés por analizar y determinar el impacto que produce la implementación de la gestión de calidad con el uso del método Kaizen en el restaurante las Palmeras ubicado en el municipio de la palma departamento de Chalatenango. En este contexto nuestro análisis se basa en la problemática de la actividad de servicio del restaurante, objeto del estudio.

Los atributos del producto y del servicio en un escenario del posicionamiento utilizando la calidad como una herramienta de estrategia menciona que: La calidad tiene un impacto directo en el desempeño del producto o servicio y está relacionada estrechamente con el valor y la satisfacción del cliente.¹

IV. Métodos y técnicas de investigación

En la investigación se utilizó el método científico el cual consta de una serie de pasos en los que se estudia un problema de una forma sistemática y los cuales permiten la observación de la situación del objeto de estudio.

1. Método⁴¹

Los métodos que se utilizaron a efectos de la investigación son:

a. Análisis

El método analítico se utiliza en el trabajo de investigación ya que permite revisar

⁴¹ Kotler & Armstrong (2017) *Fundamentos de Marketing*. Pearson.
https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14584/mod_resource/content/1/Fundamentos%20del%20Marketing-Kotler.pdf

ordenadamente y por separados todos los elementos e indicadores en el problema investigado permitiendo así poder comprender la falla en las áreas deficientes del restaurante “Las Palmeras”.

b. Síntesis

En la investigación se aplica el método sintético el cual consiste en indicar una teoría para así poder unir los diversos elementos por lo cual hay más probabilidad de tener una conclusión más certera acerca de lo que se ha percibido en el estudio.

2. Tipo de investigación

El tipo de investigación es descriptivo ya que se describe la situación en que se encuentra el objeto de estudio y ayuda a recolectar e interpretar toda la información obtenida la cual contribuye a tener un mejor análisis.

3. Diseño de la investigación

El diseño de investigación es el no experimental ya que no se manipuló ninguna variable, sino que se limitó a la observación del problema para así poder relatar los hallazgos de la investigación acerca de la mejora a la situación actual del restaurante.

4. Técnicas e instrumentos de recopilación de información

a. Técnicas

➤ Entrevista

Esta consistió en reunirse con el propietario y su compañera de vida, ya que son estas las personas más conocedoras del tema y las cuales están en mayor contacto con la realidad del restaurante. La entrevista se realizó y se llevó a cabo con una serie de preguntas que proporcionaron información que sirvió para identificar los retos a los que se enfrenta la

organización.

➤ Encuesta

Esta técnica permitió obtener información relevante de la problemática en el restaurante Las Palmeras. Se realizaron dos encuestas mediante un cuestionario previamente elaborado, conteniendo preguntas sobre los diferentes indicadores que facilitaron conocer el comportamiento de las variables estudiadas. Este cuestionario fue dirigido a todo el personal de la empresa y también a los clientes.

➤ Observación directa

Esta técnica permitió conocer la forma en que funciona el restaurante “Las Palmeras”, tanto el funcionamiento como el desarrollo de trabajo, así también como los hábitos y actitudes de los empleados. La observación se llevó a cabo durante las visitas que se realizaron al lugar de estudio, lo cual también ayudó a completar datos obtenidos en la encuesta y en la entrevista.

b. Instrumentos

➤ Guía de entrevista: se realizó para la entrevista semiestructurada, en la cual se hicieron unas cuantas preguntas preestablecidas dando lugar a que el entrevistado pueda proporcionar información de las temáticas que surgieron en la discusión y que aporten a la investigación. **(Anexo 1)**

➤ Cuestionario: se utiliza en la encuesta para obtener información. Dicho cuestionario contiene preguntas abiertas, de opción múltiple y cerradas, las cuales se pasó al personal que labora en la empresa y a los clientes. **(Anexo 2) (Anexo 3)**

➤ Lista de cotejo: Se realizó una lista de aspectos que están conformados por diferentes indicadores u observaciones acerca de lo que se visualizó en el restaurante “Las Palmeras” para así poder evaluar tanto a sus empleados como al servicio que ofrecen a sus clientes. **(Anexo 4)**

➤ Listado de preguntas: Se realizó un listado de preguntas para poder obtener información de

primera mano, para así poder considerar las diferentes opiniones o sugerencias tanto del cliente como el empleado del restaurante "Las palmeras"

5. Fuentes de información

a. Primaria

Contiene información adquirida originalmente mediante el trabajo y búsqueda exhaustiva por parte del equipo de investigación. Dicha información se obtiene principalmente por el dueño del restaurante "Las Palmeras" así como por parte de los clientes y empleados.

b. Secundaria

Información que se adquiere mediante fuentes bibliográficas previamente establecidas. Dicha información se obtiene de libros de texto, trabajos de investigación, medios electrónicos y otros relacionados con el tema de investigación.

6. Ámbito de la investigación

La investigación se realizó en las instalaciones del restaurante "Las Palmeras" así como el territorio de las zonas aledañas ubicadas en el cantón el Gramal de La Palma, Chalatenango. Ambas zonas son las indicadas para obtener la información necesaria para la realización de la investigación.

7. Unidades de análisis

La investigación en estudio se relaciona directamente con:

1. Objeto de estudio: Restaurante "Las Palmeras"
2. Unidades de análisis
 - Propietario
 - Empleados
 - Clientes

8. Universo y muestra

a. Universo

Para el caso del restaurante “Las Palmeras”, se tomaron en cuenta tres universos:

Universo 1: Estará compuesto por el propietario del restaurante Las Palmeras.

Universo 2: Este universo está integrado por los empleados del restaurante Las Palmeras, haciendo un total de ocho empleados.

Universo 3: Este universo está integrado por clientes que visitan el restaurante.

b. Muestra

Para calcular la muestra de los universos antes mencionados se procederá de la siguiente manera:

Muestra 1

Propietario: Este se calculó tomando en cuenta todo el universo y por lo tanto se realizó a través de un censo por ser un universo pequeño.

Muestra 2

Empleados: Este se calculó a través de un censo por ser un universo pequeño que asciende al número de empleados que son parte del restaurante “Las Palmeras”.

Muestra 3

Clientes: Este se calculó aplicando una fórmula estadística para población finita y tomando en cuenta a los clientes que visiten el restaurante “Las Palmeras” mensualmente lo cual asciende a 110 clientes mensuales y se calculó de la siguiente manera.

Para calcular la muestra de los clientes quien brindó un dato de 110 clientes en forma mensual, de acuerdo con la información que proporcionó el propietario y se realizó de la siguiente fórmula para población finita:

FÓRMULA

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

Donde:

n: Es la cantidad de clientes de forma mensual que serán seleccionados.

N: Total de la población.

Z: 1.96 al cuadrado (la seguridad es de 95%)

p: Proporción esperada (en este caso es del 50% = 0.50).

q: 1-p (en este caso es 1-0.50= 0.50).

d: Precisión (para la investigación se usa el 9%= 0.09)

Sustituyendo en formula:

$$N1 = (1.96)^2 (0.5) (0.5) (110) (110-1) (0.09)^2 + (1.96)^2 (0.5) (0.5)$$

$$N1 = 105.644$$

$$1.8433$$

$$N1 = 57$$

$$N1 = \underline{57 \text{ clientes.}}$$

V. Procesamiento de la información

Es la etapa final de la investigación de campo; utilizando los instrumentos de recolección de datos y después de haber recabado la información el siguiente paso es vaciarla para luego presentarla en sus respectivos cuadros tabulares con sus análisis e interpretación de la investigación.

1. Tabulación

Este proceso se refiere a que toda la información recopilada por medio de los instrumentos de recolección de datos es presentada en cuadros estadísticos con los resultados obtenidos de cada una de las interrogantes que conformen el instrumento en el cual también es asignado un objetivo y en el cuadro se verá reflejado las respuestas.

2. Análisis e interpretación de datos

En este paso se realiza una interpretación de los resultados obtenidos por medio de los instrumentos de recolección de datos y se evalúa la importancia o impacto para realizar el diagnóstico, conclusiones y recomendaciones.

VI. Diagnóstico de la situación actual

El siguiente diagnóstico se basa en los resultados obtenidos mediante encuestas a clientes, empleados del restaurante Las Palmeras y entrevista al propietario; se han agrupado en puntos para que sea más comprensivo.

1. Filosofía organizacional del restaurante Las Palmeras.

Se identificaron diferentes deficiencias de gestión administrativa de acuerdo a preguntas 3,4 y 5 de entrevista a propietario del anexo 1 en las visitas al restaurante, entre los que se pueden mencionar: estructura organizacional, misión, visión y descripción de funciones. Se determinó que el restaurante Las Palmeras no cuenta con una estructura organizacional clara en la que se muestre la relación entre las unidades o áreas que lo conforman. Esto sugiere una falta de organización. De acuerdo con las preguntas 3,4,12 de la encuesta que se realizó a los empleados del anexo 3, se observó que el restaurante no cuenta con una misión y visión que asegure su correcto funcionamiento para alcanzar sus metas a corto y mediano plazo, esto implica una falta de compromiso de los empleados para cumplir con las expectativas del negocio. Por otro lado, se determinó en lista de cotejo en el apartado de organización que estos mismos no contaban con lineamientos claros sobre las funciones que debían realizar para lograr un desempeño eficiente.

2. Desempeño y capacitación del personal

Según las encuestas realizadas a los empleados en la pregunta 15 (Anexo 3), ellos manifestaron que no son evaluados mediante el uso de instrumentos de evaluación de desempeño, sino que solamente mediante observación por lo que no se tiene un conocimiento claro de los avances, correcciones y mejoras del rendimiento de los mismos.

También se identificó que hay un porcentaje que no se sienten comprometidos con la organización, además de acuerdo con la entrevista a propietario en la pregunta 19 (Anexo 1) él manifestó que se brinda solamente una capacitación al año, por lo cual es deficiente ya que los empleados necesitan ser capacitados frecuentemente para un mayor rendimiento en sus funciones y así puedan adquirir nuevos conocimientos, mejorar sus habilidades y competencias.

3. Personal

De acuerdo con el cuestionario realizado a los empleados en la pregunta 2 (Anexo 3) la mayoría de los ellos son jóvenes adultos ya que se encuentran en un rango de edad de 18 a 35 años, además de acuerdo con la pregunta 1 del mismo cuestionario la mayor parte son mujeres lo cual indica que el restaurante es inclusivo y brinda oportunidades laborales a las mujeres.

El nivel de satisfacción laboral es positivo de acuerdo con los resultados de la pregunta 5 de la encuesta realizada a los empleados puesto que todos se encuentran satisfechos laborando en el restaurante, sin embargo, se identificó un área de mejora para que los empleados puedan estar cien por ciento complacidos.

Los empleados indicaron que cuentan con todas las herramientas de trabajo necesarios en la pregunta 7 del cuestionario (Anexo 3) lo que es un aspecto positivo del restaurante. Además de ello se observó en las respuestas a la pregunta 8 del mismo instrumento que no cuentan con oportunidades para que sus empleados asciendan de puesto ya que sus plazas son limitadas y la mayoría son de servicio al cliente.

El salario de los empleados es el mínimo y de acuerdo con ellos este corresponde al nivel de sus responsabilidades, esto fue manifestado en la pregunta 11 del cuestionario (Anexo 3) aunque hubo una minoría que opinó lo contrario, lo que indica que algunos empleados no se encuentran satisfechos con el salario recibido.

Además, se identificó mediante lista de cotejo en el apartado de organización que el propietario raramente se encuentra presente durante los horarios de atención del restaurante, esto genera una gran desventaja puesto que no hay una persona asignada para observar y garantizar que las actividades se estén desarrollando correctamente y no se lleva un control de las áreas a mejorar. Un aspecto muy positivo es que las condiciones laborales son seguras y la percepción de los empleados también es la misma, además ellos consideraron que las funciones y carga de trabajo están distribuidas equitativamente de acuerdo a lo que manifestaron en la pregunta 26 de la encuesta (Anexo 3).

4. Clima laboral

En el restaurante Las Palmeras se ha creado una cultura de calidad ya que se muestra un clima laboral positivo entre el propietario y los empleados ya que a ellos se les brindan diferentes incentivos y remuneraciones por el buen desempeño que estos tienen y gracias a ello consiguen un alto grado de colaboración para así poder lograr lo que el restaurante se proponga, todo ello de acuerdo con las respuestas obtenidas en la encuesta a empleados en las preguntas 5,6, 9 y 21 del anexo 3.

5. Estándares de calidad e higiene

Calidad del producto.

Servir a los clientes con alimentos frescos, orgánicos y de alta calidad es uno de los objetivos del restaurante. De acuerdo a observación directa se identificó que la conservación del producto es satisfactoria porque las materias primas son producidas en el terreno que forma parte del área del restaurante, lo que permite el menor tiempo de conservación.

Por otro lado, también se observó que los empleados no son supervisados por parte del propietario durante la preparación de los alimentos lo cual indica un deficiente control de calidad.

De acuerdo a una encuesta a clientes en las preguntas 6 y 7 (Anexo 2) del Restaurante Las Palmeras, el sabor, presentación, sanitización y temperatura del producto servido a los clientes fue calificado como muy bueno por el mayor porcentaje de encuestados, sin embargo, una minoría consideró que debían mejorar en estas áreas. También mencionaron la necesidad de aumentar la variedad de productos de acuerdo a pregunta 9 de la misma encuesta (Anexo 2).

La calidad en higiene y limpieza.

La primera impresión del cliente sobre la imagen, la limpieza y la seguridad de un restaurante es importante, ya que es un factor que hace que regrese y recomiende a otros a frecuentar. Con base a los resultados de las preguntas 11 y 16 del cuestionario a clientes (Anexo 2), se confirmó que existe la necesidad de mejorar la calidad de higiene en ciertos aspectos relacionados con el establecimiento y su entorno, estos incluyen: limpieza en baños completamente, por otro lado el personal tiene sus medidas higiénicas como lavarse las manos, no tocarse la ropa ya que no utilizan un uniforme, únicamente un delantal, solo hay que mejorar el hecho que no utilizan una redcilla para cubrir su cabello al momento de preparar los alimentos, lo cual puede causar un accidente a la hora de servir los platillos o incluso preparándolos. El restaurante hace una limpieza general cada semana para así poder mantener el lugar agradable y limpio para los clientes y empleados esto de acuerdo con la entrevista realizada al propietario y su compañera de vida en la pregunta 20 (Anexo 1).

De acuerdo a entrevista al propietario en pregunta 22 (Anexo 1) él manifestó que actualmente sólo un cocinero está en proceso de obtener el carnet de manipuladores de alimentos, en cuanto al resto de personal ellos no cuentan con ello.

6. Satisfacción al cliente

Con base en los resultados obtenidos en las encuestas a los clientes en la pregunta 10 (Anexo 2), se determinó que los empleados del servicio se mostraron atentos en recibirlos de manera amable

y cortés.

Otro aspecto relevante del servicio brindado es la rapidez de toma de pedidos, según los clientes de acuerdo con pregunta 26 y 4 del mismo instrumento (Anexo 2) manifestaron que necesita ser agilizado ya que el personal asignado no logra abastecer la cantidad de clientes y en hora pico no se logra atender en el tiempo requerido. En cuanto al tiempo de entrega del pedido, al principio eran intervalos de 10 a 15 minutos, pero a medida que llegaban más personas, por falta de empleados, el tiempo de entrega era cada vez más largo de acuerdo con respuestas a pregunta: 26, y 4 (Anexo 2)

En cuanto al conocimiento que tienen los empleados respecto a los productos que ofrece el restaurante y como ellos describen el menú a los clientes de acuerdo a la pregunta 5 de encuesta (Anexo 2) la mayoría de ellos lo califican como extenso y además mencionaron que existía disposición a atender a sus inquietudes.

7. Ambientación en el restaurante

Según los datos obtenidos en la pregunta 8 de encuesta a clientes (Anexo 2) el restaurante cuenta con una buena ambientación ya que los ellos manifestaron que se encontraron satisfechos con este sin embargo, de acuerdo a las observaciones realizadas por el equipo investigador la ambientación con la que cuentan es agradable ya que se percibe un ambiente familiar, pero no posee una imagen que le caracterice de otros restaurantes. Además de ello el género musical y el volumen es adecuado de acuerdo a pregunta 18 de encuesta a clientes (Anexo 2).

8. Precio

De acuerdo a observación directa hace falta realizar un análisis y actualización en los precios de algunos platillos ya que cuentan con un margen de ganancia muy bajo sobre todo los que llevan carne y pollo. Otros precios son un tanto elevados y las porciones no son acorde al precio establecido. Sin embargo, de acuerdo a los resultados obtenidos en la encuesta a clientes en la pregunta 14 la mayor parte de los encuestados consideró que el restaurante si cumple con los estándares de calidad y precios.

Los precios de los platos principales oscilan entre los \$5.00 a \$13.99, los precios de las bebidas se encuentran entre \$1.00 a \$5.00, los postres oscilan entre \$0.99 a \$2.95. Lo cual indica que el restaurante cuenta con una variedad de precios para los diferentes públicos que le puedan visitar. Sin embargo, los platillos principales se venden a un precio elevado para el mercado local.

En el caso de los eventos sociales los precios varían dependiendo la cantidad de personas que puedan asistir y el tiempo de duración, de acuerdo con entrevista a propietario en pregunta 21 (Anexo 1) los precios de los platillos rondan de \$8.00 a \$14.00 dólares dependiendo lo que pida cada persona. El precio del lavado de autos es de \$3.00 dólares para los Sedan y \$4.00 dólares para Pickup, lo cual es un precio muy accesible para los clientes y es un servicio muy rentable puesto que permite obtener mayores utilidades.

9. Menú

De acuerdo con la información obtenida en lista de cotejo en el apartado sobre producto (Anexo 4) el menú está dividido en diferentes secciones: Desayunos, aperitivos, sopas y ensaladas, almuerzo/cena, hamburguesas, postres, especiales de fin de semana (pastas, pizza), bebidas calientes, vinos, cervezas y cocteles con alcohol. Lo cual indica que el restaurante cuenta con un menú muy variado. Conforme a la encuesta realizada a clientes en las preguntas 7 y 9 (Anexo 2) el menú del restaurante es completo ya que hay platos específicos que atraen a los clientes como lo es la sopa de gallina india, el churrasco y mariscos, sin embargo, existe un área de mejora puesto que de acuerdo con los comentarios de los clientes sugirieron agregar otros platillos tales como: antojitos, diferentes cortes de carne, comida mexicana, menú infantil y variedad en bebidas. Además de ello algunos clientes sugirieron remover el rótulo que se ubica en la entrada donde se anuncia que se tienen platillos especiales cuando dichos platillos ya no se encuentran disponibles.

10. Promoción

De acuerdo a apartado de promoción y publicidad en lista de cotejo, el restaurante cuenta con medios de promoción, aunque solamente por redes sociales, ya que cuentan con presencia en Facebook, Instagram y Tik Tok . Sin embargo, no cuentan con una estrategia de publicidad y las publicaciones son de forma esporádica. De acuerdo con los datos obtenidos, en encuesta a clientes en pregunta 21 (Anexo 2) casi la mitad de los clientes encuestados mencionaron haber

conocido el restaurante mediante el rótulo de la entrada, mientras que solamente la minoría indicó conocer el establecimiento mediante redes sociales. Por lo cual no se está aprovechando la oportunidad que brinda el promocionarse mediante estas ya que así podrían lograr un mayor alcance para que el público de otras zonas del país puedan visitarlo, puesto que cuentan con una ventaja competitiva ya que está situado en una zona turística.

11. Plaza

De acuerdo con los datos obtenidos en lista de cotejo en el apartado de plaza el restaurante “Las Palmeras” se limita a un solo canal de distribución, puesto que, según la información brindada por el propietario en la entrevista, el restaurante solamente cuenta con una sucursal ubicada en Troncal del Norte, Kilómetro 81 ½, municipio de La Palma departamento de Chalatenango, el cuál es un lugar con mucha afluencia de turistas y de fácil acceso. Por el momento no cuentan con otras vías de distribución tales como servicio a domicilio o pre-órdenes en línea.

12. Producto

De acuerdo con los datos obtenidos en encuesta a clientes de acuerdo a preguntas 6 y 7 (Anexo 2) una gran mayoría de los clientes encuestados considera que la presentación de los platillos es adecuada y el sabor de estos es agradable, sin embargo, se obtuvieron comentarios en pregunta 26 de encuesta a clientes (Anexo 2) respecto a que la sazón de los platillos no siempre es la misma. De acuerdo con la información brindada por el propietario esto se debe a que los empleados de cocina son reemplazados regularmente y además de ello no hay personas específicas para la elaboración de cada platillo y se cuenta con un recetario incompleto en el que la mayoría de las recetas no están incluidas. Uno de los aspectos positivos con los que cuenta el restaurante de acuerdo a lista de cotejo en apartado de producto (Anexo 4) es que la mayoría de la materia prima utilizada para la elaboración de sus platillos es producida ahí mismo.

13. Herramientas administrativas para el desempeño laboral

Según entrevista realizada al propietario del restaurante Las Palmeras, en la pregunta 11 (Anexo 1) no cuenta con una planificación escrita solo es verbal y no llevan documentado sus debidos procedimientos, además de acuerdo a observación directa por parte del equipo investigador no

hay forma de controlar desperdicios, no se posee un orden en el diario de compras y cantidades, solamente cuentan con un sistema de inventario pero no es usado correctamente porque los empleados no están capacitados para usarlo; igualmente se puede imprimir factura pero no se valida la venta por lo cual se corre el peligro de robo, datos o información errónea por no llevar un buen control de este sistema. Por otro lado, de acuerdo a la pregunta 15 del mismo instrumento (Anexo 1) no posee ningún proceso de reclutamiento, selección, contratación e inducción como también los diferentes manuales como lo son el de bienvenida, descripción de puestos, evaluación de desempeño entre otros, así como a los empleados no se les paga algunas prestaciones adicionales a la ley tales como ISSS y AFP.

14. Instalaciones e Infraestructura

- a) **Parqueo:** se identificó que el parqueo no es muy amplio, sin embargo, es suficiente para la afluencia de clientes recibida. Además de ello este no cuenta con sombra. De acuerdo a lo expresado por clientes en cuestionario en pregunta 17 (Anexo 2)
- b) **Cocina:** la ubicación de la cocina es la adecuada y es utilizada solamente para fines de comercialización de los servicios ofrecidos y las herramientas tecnológicas utilizadas son apropiadas. Sin embargo, no se cuenta con un orden establecido para la realización de los platillos, además de ello se identificó un área de oportunidad en cuanto a la limpieza en Lista de cotejo, apartado sobre Planta (Anexo 4)
- c) **Baños:** de acuerdo a observación directa los baños están accesibles y en buen estado. Sin embargo, sólo cuenta con una entrada de acceso. Además de ello falta mejorarlos ya que las paredes no están pintadas.
- d) **Área de comedor:** la zona del comedor es bastante amplia, además de ello el ambiente es agradable y familiar. Además, cuentan con música y televisores los cuales propician un buen ambiente de entretenimiento a los clientes de acuerdo con lista de cotejo, apartado sobre Planta (Anexo 4)
- e) **Zona Verde:** el restaurante cuenta con zonas verdes en los alrededores, las cuales se encuentran en buen estado, sin embargo, no cuenta con vegetación de esparcimiento para los clientes conforme a observación directa.
- f) **Piscinas:** el restaurante cuenta con dos piscinas, sin embargo, ninguna de ellas se encuentra en funcionamiento y una no está en buen estado conforme a observación

directa.

- g) **Lavado de auto:** también se encuentra un espacio en el cual los clientes pueden contratar servicio de lavado de auto que forma parte del mismo restaurante, lo cual es un beneficio para los clientes ya que mientras degustan los alimentos aprovechan a limpiar su vehículo según observación directa.
- h) **Área de producción de materia prima (invernaderos):** es de destacar que el restaurante cuenta con una zona en la cual se produce la materia prima, tales como: tomates, chiles, cebolla, lechuga, perejil, cilantro, entre otros. Además, cuenta con un pequeño gallinero en el cual se producen huevos y esas mismas gallinas se utilizan para la elaboración de los platillos. Lo cual es un excelente beneficio ya que los alimentos se elaboran con materia prima orgánica lo cual es más saludable para los clientes y además de ello se ahorran costos conforme a observación directa.
- i) **Área exclusiva para eventos:** cabe mencionar que se cuenta con un espacio amplio y exclusivo para eventos sociales que se encuentra en el segundo nivel, sin embargo, este espacio no se encuentra terminado puesto que fue construido recientemente y aún está en proceso de mejora ya que falta que se pinten las paredes, se ponga piso cerámico y que se mejore la ambientación del mismo según observación directa.
- j) **Área de trapiche:** el restaurante cuenta con un área de trapiche en la entrada la cual es utilizada para la elaboración de batidos y atados de dulces. Se utiliza como materia prima la caña, la cuál es obtenida de un terreno cercano que es propiedad del dueño del restaurante por lo cual es de fácil acceso y es un beneficio puesto que disminuye costos. Dicha área es utilizada solamente en las épocas en que se produce la caña, por lo cual es un servicio que sólo se ofrece de enero a abril. Cabe mencionar que el restaurante ofrece dulces elaborados a partir de los productos obtenidos de las moliendas realizadas en el trapiche y estos dulces se comercializan durante todo el año según observación

VII. Alcances y limitaciones

Alcances

Por medio del diagnóstico llevado a cabo sobre la situación actual del restaurante las Palmeras se realizará un programa de mejora continua sobre los procesos administrativos, personal, mezcla de mercadeo y calidad con el cual ayudará a mejorar la administración del restaurante, desempeño de los empleados y su entorno con el objetivo de brindar un servicio al cliente eficiente que incremente las ventas a la organización.

Limitaciones

En el desarrollo de la recopilación de datos a través de las encuestas se presentaron diversos inconvenientes como los siguientes:

- El transporte ya que se hacía difícil poder encontrar como desplazarse hasta Chalatenango.
- El tiempo ya que algunos clientes se negaban a realizar la encuesta debido a que tenían poco tiempo entre otros factores.
- La distancia ya que el lugar donde se encuentra el restaurante está retirado de la vivienda de cada integrante del equipo.
- Se realizó el ciclo de Deming a solamente tres platillos los cuales son los mas solicitados del restaurante.

VIII. Conclusiones y recomendaciones

Según los resultados de la investigación realizada a los clientes y empleados del restaurante Las Palmeras en el Municipio de La Palma Departamento de Chalatenango se determinaron las siguientes conclusiones y recomendaciones.

1. Conclusiones

- ✓ El restaurante Las Palmeras no cuenta con un programa de mejora continua que permita fortalecer las áreas, procesos administrativos y productivos deficientes.

- ✓ El restaurante Las Palmeras no tiene definida la estructura organizativa, lo que implica deficiencias en su gestión que contribuya a fortalecer la administración y que esta misma se encargue de llevar a cabo el proceso de reclutamiento, selección, contratación, inducción y evaluación del desempeño de los empleados del restaurante.
- ✓ No cuenta con manuales de procesos que ayude a los empleados del Restaurante Las Palmeras para brindar un servicio de calidad al cliente.
- ✓ Se identificó que hay deficiencias en la higiene y limpieza en su establecimiento ya que sus empleados carecen del uso de uniformes y red para el cabello, lo cual no genera una buena presentación.
- ✓ No se cuenta con un plan de publicidad solamente es con conocimiento empírico para poder realizar las diferentes actividades de ventas por lo cual se ha identificado una deficiencia en el rendimiento del negocio ya que resulta poco efectivo ante la competencia.

2. **Recomendaciones**

- ✓ Diseñar un programa de mejora continua que permita fortalecer las áreas, procesos administrativos y productivos deficientes.
- ✓ Diseñar la estructura organizativa al Restaurante Las Palmeras, logrando con ello la eficiencia en la gestión. Así mismo proponer la misión y visión con el propósito de motivar a los empleados en el logro de los objetivos igualmente se sugiere que el propietario se encargue de llevar a cabo nuevas técnicas y herramientas de reclutamiento selección, contratación, inducción y evaluación del desempeño de los empleados.

- ✓ Elaborar un manual de procesos que garantice al personal del Restaurante Las Palmeras ofrecer un servicio de calidad a los clientes.
- ✓ Proponer el uso de uniformes y red para el cabello a los empleados, para mejorar la presentación e imagen del restaurante al igual que ofrecer alternativas de mejora en la higiene y limpieza.
- ✓ Implementar un plan promocional estructurado para promover nuevas opciones de consumo o espacios culturales para satisfacer las necesidades de los clientes igualmente estar activos en las redes sociales cada cierto tiempo.

Capítulo III Propuesta para el programa de mejora continua aplicando el método Kaizen del Restaurante "Las Palmeras" ubicado en el municipio de La Palma, departamento de Chalatenango.

I. Importancia

Ahora en día las pequeñas y microempresas del sector de los restaurantes deben enfocarse en ofrecer productos de alta calidad junto con un excelente servicio al cliente con el propósito de ser competitivos.

De acuerdo al diagnóstico realizado, se identificó que el restaurante “Las Palmeras” tiene diferentes áreas de oportunidad para mejorar y por tanto es necesario aplicar el programa de mejora continua utilizando el método Kaizen. La propuesta de dicho método es importante puesto que logrará maximizar la productividad de la empresa, reducir las ineficiencias, incrementar la productividad e implementar mejoras que permitirán aumentar la clientela y por ende crecer sus ingresos.

II. Objetivos

1. General

Contribuir al mejoramiento de los procesos administrativos y productivos del restaurante “Las Palmeras” mediante la implementación del programa de mejora continua aplicando el sistema Kaizen.

2. Específicos

- Proponer un plan de mercadeo y publicidad para que el restaurante pueda ser más conocido y así aumentar su clientela.
- Proporcionar lineamientos y estrategias para la mejora en la satisfacción al cliente para que puedan proporcionar un servicio de calidad
- Establecer mejoras en los procesos de reclutamiento, selección, contratación e inducción a fin de que el personal tenga las habilidades requeridas para los respectivos puestos de trabajo

III. Propuesta A

1. Filosofía organizacional

De acuerdo con la investigación realizada el restaurante no cuenta con una filosofía organizacional, por lo tanto, se propone la siguiente:

a. Misión y visión

➤ Misión

Somos una empresa dedicada a la mejora continua e innovación en nuestros procesos ofreciendo servicios de alimentos elaborados de forma orgánica y de alta calidad orientada a satisfacer las necesidades de nuestros clientes mediante un trato cálido y profesional por parte del equipo del restaurante.

➤ Visión

Ser reconocidos como el mejor restaurante a nivel local por nuestros exquisitos alimentos orgánicos, nuestro excelente servicio al cliente y contar con talento humano dedicado a la mejora continua.

b. Objetivos organizacionales

General:

Brindar una experiencia única a nuestros clientes mediante un excelente servicio y una alta calidad en nuestros productos para así lograr la fidelización de estos e incrementar las ventas.

Específicos:

- Mantener una constante innovación y mejora en nuestros platillos mediante un control de calidad interno.
- Poseer un ambiente cómodo para los clientes ofreciendo amplias instalaciones y un mejor servicio de forma atenta y confiada.
- Implementar estrategias de mercadeo y mejoras en los servicios de forma continua para propiciar el incremento de nuevos clientes

c. Valores Organizacionales

Humildad: Consideramos que siempre se puede mejorar y aprender, por tanto, estamos abiertos a escuchar las sugerencias y comentarios de nuestros clientes.

Empatía: Tratamos a nuestros clientes de forma amable y con calidez, de esta forma anticipamos las necesidades de los mismos en la medida en la que somos capaces.

Honestidad: Actuamos con rectitud e integridad, manteniendo un trato equitativo siendo un equipo de trabajo integrado.

Respeto: Guardamos en todo momento la debida consideración a la dignidad humana y a su entorno.

Responsabilidad: Cumplimos nuestro deber, ejecutando las políticas y disposiciones de la empresa.

Confianza: Desempeñamos nuestras actividades con veracidad y puntualidad para fortalecer nuestro ambiente laboral.

Integridad: Tenemos la capacidad de actuar con honestidad y manejarnos siempre de la mejor manera posible bajo cualquier circunstancia.

Compañerismo: Trabajamos siempre en equipo con todos los integrantes de la organización, compartiendo situaciones y conocimientos basados siempre en la armonía, por medio de la cooperación permanente entre cada uno de los elementos de nuestro componente humano.

Compromiso: Utilizamos al máximo todas nuestras capacidades, sacamos adelante todo aquello que ha sido confiado a nuestro equipo de trabajo, teniendo como fin la transformación de las promesas en realidad.

d. Políticas

Las siguientes políticas deben ejecutarse en las diferentes áreas del restaurante Las Palmeras.

- Debe brindarse una buena atención al cliente en todo momento, independientemente de cuál sea su puesto de trabajo, si está en contacto con el cliente debe atenderlo bien, de manera que desde su llegada al restaurante se sienta bien recibido hasta el momento que se retire.
- Las instalaciones del restaurante deben estar siempre limpias, cómodas y agradables tanto para el cliente como para los empleados.
- Se deben realizar capacitaciones a los empleados por lo menos 2 veces al año para que ellos cuenten con los conocimientos necesarios para desempeñar sus funciones de la mejor forma posible.

- En caso de que se dé un extravío de insumo o utensilio la empresa realizará investigación exhaustiva para la detección de la persona implicada.
- No se puede consumir en el lugar de trabajo sustancias tales como alcohol, drogas alucinógenas y otros estupefacientes dentro de ella ni en horario laboral.
- Se debe realizar evaluaciones cada tres meses en los diferentes procesos del restaurante para garantizar la mejora continua.

e. Organigrama del restaurante Las Palmeras

Debido a que el restaurante no cuenta con un organigrama, se propone el siguiente:

Figura 2

Propuesta de organigrama del Restaurante Las Palmeras



Autorizado por: German Rolando Hernández Valle
Propietario

Elaborado por: Equipo investigador
Fecha: 2/10/2023

Nota. Se presenta una propuesta de organigrama elaborado por el equipo investigador.

f. Descripción de funciones**Propietario:**

- Se encarga de realizar estrategias de mercadeo y planear actividades que contribuyan a aumentar el interés del público.
- Elabora el Programa de Actividades Anual.
- Debe supervisar los diferentes proyectos que se presenten en el restaurante para así poder asegurar una adecuada ejecución de estos.
- Es responsable del proceso de reclutamiento, selección, contratación, inducción, capacitación, evaluación y despido de los empleados.
- Diseña los horarios y funciones de todos los empleados del restaurante.
- Debe encargarse de tener un correcto equipamiento de cocina al igual del uso adecuado de este para así poder asegurar un mejor funcionamiento del mismo.
- Es responsable del inventario de la compra de insumos, así como del seguimiento de los diferentes procesos de producción.
- Coordina las operaciones diarias de las gestiones del restaurante, así como también evalúa la calidad de los productos.
- Es el encargado de elaborar los presupuestos y planificaciones anuales.
- Garantiza el cumplimiento de las normativas sanitarias y de seguridad para así poder gestionar una buena imagen del restaurante.
- Evalúa el rendimiento del personal y nuevos proveedores.

Jefe de cocina:

- Elabora el programa anual de trabajo para el área de cocina y la integración de estas con el Programa de Actividades Anual.
- Es responsable de planificar las actividades del día en la cocina y asignar las tareas que cumplirán los cocineros.
- Se encarga de ayudar al personal de la cocina para que así cumplan adecuadamente sus tareas como la preparación correcta de los platillos, uso de los ingredientes y formas de preparación.

- Tiene la responsabilidad de gestionar el tiempo de las diferentes actividades en la cocina, con el fin de poder asegurar que los pedidos se lleven a cabo en un lapso adecuado según el tipo de platillo.
- Debe supervisar todas las tareas en las diferentes áreas de la cocina y asegurar que los platos se están preparando de acuerdo a los estándares de calidad establecidos.
- Hace una inspección general en la cocina para garantizar que se esté cumpliendo las normas de higiene en el restaurante.
- Debe medir las cantidades necesarias de los insumos e ingredientes para la preparación del menú.
- Realiza el inventario de los productos necesarios, para que el área de cocina esté siempre abastecida en todo momento.

Cocinero

- Es responsable de un buen funcionamiento en su área de cocina en la cual está asignado y se reporta ante el jefe de cocina ante cualquier duda.
- Se encargará de preparar y presentar los platillos del área siguiendo los estándares establecidos del restaurante.
- Debe cerciorarse de la calidad de los alimentos que se preparan ya sea su temperatura, sabor y presentación.
- Colaborará en la elaboración del inventario junto al jefe de cocina y tendrá la responsabilidad del almacenamiento y conservación de los ingredientes que le son asignados.
- Supervisa que los materiales de cocina que se le han sido asignados se les dé un uso adecuado y en caso de un percance comunicarse de inmediato con el jefe de cocina.
- Informar al jefe de cocina las existencias de alimentos para así evitar el desabastecimiento de estos.

Jefe de contabilidad:

- Elabora el programa anual de trabajo para el área de contabilidad y la integración de estas con el Programa de Actividades Anual.
- Se encarga de la gestión financiera y contable del restaurante.

- Lleva la contabilidad de acuerdo con la normativa actual, a la vez establece métodos, políticas y principios contables.
- Realiza el análisis de la información contable y elabora cuentas anuales para garantizar la factibilidad y continuidad del restaurante.
- efectúa las auditorías financieras pertinentes.
- Administra el personal del departamento de contabilidad y garantizar mejoras en los métodos y procedimientos de trabajo.
- Realiza los procesos de cierre contable mensual y anual.
- Garantiza que se mantengan los archivos y registros fiscales necesarios para documentar transacciones.

Encargado de caja:

- Gestiona las transacciones de venta utilizando la caja registradora.
- Realiza cobros en efectivo o con tarjeta de crédito ágilmente.
- Conoce en detalle el menú, los precios y el sistema de facturación del restaurante.
- Da promoción a las ofertas vigentes.
- Agradece a los clientes por su visita y los invita a volver.

Jefe de servicio al cliente

- Elabora el programa anual de trabajo para el área de servicio al cliente y la integración de estas con el Programa de Actividades Anual.
- Elabora informes y da seguimiento y cumplimiento a las metas de forma trimestral.
- Garantiza la mejora de la experiencia de atención al cliente y así logra mantener clientes comprometidos.
- Asume la responsabilidad de conflictos que presenten los clientes durante su estadía en el restaurante y lleva un seguimiento de los mismos hasta garantizar su resolución.
- Implementa procedimientos, políticas y normas de servicio al cliente.
- Se anticipa a los avances del sector y aplica las mejores prácticas.
- Brinda atención a los clientes y los dirige al área correspondiente.
- Recibe las llamadas telefónicas del restaurante y canaliza la información de manera adecuada.
- Lleva a cabo la gestión de reservaciones.

- Lleva el registro de la cantidad clientes recibidos cada día en el restaurante
- Proporciona tiempos de espera precisos y controla las listas de espera.
- Asigna el mesero que estará al servicio de la mesa
- Ayuda a los meseros cuando sea necesario.

Mesero:

- Prepara las mesas en el restaurante antes y después de que ingresen los clientes.
- Proporciona información sobre las bebidas, alimentos y la carta en general.
- Toma la orden de pedidos a los clientes y sirve los diversos platillos.
- Debe aclarar las dudas de los clientes sobre la preparación de los platillos y si es necesario puede pedir ayuda al jefe de cocina para ser más claro y así poder brindar una mejor atención al cliente.
- Prepara la cuenta y la lleva a los clientes.
- Se encarga del adecuado servicio en la mesa, para así asegurar que los clientes reciban sus comidas y bebidas solicitadas.

La filosofía organizacional no representa costo porque ha sido diseñada por el equipo investigador.

2. Método Kaizen aplicando técnica de ciclo de Deming mediante implementación de HACCP

a. Formación del equipo HACCP

Se seleccionó un equipo de empleados de las diferentes áreas de la empresa para la elaboración del plan HACCP. Este mismo equipo es el encargado de realizar el análisis de peligros y puntos críticos de control. Está conformado por:

Propietario:

Responsabilidades:

- Es el encargado de promover y coordinar las actividades del sistema HACCP en el área de producción.

Funciones:

- Desarrollar y aprobar programas de capacitación a los empleados sobre Buenas prácticas de manufactura y el control de los puntos críticos.
- Supervisar la producción y cualquier nuevo proceso o procedimiento del establecimiento.
- Hacer una revisión trimestral del sistema HACCP con los demás integrantes del equipo.

Jefe de cocina:

Responsabilidades:

- Encargado de la implementación del plan HACCP en el área de producción.

Funciones:

- Monitorear que el personal de cocina cumpla con los procedimientos establecidos en el plan HACCP.
- Garantizar el cumplimiento y seguimiento de las acciones correctivas.
- Reportar al propietario sobre puntos críticos de control que necesitan acciones correctivas.

Cocinero:

Responsabilidades:

- Cumplir con las buenas prácticas de manufactura, buenas prácticas de almacenamiento y procedimientos establecidos en el plan HACCP.

Funciones:

- Velar por el correcto funcionamiento del plan HACCP en la elaboración de cada uno de los platillos que produzca y el mantenimiento del orden y limpieza en su área de trabajo.
- Verificar y llevar a cabo los registros de mantenimiento preventivo
- Cumplir con los lineamientos brindados por el jefe de cocina.

Mesero:

Responsabilidades:

Garantizar el cumplimiento del plan HACCP en sus funciones y operaciones diarias del restaurante.

Funciones:

- Hacer sugerencias para cambios y mejoras tanto sobre el producto como de los procesos y su implementación.
- Reportar las no conformidades y productos que no cumplan con los estándares de calidad.
- Verificar que los productos cumplan con los estándares establecidos en el plan HACCP al ser entregados al consumidor.

b. Descripción del producto

Tabla 1

1. Huevos revueltos

Requisito	Descripción
Nombre del producto	Huevos revueltos.
Descripción	Huevos revueltos con frijoles, queso, crema y tortilla.
Ingredientes	Huevos, vegetales (tomate, chile verde, cebolla), sal.
Tratamientos de conservación	En cámara de conservación con una humedad no superior al 80%.
Presentación	En plato de vidrio
Condiciones de almacenamiento	En cámara de conservación o en estante bajo temperaturas entre 1 °C y 5 °C.
Vida útil del producto	Hasta 15 días bajo una temperatura de 2° a 5°C
Contenido de Rotulado o etiquetado	Sin rotulado o etiquetado
Formas de consumo y consumidores potenciales	Para consumir en el establecimiento o para llevar

Nota. Descripción para elaborar el platillo denominado huevos revueltos.

Tabla 2.

Pasos para realización de receta:

Pasos	Descripción	Tiempo estimado	Recursos necesarios	Notas
1	Colocar margina y vegetales en un sartén y sofreír sazonando con sal y pimienta	1 minuto	Sartén, 1 tomate, 1/4 cebolla, 1/2 chile verde, sal y pimienta	Dejarlo sofreír por un minuto
2	Colocar huevos en recipiente y sazonar con sal y pimienta	1 minuto	Recipiente, 2 huevos, sal y pimienta	Batir los huevos con la sal y pimienta por 1 minuto

3	Verter huevos sobre el sofrito de vegetales y cocinar removiendo ocasionalmente para integrarlos	3 minutos	Sartén e ingredientes	Freir a 180° C máximo
4	Servir en plato	1 minuto	Plato	

Nota. Procesos para elaborar la receta de huevos revueltos.

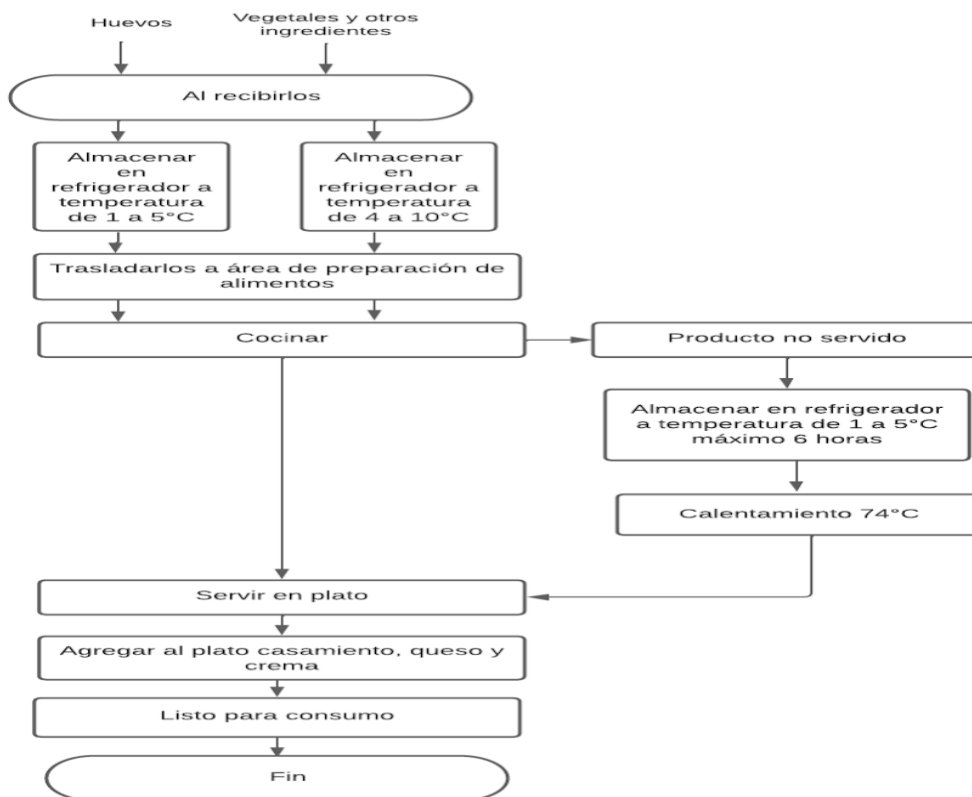
c) Determinación del uso previsto del producto

El producto está destinado para ser consumido por clientes que lleguen al restaurante.

d) Elaboración de diagrama de flujo

Figura 3

Diagrama de flujo



Nota. Elaborado por equipo investigador.

e) Confirmación In Situ del diagrama de flujo

1. Análisis de peligros

Tabla 3

Matriz de análisis de peligros:

Probabilidad (Frecuencia)		Severidad (Consecuencia)	
A	Se repite comúnmente	1	Muerte
B	Se sabe que se produce o ha sucedido en el restaurante	2	Enfermedad grave
C	Podría producirse	3	Retiro del producto
D	No se espera que se produzca	4	Queja del cliente o enfermedad leve
E	Prácticamente imposible	5	No significativo

Nota. Elaborado por el equipo de investigación.

Tabla 4

Cuadro de resultados

Un valor de 1 a 10 indica que existe un problema de seguridad significativo y por lo tanto se debe evaluar de inmediato su consideración como PCC y la implementación de controles.

Probabilidad Severidad	A	B	C	D	E
1	1	2	4	7	11
2	3	5	8	12	16
3	6	9	13	17	20
4	10	14	18	21	23
5	15	19	22	24	25

Nota. Elaborado por el equipo investigador.

Tabla 5.

Análisis de peligros

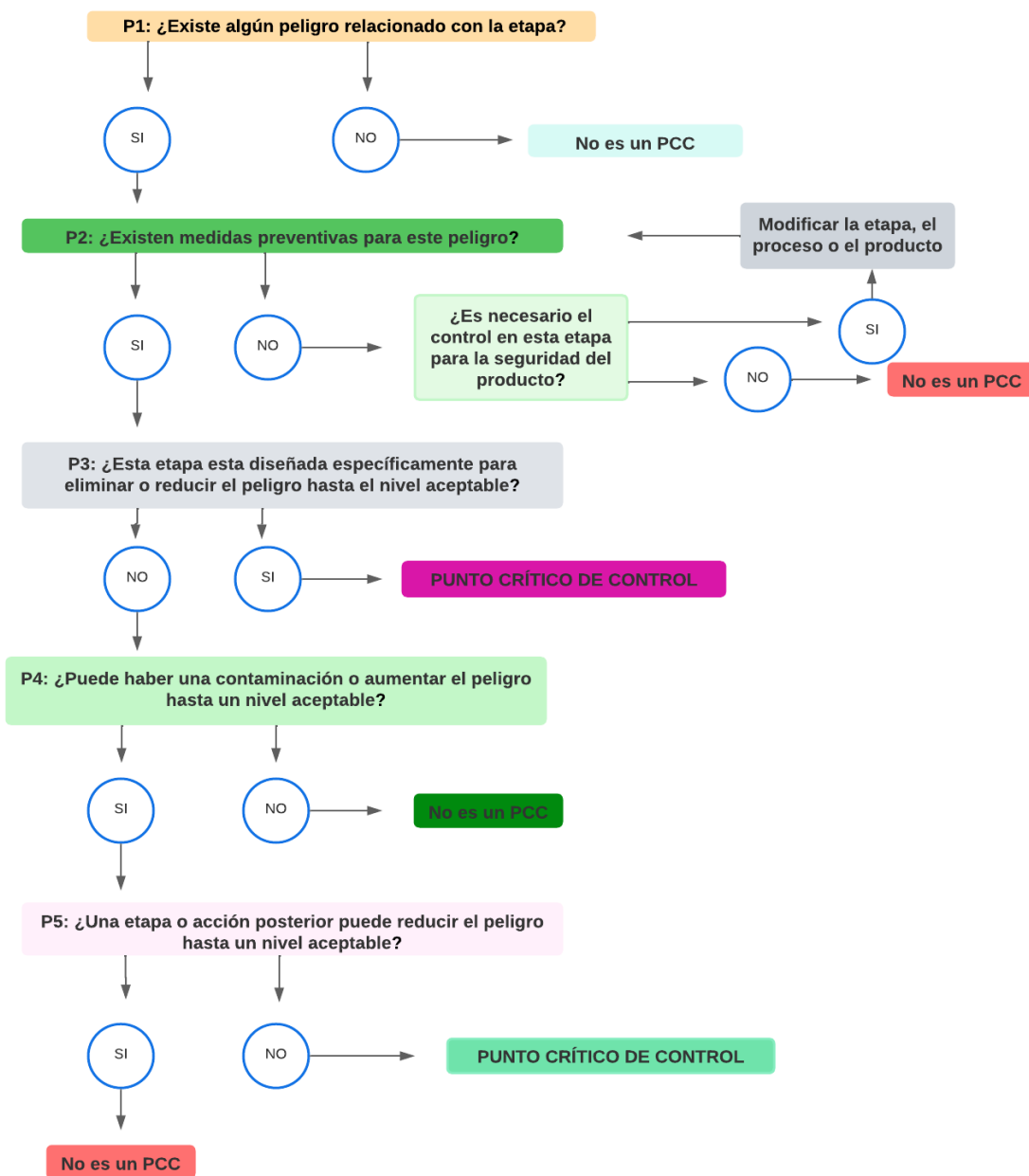
Etapas del proceso	Peligros	Probabilidad	Severidad	Puntuación	Peligros significativos	Medidas preventivas
Recepción de materiales	a) Físicos: cabellos, polvo, objetos personales, insectos	C	4	18		Uso de redecillas para el cabello, revisión exhaustiva de cada uno de los materiales recibidos y realizar un buen lavado de los mismos.
	Biológicos: Bacterias en vegetales: Salmonella (varias especies) y Escherichia Colis, Shigella y Bacillus cereus, Listeria monocytogenes, campylobacter sp, Clostridium perfringens	C	2	8	Biológicos	Realizar un buen lavado de la materia prima, garantizar higiene de superficies y utensilios. Capacitar al personal sobre identificación de peligros biológicos en alimentos.
Almacenamiento	a) Físicos: Quebre de huevos					
	Biológicos: Bacterias en vegetales: Salmonella (varias especies) y Escherichia Colis, Shigella y Bacillus cereus, Listeria monocytogenes, campylobacter sp, Clostridium perfringens, Salmonella Enteritidis	B	5	19		Tener exhaustivo cuidado al mover los huevos de un lugar a otro. Si es posible moverlos dentro de un recipiente. Verificar que las áreas de almacenamiento se encuentren libres de insectos.
Traslado de materiales al área de preparación de alimentos	a) Físicos: cabellos, polvo, objetos personales, insectos	C	4	18		Uso de redecillas para el cabello. Asignación de un lugar o casillero donde los empleados puedan dejar sus objetos personales fuera de la cocina.
	Biológicos: Bacterias en vegetales: Salmonella (varias especies) y Escherichia Colis, Shigella y Bacillus cereus, Listeria monocytogenes, campylobacter sp, Clostridium perfringens, Salmonella Enteritidis	C	2	8	Biológicos	Haber realizado un buen lavado de la materia prima, garantizar higiene de superficies y utensilios. Capacitar al personal sobre identificación de peligros biológicos en alimentos.
Cocción	a) Físicos: cabellos, polvo, objetos personales, insectos	C	4	18		Uso de redecillas para el cabello. Asignación de un lugar o casillero donde los empleados puedan dejar sus objetos personales fuera de la cocina.
	Biológicos: Bacterias en vegetales: Salmonella (varias especies) y Escherichia Colis, Shigella y Bacillus cereus, Listeria monocytogenes, campylobacter sp, Clostridium perfringens, Salmonella Enteritidis	D	2	12		Garantizar que los alimentos se cocinen a temperatura adecuada (65° o más) para la eliminación de bacterias.
Producto no servido	a) Físicos: cabellos, polvo, objetos personales, insectos	C	4	18		Uso de redecillas
	Biológicos: Bacterias en vegetales: Salmonella (varias especies) y Escherichia Colis, Shigella y Bacillus cereus, Listeria monocytogenes, campylobacter sp, Clostridium perfringens, Salmonella Enteritidis	D	2	12		Almacenar el alimento a una temperatura adecuada y durante un tiempo razonable
Almacenar	a) Físicos: cabellos, polvo, objetos personales, insectos	C	4	18		Uso de redecillas
	Biológicos: Bacterias en vegetales: Salmonella (varias especies) y Escherichia Colis, Shigella y Bacillus cereus, Listeria monocytogenes, campylobacter sp, Clostridium perfringens, Salmonella Enteritidis	C	3	13		Almacenar el alimento a una temperatura adecuada y durante un tiempo razonable
Calentamiento	a) Físicos: cabellos, polvo, objetos personales, insectos	C	4	18		Uso de redecillas
	Biológicos: Bacterias en vegetales: Salmonella (varias especies) y Escherichia Colis, Shigella y Bacillus cereus, Listeria monocytogenes, campylobacter sp, Clostridium perfringens, Salmonella Enteritidis	C	3	13		Garantizar que el alimento haya sido almacenado durante un periodo corto y que aún esté en buen estado.
Servir en plato	a) Físicos: cabellos, polvo, objetos personales, insectos	C	4	18		Uso de redecillas
	Biológicos: Bacterias en vegetales: Salmonella (varias especies) y Escherichia Colis, Shigella y Bacillus cereus, Listeria monocytogenes, campylobacter sp, Clostridium perfringens, Salmonella Enteritidis	C	3	13		Garantizar que el alimento haya sido almacenado durante un periodo corto y que aún esté en buen estado.
Agregar al plato casamiento, queso y crema	a) Físicos: cabellos, polvo, objetos personales, insectos	C	4	18		Uso de redecillas
	Biológicos: Bacterias en vegetales: Salmonella (varias especies) y Escherichia Colis, Shigella y Bacillus cereus, Listeria monocytogenes, campylobacter sp, Clostridium perfringens, Salmonella Enteritidis	C	3	13		Garantizar que el alimento haya sido almacenado durante un periodo corto y que aún esté en buen estado.
Listo para servir	a) Físicos: cabellos, polvo, objetos personales, insectos					Uso de redecillas
	Biológicos: Bacterias en vegetales: Salmonella (varias especies) y Escherichia Colis, Shigella y Bacillus cereus, Listeria monocytogenes, campylobacter sp, Clostridium perfringens, Salmonella Enteritidis					Garantizar que el alimento haya sido almacenado durante un periodo corto y que aún esté en buen estado.

Nota. Elaborado por el equipo investigador.

2. Determinación de puntos críticos mediante árbol de decisiones

Figura 4

Árbol de decisiones



Nota. Elaborado por equipo investigador.

Tabla 6

Análisis de peliros

Etapas del proceso	Peligros	Medidas preventivas	P1	P2	P3	P4	P5	PCC
Recepción de materiales	a) Físicos: cabellos, polvo, objetos personales, insectos	Uso de redecillas para el cabello, revisión exhaustiva de cada uno de los materiales recibidos y realizar un buen lavado de los mismos.	SI	SI	SI			SI ES UN PCC
	Biológicos: Bacterias en vegetales: Salmonella (varias especies) y Escherichia Colis, Shigella y Bacillus cereus, Listeria monocytogenes, campylobacter sp, Clostridium perfringens	Realizar un buen lavado de la materia prima, garantizar higiene de superficies y utensilios. Capacitar al personal sobre identificación de peligros biológicos en alimentos.	SI	SI	NO	SI	SI	NO ES UN PCC
Almacenamiento	a) Físicos: Quebre de huevos	Tener exhaustivo cuidado al mover los huevos de un lugar a otro. Si es posible movilizarlos	SI	SI	SI			SI ES UN PCC
	Biológicos: Bacterias en vegetales: Salmonella (varias especies) y Escherichia Colis, Shigella y Bacillus cereus, Listeria monocytogenes, campylobacter sp, Clostridium perfringens, Salmonella Enteritidis	Haber realizado un buen lavado de la materia prima, garantizar higiene de superficies y utensilios. Capacitar al personal sobre identificación de peligros biológicos en alimentos.	SI	SI	NO	SI	SI	NO ES UN PCC
	a) Físicos: cabellos, polvo, objetos personales, insectos	Uso de redecillas para el cabello, revisión exhaustiva de cada uno de los materiales recibidos y realizar un buen lavado de los mismos.	SI	SI	NO	NO		NO ES UN PCC
	Biológicos: Bacterias en vegetales: Salmonella (varias especies) y Escherichia Colis, Shigella y Bacillus cereus, Listeria monocytogenes, campylobacter sp, Clostridium perfringens, Salmonella Enteritidis	Haber realizado un buen lavado de la materia prima, garantizar higiene de superficies y utensilios. Capacitar al personal sobre identificación de peligros biológicos en alimentos.	SI	SI	NO	SI	SI	NO ES UN PCC
Traslado de materiales al área de preparación de	a) Físicos: cabellos, polvo, objetos personales, insectos	Uso de redecillas para el cabello. Asignación de un lugar o casillero donde los empleados puedan dejar sus objetos personales fuera de la cocina.	SI	SI	NO	NO		NO ES UN PCC
	Biológicos: Bacterias en vegetales: Salmonella	Haber realizado un buen lavado de la materia prima, garantizar higiene de superficies y	SI	SI	NO	SI	SI	NO ES UN PCC
Cocción	a) Físicos: cabellos, polvo, objetos personales, insectos	Uso de redecillas para el cabello. Asignación de un lugar o casillero donde los empleados puedan dejar sus objetos personales fuera de la cocina.	SI	SI	NO	NO		NO ES UN PCC
	Biológicos: Bacterias en vegetales: Salmonella	Garantizar que los alimentos se cocinen a temperatura adecuada (65° o más) para la	SI	SI	SI			SI ES UN PCC
Producto no servido	a) Físicos: cabellos, polvo, objetos personales, insectos	Uso de redecillas	SI	SI	NO	NO		NO ES UN PCC
	Biológicos: Bacterias en vegetales: Salmonella	Almacenar el alimento a una temperatura adecuada y durante un tiempo razonable	SI	SI	NO	NO		NO ES UN PCC
Almacenar	a) Físicos: cabellos, polvo, objetos personales, insectos	Uso de redecillas	SI	SI	NO	NO		NO ES UN PCC
	Biológicos: Bacterias en vegetales: Salmonella	Almacenar el alimento a una temperatura adecuada y durante un tiempo razonable	SI	SI	NO	SI	SI	NO ES UN PCC
Calentamiento	a) Físicos: cabellos, polvo, objetos personales, insectos	Uso de redecillas	SI	SI	NO	NO		NO ES UN PCC
	Biológicos: Bacterias en vegetales: Salmonella	Garantizar que el alimento haya sido almacenado durante un período corto y que	SI	SI	SI			SI ES UN PCC
Servir en plato	a) Físicos: cabellos, polvo, objetos personales, insectos	Uso de redecillas	SI	SI	NO	NO		NO ES UN PCC
	Biológicos: Bacterias en vegetales: Salmonella	Garantizar que el alimento haya sido almacenado durante un período corto y que	SI	SI	NO	NO		NO ES UN PCC
Agregar al plato casamiento, queso y crema	a) Físicos: cabellos, polvo, objetos personales, insectos	Uso de redecillas	SI	SI	NO	NO		NO ES UN PCC
	Biológicos: Bacterias en vegetales: Salmonella	Garantizar que el alimento haya sido almacenado durante un período corto y que	SI	SI	NO	NO		NO ES UN PCC
Listo para servir	a) Físicos:	Uso de redecillas	SI	SI	NO	NO		NO ES UN PCC
	c) Biológicos:	Garantizar que el alimento haya sido almacenado durante un período corto y que	SI	SI	NO	NO		NO ES UN PCC

Nota. Elaborado por equipo investigador.

3. Establecimiento de límites críticos

Punto de crítico de control 1: Recepción de materiales

Peligro físico: Cabellos, polvo, objetos personales e insectos.

Medida preventiva	Límite crítico	Justificación
Uso de redecillas para el cabello, revisión exhaustiva de cada uno de los materiales recibidos y realizar un buen lavado de los mismos.	Uso de redecillas por parte de todo el personal de cocina y la materia prima debe de lavarse.	Baja ocurrencia debido a BPMs y bajo grado de severidad

Punto crítico de control 2: Almacenamiento

Peligro físico: quiebre de huevos

Medida preventiva	Límite crítico	Justificación
Tener exhaustivo cuidado al mover los huevos de un lugar a otro. Si es posible movilizarlos dentro de un recipiente. Verificar que las áreas de almacenamiento se encuentren libres de insectos.	Uso de depósitos para la movilización de huevos	Baja ocurrencia debido a BPMs y bajo grado de severidad

Punto crítico de control 3: Calentamiento

Peligro biológico: Salmonella Enteritidis, Bacterias en vegetales: Salmonella (varias especies) y Escherichia Colis, Shigella y Bacillus cereus, Listeria monocytogenes, campylobacter sp, Clostridium perfringens, penicillium sp, hongos.

Medida preventiva	Límite crítico	Justificación
Biológicos: Salmonella Enteritidis Bacterias en vegetales: Salmonella (varias especies) y Escherichia Colis, Shigella y Bacillus cereus, Listeria monocytogenes, campylobacter sp, Clostridium perfringens, penicillium sp, hongos.	Cocinar a temperatura de 160 °F (71 °C) o mayor	Baja ocurrencia debido a BPMs y POES y alto grado de severidad.

4. Determinación de los procedimientos de monitoreo

Monitoreo PCC1 (Recepción de materiales): al momento de recibir los materiales mediante observación por parte del jefe de cocina se verificará que todo el personal haga uso de redecillas para el cabello y que hagan un correcto lavado de manos y de la materia prima.

Monitoreo PCC2 (Almacenamiento): Al momento de almacenar la materia prima se garantizará mediante observación por parte del jefe de cocina y cocineros que los huevos sean trasladados mediante depósitos.

Monitoreo PCC3 (Cocción): los cocineros deben garantizar que los huevos sean cocinados a una temperatura de 160 °F (71 °C) o mayor mediante el uso de termómetro.

5. Establecimiento de acciones correctivas

Acciones correctivas PCC1: Recepción de materiales

En caso se reciba materia prima en mal estado esta no se utilizará para la realización de alimentos, se procederá a pedir nueva materia prima al jefe de cocina. El producto en mal estado se desechará y se depositará en un recipiente donde se almacenen todos los desechos orgánicos. Para evitar la reincidencia de dicho inconveniente se procederá a informar al jefe de cocina para que lo haga saber al propietario.

Acciones correctivas PCC2: Almacenamiento

En caso se quiebre algún huevo al momento de moverlo a otro lugar el cocinero al que le haya sucedido deberá limpiar el lugar y los residuos se depositarán en el recipiente donde se almacenan los desechos orgánicos.

Acciones correctivas PCC3: Cocción

En caso al momento de haber cocinado los alimentos y estos aún presentan signos de estar en mal estado no se servirán a los comensales y se procederá a comunicarlo al jefe de cocina para que pueda llevar a cabo acciones pertinentes e identificar deficiencias en el proceso.

6. Determinar los procesos de verificación

Proceso de verificación PCC1: Recepción de materiales

Se verificará que el personal use las redecillas para el cabello, se lave las manos y la materia prima se encuentre en buen estado y haya sido correctamente lavada. Dicha inspección será realizada por el jefe de cocina

Proceso de verificación PCC2: Almacenamiento

Se monitoreará el uso de depósitos para la movilización de huevos

Proceso de verificación PCC3: Cocción

Se verificará que el personal realice la cocción de los alimentos a la temperatura adecuada y que se hayan cumplido los procesos de higiene. Dicha inspección será realizada por el jefe de cocina.

7. Documentación

Es necesario documentar los procedimientos y registros apropiados para cumplir y aplicar los requisitos del sistema.

Tabla 7.

Casamiento descripción del producto:

Requisito	Descripción
Nombre del producto	Casamiento
Descripción	Mezcla de frijoles y arroz
Ingredientes	Frijoles, arroz, cebolla y aceite
Tratamientos de conservación	En refrigerador a 40°F (4° C) o menos.
Presentación	En plato de vidrio
Condiciones de almacenamiento	En refrigerador a 40°F (4° C) o menos.
Vida útil del producto	Hasta 5 días en refrigerador a 40°F (4° C) o menos.
Contenido de Rotulado o etiquetado	Sin rotulado o etiquetado
Formas de consumo y consumidores potenciales	Para consumir en el establecimiento o para llevar

Nota. Receta para elaborar casamiento.

Tabla 8.

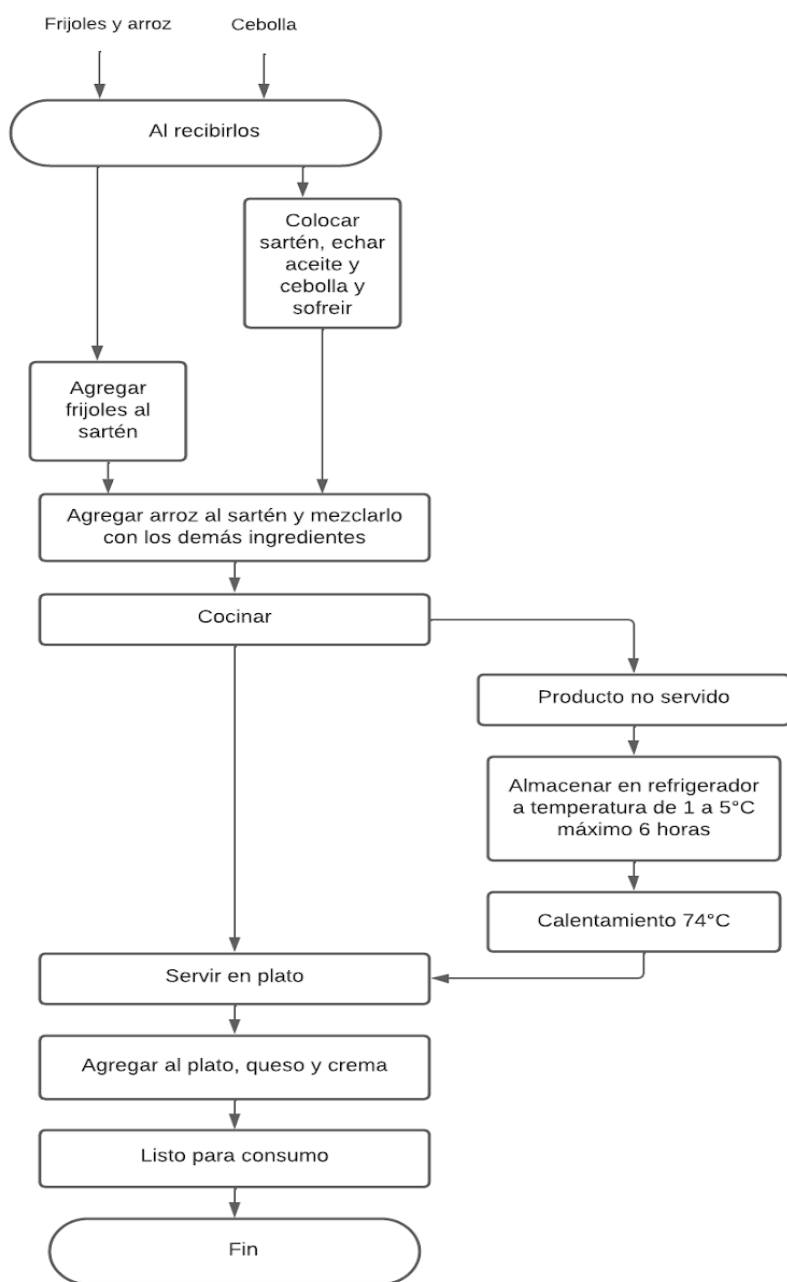
Pasos para hacer casamiento:

Pasos	Descripción	Tiempo estimado	Recursos necesarios	Notas
1	Ubicar sartén en estufa, depositar 2 cucharadas de aceite y calentar a fuego medio	1 minuto	Sartén y aceite	Dejarlo calentar el aceite por un minuto a 90° C aproximadamente
2	Agregar 1/4 de cebolla y sofreír	1 minuto	Cebolla	Mover cebolla ocasionalmente
3	Agregar 2 tazas de frijoles molidos	6 minutos	Frijoles	Mover frijoles ocasionalmente
4	Agregar 2 tazas de arroz cocido y revolver con los frijoles	2 minutos	Arroz cocido	Mover los frijoles y arroz ocasionalmente
5	Servir en plato	1 minuto	Plato	

Nota. Proceso para la elaboración del casamiento.

Figura 5

Diagrama de flujo



Nota. Elaborado por el equipo de investigación.

Tabla 9.

Límites críticos, monitoreo, acciones correctivas y verificación

Etapas del proceso	Peligros	Medidas preventivas	Límites críticos	Monitoreo			Acciones correctivas	Verificación
				¿Qué?	¿Cómo?	¿Quién?		
Colocar sartén, echar aceite y cebolla y sofreír	a) Físicos: cabellos, polvo, objetos personales, insectos	Uso de redecillas para el cabello, revisión exhaustiva de cada uno de los materiales recibidos y lavado de manos del personal.	Uso de redecillas por parte de todo el personal de cocina y lavado de manos	El uso de redecillas por parte del personal y lavado de manos del mismo	Mediante observación directa	Jefe de cocina	En caso se reciba materia prima en mal estado esta no se utilizará para la realización de alimentos, se procederá a pedir nueva materia prima al jefe de cocina. El producto en mal estado se desechará y se depositará en un recipiente donde se almacenen todos los desechos orgánicos. Para evitar la reincidencia de dicho inconveniente se procederá a informar al jefe de cocina para que lo haga saber al propietario.	Se verificará que el personal use las redecillas para el cabello, se lave las manos y la materia prima se encuentre en buen estado. Dicha inspección será realizada por el jefe de cocina
	b) Biológicos: El <i>Rhizobium etli</i> y el <i>Rhizobium phaseoli</i> , <i>Xanthomonas campestris</i> , <i>salmonella</i> y <i>bacillus cereus</i>	Capacitar al personal sobre identificación de peligros biológicos en alimentos y verificar fecha de vencimiento de materia prima	Cocinar a temperatura de 160 °F (71 °C) o mayor	La cocción de los alimentos	Mediante uso de termómetro	Cocineros	En caso al momento de haber cocinado los alimentos y estos aún presentan signos de estar en mal estado no se servirán a los comensales y se procederá a comunicarlo al jefe de cocina para que pueda llevar a cabo acciones pertinentes e identificar deficiencias en el proceso.	Se verificará que el personal realice la cocción de los alimentos a la temperatura adecuada y que se hayan cumplido los procesos de higiene. Dicha inspección será realizada por el jefe de cocina.

Nota. Elaborado por el equipo de investigación.

Carne a la plancha

Tabla 10.
Descripción del producto

Pasos	Descripción	Tiempo estimado	Recursos necesarios	Notas
1	Sacar la carne del congelador y ponerla en un recipiente taparlo con papel Film	Mínimo 6 horas máximo 24 horas	Un recipiente, bascula de cocina, cucharas medidoras y papel film	Descongelar 3 libras de carne
2	Picar ingredientes para marinado	4 minutos	Condimento especial de la casa, 1 chiles verdes, 1 cebollas, perejil, 3 dientes de ajo picados, 1/2 cucharada de mostaza, 2 cucharadas de salsa inglesa, sal, cuchillo y tabla para picar	Lavar los ingredientes antes de utilizarlos
3	Marinar carne Colocar toda la carne en el recipiente y mezclar todos los ingredientes luego tapar con papel film y meterlo a la refrigeradora	2 minutos	Un recipiente y papel film	Dejarlo marinar de 3 a 4 horas
4	Calentar la plancha	2 minutos	Encendedor, plancha y gas	Encender la plancha lumbre a fuego alto
5	Sacar la carne del refrigerador y hacer trozos de 1/4 de libra.	5 minutos	Cuchillo, bascula de cocina y tabla para picar	Asegurar de cortar bien la carne
6	Cortar un poquito de la grasa para ponerla en la plancha y freirla, luego agregar 1/2 cucharadita de aceite de oliva y colocar la pieza de carne sobre la plancha	7 minutos	Espatula y cuchillo	Dejar cocinar 3 minutos cada lado
Tratamientos de conservación		Sin tratamiento térmico		
Presentación		En plato de vidrio		
Condiciones de almacenamiento		En vitrinas de vidrio y base de acero inoxidable.		
Vida útil del producto		6 horas con una temperatura de 5° C		
Contenido de Rotulado o etiquetado		Depende a lo que indique el cliente		
Formas de consumo		Se puede comer en el establecimiento o para llevar		

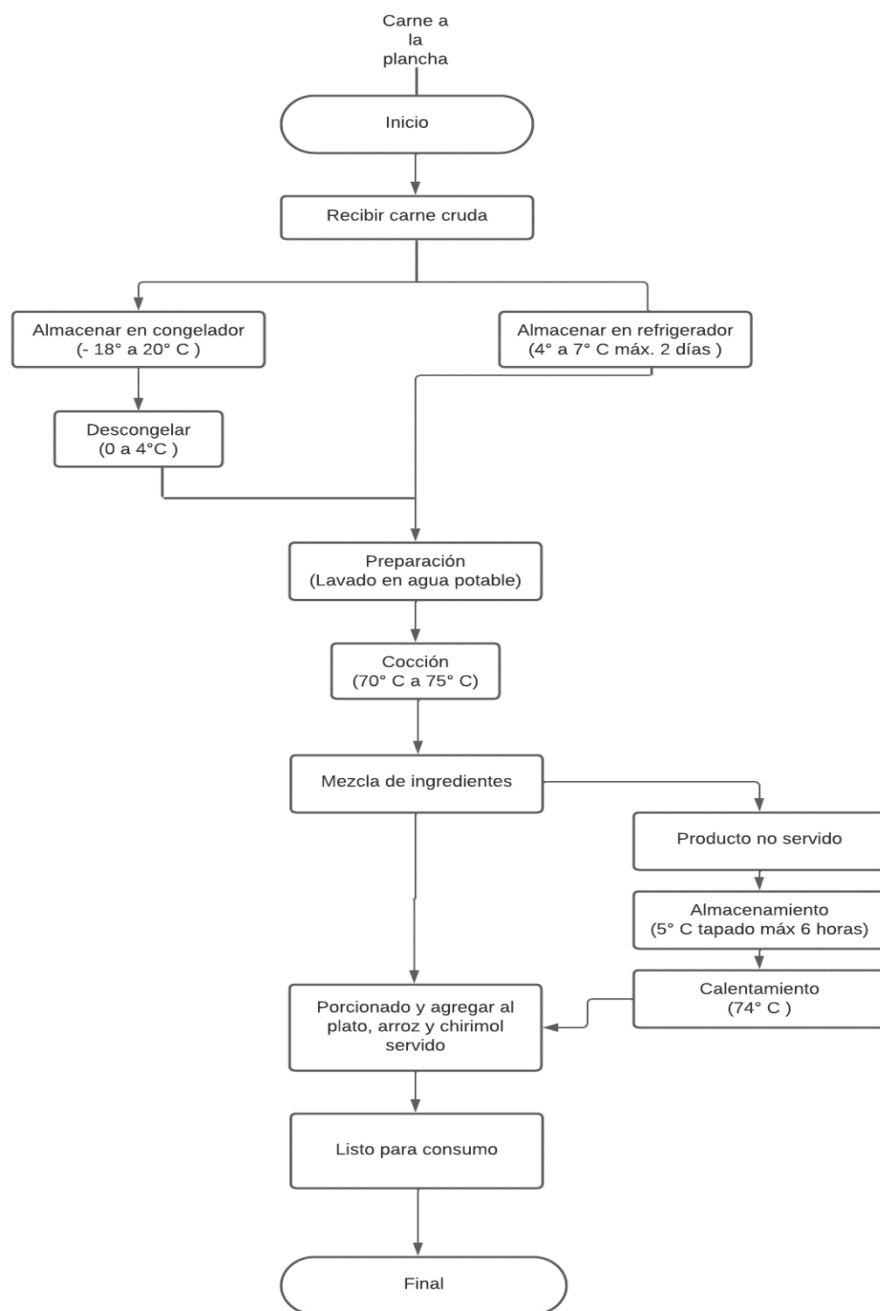
Nota. Elaborado por el equipo de investigación.

b) Determinación del uso previsto del producto

El platillo está destinado para ser consumido por los clientes que visitan el restaurante.

Figura 6.

c) Elaboración del diagrama de flujo



Nota. Elaborado por el equipo de investigación.

d) Confirmación In Situ del diagrama de flujo

Todos los miembros del equipo confirmaron el proceso según diagrama de flujo.

Tabla 11.

Matriz de análisis de peligros

Probabilidad (Frecuencia)		Severidad (Consecuencia)	
A	Se repite comúnmente	1	Muerte
B	Se sabe que se produce o ha sucedido en el restaurante	2	Enfermedad grave
C	Podría producirse	3	Retiro del producto
D	No se espera que se produzca	4	Queja del cliente o enfermedad leve
E	Prácticamente imposible	5	No significativo

Tabla 12.

Cuadro de resultados

Un valor de 1 a 10 indica que existe un problema de seguridad significativo y por lo tanto se debe evaluar de inmediato su consideración como PCC y la implementación de controles.

Probabilidad Severidad	A	B	C	D	E
1	1	2	4	7	11
2	3	5	8	12	16
3	6	9	13	17	20
4	10	14	18	21	23
5	15	19	22	24	25

Nota. Elaborado por el equipo de investigación.

Tabla 13.

1. Análisis de peligros

Etapa del proceso	Peligros	Probabilidad	Severidad	Puntuación	Medidas preventivas
Recepción de materiales	Biológicos: Presencia de microorganismos (E. coli, coliformes, bacillus cereus, s aureus) ingredientes descompuestos o vencidos	C	2	8	Revisar la fecha de vencimiento de los productos, hortalizas y limpieza al establecimiento de recepción
	Físicos: Puede haber presencia de polvo, insectos, objetos extraños	A	5	15	Realizar inspecciones en la materia prima a la hora de la recepción
Almacenamiento	Biológicos: E. coli, coliformes, bacillus cereus, s aureus ya que existe probabilidad de la refrigeradora este sucia	C	5	22	Limpieza continua del lugar de almacenamiento
	Físicos: Polvo, insectos, objetos personales	D	5	24	Capacitar al personal con las practicas de higiene y limpieza en el lugar de almacenamiento
Traslado de materiales al área de preparación de alimentos	Biológicos: E. coli, coliformes, bacillus cereus, s aureus Ya que se puede colocar en una superficie contaminada	C	2	8	Controlar el lavado de superficies, utensilios y capacitación de personal en higiene de los alimentos
	Físicos: Polvo, insectos, objetos personales				Limpieza correcta en el area donde se ubicara la materia prima
Cocción (Cocinar)	Biológicos: E. coli, bacillus cereus, s aureus y esporas de hongos	D	2	12	Controlar que la cocción se realice a una temperatura adecuada para la eliminación de los microorganismos
	Físicos: Polvo, insectos, objetos personales, cabellos	C	4	21	Capacitación del personal para usar guantes, redecillas etc
	Químicos: Sudor, agentes de limpieza	E	2	16	Revisar los utensilios antes de utilizarlos y verificar que esten en buen estado
Producto no servido	Biológicos: Coliformes, s aureus	D	5	24	Verificar que la temperatura de la conservación sea la adecuada
	Físicos: Polvo, insectos, objetos personales, cabellos	C	5	22	Verificar que el platillo este cubierto correctamente Y control de plagas
Almacenar	Biológicos: Coliformes, s aureus Refrigeradora se puede encontrar sucia o no tenga una temperatura determinada	C	2	8	Limpiar la refrigeradora cada semana y controlar la temperatura de conservación
	Físicos: Polvo, insectos, objetos personales, cabellos	C	2	8	Verificar que el platillo este cubierto correctamente

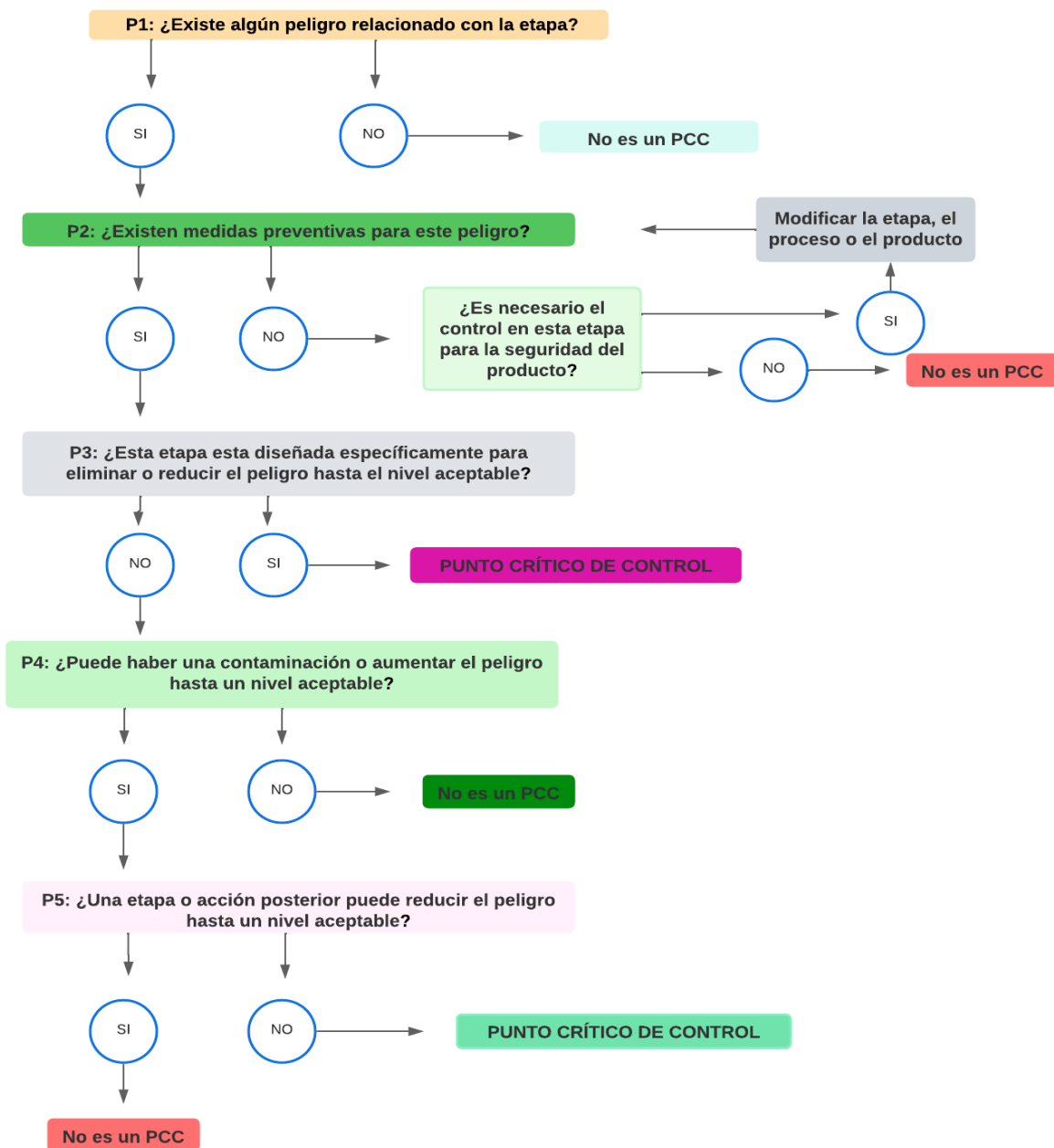
Nota. Elaborado por el equipo de investigación.

Tabla 14. Determinación de los puntos críticos mediante árbol de decisiones

Etapas	Peligros	Medidas preventivas	P1	P2	P3	P4	P5	PCC
Recepción de materiales	Biológicos: Presencia de microorganismos (E. coli, coliformes, bacillus cereus, s aureus) ingredientes descompuestos o vencidos	Revisar la fecha de vencimiento de los productos, hortalizas y limpieza al establecimiento de recepción	Si	Si	No	No	_	No es un PCC
	Físicos: Puede haber presencia de polvo, insectos, objetos extraños	Realizar inspecciones en la materia prima a la hora de la recepción	Si	Si	No	No	_	No es un PCC
Almacenamiento	Biológicos: E. coli, coliformes, bacillus cereus, s aureus ya que existe probabilidad de la refrigeradora este sucia	Limpieza continua del lugar de almacenamiento	Si	Si	No	Si	Si	No es un PCC
	Físicos: Polvo, insectos, objetos personales	Capacitar al personal con las practicas de higiene y limpieza en el lugar de almacenamiento	Si	Si	No	Si	Si	No es un PCC
Traslado de materiales al área de preparación de alimentos	Biológicos: E. coli, coliformes, bacillus cereus, s aureus Ya que se puede colocar en una superficie contaminada	Controlar el lavado de superficies, utensilios y capacitación de personal en higiene de los alimentos	Si	Si	No	Si	No	Si es un PCC
	Físicos: Polvo, insectos, objetos personales	Limpieza correcta en el area donde se ubicara la materia prima	Si	Si	No	No	_	No es un PCC
Cocción (Cocinar)	Biológicos: E. coli, bacillus cereus, s aureus y esporas de hongos	Controlar que la cocción se realice a una temperatura adecuada para la eliminación de los microorganismos	Si	Si	Si	_	_	Si es un PCC
	Físicos: Polvo, insectos, objetos personales, cabellos	Capacitación del personal para usar guantes, redecillas etc	Si	Si	No	No	_	No es un PCC
	Químicos: Sudor, agentes de limpieza	Revisar los utensilios antes de utilizarlos y verificar que esten en buen estado	Si	Si	No	No	_	No es un PCC
Producto no servido	Biológicos: Coliformes, s aureus	Verificar que la temperatura de la conservación sea la adecuada	Si	Si	No	Si	No	Si es un PCC
	Físicos: Polvo, insectos, objetos personales, cabellos	Verificar que el platillo este cubierto correctamente y control de plagas	Si	Si	No	No	_	No es un PCC
Almacenar	Biológicos: Coliformes, s aureus Refrigeradora se puede encontrar sucia o no tenga una temperatura determinada	Limpia la refrigeradora cada semana y controlar la temperatura de conservación	Si	Si	No	No	_	No es un PCC
	Físicos: Polvo, insectos, objetos personales, cabellos	Verificar que el platillo este cubierto correctamente	Si	Si	No	Si	No	Si es un PCC

Figura 7.

3. Establecimiento de los límites críticos



Nota. Elaborado por el equipo de investigación.

Punto crítico de control 1: Traslado de materiales al área de preparación de alimentos.

Peligro biológico: ya que puede haber un mayor crecimiento de bacterias y virus porque la materia prima se pone en contacto con las manos, utensilios o superficies contaminadas.

Medida preventiva	Limite critico	Justificación
Controlar el lavado de superficies, utensilios y capacitación de personal en higiene de los alimentos	Ejecutar las instrucciones de higiene personal y hábitos de higiene	Ya que el traslado de la materia prima puede haber un crecimiento en los microorganismo por la mala higiene en los empleados, utensilios y superficies

Punto crítico de control 2: Cocción (cocinar).

Peligro biológico: ya que se puede utilizar una temperatura inadecuada en la cocción y así poder generar tener más permanencia en los que son los microorganismos.

Medida preventiva	Limite critico	Justificación
Controlar que la cocción se realice a una temperatura adecuada para la eliminación de los microorganismos	Cocer a temperatura de cocción a 74° C	Utilizar una temperatura adecuada para poder reducir o eliminar los microorganismos en la carne no debe ser menor de 74°C

Punto crítico de control 3: Producto no servido.

Peligro biológico: Puesto que si el producto se encuentra en una exposición por bastante tiempo a una temperatura inadecuada puede haber presencia de microorganismos.

Medida preventiva	Limite critico	Justificación
Verificar que la temperatura de la conservación sea la adecuada	La temperatura de conservación debe ser 60° C	Usar una temperatura de conservación no menos de 60°C o más.

Punto crítico de control 4: Almacenar

Peligro Físico: ya que si el producto no se encuentra cubierto correctamente puede haber presencia de cabellos, insectos, polvo entre muchos otros.

Medida preventiva	Limite critico	Justificación
Verificar que el platillo este cubierto correctamente	Seguir las instrucciones del procedimiento de almacenamiento	Limpiar el lugar de almacenamiento para asi poder disminuir los objetos extraños

4. determinación de los procedimientos de monitoreo

Monitoreo del PCC1: Traslado de materiales al área de preparación de alimentos.

Antes de que el producto sea trasladado se debe realizar una limpieza tanto del empleado como el lavado de sus manos, los utensilios y las superficies en donde se pondrá el producto. El monitoreo será mediante una inspección visual y debe realizarse todos los días por parte del personal de cocina al principio y al final del procedimiento.

Monitoreo del PCC2: Cocción (cocinar).

En el punto crítico de control número dos se hará una comprobación del proceso de cocción controlando con termómetros digitales o incorporados la correcta temperatura del producto (74°C) la cual será responsable el cocinero.

Monitoreo del PCC3: Producto no servido.

En este punto se llevará un control de la temperatura de conservación del producto mediante un registro que sea igual o mayor a 60° C este se hará de una manera continua y el responsable será un cocinero.

Monitoreo del PCC4: Almacenar.

Se llevará un registro de la temperatura del almacenamiento mediante un registro el cual se hará cada tres horas igualmente la limpieza e higiene de la misma área este se comprobará visualmente y se hará diariamente el encargado de estos procedimientos serán los empleados de cocina

5. Establecimiento de acciones correctivas**Acciones correctivas PCC1:** Traslado de materiales al área de preparación de alimentos.

Observar que los empleados se laven las manos las veces necesarias igualmente repetir la limpieza en la superficie y los utensilios a utilizar en caso de que no se siga el procedimiento establecido se sancionará al empleado. El responsable del procedimiento será el jefe de cocina.

Acciones correctivas PCC2: Cocción (cocinar).

Expresar a los empleados sobre el límite de la temperatura necesaria de cocción que es de 74° C para así poder completar esta, en caso de que la temperatura no sea la correcta calentarlo por más tiempo hasta alcanzar la temperatura deseada y avisar inmediatamente al jefe de cocina para evaluar la idoneidad del producto Se llevará un registro de la temperatura del producto

Acciones correctivas PCC3: Producto no servido.

Advertir al personal sobre la temperatura adecuada de conservación del producto el cual es de 60° C o más, en dado caso no sea así avisar al jefe de cocina para evaluación del producto o descarte de este y ajustar la temperatura ajustando el termostato.

Acciones correctivas PCC4: Almacenar.

Adaptar la temperatura del área de almacenamiento ajustando el termostato, verificar que el platillo esté cubierto correctamente y también el cumplimiento de higiene del área la persona responsable es el jefe de cocina.

6. Determinar los procedimientos de verificación

Proceso de verificación PCC1: Traslado de materiales al área de preparación de alimentos.

Se hará un análisis microbiológico una vez al mes del producto para confirmar el cumplimiento de los procesos implementados los responsables serán el jefe de cocina y el propietario igualmente se llevará un registro de los visualizados.

Proceso de verificación PCC2: Cocción (cocinar).

Se revisará el registro de las temperaturas de cada producto elaborado en dado caso haya una temperatura inadecuada se investigara la razón de esta. Se hará cada 15 días por el propietario y jefe de cocina

Proceso de verificación PCC3: Producto no servido.

Se comprobará que la temperatura de conservación haya sido la correcta mediante el registro que se llevará en esta área los responsables serán el jefe de cocina y propietario se hará una vez a la semana.

Proceso de verificación PCC4: Almacenar.

Se realizará una inspección acerca del cumplimiento de las medidas higiénicas antes mencionadas como también el correcto resguardo del producto, se hará la verificación una vez por semana los responsables son el jefe de cocina y propietario.

7. Documentación

Es necesario documentar los procedimientos y registros apropiados para cumplir y aplicar los requisitos del sistema.

Tabla 15.

Límites críticos, monitoreo, acciones correctivas y verificación

Etapa del proceso	Peligros	Límites críticos	Monitoreo				Acciones correctivas	Verificación
			¿Que?	¿Cómo?	¿Dónde?	¿Quién?		
Traslado de materiales al área de preparación de alimentos	Biológicos: E. coli, coliformes, bacillus cereus, s aureus Ya que se puede colocar en una superficie contaminada	Controlar el lavado de superficies, utensilios y capacitación de personal en higiene de los alimentos	Limpieza de manos, como también en las superficies y utensilios	verificación visual	En el área que se trasladara la materia prima	Cocinero principal	Cumplir con las medidas higiénicas de superficies y utensilios o usar unos nuevos	Hacer un análisis microbiológico del producto una vez al mes
Cocción (Cocinar)	Biológicos: E. coli, bacillus cereus, s aureus y esporas de hongos	Cocer a temperatura de cocción a 74° C	Temperatura de cocción	Termómetro digital o incorporado	En el área de cocina	Cocinero principal	Calentar el producto por más tiempo hasta alcanzar la temperatura deseada, en caso no alcanzarla desecharlo	Revisar cada quince días el registro de temperaturas
Producto no servido	Verificar que la temperatura de la conservación sea la adecuada	La temperatura de conservación debe ser 60° C	Temperatura de conservación	Tomar temperatura interna del producto	Área de conservación	Cocinero principal	Adaptar la temperatura ajustando el termostato	Revisar registro cada una vez a la semana
Almacenar	Físicos: Polvo, insectos, objetos personales, cabellos	Seguir las instrucciones del procedimiento de almacenamiento	Higiene, limpieza y temperatura	Comprobación visual, tomar registro continuo del procedimiento de higiene y temperatura	Área de almacenamiento	Empleados de cocina	Adaptar la temperatura ajustando el termostato y realizar las medidas de higiene	Revisar los registros y el cumplimiento de las medidas de higiene cada semana

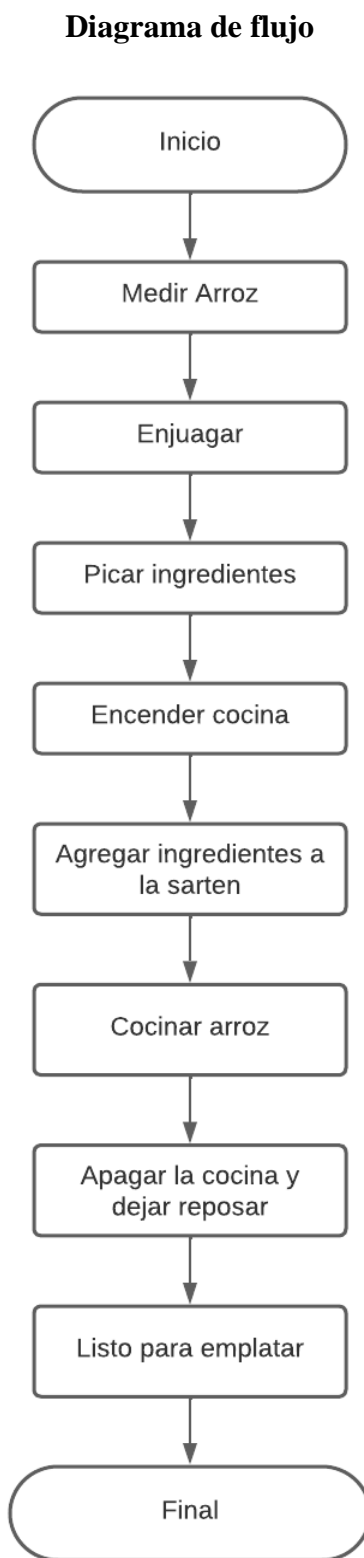
Nota. Elaborado por el equipo de investigación.

Tabla 16.
Pasos para preparación de arroz frito

Pasos	Descripción	Tiempo estimado	Recursos necesarios	Notas
1	Medir arroz que sea una taza de arroz	1:30 minuto	Taza medidora, Arroz	Asegurar de medir correctamente el arroz
2	Lavar arroz	2 minutos	Agua y un colador	Lavar el arroz con ayuda de un colador hasta que el agua salga
3	Picar ingredientes	4 minutos	1/4 de chile verde, 1/4 de cebolla, 1/4 de zanahoria, 1/4 tomate, cuchillo y tabla para picar	Asegurar que se corten en cuadritos
4	Encender cocina	10 segundos	Encendedor, cocina	Encender la lumbre a fuego alto
5	Agregar 1/2 cucharadita de aceite de oliva	3 minutos	Sarten, aceite de oliva	Precalentar sartén con aceite 2 minutos
6	Agregar vegetales y la taza de arroz	3 minutos	Cuchara	Remover los ingredientes por 2 minutos
7	Agregar 2 tazas de agua por cada taza de arroz	30 segundos	Taza medidora, Arroz	Agregar sal, ajo y condimento de la casa
8	Tapar la sartén y cocinar a fuego lento hasta que se absorba el agua	15 minutos	Tapadera	Asegurarse que se absorba completamente el agua
9	Apagar la cocina y agregar 1 cucharadita de mantequilla, y revolver el arroz	5 minutos	Cuchara	Dejar reposar por 5 minutos y estará listo para degustar
Tratamientos de conservación		Sin tratamiento térmico		
Presentación		En plato de vidrio		
Condiciones de almacenamiento		En vitrinas de vidrio y base de acero inoxidable.		
Vida útil del producto		6 horas con una temperatura de 15 a 20° C		
Contenido de Rotulado o etiquetado		Depende a lo que indique el cliente		
Formas de consumo		Se puede comer en el establecimiento o para llevar		

Nota. Elaborado por el equipo de investigación.

Figura 8



Nota. Elaborado por el equipo de investigación.

Tabla 17.

Puntos críticos de control, medidas preventivas, límites críticos, monitoreo, acciones correctivas y verificación.

Etapa del proceso	Peligros	Medidas preventivas	PCC	Límites críticos	Monitoreo				Acciones correctivas	Verificación
					¿Que?	¿Cómo?	¿Dónde?	¿Quién?		
Cocción	Biológicos: Presencia de microorganismos por uso de temperaturas inadecuadas	Controlar que la cocción se realice a una temperatura adecuada	Si	Cocer a una temperatura de 120°C	Temperatura de cocina	Termometro digital	En el area de cocina	Cocinero	Cocer el arroz por más tiempo hasta alcanzar la temperatura deseada	Revisar vez a la semana la realización del proceso y llevare registro de temperaturas
Almacenamiento	Biológicos: Presencia de hongos por mala temperatura de conservación	Controlar la temperatura de almacenamiento	Si	Almacenar a una temperatura maxima de 4° C	Temperatura de almacenamiento	Termometro digital o incorporado	Area de almacenamiento	Personal de cocina	Adaptar la temperatura ajustando el termostato	Revisar registro una vez a la semana
	Físicos: Polvo, insectos, objetos personales	Procedimientos de limpieza en el area de almacenamiento	Si	Seguir las instrucciones del procedimiento de limpieza y desinfección	Higiene y limpieza	Comprobación visual, tomar registro continuo del procedimiento de higiene	Area de almacenamiento	Personal de cocina	Realizar las medias de higiene	Revisar los registros y el cumplimiento de las medidas de higiene cada semana

Nota. Elaborado por el equipo de investigación.

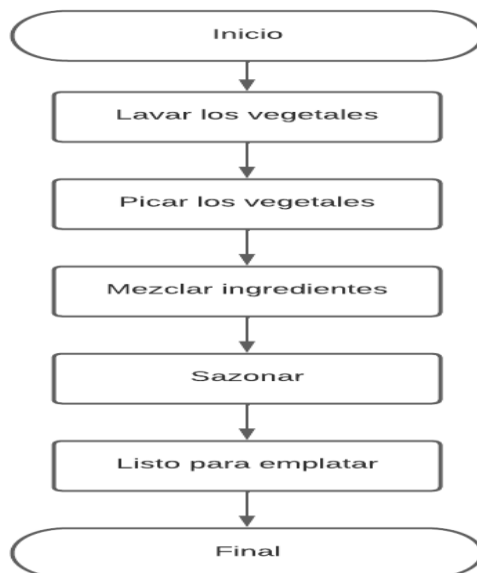
Tabla 18.

Chirimol

Pasos	Descripción	Tiempo estimado	Recursos necesarios	Notas
1	Lavar los ingredientes	2 minutos	2 tomates, 1/2 cebolla, taza de hierba buena	Lavar con agua fría
2	Picar los ingredientes	5 minutos	Tabla para picar, cuchillos	Picarlos en cuadros
3	Mezclar los ingredientes en un recipiente y agregar sal y la mitad de un limón	3 minutos	Un recipiente, sal y limón	Revolver bien los ingredientes
Tratamientos de conservación		Sin tratamiento térmico		
Presentación		En plato de vidrio		
Condiciones de almacenamiento		En vitrinas de vidrio y base de acero inoxidable.		
Vida útil del producto		4 horas con una temperatura de 3 a 5° C		
Contenido de Rotulado o etiquetado		Depende a lo que indique el cliente		
Formas de consumo		Se puede comer en el establecimiento o para llevar		

Nota. Elaborado por el equipo de investigación.

Figura 9.

Diagrama de flujo

Nota. Elaborado por el equipo de investigación.

Tabla 19.

Puntos críticos de control, medidas preventivas, límites críticos, monitoreo, acciones correctivas y verificación.

Etapa del proceso	Peligros	Medidas preventivas	PCC	Límites críticos	Monitoreo				Acciones correctivas	Verificación
					¿Que?	¿Cómo?	¿Dónde?	¿Quién?		
Almacenamiento	Biológicos: Descomposición por mala temperatura de conservación	Controlar temperatura de conservación	Si	Almacenar a una temperatura máxima de 4° C	Temperatura de almacenamiento	Termómetro digital o incorporado	Área de almacenamiento	Personal de cocina	Adaptar la temperatura ajustando el termostato	Revisar registro una vez a la semana
	Físicos: Polvo, insectos, objetos personales	Limpiar área de almacenamiento cada semana	Si	Seguir las instrucciones del procedimiento de limpieza y desinfección	Higiene y limpieza	Comprobación visual, tomar registro continuo del procedimiento de higiene	Área de almacenamiento	Personal de cocina	Realizar las medidas de higiene	Revisar los registros y el cumplimiento de las medidas de higiene cada semana

Nota. Elaborado por el equipo de investigación.

Tabla 20.
Pupusas

Requisito	Descripción
Nombre del producto	Pupusas
Descripción	Pupusas con salsa y curtido.
Ingredientes	Masa, harina de arroz, frijoles licuados, cebolla, ajo, aceite, queso quesillo, loroco.
Tratamientos de conservación	Sin tratamiento térmico
Presentación	En plato de vidrio
Condiciones de almacenamiento	Envolver en papel aluminio y guardar en heladera.
Vida útil del producto	6 horas con una temperatura de 5° C
Contenido de Rotulado o etiquetado	Depende a lo que indique el cliente
Formas de consumo y consumidores potenciales	Para consumir en el establecimiento o para llevar.

Tabla 21.
Pasos para elaboración de pupusas

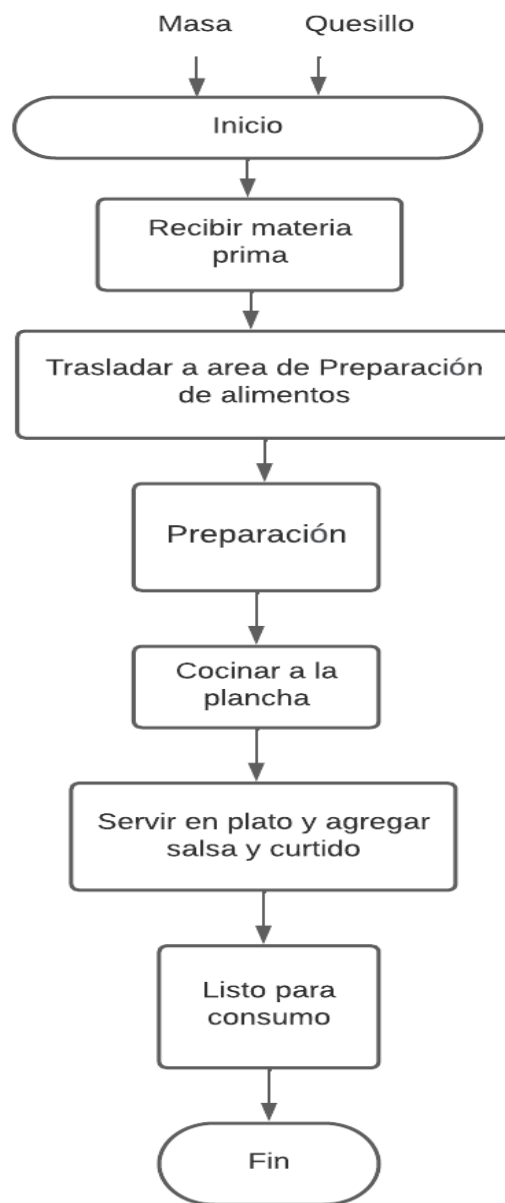
Pasos	Descripción	Tiempo estimado	Recursos necesarios	Notas
1	Se toma una porción de masa y se moldea	1 minuto	Plancha, masa, aceite	Formar pelotitas de masa.
2	Rellenar con quesillo	1 minuto	Masa, quesillo.	con las manos darle forma a las pupusas
3	Luego, en una plancha caliente, cocinar las pupusas por unos minutos cada lado hasta que estén cosidas.	8 minutos	Plancha, aceite, pupusa	Freír a 180° C máximo
4	Servir en plato	1 minuto	Plato	

c) Determinación del uso previsto del producto

El producto está destinado para ser consumido por clientes que visitan el restaurante.

Figura 10.

d) Elaboración de diagrama de flujo pupusas



Nota. Elaborado por el equipo de investigación.

Tabla 22.

1. Análisis de peligros

Matriz de análisis de peligros

Probabilidad (Frecuencia)		Severidad (Consecuencia)	
A	Se repite comúnmente	1	Muerte
B	Se sabe que se produce o ha sucedido en el restaurante	2	Enfermedad grave
C	Podría producirse	3	Retiro del producto
D	No se espera que se produzca	4	Queja del cliente o enfermedad leve
E	Prácticamente imposible	5	No significativo

Cuadro de resultados

Un valor de 1 a 10 indica que existe un problema de seguridad significativo y por lo tanto se debe evaluar de inmediato su consideración como PCC y la implementación de controles.

Probabilidad Severidad	A	B	C	D	E
1	1	2	4	7	11
2	3	5	8	12	16
3	6	9	13	17	20
4	10	14	18	21	23
5	15	19	22	24	25

Nota. Elaborado por el equipo de investigación.

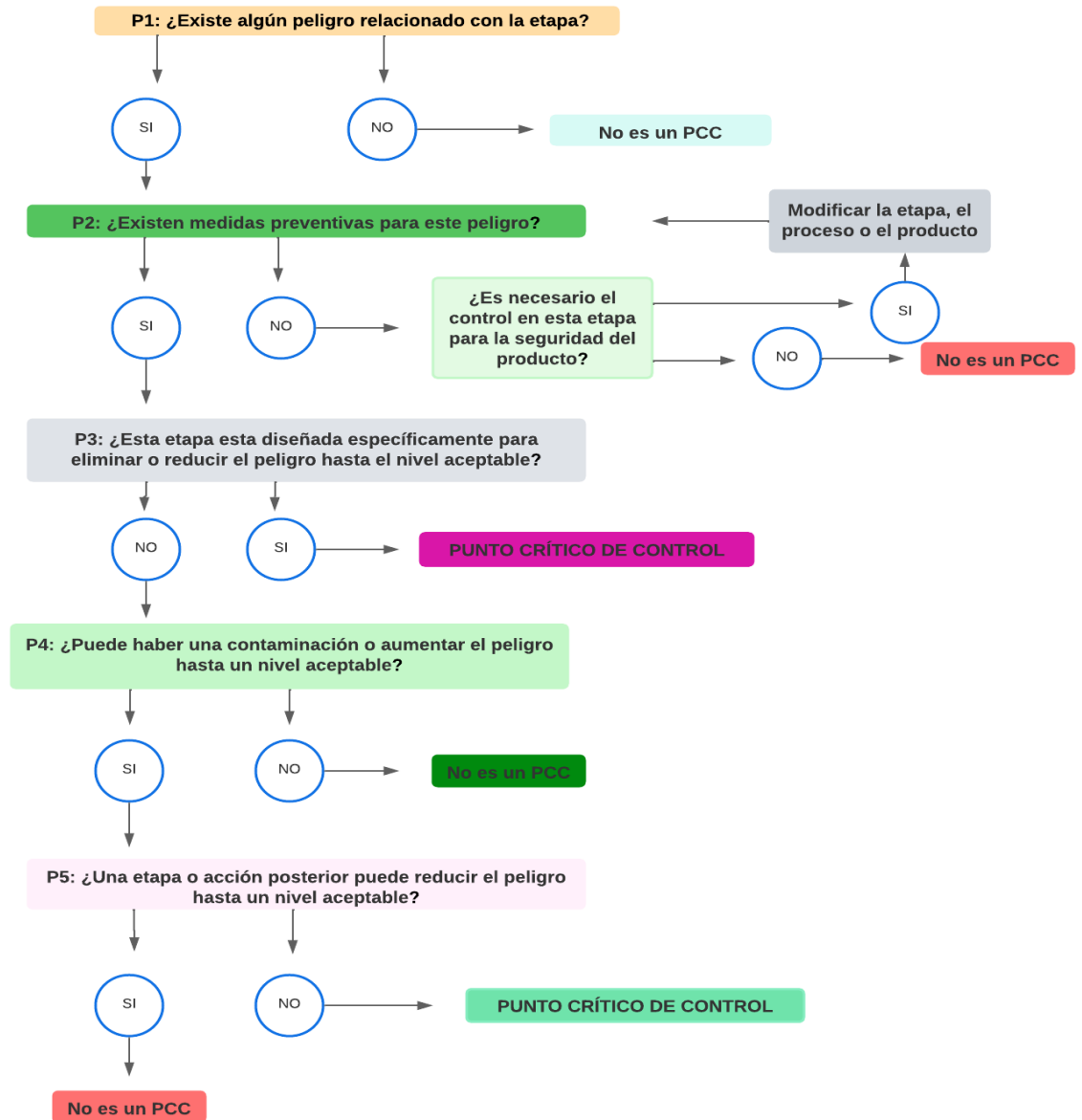
Tabla 23.

Etapas del proceso	Peligros	Probabili-dad	Severidad	Puntuación	Peligros significati-vos	Medidas preventivas
Recepción de materia prima	a) Físicos: cabellos, polvo, objetos personales, insectos	C	4	18		Uso de redecillas para el cabello, revisión exhaustiva de cada uno de los materiales recibidos y realizar un buen lavado de los mismos.
	Biológicos: Staphylococcus aureus, Salmonella spp., Listeria monocytogenes, Escherichia coli Erwinia spp. y Pseudomonas spp.	C	2	8	Biológicos	Capacitar al personal sobre identificación de peligros biológicos en alimentos.
Traslado de materia prima a área de preparación de alimentos	a) Físicos: cabellos, polvo, objetos personales, insectos	B	5	19		Uso de redecillas para el cabello, revisión exhaustiva de cada uno de los materiales recibidos y realizar un buen lavado de los mismos.
	Biológicos: Staphylococcus aureus, Salmonella spp., Listeria monocytogenes, Escherichia coli Erwinia spp. y Pseudomonas spp.					Capacitar al personal sobre identificación de peligros biológicos en alimentos.
Preparación	a) Físicos: cabellos, polvo, objetos personales, insectos	C	4	18		Uso de redecillas para el cabello.
	Biológicos: Staphylococcus aureus, Salmonella spp., Listeria monocytogenes, Escherichia coli Erwinia spp. y Pseudomonas spp.	C	2	8	Biológicos	Capacitar al personal sobre identificación de peligros biológicos en alimentos.
Cocinar	a) Físicos: cabellos, polvo, objetos personales, insectos	C	4	18		Uso de redecillas para el cabello.
	Biológicos: Staphylococcus aureus, Salmonella spp., Listeria monocytogenes, Escherichia coli Erwinia spp. y Pseudomonas spp.	D	2	12		Capacitar al personal sobre identificación de peligros biológicos en alimentos.
Servir en plato y agregar salsa y curtido	a) Físicos: cabellos, polvo, objetos personales, insectos	C	4	18		Uso de redecillas para el cabello.
	Biológicos: Staphylococcus aureus, Salmonella spp., Listeria monocytogenes, Escherichia coli Erwinia spp. y Pseudomonas spp.	D	2	12		Capacitar al personal sobre identificación de peligros biológicos en alimentos.

Nota. Elaborado por el equipo investigador.

Figura 11.

2. Determinación de los puntos críticos mediante árbol de decisiones



Nota. Elaborado por el equipo de investigación.

Tabla 24.

Etapas del proceso	Peligros	Medidas preventivas	P1	P2	P3	P4	P5	PCC
Recepción de materia prima	a) Físicos: cabellos, polvo, objetos personales, insectos	Uso de redecillas para el cabello, revisión exhaustiva de cada uno de los materiales recibidos y realizar un buen lavado de los mismos.	SI	SI	SI			SI ES UN PCC
	Biológicos: Staphylococcus aureus, Salmonella spp., Listeria monocytogenes, Escherichia coli Erwinia spp. y Pseudomonas spp.	Capacitar al personal sobre identificación de peligros biológicos en alimentos.	SI	SI	SI			SI ES UN PCC
Traslado de materia prima a área de	a) Físicos: cabellos, polvo, objetos personales, insectos	Uso de redecillas para el cabello, revisión exhaustiva	SI	SI	NO	NO		NO ES UN PCC
	Biológicos: Staphylococcus aureus, Salmonella spp., Listeria monocytogenes, Escherichia coli Erwinia spp. y Pseudomonas spp.	Capacitar al personal sobre identificación de peligros biológicos en alimentos.	SI	SI	NO	NO		NO ES UN PCC
Preparación	a) Físicos: cabellos, polvo, objetos personales, insectos	Uso de redecillas para el cabello.	SI	SI	NO	NO		NO ES UN PCC
	Biológicos: Staphylococcus aureus, Salmonella spp., Listeria monocytogenes, Escherichia coli Erwinia spp. y Pseudomonas spp.	Capacitar al personal sobre identificación de peligros biológicos en alimentos.	SI	SI	NO	NO		NO ES UN PCC
Cocinar	a) Físicos: cabellos, polvo, objetos personales, insectos	Uso de redecillas para el cabello.	SI	SI	NO	NO		NO ES UN PCC
	Biológicos: Staphylococcus aureus, Salmonella spp., Listeria monocytogenes, Escherichia coli Erwinia spp. y Pseudomonas spp.	Capacitar al personal sobre identificación de peligros biológicos en alimentos.	SI	SI	NO	NO		NO ES UN PCC
Servir en plato y agregar salsa y curtido	a) Físicos: cabellos, polvo, objetos personales, insectos	Uso de redecillas para el cabello.	SI	SI	NO	NO		NO ES UN PCC
	Biológicos: Staphylococcus aureus, Salmonella spp., Listeria monocytogenes, Escherichia coli Erwinia spp. y Pseudomonas spp.	Capacitar al personal sobre identificación de peligros biológicos en alimentos.	SI	SI	NO	NO		NO ES UN PCC

Nota. Elaborado por el equipo investigador.

3. Establecimiento de los límites críticos

Punto crítico de control 1: Recepción de materia prima

Peligro físico: cabellos, polvo, objetos personales, insectos

Medida preventiva	Límite crítico	Justificación
Uso de redecillas para el cabello, revisión exhaustiva de cada uno de los materiales recibidos y realizar un buen lavado de los mismos.	Uso de redecillas por parte de todo el personal de cocina y la materia prima debe de lavarse.	Baja ocurrencia debido a BPMs y bajo grado de severidad

Punto crítico de control 2: Recepción de materia prima

Peligro biológico: Staphylococcus aureus, Salmonella spp., Listeria monocytogenes, Escherichia coli Erwinia spp. y Pseudomonas spp.

Medida preventiva	Límite crítico	Justificación
Capacitar al personal sobre identificación de peligros biológicos en alimentos.	Verificación de etiqueta de materia prima y que sea legible.	Baja ocurrencia debido a BPMs y POES y alto grado de severidad.

Nota. Elaborado por el equipo investigador.

4. Determinación de los procedimientos de monitoreo

Monitoreo PCC1 (Recepción de materia prima): al momento de recibir los materiales mediante observación por parte del jefe de cocina se verificará que todo el personal haga uso de redecillas para el cabello y que hagan un correcto lavado de manos.

Monitoreo PCC2 (Recepción de materia prima): el jefe de cocina debe verificar la etiqueta de la materia prima y asegurarse de que no esté vencida y se encuentre en buen estado.

5. Establecimiento de acciones correctivas

Acciones correctivas PCC1: Recepción de materiales

En caso se encuentre un peligro biológico que no sea nocivo para los alimentos se procederá a removerlo de la materia prima y se continuará con el proceso, dicha acción la llevará a cabo el cocinero.

Acciones correctivas PCC2: Recepción de materiales

En caso se reciba materia prima en mal estado esta no se utilizará para la realización de alimentos, se procederá a pedir nueva materia prima al jefe de cocina y este informará al propietario.

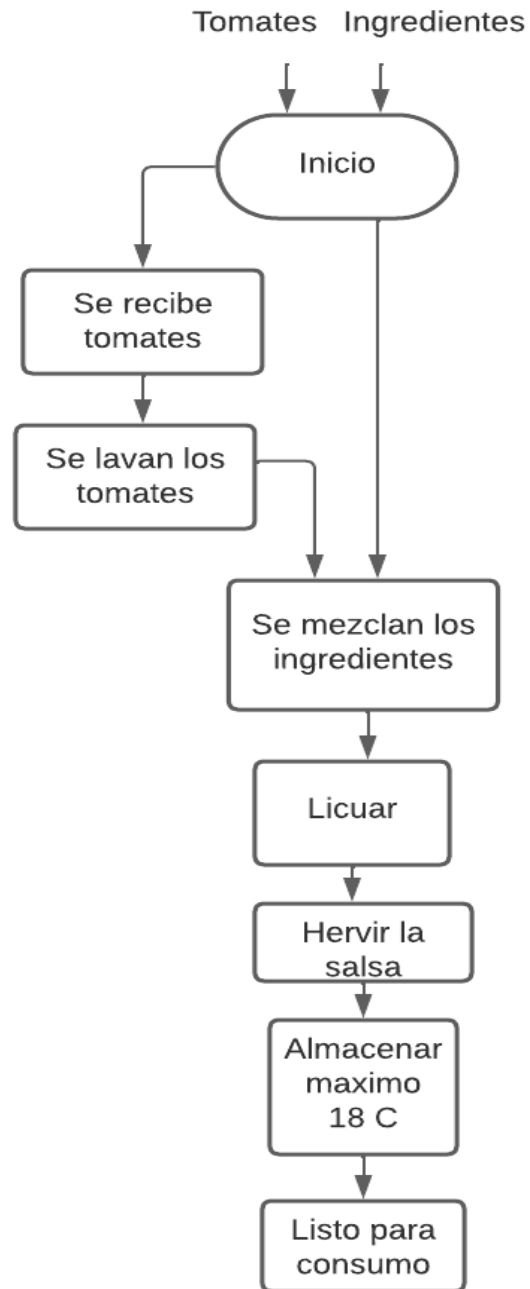
6. Determinar los procedimientos de verificación**Proceso de verificación PCC1: Recepción de materia prima**

Se verificará que el personal use las redecillas para el cabello y se lave las manos correctamente. Dicha inspección será realizada por el jefe de cocina

Proceso de verificación PCC2: Recepción de materia prima

Se monitoreará mediante observación directa que el etiquetado de la materia prima garantice que se encuentre en buen estado. Dicha acción será realizada por el cocinero.

Figura 12

Salsa para pupusas

Nota. Elaborado por el equipo de investigación.

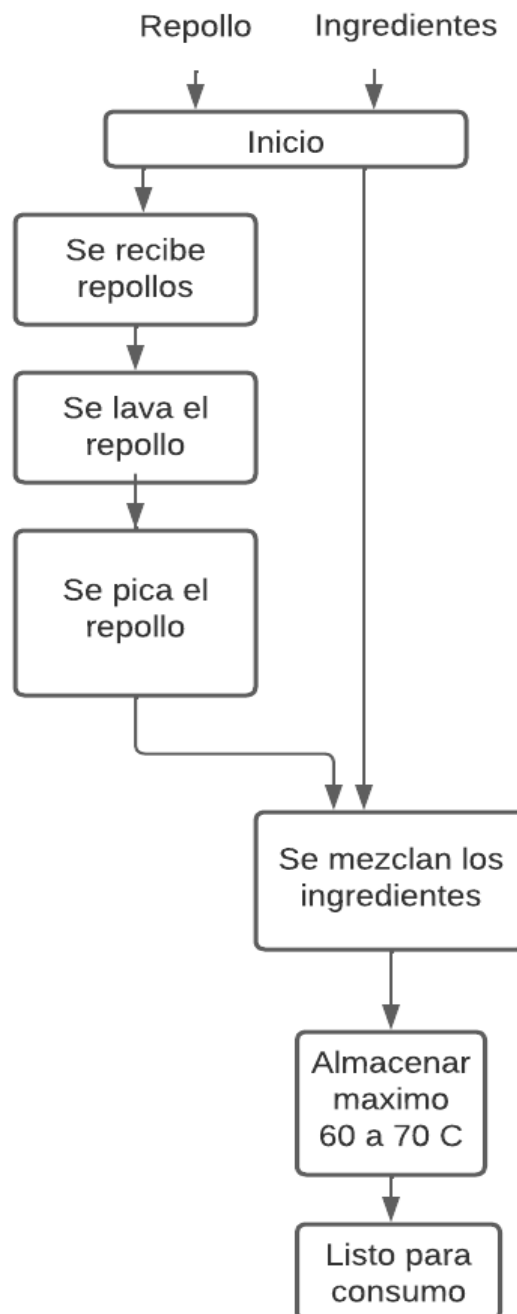
Tabla 25.

Puntos críticos de control, medidas preventivas, límites críticos, monitoreo, acciones correctivas y verificación.

Etapa del proceso	Peligros	Medidas preventivas	PCC	Límites críticos	Monitoreo				Acciones correctivas	Verificación
					¿Que?	¿Cómo?	¿Dónde?	¿Quién?		
Lavado de materia prima	<p>Biológicos: Contaminación microorganismos provenientes de la cosecha del campo</p> <p>Químicos: Presencia de concentración de desinfectante</p>	Disminuir los niveles de contaminación, quitar los tomates dañados y cumplir con procedimiento de lavado	SI	Controlar el lavado de superficies, utensilios y capacitación de personal en higiene de los alimentos	Limpieza de manos, como también en las superficies y utensilios	Verificación visual	Area de lavado	Cocinero	Volver a la lavar correctamente la materia prima y cumplir con las medidas higienicas	Hacer una inspección una vez a la semana sobre la realización del proceso y llevar un registro
Almacenamiento	<p>Biológicos: presencia de moho por fallas en la temperatura</p> <p>Físicos: presencia de suciedad, insectos</p>	Controlar las temperatura adecuada en el area de almacenamiento y cumplir los procedimientos de higiene y limpieza	SI	Almacenar a una temperatura de 4 a 9° C	Temperatura de almacenamiento	Termometro digital o incorporado	Area de almacenamiento	Personal de cocina	Adaptar la temperatura ajustando el termostato y realizar las medidas de higiene	Revisar registros y medidas higienicas implementadas

Nota. Elaborado por el equipo de investigación.

Figura 13

Curtido para pupusas

Nota. Elaborado por el equipo de investigación.

Tabla 26.

Puntos críticos de control, medidas preventivas, límites críticos, monitoreo, acciones correctivas y verificación.

Etapa del proceso	Peligros	Medidas preventivas	PCC	Límites críticos	Monitoreo				Acciones correctivas	Verificación
					¿Que?	¿Cómo?	¿Dónde?	¿Quién?		
Almacenamiento	Biológicos: Descomposición por mala temperatura de conservación	Controlar temperatura de conservación	SI	Almacenar en una temperatura de 60 a 70°C	Temperatura de almacenamiento	Termometro digital o incorporado	Area de almacenamiento	Cocinero	Adaptar la temperatura ajustando el termostato	Revisar registro una vez a la semana
	Físicos: Polvo, insectos, objetos personales	Limpiar area de almacenamiento cada semana	SI	Seguir las instrucciones del procedimiento de almacenamiento	Higiene, limpieza y temperatura	Comprobación visual, tomar registro continuo del procedimiento de higiene y temperatura	Area de almacenamiento	Cocinero	Adaptar la temperatura ajustando el termostato y realizar las medidas de higiene	Revisar los registros y el cumplimiento de las medidas de higiene cada semana

Nota. Elaborado por el equipo de trabajo investigación.

GLOSARIO

Análisis de peligros: proceso de recopilación y evaluación de la información sobre los peligros y las condiciones.

Auditoria: examen sistemático y funcionalmente independiente que tiene por objeto determinar si el plan HACCP realmente se encuentra implementado.

Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) o Buenas Prácticas de Fabricación (BPF): procedimientos que son necesarios cumplir para lograr alimentos inocuos y seguros.

Controlar: adoptar todas las medidas necesarias para asegurar y mantener el cumplimiento de los criterios establecidos en el plan HACCP.

Contaminación: La introducción o presencia de un contaminante en los alimentos o en el medio ambiente alimentario.

Equipo de HACCP: grupo de personas que tienen la responsabilidad de implementar el HACCP.

Inocuidad alimentaria: garantía de que el alimento no causará daño al consumidor, cuando aquel sea preparado y/o consumido de acuerdo con el uso previsto.

Límite crítico: criterio que diferencia la aceptabilidad o inaceptabilidad del proceso en una determinada fase.

Medida correctiva: acción a adoptar cuando el resultado de la vigilancia o monitoreo en los PCC indica desvíos o pérdidas en el control del proceso.

Desinfección: La reducción del número de microorganismos presentes en el medio ambiente, por medio de agentes químicos y/o métodos físicos, a un nivel que no comprometa la inocuidad o la aptitud del alimento.

Diagrama de flujo: Representación sistemática de la secuencia de fases u operaciones llevadas a cabo en la producción o elaboración de un determinado producto alimenticio.

Fase: Cualquier punto, procedimiento, operación o etapa de la cadena alimentaria, incluidas las materias primas, desde la producción primaria hasta el consumo final.

Higiene de los alimentos: Todas las condiciones y medidas necesarias para asegurar la inocuidad y la aptitud de los alimentos en todas las fases de la cadena alimentaria.

Idoneidad de los alimentos: La garantía de que los alimentos son aceptables para el consumo humano, de acuerdo con el uso a que se destinan.

Inocuidad alimentaria: Según la OMS, la inocuidad de los alimentos engloba acciones encaminadas a garantizar la máxima seguridad posible de los alimentos. Las políticas y actividades que persiguen dicho fin deberán de abarcar toda la cadena alimenticia, desde la producción al consumo.

Medidas de control: cualquier acción o actividad que puede realizarse para evitar o eliminar un peligro o para reducirlo a un nivel aceptable.

Medidas preventivas: factores físicos, químicos u otros que se pueden usar para controlar un peligro identificado.

Monitorear o vigilar: efectuar una secuencia planificada de observaciones o mediciones de los parámetros de control para evaluar si un PCC está bajo control.

Monitoreo continuo: registro interrumpido de datos.

Peligro: agente biológico, químico o físico que en caso de estar presente en el alimento puede causar un efecto adverso para la salud.

Plan HACCP: documento escrito de conformidad con los principios del Sistema HACCP. Se refiere a aquellos procedimientos escritos que describen y explican cómo realizar una tarea para lograr un fin específico, de la mejor manera posible.

Procedimientos Operativos Estandarizados de Saneamiento (POES; en inglés SSOPs): procedimientos que describen las tareas de saneamiento. Estos procedimientos deben aplicarse durante y después de las operaciones de elaboración.

Programas de prerrequisitos: pasos o procedimientos que controlan las condiciones ambientales dentro de la planta, que proveen un soporte para la producción segura de alimento. Incluye la aplicación de POES y BPF.

Punto de Control: cualquier fase en la cadena alimentaria en la que los peligros pueden ser controlados.

Punto crítico de control o punto de control crítico (PCC): fase en la que puede aplicarse un control que es esencial para prevenir o eliminar un peligro relacionado con la inocuidad de los alimentos o para reducirlo a un nivel aceptable.

Verificación: aplicación de métodos, procedimientos, ensayos y otras evaluaciones, además de la vigilancia, para constatar el cumplimiento del plan de HACCP.

3. Herramientas administrativas para el desempeño laboral

Como equipo proponemos lo siguiente:

- a. Proceso de reclutamiento, selección, contratación e inducción

Procedimiento de reclutamiento, selección contratación e inducción.

<p>Paso 1: Anuncio del puesto de trabajo</p>	<p>Se compartirá la vacante en distintos medios digitales, como bolsas de trabajo en línea, Tecoloco, LinkeIn, redes sociales Facebook y también en panfletos, en los cuales se encontrará toda la información y los requisitos del puesto vacante brindando al final un correo y número telefónico en el cual los candidatos puedan mandar su currículum vitae o presentarlo de forma física en el restaurante.</p> <p>(Anexo 5)</p>
--	--

<p>Paso 2: Revisión de solicitudes de los candidatos</p>	<p>Todos los currículums vitae, cartas de presentación o solicitudes enviadas por los candidatos serán revisados por el propietario, para así poder identificar cuáles son los perfiles que más se adecúan a la descripción del puesto.</p>
--	---

<p>Paso 3:</p> <p>Entrevista presencial o virtual.</p>	<p>Se procederá a realizar la entrevista al candidato con la finalidad de conocerlo más de cerca y así poder confirmar los datos del mismo tales como información personal y referencias laborales</p> <p>Para el desarrollo de la entrevista se utilizará un esquema de entrevista, semi estructurada a continuación la guía de esta: (Anexo 6)</p> <p>Después de la entrevista se redactará un informe a detalle tomando en cuenta la tabla de evaluación del candidato, con base en las siguientes puntuaciones. (Anexo 7)</p>
<p>Paso 4:</p> <p>Realización de pruebas de competitividad para el puesto</p>	<p>En este paso se realizarán las pruebas correspondientes al cargo vacante, como las psicológicas y técnicas. (verificación de datos y referencia).</p> <p>Para presencial:</p> <p>El diseño de las pruebas se digitalará y se imprimirá para una posterior entrega a los candidatos que estarán presentes en las instalaciones del restaurante.</p> <p>Para forma virtual:</p> <p>Este diseño se realizará mediante la plataforma de Google formularios y posteriormente se enviarán a los candidatos al puesto, donde se les presentará el formato de entrevista digital (Anexo 8)</p> <p>Al finalizar la realización de las pruebas se procederá a calcular el puntaje de cada candidato mediante el siguiente cuadro (Anexo 9).</p> <p>Por lo tanto, el o los candidatos que mayor puntaje obtengan, serán quienes avancen a la siguiente fase y serán convocados mediante llamada telefónica para brindarles su resultado e informarles sobre la siguiente fase del proceso de contratación.</p>

<p>Paso 5: Informe de resultados a candidatos seleccionados</p>	<p>En esta fase se les informará a los candidatos de forma presencial en el restaurante que han sido seleccionados y se brindará información de salarios, prestaciones de ley, horarios y fechas de capacitación e inducción.</p>
<p>Paso 6: Proceso de capacitación e inducción</p>	<p>En el proceso de capacitación e inducción se brindará la información necesaria referente a la misión, visión, valores, estructura organizativa, derechos, deberes y prohibiciones del restaurante para que los nuevos empleados se pueda desempeñar en sus funciones.</p> <hr/> <p>Pasos para el proceso de inducción</p> <p><u>Presentación y bienvenida</u> Presentación con sus compañeros de área y personal de la compañía a cargo del jefe inmediato.</p> <p><u>Introducción sobre el restaurante</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Historia y evolución de la organización. - Misión, visión y un breve repaso sobre su organigrama actual. - Valores. - Entrega de manual de bienvenida <p><u>Visión general del departamento a laborar</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Características principales de su cargo. - Funciones. <p><u>Capacitación</u></p>

Dentro de este proceso tenemos lo siguiente:

- Determinar cuáles son las necesidades de aprendizaje y su tipo, los cuales pueden ser visual, auditivo o kinestésico. De acuerdo con esto se puede preparar un video que detalle los procesos operativos y la cultura organizacional.
- Identificar al personal con mayor experiencia, con la finalidad de que sea un tutor ante nuestro nuevo colaborador; es decir, que sea su guía e indique los procesos paso a paso.
- Establecer un tiempo de capacitación, es decir, un lapso en el que el colaborador debe invertir en revisar las políticas y procesos de su cargo.
- Supervisar sus avances, esto ayudará a detectar la adaptación del colaborador a su nuevo cargo, así como también revisar que no existan dudas sobre los procesos a seguir.
- Delegar ciertas tareas con menor relevancia, con la finalidad de que el colaborador se vaya acoplando a los equipos y sistemas que debe manejar, para que las dudas que vayan surgiendo puedan ser gestionadas en el momento.
- Determinar un tiempo corto de receso, donde pueda socializar. Esto le ayudará a procesar de mejor manera toda la información y no se sentirá agotado.

Al finalizar la capacitación se evaluará sobre los temas revisados, con la finalidad de solventar cualquier duda o de reforzar algún tema que no esté claro. Adicionalmente, se tendrá constancia sobre los temas en los que se ha instruido al nuevo colaborador. Se adjunta una plantilla que podría servir como guía en esta fase. **(Anexo 10).**

No se incurrirá en costos para la propuesta de proceso de reclutamiento, selección contratación e inducción ya que fue diseñada por el equipo investigador.

b. Evaluación del desempeño

En el restaurante las Palmeras el propietario evalúa el desempeño por medio de la observación por lo cual no existe un documento formal escrito y muchas veces no se les informa a sus empleados en lo que fallan, por lo cual se propone un sistema de evaluación de desempeño con su documento formal en el cual se realizará las evaluaciones de cada empleado, estas son:

Tarjetas de comentarios: Estas pueden ser anónimas y los clientes pueden comentar acerca del servicio que se ha brindado las cuales se utilizarán en las evaluaciones trimestrales y servirán para proporcionar retroalimentación sobre los aspectos a mejorar del servicio brindado por los empleados (**Anexo 11**)

Evaluaciones trimestrales: Se llevarán a cabo dos tipos de evaluaciones cada tres meses, las cuales serán: evaluación de escala de calificaciones (**Anexo 12**) y la evaluación por competencias (**Anexo 13**) La primera será llevada a cabo por el propietario y la segunda será realizada por los empleados, jefes y propietario.

c. Manuales administrativos

Actualmente el restaurante Las Palmeras no cuenta con ningún tipo de manuales administrativos por esta razón se proponen los siguientes para el mejor funcionamiento del mismo:

❖ Manual de bienvenida

Este es un documento que tiene el objetivo de brindar información útil de la organización a los nuevos trabajadores para así acelerar su adaptación al entorno lo cual beneficia a la empresa por aclarar las dudas más comunes que se pueden presentar en el nuevo trabajo.

(**Anexo 14**)

❖ Manual de organización

Documento en donde se expone con detalle la información de la estructura organizacional de la empresa señalando los puestos y la relación que existe entre ellos explicando las jerarquías, las funciones, objetivos y las actividades orgánicas de la empresa. **(Anexo 15)**

❖ Manual de descripción de puestos

Contiene la documentación donde se encuentran estructurados los perfiles de puestos con los que cuenta el restaurante donde se especifican la ubicación jerárquica de los mismos, la descripción del cargo, nivel educativo requerido, experiencia laboral necesaria, competencias, conocimientos específicos y funciones a realizar. **(Anexo 16)**

❖ Manual de políticas y normas

Documento en el que está contenida la descripción de las políticas y normas acordadas por la entidad para así poder transmitir dichos conocimientos a cada uno de sus empleados y visitantes externos. **(Anexo 17)**

❖ Manual de procedimientos

Sirve para describir las actividades que se consideran necesarias dentro del restaurante en donde se explica los pasos para la realización de las mismas y así optimizar tiempos, espacios y recursos. **(Anexo 18)**

d. Prestaciones adicionales fuera de las establecidas por la ley

Como equipo investigador se propone al propietario que brinde un seguro de vida colectivo a sus empleados para que estén motivados y así tener lo que es retención de personal por los beneficios que contiene este.

Se solicitó oferta a la aseguradora ASESUISA para los ocho empleados actuales más los tres que se van a contratar haciendo un total de once empleados. Se adjunta cotización **(Anexo 19)**

Tabla 27. Costos totales de prestaciones adicionales a la ley.

PRIMAS MENSUALES Y ANUALES POR ASEGURADO Y TOTALES		
Empleados	Mensual	Anual
1	\$20.15	\$241.80
11	\$221.65	\$2,659.80

Nota. Brindada por ASESUISA.

e. Seguridad y salud ocupacional


Según el artículo 13 de la ley general de prevención de riesgos indica que mínimo deben ser quince empleados en la organización para contar con un comité de seguridad y salud ocupacional por lo tanto se propone que el propietario del restaurante Las Palmeras haga las gestiones ante el ministerio de trabajo para que indique que es lo que tiene que hacer en cuanto a seguridad y salud ya que el establecimiento solo cuenta con ocho empleados y si se agrega el personal a contratar serían 11 empleados, por lo cual sigue sin cumplir con el artículo antes mencionado.

4. Recursos humanos del restaurante

a. Personal a contratar


Se presenta los perfiles del personal a contratar para cubrir funciones de acuerdo a la nueva estructura de la empresa.

Jefe de cocina

Ubicación jerárquica	
Nominación de cargos	Jefe de cocina
Descripción de cargo	Encargado de la elaboración y verificación de la calidad de los platillos y de garantizar el correcto funcionamiento del área de cocina.
Nivel educativo	Certificación, técnico o carrera universitaria en gastronomía.

Experiencia laboral	Mínimo de 1 año como auxiliar o jefe de cocina o cargos afines.
Competencias	Proactivo, orientación al cliente, minucioso, creativo, trabajo en equipo, orden y limpieza, pasión por las artes culinarias.
Conocimientos requeridos	Dirección, organización, planeación, orden y control de cocinas. Conocimiento de materias primas, equipos y técnicas de preparación de alimentos, tipos de cocción, sistemas de trabajo en la cocina, procesos de menú y carta, métodos de conservación y almacenamiento, poseer cultura general gastronómica, conocer y dominar técnicas clásicas y vanguardistas de cocina.
Descripción de funciones	
1	Conocer la carta en su totalidad y la forma de elaboración de cada platillo.
2	Controlar la calidad de los procesos, esto incluye: supervisión de condiciones de materia prima y alimentos, garantizar la adecuada rotación de inventarios, inspeccionar la limpieza, orden, decoración y porciones en platos.
3	Aplicación de normas sanitarias y medidas de seguridad.
4	Vigilancia de aseo y desinfección de área de cocina.
5	Capacitar y brindar conocimientos a subalternos de área de cocina.
6	Elaboración de inventarios diario y físico semanal.
7	Revisión de inventario de despensa, diligencias de listas de mercado y requisiciones.
8	Diseñar y estructurar menús para eventos.
9	Recepción de pedidos de platillos recibidos por meseros, verificación de estos y asignación de órdenes a subalternos.
10	Garantizar la prevención de pérdidas y robos en el área de cocina.
11	Optimizar el uso de recursos.

Jefe de contabilidad

Ubicación jerárquica	
Nominación de cargos	Jefe de contabilidad.
Descripción de cargo	Encargado de registrar adecuadamente las operaciones económicas y gestionar la información contable de la empresa.
Nivel educativo	Licenciado en Contaduría Pública.
Experiencia laboral	Mínimo 1 año como contador o jefe de área.
Competencias	Proactivo, trabajo en equipo, capacidades de cálculo, honestidad, adaptación al cambio, organización, responsabilidad.
Conocimientos requeridos	Aplicación de sistemas de información, legislación vigente y conocimientos técnicos del área de contabilidad.
Descripción de funciones	
1	Encargado de la gestión financiera y contable del restaurante.
2	Llevar la contabilidad de acuerdo a la normativa actual, a la vez establecer métodos, políticas y principios contables.
3	Realizar análisis de la información contable y elaborar cuentas mensuales y anuales para garantizar la factibilidad y continuidad del restaurante.
4	Efectuar las auditorías financieras pertinentes.
5	Administrar el personal del departamento de contabilidad y garantizar mejoras en los métodos y procedimientos de trabajo.
6	Realizar los procesos de cierre mensual y anual.
7	Garantizar que se mantengan los archivos y registros fiscales necesarios para documentar transacciones.

Jefe de servicio al cliente


Ubicación jerárquica	
Nominación de cargos	Encargado de servicio al cliente.
Descripción de cargo	Brindar bienvenida y atención a los clientes que llegan al negocio y garantizar las necesidades de estos durante su estadía en el restaurante.
Nivel educativo	Bachillerato (Mínimo).
Experiencia laboral	Mínimo dos años como mesero o puestos similares.
Competencias	Proactivo, trabajo en equipo, capacidades de comunicación verbal y escrita y habilidades de servicio al cliente.
Conocimientos requeridos	Conocimiento y aplicación de software, manejo de equipo de oficina, redacción y ortografía.
Descripción de funciones	
1	Brindar atención a los clientes externos y dirigirlos al área correspondiente.
2	Llevar registro de los clientes recibidos cada día en el restaurante, proporcionar tiempos de espera precisos y controlar las listas de espera.
3	Recibir las llamadas telefónicas del restaurante y canalizar la información de manera adecuada.
4	Llevar a cabo la gestión de reservaciones.
5	Proporcionar los menús y asignar el mesero que estará al servicio de la mesa.
6	Mantener limpia su zona de trabajo.
7	Ayudar a los meseros cuando sea necesario.

Tabla 28. Presupuesto de salario para las plazas a contratar:

Plaza	Salario mensual	Salario anual	Vacación	Aguinaldo	Deducciones		LIQUIDO A PAGAR ANUAL
					ISSS (3%)	AFP (7.25%)	
Jefe de cocina	\$ 400.00	\$ 4,800.00	\$ 60.00	\$ 200.00	\$ 145.80	\$ 352.35	\$ 4,561.85
Jefe de contabilidad	\$ 400.00	\$ 4,800.00	\$ 60.00	\$ 200.00	\$ 145.80	\$ 352.35	\$ 4,561.85
Jefe de servicio al cliente	\$ 400.00	\$ 4,800.00	\$ 60.00	\$ 200.00	\$ 145.80	\$ 352.35	\$ 4,561.85
Encargado de caja 1	\$ 365.00	\$ 4,380.00	\$ 54.75	\$ 182.50	\$ 133.04	\$ 321.52	\$ 4,162.69
Encargado de caja 2	\$ 365.00	\$ 4,380.00	\$ 54.75	\$ 182.50	\$ 133.04	\$ 321.52	\$ 4,162.69
Cocinero 1	\$ 365.00	\$ 4,380.00	\$ 54.75	\$ 182.50	\$ 133.04	\$ 321.52	\$ 4,162.69
Cocinero 2	\$ 365.00	\$ 4,380.00	\$ 54.75	\$ 182.50	\$ 133.04	\$ 321.52	\$ 4,162.69
Cocinero 3	\$ 365.00	\$ 4,380.00	\$ 54.75	\$ 182.50	\$ 133.04	\$ 321.52	\$ 4,162.69
Mesero 1	\$ 365.00	\$ 4,380.00	\$ 54.75	\$ 182.50	\$ 133.04	\$ 321.52	\$ 4,162.69
Mesero 2	\$ 365.00	\$ 4,380.00	\$ 54.75	\$ 182.50	\$ 133.04	\$ 321.52	\$ 4,162.69
Mesero 3	\$ 365.00	\$ 4,380.00	\$ 54.75	\$ 182.50	\$ 133.04	\$ 321.52	\$ 4,162.69
Totales	\$ 4,120.00	\$ 49,440.00	\$ 618.00	\$ 2,060.00	\$ 1,501.74	\$ 3,629.21	\$ 46,987.06

APORTES PATRONALES			
ISSS (7.5%)	FONDO DE PENSION (8.75%)	INSAFORP (1%)	TOTAL APORTES
\$ 364.50	\$ 425.25	\$ 48.60	\$ 838.35
\$ 364.50	\$ 425.25	\$ 48.60	\$ 838.35
\$ 364.50	\$ 425.25	\$ 48.60	\$ 838.35
\$ 332.61	\$ 388.04	\$ 44.35	\$ 764.99
\$ 332.61	\$ 388.04	\$ 44.35	\$ 764.99
\$ 332.61	\$ 388.04	\$ 44.35	\$ 764.99
\$ 332.61	\$ 388.04	\$ 44.35	\$ 764.99
\$ 332.61	\$ 388.04	\$ 44.35	\$ 764.99
\$ 332.61	\$ 388.04	\$ 44.35	\$ 764.99
\$ 332.61	\$ 388.04	\$ 44.35	\$ 764.99
\$ 332.61	\$ 388.04	\$ 44.35	\$ 764.99
\$ 3,754.35	\$ 4,380.08	\$ 500.58	\$ 8,635.01

Nota. Presupuesto de salario para las plazas a contratar.
Costo total de propuesta:

\$46,987.06 (Liquido a pagar anual) + \$1,501.74 (ISSS-Epleado)+ \$3,629.21 (AFP-Epleado)
+\$8,635.01 (Aportes patronales)= \$60,753.02

b. Plan de capacitación

Plan de capacitación para el personal del restaurante las palmeras

Objetivo general:

Mejorar continuamente el desempeño de los empleados para lograr un excelente servicio al cliente, a través del refuerzo de sus competencias por medio de la adquisición de nuevos conocimientos.

Contenido del plan

Justificación

El plan formativo propuesto es práctico y se esfuerza por ser de fácil comprensión y aplicable a las actividades y tareas que realiza cada miembro de la organización. Por tanto, se trata de poner en práctica el plan de formación establecido, aprovechar al máximo el tiempo en el restaurante, evitar la insatisfacción de los clientes y así dar un servicio de calidad.

Importancia

El plan de capacitación en servicio al cliente es elaborado con base a las necesidades que fueron detectadas a través de una serie de preguntas dirigidas a los empleados, a los clientes y también a la observación directa, respecto a la atención de los servicios que brinda. Por esta razón, es necesario utilizar una herramienta fundamental para transformar las debilidades en fortalezas con el fin de preparar y proporcionar a los empleados, los conocimientos necesarios con el propósito de mejorar el desempeño de sus funciones diarias para ofrecer un mejor servicio.

Población objetivo.

En este plan de capacitación se tomará en cuenta al personal de servicio al cliente:

Tabla 29. Población Objetivo para plan de capacitación.

Puesto	Número de empleados
Cajeros/as	2
Meseros/as	3
Cocineros	3
Jefe de servicio al cliente	1
Jefe de cocina	1
Jefe de contabilidad	1
TOTAL	11

EMPLEADOS	
------------------	--

Propuesta plan de capacitación

El restaurante Las Palmeras busca que la capacitación sea viable, por lo que esta debe centrarse en implementar un papel muy importante en la organización, formación y educación, que los empleados puedan adquirir las habilidades necesarias para desempeñar bien sus funciones. Debido a esto el entrenamiento requiere una cuidadosa planificación y preparación.

Temática 1: Inteligencia emocional

RESTAURANTE LAS PALMERAS	
Plan de capacitación	
Tema a impartir: Inteligencia Emocional	
Objetivo del tema: Aprender a manejar las emociones ante cualquier situación que se presente.	
Empresa facilitadora de la capacitación: Talento humano	
Duración de la capacitación:	8 horas
Día: martes 24 y jueves 26 de octubre del año 2023	
Personal a capacitar: 11 empleados	Horario: 8:00 am a 11:00 am, 1:00 pm a 5:00 pm
Desarrollo de la capacitación:	Jornada 1
Temario:	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Autoconciencia 2. Autorregulación 3. Motivación 	

4. Empatía
5. Habilidad social.

Metodología

- Presentación
- Desarrollo de la temática
- Receso de 15 minutos
- Reanudar la temática
- Dinámicas
- Preguntas y respuestas
- Conclusiones
- Evaluar el aprendizaje

Inversión

Inversión de la
capacitación

\$979.00 IVA incluido


TOTAL DE LA JORNADA

\$979.00

Temática 2: Empoderamiento


RESTAURANTE LAS PALMERAS



	
Plan de capacitación	
Tema a impartir: Empoderamiento	
Objetivo del tema: Aprender a trabajar compartiendo un liderazgo con la finalidad de obtener resultados de la gestión de empoderamiento.	
Empresa facilitadora de la capacitación: Talento humano	
Duración de la capacitación: 8 horas	
Día: lunes 30 y martes 131 de octubre del año 2023	
Personal a capacitar: 11 empleados Horario: 8:00 am a 12:00 am, 1:00 pm a 5:00 pm	
Desarrollo de la capacitación: Jornada 2	
<p>Temario:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Introducción al Empoderamiento. 2. ¿Qué es el empoderamiento y cuál es su importancia en el ámbito empresarial? 3. ¿Cómo crear una atmósfera empoderada en el equipo de trabajo? 3. Características 4. Beneficios 5. Habilidades y negociación. 	
Metodología	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Presentación ➤ Desarrollo de la temática ➤ Receso de 15 minutos ➤ Reanudar la temática Dinámicas ➤ Preguntas y respuestas ➤ Conclusiones ➤ Evaluar el aprendizaje 	


Inversión	
Inversión de la capacitación	\$979.00 IVA incluido
TOTAL DE LA JORNADA	\$979.00

Temática 3: Excelencia en el servicio al cliente

RESTAURANTE LAS PALMERAS	
Plan de capacitación	
Tema a impartir: Excelencia en el servicio al cliente.	
Objetivo del tema: Conocer la importancia del servicio al cliente, bajo el enfoque de la inteligencia emocional y asertividad para comunicarse con los clientes.	
Empresa facilitadora de la capacitación: Talento humano	
Duración de la capacitación: 8 horas	
Día: lunes 06 y miércoles 08 de noviembre del año 2023	
Personal a capacitar: 11 empleados. Horario: 7:00 am a 11:00 am, 1:00 pm a 5:00pm	
Desarrollo de la capacitación: Jornada 3	
Temario:	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Importancia del servicio al cliente. 2. Habilidades de comunicación. 3. Características de la atención al cliente. 4. Estrategias de venta y soporte. 5. Conocimiento de los productos 6. Identificación del cliente objetivo. 7. Resolución de problemas y toma de decisiones. 	

Metodología	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Presentación ➤ Desarrollo de la temática ➤ Receso de 15 minutos ➤ Reanudar la temática ➤ Dinámicas ➤ Preguntas y respuestas ➤ Conclusiones ➤ Evaluar el aprendizaje 	
Inversión	
Inversión de la capacitación	\$979.00 IVA incluido
TOTAL DE LA JORNADA	\$ 979.00

Plan de capacitación: Software Oddo.

RESTAURANTE LAS PALMERAS	
Plan de capacitación	
Tema a impartir: Uso de las herramientas del Software Oddo.	

Objetivo del tema: Aprender a utilizar el software Oddo, para el mejor funcionamiento de la parte operativa del restaurante.	
Empresa facilitadora de la capacitación: Talento humano	
Duración de la capacitación:	8 horas
Días: Del lunes 18 de diciembre al viernes 22 de diciembre del año 2023	
Personal a capacitar: 11 empleados	Horario: 8:00 am a 11:00 am, 1:00 pm a 5:00 pm
Desarrollo de la capacitación:	Jornada 4
Temario:	
<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Qué es el software Oddo? 2. Ventajas 3. CRM 4. Comercio electrónico 5. Contabilidad 6. Inventario 	
Metodología	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Presentación ➤ Desarrollo de la temática ➤ Receso de 15 minutos ➤ Reanudar la temática ➤ Dinámicas ➤ Preguntas y respuestas ➤ Conclusiones ➤ Evaluar el aprendizaje 	
Inversión	
Inversión de la capacitación	\$979.00 IVA incluido
TOTAL DE LA JORNADA	\$ 979.00

Capacitación sistema en sistema Odoo (Objeto abierto bajo demanda-On Demand Open Object)

El restaurante Las Palmeras, desarrollará un plan de capacitación sobre el software Odoo con la finalidad de proporcionar conocimientos necesarios para brindar un mejor servicio debido que ellos ya cuentan con dicho sistema pero no se poseen con conocimientos para utilizarlo correctamente y aprovechar las diferentes herramientas que posee el sistema el cual le será muy útil al momento de realizar las diversas funciones que desempeñan con el objetivo de reforzar los conocimientos y habilidades de los empleados.

Odoo es un conjunto integral de aplicaciones empresariales integradas con una forma fácil de uso para que las empresas gestionen las actividades como por ejemplo venta, finanzas, recursos humanos, sitio web e inventario.

Figura 14. Aplicaciones de sistema Odoo



Temática 5: Curso para obtener carnet de manipulación de alimentos.

Empresa facilitadora de la capacitación: Campus Virtual de la Salud Publica	
Duración de la capacitación:	8 horas
Día: Lunes 18 de diciembre de 2023.	
Personal a capacitar: 10 empleados	Horario: 8:00 am a 12:00 am, 1:00 pm a 5:00 pm
Desarrollo a través del link:	https://mooc.campusvirtualsp.org/login/index.php
Temario:	
Introducción del curso (Duración estimada: 5 minutos)	
Módulo 1: Peligros de los alimentos (Duración estimada: 45 minutos).	
Módulo 2: Enfermedades transmitidas por alimentos (Duración estimada: 1 hora y 15 minutos).	
Módulo 3: Medidas higiénicas para prevenir la contaminación de los alimentos (Duración estimada: 1 hora)	
Juego del Curso (Duración estimada: 30 minutos)	
Examen Final (Duración estimada: 45 minutos)	
Metodología	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Desarrollo del curso ➤ Preguntas y respuestas ➤ Conclusiones ➤ Evaluar el aprendizaje 	
Inversión	
Inversión de la capacitación	La capacitación no tiene ningún costo debido a que se realiza en línea y es gratuito.

Costo total de capacitaciones brindada por grupo talento humano.(Cotizaciones Anexo 20)

Nombre de la capacitación	Costo
	\$ 979.00

Inteligencia emocional	
Empoderamiento	\$ 979.00
Excelencia en el servicio al cliente	\$ 979.00
Uso de las herramientas del Software ODDO	\$ 979.00
COSTO TOTAL	\$ 3,916.00

c. Supervisión al personal del restaurante

Plan de supervisión:

Objetivo: Supervisar el desempeño de los empleados del restaurante “Las Palmeras” para fortalecer sus habilidades y destrezas en el desempeño de sus actividades y garantizar que se cumpla con la calidad en los procesos

Aspectos a supervisar:

- Satisfacción del cliente
- Rendimiento del personal y calidad de servicio
- Infraestructura
- Orden y limpieza
- Cumplimiento de deberes

Metodología de supervisión:

Se llevará a cabo dos métodos de supervisión

- La supervisión individual

Se realizará una supervisión general, sin embargo, la evaluación del rendimiento y la retroalimentación se hará de forma individual. Cada tres meses se reunirá el propietario con cada empleado para evaluar su desempeño, identificar las áreas de oportunidad y brindar reconocimiento por el desempeño realizado.

- La supervisión grupal

El jefe de cada área se reunirá con el equipo de trabajo a su cargo para evaluar el trabajo realizado cada quince días y así identificar las áreas de mejora.

La propuesta de supervisión no representa costos de implementación ya que ha sido diseñada por el equipo investigador.

d. Uniformes para empleados

Los empleados del restaurante no cuentan con uniformes, por lo cual se proponen tres tipos de uniformes para que puedan desempeñar sus funciones y el restaurante pueda mejorar la imagen de este. Se brindarán dos camisas a cada empleado. **(Anexo 20)**

Figuras 15-19.

Uniforme para jefe de cocina



Uniforme para cocineros



Uniforme para jefe de caja, jefe de contabilidad,
meseros y jefe de servicio al cliente

Pantalones



Redecillas:



Tabla 30. Costo total por la compra de uniformes

Cantidad de camisas	Personal	Precio Unitario	Precio Total
2	Jefe de cocina	\$8.00	\$16.00
6	Cocineros	\$7.00	\$42.00
2	Jefe de contabilidad	\$7.00	\$14.00
4	Jefe de caja	\$7.00	\$28.00
2	Jefe de servicio al cliente	\$7.00	\$14.00
Cantidad de pantalones	Personal	Precio Unitario	Precio Total
2	Jefe de cocina	\$25.00	\$50
6	Cocineros	\$25.00	\$150.00
2	Jefe de contabilidad	\$25.00	\$50.00
4	Jefe de caja	\$25.00	\$100.00
2	Jefe de servicio al cliente	\$25.00	\$50.00

Cantidad de redecillas	Personal	Precio Unitario	Precio Total
2 Cajas	Jefe de cocina y cocineros	\$8.00	16.00
TOTAL ANUAL			\$530.00

5. Ambientación en el restaurante

- La temática

La temática debe conectar todos los demás aspectos de la ambientación del restaurante. Se propone la temática cultural y la historia del municipio de La Palma. Para ello se deberán comprar cuadros artísticos (**Anexo 20**).

Tabla 31. Costo total por la compra de cuadros artísticos

Precio por cuadro y cantidad	10 cuadros a \$50.00 cada uno
Total	\$500.00

- Música en vivo para una experiencia inolvidable

Contratar una persona cantante que realice una presentación musical los fines de semana cada quince días para una buena ambientación en el restaurante Las Palmeras, es una manera de transmitir identidad.

Tabla 32. Presupuesto de propuesta para contratación de cantante de música en vivo

Fecha	Tiempo	Precio mensual
Quincena de cada mes	1 hora	\$80.00
Ultimo sábado de cada mes	1 hora	\$80.00
Total	2 horas	\$160

La música debe ser acorde a la ambientación familiar mientras los clientes se deleitan con la comida. Un volumen moderado, que no compita con las conversaciones en cada mesa, contribuye a crear una atmósfera agradable.

Tabla 33. Costo total de ambientación en el restaurante:

Costo de ambientación	Precio Anual
Costo total por la compra de cuadros artísticos	\$500.00
Contratación de cantante de música en vivo	\$1,920
Total	\$ 2,420.00

6. Estándares de calidad

Para que los platillos sean de una buena calidad se realizará una estandarización de recetas.

Proceso de seguimiento y estandarización de recetas

Uno de los aspectos a mejorar de la calidad del producto es su sabor ya que muchos platillos cambian de sazón, por esa razón se presenta a continuación una guía para el seguimiento de las recetas de los platillos en los cuales se especificará la cantidad y procedimientos de la preparación de estas por lo cual dará como resultado un producto de calidad y cantidad adecuada la cual tendrá muchas ventajas que benefician los diferentes procesos del restaurante los cuales son:

Eficiencia: capacidad suficiente para realizar adecuadamente los procesos ya que estos se conocen de una mejor manera.

Imagen: confianza de que cada platillo de la carta sea igual a lo que se ordena.

Compras: para saber que hay que comprar se tiene que saber la cantidad exacta y el costo de los ingredientes o productos.

Desarrollo de estandarización de los procesos

Para lograr la estandarización de las recetas se seguirán los siguientes pasos:

Definición de instrumentos: se hará un listado en el cual se determinarán los principales instrumentos que se utilizarán para la preparación del platillo que se elaborará ya sean los instrumentos y equipo como las freidoras, hornos microondas las cuales serán detallados para asegurarse de la disponibilidad para así posibilitar la elaboración del plato.

Definición de insumos y materia primas: se elaborará un listado de las materias primas que se necesitarán para la elaboración del plato, detallando el tipo y cantidad. Las unidades de medida de los insumos deben ser expresadas en unidades fundamentales como litro, mililitro, libra, onza, gramo para así facilitar su medición.

Definición de las necesidades de preparación: varios de los insumos utilizados en la elaboración de los platillos llevan un proceso de preparación previa de manera que a la hora de cocinarlos estos estén en un punto deseado por lo que para cada uno de los insumos que requiera una preparación esta se deberá indicar detalladamente como el adobado, el marinado, precocido. Deben ser detallados explicando cada uno de los ingredientes que se usan en esta.

Elaboración del platillo: se ordena de manera detallada los pasos que se deben llevar a cabo para la elaboración del platillo, las mezclas de ingredientes, los condimentos a colocar, con su cantidad específica, y los tiempos de cocimiento en caso de que los platos lo requieran.

Presentación del platillo: una vez se ha finalizado con la preparación del platillo se debe indicar la forma de presentación en el plato que se le dará al cliente y cualquier otro acompañamiento de este, un aspecto de mucha importancia que facilita la estandarización en este punto es la colocación de una fotografía del platillo ya listo para servir por el cual se utilizará un formato para la realización de dichas recetas. **(Anexo 20)**

Preservación del producto

En el restaurante las Palmeras todos los platillos son elaborados con productos orgánicos que son cosechados en el mismo restaurante sin embargo también dispone de zonas y equipos de almacenamiento de las materias primas para la preparación de los alimentos, como freezers,

refrigeradoras y alacenas que cumplen con los requisitos para asegurar la higiene y la conservación de los alimentos y productos utilizados.

Seguimiento y medición

Con el desarrollo del proceso de elaboración de alimentos, se llevan unos registros para verificar que la elaboración de este cumple con los requisitos establecidos para asegurar que se cubrirán las expectativas de los clientes en relación a la higiene e inocuidad en los alimentos que estos consumen.

Se propone que el restaurante también realice por lo menos 2 veces al año una encuesta para determinar la percepción de los clientes respecto a los temas relacionados con los servicios y productos ofrecidos. Estas encuestas son específicas para el restaurante e incluyen preguntas sobre el servicio prestado en la calidad de los platillos para verificar si se está satisfaciendo las necesidades de los clientes. Una vez procesadas estas encuestas se realiza su análisis por parte de los encargados del restaurante incluyendo todas las sugerencias u observaciones que en ella se mencionan.

La implementación de esta propuesta no genera ningún costo debido a que el jefe de cocina del restaurante se encargará de la estandarización de recetas y su seguimiento.

7. Higiene y limpieza

Se le propone al propietario del restaurante Las Palmeras que implemente las Normas Técnicas Sanitarias para la Autorización y Control de Establecimientos Alimentarios como lo es la compra y preparación de materia prima, requisitos aplicables a esta donde se verificara que este almacenada en condiciones adecuadas, el empaquetado sea de una manera correcta, tengan fecha de vencimiento y a la hora de prepararla los productos que se utilicen serán los que no dañen las propiedades que contiene el alimento.

❖ Higiene de las instalaciones, equipos y utensilios (cocina, instrumentos, equipos etc.)

Las instalaciones y la infraestructura de los establecimientos del restaurante son de mucha importancia ya que se tiene un énfasis en el control de calidad de estos. Sin embargo, debe ser acompañado con los demás elementos que intervienen en los procesos como las personas a través

de una buena capacitación como por ejemplo el lavado de manos, el mantenimiento con el que se garantiza el buen estado de la infraestructura, equipo e instalaciones las cuales estas instrucciones se encuentran en el documento anteriormente mencionado.

Tabla 34. Costo total higiene y limpieza.

Artículos de limpieza	Cantidad	Precio Unitario	Costo total mensual	Costo total anual
Dispensador jabón	2	\$2.99	-	\$5.98
Trapeador	4	\$1.70	-	\$6.80
Cartel piso mojado	2	\$6.75	-	\$13.50
Basurero metálico	2	\$17.80	-	\$35.60
Basurero grande	1	\$33.99	-	\$33.99
Destapa caño	2	\$1.45	-	\$2.90
Pala recolectora	2	\$1.70	-	\$3.40
Escoba	2	\$1.27	-	\$2.54
Guantes para limpieza 3u	1	\$5.99	\$5.99	\$71.88
Aromatizante para baño 3u	2	\$8.00	\$16.00	\$192.00
Contenedor para utensilios	5	\$2.55	-	\$12.75
Paño de limpieza 50u	1	\$10.00	\$10.00	\$120.00
Detergente en polvo 1.8 kg	3	\$2.90	\$8.70	\$104.40
Papel higiénico 24u	3	\$7.50	\$22.50	\$270.00
Papel toalla 3u	3	\$1.90	\$5.70	\$68.40
Alcohol gel 3.78L	1	\$9.99	\$9.99	\$119.88
Lejía 72u	1	\$5.99	\$5.99	\$71.88
Insecticida 2u	1	\$5.99	\$5.99	\$71.88
Líquido quita grasa 5L	1	\$7.00	\$7.00	\$84.00
Esponja 4u	1	\$6.99	\$6.99	\$83.88
TOTAL			\$104.85	\$1,375.66


8. Mezcla de mercadeo.


a. Producto


Como equipo se propone lo siguiente:


Las áreas de oportunidad identificadas para la mejora del producto fueron las siguientes: sazón (mantener el mismo sabor de los platillos) y agregar nuevas opciones de platillos. En cuanto al primer punto se propuso la creación de recetas estandarizadas donde se especifica la cantidad de ingredientes que debe de llevar cada platillo y los pasos a seguir. Para el segundo punto se propone que se agreguen las siguientes secciones al menú: menú infantil y menú de antojitos.


Propuesta de menú infantil

Nombre del producto:	Hamburguesa Monster
	
Descripción del producto:	Hamburguesa de pollo con cebolla crujiente, queso cheddar, lechuga, salsa de tomate y mayonesa
Ingredientes:	<ul style="list-style-type: none"> • Dos rodajas de pan para hamburguesa • Lechuga • Tomate • Pepino • Queso cheddar en laja • Mayonesa • Salsa de tomate • Carne o Pollo


Nombre del producto:	Búho Sándwich
	
Descripción del producto:	Sándwich de jamón con queso cheddar, lechuga, tomate y pepinillos
Ingredientes:	<ul style="list-style-type: none"> • Dos rodajas de pan de caja • Jamón • Queso cheddar en laja • Lechuga • Tomate • Pepino


Nombre del producto:	Desayuno típico mini	
		
Descripción del producto:	<p>Desayuno típico salvadoreño servido en porciones más pequeñas (para niños), contiene un huevo que puede ser frito o revuelto, salsa ranchera, plátano, frijoles y crema.</p>	
Ingredientes:	<ul style="list-style-type: none"> • Huevo (Frito o revuelto) • Plátano • Frijoles • Crema • Salsa ranchera 	


Nombre del producto:	Postre de yogurt y frutas	
		
Descripción del producto:	<p>Yogurt con una base delgada de galleta combinado con fruta, esta puede ser: fresa, mango, melocotón, papaya o una combinación de todas las frutas que se tengan en disponibilidad</p>	
Ingredientes:	<ul style="list-style-type: none"> • Yogurt • Galleta • Fruta (fresa, mango, melocotón, papaya) 	

Nombre del producto:	Gelatina de crema de coco con frutas
	
Descripción del producto:	Postre elaborado a base de crema de coco con trozos de fruta: fresas, kiwi, naranja, durazno u otras.
Ingredientes:	<ul style="list-style-type: none">• Gelatina de crema de coco• Fruta (fresas, kiwi, naranja, durazno, otros)


Propuesta de menú antojitos

Nombre del producto:	Yuca Frita
	
Descripción del producto:	Platillo de yuca frita cubierto de curtido, salsa de tomate, pepesca o chicharrones al gusto
Ingredientes:	<ul style="list-style-type: none"> • Yuca frita • Curtido • Salsa de tomate • Pepino • Chicharrones o pepesca

Nombre del producto:	Enchiladas
	
Descripción del producto:	Platillo que contiene una tortilla elaborada a base de harina de maíz, cubierta de curtido, trozos de huevo duro, frijoles molidos y salsa de tomate
Ingredientes:	<ul style="list-style-type: none"> • Tortilla elaborada a base de maíz • Curtido • Huevo duro • Frijoles molidos • Salsa de tomate

Nombre del producto:	Canoas de plátano
	
Descripción del producto:	Platillo que contiene un plátano frito relleno de manjar de leche y opcionalmente se puede agregar pasas
Ingredientes:	<ul style="list-style-type: none"> • Plátano frito • Manjar de leche • Pasas

Nombre del producto:	Empanadas de plátano
	
Descripción del producto:	Platillo que contiene 3 empanadas hechas a base de plátano rellenas de manjar de leche
Ingredientes:	<ul style="list-style-type: none"> • Plátano triturado • Manjar de leche • Azúcar

Nombre del producto:	Nuégados
	
Descripción del producto:	Platillo que contiene 3 nuégados elaborados a base de yuca y miel de panela
Ingredientes:	<ul style="list-style-type: none"> • Yuca • Miel de panela • Azúcar

Para la propuesta del producto no se generarán costos ya que esta misma ha sido elaborada por el equipo investigador. Sin embargo, para la implementación si se incurrirá en costos los cuales deberán ser calculados por el jefe de cocina.

b. Precio

En este caso se propone que los precios sean asignados de acuerdo al coste de los alimentos para así llevar un mejor control de los gastos e ingresos. Para esto se deberá crear un precio base para cada platillo de acuerdo a un porcentaje del coste de los alimentos.

- Como primer paso se debe elegir el porcentaje del coste ideal, que es lo que se gasta en alimentos. Generalmente, aunque varía, va a ser entre un 25% y un 35%.

- Como siguiente punto se deberá calcular el coste de la materia prima. Por ejemplo, si se hace una ensalada César, se calcula uno por uno el coste de cada ingrediente (pollo, aderezo, lechuga, tomate, queso parmesano o cualquier ingrediente más).
- Por último, se calculará el precio del plato. En este caso se aplica la siguiente fórmula:

$\text{Precio} = \text{Coste de la materia prima del plato} / \text{Porcentaje del coste de los alimentos}$

Ejemplo:

$\text{Precio} = 2 \text{ dólares (Coste de la materia prima del plato)} / 25\% \text{ (Porcentaje del coste)} =$
8 dólares es el precio que se utilizará para el plato.

Para la propuesta de precio no se incurrirá en costos puesto que dichos cálculos pueden ser implementados por el jefe de cocina.

Figura 20. Propuesta de precios de menú infantil

Menú

INFANTIL



HAMBURGUESAS Y SANDWICHES

Hamburguesa Monster \$3.00

Hamburguesa de pollo con cebolla crujiente, cheddar, lechuga, salsa de tomate y mayonesa

Búho Sandwich \$2.50

Sandwich de jamón con queso cheddar, lechuga, tomate, y pepinillos




DESAYUNOS

Desayuno típico mini \$3.00

Huevo (Frito o revuelto) con salsa ranchera plátano, frijoles y crema



POSTRES

Postre de yogurt y frutas \$2.00

Yogurt, fruta (fresa, mango, melocotón, papaya, guineo) y galleta

Gelatina de crema de coco con frutas

Elaborada a base de crema de coco con trozos de fruta (fresas, kiwi, naranja, durazno)





Carretera Troncal del Norte
Km 81, La Palma,
Chalatenango

Teléfono: (503) 6020-3815

laspalmeraslapalma@gmail.com



Figura 21. Propuesta de precios de Menú de antojitos

Menú

ANTOJITOS



<p>Yuca frita Yuca, curtido, salsa de tomate, pepesca o chicharrones al gusto</p>	\$2.00	
<p>Enchiladas 1 Tortilla a base de harina de maiz, curtido, trozos de huevo, frijoles molidos y salsa de tomate</p>	\$1.00 C/U	
<p>Canoas de plátano 1 Plátano relleno de manjar de leche</p>	\$1.00 C/U	
<p>Empanadas de plátano 3 Empanadas hechas a base de plátano rellenas de manjar de leche</p>	\$1.00 C/U	
<p>Nuegados 3 nuegados hechos a base de yuca y miel de panela</p>	\$1.00	

Menú disponible desde viernes a domingo de 3:00 pm a 7:00 pm

**Carretera Troncal del Norte
Km 81, La Palma,
Chalatenango**

Teléfono: (503) 6020-3815

laspalmeraslapalma@gmail.com



Para la propuesta de precio no se incurrirá en costos ya que ha sido proporcionada por el equipo investigador. Solamente se invertirá para la impresión de los menús la cuál será dependiendo del proveedor que el propietario decida contratar para dicho servicio.

c. Promoción

Redes sociales

Propuesta de publicidad para Restaurante Las Palmeras

Detalle de propuesta redes sociales:
· Diseño de 10 artes mensuales para sus respectivas publicaciones en Redes Sociales (Facebook e Instagram).
· Elaboración de Portada de Facebook con temática de forma mensual.
· 12 historias mensuales para Instagram y Facebook.
· 3 vídeos cortos para promover la marca (Mensual)
· Manejo de la red social Tik Tok con 4 publicaciones al mes (Definir objetivos con cliente Restaurante las palmeras).
· 1 campaña de publicidad pagada por valor de \$10
Nota: Inversión Anual \$400 cuatrocientos más iva.

Creación desde Cero de sitio Web y dominio del Sitio
· Alojamiento del Sitio
· Diseño del Sitio Web (Máximo 4 pestañas -es lo recomendable para visualización del visitante)
· Creación de formulario para seguimiento o ejecutivo virtual
· Mantenimiento mensual (Publicación de contenido, vídeo, fotografías o blog)
Nota: Monto de Inversión Anual \$500 más IVA.

Figuras 35- 44. Propuesta de artes para las redes sociales:



**¡SIN TIEMPO
PARA COCINAR?
¡NOSOTROS
COCINAMOS
POR TI!**



Restaurante
Las Palmeras

Deliciosas bebidas!!



☎ **6020-3816**
🌐 laspalmeraslapalma@gmail.com

**#Sábado
Familiar**



¡Fin de semana familiar!
Disfrútalo en restaurante Las Palmeras

☎ **6020-3816**
🌐 laspalmeraslapalma@gmail.com

**DATE EL
GUSTO**



☎ **6020-3816**
🌐 laspalmeraslapalma@gmail.com



Tabla 35. Costo total de propuesta de publicidad brindada por WMKT Consultores (Cotización Anexo 20)

No.	Propuesta	Costo mensual	Costo Anual
1	Propuesta redes sociales.	\$ 37.66	\$ 452.00
2	Creación desde cero de sitio web y dominio del sitio continuo.	\$ 47.08	\$ 565.00
	Total	\$ 84.74	\$ 1,017.00

d. Plaza

Canales de distribución

El canal de ventas con el que se cuenta por el momento es solamente el restaurante físico ubicado en Troncal del Norte, Kilómetro 81 ½, municipio de La Palma departamento de Chalatenango, esto porque la mayor cantidad de clientes objetivo se encuentran cercanos a este

sector y además cuentan con estacionamientos que facilita el poder disfrutar de este lugar, sin embargo se propone que se puedan hacer encargos de comida para retirarla en el restaurante y servicio a domicilio.

El servicio a domicilio puede ser propio del mismo local o tener alianzas estratégicas con empresas que presten el servicio de entrega tal como Uber Eats para así poder llegar a los clientes que se dificulta o no cuentan con la disponibilidad para asistir al local.

Proceso de implementación para servicio a domicilio con empresas exteriores

Aplicación de Uber Eats (Uber comidas):

Requisitos que debe cumplir el restaurante para poder aplicar al servicio de Uber Eats:

- Vender comida o bebidas
- Contar con internet y conexión a internet
- Que se pueda emitir facturas
- Estar en las líneas de cobertura abarcadas por Uber eats.

Ventajas adicionales del plan de pago

- El restaurante aparecerá con más frecuencia en la aplicación de Uber Eats.
- Acceso a un paquete de mercadeo por \$40 extra.
- Las tarifas serán del 0% si no se recibe al menos 20 pedidos al mes durante los primeros 6 meses.

Pasos para crear perfil en la aplicación de Uber Eats

Paso 1: Se registra en la página web donde se creará una cuenta con nombre de usuario y correo electrónico del restaurante.

Paso 2: Se completa un formulario en el cual se ingresa la dirección del restaurante, nombre, correo, número de teléfono y se aceptan los términos.

Paso 3: Se da una breve descripción del restaurante acerca de los servicios que brinda para que el usuario o cliente pueda tener una idea.

Paso 4: Se sube a la aplicación el menú o catalogo del restaurante para que así los clientes puedan ver lo que ofrece el restaurante.

Paso 5: Activar la app de pedidos Uber Eats y este se pone en contacto con el propietario del restaurante para verificar la información dada.

Paso 6: Una vez que todo esté listo se controlan los resultados con el administrador de Uber Eats y se accede al equipo de soporte cuando sea necesario y comenzar a aceptar pedidos de inmediato.

El pago es:

- Una tarifa del 29% en los pedidos para entregar.

Se aplicara la tarifa del 29% cuando el cliente ordene el pedido por la aplicación de Uber Eats y lo pase a recoger al restaurante.

- Una tarifa del 20% en los pedidos para recolectar.

Se aplicara la tarifa del 20% cuando el repartidor de Uber Eats recolecte el pedido en el restaurante y lo entregue al cliente hasta la puerta de su casa.

Tabla 36: Presupuesto de plan Premium en Uber Eats

Pedidos	Cantidad	Tarifa	Costo mensual	Costo anual
Entregar	50	29%	\$14.50	\$174.00
Recolectar		20%	\$10.00	\$120.00
TOTAL			\$24.50	\$294.00
Pedidos	cantidad	tarifa	costo mensual	costo anual
Entregar	100	29%	\$29.00	\$348.00
Recolectar		20%	\$20.00	\$240.00
TOTAL			\$49.00	\$588.00
Pedidos	cantidad	tarifa	costo mensual	costo anual
Entregar	150	29%	\$43.50	\$522.00
Recolectar		20%	\$30.00	\$360.00
TOTAL			\$73.50	\$882.00

9. Cuadro general de la propuesta A

Tabla 37. Costo general de propuesta A

Propuesta	Descripción	Costo Anual
Propuesta para la filosofía organizacional	Objetivos organizacionales, valores organizacionales, políticas y organigrama	\$0.00
Propuesta de herramientas administrativas para el desempeño laboral	Prestaciones adicionales fuera de las establecidas por la ley	\$2,659.80
Recursos humanos del restaurante	Personal a contratar	\$17,695.05
	Plan de capacitación	\$3,916.00
	Supervisión al personal del restaurante	\$0.00
	Uniformes para empleados	\$530.00
Ambientación en el restaurante	Temática	\$500.00
	Música en vivo	\$1,920.00
Estándares de calidad	Estandarización de recetas	\$0.00
Higiene y limpieza	Materiales de limpieza	\$1,375.66
Propuesta sobre la mezcla de mercadeo	Producto	\$0.00
	Precio	\$0.00
	Promoción	\$1,017.00
	Plaza	\$882.00
Costo total Propuesta A		\$3,495.51

10. Evaluación y seguimiento

Evaluación

Al poner en práctica el programa de mejora continua aplicando el sistema Kaizen en el restaurante Las Palmeras es necesario hacer una evaluación semestral con el objetivo de saber si se está implementando el programa de la manera correcta y así poder mejorar o corregir algo que este mal. Es por ello por lo que el propietario será el encargado de evaluar de manera constante

las actividades de cada una de las áreas a mejorar a través de un informe escrito se identificara si se está generando los cambios necesarios para el restaurante.

Seguimiento

Cuando se comienzo la evaluación se podrá hacer la actualización del programa el cual será cada año, para así brindarle a los clientes un servicio de calidad y un ambiente seguro y satisfactorio a los empleados donde se puedan suplir las necesidades de una mejor manera y así mismo que la organización sea más efectiva.

V. Propuesta B

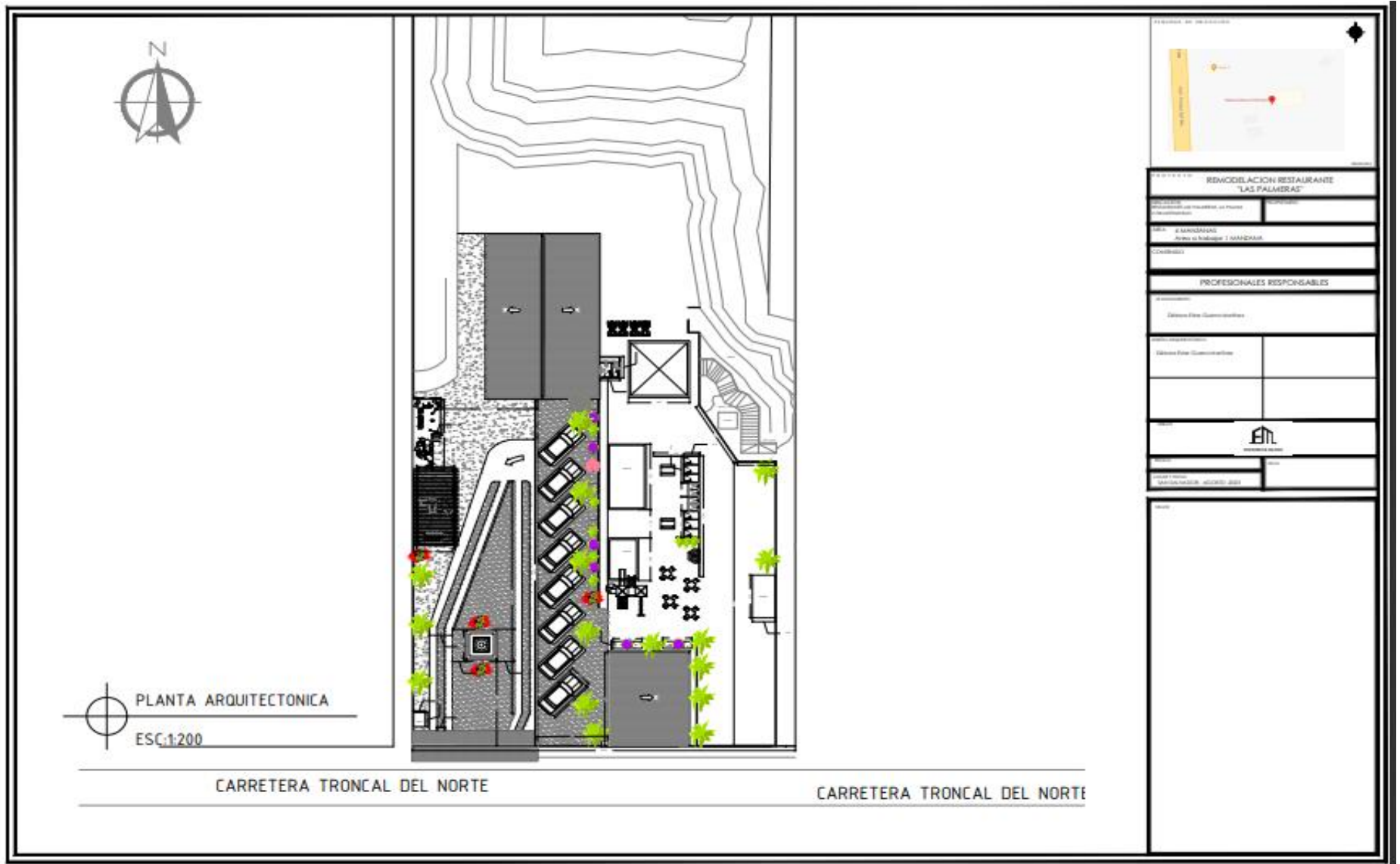
1. Mejoras a las instalaciones e infraestructura

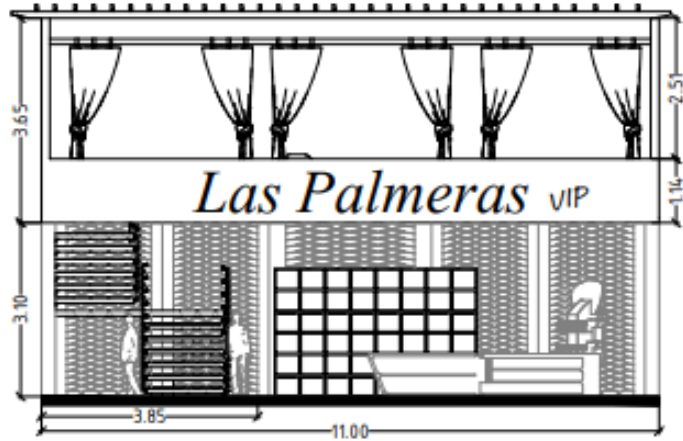
En el restaurante Las Palmeras existe la necesidad de proponer una mejora en la infraestructura y atracciones con las que cuenta, a continuación se brinda una descripción de la propuesta:

- **Parqueo:** Se brinda propuesta de remodelación de parqueo para una mejor distribución.
- **Duchas:** El área de piscinas no se cuenta con duchas, por esta razón se propone un diseño y ubicación para la construcción de este.
- **Zona Verde:** El restaurante cuenta con zonas verdes en los alrededores, las cuales se ha sugerido en el plano proporcionado implementar una fuente, mesas, mural para espacio de fotografías y una pérgola que es un elemento arquitectónico estructural que brinda.
- **Piscinas:** Cuenta con dos piscinas, el cual se sugiere un cambio de ubicación de los toboganes para una mejor distribución.
- **Lavado de Autos:** Posee un espacio en el cual brindan servicio de lavado de autos, que forma parte del mismo restaurante y el cual se ha sugerido una remodelación en fachada de restaurante para que este cuente con 3 entradas y contar con espacio amplio para que no haya inconvenientes.
- **Área exclusiva para eventos:** Se ha sugerido colocar cerámica en el piso debido a que solo es cementado.
- **Creación de tobogán:** Se propone implementación de tobogán para una mayor atracción al restaurante.

El equipo investigador gestionó para el diseño del plano arquitectónico

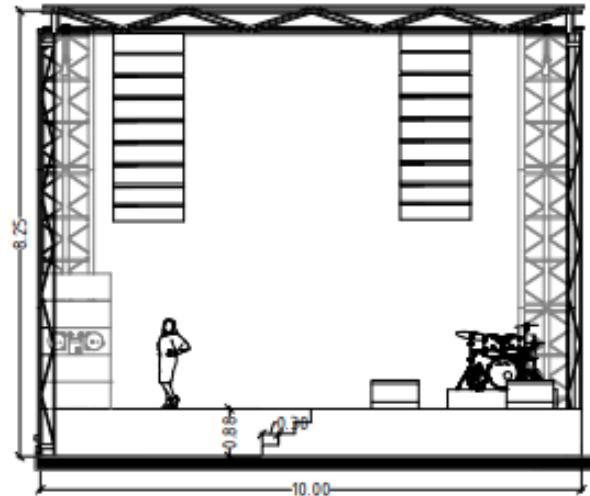
Figuras 45-47. Planos arquitectónicos



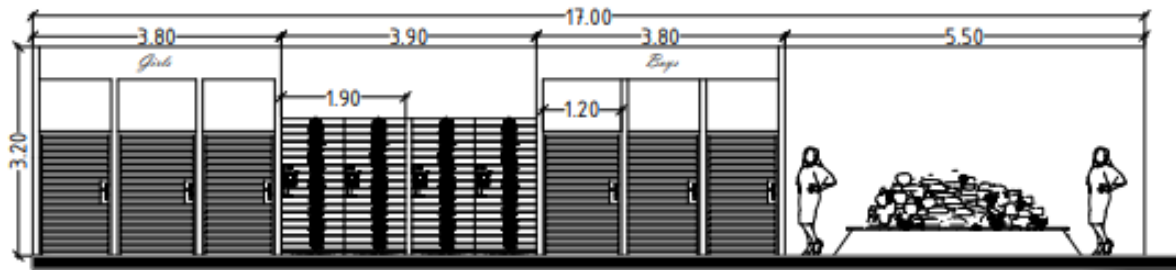


NIVEL 1 LOBBY VENTAS MIXTAS

NIVEL 2 PERGOLA DE MADERA (ZONA VIP MESAS Y VISTA A 3 EXTREMOS)

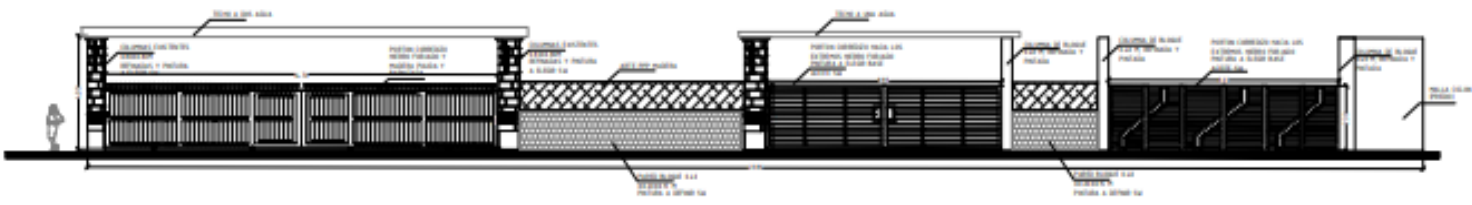


TARIMA DE EVENTOS MIXTOS



DESVESTIDOROS Y REGADERAS
A UN EXTREMO FUENTE DECORATIVA Y ESPACIO PARA FOTOGRAFIA

PROYECTO DE OBRAS	
	
REMODELACION RESTAURANTE "LAS PALMERAS"	
PROYECTADO POR: ESTUDIO LAS PALMERAS, S DE RL	PROYECTADO EN: PUERTO RICO
UBICACION: AV. LAS PALMERAS, LA PALMA, P.R.	
AREA: 2 HECTAREAS	
CONTENIDO:	
PROFESIONALES RESPONSABLES	
Arquitecto: Dalys Ríos Quirós	
Ingeniero: Dalys Ríos Quirós	
Paisajista: Dalys Ríos Quirós	
	
Fecha: 2023	
Lugar: PUERTO RICO	
Tipo de Proyecto: REMODELACION ACCESOS	



FACHADA PRINCIPAL
ESC:-----

REMODELACION RESTAURANTE
"LAS PALMERAS"

PROYECTO	PROYECTADO POR
PROYECTO	PROYECTADO POR
PROYECTO	PROYECTADO POR
PROYECTO	PROYECTADO POR
PROYECTO	PROYECTADO POR

PROFESIONALES RESPONSABLES

PROFESIONALES RESPONSABLES	PROFESIONALES RESPONSABLES
PROFESIONALES RESPONSABLES	PROFESIONALES RESPONSABLES
PROFESIONALES RESPONSABLES	PROFESIONALES RESPONSABLES
PROFESIONALES RESPONSABLES	PROFESIONALES RESPONSABLES
PROFESIONALES RESPONSABLES	PROFESIONALES RESPONSABLES

PROYECTO

PROYECTO

PROYECTO

2.Cuadro costo total propuesta B

Tabla 38. Costo total de propuesta B

ÁREA DE MEJORA	DESCRIPCIÓN	COSTO	COSTO TOTAL
Mejora de la distribución de la planta	Remodelación de jardín principal	\$ 30,000.00	\$ 321,000.00
	Fuentes de agua decorativas	\$ 25,000.00	
	Nuevos portones de acceso en la fachada	\$ 20,000.00	
	Reconstrucción de piscinas	\$ 18,000.00	
	Vestidores y regaderas	\$ 50,000.00	
	Pérgola de madera Nivel 1 y 2	\$ 20,000.00	
	Pintura y cerámica para local interno (existente) de restaurante	\$ 5,000.00	
	Vegetación	\$ 5,000.00	
	Tarima para eventos y estructura	\$ 7,000.00	
	Nivelación de piso y tobogán a construir	\$ 35,000.00	
	Graderío acceso hacia Nivel 1	\$ 6,000.00	
	Mano de obra	\$100,000.00	
Total			\$ 321,000.00

VI. Costo total de la propuesta del proyecto

Tabla 39. Costo total de propuesta del proyecto.

Propuesta	Descripción	Costo Anual	Costo Anual total
	Objetivos organizacionales, valores organizacionales, políticas y organigrama	\$0.00	
Propuesta de herramientas administrativas para el desempeño laboral	Prestaciones adicionales fuera de las establecidas por la ley	\$2,659.80	
Recursos humanos del restaurante	Personal a contratar	\$12,924.00	
	Plan de capacitación	\$3,916.00	
	Supervisión al personal del restaurante	\$0.00	
	Uniformes para empleados	\$530.00	
Ambientación en el restaurante	Temática	\$500.00	
	Música en vivo	\$1,920.00	
Estándares de calidad	Estandarización de recetas	\$0.00	
Higiene y limpieza	Materiales de limpieza	\$1,375.66	
Propuesta sobre la mezcla de mercadeo	Producto	\$0.00	
	Precio	\$0.00	
	Promoción	\$1,017.00	
	Plaza	\$882.00	
Costo Total Propuesta A			\$25,724.46
Mejora de la distribución de la planta	Remodelación de jardín principal	\$30,000.00	
	Fuentes de agua decorativas	\$25,000.00	
	Nuevos portones de acceso en la fachada	\$20,000.00	
	Reconstrucción de piscinas	\$18,000.00	
	Vestidores y regaderas	\$50,000.00	
	Pérgola de madera Nivel 1 y 2	\$20,000.00	
	Pintura y cerámica para local interno (existente) de restaurante	\$5,000.00	
	Vegetación	\$5,000.00	
	Tarima para eventos y estructura	\$7,000.00	
	Nivelación de piso y tobogán a construir	\$35,000.00	
	Graderío acceso hacia Nivel 1	\$6,000.00	

	Mano de obra	\$100,000.00	
Costo Total Propuesta B			\$321,000.00
Propuesta A + Propuesta B			\$346,724.46
Contingencias		10%	\$34,672.45
Costo Total Propuesta A y B			\$381,396.91

VII. Método Kaizen integrado en la propuesta a restaurante Las Palmeras

Tabla 40. Método Kaizen integrado

Propuestas A	Etapas del método Kaizen	Aplicación
Filosofía organizacional	Clasificación	Descripción de funciones
	Organización	Filosofía organizacional
Herramientas administrativas para el desempeño laboral	Clasificación	Proceso de reclutamiento, selección, contratación e inducción
	Estandarización	Evaluación del desempeño
Recursos humanos del restaurante	Organización	Personal a contratar
	Mejora constante	Plan de capacitación
		Supervisión
		Implementación de uniformes
Ambientación del restaurante		
Estándares de calidad	Estandarización	Proceso de seguimiento y estandarización de recetas
Higiene y limpieza	Limpieza	Higiene de las instalaciones, equipos y utensilios
Mezcla de mercadeo	Estandarización	Precio
	Mejora constante	Producto
		Promoción
		Plaza

Propuesta A:

Filosofía organizacional: en la propuesta de filosofía organizacional se implementaron dos etapas del método Kaizen, la primera es la clasificación en la cual se desarrolló la clasificación de funciones de forma que se pudiera identificar las actividades y tareas necesarias de las que no lo son, lo cual permitirá un mejor desempeño de los empleados y disminuir ineficiencias, ya que cada uno de ellos sabrá las actividades que les corresponden y cuáles no. Además, en dicha descripción se especifica los requerimientos para los puestos de trabajo y así clasificar que candidatos son los adecuados, lo que ayudará a la reducción de tiempo y costos.

La segunda etapa que se aplicó es la organización en la propuesta de filosofía organizacional, una vez clasificadas las funciones se ordenaron y se desarrolló la estructura organizativa de la empresa, en los cuales se definieron la misión, visión, objetivos, valores organizacionales, políticas y organigrama. Todo ello contribuirá a evitar tiempos improductivos y una mayor claridad en la estructura organizativa.

Herramientas administrativas para el desempeño laboral

Esta propuesta se basa en dos etapas de las cinco S las cuales son la clasificación y estandarización. La etapa de clasificación se implementa en los procesos de reclutamiento, selección, contratación e inducción para así poder identificar al candidato necesario y adecuado para desempeñar el puesto de trabajo correspondiente, igualmente se utiliza la estandarización en la propuesta de la evaluación de desempeño para poder simplificar este proceso con distintas evaluaciones trimestrales y evitar ineficiencias.

Recursos humanos del restaurante: en esta propuesta se aplicó primeramente la etapa de organización del método Kaizen respecto al personal a contratar dado que genera desorganización debido a que en las áreas donde se encontraron estas deficiencias son clave. La primera es el área de cocina, al no haber nadie encargado del área no se tiene control sobre los procesos y personal. El segundo puesto a contratar es el jefe de contabilidad, pues al no tener a nadie encargado de la misma se desconoce los ingresos y egresos que realmente está teniendo el restaurante. Por último, se propone el puesto de jefe de servicio al cliente ya que se necesita que

alguien lidere el personal de esta área para tener una mejor organización, maximizar la productividad y mejorar la calidad del servicio al cliente.

La segunda etapa aplicada es la mejora constante en las áreas de plan de capacitación, supervisión, implementación de uniformes y ambientación. El plan de capacitación se propone para que los empleados puedan incrementar sus conocimientos y habilidades y así puedan brindar una mejor calidad de servicio al cliente. La implementación de uniformes se sugiere para que el restaurante pueda tener una mejor presentación y las mejoras en la ambientación para generar una mayor atracción de clientes.

Estándares de calidad

Proceso de seguimiento y estandarización de recetas:

En dicha propuesta se implementa la etapa de estandarización del método Kaizen, donde se propone mejorar la calidad del producto es su sabor, por esa razón se brinda una guía para el seguimiento de las recetas de los platillos en los cuales se especifica la cantidad y procedimientos a utilizar para la preparación de estas y obtener un producto de calidad.

Higiene y limpieza

Se implementa la cuarta etapa que se refiere a limpieza donde se propone al propietario del restaurante hacer gestiones con el ministerio de salud respecto a ley general de prevención de riesgos para que así pueda hacer lo que es la higiene de las instalaciones, equipos, utensilios y espacios de trabajo ya que si se tiene un lugar limpio y agradable se está aumentando lo que es la motivación al empleado y la productividad para el restaurante ya que se mejora en la calidad del producto.

Mezcla de mercadeo

Se aplica la cuarta etapa que es la estandarización en el precio de los platillos del restaurante ya que se propone hacer un análisis y actualización de acuerdo al coste de los alimentos y tener un margen de ganancias alto en todos los platillos debido a que hay deficiencias en este proceso, también se aplicará la quinta etapa que es el mejoramiento constante en lo que es el producto y

promoción puesto que se tiene que aplicar la disciplina y constancia en las mejoras propuestas para evitar la disminución de la productividad.

VIII. Fuentes de financiamiento

De acuerdo con la información brindada por el propietario en caso implementara ambas propuestas o solamente una el financiamiento sería con fondos propios.

IX. Cronograma de actividades para implementar la propuesta del proyecto

Tabla 41. Cronograma de actividades

Actividad / Semana	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
Presentación del programa de mejora continua aplicando el método Kaizen en el restaurante al propietario				
revisión de programa de mejora continua por propietario				
aprobación del programa de mejora continua por propietario y personal				
Ejecución del programa de mejora continua aplicando el método Kaizen en el restaurante Las Palmeras				

X. Glosario

- **Diagnóstico:** análisis que se realiza para determinar cualquier situación y cuáles son las tendencias. Esta determinación se realiza sobre la base de datos y hechos recogidos y ordenados sistemáticamente, que permiten juzgar mejor qué es lo que está pasando.
- **Infraestructura:** Conjunto de medios técnicos, servicios e instalaciones necesarios para el desarrollo de una actividad o para que un lugar pueda ser utilizado.
- **Ideograma:** Es un signo esquemático no lingüístico que representa globalmente conceptos o mensajes simples. Por ejemplo, las señales de tráfico o los símbolos matemáticos. Se caracterizan por su universalidad, su economía y la rapidez con que se verifica su percepción.
- **Capacitar:** Hacer que una persona o una cosa sea apta o capaz para determinada cosa.
- **Naif:** se aplica a la corriente artística caracterizada por la ingenuidad y espontaneidad, el autodidactismo de los artistas, en obras de arte, los colores brillantes y contrastados y la interpretación libre de la perspectiva o incluso la ausencia de ella.
- **Celeridad:** Rapidez, velocidad o prontitud en el movimiento o la ejecución de algo
- **Expedir:** Dar curso o salida a un documento o producto.
- **Nicho de mercado:** Un nicho de mercado es una parte muy específica de un grupo de consumidores. Está compuesta por un número reducido de personas o empresas que comparten características y necesidades similares. Representan una gran oportunidad de mercado al tener cualidades tan definidas.
- **Cole:** cualquiera de varias brassicas, especialmente cualquiera de varias plantas de cultivo como brócoli, col rizada, coles de Bruselas, repollo, coliflor y colinabo derivadas del mismo repollo silvestre *Brassica oleracea*

XI. Bibliografía

Libros:

- *F, Manuel. Encontrando al Kaizen: Un análisis teórico de la Mejora Continua, Mexico, 2009, Pag 3*
- *Fuera De Línea: Conceptos Para Entender Qué Es Marketing Offline, 2017)*
- *(Qué Es El Marketing Directo: Aprovéchalo En Tus Estrategias, 2017)*
- *Kotler & Armstrong (2017) Fundamentos de Marketing. Pearson. https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14584/mod_resource/content/1/Fundamentos%20del%20Marketing-Kotler.pdf*

Leyes:

- *Ley de seguro social y sus reglamentos (1.ª ed.). (2019). Mario Héctor Salazar.*
- *Ley general de prevención de riesgos en los lugares de trabajo (1.ª ed.). (2010). Calixto Mejía Hernández.*

Reglamentos:

- *Código de trabajo de la república de El Salvador (1.ª ed.). (2010). Humberto Villasmil Prieto.*
- *Normas técnicas sanitarias para la autorización y control de establecimientos alimentarios (1.ª ed.). (2004). Salud pública y asistencia social.*

Revistas:

- *Manual de estandarización de recetas (1.ª ed.). (2017). Lucía Castellanos, Norma Alfaro.*
- *Manual de estandarización de recetas (1.ª ed.). (2018). Instituto de Nutrición de Centroamérica y Panamá.*

Páginas web:

- · La Palma. (n.d.). Infoguia El Salvador. Retrieved March 17, 2023, from <http://infoguiaelsalvador.com/la-palma/>
- · (Google, s.f.). Carretera Troncal del Norte, Kilometro 81 ½, Municipio de La Palma, Chalatenango.
- · HISTORIA DE LA PALMA CHALATENANGO. (2014, March 16). LA PALMA IMPRESIONANTE 2014. Retrieved March 22, 2023, from <http://lapalma2014.blogspot.com/2014/03/historia-de-la-palma-chalatenango.html>
- · Tipos de restaurantes ¿cuáles son y cómo se clasifican? (2019, January 12). Cursos de Gastronomía. Retrieved March 23, 2023, from <https://www.cursosgastronomia.com.mx/blog/consejos/tipos-de-restaurante/>
- · Vargas, U. (n.d.). Tipos de restaurante según sus características. Aprende Institute. Retrieved March 22, 2023, from <https://aprende.com/blog/emprendimiento/restaurantes/tipos-de-restaurante/>
- · F, Manuel. Encontrando al Kaizen: Un análisis teórico de la Mejora Continua, Mexico,2009, Pag 3
- · Rodriguez, J. (2022, March 16). Método Kaizen: definición, pasos y ejemplos. Blog de HubSpot. Retrieved March 17, 2023, from <https://blog.hubspot.es/sales/metodo-kaizen>
- · Mejoramiento continuo y Kaizen – Estructplan. (2010, July 5). Estructplan. Retrieved May 27, 2023, from <https://estructplan.com.ar/mejoramiento-continuo-y-kaizen/>
- · (Fuera De Línea: Conceptos Para Entender Qué Es Marketing Offline, 2017)
- · (Qué Es El Marketing Directo: Aprovéchalo En Tus Estrategias, 2017)
- · Terreros, D. (2022, February 14). ¿Qué es un nicho de mercado? Tipos y ejemplos. Blog de HubSpot. Retrieved March 17, 2023, from <https://blog.hubspot.es/marketing/nicho-de-mercado>
- · ¿Qué Es El Neuromarketing? Tipos Y Ejemplos. (2021, May 13). La Marketing Digital. Retrieved March 17, 2023, from <https://lamarketingdigital.com/que-es-el-neuromarketing-tipos-y-ejemplos/>

- Vergara, J. (2020, July 6). ¿Qué es el marketing de guerrilla? (+ ejemplos). Cyberclick. Retrieved March 17, 2023, from <https://www.cyberclick.es/que-es/marketing-de-guerrilla>
- Servicio al Cliente. (n.d.). Concepto. Retrieved March 17, 2023, from <https://concepto.de/servicio-al-cliente/>
- Mezcla de mercadotecnia: conoce las 4P's del marketing y sus aplicaciones a los negocios. (2022, March 8). Rock Content. Retrieved March 17, 2023, from <https://rockcontent.com/es/blog/4ps-del-marketing/>
- Aprende qué es la plaza en mercadotecnia + ejemplos. (2022, February 3). Crehana. Retrieved March 17, 2023, from <https://www.crehana.com/blog/transformacion-digital/que-es-plaza-mercadotecnia/>
- Kotler, P. (n.d.). QUE ES PROMOCIÓN EN MERCADOTECNIA | Web Oficial EUROINNOVA. Euroinnova Business School. Retrieved March 17, 2023, from <https://www.euroinnova.ec/blog/que-es-promocion-en-mercadotecnia>
- Promoción: Concepto, características y objetivos fundamentales. (2016, October 9). Dircomfidencial. Retrieved March 17, 2023, from <https://dircomfidencial.com/diccionario/promocion-20161009-1655/>
- Mezcla de mercadotecnia: conoce las 4P's del marketing y sus aplicaciones a los negocios. (2022, March 8). Rock Content. Retrieved March 17, 2023, from <https://rockcontent.com/es/blog/4ps-del-marketing/>
- (Correia, M. (2021, November 11). Conceptos de calidad: todo lo que usted necesita saber. PariPassu. Retrieved March 17, 2023, from <https://www.paripassu.com.br/es/blog/conceptos-de-calidad>
- Orellana, P. (2020, March 1). Organigrama - Qué es, definición y concepto | 2023. Economipedia. Retrieved March 31, 2023, from <https://economipedia.com/definiciones/organigrama.html>
- Organigrama. (n.d.). Concepto. Retrieved March 31, 2023, from <https://concepto.de/organigrama/>
- Olvera, D., Melman, L., & Villarreal, C. R. (2021, March 15). ¿Qué es y cómo hacer un manual de procedimientos? - Entorno Empresarial. Coparmex Jalisco. Retrieved

March 31, 2023, from <https://coparmexjal.org.mx/entorno-empresarial/que-es-y-como-hacer-un-manual-de-procedimientos/>

- · Autoridad: Qué es, Significado, Concepto y Definición. (n.d.). Significados. Retrieved April 4, 2023, from <https://www.significados.com/autoridad/>
- · Autoridad - Qué es, definición y concepto. (n.d.). Definición.de. Retrieved April 4, 2023, from <https://definicion.de/autoridad/>
- · Responsabilidad - Qué es, concepto, tipos, importancia, RSE. (n.d.). Concepto. Retrieved April 4, 2023, from <https://concepto.de/responsabilidad/#ixzz7wpTaJVhm>
- · Autoridad - Qué es, definición y concepto. (n.d.). Definición.de. Retrieved April 4, 2023, from <https://definicion.de/autoridad/>
- · Definición de Objetivo - Qué es y Concepto. (n.d.). Economía. Retrieved April 4, 2023, from <https://economia.org/objetivo.php>
- · Significado de Objetivo (Qué es, Concepto y Definición). (n.d.). Significados. Retrieved April 4, 2023, from <https://www.significados.com/objetivo/>
- · (n.d.). Significados. Retrieved April 4, 2023, from <https://www.significados.com/meta/>
- · Meta. (n.d.). Concepto. Retrieved April 4, 2023, from <https://concepto.de/meta/>
- · Westreicher, G. (2020, August 1). Estrategia - Qué es, definición y concepto | 2023. Economipedia. Retrieved April 4, 2023, from <https://economipedia.com/definiciones/estrategia.html>
- · Estrategia ¿Qué es?, Tipos, ¿Cómo llevarla a cabo? (n.d.). Software DELSOL. Retrieved April 4, 2023, from <https://www.sdelisol.com/glosario/estrategia/>
- · Plan - Qué es, definición, tipos y en el cine. (n.d.). Definición.de. Retrieved April 4, 2023, from <https://definicion.de/plan/>
- · ¿Qué es Plan? » Su Definición y Significado [2023]. (n.d.). Definición. Retrieved April 4, 2023, from <https://conceptodefinicion.de/plan/>
- · Ucha, F. (n.d.). Definición de Plan » Concepto en DefinicionABC. Definición ABC. Retrieved April 4, 2023, from <https://www.definicionabc.com/general/plan.php>
- *CDC - Publicaciones de NIOSH - Servicios en la industria de restaurantes y de alimentos y Bebidas (2012-105). (s. f.). https://www.cdc.gov/spanish/niosh/docs/2012-105_sp/default.html*

- Minsal. (2022). Comités de Seguridad y Salud Ocupacional (CSSO). *Ministerio de Salud*. <https://www.salud.gob.sv/comites-de-seguridad-y-salud-ocupacional-csso/>
- *Conviértete en socio de Uber Eats | Uber Eats*. (s. f.). Uber. https://merchants.ubereats.com/us/es/s/signup/?marketing_vistor_id=9b4663dc-8190-45fa-83aa-dc88abb87cdd&uclick_id=46200024-4ba3-4c64-aa77-6a6b67b69ac8
- Ortega, F. J. (n.d.). ▷ *Reglamento interno de un Restaurante: 60 Normas y Reglas*. Plantillas Excel para Restaurantes. Retrieved August 16, 2023, from <https://ingenieriademenu.com/reglamento-interno-de-un-restaurante/>
- *Medidas de seguridad e higiene en los restaurantes*. (2020, June 26). Grupo Preving. Retrieved August 16, 2023, from <https://www.preving.com/medidas-de-seguridad-e-higiene-restaurantes/>
- Lopez, C. (2020, February 6). *Estrategia para fijar los precios en tu restaurante*. Mapal OS. Retrieved August 17, 2023, from <https://mapal-os.com/es/recursos/blog/estrategia-para-fijar-los-precios-en-tu-restaurante>
- Definition of COLE. (s. f.-b). <https://www.meaning88.com/dictionary/cole>
- *Ciclo PDCA: ¿cuáles son los pasos y cómo funciona? Conoce algunos ejemplos*. (2023, September 11). sydle. Retrieved November 9, 2023, from <https://www.sydle.com/es/blog/ciclo-pdca-61ba2a15876cf6271d556be9>
- *Círculo de Deming: definición y explicación*. (2023, September 12). IONOS. Retrieved November 9, 2023, from <https://www.ionos.es/startupguide/productividad/circulo-de-deming/>
- *El ciclo Deming: en qué consiste y cómo aplicarlo*. (2023, August 10). Eurofins Environment Testing Spain. Retrieved November 9, 2023, from <https://www.eurofins-environment.es/es/el-ciclo-deming-que-consiste-y-como-ayuda-gestion-procesos/>

- (S/f). Gob.cl. Recuperado el 01 de octubre de 2023, de <https://www.achipia.gob.cl/wp-content/uploads/2018/08/Manual-HACCP.pdf>
- Super User. (2015, marzo 12). *Paho/who*. Pan American Health Organization / World Health Organization.
https://www3.paho.org/hq/index.php?option=com_content&view=article&id=10556:2015-glosario&Itemid=0&lang=en
- (S/f-b). Inacap.cl. Recuperado el 3 de octubre de 2023, de [https://www.inacap.cl/web/material-apoyo-cedem/profesor/Gastronomia/Manuales/Manual de Seguridad Alimentaria y HACCP.pdf](https://www.inacap.cl/web/material-apoyo-cedem/profesor/Gastronomia/Manuales/Manual_de_Seguridad_Alimentaria_y_HACCP.pdf)

ANEXOS

Anexo n° 1

Entrevista
al
propietario

N°	Pregunta	Interpretación
1	¿Cuál es la localización del restaurante “Las Palmeras”?	Troncal de Norte, Kilómetro 81 ½, Municipio de La Palma, Chalatenango
2	¿Cuántos empleados posee el restaurante?	El restaurante posee 8 empleados.
3	¿Cuenta con una Misión?	No se cuenta con una misión.
4	¿Cuenta con una Visión?	No posee una visión.
5	¿Posee una estructura organizativa (Organigrama)?	No aún no se cuenta con un organigrama para el mejor funcionamiento de cada puesto.
6	¿Cuál es la historia de la fundación del restaurante “Las Palmeras”?	El restaurante “Las Palmeras” se inauguró oficialmente en el año de 2020, con el fin de aportar al crecimiento económico de la zona y brindar una propuesta de servicios de alta calidad aprovechando que el área en la que el restaurante se ubica es una zona turística. Durante sus inicios se obtuvo una buena apertura por parte de los clientes ya que el restaurante era bastante concurrido, sus instalaciones son amplias, es de destacar que ellos cultivan sus propias hortalizas para la realización de sus productos. Actualmente cuenta con dos piscinas pero por el momento están fuera de servicio.
7	¿Cuáles son los servicios que ofrece?	Cuenta con servicios de eventos sociales y corporativos (bodas, quince años, graduaciones, fiesta de bienvenida para bebé más).
8	¿Cuál es el menú?	Cuenta con desayunos tradicionales o típico, sopas, ensaladas, Carne asada, pollo a la plancha, camarones, hamburguesas, pizza, pastas, postres etc.
9	¿Cuál es el horario de atención?	El horario es de Lunes a Domingo de 8:00 a.m. a 8:00 p.m.

N°	Pregunta	Interpretación
10	¿Qué cambios tecnológicos podrían permitir o desarrollar nuevas soluciones a las problemáticas identificadas?	Mejorar el mercadeo y promoción, sobre todo en redes sociales. De acuerdo a la información proporcionada por el propietario y mediante observación directa se detectó que existe muy poca promoción de los servicios que ofrece el restaurante en redes sociales y además de ello no se cuenta con una estrategia de mercadeo definido por el momento.
11	¿Se mide periódicamente (mensual, trimestral, cuatrimestral, semestral) el resultado de la consecución de los objetivos planeados?	No. El restaurante no cuenta con objetivos previamente establecidos, por lo cual se detectaron deficiencias en el proceso de planeación y por tanto esto interfiere en la medición de los resultados obtenidos.
12	¿Cuentan con servicio a domicilio?	No, ya que el restaurante no cuenta con servicio a domicilio esto es una desventaja puesto que implementándolo podrían aumentar la clientela.
13	¿Cómo se da a conocer el restaurante?	Por medio de rótulo, redes sociales y recomendaciones. Si bien el restaurante cuenta con diferentes medios para darse a conocer no se utiliza el medio que mayor alcance podría darles el cuál es el de las redes sociales.
14	¿Cuáles son las herramientas de mercadeo con las que cuenta el restaurante?	Se realiza mercadeo mediante redes sociales, tales como: Facebook, Instagram y TikTok. El restaurante cuenta con distintas herramientas de mercadeo, sin embargo, no se hace un uso constante de las mismas y no se cuenta con una estrategia de mercadeo establecida.
15	¿Existen procedimientos para el reclutamiento y selección del personal?	No, sin embargo para reclutar al nuevo personal se realizan de forma empírica.
16	¿El equipo con el que se cocina es el adecuado?	Sí, de acuerdo a la información brindada por el propietario todo el equipo de cocina con el que se cuenta es adecuado a las necesidades que el restaurante tiene ya que funciona correctamente y da abasto, por lo que esto es un aspecto que no requiere mejoras por el momento.
17	¿Se conserva la materia prima en congeladores adecuados?	Sí, la materia prima es conservada de la manera correcta lo cual es excelente puesto que así se evitan desperdicios.
18	¿Qué tipo de leyes aplica o utiliza el restaurante?	De acuerdo a la información brindada sólo se utiliza la ley de salarios, sin embargo, es utilizada de forma parcial puesto que los contratos solamente son de palabra por lo cual es importante que la empresa pueda extender contratos formales a sus trabajadores para así garantizarles estabilidad laboral, esto mismo conllevaría la necesidad de utilizar otro tipo de leyes.

19	¿Cuántas capacitaciones reciben los empleados?	Según información brindada actualmente los empleados solo reciben una capacitación al año acerca de sus funciones estas son realizadas de forma empírica por lo cual es una deficiencia en el desempeño de los empleados.
20	¿Qué tan frecuentemente se realizan limpiezas generales en el restaurante?	El restaurante hace una limpieza general cada semana para mantener el lugar limpio y ordenado para los clientes.
21	¿Cuál es el rango de precios en los diferentes servicios brindados?	Los precios se establecen dependiendo la cantidad de personas que puedan asistir y el tiempo de duración, los precios de los platillos rondan de \$8.00 a \$14.00, el de lavado de autos es de \$3.00 para los Sedan y \$4.00 para Pickup, lo cual es un precio muy accesible para los clientes y es un servicio muy rentable puesto que permite obtener mayores utilidades.

Anexo n° 2

Cuestionario
Clientes

Cuestionario clientes

ANÁLISIS PREGUNTAS A CLIENTES

Pregunta:

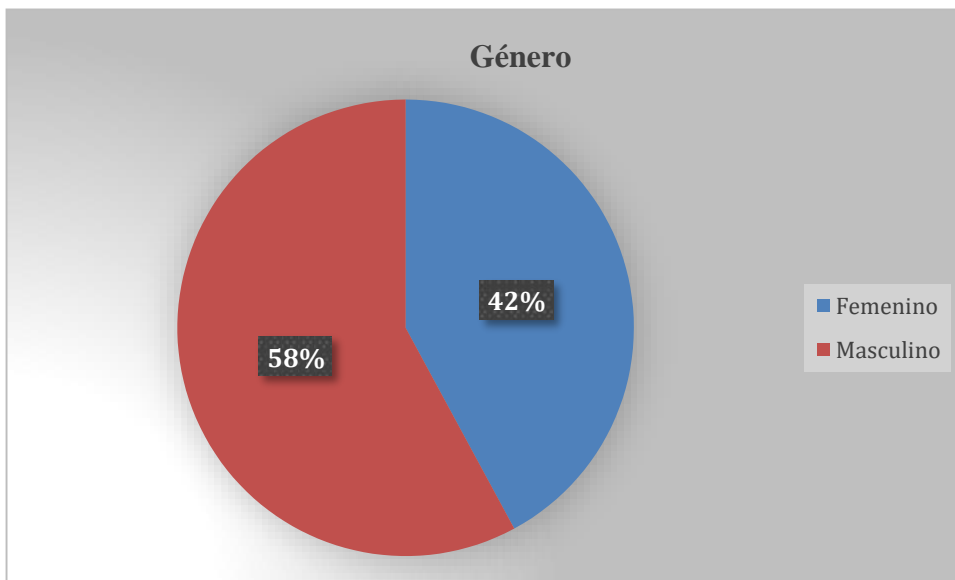
1. Género:

Femenino

Masculino

Objetivo: Conocer el género de los consumidores que visitan el restaurante

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Femenino	24	42%
Masculino	33	58%
Total	57	100%



Interpretación: La mayoría de las personas encuestadas son del género masculino con un 58%, el mercado potencial del restaurante “Las Palmeras” lo integraría este sector y en cuanto a las mujeres en menor proporción con un 42%, no existe amplia diferencia entre ellos sin embargo puede significar más participación del hombre en la elección de restaurante a visitar.

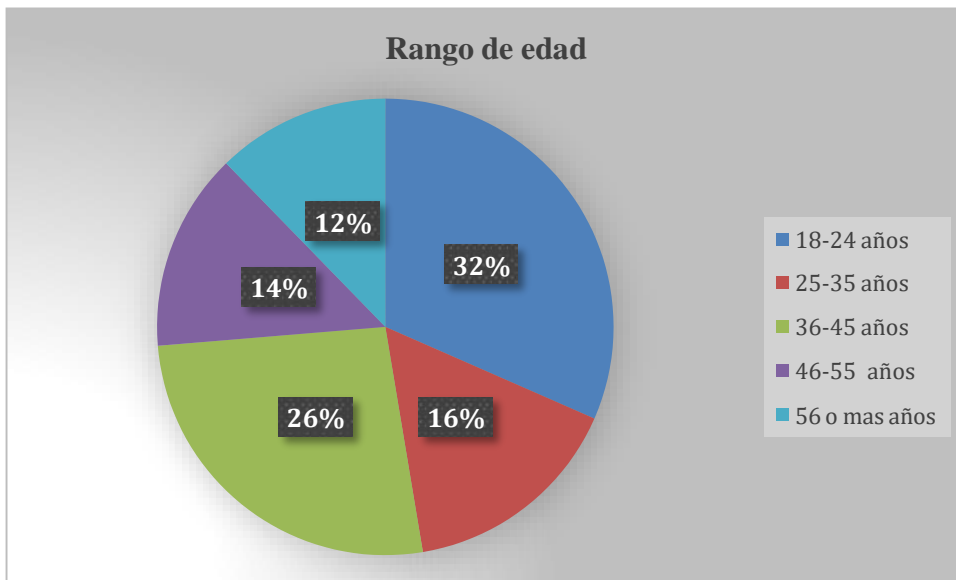
Pregunta:

2. Rango de edad:

18-24 años 25-35 años 36-45 años 46-55 años 56 o más años

Objetivo: Identificar el rango de edad de los clientes en el restaurante.

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
18-24 años	18	32%
25-35 años	9	16%
36-45 años	15	26%
46-55 años	8	14%
56 o más años	7	12%



Interpretación: El restaurante es muy frecuentado por jóvenes y adultos con un 32% de clientes de los 18 a 24 años aun 12% de 56 o más años, los cuales son los principales consumidores del establecimiento a quienes deben dirigirse mayormente las promociones y esforzarse por brindar el mejor producto y servicio para lograr la fidelización de estos clientes, además se debe trabajar por llamar la atención de las personas mayores de 56 años.

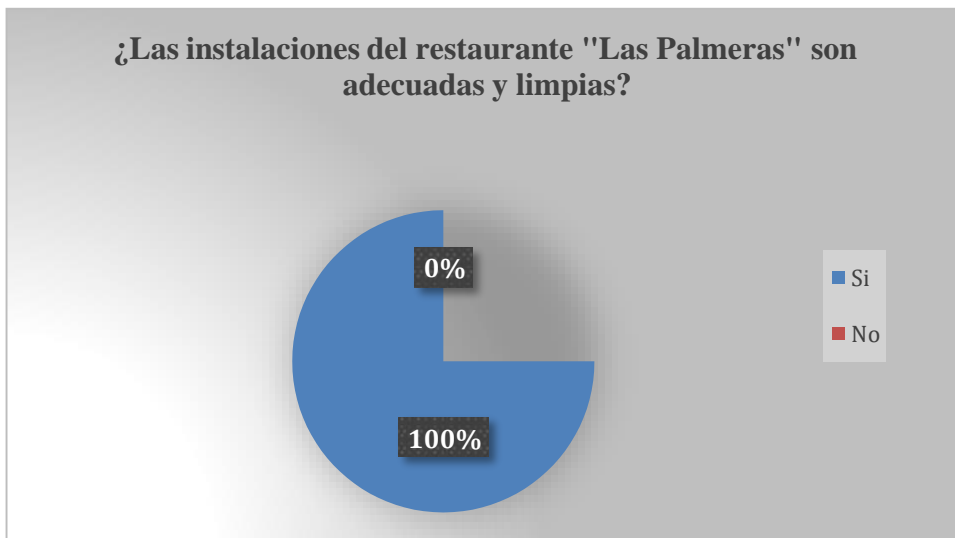
Pregunta:

3. ¿Las instalaciones del restaurante "Las Palmeras" son adecuadas y limpias?

Si No

Objetivo: Conocer la percepción que los clientes tienen sobre las instalaciones del restaurante

Pregunta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa %
Si	57	100%
No	0	0%
Total	57	100%



Interpretación:

De acuerdo a los resultados obtenidos el 100% de los encuestados consideran que las instalaciones del restaurante son adecuadas y limpias. Sin embargo, en la sección de observaciones hubo comentarios tales como: que las instalaciones son adecuadas sólo en el área del restaurante. Por lo cual existe el área de oportunidad de mejorar los alrededores principalmente agregando más áreas verdes, ya que esto también fue expuesto en otros comentarios brindados por clientes.

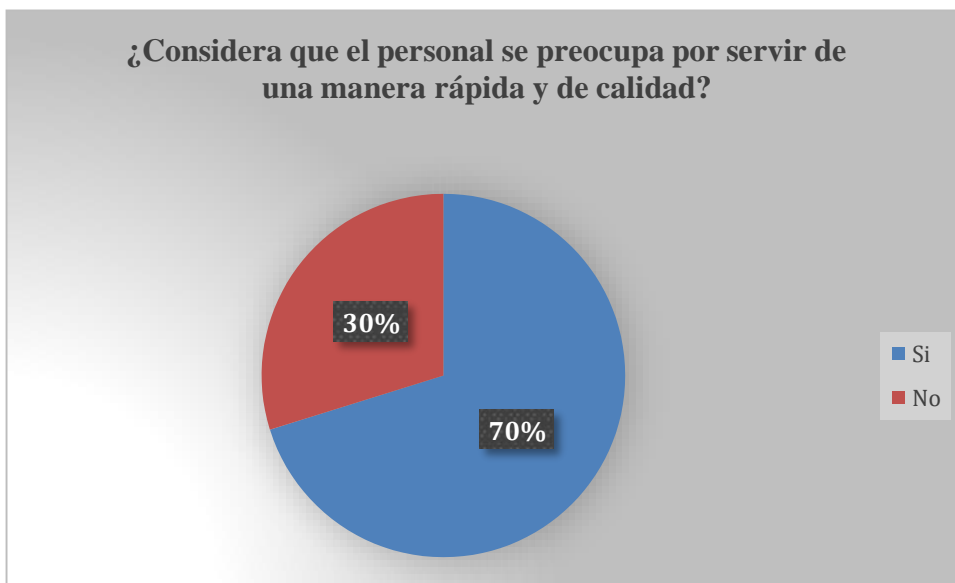
Pregunta:

4. ¿Considera que el personal se preocupa por servir de una manera rápida y de calidad?
Si No

Objetivo:

Determinar la calidad de servicio a la cliente brindada por el personal del restaurante

Pregunta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa %
Si	40	70%
No	17	30%
Total	57	100%



Interpretación:

Del 100% de los encuestados un 70% considera que el personal sirve de una manera rápida y de calidad, mientras que un 30% considera que no. Los resultados obtenidos exponen que existe un porcentaje significativo de una buena atención al cliente, sin embargo, aún se puede mejorar para lograr un 100% en la satisfacción de los mismos. De acuerdo a los comentarios brindados por los clientes en esta pregunta consideran que la atención recibida no fue muy rápida y que es necesario agregar más personal ya que la atención recibida fue un poco lenta. Otra observación brindada fue que no hay nadie en la entrada recibiendo a los clientes, asignando mesas y que esté pendiente de las necesidades que los clientes pueden presentar durante su estadía.

Pregunta:

5. ¿Los empleados tienen los conocimientos necesarios para responder sus inquietudes?

Si No

Objetivo:

Identificar si los empleados cuentan con los conocimientos necesarios para poder desempeñarse bien en su puesto

Pregunta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa %
Si	53	93%
No	4	7%
Total	57	100%



Interpretación:

Del 100% de encuestados 93% considera que los empleados cuentan con los conocimientos necesarios y solamente el 7% consideró que no. De esta pregunta no se obtuvo ningún tipo de observaciones, por lo cual existe un área de mejora en la implementación de capacitaciones periódicas para que el personal pueda estar 100% capacitado y así responder cualquier tipo de dudas e inquietudes que los clientes presenten.

Pregunta:

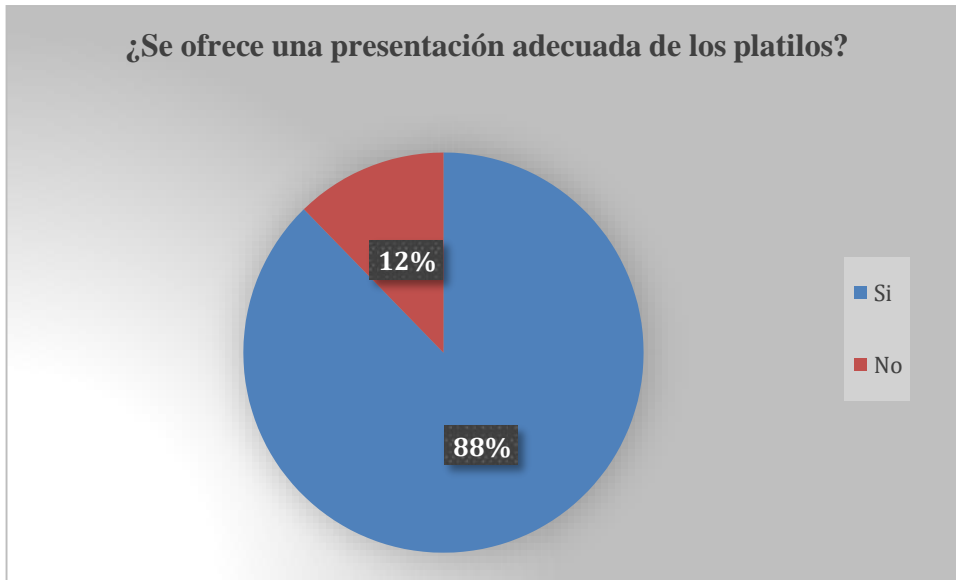
6. ¿Se ofrece una presentación adecuada de los platillos?

Si No

Objetivo:

Indagar sobre la percepción de los clientes respecto a la presentación de los platillos ofrecidos

Pregunta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa %
Si	50	88%
No	7	12%
Total	57	100%



Interpretación:

Del total de encuestados 88% consideró que la presentación de los platillos es adecuada, mientras que un 12% consideró que no. Se recibieron observaciones de que las cantidades eran pequeñas y la comida estaba helada. Por lo cual resultaría conveniente establecer estándares de las porciones y que la presentación de las mismas esté previamente diseñada.

Pregunta:

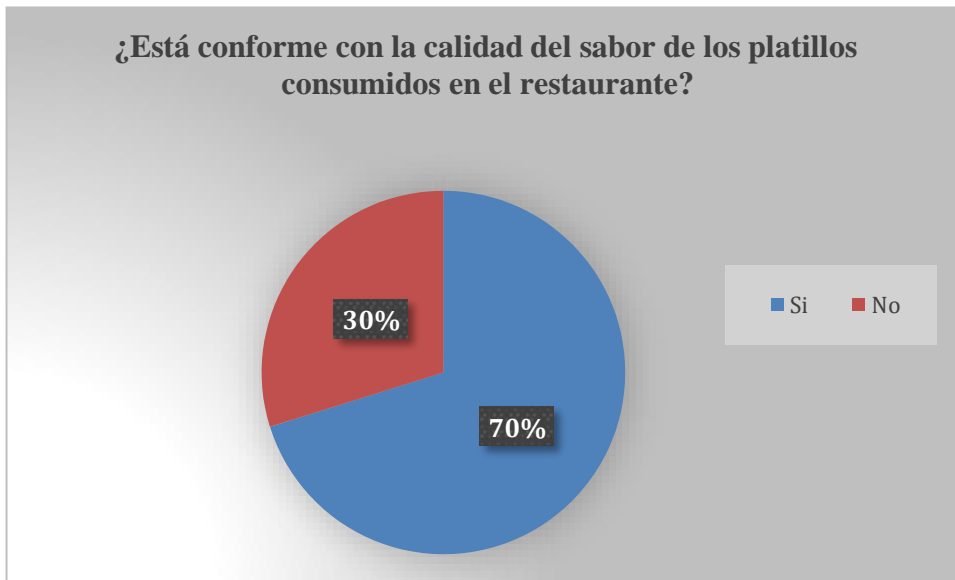
7. ¿Está conforme con la calidad del sabor de los platillos consumidos en el restaurante?

Si No

Objetivo:

Conocer el nivel de satisfacción de los clientes en cuanto a la calidad y sabor de los platillos ofrecidos

Pregunta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa %
Si	40	70%
No	17	30%
Total	57	100%



Interpretación:

Del total de encuestados el 70% se encuentra satisfecho con la calidad del sabor de los platillos, mientras que un 30% no, lo cual indica que hay un área de oportunidad para mejorar la sazón de los mismos, lo más indicado sería indagar cuáles son los platillos que tienen menor aceptación entre los clientes y así implementar las mejoras en los platillos requeridos.

Pregunta:

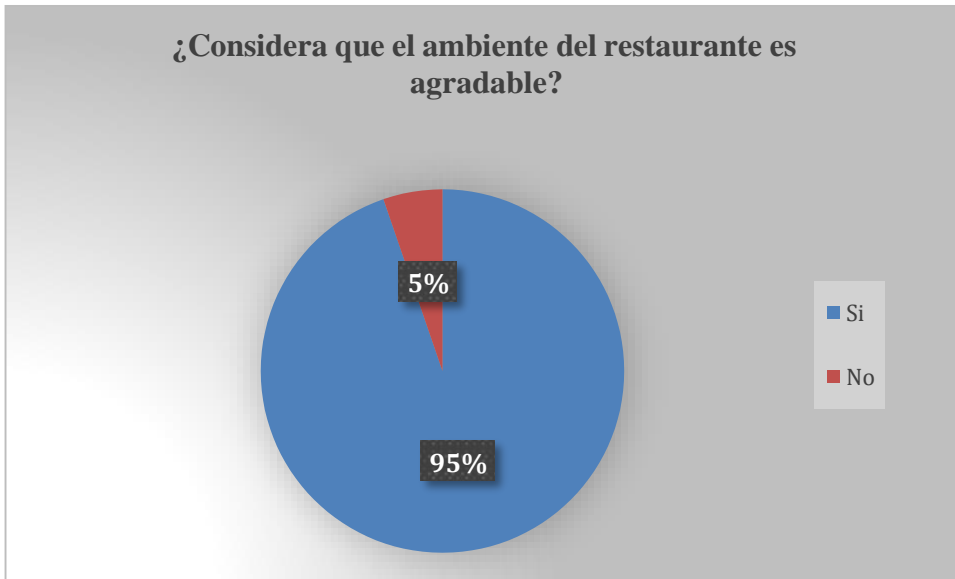
8. ¿Considera que el ambiente del restaurante es agradable?

Si No

Objetivo:

Identificar la percepción de los clientes respecto al ambiente del restaurante

Pregunta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa %
Si	54	95%
No	3	5%
Total	57	100%



Interpretación:

Del total de encuestados el 95% considera que el ambiente del restaurante es agradable, mientras que el 3% considera que no. De esta pregunta no se obtuvieron observaciones lo cual es un indicador positivo de que el ambiente del restaurante resulta agradable a los clientes.

Pregunta:

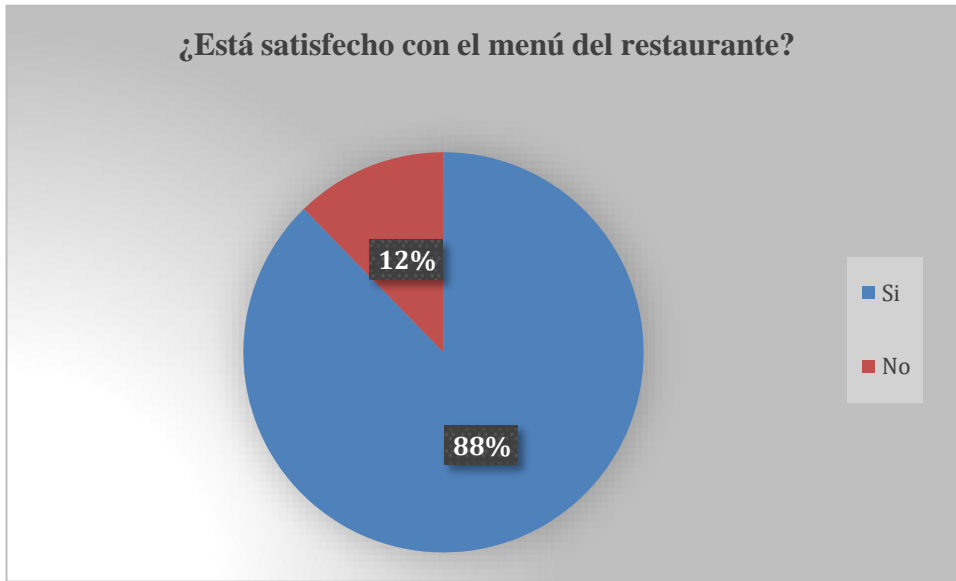
9. ¿Está satisfecho con el menú del restaurante?

Si No

Objetivo:

Identificar el nivel de satisfacción de los clientes respecto al menú del restaurante

Pregunta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa %
Si	50	88%
No	7	12%
Total	57	100%



Interpretación:

Del total de encuestados el 88% está satisfecho con el menú del restaurante, mientras que el 12% no se encuentra satisfecho. Entre algunos de los comentarios recibidos fueron que faltaron bebidas que se pidieron, que se ofrecía en la entrada sopa de gallina y no había por lo cual el menú necesita actualizarse o estar pendiente de remover el rótulo cuando ya no exista algún platillo que se estaba ofreciendo.

Pregunta:

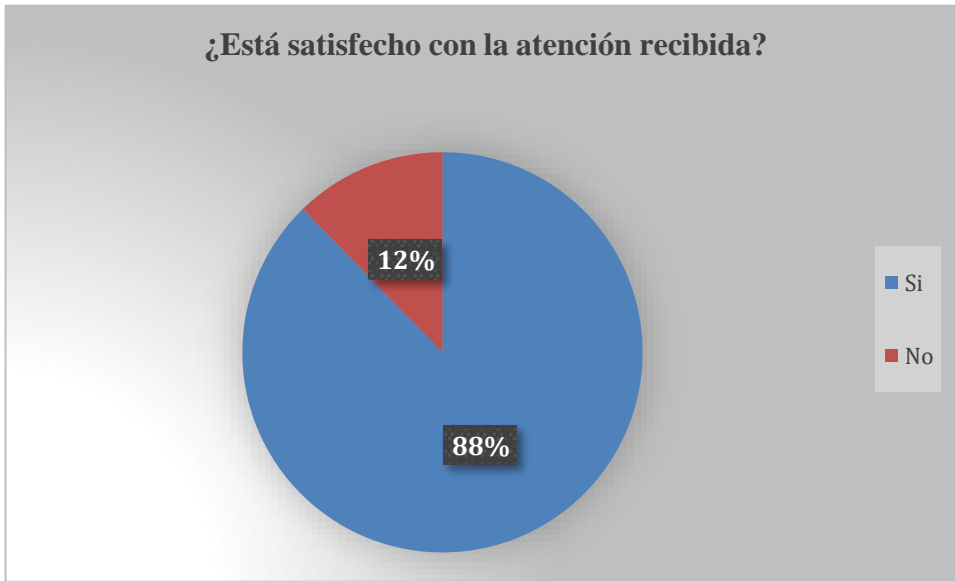
10. ¿Está satisfecho con la atención recibida?

Si No

Objetivo:

Identificar el nivel de satisfacción de los clientes respecto a la atención brindada por el personal

Pregunta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa %
Si	50	88%
No	7	12%
Total	57	100%



Interpretación:

Del total de encuestados el 88% estuvo satisfecho de la atención recibida, mientras que el 12% no estuvo satisfecho. Se recibieron comentarios de que el servicio es un poco tardado puesto que no había mucho personal, por lo cual aumentar el personal mejoraría considerablemente la satisfacción respecto a la atención brindada.

Pregunta:

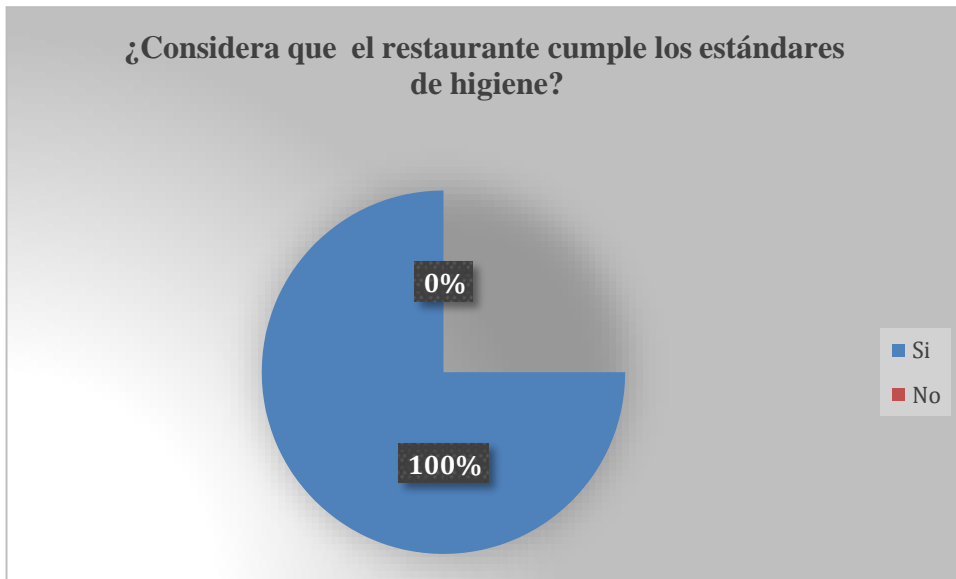
11. ¿Considera que el restaurante cumple los estándares de higiene?

Sí No

Objetivo:

Identificar si el restaurante cumple con los estándares de higiene para la elaboración de sus productos.

Pregunta	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Si	57	100%
No	0	0%
Total	57	100%



Interpretación:

De acuerdo a los datos obtenidos el 100% de los clientes indican que el restaurante cumple con los estándares de higiene, lo cual hace saber que si se está cumpliendo, para brindar un mejor servicio de alta calidad en los producto

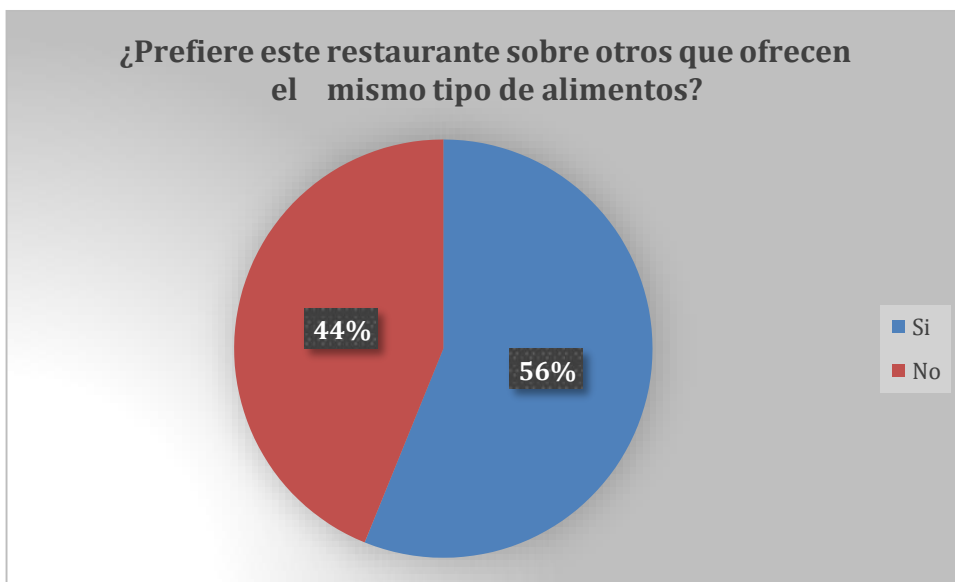
12. **Pregunta:** ¿Prefiere este restaurante sobre otros que ofrecen el mismo tipo de alimentos?

Sí No

Objetivo:

Conocer el nivel de preferencia de los clientes hacia el restaurante.

Pregunta	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Si	32	56%
No	25	44%
Total	57	100%



Interpretación:

Los resultados muestran que el 56% de los clientes encuestados prefieren el restaurante sobre otros que ofrecen el mismo tipo de alimentos, mientras que un 44% indican que no, algunos manifiestan que hacen falta más atracciones como piscinas, por lo cual se observa que el restaurante no cuenta con elementos diferenciadores para que pueda ser preferido antes que otros restaurantes y así atraer a clientes potenciales.

Pregunta:

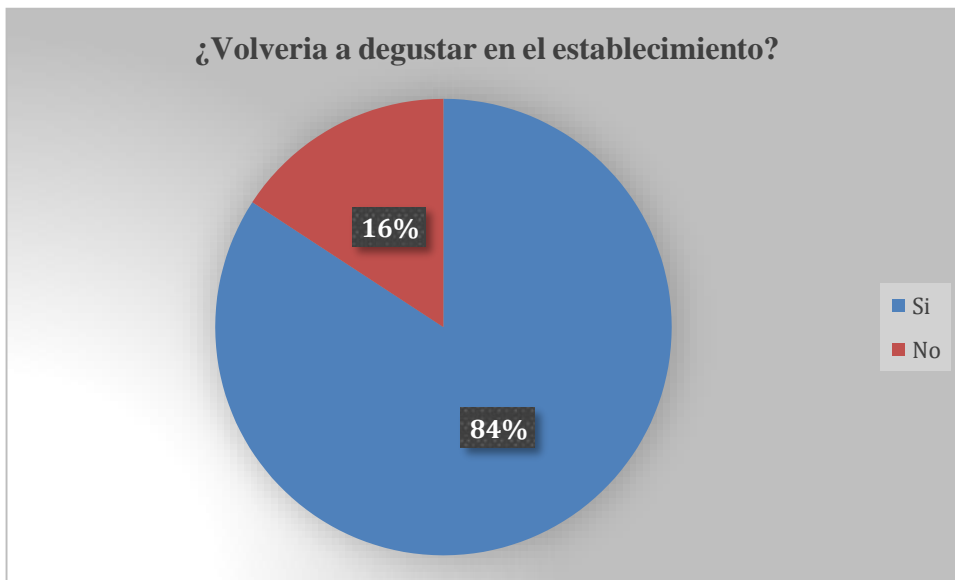
13. ¿Volvería a degustar en el establecimiento?

Sí No

Objetivo:

Conocer el grado de satisfacción de los clientes sobre el servicio que ofrece el restaurante.

Pregunta	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Si	48	84%
No	9	16%
Total	57	100%



Interpretación:

Los resultados muestran que en su mayoría los clientes, si están satisfechos con el servicio y comida que ofrece el restaurante, mientras que un 16% indicaron que no, lo cual indica que el restaurante si cuenta con un nivel de satisfacción al cliente.

Pregunta:

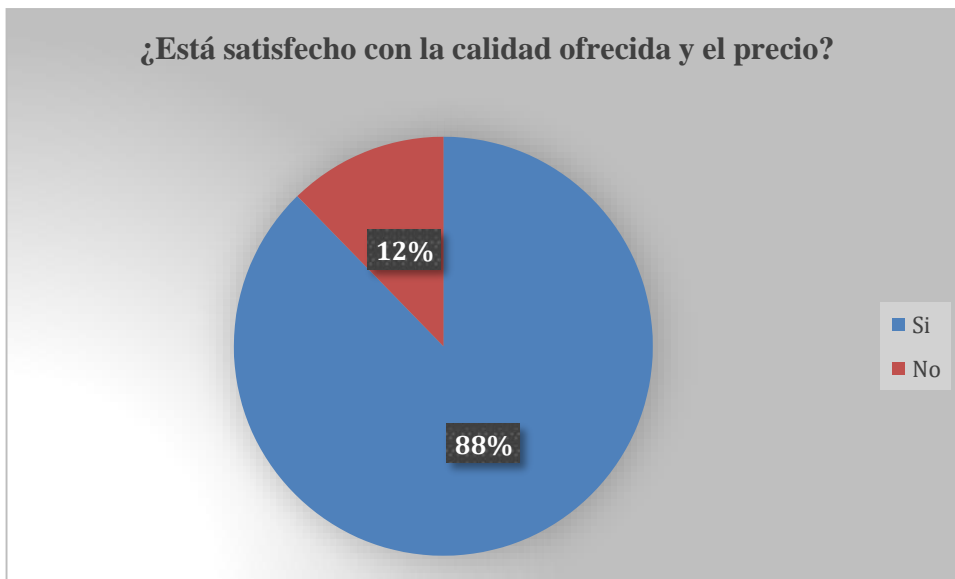
14. ¿Está satisfecho con la calidad ofrecida y el precio?

Sí No

Objetivo:

Conocer si el restaurante cumple con los estándares de calidad y precios.

Pregunta	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Si	50	88%
No	7	12%
Total	57	100%



Interpretación:

Según los datos recolectados, la mayoría de clientes se mostraron satisfechos con la calidad y precio que ofrece el restaurante ya que el 88% indico que sí, y solo un 12% manifestó que no, por lo cual es una área de oportunidad, para que el restaurante pueda atraer nuevos clientes potenciales, escasez de publicidad, promoción y otros.

Pregunta:

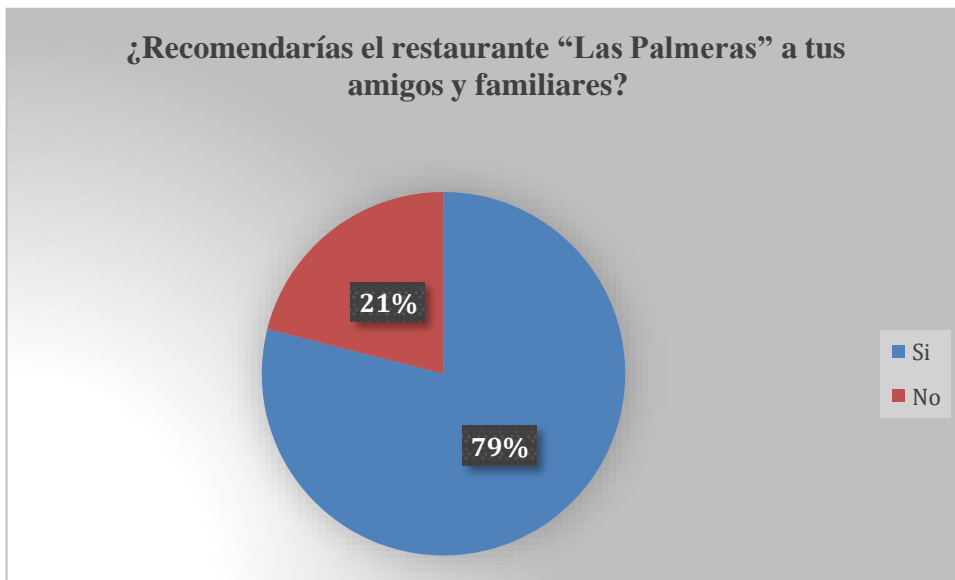
15. ¿Recomendarías el restaurante “Las Palmeras” a tus amigos y familiares?

Sí No

Objetivo:

Conocer la opinión de los clientes si recomendarían el restaurante.

Pregunta	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Si	45	79%
No	12	21%
Total	57	100%



Interpretación:

Los resultados muestran que en su mayoría los clientes recomiendan al restaurante con un 79% como una opción para que sus amigos y familiares lo puedan visitar, mientras que un 21% indico que no, debido algunas deficiencias tales como falta de personal, más opciones al menú y actividades al aire libre, por lo cual se debe hacer publicidad por redes sociales de los diferentes atractivos del establecimiento.

Pregunta:

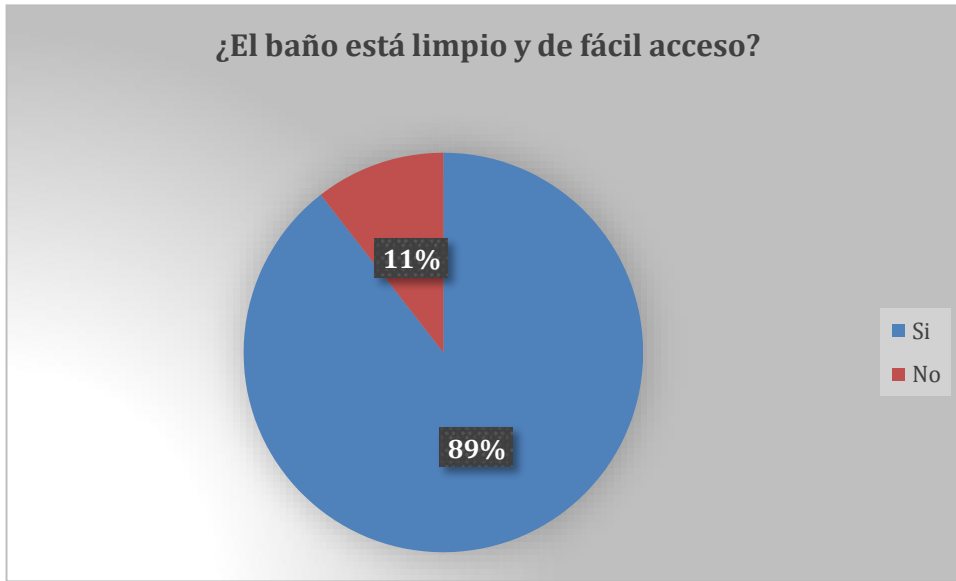
16. ¿El baño está limpio y de fácil acceso?

Sí No

Objetivo:

Conocer la opinión de los clientes respecto a la limpieza y acceso a los servicios sanitarios.

Pregunta	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Si	51	89%
No	6	11%
Total	57	100%



Interpretación:

A través de la gráfica se observa que el 89% de los encuestados respondieron que si están limpios y de fácil acceso los baños, mientras que solo un 11% indico que no, debido a que hay deficiencia con señalización para el acceso a ellos, lo cual se debe poner atención para solucionar este problema.

Pregunta:

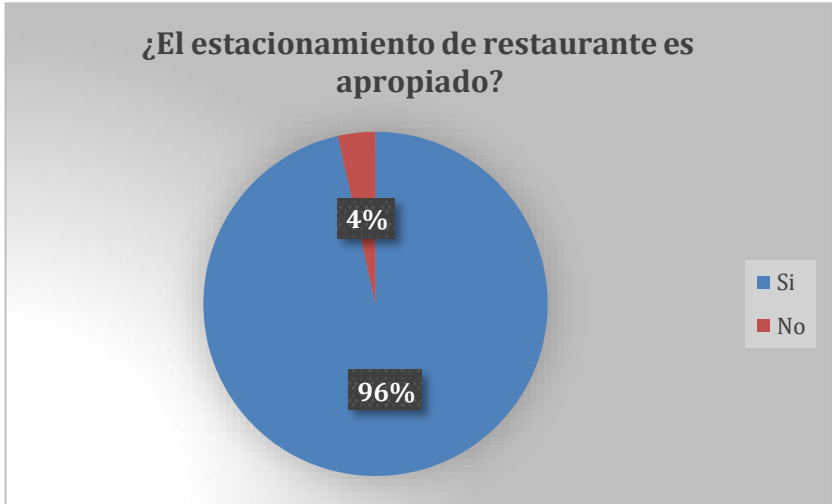
17. ¿El estacionamiento del restaurante es apropiado?

Sí No

Objetivo:

Verificar si el establecimiento cuenta con un espacio adecuado para el estacionamiento de los vehículos de los clientes.

Pregunta	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Si	55	96%
No	2	4%
Total	57	100%



Interpretación:

Los resultados muestran que en su mayoría con un 96% indicaron que el estacionamiento si es apropiado, mientras que un 4% respondió que no, debido a que el estacionamiento no cuenta con sombra.

Pregunta:

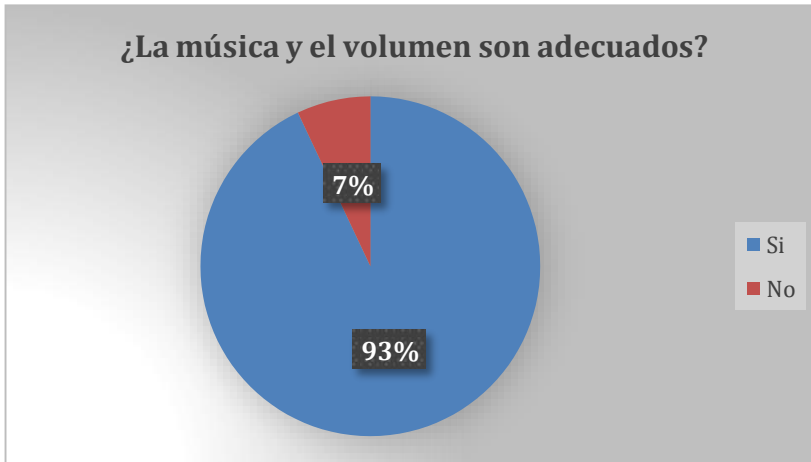
18. ¿La música y el volumen son adecuados?

Sí No

Objetivo:

Conocer la opinión de los clientes, si consideran que la música y volumen son adecuados.

Pregunta	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Si	53	93%
No	4	7%
Total	57	100%



Interpretación:

De los clientes encuestados un 93% respondieron estar satisfechos con la música y volumen, y un 7% indico que no estaba de acuerdo, porque consideran que la música no era apropiada, debido a que el ambiente del restaurante es familiar

Pregunta:

19. ¿La decoración del local es atractiva?

Sí

No

Objetivo: Conocer la percepción de los clientes en cuanto a la decoración del restaurante.

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Si	56	98%
No	1	2%
Total	57	100%



Interpretación: Se observa por medio de los resultados obtenidos que un 98% de los encuestados no están de acuerdo con la decoración que tiene el lugar y solo un 2% está de acuerdo, se sugiere que alrededor del restaurante se remodele y que tenga diferentes actividades.

Pregunta:

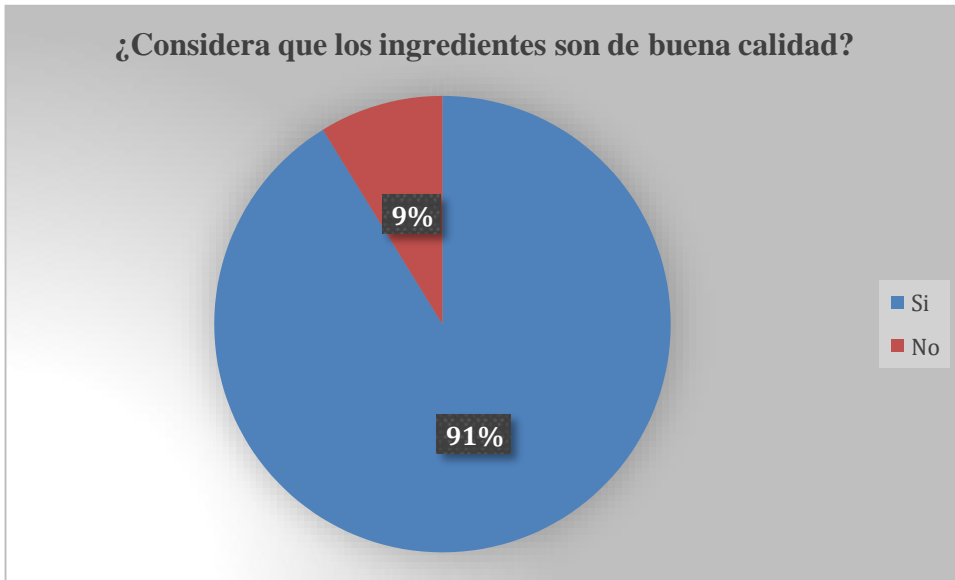
20. ¿Considera que los ingredientes son de buena calidad?

Sí

No

Objetivo: Conocer la satisfacción de los clientes respecto a la calidad de los productos que ofrecen.

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Si	52	91%
No	5	9%
Total	57	100%



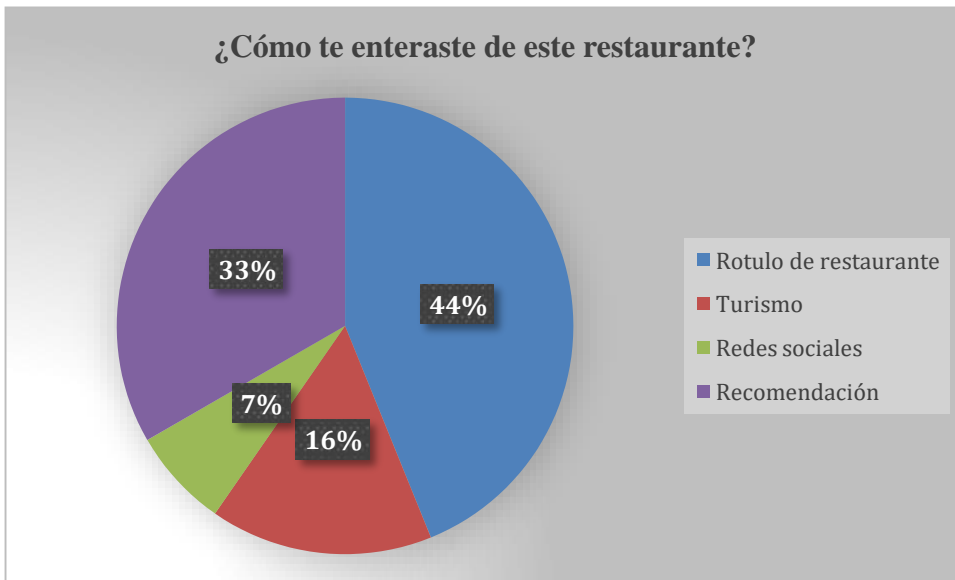
Interpretación: Se observa que la mayoría de los clientes con un 91% están muy satisfechos con la calidad de los platillos que sirve el restaurante teniendo en cuenta que estos son orgánicos, aunque para un número considerable del 9% se debe mejorar.

Pregunta:

21. ¿Cómo te enteraste de este restaurante?

Objetivo: Identificar las formas con las cuales el restaurante logra atraer a los clientes.

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Rotulo de restaurante	25	44%
Turismo	9	16%
Redes sociales	4	7%
Recomendación	19	33%
Total	57	100%



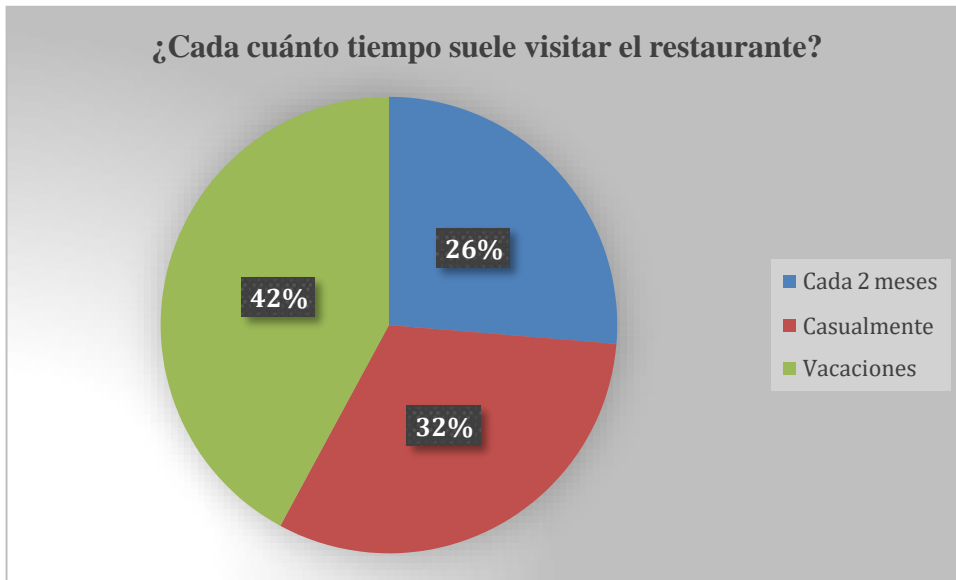
Interpretación: Según los datos encuestas la mayoría conocen el restaurante cuando ven el rotulo por la carretera, más que todo son turistas y algunos por recomendación debido a la poca afluencia que se tiene con las redes sociales, lo cual se debe hacer publicidad por los diferentes medios.

Pregunta:

22. ¿Cada cuánto tiempo suele visitar el restaurante?

Objetivo: Identificar que tan a menudo los clientes visitan el restaurante.

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Cada 2 meses	15	26%
Casualmente	18	32%
Vacaciones	24	42%
Total	57	100%



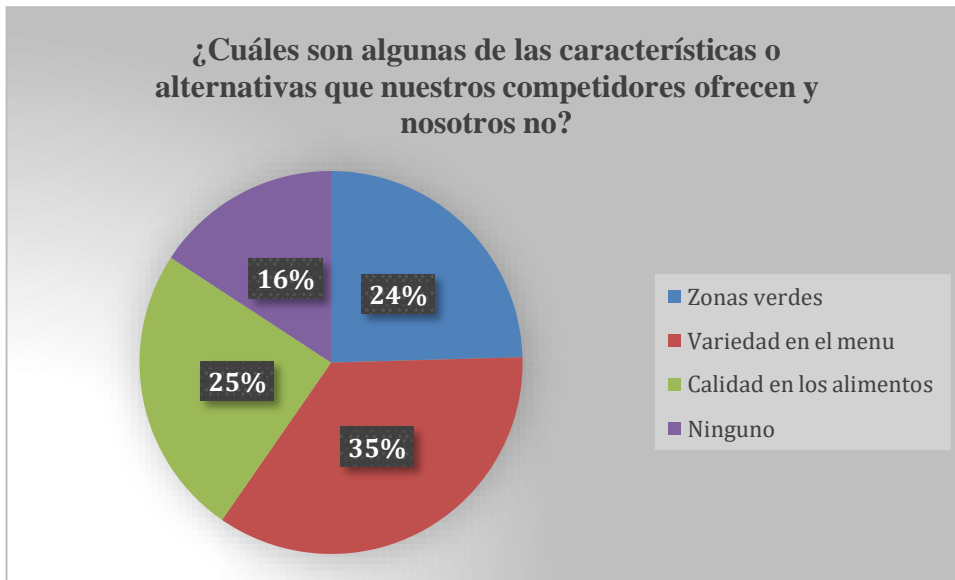
Interpretación: Se hace notoria la preferencia por los clientes por visitar el restaurante en los periodos de vacaciones con un porcentaje del 42%, sin embargo, la afluencia de personas a la zona es continua durante el año ya que siempre se realizan visitas aunque en menor proporción, existiendo más afluencia en los periodos de vacaciones largas como semana santa y agosto.

Pregunta:

23. ¿Cuáles son algunas de las características o alternativas que nuestros competidores ofrecen y nosotros no?

Objetivo: Identificar las ventajas y desventajas competitivas con las que cuenta el restaurante.

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Zonas verdes	14	25%
Variedad en el menú	20	35%
Calidad en los alimentos	14	25%
Ninguno	9	16%
Total	57	100%



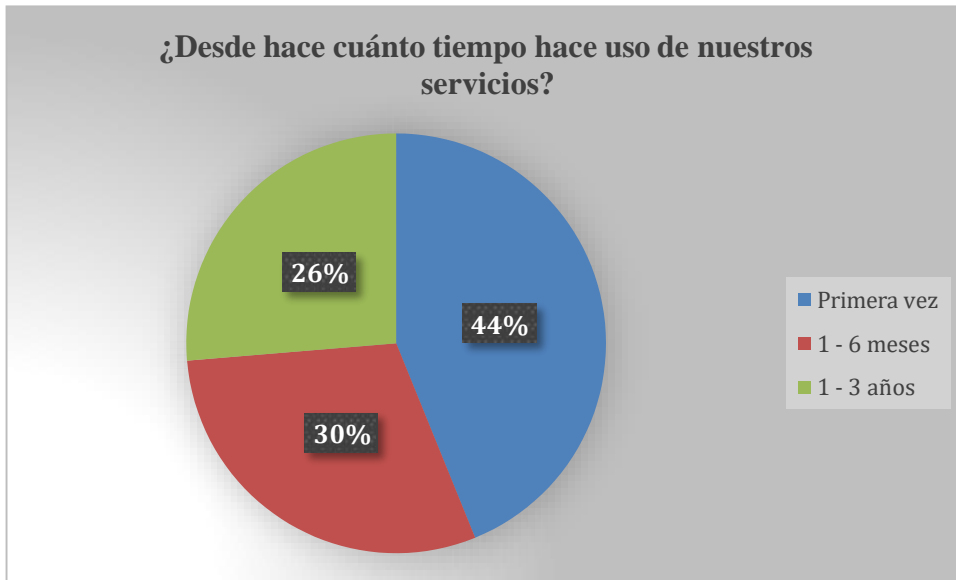
Interpretación: El resultado demuestra que 35% de los encuestados consideran que el menú debe tener más variedad, el 25% con mejor calidad en los alimentos y el resto en que necesita zonas verdes o están conformes así como está. La mayoría de los clientes encuestados no están satisfechos con la variedad del menú que tienen en el Restaurante.

Pregunta:

24. ¿Desde hace cuánto tiempo hace uso de nuestros servicios?

Objetivo: Conocer el nivel de fidelidad de los clientes hacia el restaurante.

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Primera vez	25	44%
1 - 6 meses	17	30%
1 - 3 años	15	26%
Total	57	100%



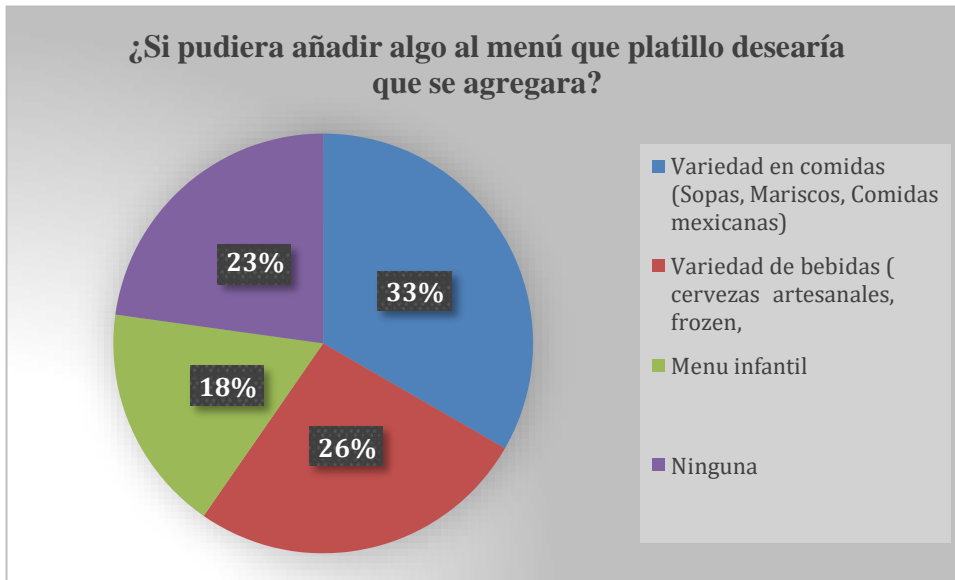
Interpretación: Existe constancia en las visitas que realizan los clientes, porque gustan de los productos que ofrece el restaurante, sin embargo la mayoría con un 44% es por primera vez que visita el establecimiento, se observa que no cuenta con una suficiente capacidad de retención ya que solo el 26% de los encuestados manifestaron visitar el restaurante de un aproximado de hace tres años.

Pregunta:

25. ¿Si pudiera añadir algo al menú, que platillo desearía que se agregara?

Objetivo: Identificar los gustos y preferencias que poseen los clientes hacia otros productos y así considerar su introducción en el menú.

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Variedad en comidas (Sopas, Mariscos, Comidas mexicanas)	19	33%
Variedad de bebidas (cervezas artesanales, frozen)	15	26%
Menú infantil	10	18%
Ninguna	13	23%
Total	57	100%



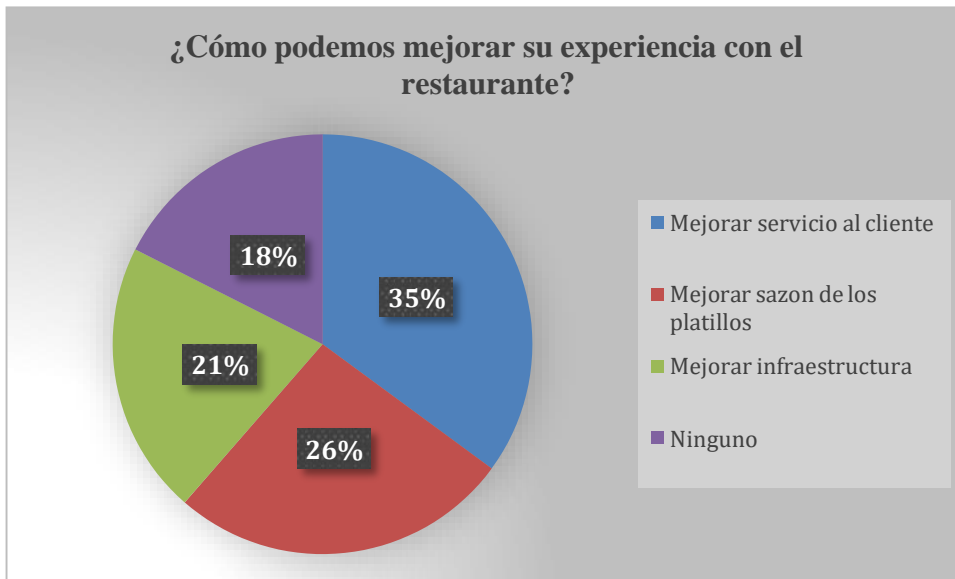
Interpretación: Los clientes sugieren que se agreguen otro tipo de comida en el menú, principalmente hacen del conocimiento de que gustarían que el menú se ampliará con comida mexicana, mejores cortes de carne y menú infantiles.

Pregunta:

26. ¿Cómo podemos mejorar su experiencia con el restaurante?

Objetivo: Identificar las áreas de oportunidad para mejorar la experiencia de los clientes en el restaurante.

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Mejorar servicio al cliente	20	35%
Mejorar sazón de los platillos	15	26%
Mejorar infraestructura	12	21%
Ninguno	10	18%
Total	57	100%



Interpretación: Según los datos de los encuestados el 35% de ellos están de acuerdo con mejorar el servicio al cliente contratando más personal y que sea más eficiente, el 26% que sus platillos sean de mejor calidad y que no pierda la sazón mientras que el 21% sugiere que se le haga una mejora a la estructura del restaurante ya seas en baños limpios y que haya una mejor ambientación y el 10% está satisfecho así como esta.

Anexo n° 3

Cuestionario
empleados

Cuestionario empleados

ANÁLISIS PREGUNTAS A EMPLEADOS

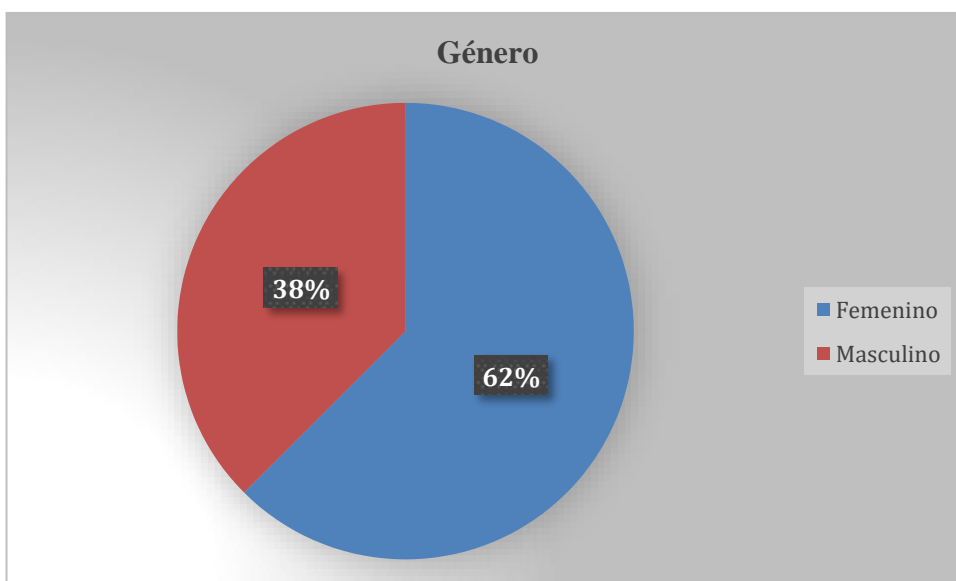
Pregunta:

1. Género:

Femenino Masculino

Objetivo: Conocer el género de los empleados en el restaurante.

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Femenino	5	63%
Masculino	3	38%
Total	8	100%



Interpretación: El 62% de los empleados encuestados son mujeres y el 38% son hombres teniendo así más representación el género femenino, sin embargo, la diferencia no es tan significativa lo cual indica que es un negocio que proporciona oportunidades laborales de forma equitativa

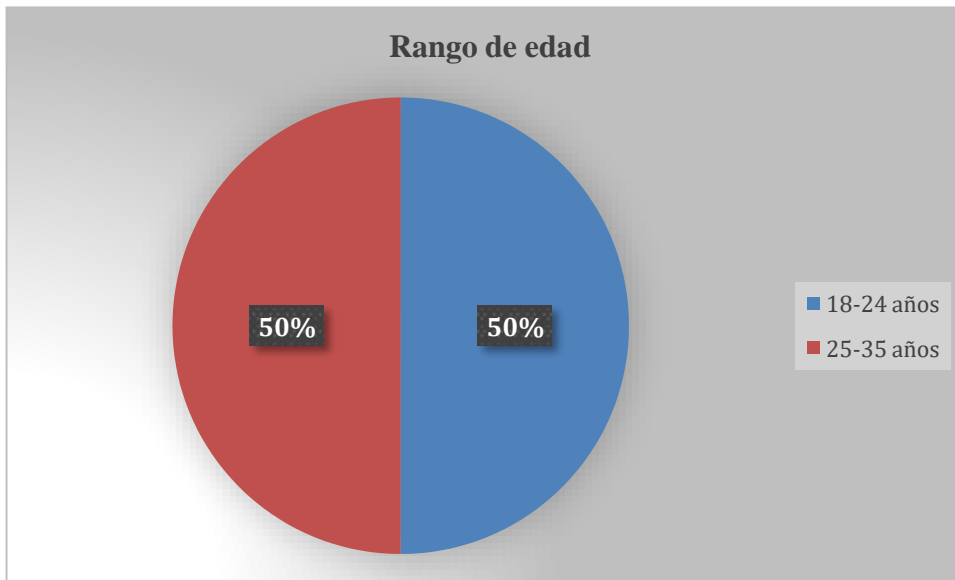
Pregunta:

2. Rango de edad:

18-24 años 25-35 años 36-45 años 46-55 años 56 o más años

Objetivo: Identificar el rango de edad de los empleados en el restaurante.

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
18-24 años	4	50%
25-35 años	4	50%
36-45 años	0	0%
46-55 años	0	0%
56 o más años	0	0%
Total	8	100%



Interpretación: Los jóvenes y adultos son los que en mayor proporción trabajan para el restaurante en un rango de edad de 18- 35 años debido a que son los más encuestados, aunque no haya participación de las otras edades no se puede descuidar

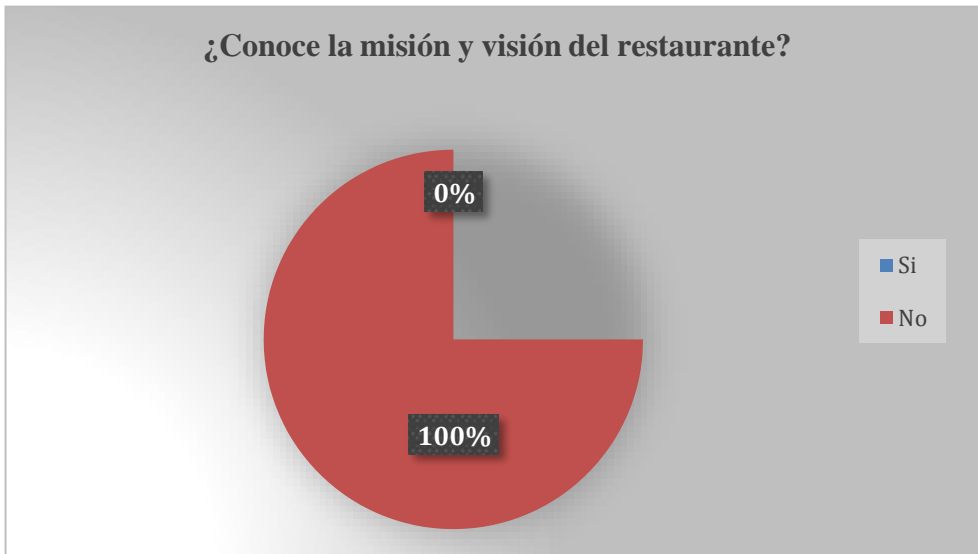
Pregunta:

3. ¿Conoce la misión y visión del restaurante?

Si No

Objetivo: Identificar si los empleados conocen la misión y visión del restaurante.

Pregunta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa %
Si	0	0%
No	8	100%
Total	8	100%



Interpretación:

Del total de encuestados el 100% afirma no conocer la misión y visión del restaurante, esto debido a que el restaurante aún no cuenta con una misión y visión establecida, por lo cual será necesario proponerlas.

Pregunta:

4. ¿Conoce la estructura organizativa del restaurante? (Organigrama)

Si No

Objetivo: Identificar si los empleados conocen la estructura organizativa del restaurante

Pregunta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa %
Si	0	0%
No	8	100%
Total	8	100%



Interpretación:

De acuerdo a los datos obtenidos el 100% afirma no conocer la estructura organizativa del restaurante, esto debido a que el restaurante aún no cuenta con un organigrama establecido, por lo cual será necesario proponerlo.

Pregunta:

5. ¿Qué tan satisfecho se siente trabajando para el restaurante Las Palmeras?

Si No

Objetivo: Identificar el nivel de satisfacción que los empleados tienen laborando en el restaurante

Pregunta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa %
Muy satisfecho	0	0%
Satisfecho	8	100%
Poco satisfecho	0	0%
Nada satisfecho	0	0%
Total	8	100%



Interpretación:

Según de la encuesta realizada el 100% de los encuestados se muestra satisfecho trabajando para el restaurante "Las Palmeras", lo cual indica que hay un muy buen nivel de satisfacción, sin embargo, habría que indagar sobre las razones por las que los empleados no se encuentran muy satisfechos y así lograr que todo el personal trabaje al cien por ciento. Además, es importante identificar que no falte algún tipo de capacitación o prestaciones adicionales que les ayude a sentirse muy satisfechos

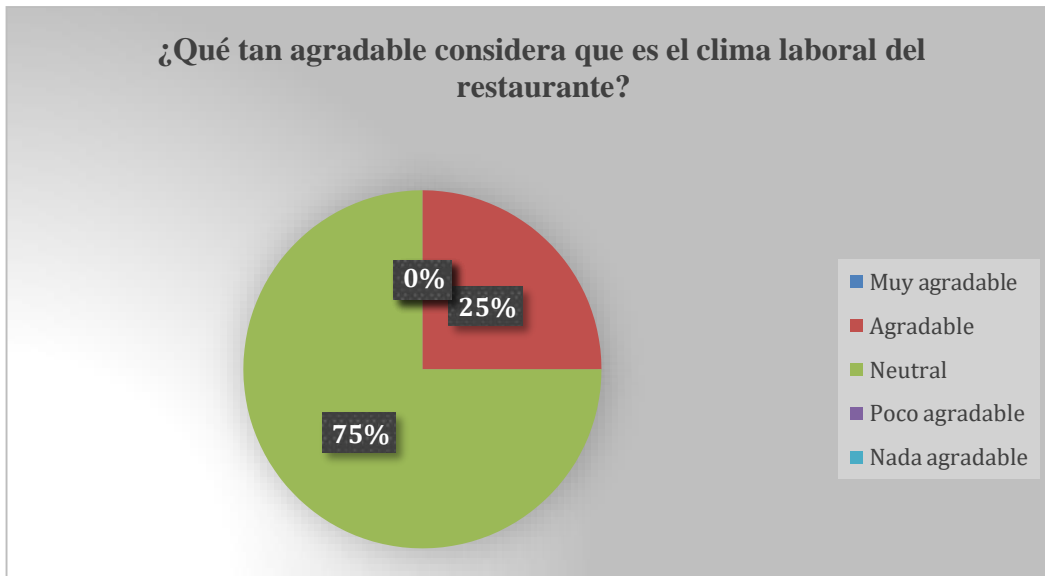
Pregunta:

6. ¿Qué tan agradable considera que es el clima laboral del restaurante?

Si No

Objetivo: Identificar el nivel de satisfacción de los empleados con respecto al clima laboral del restaurante

Pregunta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa %
Muy agradable	0	0%
Agradable	2	25%
Neutral	6	75%
Poco agradable	0	0%
Nada agradable	0	0%
Total	8	100%



Interpretación:

El 25% considera que el clima laboral es agradable, mientras que el 75% considera que es neutral, por tanto, en este aspecto el restaurante tiene un área de oportunidad de mejora significativa para así lograr que los empleados se sientan satisfechos con el clima laboral.

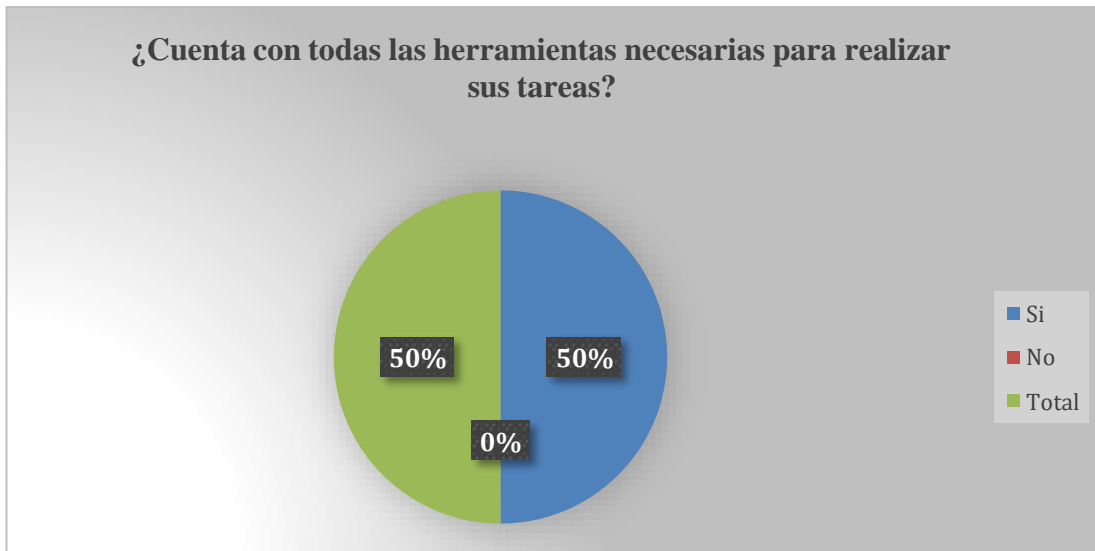
Pregunta:

7. ¿Cuenta con todas las herramientas necesarias para realizar sus tareas?

Si No

Objetivo: Identificar si los empleados cuentan con las herramientas necesarias para realizar sus tareas

Pregunta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa %
Si	8	100%
No	0	0%
Total	8	100%



Interpretación:

De acuerdo a los datos obtenidos el 100% expresa contar con todas las herramientas de administración y operativas necesarias para realizar las tareas, por lo cual en esta parte no se encontró área de mejora, sin embargo, siempre es necesario llevar un control periódico para asegurarse de que los empleados siempre cuenten con las mismas para un mejor desempeño.

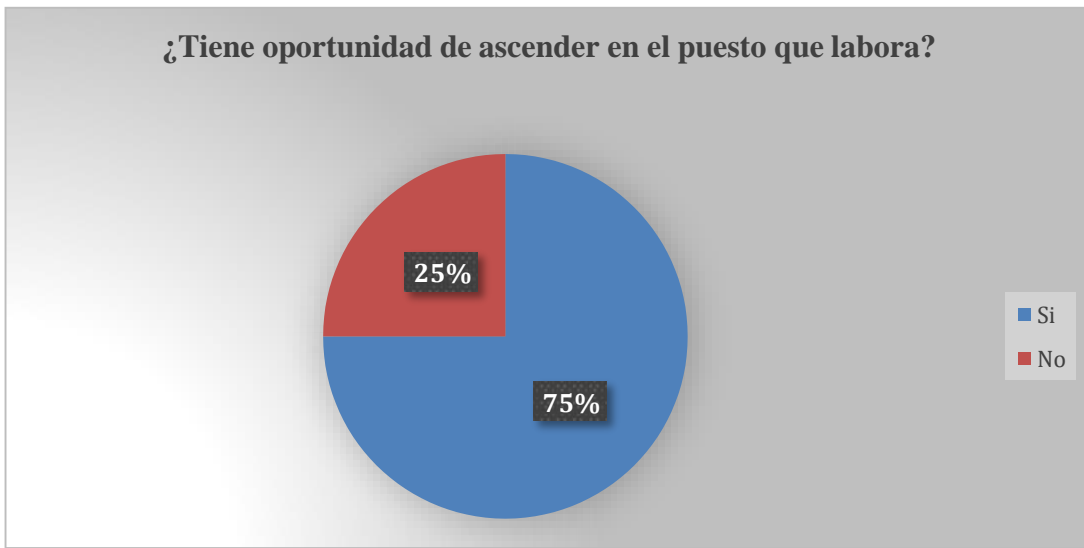
Pregunta:

8. ¿Tiene oportunidad de ascender en el puesto que labora?

Si No

Objetivo: Identificar las oportunidades de crecimiento con las que cuentan los empleados dentro de la empresa

Pregunta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa %
Si	6	75%
No	2	25%
Total	8	100%



Interpretación:

De acuerdo a los resultados el 75% de los empleados considera que tienen la oportunidad de ascender, mientras que el 25% de los empleados considera que no. Por tanto, se concluye que el restaurante cuenta con espacios para que los empleados puedan crecer dentro de la empresa sin embargo esto no se da en todas las áreas.

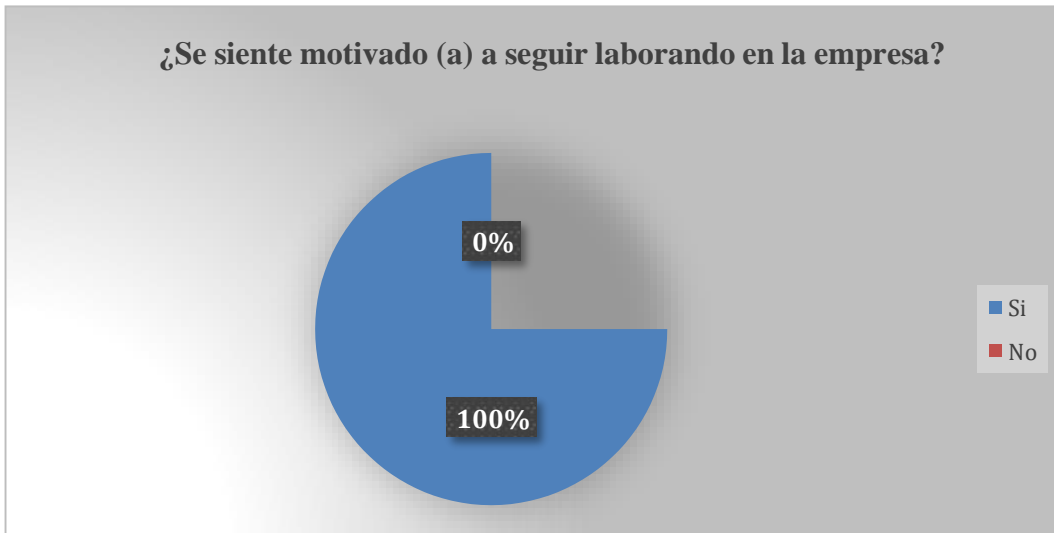
Pregunta:

9. ¿Se siente motivado(a) a seguir laborando en la empresa?

Si No

Objetivo: Identificar el grado de motivación de los empleados a seguir laborando en la empresa

Pregunta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa %
Si	8	100%
No	0	0%
Total	8	100%



Interpretación:

Del total de encuestados el 100% se sienten motivados a seguir laborando en la empresa por lo cual es un aspecto muy positivo ya que evita la deserción del personal que conforma la empresa en el desempeño de sus actividades.

Pregunta:

10. ¿Cuenta con contratación formal?

Si No

Objetivo: Identificar si los empleados cuentan con una contratación formal

Pregunta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa %
Si	0	0%
No	8	100%
Total	8	100%



Interpretación:

El 100% afirmó no contar con una contratación formal, lo que demuestra que a la empresa le falta establecer contratos formales con todos los trabajadores, lo cual puede influir a que el personal se retire de la misma. Así como también puede caer en violación a las que regulan el código de trabajo y otras leyes, lo cual es dañino para la administración del restaurante y propietario.

Pregunta:

11. ¿Considera que su salario corresponde a su nivel de responsabilidad?

Si No

Objetivo: Identificar si los empleados están conformes con su salario en base a sus funciones.

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Si	6	75%
No	2	25%
Total	8	100%



Interpretación: Según los encuestados se observa que el 75% está de acuerdo a sus funciones y salarios porque es justo pero un 25% no está de acuerdo ya que tienen más responsabilidad o se quedan a horas tardías en el restaurante por lo tanto se debe analizar al personal que no está de acuerdo con la situación.

Pregunta:

12. ¿Existe un manual en donde se indiquen sus funciones y cómo realizarlas?

Si No

Objetivo: Determinar si el restaurante cuenta con manuales de descripción de funciones a los empleados.

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Si	0	0%
No	8	100%
Total	8	100%



Interpretación: El 100% de los encuestados afirmo que no existen manuales administrativos que describan sus funciones y de acuerdo al trabajo que deben desempeñar cada uno según su puesto de trabajo sino que únicamente son comunicadas a los empleados cuando inician su periodo de labores.

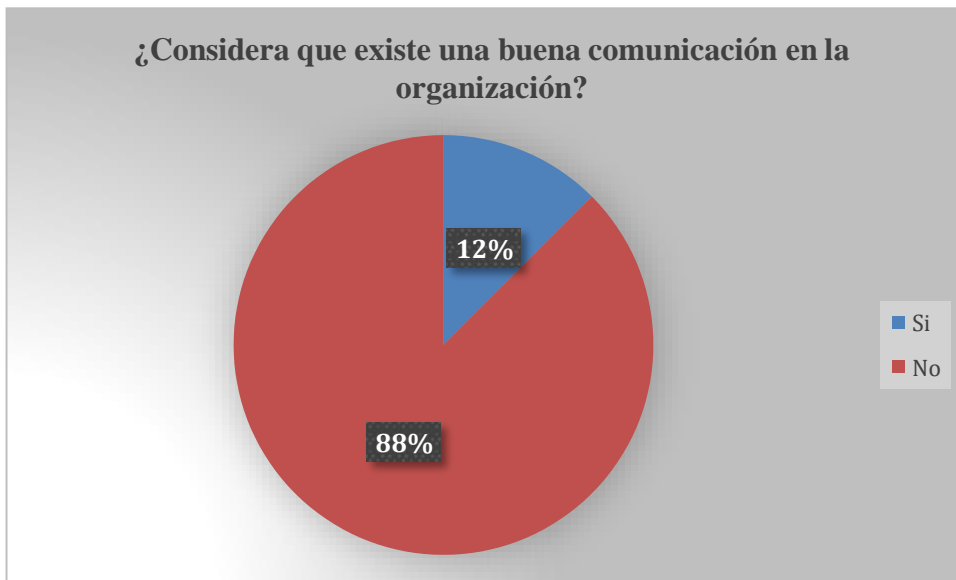
Pregunta:

13. ¿Considera que existe una buena comunicación en la organización?

Si No

Objetivo: Identificar si existe una comunicación entre el propietario y empleados en el restaurante.

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Si	1	12%
No	7	88%
Total	8	100%



Interpretación: Según las encuestas realizadas en el restaurante un 88% no están de acuerdo que existe una buena comunicación en el establecimiento y un 12% está de acuerdo lo cual indica que hay una deficiencia en ese aspecto y por tanto se debe trabajar la dirección del restaurante y debe proporcionar capacitaciones sobre la comunicación y de esta manera se mejora la producción desempeñando las funciones de la mejor manera.

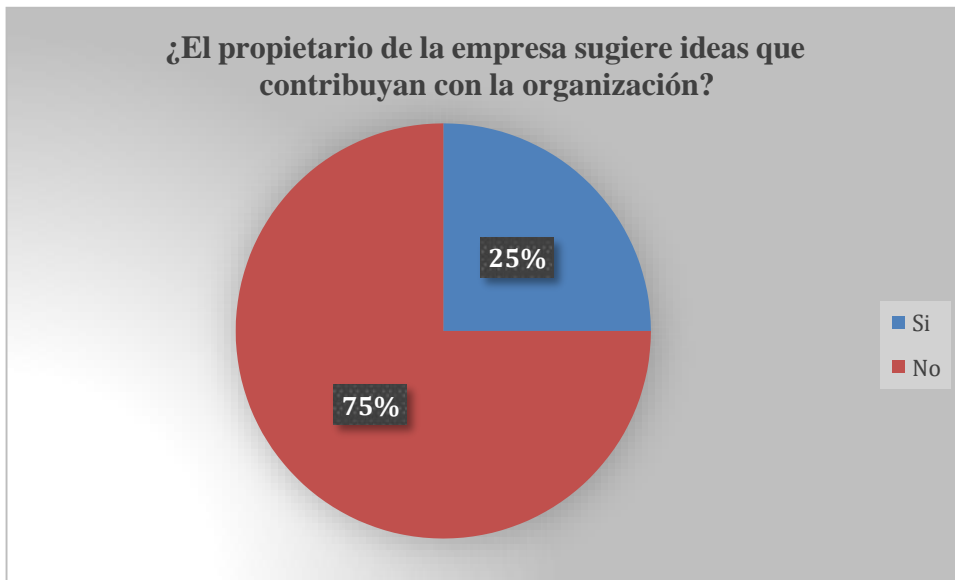
Pregunta:

14. ¿El propietario de la empresa sugiere ideas que contribuyan con la organización?

Si No

Objetivo: Verificar si el propietario investiga las necesidades del restaurante para un mejor manejo de este.

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Si	2	25%
No	6	75%
Total	8	100%



Interpretación: El 75% de los empleados dicen que el propietario del restaurante no realiza ningún procedimiento para contribuir a nuevas ideas o necesidades que necesite este mientras que el 25% considera que si, por lo tanto no existe comunicación y trabajo en equipo para que la empresa pueda crecer y desempeñarse en el tiempo.

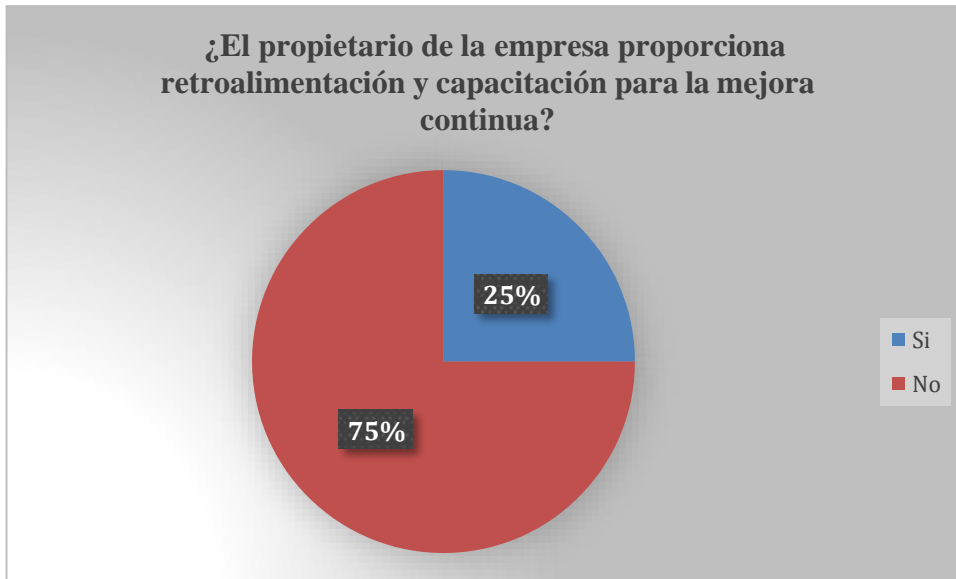
Pregunta:

15 ¿El propietario de la empresa proporciona retroalimentación y capacitación para la mejora continua?

Si No

Objetivo: Identificar si se imparten capacitaciones para los empleados del restaurante.

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Si	2	25%
No	6	75%
Total	8	100%



Interpretación: El 25% han realizado capacitaciones de algún tipo para el personal con el que cuenta en el establecimiento y un 75% no cuenta con ninguna capacitación impartida a los empleados por lo cual es necesario que se realicen capacitaciones a todo el personal una o dos veces al año.

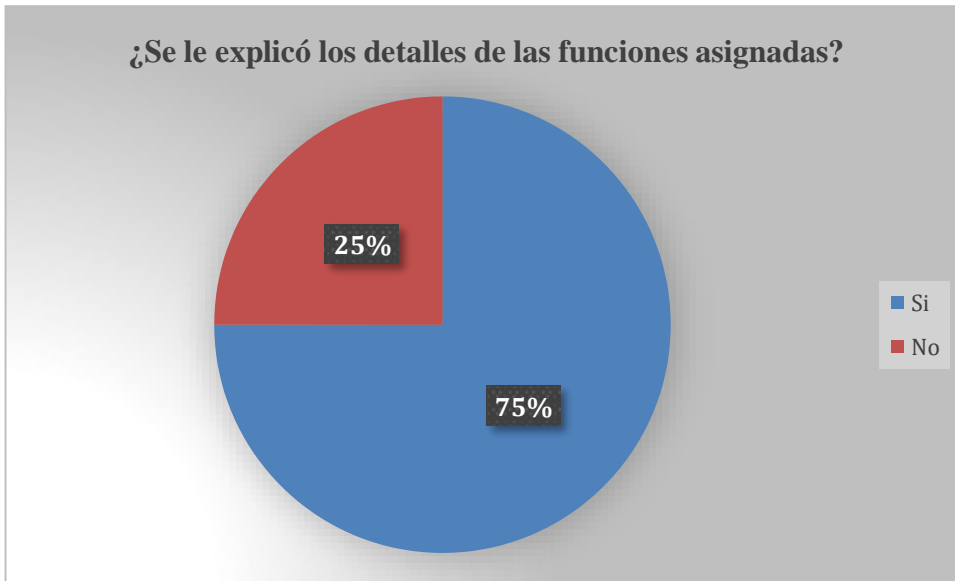
Pregunta:

16. ¿Se le explicó los detalles de las funciones asignadas?

Si No

Objetivo: Identificar si los empleados del restaurante conocen los detalles de cada una de las funciones asignadas.

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Si	6	75%
No	2	25%
Total	8	100%



Interpretación: De los datos anteriores se tiene que el 75% de los empleados encuestados no se explicaron detalladamente las funciones asignadas de cada puesto de trabajo sino que únicamente son comunicadas a los empleados en el transcurso y un 25% restante si se les detallo.

Pregunta:

17. ¿Considera que el espacio de trabajo se conserva limpio y ordenado?

Si

No

Objetivo: Identificar si las áreas de trabajo del restaurante son salubres para su uso.

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Si	8	100%
No	0	0%
Total	8	100%



Interpretación: El 100% de los empleados encuestados están de acuerdo ya que se controlan los factores físicos de los establecimientos en lo que respecta a las condiciones de estos y la limpieza que presentan.

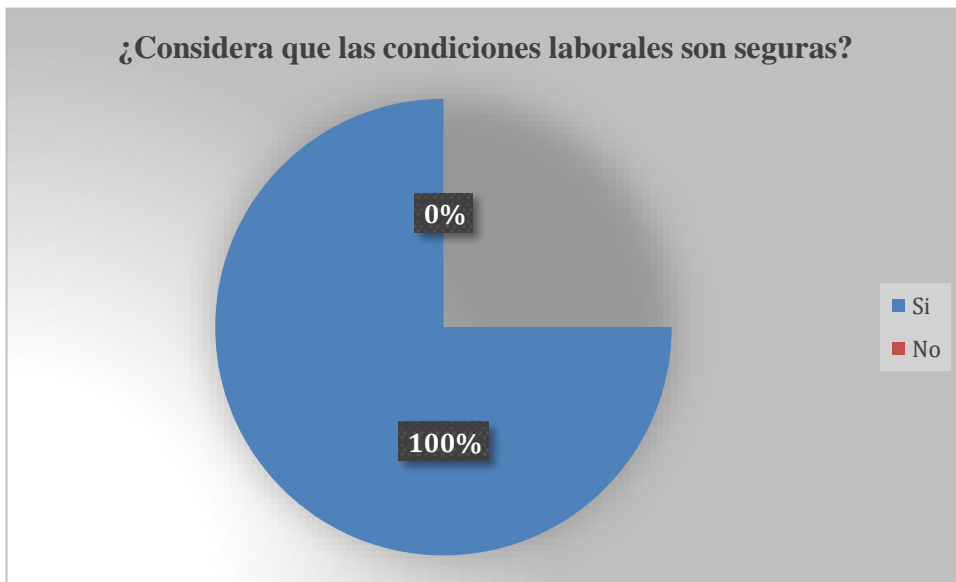
Pregunta:

18. ¿Considera que las condiciones laborales son seguras?

Si No

Objetivo: Identificar si los empleados no corren ningún riesgo en su espacio de trabajo

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Si	8	100%
No	0	0%
Total	8	100%



Interpretación: El 100% de los empleados está de acuerdo que en el establecimiento se están cumpliendo con las condiciones de seguridad laboral por lo cual es un aspecto positivo y que debe mantenerse pero lo más delicado es que no se les paga las prestaciones de ley como lo establece el código de trabajo por lo cual no tienen acceso a la seguridad social que por ley les corresponde.

Pregunta:

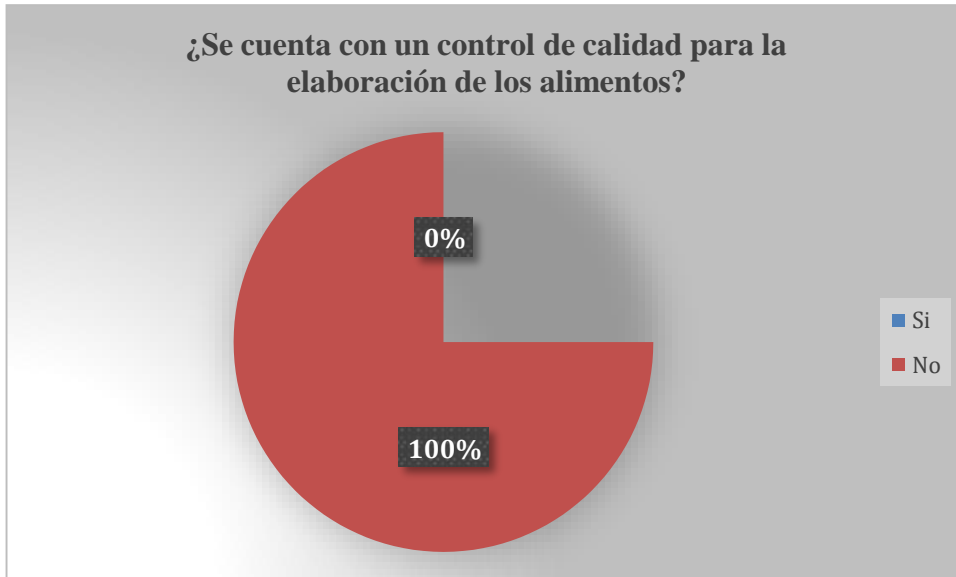
19 ¿Se cuenta con un control de calidad para la elaboración de los alimentos?

Si No

Objetivo:

Identificar si el restaurante cumple con los estándares de calidad para la elaboración de sus alimentos.

Pregunta	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Si	0	0%
No	8	100%
Total	8	100%



Interpretación:

De acuerdo a los datos obtenidos el 100% de los empleados, respondieron que no cuentan con un control de calidad para la elaboración de los alimentos, lo cual indica que el restaurante necesita mejorar para asegurar que sus productos puedan lograr cumplir con las *normas de calidad* alimentaria y lograr una mejor satisfacción a los consumidores finales.

Pregunta:

20 ¿Siente que trabajando en el restaurante puede equilibrar su vida personal y profesional?

Si No

Objetivo:

Conocer el nivel de satisfacción de los empleados hacia el restaurante.

Pregunta	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Si	4	50%
No	4	50%
Total	8	100%



Interpretación:

Los resultados muestran que un 50% de los empleados encuestados respondieron que si pueden equilibrar su vida personal y profesional, mientras que el otro 50% indicó que no, por lo cual invitamos a brindar horarios más flexibles como rotación de estos para apoyar a los empleados a que logren un mejor equilibrio, dándoles alternativas ya sea cambiando su día libre.

Pregunta:

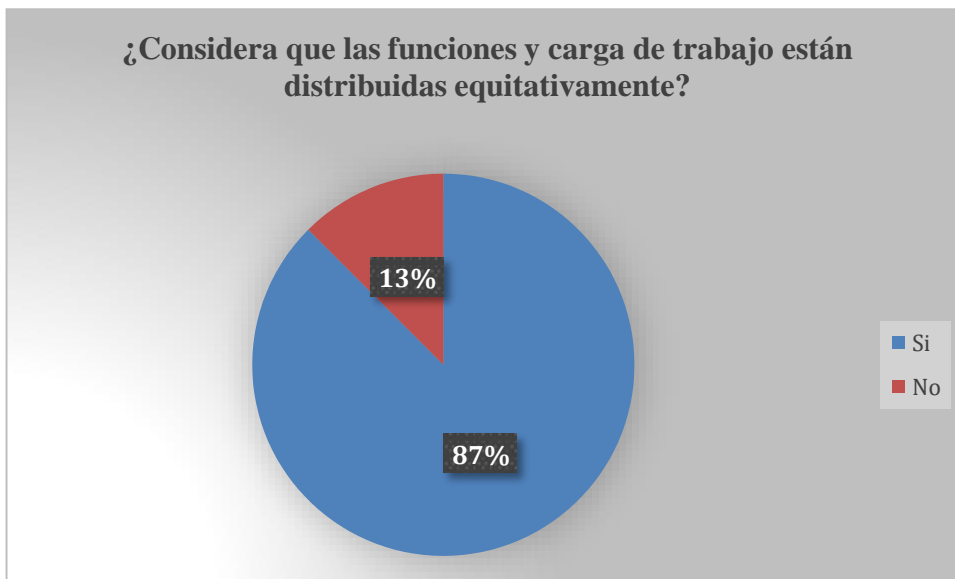
21 ¿Considera que las funciones y carga de trabajo están distribuidas equitativamente?

Si No

Objetivo:

Conocer la opinión de los empleados respecto a la distribución de funciones del trabajo.

Pregunta	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Si	7	88%
No	1	13%
Total	8	100%



Interpretación:

Los resultados muestran que en su mayoría con un 87% los empleados si están de acuerdo que las funciones de trabajo están distribuidas equitativamente, mientras que un 13% respondió que no, por lo tanto se puede realizar una evaluación de la carga laboral de cada uno de los puestos dentro del restaurante, para así realizar una mejor reorganización.

Pregunta:

22 ¿Considera que los conocimientos brindados durante el período de inducción fueron suficientes para lograr un buen desempeño en su puesto de trabajo?

Si No

Objetivo:

Identificar si los conocimientos brindados en la inducción fueron suficientes para lograr un buen desempeño en sus funciones.

Pregunta	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Si	2	25%
No	6	75%
Total	8	100%



Interpretación:

De acuerdo a los datos obtenidos, el 25% de los empleados considera que los conocimientos brindados durante el período de inducción fueron satisfactorios para el desempeño de sus funciones, mientras que un 75% respondió que no, lo cual indica que se puede mejorar para brindar un mejor servicio.

Pregunta:

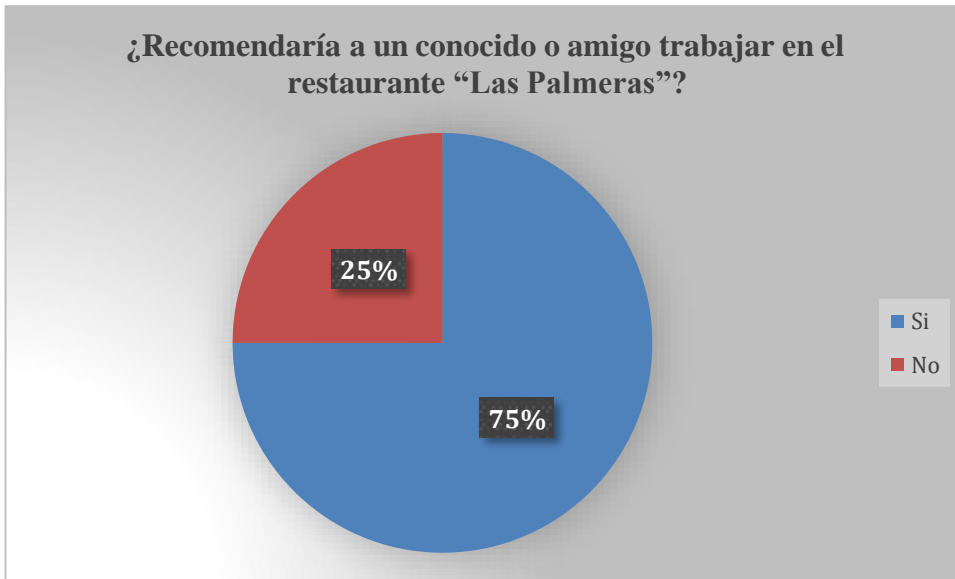
23 ¿Recomendaría a un conocido o amigo trabajar en el restaurante “Las Palmeras”?

Si No

Objetivo:

Conocer la opinión de los empleados si recomendarían a un amigo o conocido trabajar en el restaurante.

Pregunta	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Si	6	75%
No	2	25%
Total	8	100%



Interpretación:

Los resultados muestran que en su mayoría con un 75% los empleados si recomendaría a un conocido o amigo trabajar en el restaurante, mientras que un 25% indico que no, por lo tanto se debe indagar las razones por la cual no recomiendan laborar en el restaurante.

Pregunta:

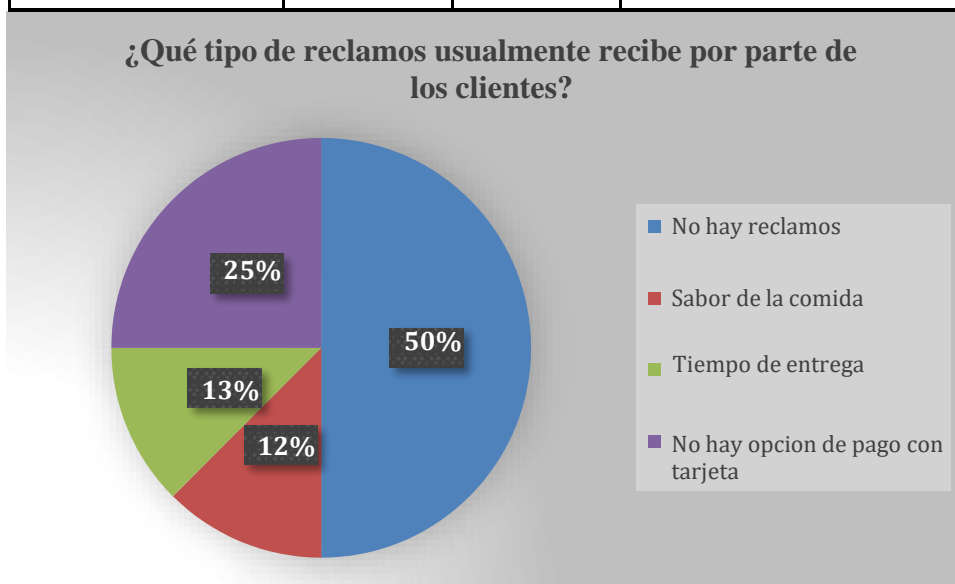
24 ¿Qué tipo de reclamos usualmente recibe por parte de los clientes?

Si No

Objetivo:

Conocer los tipos de reclamos que reciben por parte de los clientes para tomarlos en cuenta y poder mejorar.

Pregunta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa %
No hay reclamos	4	50%
Sabor de la comida	1	12%
Tiempo de entrega	1	13%
No hay opción de pago con tarjeta	2	25%
Total	8	100%



Interpretación:

A través de la gráfica se observa que el 50% de los encuestados respondieron que no hay reclamos, mientras que un 25% indicó que no hay opción de pago con tarjeta, un 12% respondió el sabor de la comida, y solo un 13% comentó el tiempo de espera para que les preparen su comida debido a que hay poco personal para atender cuando este se llena por lo cual se identifica que la mayoría de reclamos es por el servicio al cliente ya que es necesario la contratación de más personal para temporadas de alta demanda

Pregunta:

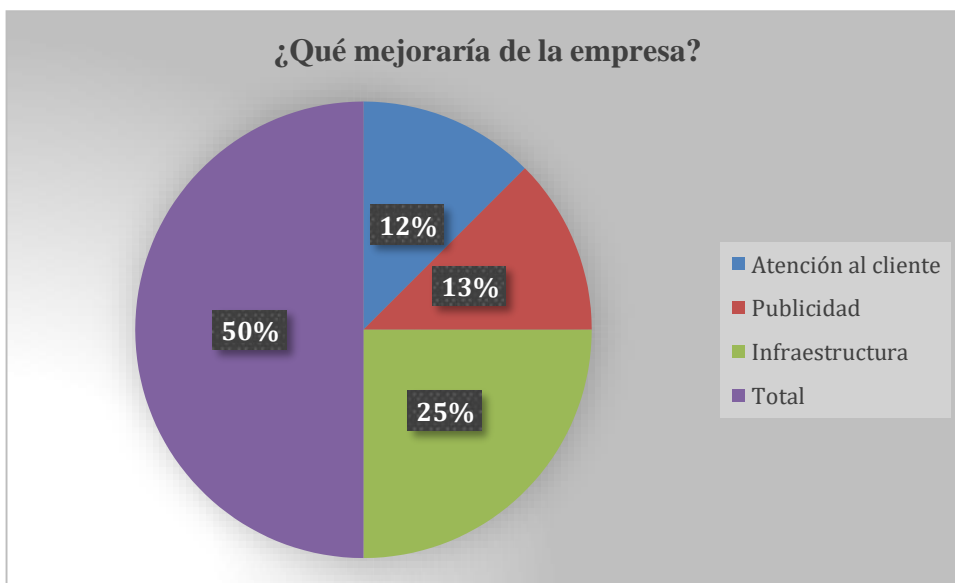
25 ¿Qué mejoraría de la empresa?

Si No

Objetivo:

Conocer la opinión de los empleados, sobre que consideran que se debe mejorar en el restaurante.

Pregunta	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Atención al cliente	2	25%
Publicidad	2	25%
Infraestructura	4	50%
Total	8	100%



Interpretación:

De acuerdo a los resultados se observa que un 50% respondieron que se debe mejorar la infraestructura, un 30% indico que la publicidad, mientras que un 20% dijo que la atención al cliente, por lo tanto se debe indagarlos que áreas específicas se deben mejorar, debido a que la mayoría dijo que la infraestructura pero de acuerdo a las observaciones la infraestructura se encuentra en muy buen estado, ya que dichas mejoras podrían atraer más clientes potenciales.

Pregunta:

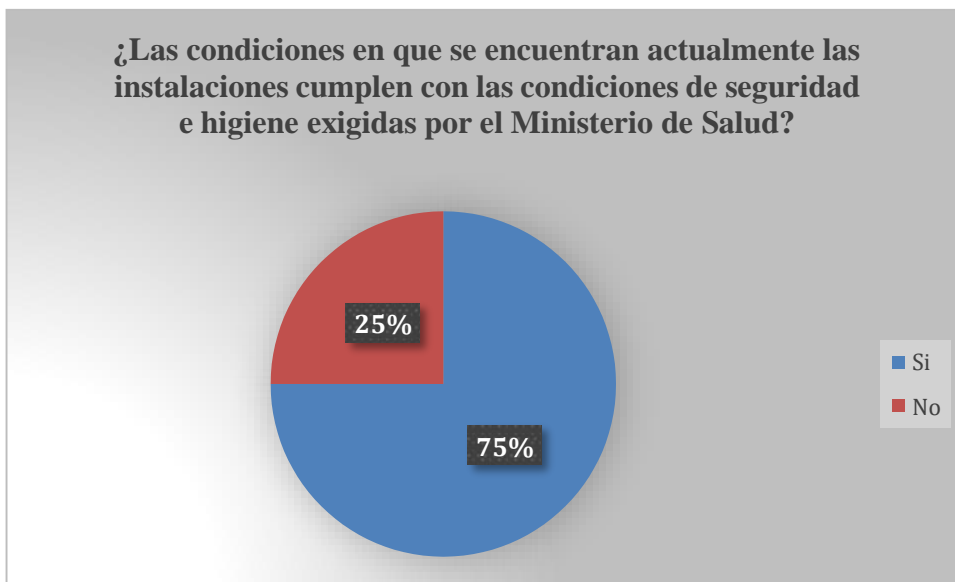
26 ¿Las condiciones en que se encuentran actualmente las instalaciones cumplen con las condiciones de seguridad e higiene exigidas por el Ministerio de Salud?

Si No

Objetivo:

Identificar si las condiciones en que se encuentran actualmente el restaurante cumplen con las condiciones de seguridad e higiene.

Pregunta	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Si	6	75%
No	2	25%
Total	8	100%



Interpretación:

De acuerdo a los datos obtenidos el 75% de los empleados encuestados indican que el restaurante cumple con las condiciones de seguridad e higiene, mientras que un 25% respondió que no, lo cual se debe verificar que el equipo de trabajo cuente con formación en higiene y seguridad alimentaria, para brindar un mejor servicio con altos estándares en calidad de producto.

Pregunta:

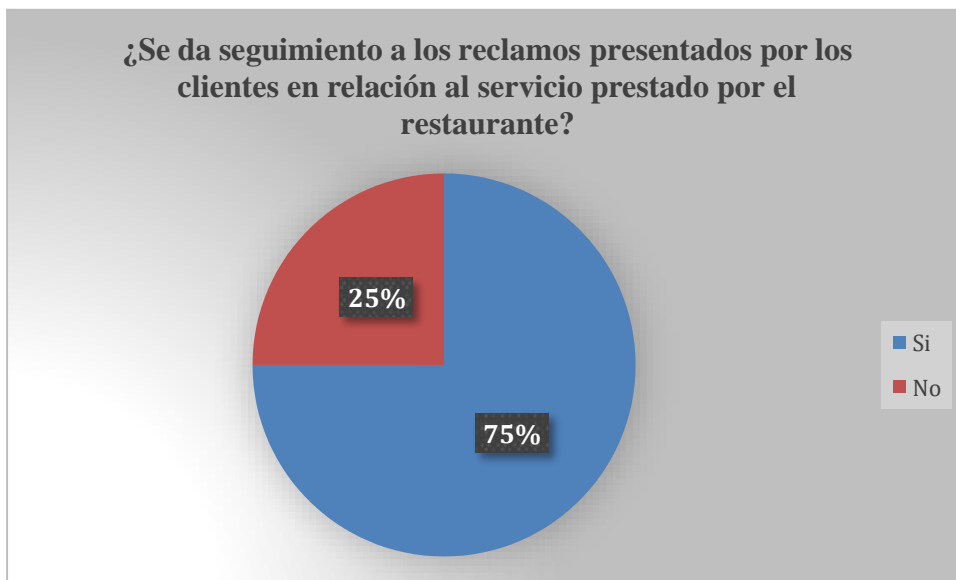
27 ¿Se da seguimiento a los reclamos presentados por los clientes en relación al servicio prestado por el restaurante?

Si No

Objetivo:

Verificar si se brinda seguimiento a los reclamos presentados por los clientes.

Pregunta	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Si	6	75%
No	2	25%
Total	8	100%



Interpretación:

Según los datos recolectados un 75% respondió que si se brinda seguimiento a los reclamos que se presenten, mientras que un 25% respondió que no, esto indica que se puede mejorar para un buen servicio escuchando con atención lo que indica el cliente, aceptar su queja y otórgale una solución, brindarle ya sea un postre como cortesía, que la experiencia no se vea afectada y, con ello, buscar cómo minimizar el daño, para la satisfacción de este.

Anexo n° 4

Análisis lista
de
Cotejo

Variables Observables		Interpretación
Planificación	Se lleva un control de sistema de inventario	De acuerdo a lo observado si se lleva un sistema de control de inventario, sin embargo, este control no es exacto ya que siempre se agregan al sistema todas las entradas de inventarios
	Se cuenta con un sistema contable	Si se cuenta con un sistema contable el cual es el mismo sistema que se utiliza para el control de sistema de inventario. Sin embargo, este posee algunas deficiencias tales como que existen formas de que haya salidas de efectivo no autorizadas. Además de ello se lleva solamente el control de las entradas de efectivo y no de salidas, por lo cual se obtiene una contabilidad que no es exacta
	Se le brinda al personal capacitaciones para el desarrollo de sus funciones	Si se brindan capacitaciones, sin embargo, estas no son continuas ni tampoco están previamente organizadas
Organización	Existe una cadena de mando donde la línea de autoridad fluye desde la más alta dirección hasta los puestos más bajos.	No cumple con esta variable ya que no hay una cadena de mando en ninguna de las áreas de trabajo solo se hace rotación de personal.
	Las diferentes actividades de la organización se encuentran clasificadas en departamentos, cada uno de ellos con sus propias tareas.	En el establecimiento se cumple con la variable ya que esta se encuentra cada área clasificada y con cada una de las funciones correspondientes.
	La empresa cuenta con un canal de comunicación interna efectivo.	Si cuenta con un canal de comunicación interna aunque no es muy efectivo en todos sus empleados debido a que no viene de una autoridad directa o no se le da seguimiento por lo cual sigue siendo deficiente.
Productividad	Las actividades administrativas no se efectúan dentro del área de fabricación de alimentos.	Según lo observado todas las actividades tienen su propia área de trabajo al igual que las administrativas todos sus procesos tienen un establecimiento propio.
	La empresa cuenta con tecnologías de automatización en los diferentes procesos de producción.	Si cuenta con tecnologías de automatización ya que se puede recopilar datos y a la vez eliminar errores para así tener un aumento en la eficiencia de los procesos productivos.
	Los empleados cumplen con los procesos productivos establecidos de forma eficiente.	Está en proceso debido a que por falta de personal y de un orden se dificulta a que sus actividades sean de una manera eficiente.
Producto	Obtención de materia prima	Uno de los aspectos positivos con los que cuenta el restaurante es que la mayoría de la materia prima utilizada para la elaboración de sus productos es producida ahí mismo
	Hay variedad en el menú de los platillos del restaurante	El menú está dividido en diferentes secciones: Desayunos, aperitivos, sopas y ensaladas, almuerzo/cena, hamburguesas, postres, especiales de fin de semana (pastas, pizza), bebidas calientes, vinos, cervezas y cocteles con alcohol. Lo cual indica que el restaurante cuenta con un menú muy variado.
	La proporción de alimentos que se sirven guardan relación a la calidad y precio	Si se cumple con este aspecto, no obstante, las porciones de algunos platillos eran un poco reducidas y otros platillos contaban con precios muy bajos

Precio	La distribución de precios se sitúa en un mismo promedio de precios	Si, la mayoría de los platillos oscilaba entre los mismos precios por lo cual están equitativamente distribuidos
	Los precios están establecidos justamente de forma que se obtenga una ganancia adecuada	Si, en la mayoría de los platillos. Sin embargo, el precio de los platillos que contenían carnes estaba un poco bajos y no se obtiene una ganancia significativa
Plaza	El restaurante cuenta con un sistema de distribución ágil para que el cliente tenga acceso a sus servicios.	Está en proceso ya que no existe el uso de las redes sociales en su totalidad debido a esto no tienen un menú digital o actualizado.
	La localización del punto de venta es de fácil acceso	Si es de fácil acceso solo que no es muy reconocido el lugar y tiene más probabilidad de visitas turísticas.
	Se cuenta con un proceso sistemático y continuo que evalúa y analiza los procesos, servicios y técnicas de distribución dentro y fuera de la empresa con el fin de mejorar la eficiencia.	Está en proceso debido que estos son un poco deficientes en algunos aspectos, hay que mejorar el servicio al cliente y aún no cuenta con servicios a domicilio.
Promoción Y publicidad	El material, la organización y las imágenes de la carta son adecuadas y agradables a la vista del público	Si, los colores son agradables y las imágenes son claras y visibles
	La presentación, contraste de olores y textura de las comidas son agradables	Si, sin embargo, esto no es aplicable a todos los platillos, por lo cual sería conveniente establecer previamente el diseño de cada platillo
	La prontitud y técnica de servicio por parte del restaurante es eficiente y con profesionalidad	Se encuentra en proceso, puesto que en horas de mayor demanda el personal no da abasto por lo cual el servicio se vuelve un poco lento. Además de ello el personal no contaba con un uniforme distintivo que proporcione una imagen de profesionalidad

	Variables Observables	Interpretación
Planta	El área de cocina es adecuada para realizar todas las operaciones sin aglomeraciones	Según lo observado el área de cocina es amplio para realizar las operaciones sin problema.
	El local está ubicado en una zona geográfica donde las condiciones ambientales no representan fuentes de contaminación no controlables.	La zona en la cual se encuentra en restaurante no presenta fuentes de contaminación.
	El establecimiento está ubicado en un sitio exento de olores objetables, humo, polvo u otros contaminantes.	El establecimiento está ubicado en una zona en la cual hay bastantes árboles y vegetación, alejado del humo u otros contaminantes.
	El local está destinado únicamente para fines comerciales y no es utilizado para otras actividades no compatibles con la producción higiénica de alimentos.	Se observa que es únicamente para fines comerciales.
	El establecimiento es suficiente para las actividades de producción y además dispone de servicios sanitarios para el personal.	Si es suficiente para actividades de producción pero se puede mejorar e implementar atracciones como piscinas, algo que lo caracterice y pueda atraer más clientes.
	Las áreas del establecimiento están distribuidas adecuadamente.	Las áreas si esta distribuidas adecuadamente.
	El sistema de iluminación y ventilación es adecuado.	El sistema es bastante adecuado
	El equipo de cocida es el adecuado	Se verifica que el equipo de cocina es adecuado.
La distribución de mesas es ordenada y facilita el desplazamiento de personal y clientes.	Se observa que la distribución de mesas esta ordenado y es bastante amplio para facilitar el desplazamiento de los clientes.	

Anexo n°5
Anuncio
de
puestos vacantes



ESTAMOS CONTRATANDO

ASISTENTE DE COCINA

REQUISITOS

- Experiencia mínima de 1 año en puesto similar
- Eda de 20 a 40 años.
- Persona Responsable con actitud de servicio.
- Conocimiento de cocina comprobado.
- Capacidad de trabajar en equipo
- Buena presentacion

BENEFICIOS

- Tiempo completo
- Contrato indefinido
- Salario base
- Prestaciones de ley



Envía tu CV
laspalmeraslapalma@gmail.com



6020-3816



Anexo nº6

Esquema

de

entrevista

Parámetros	Aspectos para evaluar	Puntuación	Puntuación Obtenida
Entrevista	Desarrollo de la entrevista, responde de manera fluida, no titubea en sus respuestas, es preciso, transmite seguridad	10 puntos	
Experiencia en el área	Más de 2 años	5 puntos	
Situación Laboral actual	Disponibilidad Inmediata	5 puntos	
Posee Vehículo	Fácil movilización	5 puntos	
Aspiración salarial	se ajusta o aproxima a nuestro presupuesto	5 puntos	
Puntuación		25 puntos	
Total			

Anexo nº7

Tabla de evaluación del candidato

Criterios	Ponderaciones	Distribución de las ponderaciones					
		Concepto	%	Concepto	%	Concepto	%
Análisis Curricular	%	Estudios comprobables		Experiencia		Verificación de referencias personales y laborales	
Evaluación psicológica	%	Personalidad		Inteligencia		Habilidades	
Prueba técnica	%	Escrita		Practica		Verbal	
Entrevista	%	Muy buena		Buena		Regular	
TOTAL	100%						

Fechas de realización de pruebas

Análisis curricular	Evaluación psicológica	Evaluación técnica	Entrevista	Verificación de referencias personales y laborales	Finalización proceso

COMENTARIOS:

FIRMA DE ENTREVISTADOR

Anexo nº8

Entrevista y
evaluación del
candidato

- **Fecha:**
 - **Nombre del entrevistador:**
 - **Nombre del candidato:**
 - **Cargo solicitado:**
-

- **HISTORIAL LABORAL:**

1. Hábleme de su experiencia profesional, ¿Qué puestos ha desempeñado en los últimos años?
2. ¿Mantiene una buena relación con sus anteriores compañeros, Como cree que lo describirán?
3. ¿Cómo se desempeña trabajando bajo presión? Mencione un ejemplo
4. ¿Cuáles considera que son sus mayores logros obtenidos en sus trabajos previos?

Notas y comentarios

- **FORMACIÓN PROFESIONAL**

1. ¿Cuál ha sido su formación profesional?
2. ¿Qué preparación profesional especial ha tenido?
3. ¿Qué idiomas conoce y a qué nivel?

- Inglés

-Básico

-Intermedio

-Avanzado

4. ¿Maneja equipos de oficina relacionados al área de trabajo?

Computadora

Impresora

Caja registradora

Notas y comentarios

- **PROYECCIÓN PERSONAL**

1. ¿Cuáles considera que son sus objetivos a corto, mediano y largo plazo?
 - **Corto plazo:**
 - **Mediano plazo:**
 - **Largo plazo:**
2. ¿Por qué considera usted que es el candidato idóneo para ocupar la vacante?
3. ¿Cuáles considera que pueden ser sus ventajas ante los demás postulantes?
4. ¿Cuál es su mayor fortaleza?
5. ¿Cuál es su mayor debilidad?
6. ¿Por qué le interesa trabajar en esta empresa?
7. ¿Tiene alguna pregunta para nosotros?

Notas y comentarios

- **COMPORTAMIENTO EN EL ÁREA DE TRABAJO**

1. Cómo le gustaría trabajar: ¿Sólo? ¿En equipo? ¿Le es indiferente? Explique
2. ¿Es fácil para usted? integrarse a un grupo de trabajo?
3. ¿Considera usted que la amistad profesional y particular no deben mezclarse?
4. ¿Le cuesta aceptar instrucciones de sus superiores o solo las ejecuta, aunque no esté de acuerdo?
5. ¿Qué opinión tiene sobre sus jefes anteriores?

Notas y comentarios

FORMATO PARA EVALUAR AL CANDIDATO

- **HISTORIAL LABORAL:**

Considerar, Experiencia en el cargo, estabilidad laboral, logros significativos dentro del ámbito laboral, conocimientos en el área, capacidad de trabajar bajo presión y por último resolución de conflictos.

Comentarios: _____

Puntuación: _____

- **FORMACIÓN PROFESIONAL:**

Considerar, Nivel de educación, carrera a fin con el puesto vacante, Importancia sobre su estudio y el desarrollo de este, cursos, otros idiomas, manejo de equipos, aplicaciones, programas que aplican en el área de trabajo.

Comentarios: _____

Puntuación: _____

- **PROYECCIÓN PERSONAL**

Considerar los objetivos claros a corto, mediano y largo plazo, cualidades, debilidades, dedicación, autocontrol y confianza en sí mismo.

Comentarios: _____

Puntuación: _____

- **COMPORTAMIENTO EN EL ÁREA DE TRABAJO**

Considerar su preferencia para trabajar solo o en equipo, adaptabilidad, nivel de tolerancia, relaciones interpersonales con su equipo de trabajo, equilibrio entre lo personal y lo laboral.

Comentarios: _____

Puntuación: _____

Anexo n°9

Puntaje

de

candidatos

FACTORES	Historial de trabajo	Formación Profesional	Proyección Personal	Comportamiento en el trabajo	Puntuación	Puntuación Obtenida
MUY BAJO					01-04 Puntos	
BAJO					05-08 puntos	
PROMEDIO					09-12 puntos	
ALTO					13-16 puntos	
MUY ALTO	5	4	5	4	17-20 puntos	20 puntos

Tabla de evaluación	
1	MUY BAJO
2	BAJO
3	PROMEDIO
4	ALTO
5	MUY ALTO

• **COMENTARIOS:**

FIRMA DE ENTREVISTADOR

Anexo n°10
Formato de
inducción al
empleo



Formato de inducción al personal nuevo

Recursos Humanos

Ciudad	Lugar		Fecha
Nombre completo del trabajador			
Dui		Cargo	
Actividades a realizar	Cumplimiento		
	SI	NO	N/A
Descripción general de la empresa			
Historia de la organización			
Misión			
Visión			
Valores			
Estructura organizacional			
Reglamento interno			
Recorrido por las instalaciones			
Manual de bienvenida			
Políticas			
Inducción al puesto de trabajo			
Funciones del cargo			
Entrega de suministros			
Equipo de protección Personal			
Observaciones:			
Persona responsable de la actividad			
Nombre:		Firma:	

Anexo nº 11
Tarjeta
de
comentarios

Tarjeta de comentarios

1. ¿Cómo evaluarías tu nivel de satisfacción con la empresa?
 - Muy satisfecho
 - Satisfecho
 - Ni satisfecho ni insatisfecho
 - Insatisfecho
 - Muy insatisfecho

2. ¿Has recibido tu orden en el tiempo esperado?
 - Si
 - No

3. ¿Cómo evaluarías los siguientes atributos de nuestros servicios?
 - A. Calidad
1 - 2 - 3 - 4 - 5

 - B. Relación calidad/precio
1 - 2 - 3 - 4 - 5

 - C. Rapidez
1 - 2 - 3 - 4 - 5

4. ¿Recomendarías nuestros productos a un amigo o conocido?
1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6 - 7 - 8 - 9 - 10

5. ¿Hay alguna otra cosa que te gustaría decirnos?

Anexo nº12

Evaluación de escala de calificaciones

ÁREA DEL DESEMPEÑO	MUY BAJO	BAJO	MODE-RADO	ALTO	MUY ALTO	PUNTAJE
	1	2	3	4	5	
ORIENTACIÓN DE RESULTADOS						
Termina su trabajo oportunamente						
Cumple con las tareas que se le encomienda						
Realiza un volumen adecuado de trabajo						
CALIDAD						
Hace uso racional de los recursos						
No Requiere de supervisión frecuente						
Se muestra respetuoso y amable en el trato						
RELACIONES INTERPERSONALES						
Se muestra cortés con el personal y con sus compañeros						
Brinda una adecuada orientación a sus compañeros.						
Evita los conflictos dentro del trabajo						
INICIATIVA						
Muestra nuevas ideas para mejorar los procesos						
Tiene gran capacidad para resolver problemas						
TRABAJO EN EQUIPO						
Muestra aptitud para integrarse al equipo						
Se identifica fácilmente con los objetivos del equipo						
ORGANIZACIÓN						
Planifica sus actividades						
Se preocupa por alcanzar las metas						
PUNTAJE TOTAL:						

Anexo nº13
Evaluación
por
competencias

RESTAURANTE LAS PALMERAS

Evaluación de desempeño por competencias

Fecha:

DATOS DEL EVALUADO

Nombre:

Departamento:

Puesto:

DATOS DEL EVALUADOR

Nombre:

Periodo evaluado:

Fechas de evaluación: Primera fecha Segunda fecha Tercera fecha Cuarta fecha

COMPETENCIAS A EVALUAR

Indicaciones: Lea atentamente cada uno de los items y señale con una X la opción que mejor describa el comportamiento del empleado evaluado durante el presente periodo

COMPETENCIAS A EVALUAR	CALIFICACIÓN					Observaciones
	Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente	
Trabajo en equipo						
Tiene aptitud a ayudar a los demas compañeros de trabajo en el restaurante						
Ayuda a los nuevos trabajadores a incorporarse al equipo, guiandolos en sus funciones						
Tiene facilidad para expresar sus problemas, opiniones y hechos						
Tiene una buena comunicación con sus compañeros de trabajo						
Logra comprensión y compromiso grupal						
Innovación						
Tiene interes en seguir aprendiendo y adquiriendo conocimientos para mejorar su desempeño						
Tiene talento para cambiar estrategias y busqueda de soluciones a los problemas						
Pone atención por el desarrollo de nuevas tecnologías en su area de trabajo						
Vocación de servicio						
Tiene compromiso, interes y motivación por su trabajo independientemente por los beneficios obtenidos						
Satisface las necesidades de los clientes tanto internos como externos						
Tiene iniciativa en su interacción con los clientes internos y externos						
Iniciativa						
Actua tranquilamente dando soluciones y evitando problemas						
Tiene interes proponiendo ideas de acuerdo a los valores organizacionales del restaurante						
Se muestra proactivo y creativo en las diferentes actividades que se realizan						
Responsabilidad						
Tiene un buen nivel de eficiencia y alcanza siempre los objetivos que se le trazan						
Su conducta es acorde con los valores de la organización						
Cumple con las funciones de su cargo de una manera eficiente en los plazos establecidos						

Fortalezas

Áreas de Oportunidad

Sugerencias a la persona evaluada para mejorar su desempeño

FIRMA DEL EVALUADO

FIRMA DEL EVALUADOR

Anexo n°14

Manual

de

bienvenida

RESTAURANTE LAS PALMERAS



MANUAL DE BIENVENIDA

Ciudad de La Palma, Junio de 2023

Introducción

El presente manual de bienvenida ha sido elaborado pensando en el empleado para que se integre de una manera más fácil al restaurante

Tiene la finalidad de que conozca el establecimiento a la que ahora pertenece igualmente a que posea las bases para un adecuado desempeño en el trabajo y con ellos se adapte e identifique muchos más con la empresa

El documento presenta las generalidades del restaurante de las diferentes áreas de estas lo cual ayuda a adquirir el compromiso de cumplir con las obligaciones, poder poseer los diferentes beneficios como empleado para lograr un óptimo desempeño de las actividades y objetivos

Bienvenido/a



El restaurante Las Palmeras tiene el agrado de darle la más cordial y calurosa bienvenida a nuestra empresa, al mismo tiempo le desea que su incorporación a este equipo de trabajo represente para usted la tan anhelada oportunidad de demostrar con optimismo, las capacidades, habilidades y responsabilidad requerida así como también esa especial disposición al trabajo.

Es por ello por lo que la empresa por medio del Departamento De Recursos Humanos ha querido proporcionarle a usted el presente Manual de Bienvenida con el principal objetivo de darle a conocer de forma general la información pertinente sobre la historia de la Institución, la visión, misión, el objetivo institucional, los horarios de trabajo, las formas y días de pago y las prestaciones que la institución da a los empleados, el reglamento interno de la misma entre otros.

Todo ello, con la finalidad, de facilitarle, a usted nuevo miembro de la empresa la integración y orientación a sus primeras actividades laborales; y en espera de su máximo rendimiento laboral a lo largo de su instancia en la institución le damos la más cordial bienvenida.

¡BIENVENIDO/A AL RESTAURANTE

LAS PALMERAS

MISION Y VISION INSTITUCIONAL

MISIÓN



Somos una empresa dedicada a la mejora continua e innovación en nuestros procesos ofreciendo servicios de alimentos elaborados de forma orgánica y de alta calidad orientada a satisfacer las necesidades de nuestros clientes mediante un trato cálido y profesional por parte del equipo del restaurante.

VISION

Ser reconocidos como el mejor restaurante a nivel local por nuestros deliciosos y saludables alimentos, nuestro excelente servicio y atractivos y contar con talento humano dedicado a la mejora continua.

VALORES ORGANIZACIONALES

HUMILDAD



consideramos que siempre se puede mejorar y aprender, por tanto estamos abiertos a escuchar las sugerencias y comentarios de nuestros clientes.

EMPATÍA

Tratamos a nuestros clientes tal y como nos gustaría que nos trataran a nosotros. De esta forma nos anticipamos a sus necesidades en la medida en la que somos capaces, y brindar un servicio de calidad y calidez.

HONESTIDAD

Actuamos con rectitud e integridad, manteniendo un trato equitativo siendo un grupo de trabajo unido.

RESPECTO

Guardamos en todo momento la debida consideración a la dignidad humana y a su entorno.

RESPONSABILIDAD

Cumplimos nuestro deber, ejecutando las políticas y disposiciones de la empresa.

CONFIANZA

Nos desempeñamos con veracidad, puntualidad para fortalecer nuestro ambiente laboral.

INTEGRIDAD

Como organización tenemos la capacidad de actuar y manejarnos siempre de la mejor manera posible bajo cualquier circunstancia.

Restaurante

Las Palmeras

COMPAÑERISMO

Restaurante

Trabajamos siempre en equipo con todos los integrantes de la organización, compartiendo situaciones y conocimientos basados siempre en la armonía, por medio de la cooperación permanente entre cada uno de los elementos de nuestro componente humano.

COMPROMISO

Utilizando al máximo todas nuestras capacidades sacamos adelante todo aquello que nos ha sido confiado, teniendo como fin la transformación de las promesas en realidad

OBJETIVOS INSTITUCIONALES

OBJETIVO GENERAL:

Brindar una experiencia única a nuestros clientes mediante un excelente servicio y una alta calidad en nuestros productos para así lograr la fidelización de estos e incrementar las ventas.

OBJETIVOS ESPECIFICOS:

- Mantener una constante innovación y mejora en nuestros platillos mediante un control de calidad interno
- Poseer un ambiente cómodo para los clientes ofreciendo amplias instalaciones y un mejor servicio a estos de forma atenta y confiada
- Incrementar las ventas un 25% en el presente año mediante la implementación de estrategias de mercadeo y mejoras en los servicios

Las Palmeras

POLITICAS DEL RESTAURANTE



❖ Debe brindarse una buena atención al cliente en todo momento, independientemente de cuál sea su puesto de trabajo, si está en contacto con el cliente debe atenderlo bien, de manera que desde su llegada al restaurante se sienta bien recibido hasta el momento que se retire.

❖ Las instalaciones del restaurante deben estar siempre limpias, cómodas y agradables tanto para el cliente como para los empleados.



❖ Se deben realizar capacitaciones a los empleados por lo menos 3 veces al año para que ellos cuenten con los conocimientos necesarios para desempeñar sus funciones de la mejor forma posible

❖ En caso de que se de un extravío de insumo o utensilio la empresa realizará investigación exhaustiva para la detección de la persona implicada.



❖ No se puede consumir en el lugar de trabajo sustancias tales como alcohol, drogas alucinógenas y otros estupefacientes dentro de ella ni en horario laboral.

❖ Se debe realizar evaluaciones cada tres meses en los diferentes procesos del restaurante para garantizar la mejora continua



ANTECEDENTES HISTORICOS DEL RESTAURANTE



El restaurante “Las Palmeras” se constituye en el año de 2020, bajo la visión de generar un aporte a la economía local mediante la creación de empleo y el ofrecimiento de servicio de alta calidad.

Antes de fundarse como “Las Palmeras” anteriormente el restaurante estuvo en manos de otros dueños y bajo otros nombres, fue hasta el año 2020 que el dueño del terreno, German Hernández, decidió administrar el establecimiento y darle un enfoque distinto al que se le había dado anteriormente. Esta vez, la propuesta fue el mejoramiento de este en cuanto a las instalaciones. Se hizo una remodelación al lugar y se obtuvo nuevo inventario, también el concepto del restaurante cambió puesto que hoy es un sitio enfocado hacia los turistas y la propuesta es la de un ambiente más familiar.

Además de ello se introdujeron nuevos servicios, ya que se amplió el local con una segunda planta la cual está disponible para la celebración de eventos y también se incorporó el servicio de lavado de autos.



Las Palmeras

HORARIOS DE TRABAJO



1. Horario Administrativo

De 8:00 a.m. a 4:30 p.m. y de 11:00 a.m. a 8:00 p.m. con una pausa de 60 minutos para tomar alimentos, de lunes a domingo.

2. Turnos Rotativos

Estos varían sus horas de duración, debido a la naturaleza de las funciones que desempeñan.

DIAS Y FORMAS DE PAGO

Los salarios del personal se realizan quincenalmente se efectúan en los días 15 y 30 de cada mes a través de:

1. **Planillas:** Para personas que están contratadas por Ley de Salario y contratos.
2. **Cheque o Recibo por Servicios Profesionales y/o Personales.**

Lu	Ma	Mi	Ju	Vi	Sa	Do
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		



Las Palmeras

SERVICIOS QUE PRESTA LA INSTITUCION

Entre los productos que el restaurante ofrece se encuentra:

- ❖ Menú a la carta



- ❖ Realización de eventos sociales.



- ❖ Eventos culturales.

Molienda



- ❖ Lavado de auto



PRESTACIONES

Restaurante

Afiliación de AFPS



Afiliación al ISSS



Trámite y Extensión de
Constancias de Sueldo y
Tiempo de Servicio.



Asuetos, Vacaciones y
Licencias (Formales e informales)



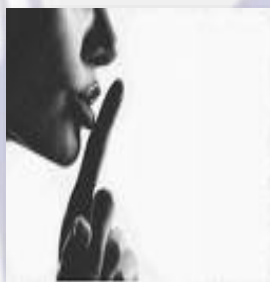
Las Palmeras

DEBERES DE LOS EMPLEADOS



- ❖ Asistir con puntualidad a su trabajo en las audiencias señaladas y dedicarse a él durante las horas que corresponden según las leyes y reglamentos respectivos.

- ❖ Desempeñar con celo, diligencia y probidad las obligaciones inherentes a su cargo o empleo.



- ❖ Guardar la reserva y discreción necesaria en los asuntos de los que tengan conocimiento por razón de su cargo o empleo, aun después de haber cesado en el desempeño de ellos.

- ❖ Respetar con dignidad a sus superiores jerárquicos, obedecer sus órdenes en asuntos de trabajo y observar seriedad en el desempeño de sus cargos.



- ❖ Conducirse con la debida corrección en las relaciones con sus compañeros de trabajo y con sus subalternos.

BIENVENIDOS AL RESTAURANTE
LAS PALMERAS

Anexo nº15

Manual

de

organización

Manual de Organización
Del
Restaurante Las Palmeras



Las Palmeras



Restaurante Las Palmeras

Manual de Organización General

INTRODUCCIÓN

El presente documento tiene el propósito de servir como una herramienta que nos ayudará a conocer la información general del restaurante Las Palmeras. Además expone a detalle la estructura de nuestra organización, describe ampliamente las funciones y la relación que existe entre las diferentes áreas. De igual forma contiene los antecedentes, la Visión y la Misión. Toda la información anterior ofrece una cultura organizacional idónea para el restaurante.

Es importante señalar que éste documento está sujeto a actualizaciones en la medida que se presenten variaciones y/o mejoras en la estructura organizacional del restaurante. El personal puede ser partícipe de ellas haciendo sus recomendaciones de mejora, poniéndose en contacto con el administrador quien las analizará y tomará en cuenta para futuros cambios o correcciones del presente manual.

Las Palmeras



Restaurante Las Palmeras

Manual de Organización General

ANTECEDENTES HISTÓRICOS

El restaurante “Las Palmeras” se constituye en el año de 2020, bajo la visión de generar un aporte a la economía local mediante la creación de empleo y el ofrecimiento de servicio de alta calidad.

Antes de fundarse como “Las Palmeras” anteriormente el restaurante estuvo en manos de otros dueños y bajo otros nombres, fue hasta el año 2020 que el dueño del terreno, German Hernández, decidió administrar el establecimiento y darle un enfoque distinto al que se le había dado anteriormente. Esta vez, la propuesta fue el mejoramiento de este en cuanto a las instalaciones. Se hizo una remodelación al lugar y se obtuvo nuevo inventario, también el concepto del restaurante cambió puesto que hoy es un sitio enfocado hacia los turistas y la propuesta es la de un ambiente más familiar.

Además de ello se introdujeron nuevos servicios, ya que se amplió el local con una segunda planta la cual está disponible para la celebración de eventos y también se incorporó el servicio de lavado de autos.

Las Palmeras



Restaurante Las Palmeras

Manual de Organización General

ESTRUCTURA ORGANICA

- 1 **Propietario**
- 2 Administrador
- 3 Contador
- 4 Encargado de caja
- 5 Jefe de Recursos Humanos
- 6 Auxiliar de recursos humanos
- 7 Jefe de cocina
- 8 Auxiliares de cocina
- 9 Lavalozas
- 10 Meseros
- 11 Hostess (persona que recibe los clientes)
- 12 Encargado de compras y almacén
- 13 Auxiliar de comprar y almacén

Las Palmeras



Restaurante Las Palmeras

Manual de Organización General

ORGANIGRAMA



RESTAURANTE LAS PALMERAS Organigrama



Autorizado por: German Rolando Hernández Valle
Propietario

Elaborado por: Equipo investigador
Fecha: 2/10/2023

Las Palmeras



Restaurante Las Palmeras

Manual de Organización General

MISIÓN

Somos una empresa dedicada a la mejora continua e innovación en nuestros procesos ofreciendo servicios de alimentos elaborados de forma orgánica y de alta calidad orientada a satisfacer las necesidades de nuestros clientes mediante un trato cálido y profesional por parte del equipo del restaurante.

VISIÓN

Ser reconocidos como el mejor restaurante a nivel local por nuestros deliciosos y saludables alimentos, nuestro excelente servicio y atractivos y contar con talento humano dedicado a la mejora continua.

Las Palmeras



Restaurante Las Palmeras

Manual de Organización General

FILOSOFÍA ORGANIZACIONAL

Humildad

Consideramos que siempre se puede mejorar y aprender, por tanto estamos abiertos a escuchar las sugerencias y comentarios de nuestros clientes.

Empatía

Tratamos a nuestros clientes tal y como nos gustaría que nos trataran a nosotros. De esta forma nos anticipamos a sus necesidades en la medida en la que somos capaces, y brindar un servicio de calidad y calidez.

Honestidad

Actuamos con rectitud e integridad, manteniendo un trato equitativo siendo un grupo de trabajo unido.

Respeto

Guardamos en todo momento la debida consideración a la dignidad humana y a su entorno.

Responsabilidad

Cumplimos nuestro deber, ejecutando las políticas y disposiciones de la empresa.



Restaurante Las Palmeras

Manual de Organización General

Confianza

Nos desempeñamos con veracidad, puntualidad para fortalecer nuestro ambiente laboral.

Integridad

Como organización tenemos la capacidad de actuar y manejarnos siempre de la mejor manera posible bajo cualquier circunstancia.

Compañerismo

Trabajamos siempre en equipo con todos los integrantes de la organización, compartiendo situaciones y conocimientos basados siempre en la armonía, por medio de la cooperación permanente entre cada uno de los elementos de nuestro componente humano.

Compromiso

Utilizando al máximo todas nuestras capacidades sacamos adelante todo aquello que nos ha sido confiado, teniendo como fin la transformación de las promesas en realidad.

Las Palmeras



DESCRIPCIÓN Y FUNCIONES DEL PROPIETARIO.

Misión

Planificar, organizar, dirigir eficazmente para alcanzar los objetivos y metas del restaurante.

Objetivo

General

Dirigir el restaurante de manera efectiva estableciendo metas para el equipo de trabajo para hacer crecer el establecimiento y brindar un servicio de calidad a nuestros clientes.

Específico

Desarrollar y vigilar las estrategias que permitan el logro de los objetivos del restaurante y establecimiento de metas.

Funciones

- Tomar decisiones basadas en un análisis que permitan el crecimiento del establecimiento.
- Elaborar un correcto análisis para el establecimiento de estrategias.
- Mantener las buenas relaciones públicas que sean necesarias para el óptimo funcionamiento y crecimiento del restaurante.
- Gestionar las herramientas necesarias para las funciones de los colaboradores.
- Dar a conocer los objetivos a los empleados con el apoyo del administrador.
- Establecer políticas y reglas que propicien un ambiente agradable en el área de trabajo.
- Elaborar proyecciones que permitan el establecimiento de metas.



Restaurante Las Palmeras

Manual de Organización General

- Elaborar juntas de manera mensual con los jefes de cada área para dar soluciones a los problemas que se hayan generado dentro de la organización ya sea con los proveedores, trabajadores y comensales.
- Supervisar el movimiento de todos los recursos.
- Participar en los días de limpieza general.

Organigrama

Propietario

DESCRIPCIÓN Y FUNCIONES DEL DEPARTAMENTO DE COCINA

Misión

Satisfacer las necesidades gastronómicas de nuestros clientes, ofreciendo alimentos y servicios con la más alta calidad.

Objetivos

General

Dirigir, organizar, planificar y controlar las actividades con relación a la producción de comida y su distribución al restaurante.

Específico

Coordinar y dirigir las actividades relacionadas con la preparación de alimentos dentro de las normas de calidad establecidas tanto por los estándares dispuestos por las autoridades como por el restaurante.



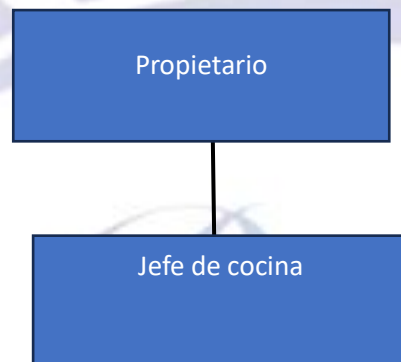
Restaurante Las Palmeras

Manual de Organización General

Funciones

- Planificar y organizar el trabajo en las cocinas, estableciendo los procedimientos y normas específicos del restaurante.
- Desarrollar todas las tareas necesarias para la preparación del servicio de cocina.
- Organizar y desarrollar los trabajos para la prestación del servicio de comida (tanto para el servicio dentro del restaurante como los servicios fuera del mismo).
- Elaborar menús y otras ofertas culinarias para banquetes y eventos de distinta naturaleza.
- Vigilar la máxima higiene al momento de la preparación de los alimentos.
- Evitar a toda costa el desperdicio de insumos.
- Realizar un reporte diario de lo que falta de insumos en su área para la preparación de alimentos del día siguiente y notificarle de ello al encargado de almacén.
- Participar en los días de limpieza general.

Organigrama





Restaurante Las Palmeras

Manual de Organización General

DESCRIPCIÓN Y FUNCIONES DEL DEPARTAMENTO DE CONTABILIDAD

Misión

Brindar a la gerencia información financiera confiable y útil para la toma de decisiones y control de gestión.

Objetivo

General

Realizar un registro de todas las operaciones del restaurante, tanto de ingresos como de egresos y mantener el control financiero de las distintas áreas del establecimiento.

Específico

Elaborar la contabilidad del restaurante recopilando y conciliando todos los datos económicos y financieros para así poder elaborar informes y garantizar su fiabilidad y exactitud.

Funciones

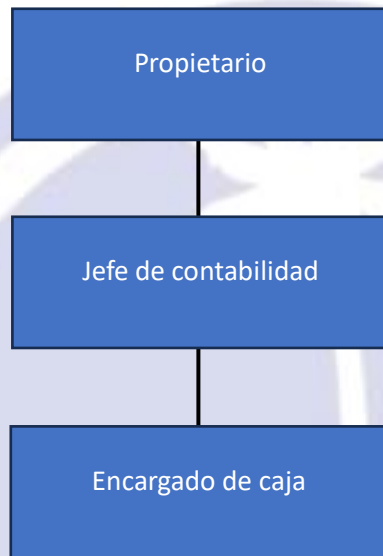
- Gestionar y controlar las operaciones diarias del departamento de contabilidad
- Controlar y analizar los datos contables y elaborar informes o estados financieros
- Establecer y aplicar métodos, políticas y principios contables adecuados
- Coordinar y llevar a cabo auditorías anuales
- Hacer recomendaciones
- Mejorar los sistemas y procedimientos e iniciar acciones correctivas
- Asignar proyectos y dirigir al personal para garantizar el cumplimiento y la exactitud
- Cumplir los objetivos de contabilidad financiera
- Establecer y mantener archivos y registros fiscales para documentar transacciones



Restaurante Las Palmeras

Manual de Organización General

Organigrama



Las Palmeras



Restaurante Las Palmeras

Manual de Organización General

DESCRIPCIÓN Y FUNCIONES DEL DEPARTAMENTO DE SERVICIO AL CLIENTE

Misión

Coordinar y dirigir las actividades relacionadas con el servicio dentro de los procedimientos y políticas dispuestos por el restaurante siempre encaminadas con la misión y objetivos organizacionales y buscando la satisfacción total de nuestros comensales.

Objetivos

General

Planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades relacionadas con la operación del restaurante para el servicio.

Específico

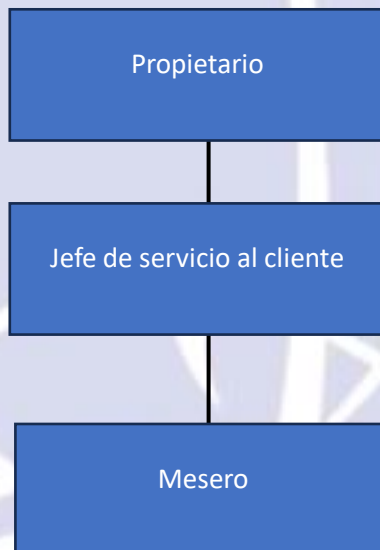
Supervisar y dirigir al equipo de camareros asignando tareas y asegurando que se cumplan los estándares de servicio al cliente.

Funciones

- Organizar y desarrollar los trabajos para el servicio a los comensales.
- Verificar la calidad del servicio con base a las normas, procedimientos y políticas establecidas por el restaurante.
- Supervisar la calidad, cortesía, rapidez y continuidad en el servicio.
- Programar juntas semanales con los meseros y garroteros con el fin de retroalimentar y capacitar en las actividades diarias de sus subordinados.

- Entrevistar, como segundo filtro, a los aspirantes para los diferentes puestos dentro del área del servicio dentro del salón.
- Atender a los clientes que reciban una atención cordial y eficiente.
- Asesora al cliente en aspectos gastronómicos, así como sobre la oferta de servicios disponibles cerca del establecimiento
- Supervisar la limpieza de las áreas de trabajo y del personal (el uniforme y aseo personal).
- Verificar que los trabajadores utilicen las herramientas necesarias para desempeñar su trabajo evitando accidentes.

Organigrama



Anexo n°16

Manual de
descripción de
puestos

RESTAURANTE LAS PALMERAS



MANUAL DE DESCRIPCIÓN DE PUESTOS

Ciudad de La Palma, Junio de 2023

MISION Y VISION INSTITUCIONAL

Misión

Somos una empresa dedicada a la mejora continua e innovación en nuestros procesos ofreciendo servicios de alimentos elaborados de forma orgánica y de alta calidad orientada a satisfacer las necesidades de nuestros clientes mediante un trato cálido y profesional por parte del equipo del restaurante.

Visión

Ser reconocidos como el mejor restaurante a nivel local por nuestros exquisitos alimentos orgánicos, nuestro excelente servicio al cliente y por contar con talento humano dedicado a la mejora continua.

Introducción

El manual de descripción de puestos ha sido creado debido a la necesidad de establecer las especificaciones de cada perfil de puesto con el que cuenta el restaurante de manera que este es un aspecto que reviste especial interés e importancia para la organización y para cada uno de los colaboradores, ya que la revisión del mismo ayuda a que cada colaborador desempeñe sus funciones de la manera más acertada. Asimismo, favorece a la comunicación interna y a la efectividad del desarrollo de las operaciones.

Además de la definición de las funciones que conlleva cada puesto se ha especificado los requisitos, el lugar jerárquico al que corresponde, las competencias y conocimientos necesarios para la ejecución de los mismos.

El contenido de cada puesto refleja las responsabilidades que el personal debe asumir al momento de ser contratado

Objetivos del manual

General:

Documentar la estructura de puestos de trabajo del Restaurante Las Palmeras correspondientes a cada una de las áreas con las que cuenta la organización para precisar las responsabilidades de cada colaborador.

Específicos:

- ✓ Definir las responsabilidades, requisitos básicos de cada puesto, competencias y conocimientos con los que debe contar cada candidato para lograr contratar al recurso humano mejor calificado

- ✓ Proporcionar de forma detallada la estructura organizativa y el área a la que pertenece cada perfil para facilitar la comunicación interna de la empresa


Estructura general del manual de descripción de puestos

El manual se divide en ocho secciones, las cuáles se describen a continuación:

- Ubicación jerárquica: en este apartado se especifica el lugar al que pertenece el puesto dentro de la estructura organizativa de la empresa (organigrama).
- Nominación de cargo: el nombre o cargo con el que se identifica el puesto de trabajo.
- Descripción de cargo: descripción breve sobre en qué consiste el puesto y sus funciones básicas.
- Nivel educativo: grado académico mínimo para aplicar al puesto.
- Experiencia laboral: experiencia previa en otros lugares de trabajo que es necesaria para aplicar al puesto.
- Competencias: destrezas, actitudes y aptitudes que debe tener el candidato o trabajador
- Conocimientos específicos: detalla los conocimientos específicos que debe poseer el candidato o trabajador para poder desempeñarse en el puesto de trabajo.
- Descripción de funciones: incluye todas las funciones detalladas que debe cumplir el trabajador una vez contratado.


Descripción de los puestos de trabajo

Propietario

Ubicación jerárquica	 <p>The diagram shows a brown rounded rectangle labeled 'Propietario' at the top, with a vertical line extending downwards from its center, and a horizontal line extending to the left and right from the top of this vertical line, forming a T-shape that indicates a top-level position in an organizational hierarchy.</p>
Nominación de cargo	Propietario/supervisor
Descripción de cargo	Planea, dirige, organiza y supervisa las actividades que se realizan en el restaurante en cada área del mismo.
Nivel educativo	Bachillerato o profesional en administración de empresas, ingeniería industrial, contaduría pública y otras similares
Experiencia laboral	
Competencias	Proactivo, orientación al logro, servicio al cliente, capacidad de trabajo en equipo, capacidad de análisis y toma de decisiones.
Conocimientos específicos	Planeación, dirección, organización, gestión del talento humano, gestión financiera, legislación para restaurantes, manejo de equipo informático
Descripción de funciones	
1	Es el representante legal de la empresa
2	Lidera la gestión estratégica de la empresa, planea los objetivos generales, específicos a corto, mediano y largo plazo
3	Define las políticas y normas de la organización
4	Analiza, controla y verifica la situación personal, administrativa, contable y financiera de la empresa
5	Supervisa el desempeño de los empleados de cada área y revisa que las instalaciones permanezcan en buen estado
6	Participa en el proceso de selección y contratación del personal
7	Gestiona el proceso de compras e insumos de materia prima
8	Es el encargado de la evaluación del desempeño del personal
9	Garantiza el cumplimiento de la normativa laboral

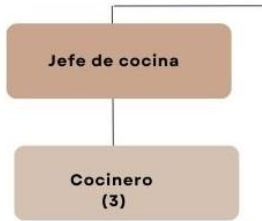
10	Ejecuta y desarrolla programas de mejora en atención al cliente
11	Aprueba las estrategias de mercado
12	Revisa y autoriza nóminas
13	Analiza los cotos y modificaciones de precios
14	Realiza juntas con socios, proveedores y empleados
15	Formula plan estratégico

Jefe de cocina

Ubicación jerárquica	 <p>The diagram shows a brown rounded rectangle labeled 'Jefe de cocina' with a vertical line extending downwards and a horizontal line extending to the right, indicating its position in an organizational structure.</p>
Nominación de cargos	Jefe de cocina
Descripción de cargo	Encargado de la elaboración de los platillos y de garantizar el correcto funcionamiento del área de cocina
Nivel educativo	Certificación, técnico o carrera universitaria en gastronomía
Experiencia laboral	Mínimo de 1 año como auxiliar o jefe de cocina en restaurantes u hoteles o cargos afines
Competencias	Proactivo, orientación al cliente, minucioso, creatividad, trabajo en equipo, orden y limpieza, pasión por las artes culinarias.
Conocimientos requeridos	Dirección, organización, planeación, orden y control de cocinas. Conocimiento de materias primas, equipos y técnicas de preparación de alimentos, tipos de cocción, sistemas de trabajo en la cocina, procesos de menú y carta, métodos de conservación y almacenamiento, poseer cultura general gastronómica, conocer y dominar técnicas clásicas y vanguardistas de cocina.
Descripción de funciones	
1	Desempeñar sus funciones manteniendo una excelente presentación
2	Conocer la carta en su totalidad y la forma de elaboración de cada platillo


3	Controlar la calidad de los procesos, esto incluye: supervisión de condiciones de materia prima y alimentos, garantizar la adecuada rotación de inventarios, inspeccionar la limpieza, orden, decoración y porciones en platos
5	Aplicación de normas sanitarias y medidas de seguridad
6	Vigilancia de aseo y desinfección de área de cocina
7	Capacitar y brindar conocimientos a subalternos de área de cocina
8	Elaboración de inventarios diario y físico semanal.
9	Revisión de inventario de despensa, diligencias de listas de mercado y requisiciones
10	Diseñar y estructurar menús para eventos
11	Recepción de pedidos de platillos recibidos por meseros, verificación de los mismos y asignación de órdenes a subalternos
12	Garantizar la prevención de pérdidas y robos en el área de cocina
13	Optimizar el uso de recursos

Cocinero

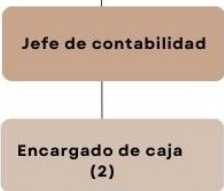
Ubicación jerárquica	 <pre> graph TD A[Jefe de cocina] --- B[Cocinero (3)] </pre>
Nominación de cargos	Cocinero
Descripción de cargo	Apoya en las actividades que son delegadas por el jefe de cocina
Nivel educativo	Certificación, técnico o carrera universitaria en gastronomía o carreras afines
Experiencia laboral	Mínimo un año como auxiliar de cocina
Competencias	Diligencia, orientación al logro, capacidad de trabajo en equipo, tolerancia al estrés, proactivo, orden y limpieza, pasión por las artes culinarias.

Conocimientos requeridos	Conocimiento de materias primas, equipos y técnicas de preparación de alimentos, tipos de cocción, sistemas de trabajo en la cocina, procesos de menú y carta, métodos de conservación y almacenamiento
Descripción de funciones	
1	Prepara los platos asignados por el jefe de cocina y verifica que los pedidos de los clientes estén listos de acuerdo a lo registrado en las órdenes recibidas por los meseros
2	Colabora con el aseo general del área de cocina
3	Participa en la elaboración de los platos y verifica que estos cumplan con los requerimientos necesarios tales como: porción completa, temperatura y cocción adecuada, presentación óptima y completa
5	Al terminar la jornada colabora con el aseo tanto de equipos como de las instalaciones físicas del área de cocina
6	Presentarse con el uniforme completo cumpliendo con una excelente higiene personal (cabello corto, uñas cortas y limpias, sin barba ni bigote, no aretes, no piercings)
7	Cumplir con las normas y procedimientos en materia de salud y seguridad laboral
8	Guardar estricta confidencialidad de las recetas e insumos utilizados para la elaboración de los productos, así como de la información interna de la empresa
9	Todas las demás funciones que le sean asignadas por sus superiores que sean inherentes a la naturaleza de su cargo


Jefe de contabilidad

Ubicación jerárquica	
Nominación de cargos	Jefe de contabilidad
Descripción de cargo	Encargado del registrar adecuadamente las operaciones económicas y gestionar la información contable de la empresa
Nivel educativo	Lic. en Contaduría Pública
Experiencia laboral	Mínimo 1 año como contador o auxiliar contable
Competencias	Proactivo, trabajo en equipo, capacidades de cálculo, honestidad, adaptación al cambio, organización, responsabilidad, razonamiento matemático.
Conocimientos requeridos	Conocimiento y aplicación de sistemas de información, legislación vigente y conocimientos técnicos del área de contabilidad
Descripción de funciones	
1	Encargado de la gestión financiera y contable del restaurante
2	Llevar la contabilidad de acuerdo a la normativa actual, a la vez establecer métodos, políticas y principios contables
3	Realizar análisis de la información contable y elaborar cuentas anuales para garantizar la factibilidad y continuidad del restaurante
4	Efectuar las auditorías financieras pertinentes
6	Administrar el personal del departamento de contabilidad y garantizar mejoras en los métodos y procedimientos de trabajo
7	Realizar los procesos de cierre mensual y anual
8	Garantizar que se mantengan los archivos y registros fiscales necesarios para documentar transacciones

Encargado de caja

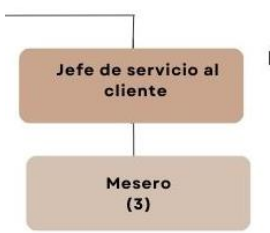
Ubicación jerárquica	 <pre> graph TD A[Jefe de contabilidad] --- B[Encargado de caja (2)] </pre>
Nominación de cargos	Encargado de caja
Descripción de cargo	Maneja el dinero que ingresa diariamente en caja, toma los pedidos y los tramita
Nivel educativo	Bachillerato
Experiencia laboral	No indispensable
Competencias	Orientación al logro, proactivo, orientación al cliente,
Conocimientos requeridos	Conocimientos numéricos, habilidades de servicio al cliente comunicación efectiva, trabajo en equipo
Descripción de funciones	
1	Recibir caja verificando la base de efectivo físico para el inicio de la jornada diaria
2	Registra las cuentas, cobra el consumo de todas las mesas y da los vueltos según corresponda
3	Realiza el aseo general de su área
5	Presentarse con el uniforme completo cumpliendo con una excelente higiene personal
6	Mantiene en orden el equipo y sitio de trabajo cumpliendo con las normas y procedimientos de salud y seguridad laboral
7	Todas aquellas funciones que sean asignadas por sus superiores y que sean inherentes a la naturaleza de su cargo

Jefe de servicio al cliente

Ubicación jerárquica	
Nominación de cargos	Jefe de servicio al cliente
Descripción de cargo	Brindar bienvenida y atención a los clientes que llegan al negocio y garantizar las necesidades de los mismos durante su estadía en el restaurante
Nivel educativo	Bachillerato o 9° Grado (Mínimo)
Experiencia laboral	No indispensable
Competencias	Proactivo, trabajo en equipo, capacidades de comunicación verbal y escrita, excelente presentación.
Conocimientos requeridos	Conocimiento y aplicación de software, manejo de equipo de oficina, redacción y ortografía.
Descripción de funciones	
1	Brindar atención a los clientes externos y dirigirlos al área correspondiente
2	Llevar registro de los clientes recibidos cada día en el restaurante, proporcionar tiempos de espera preciosos y controlar las listas de espera
3	Recibir las llamadas telefónicas del restaurante y canalizar la información de manera adecuada
5	Llevar a cabo la gestión de reservaciones
6	Proporcionar los menús y asignar el camarero que estará al servicio de la mesa
7	Mantener limpia su zona de trabajo
8	Ayudar a los camareros cuando sea necesario
9	Brindar atención a los clientes externos y dirigirlos al área correspondiente
10	Llevar registro de los clientes recibidos cada día en el restaurante, proporcionar tiempos de espera preciosos y controlar las listas de espera
11	Recibir las llamadas telefónicas del restaurante y canalizar la información de manera adecuada

12	Llevar a cabo la gestión de reservaciones
13	Proporcionar los menús y asignar el camarero que estará al servicio de la mesa
14	Mantener limpia su zona de trabajo
15	Ayudar a los camareros cuando sea necesario

Mesero

Ubicación jerárquica	 <pre> graph TD A[Jefe de servicio al cliente] --- B[Mesero (3)] </pre>
Nominación de cargos	Mesero/Camarero
Descripción de cargo	Responde por la atención y servicio al cliente en mesas
Nivel educativo	Bachillerato o educación media
Experiencia laboral	No indispensable
Competencias	Proactivo, destreza manual, agilidad, fuerza física, trabajo en equipo, trato con personas
Conocimientos requeridos	Tipos de servicio a la mesa y al cliente, normas de etiqueta, preparación básica de alimentos y bebidas, técnicas para servir bebidas, técnicas de comunicación para servicio al cliente.
Descripción de funciones	
1	Conocer la carta de menú y todos sus detalles, tales como: contenido, formas de preparación de los platillos, opciones de acompañamiento, sabores, precios, entre otros.
2	Desempeñar sus funciones con una excelente presentación personal: portar uniforme completo, uñas limpias, cortas y sin esmalte, maquillaje suave, cabello arreglado

3	Montar y limpiar mesas
4	Comunicar sobre inconvenientes, sugerencias y comentarios de clientes al propietario
5	Recibir y despedir clientes, brindar información del menú y tomar las órdenes de los mismos
6	Elaboración de órdenes y digitación del pedido en el sistema
7	Recogida de vajilla y limpieza de la misma
8	Solicitud de precuenta, presentación al cliente, pago en caja, entrega del cambio y/o voucher (diligenciado con firma, teléfono y DUI)
9	Atención constante a la mesa, incentivar el incremento del consumo
10	Todas las funciones que le sean asignadas por sus superiores y que sean inherentes a su cargo

Anexo n°17
Manual de
políticas y
normas

RESTAURANTE LAS PALMERAS



MANUAL DE POLÍTICAS Y NORMAS

Ciudad de La Palma, Junio de 2023

MISIÓN Y VISIÓN INSTITUCIONAL

Misión

Somos una empresa dedicada a la mejora continua e innovación en nuestros procesos ofreciendo servicios de alimentos elaborados de forma orgánica y de alta calidad orientada a satisfacer las necesidades de nuestros clientes mediante un trato cálido y profesional por parte del equipo del restaurante.

Visión

Ser reconocidos como el mejor restaurante a nivel local por nuestros exquisitos alimentos orgánicos, nuestro excelente servicio al cliente y por contar con talento humano dedicado a la mejora continua.

Introducción

El presente manual de políticas y normas ha sido elaborado con el objetivo de brindar de forma precisa las normas y políticas por las cuales se rige el restaurante para mantener el orden y limpieza dentro del mismo. Además de ello se propone para mejorar la organización interna.

El manual está compuesto de diferentes secciones, primeramente se presentan las normas y políticas de seguridad general, luego están las correspondientes a la seguridad en la cocina, seguidas por las normas y políticas de seguridad en el comedor o sala, luego las respectivas a la higiene y seguridad alimentaria, higiene para el personal , normas y políticas de comunicación y trato en el área de trabajo, normas y políticas de atención al cliente, las correspondientes a la organización de la cocina y las relativas a la organización y limpieza del comedor o sala.

La presentación del manual de políticas y normas servirá de guía laboral para todos los empleados actuales y para los nuevos empleados del restaurante para así garantizar el orden, limpieza y seguridad del área de trabajo.

Objetivos del manual

General:

- Proporcionar un instrumento administrativo en donde se presente de forma precisa y detallada las políticas y normas que rigen el restaurante Las Palmeras para mantener el orden, limpieza y seguridad del mismo y así dar un servicio al cliente más efectivo.

Específicos:

- Proveer a los trabajadores de cada área información exacta sobre las normas y políticas a cumplir que les permita llevar a cabo sus labores con efectividad y calidad.
- Integrar el equipo que trabaja en el restaurante incluyendo al personal de nuevo ingreso a la cultura organizativa de la empresa para que se tenga un mayor conocimiento e identificación con la misma.

Estructura de manual de políticas y normas del restaurante

El manual se divide en siete secciones, las cuáles se describen a continuación:

- Normas y políticas de seguridad general: se describen las normas y políticas que deben aplicar todos los empleados para mantener la seguridad en todo el restaurante.
- Normas y políticas de seguridad en la cocina: se refiere a la normativa que debe aplicarse en el área de cocina para garantizar la seguridad de la misma.
- Normas y políticas de seguridad en el comedor o sala: se describen cada una de las normas para garantizar la seguridad del área del comedor o sala.
- Normas y políticas de higiene y seguridad alimentaria: se refiere a las normas y políticas para garantizar la higiene y seguridad en la preparación de los alimentos.
- Normas y políticas de higiene para el personal: consta de las normas de higiene que debe cumplir todo el personal para presentarse a su lugar de trabajo.
- Normas y políticas de comunicación y trato en el área de trabajo: incluye las normas para garantizar buenas relaciones interpersonales entre los trabajadores.
- Normas y políticas de atención al cliente: se proporciona con detalle la normativa a seguir para que los clientes se sientan satisfechos y bien recibidos en el restaurante.

Contenido del manual de políticas y normas del restaurante

Normas y políticas de seguridad general

- Todos los trabajadores deben usar equipos de protección personal según cada una de las funciones que desempeñen
- Se debe contar con extintores y estos al igual que todos los equipos de seguridad del restaurante deben revisarse cada 3 meses.
- Deben cumplirse los protocolos en caso de emergencias como: incendios, accidentes o robos y también se deben realizar simulacros de forma continuada
- Garantizar que los carteles obligatorios en el restaurante se encuentren visibles y en buen estado.
- El personal debe tener los conocimientos respecto a los riesgos laborales del trabajo que desempeña
- El restaurante debe contar con kits de primeros auxilios o botiquín
- Se deben mantener siempre despejadas las salidas de emergencia
- Botar en el basurero pañuelos u objetos de higiene personal que hayan sido utilizados y que no sean reutilizables
- Lavarse las manos de forma frecuente, principalmente luego de tocar la carta del menú o dinero.
- Llevar uniforme siempre limpio y una adecuada higiene personal

2. Normas y políticas de seguridad en la cocina

- Utilizar vestimenta adecuada, utilizar siempre la redecilla en la cabeza y zapatos con suelas antideslizantes para evitar accidentes.
- Usar siempre que sea necesario los equipos de seguridad para cocinar tales como guantes de plomo para cortar la carne.
- El personal de cocina con poca experiencia y que inicia en sus labores debe ser supervisado por el jefe de cocina y este debe de brindarle toda la información necesaria para el correcto desempeño de sus labores.
- Mantener el área de cocina siempre limpia, el suelo debe permanecer seco y libre de obstáculos para evitar caídas.

- Se debe contar con una buena ventilación en la cocina para evitar explosiones por acumulación de gas.
- Asegurarse de apagar todos los equipos una vez terminados el servicio y revisar antes de cerrar.
- Antes de lavar los platos asegurarse que los desperdicios hayan sido removidos
- Lavarse las manos frecuentemente para evitar la acumulación de bacterias
- El área de cocina debe quedar limpia al terminar la jornada laboral
- Se debe realizar una limpieza profunda de la cocina de forma semanal
- En caso que se derrame algo este debe ser limpiado lo antes posible para evitar accidentes.
- Los desechos deben ser separados de acuerdo a las normas de reciclaje.

3. Normas y políticas de seguridad en el comedor o sala

- Hacer uso de zapatos antideslizantes y cerrados para evitar cortes y golpes
- Garantizar que al momento de montar las mesas sea con menaje, vajilla o vidrio que estén en buen estado
- No correr en el área del comedor para evitar caídas
- Usar las bandejas con el peso ideal y evitar sobrecargarlas.
- Almacenar los materiales de forma segura
- Las mesas y las sillas deben estar siempre limpias antes y después de recibir a los clientes
- Estar atentos a manchas en manteles, platos u otro material de montaje.
- Revisar que los platos estén limpios antes de salir de la cocina y ponerlos a los clientes.
- Los baños deben ser revisados y aseados cada hora para que estén siempre limpios.

4. Normas y políticas de higiene y seguridad alimentaria

- Guardar los alimentos de forma apropiada cuando estos son entregados por los proveedores
- El gafete de identificación debe ser portado siempre por todo el personal
- Se debe hacer una correcta separación de los alimentos en su almacenamiento, para evitar la contaminación cruzada (por ejemplo, no mezclar pollo y pescado).

- Todo el personal debe conocer los factores básicos de conservación de los alimentos, para evitar desperdicios por una mala conservación
- Lavarse las manos frecuentemente
- Se debe llevar un inventario del restaurante y el stock de los productos para controlar los ingresos y egresos

5. Normas y políticas de higiene para el personal

- El uniforme de trabajo debe estar siempre limpio, planchado y sin roturas.
- Todos los empleados deben presentarse bien aseados, los hombres deben estar afeitados y peinados y las mujeres con peinado recogido y sin excesos de maquillaje.
- Las melenas largas no son permitidas por motivos higiénicos a menos que se utilicen con peinados recogidos tanto hombres como mujeres.
- Recoger cualquier objeto que esté en el suelo que se haya caído y sustituirlo por uno limpio.
- Se debe de contar con un uniforme extra que se guarde en el restaurante para cambiarse en caso de accidentes.
- No se debe utilizar colonias o perfumes que puedan alterar el aroma o sabor de los alimentos
- No está permitido beber, comer o fumar frente a los clientes.

6. Normas y políticas de comunicación y trato en el área de trabajo

- En caso que exista conflictos interpersonales entre los empleados, estos no deben mostrarse frente a los clientes
- No deben haber altercados frente a los clientes durante el servicio.
- Si el cliente tiene alguna queja y esta puede ser resuelta inmediatamente por la persona que lo atiende dicha queja deberá resolverse lo antes posible. Si no es posible resolverla se traslada al jefe inmediato para una pronta resolución.

7. Normas y políticas de atención al cliente

- Utilizar lenguaje apropiado, buenos modales y mantener el respeto a los clientes siempre
- Los empleados deben evitar sentarse o apoyarse en cualquier elemento delante de los clientes.
- No se deben hacer comentarios personales a los clientes.
- Los empleados que brindan servicio al cliente deben contar con los conocimientos de los protocolos de servicio al cliente, como servir la comida por el lado izquierdo.
- Se debe atender y servir a todos los comensales de una misma mesa a la misma vez.
- Los platos deben ser retirados hasta que todos los comensales de la mesa hayan acabado de comer.
- Los postres deben ser servidos después de limpiar la mesa, luego de terminar los platos principales.
- Se debe estar atento en todo momento a cada mesa, por si los clientes necesitan algo
- La cuenta se entrega hasta que es solicitada por los clientes.

Anexo n°18

Manual

de

procedimientos

RESTAURANTE LAS PALMERAS



MANUAL DE PROCEDIMIENTOS

Las Palmeras

Ciudad de La Palma, Junio de 2023

Resumen:

El manual de procedimientos operativos para el restaurante las palmeras es una herramienta esencial para llevar a cabo las actividades diarias y también es una guía para el personal interno de la empresa. Se exponen conceptos fundamentales en cocina, higiene y saneamiento, limpieza, desinfección, manejo adecuado de diferentes tipos de alimentos, registros de recepción, almacenamiento y funciones correspondientes a cada puesto Trabajar.

Objetivos General

- Crear una cultura de calidad y de continuidad además de calidez de estándares de servicio.

Objetivos específicos

- Conocer los servicios que se ofrecen.
- Incrementar el índice de satisfacción a los clientes.

Norma de higiene del personal:

Lavado de manos:

Aunque lavarse las manos parezca fundamental la mayoría de los empleados no lo hacen correctamente o con la frecuencia necesaria.

Las personas que manipulan alimentos deben lavarse las manos luego de realizar las siguientes actividades:

- Usar el baño.
- Manipular alimentos crudos (antes y después).
- Estornudar, toser o usar un pañuelo de papel o tela.
- Manejar productos químicos que puedan afectar la seguridad de los alimentos.
- Sacar basura o desechos.

Manera correcta de lavarse las manos:

1. Mojarse las manos con agua.
2. Aplicar jabón
3. Frotarse vigorosamente las manos, los antebrazos por lo menos veinte segundos.
4. Limpiarse debajo de las uñas y entre los dedos.
5. Enjuagarse bien con agua.
6. Secarse las manos y los brazos con toallas de papel.

Proceso de limpieza

La forma en que debe realizarse la limpieza, depende principalmente de los siguientes parámetros:

- La naturaleza de la suciedad a eliminar.
- El tipo de superficie a limpiar.
- Los materiales empleados para la limpieza.
- El grado de limpieza requerido.

El proceso de limpieza consiste en:

- Eliminar residuos gruesos de las superficies.
- Aplicar una solución detergente para desprender la capa de suciedad y de bacterias y mantenerlas en suspensión o solución
- Enjuagar con agua para eliminar la suciedad suspendida y los residuos de detergente
- Lavar en seco o aplicar otros métodos apropiados para quitar y recoger residuos y desechos
- Desinfectar posteriormente y enjuagar.

Las operaciones de limpieza y desinfección cuando se llevan en forma eficiente contribuyen a la calidad final del producto y a la salud del consumidor, para ello se debe mantener un programa de limpieza dentro de la empresa y para elaborarlo se tiene en cuenta lo siguiente:

- Superficies, elementos del equipo y utensilios que han de limpiarse
- Responsabilidad de tareas particulares
- Método y frecuencia de limpieza
- Medidas de vigilancia

Procedimientos de Limpieza Profunda en cada Área.

En el restaurante Las Palmeras la limpieza debe estar integrada en los procesos de producción ya que influye en la calidad final del producto. Se debe contar con una normativa sobre la limpieza de instalaciones y equipos, para lo cual se tomará en cuenta los siguientes aspectos:

- Para la limpieza de las instalaciones, muebles y recipientes que estén en contacto con los productos alimenticios, así como de los locales de servicio de alimentos y bebidas, el responsable del establecimiento elaborará y aplicará un sistema de limpieza y desinfección. También es necesario un sistema de desinfección.
- Los contenedores para la distribución de comidas preparadas, así como las vajillas y cubiertos que no sean de un solo uso, serán higienizados con métodos mecánicos, provistos de un sistema que asegure su correcta limpieza y desinfección.
- Los productos de limpieza, desinfección, o cualquier sustancia peligrosa, se almacenará por separado, donde no exista el riesgo de contaminación para los productos alimenticios y estarán debidamente identificados.
- Las sustancias utilizadas para la limpieza y desinfección, deben ser aquellas aprobadas para su uso en áreas, equipos y utensilios donde se procesen alimentos destinados al consumo humano.

Para que la limpieza sea efectiva, se requiere cumplir con tres tipos de procesos:

Físicos: que consiste en la eliminación de la suciedad por medios mecánicos como barrido, raspado.

Químicos: se lo realiza a través de detergentes que disuelvan la suciedad y ayudan a desprenderla de las superficies en las que están adheridas.

Biológicos: se realiza con productos desinfectantes, para eliminar todo tipo de bacterias.

Procesos de Limpieza.

Locales: la limpieza de locales se hace mediante frotado o barrido con agua (nunca en seco) para quitar la suciedad superficial, después se frota con detergentes que contengan agentes desinfectantes, dejándolos actuar el tiempo necesario y aclarado final.

Herramientas de cocina: Se limpian con el frotado correspondiente y la ayuda de los detergentes y desinfectantes necesarios y después se procederá a su inmediato secado.

Conocimientos Básicos de Cocina Principales

Tipos de Cortes

- Corte en Bastones: Se trata de un corte rectangular de unos 5mm a 6mm de ancho por 6cm de largo. Se utiliza principalmente en papas fritas y en otras verduras de guarnición. También es llamada Francesa.
- Corte Brunoise: Se trata de un corte en pequeños cubos de 2mm de lado, se utiliza principalmente en verduras y frutas.
- Corte Chiffonade: Se utiliza para cortar verduras de hoja, consiste en enrollar varias hojas y cortarlas en forma transversal con un grosor de unos 5mm.
- Corte Concasse: Se trata de cortes en cubos de diferentes tamaños, generalmente se cortan así los tomates pelados sin semillas.
- Corte Juliana: Se trata de un corte del grosor de un fósforo (2mm de ancho por 2mm de espesor) y un largo no mayor de 6cm. Si la verdura es grande se corta primero en rebanadas y luego en tiritas, en el caso de verduras planas cortar sesgado y bien fino.
- Corte Pluma: Es el corte Juliana aplicado a la cebolla.

Servicio al cliente

Procedimientos generales de Servicio

Antes de comenzar el servicio se realizará un conjunto de operaciones previas para que en el momento de abrir el restaurante esté todo preparado y en condiciones para poder ofrecer al cliente un servicio rápido y esmerado.

En el momento de abrir el restaurante todo el personal del mismo debe estar dispuesto para comenzar el servicio.

Dentro de los procedimientos generales de servicio se debe tener en cuenta los siguientes puntos:

- Limpieza: consideremos las siguientes:
 - Baños limpios y bien surtidos, pisos secos y funcionando correctamente.
 - Uniformes limpios, gafete y zapatos bien lustrados.
 - Aseo personal: pelo corto (hombres) o recogido (mujeres), bien peinados, con uñas limpias y cortas, maquillaje no muy cargado.
 - Hospitalidad: dentro de este punto se tomará en cuenta lo siguiente:
 - Venta sugerida: es aquella que trata de ofrecer un producto más caro a alguna promoción.
 - Recibir al cliente con un saludo y una sonrisa.
 - Orden apropiada: hace referencia a:
 - Dar al cliente lo que él quiere.
 - No insistir demasiado. Muchas veces el cliente entra en el restaurante sabiendo ya lo que va a pedir.
 - Debemos ser filtros de calidad, si vemos que un producto no está en perfectas condiciones como para servirlo, debemos remplazarlo por otro que lo esté.
 - Mantenimiento: debemos tener una mente preventiva y realizar chequeos periódicos a los equipos.

La persona que trabaja en caja, es la encargada de tratar que el cliente se sienta a gusto al ingresar en el restaurante, para esto debe recibir al cliente con Cortesía (buenos modales,

amabilidad), Atención personalizada, Respeto (usar correctamente el uniforme, ser paciente), y Entusiasmo.

También el cajero/a es el encargado de tomar las órdenes de los clientes, y de esta misma manera es quien trata de vender un mayor número de productos, para esto debe saber cómo sugerir otros artículos con eficiencia:

- Debe saber describir los ingredientes cuando se lo pregunten.
- Debe crear un cuadro mental en el cliente sobre el producto que está ofreciendo.
- Debe recomendar promociones adecuadas a las necesidades de los clientes.
- Debe respetarse a decisión de los clientes si el cliente dice no, no se debe insistir.

Procesos para reaccionar frente a reclamos:

En ocasiones se presentan casos especiales con clientes que no se sienten satisfechos con el servicio, de hecho estas situaciones requieren mucho tacto y sentido común, para poder solucionar las quejas del cliente.

En estas situaciones, aunque cada una es diferente, existen algunas reglas para evitar que un problema pequeño se convierta en uno más grande. Entre estas tenemos:

- Escuche sin interrumpir, nunca se debe discutir con el cliente, incluso si usted está convencido de que él está equivocado, no debe intentar convencerlo de ello.
- Siempre discúlpese, aún si no está de acuerdo con la queja. Recuerde que el cliente ha venido a su restaurante para disfrutar de una comida y experiencia agradable. Si el cliente está molesto por algo suficiente como para quejarse, se hace indispensable una disculpa.
- Empatizar con el cliente y hacerle saber que comprendemos cómo se siente
- Informarle al cliente sobre las acciones a realizar para solucionar el inconveniente y el tiempo que tardara su resolución.
- Indíquele que usted se encargará personalmente de la solución.
- De las gracias al cliente por expresarle su queja. Esto mostrará a sus clientes que el asunto es importante para usted y que desea que ellos estén satisfechos, de modo que regresen.

- Nunca permita que un cliente se vaya descontento, si usted no puede solucionar el problema, notifique a su inmediato superior, él le puede ayudar a encontrar una solución.

Todos estos procesos los podemos resumir en un sistema para solucionar quejas llamado EDSA, el cuál son las siglas de:

- Escuchar.
- Disculparse.
- Satisfacer.
- Agradece.



Las Palmeras

Anexo n°19
Cotización de
prestaciones
adicionales a la
ley



COTIZACIÓN PLAN EMPRESARIO FULL



Asesor:

Asesuisa

Unidad Comercial:

Unidad Corporativa

Plan:

Plus

FECHA
24/8/2023

1. NOMBRE DE LA EMPRESA

Restaurante Las Palmeras

2. PERSONAS ASEGURADAS

Empleados legalmente contratados en tu empresa. **Opcional puedes incluir tu Cónyuge; Padres; Hermanos e Hijos.**

NOTA: No se aseguran familiares diferentes a los enunciados anteriormente.

3. COBERTURA¹

Inicia en la fecha en que completas y firma la solicitud del Contratante.

Si completas la solicitud entre el 1 y el 20 de cada mes, tu cobro iniciará el 30 del mismo mes, y si es del 21 al 30 tu cobro iniciará el 30 del próximo mes, por lo que **ASESUISA VIDA te dará cobertura gratuita con un máximo de 40 días.**

4. FECHA DE CORTE DE LAS MODIFICACIONES, INGRESOS Y EXCLUSIONES

La fecha de corte será siempre el 30 de cada mes.

Las modificaciones para forma de pago Mensual que se realicen entre el 1 y el 20 de cada mes se cobraran el 30 del mismo mes. Todas las modificaciones que se realicen entre el 21 y el 30 del mes en curso, serán cobrados a partir del 30 del mes siguiente.

Las modificaciones para otras formas de pago diferente a Mensual: Se realizarán con los respectivo cobros retroactivos y de acuerdo a la forma de pago solicitada.

Beneficio adicional: aunque la fecha de inicio de cobro será el 30 de cada mes, ASESUISA VIDA les otorga a todos los asegurados, cobertura gratuita desde la fecha que se completa la solicitud de ingreso, con un máximo de 40 días calendario. Aplica únicamente para forma de pago MENSUAL.

5. VIGENCIA

La vigencia de las pólizas, siempre será el 30 del mes de aceptación respectivo.

6. CONDICIONES DEL SEGURO

De acuerdo a condiciones Generales del Seguro de Vida Plan Vida Colectivo de ASESUISA VIDA, Seguros de Personas.

a. COBERTURAS Y SUMAS ASEGURADAS

AF	COBERTURAS	PLAN 3
✓	Vida	\$3,000
✓	Invalidez por Enfermedad o Accidente	\$3,000
✓	Gastos Funerarios	\$450
✓	Muerte Accidental (Incluyendo muerte con ama de cualquier tipo)*	\$6,000
✓	Triple Indemnización por Muerte Accidental Especial	\$9,000
✓	Enfermedades Graves ¹	\$1,500
✓	Bono de Bienestar (Vida) ³	\$600
✓	Bono para Adecuaciones del Hogar (invalidez) ⁴	\$600
✓	Renta por Hospitalización ²	\$15

PRIMAS MENSUALES POR ASEGURADO Y TOTALES PARA LA CATEGORÍA 1			PLAN 3	
AF	Afiliado		Ind.	Total
AF		11	\$1.55	\$20.15
PRIMA TOTAL DE LA CATEGORÍA			\$	20.15

DESCRIPCION DE COBERTURAS:

1. Enfermedades Graves, cubre: Infarto del Miocardio, Derrame o Hemorragia Cerebral, Cirugía Arterio coronaria (BY-PASS), Cáncer, Insuficiencia Renal Crónica y se otorgará el 50% de la suma asegurada de la cobertura de vida.
2. Renta por hospitalización: Cubre una Renta Diaria por cada día de hospitalización a causa de enfermedad o accidente, siempre y cuando te encuentres al menos 24 horas consecutivas en el hospital. Máximo 90 días por evento, previa constancia de la hospitalización.
3. Bono de Bienestar (Vida): En caso de que fallezcas pagaremos a tus beneficiarios el valor asegurado según el plan contratado que podrán usar para elevar y mantener su bienestar.
4. Bono para adecuaciones del Hogar (Invalidez): Si como consecuencia de un accidente o una enfermedad quedas inválido, te pagaremos la suma asegurada según el plan contratado que podrás usar para adecuar tu hogar.

b. EDADES

Mínima de ingreso para el asegurado principal mayor de 18 años

Coberturas	Edad máxima de ingreso o aumento de Suma Asegurada	Una vez inscrito la edad máxima de permanencia
Muerte por cualquier causa (Vida Básica)	70 años	Sin límite de edad
Invalidez Total y Permanente por Enfermedad o Accidente	64 años	65 años
Muerte por Accidente (Doble y Triple Indemnización)	69 años	70 años
Enfermedades Graves	60 años	65 años
Gastos funerarios	70 años	Sin límite de edad
Bono de Bienestar	60 años	65 años
Bono para Adecuaciones del Hogar	60 años	65 años
Renta por Hospitalización	60 años	65 años

c. REQUISITOS DE ASEGURABILIDAD

- El único requisito obligatorio para cada uno de los asegurados es completar la solicitud y declaración de asegurabilidad.
- No se requiere declaración de asegurabilidad para incrementos de suma asegurado hasta \$15 mil dólares.

7. CONDICIONES

La presente cotización no constituye documento de cobertura. El seguro que se cotiza en esta oferta se emitirá y se registrará, en caso que sea adjudicado a ASESUISA VIDA, en los términos y condiciones que específicamente se mencionan en este documento, y con base a los textos de las condiciones y endosos de ASESUISA VIDA.

8. DESIGNACIÓN DE BENEFICIARIOS

La designación de los beneficiarios es una POTESTAD LIBRE, EXCLUSIVA E INDELEGABLE DE CADA UNO DE LOS ASEGURADOS. Por lo anterior, cada uno de los asegurados deberá indicar el nombre de las personas a quienes desea que se les entregue la indemnización con sus porcentajes. Si esta designación no se realiza formalmente, la indemnización se pagará a los beneficiarios de ley.

9. VALIDEZ DE LA OFERTA

La presente cotización tiene validez de 30 días calendario contados a partir de la entrega del presente documento.

10. OBSERVACIONES

Para la emisión de la póliza es indispensable completar y proporcionar la siguiente información, debidamente competados, firmados y sellados:

- a) La presente cotización
- b) Información completa de cada uno de los asegurados en el formulario de "Solicitud de Inscripción para el Seguro de vida" debidamente firmado por el asegurado; así como sellado y firmado por el Contratante. Dicho formulario deberá presentarse completo en todas sus partes sin borrones y tachaduras.
- c) Información completa de la Solicitud del contratante para Seguro de Vida Colectivo.
- d) Ficha integral y Declaración Jurada.

1 Riesgos No Asegurables:

Insuficiencia Renal	Esclerosis Múltiple
VIH - Sida	Esquizofrenia
Cáncer	Retardo Mental (Síndrome de Down, Autismo, Parálisis Cerebral)
Transplantes	Parálisis Cerebral, Parálisis Espástica, Parálisis Flácida.
Cirrosis	
Parálisis de Miembros Superiores o Inferiores, Parálisis de otras Partes del Cuerpo (Ojos), Pares Craneales.	

Importante considerar que No tendrán cobertura:

- 1 Los fallecimientos, como consecuencia de los Riesgos No Asegurables detallados en el listado anterior, y que ocurran dentro de los 40 días de cobertura gratuita.
- 2 Las personas que en la solicitud plan empresario vida colectivo declaren un padecimiento No Asegurable del listado antes indicado.

NOMBRE DEL TOMADOR

FIRMA DEL TOMADOR

Anexo n°20

Cotizaciones de
capacitaciones,
uniformes,
cuadros, artistas y
promoción

COTIZACIÓN

Talento Humano S.A de C.V.
Ave. Los Espliegos #8, Col. Las Mercedes, San Salvador, El Salvador

2279-5900

info@grupotalentohumano.com

FECHA 05/09/2023
VÁLIDO
HASTA 24/4/2023

DATOS DEL CLIENTE

Nombre: Restaurante "Las Palmeras"
Dirección: Carretera Troncal del Norte, Km 81, 1/2, La Palma,
Chalatenango
Teléfono:6020-3815

DESCRIPCIÓN	ASISTENTES	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Capacitación: Inteligencia emocional	11	\$ 89.00	\$979.00
Capacitación: Empoderamiento	11	\$ 89.00	\$979.00
Capacitación: Excelencia en el servicio al cliente	11	\$ 89.00	\$979.00
Capacitación: Uso de las herramientas del software Oddo	11	\$ 89.00	\$979.00

TOTAL \$3,916.00

San salvador, 15 de agosto del 2023

Señores
RESTAURANTE LAS PALMERAS
REF: COTIZACIÓN DE UNIFORME PARA EMPLEADOS.

Respetados señores:

Ponemos a su consideración nuestra oferta para la elaboración de uniformes.

Cantidad de camisas	Personal	Precio Unitario	Precio Total
2	Jefe de cocina	\$8.00	\$16.00
6	Cocineros	\$7.00	\$42.00
2	Jefe de contabilidad	\$7.00	\$14.00
4	Jefe de caja	\$7.00	\$28.00
2	Jefe de servicio al cliente	\$7.00	\$14.00
Cantidad de pantalones	Personal	Precio Unitario	Precio Total
2	Jefe de cocina	\$25.00	\$50
6	Cocineros	\$25.00	\$150.00
2	Jefe de contabilidad	\$25.00	\$50.00
4	Jefe de caja	\$25.00	\$100.00
2	Jefe de servicio al cliente	\$25.00	\$50.00
Cantidad de redecillas	Personal	Precio Unitario	Precio Total
2 Cajas	Jefe de cocina y cocineros	\$8.00	16.00
TOTAL ANUAL			\$530.00

Condiciones generales:

- Valides de la cotización 30 días
- En caso de aceptación se deberá entregar la cantidad del 50% de anticipo.

Agradecemos de antemano, habernos tenido en cuenta para satisfacer sus necesidades y esperamos servirles como ustedes se lo merecen.

Atentamente Silvia Palacios
Sastre

San salvador, El salvador
PLAZA DE VENTA DE ARTESANIAS LA PALMA

COTIZACIÓN

COTIZAR A

FECHA

Empresa: Restaurante Las Palmeras
Teléfono: 6020-3815

07/08/2023

Descripción	Cantidad	Precio unitario	Total
Cuadros artísticos inspirados en la temática a Fernando Llorca	10	\$50.00	\$500.00
Gracias por su confianza		TOTAL IVA INCLUIDO	\$500.00

Blanca Córdova
2385-7757

GLOBAL MUSIC

San salvador, El salvador

10/09/2023

COTIZACIÓN

A continuación le ofrezco algunas opciones con los respectivos honorarios del artista por hora de presentación.

Artista con karaoke

1 hora \$80

4 horas \$288 con 10% de descuento

Estos honorarios incluyen el transporte y utilización del equipo de sonido básico.

Alberto Torres

6922-0364

COTIZACION

Para
RESTAURANTE LAS PALMERAS
Presente.

FECHA

17/7/2023

Cumpliendo con sus finos deseos, tenemos el agrado de enviarle a Usted, nuestra cotización por lo siguiente.

Detalle de propuesta redes sociales:
· Diseño de 10 artes mensuales para sus respectivas publicaciones en Redes Sociales (Facebook e Instagram).
· Elaboración de Portada de Facebook con temática de forma mensual.
· 12 historias mensuales para Instagram.
· 3 vídeos cortos para promover la marca (Mensual)
· Manejo de la red social Tik Tok con 4 publicaciones al mes (Definir objetivos con cliente Restaurante las palmeras).
· 1 campaña de publicidad pagada por valor de \$10
Nota: Inversión Anual \$400 cuatrocientos más iva.

Creación desde Cero de sitio Web y dominio del Sitio
· Alojamiento del Sitio
· Diseño del Sitio Web (Máximo 4 pestañas -es lo recomendable para visualización del visitante)
· Creación de formulario para seguimiento o Ejecutivo Virtual
· Mantenimiento Mensual (Publicación de contenido, vídeo, fotografías o blog)
· Se entrega el contenido a subir incluyendo la ortografía, si no tiene fotos a resolución media nosotros podemos buscarlas de acuerdo al tema y proponer para el sitio web.
Nota: Monto de Inversión Anual \$500 más IVA.

No.	Propuesta	Costo mensual	Costo Anual
1	Propuesta redes sociales	\$ 37.66	\$ 452.00
2	Creación desde Cero de sitio Web y dominio del Sitio	\$ 47.08	\$ 565.00
	Total	\$ 84.74	\$ 1,017.00

Esperamos que esta oferta sea de su agrado, esperando servirle como usted se lo merece

Atentamente WMKT Consultores.

Anexo n°21

Formato de
estandarización
de recetas

Anexo n°22

Fotos del
restaurante Las
Palmeras

