



**Universidad
Tecnológico**



Administración de negocios culinarios

Planeación de
los recursos

Semana 2



Te invito a realizar la siguiente actividad de bienestar-mindfulness antes de comenzar a revisar el tema:

<https://youtu.be/oq-klVxvm5g>



Un restaurante no se puede abrir por arte de magia, hay mucha planeación detrás de la apertura de un establecimiento de alimentos y bebidas. Además de pensar en el concepto, el tipo de menú, la categoría del restaurante y diseño, es necesario tomar en cuenta los recursos que serán indispensables para la operación de nuestro negocio.

Ignorar esta planeación de recursos o no dedicarle el desarrollo necesario puede llegar a causar múltiples problemáticas una vez que el restaurante se encuentra en operación. Es común encontrar problemáticas derivadas de esta falta de planeación en restaurantes de tipo familiar o restaurantes un poco más informales. Para evitar cualquier inconveniente, es primordial analizar los recursos financieros, humanos y materiales y establecer las necesidades.



Recursos financieros

Para la **planeación de los recursos financieros**, es decir, las **proyecciones** de las cantidades de dinero que necesitas y que tienes disponible para cada una de las áreas, se requieren en primer lugar las estimaciones de las **ventas**, los presupuestos de **compra**, de **producción** y **mano de obra**.

El principal **propósito del presupuesto financiero** es estimar de manera anticipada los ingresos y egresos del restaurante por cada área en un periodo determinado.

Por lo tanto, en primer lugar, para la **planeación de los recursos financieros** necesitas de **presupuestos** que te permitan conocer las necesidades para el desarrollo de las actividades del restaurante.

En segundo lugar, realizarás **proyecciones de las ventas** a las cuales le restas los costos y los gastos de operación, así conocerás cuánto de tu **capital de trabajo** ocuparás y en qué rubros.

En tercer lugar, debes obtener tu **capital de trabajo de operación**, el cual consigues del excedente de las ventas sobre los desembolsos.



Recursos humanos

El siguiente paso en la planeación de los recursos tiene que ver con las preguntas: ¿quién va a realizar las actividades?, ¿cuánto personal necesitas? Piensa en los turnos, producción por turnos, y el tipo de servicio que ofrecerás. Esto te dará la respuesta a las necesidades que tendrá la empresa sobre el personal.

La lista puede variar de acuerdo al tipo de restaurante y deben planearse en forma de presupuestos para que los puedas integrar a las compras, producción y ventas, en un presupuesto general.

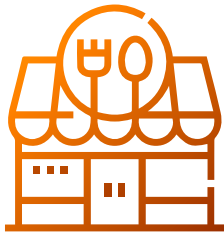


Área administrativa	Área operativa-Comedor	Área operativa-Cocina
Gerente general	Maitre	Chef – Sous chef
Contador público	Hostess	Encargado de banquetes
Gerente de A&B	Capitán de meseros	Carnicero
Encargado de compras	Barman	Pastelero
Encargado de almacén	Meseros	Cocinero
Encargado de cajas	Ayudante de meseros	Ayudante de cocinero
Chofer		Steward



Recursos materiales

Instalaciones



Ubicación- materiales, servicios públicos, medios, impuestos, leyes, escala de salarios.

Distribución de la planta-circulación del trabajo en diferentes áreas, integración de factores de operación, satisfacción y seguridad de los trabajadores.

Mobiliario y equipo



Para conocer el proceso de producción adecuado de acuerdo al menú y tipo de servicio en el salón comedor, y cuál es el mobiliario y el equipo óptimo deberás conocer:

- El pronóstico de ventas y las políticas de inventarios.
- Los turnos de trabajo de acuerdo al menú (desayuno, comida o cena).
- Los servicios complementarios, como banquetes en su caso.
- La productividad del restaurant.

Materiales de producción



La planeación toma en cuenta:

- Compras: calidad, precio, cantidad.
- Transporte externo: proveedores y fechas de entrega.
- Transporte interno: manejo de materiales dentro del restaurante.
- Almacenamiento de materiales: control de inventarios.

Para poner en práctica lo aprendido en este tema realiza lo siguiente:

1. Imagina tu restaurante ideal.
2. Establece los diferentes recursos materiales y humanos que necesita.



Hay tres tipos de recursos dentro de un restaurante: financieros, humanos y materiales. Cada uno de estos recursos es muy importante, puesto que en conjunto nos permiten llevar a cabo las labores de nuestro establecimiento de alimentos y bebidas.

Los recursos financieros nos permiten estimar los ingresos y egresos del restaurante por área, así como precisar el grado de apoyo financiero externo y planear el tiempo y pago de obligaciones.

Conocer las actividades a realizar nos permiten determinar el personal que se requiere, y los sueldos.

Los recursos materiales son los que nos permiten trabajar dentro del establecimiento. Estos recursos deben de estar ligados al tipo de restaurante, servicio, diseño del menú y local.



Administración de negocios culinarios

Organización
del restaurante

Semana 2



El **objetivo** de la organización del restaurante es crear una relación armoniosa entre el concepto, el menú, la decoración, el área de comedor y el área de la cocina, almacén, oficinas y otros espacios, lo cual se puede lograr con un adecuado estudio que determine las características y necesidades específicas del establecimiento en cuestión.

Lo primero que revisarás es **el local**; luego verás las diferentes reglas que deben conducir la elección de **la decoración** y, por último, podrás aprender algunas diferencias que deben considerarse en caso de que el establecimiento cuente con un **servicio de banquetes**.



El local

Los restaurantes tienen dos grandes partes dentro de sus locales que son especialmente indivisibles:

- La parte al público (**comedor**)- **front of the house**
- El área de operaciones (**cocina y almacén**)- **back of the house**

Estas dos partes y sus actividades van ligadas, por lo que conocerlas muy bien será importante para el diseño óptimo de las mismas.

El éxito del diseño del restaurante debe basarse en 10 áreas:

- Tipo de restaurante
- Mercado
- Desarrollo del concepto
- Menú
- Estilo del servicio
- Rapidez del servicio
- Porcentaje de consumo por comensal
- Atmósfera
- Filosofía de la gerencia
- Presupuesto

La decoración

El diseño y decoración del restaurante empieza con una idea, todo un **equipo de expertos** suele trabajar en el concepto, imagen y diseño, tanto del interior como del exterior del restaurante. Este equipo de trabajo es liderado por el propietario del restaurante. El gerente, el chef y el consultor financiero, sirven como consejeros al propietario.

La planeación de los espacios



Específicamente la evaluación que los ingenieros realizan al planear los espacios incluye un **análisis del local y el equipo**, con la finalidad de determinar una **óptima eficiencia de los recursos**.

Se deben de tomar en cuenta los siguientes factores: el flujo que permita cumplir con las necesidades de los clientes, empleados, alimentos y servicio, la distancia de todos los elementos, la circulación de personal y entradas y salidas, y los accesos para personas con discapacidad.

Colores

Es muy importante poder tomar la decisión correcta en cuanto a los colores que se deben de utilizar. Cada uno tiene cierta función y significado que podemos – y deberíamos- tomar a nuestro favor.

Rojo: Estimula el apetito. En combinación con el negro se asocia al buen gusto.

Café: Se utiliza para las mesas porque exhala los colores de los alimentos.

Blanco: Suele usarse en restaurantes de comida rápida, da sensación de limpieza y pulcritud.

Verde: Asociado con la naturaleza, salud y alimentos sanos.

Azul: Color refrescante y frío. Da sensación de más espacio en la habitación, suele utilizarse para comida de mar.

Negro: Ayuda a acentuar otros colores, si se usa como base, se usa en clubes nocturnos.v

Amarillo: Relacionado con la luz y el cuidado. Suele utilizarse para áreas de desayuno o símbolos.

Dorado: Asociado con abundancia y poder. Suele acompañarse con maderas oscuras.

Banquetes

Cuando los restaurantes ofrecen servicios de banquetes, sus instalaciones deben haber sido diseñadas para ello. En las áreas de operación, el **mobiliario** y **equipo** deben ser suficientes para la preparación de grandes volúmenes de platillos en un tiempo determinado. El **personal** también debe tener capacitación en este tipo de servicio y por supuesto las áreas de **comedor** deben contar con salones reservados para estos eventos.

Generalmente, al contratar un servicio de banquetes se llega a un acuerdo en el menú y el pago por el servicio. El **menú** predeterminado usualmente es preparado y ensamblado en masa, y en muchas ocasiones se utiliza equipo mecanizado para la preparación de los alimentos.



Para poner en práctica lo aprendido en este tema realiza lo siguiente:

1. Indaga un poco más sobre las 10 áreas en las que se basa el diseño del restaurante.
 - Tipo de restaurante
 - Mercado
 - Desarrollo del concepto
 - Menú
 - Estilo del servicio
 - Rapidez del servicio
 - Porcentaje de consumo por comensal
 - Atmósfera
 - Filosofía de la gerencia
 - Presupuesto
2. Piensa en un restaurante de comida rápida.
3. Haz un diseño rápido del restaurante tomando en cuenta lo visto en el tema.



Después de revisar este tema, es importante recordar que el diseño y la decoración del restaurante empieza con una idea, la cual se suele trabajar por un grupo de expertos que realizan el concepto, la imagen y diseño tanto del interior como del exterior del restaurante. Este equipo de trabajo es liderado por el propietario del restaurante.

Para poder tener un buen diseño se debe tomar en cuenta: qué tipo de restaurante es, el mercado, el menú, estilo de servicio, rapidez en el servicio, atmósfera, entre otros. Por otro lado, el arquitecto debe incluir espacio para las áreas de compras y recepción de mercancías, almacén, ensamble de platillos, higiene, sistemas de control, entre otros.



Administración de negocios culinarios

Innovación

Semana 2



Cuando tenemos un restaurante queremos que nuestros comensales disfruten su estadía, sus alimentos y que esto les haga volver. Sin embargo, dejar una buena impresión en los clientes no solo se logra con la comida.

Si pensamos en los restaurantes que nos han dejado una muy buena impresión, seguramente nos ofrecieron un plus, algo adicional a lo que se esperaba. Esto puede estar relacionado con el tipo de decoración de los platillos, el montaje, el servicio o la experiencia en general.

Para dejar esta impresión en los comensales, los establecimientos de alimentos y bebidas deben renovar sus procesos y servicios constantemente. Esto lo podemos lograr por medio de la innovación.



El local



Innovación

La innovación es “la creación y modificación de un producto y su introducción en un mercado” (RAE, 2010). En tal caso se puede pensar que crear un platillo nuevo es suficiente para decir que se ha innovado un producto, pero realmente detrás de este platillo existe todo un proceso.

Objetivos de la innovación de servicios:

- Diferenciar el producto y fortalecer la imagen del restaurante.
- Crear clientes satisfechos y superar a la competencia.



Medidas importantes para implementar cambios:

1. Desarrollar capacidades para la investigación científica básica aplicada: permitir el uso de tiempo para el diseño de nuevos productos.
2. Preparar un buen proceso para seleccionar y administrar proyectos en tres pasos: presentación, analizar propuestas y elección de proyecto.
3. Lograr la integración estrecha entre funciones: investigación, desarrollo, producción y mercadotecnia deben tener una relación estrecha. Prestar atención a los clientes, sus ideas y necesidades.
4. Armar equipos de desarrollo de productos: las etapas son identificar oportunidades, desarrollo de conceptos, diseño del producto, producción comercial. Generalmente se inicia una etapa hasta que se termina la anterior.
5. Implementar procesos de desarrollo parcialmente paralelos.
6. Aprender de la experiencia: realizar un análisis que identifique los factores del éxito y las causas del fracaso.

Calidad en el servicio al cliente

Para lograr una mayor capacidad de respuesta hacia los clientes, el restaurante debe darles lo que quieren, cuando lo quieren y al precio que están dispuestos a pagar, siempre y cuando no se comprometa la rentabilidad, obviamente.

La capacidad de la gerencia para dar respuesta a las necesidades del cliente a través de la innovación garantiza la lealtad del cliente y el posicionamiento de la marca. A esto se le llama **servicio diferenciado**, y una vez que obtienes una ventaja competitiva a través de la diferenciación, ganas opciones para la fijación de precios.



El papel de los empleados

Los empleados deben estar **capacitados para enfocarse en los clientes**. El objetivo es que los empleados piensen como si fueran los clientes y además se deben reforzar sus acciones con incentivos.



La mercadotecnia como concepto global y técnicas

La **globalización** está marcando la pauta, por lo que demanda líderes con **enfoques orientados al cambio**. Los líderes empresariales deben transformarse y transformar la forma de hacer negocios para lograr **ventajas competitivas** a nivel de empresa y de país.

Franco (2004) señala las siguientes demandas para los líderes del nuevo siglo:

- Visión a largo plazo, mínimo 5 años
- Sentido de misión y propósito
- Análisis continuo de fenómenos del entorno local, nacional y mundial
- Definición de los mercados y conocimiento de sus clientes
- Manejo de la información diversificada como base para tomar decisiones
- Promoción continua de innovación



Personalización

Implica **variar las características de un producto o servicio a fin de adecuarlas a las necesidades o gustos únicos** de grupos de clientes o, en grado extremo, de clientes individuales. Existen posibilidades de realizar cambios sin sufrir un alza prohibitiva en la estructura de costos.



Para poner en práctica lo aprendido en este tema realiza lo siguiente:

1. Piensa en un restaurante al que te guste ir.
2. Analiza la experiencia que tienes cuando vas a ese establecimiento: el servicio al cliente, el menú, el ambiente, el diseño del lugar, etc.
3. Tomando en cuenta las experiencias que has tenido, piensa en un área de oportunidad para innovar.
4. Describe brevemente la estrategia para mejorar el proceso, servicio o producto que ofrece.
5. Explica el rol del personal del restaurante en este nuevo proceso/cambio.
6. Reflexiona sobre cómo sería tu experiencia en el restaurante si implementaran tu nueva estrategia de mejora.



Como pudiste revisar en este tema, la calidad e innovación en el servicio dentro de los negocios culinarios son muy importantes, ya que de esto depende si el cliente volverá o no a ese lugar.

La técnica del mystery shopper es una manera de garantizar la calidad del servicio recibido por el cliente, sin embargo, para lograr la calidad en el proceso de servicio de alimentos y en el servicio al cliente se tiene que desarrollar la capacidad de investigación, tanto para la estructuración del restaurante como para saber escuchar al cliente y enfocarse en sus necesidades.

Por último, es importante considerar la mercadotecnia como concepto global. Se debe tener una constante comunicación con el departamento de Innovación y Mercadotecnia para así idear nuevas prácticas y nuevos productos que lleven a tener un mayor éxito.



- Franco, A. (2004). *Administración de la empresa restaurantera*. México: Trillas.
- Real Academia Española. (2010). *Diccionario de la lengua española* (22ª ed.). Recuperado de <http://www.rae.es/rae.html>

