

870102

16
rej.

UNIVERSIDAD AUTONOMA DE GUADALAJARA

INCORPORADA A LA UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

Escuela de Administración, Contabilidad,
Economía y Turismo



"Análisis Práctico de un Restaurante de Especialidades
en la Ciudad de Guadalajara, Jalisco".

SEMINARIO DE INVESTIGACION
QUE PARA OBTENER EL TITULO DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACION
P R E S E N T A

César Michel Vargas

GUADALAJARA, JAL.

1989.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas Tesis Digitales Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS © PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

I N D I C E

Introducción	1
Objetivos	3
Hipótesis	4
Metodología	5
Justificación	6
CAPITULO I. El Menú.	
1.1. Planeación del Menú.	9
1.2. Estándares del Menú.	14
1.3. Clases de Menú.	15
1.4. Evaluación del Menú.	17
1.5. Conocimiento del Menú.	18
CAPITULO II. Análisis de la Publicidad.	
2.1. Publicidad.	20
2.1.1. Periódicos.	21
2.1.2. Radio.	22
2.1.3. Televisión.	23
CAPITULO III. Instalación y Funcionamiento del Restaurante.	
3.1. Instalaciones Básicas.	27
3.1.1. La Cocina y su equipo.	27
3.1.2. Área de Servicio.	31
3.1.3. El Bar y su equipo.	36
3.1.4. El Comedor.	43
3.2. El Servicio.	45
3.2.1. Tipos de Servicio.	45

3.3. Higiene del Restaurante.	47
3.3.1. Higiene Personal.	47
3.3.2. Higiene del Servicio y Manejo de Alimentos.	48
3.4. Importancia del Departamento de Compras.	49

CAPITULO IV. Administración de Personal.

4.1. Contratación e Inducción.	53
4.2. Capacitación.	55
4.3. Motivación.	56
4.4. Comunicación.	57
4.5. Descripción de Puestos.	59
.Gerente General.	60
.Gerente de Recursos Humanos.	62
.Gerente de Alimentos y Bebidas.	64
.Contrador.	66
.Chef.	68
.Maitre.	70
.Contador.	72
.Jefe de Cocina Caliente.	74
.Jefe de Cocina Fría.	74
.Jefe de Limpieza.	75
.Capitán.	77
.Jefe de Bar.	80
.Jefe de Compras.	82
.Hostes.	84
.Cantinero.	86
.Cajero.	87
.Mesero.	89
.Almacenista.	91
.Garrotero.	92
.Mozo.	93

CAPITULO V. Políticas Básicas.	
5.1. Políticas Básicas.	96
5.2. Manual de Organización.	97
5.3. Manual de Procedimientos.	98
5.4. Manual de Instrucción.	98
CAPITULO VI. Aspecto Contable.	
6.1. Generalidades del Departamento de contabilidad.	104
6.2. Administración de Costos.	106
CAPITULO VII. Aspecto Legal.	
7.1. Relaciones Individuales de Trabajo.	109
7.2. Reglamento Interior de Trabajo.	109
RECOMENDACIONES.	116
CONCLUSIONES.	121
BIBLIOGRAFIA.	123

INTRODUCCION

Hace muchos años, el negocio de Restaurante era realizado por personas independientes, de escasos recursos y con la idea de que todos podían tener éxito.

En un principio, los establecimientos de Alimentos y Bebidas — contaban con una organización de tipo familiar, no existían departamentos claramente definidos ni delegación de funciones, siendo el propio dueño quien tomaba absolutamente todas las decisiones.

Actualmente la Industria Gastronómica es altamente competitiva y sofisticada con un grado muy elevado de ventas anuales y se encuentra con la necesidad de manejar los modernos métodos y sistemas administrativos que hoy en día se encuentran mejor que nunca.

El Operador o Dueño de Restaurante debe conocer cómo analizar todos los elementos de sus operaciones si desea sobrevivir y prosperar.

A través del desarrollo del presente documento dedicamos atención a los detalles de la planeación y organización que deben ser tomados antes de que el Restaurante abra sus puertas, el cual hemos dividido de la siguiente manera:

CAPITULO I.- El Menú.

A través de este capítulo denotamos la importancia que tiene una buena planificación del Menú, que constituye la base de los estándares del Restaurante.

CAPITULO II.- Análisis de la Publicidad.

Para lograr una adecuada publicidad de un establecimiento de Alimentos y Bebidas se requiere de los principales medios de comunicación; una vez lograda se crea una buena imagen y esto trae como consecuencia la captación de clientes.

CAPITULO III.- Instalación y funcionamiento.

De acuerdo al mercado al que vá dirigido un establecimiento de Alimentos y Bebidas, es necesario tomar en cuenta la instalación física así como el buen funcionamiento de éste, con el objeto de crear una buena imagen.

CAPITULO IV.- Administración de Personal.

El enfoque de este capítulo vá dirigido al establecimiento de Alimentos y Bebidas, para proporcionarle una clara visión de las funciones básicas administrativas, así como las descripciones de puesto claves.

CAPITULO V.- Políticas Básicas.

Sugerencias de las Políticas a seguir para otorgar un excelente servicio, así como de los manuales necesarios en la operación.

CAPITULO VI.- Aspecto Contable.

Generalidades del Departamento de Contabilidad, así como sugerencias en el control de ventas y análisis de costos.

CAPITULO VII.- Aspecto Legal.

Toda empresa que requiera de mano de obra necesita ajustarse a lo estipulado por la Ley Federal del Trabajo, por lo que se mencionan los derechos y obligaciones obrero-patronal.

Debido a que la Industria Gastronómica es dinámica y flexible no se pueden establecer leyes que rijan determinadas políticas o estándares de calidad y de servicio, por lo que en este documento presento recomendaciones al respecto sin estipular reglas establecidas.

O B J E T I V O S

- PROPORCIONAR A TODO ADMINISTRADOR DE UN ESTABLECIMIENTO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS UNA GUIA PRACTICA EN LA CUAL LE PERMITA IDENTIFICAR LAS ACTIVIDADES ELEMENTALES, ASI COMO POLITICAS, NORMAS Y PROCEDIMIENTOS A SEGUIR PARA PROPORCIONAR UN BUEN SERVICIO.

- OTORGAR AL ADMINISTRADOR DE UN RESTAURANTE DE ESPECIALIDADES UNA CLARA VISION DE LA ESTRUCTURA ORGANICA CON QUE CUENTA DICHO ESTABLECIMIENTO.

- OFRECER UNA GUIA AL ADMINISTRADOR DE UN ESTABLECIMIENTO DE SERVICIO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS, PARA LOGRAR QUE LA ESTANCIA DEL COMENSAL SEA SATISFACTORIA Y PLACENTERA MEDIANTE EL SERVICIO BRINDADO.

HIPOTESIS

- Considerando que hasta la fecha la mayoría de los establecimientos de alimentos y bebidas son manejados por empíricos, es necesario la elaboración de un análisis que sirva de guía para la eficiencia en la producción, operación y venta de los servicios de un restaurante para lograr el éxito buscado por el inversionista.
- La preparación de un profesional gastronómico así como de un perfecto administrador logrará una mayor eficiencia en la operación del Restaurante.
- La capacidad del personal en el área de Gastronomía es esencial para la operación de un Restaurante y poder alcanzar así niveles óptimos de servicio.
- Por medio de la realización de un trabajo organizado se satisfarán tanto las necesidades del inversionista como las del comensal que al otorgar un buen servicio utilizaremos nuestra mejor arma publicitaria.

M E T O D O L O G I A

Utilizando el principio del Método Científico plantee cuatro — hipótesis para probar al desarrollar la investigación siguiendo los pasos a continuación descritos:

1. Planteamiento de las Hipótesis.
2. Recopilación de la Información:
 - .Directa: - Observación
 - Entrevistas
 - .Indirecta: - Bibliografía
 - Manuales
 - Instructivos de Servicio
 - Prácticas
3. Análisis y Síntesis de la Información obtenida.
4. Formulación de las Hipótesis.
5. Comprobación de las Hipótesis.

JUSTIFICACION

El hombre a través del tiempo se ha visto en la necesidad de — desplazarse fuera de su lugar de residencia, ya sea por motivos religiosos, de comercio, exploración o conquista, lo cual provocó que buscara un lugar para satisfacer la necesidad de alimentarse y restaurar las fuerzas que necesitaba para seguir con sus actividades.

En la historia de servicios del mundo uno de los más antiguos — que es el de "alimentación", y se dice que en el pórtico de las primeras casas que se dedicaron a la venta de este tipo de servicio se podía leer la siguiente frase:

"Venid a mí que yo los restauraré"

y es por ello que de ahí surgió la idea de llamar a este tipo de establecimientos "RESTAURANTES".

A través del tiempo se comienza a establecer en los poblados — casas habitación que ofrecen a los viajeros los servicios de alimentos y bebidas, dando origen a los posaderos y mesoneros.

La Industria Gastronómica ha crecido explosivamente en el mundo, entre otras razones por la gran afluencia de turistas y trabajadores en las grandes ciudades, así como la necesidad obligada que — tienen infinidad de personas de comer fuera de sus casas.

En los últimos veinte años se ha observado que especialmente el ejecutivo con medios económicos, prefiere tomar los alimentos en — el Restaurante o Cafetería sin tener que regresar a su hogar para — efectuar la comida del medio día.

Debido al crecimiento desmedido en las grandes ciudades se ha — incrementado notablemente la afluencia de comensales en los establecimientos de alimentos y bebidas; las exigencias de salud y del refinamiento del buen gusto en la comida y bebida han hecho de la — prestación de estos servicios al público un difícil arte con reglas de valor nacional y de aceptación internacional que deben conocer — todos los que laboren en el campo gastronómico, desde el aprendiz —

hasta el administrador.

En México, la mayoría de los integrantes de la Industria Gas —
trónomica son empíricos, más es necesario considerar que la Institu —
ción no es suficiente para alcanzar el éxito en la instalación de un
restaurante ya que la Gastronomía ocupa un lugar muy importante en —
la actividad turística en los países por la extensa variedad de pla —
tillos y bebidas servidos profesionalmente.

Es por ello, que considero útil la elaboración de este análisis
manual que servirá como guía a cualquier persona interesada en la —
Industria Gastronómica puesto que todas las actividades tienen más —
éxito y facilidad de ejecución si se llevan a cabo bajo un sistema —
de administración, pues al hablar de administración en esta Indus —
tria es lo mismo que referimos a la Industria en general, ya que el
restaurante es una empresa que vende un producto constituido por —
placillos elaborados y un servicio que es la atención al cliente, y
cada departamento equivale al de cualquier organización; así tenemos
que la cocina es el área de producción, el comedor el área de ven —
tas, etc.

La Administración implica muchas responsabilidades, entre las —
cuales se puede incluir costos, control de personal, desperdicio de
alimentos, capacitación, relaciones entre el personal y los clien —
tes, compras, publicidad, etc., que llevándose bajo un sistema orga —
nizado reflejarán resultados positivos en la operación.

Pretendo elaborar el presente trabajo con el propósito de —
orientar a todas aquellas personas que se interesen por conocer el —
funcionamiento y las principales operaciones que se realizan en un —
establecimiento de alimentos y bebidas y que dentro de sus fines —
propedéuticos pretende contribuir con la aportación al acervo Bi —
bliográfico en materia Gastronómica.

. CAPITULO I .

***** EL MENU *****

1.1. PLANEACION DEL MENU

"Menú es una palabra francesa, que denota detalles minuciosos — sobre la lista de los alimentos de la cocina, el programa de una comida y objeto es presentar una lista de platillos y bebidas con precios o sin ellos, para transcribirle al cliente o comensal ideas y gustos." (1)

El papel que juega en el comedor es muy importante ya que se puede comparar con el puente que une al establecimiento con el comensal y determina en parte el volumen de afluencia y la venta de alimentos.

La planeación del Menú implica la preparación teórica de los alimentos que se ofrecerán a la clientela.

Es una actividad de gran importancia ya que de ella dependen el equipo necesario, los métodos de compra, el personal requerido así como el diseño, decoración y ubicación del local.

La planeación del Menú depende del Chef, Capitán o Maitre y el Gerente del establecimiento.

Para planear el Menú debe tenerse el costo de los artículos necesarios con el fin de distribuir de la mejor manera el presupuesto y cumplir con las demandas del lugar.

De la misma forma deben tomarse en cuenta las necesidades y deseos del cliente conociendo el segmento de mercado hacia el cual va dirigido nuestro producto para que de esta manera se planee sobre la base de gustos generales, sin olvidar las necesidades nutricionales.

De entre los puntos básicos que destacan en la planeación del Menú, debe tenerse en mente lo siguiente:

- a) Determinar el tipo de comida que debe cubrirse en el Menú.

(1) HOTEL CAMINO REAL .. Manual de Cocina Clásica. Guadalajara, Jal. P.P. 67

La alimentación durante todo el día hace de la elaboración del menú una operación diversificada. Se necesitan los siguientes menús: (2)

MENU DE DESAYUNO
 MENU DE COMIDA
 MENU DE CENA
 MENU DE CENA TARDE
 MENU DE NOCHE

* Menú de Desayuno.-

Consiste en jugos de frutas, café, pan tostado o pan dorado, mantequilla y remolada, seguidos de dos o cuatro combinaciones diferentes de desayunos. Hay también el menú a la carta donde se enlistan uno por uno los alimentos del desayuno. Primero los jugos de frutas y frutas frescas; después los cereales, después las diferentes formas de servir los huevos; las carnes y pescados seguidos por los pancakes y waffles preferidos. Las bebidas del desayuno son por supuesto café, té o leche.

* Menú de Comida.-

Los aperitivos en el menú de comida no se elaboran como los de la cena. Las ensaladas proveen las vitaminas necesarias, como lo hacen las frutas. También se sirve sopa entre espesa y aguada. Entre los platillos fuertes, la selección de huevos debe incluir las especialidad de Omelettes y Huevos Escalfados. Entre las carnes, se preferían los guisados para la comida ya que son pequeños bisteces de cualquier tipo, y especialidades más baratas de carnes. También tienen su lugar los alimentos a la carta. Los postres y bebidas cierran el menú.

* Menú de Cena.-

Las personas tienen más tiempo libre y pueden hacer una buena se-

lección de cena, ya sea escogiendo una preparada o escogiendo de --
 platillos individuales, acomodándolos con la ayuda del Capitán o --
 Maitre. Las sopas están por lo general en este menú a la carta.

* Menú de Cena Tarde.-

El menú de Cena Tarde ya casi no se usa. Era una costumbre cuando las personas planeaban salir fuera a cenar tarde. La vida nocturna en grandes ciudades ha cambiado notablemente dentro del campo de diversión, se ha reemplazado el cenar fuera con tomar la copa fuera.

* Menú de Noche.-

El menú de Noche se ofrece en la noche, éste debe ser fácil de --
 preparar para que sea un negocio fluctuante.

b) Determinar la disponibilidad local de provisiones así como --
 las distintas provisiones de la estación.

Antes que todo debemos considerar el sabor local de los alimentos. Existen varias razones para que los alimentos sean populares --
 en una región y no en otra.

La preparación de los alimentos está afectada por los propios --
 ingredientes, por el clima de la región y por las influencias de los inmigrantes que han venido de diferentes partes del mundo.

c) Hacer uso de los productos de alto valor alimenticio, así --
 como de los métodos para la preparación de alimentos que permitan --
 conservar las propiedades nutritivas naturales.

d) El menú debe escribirse en español o bien, con una combinación de español con otro idioma, de preferencia inglés o francés para que los clientes puedan comprenderlo con facilidad; en caso de que el menú no entendible se solicita la ayuda del Maitre.

e) Establecer un balance de los alimentos tanto en sabor como en presentación.

Balancear un menú es coordinar a través de las preparaciones básicas culinarias con el valor nutritivo de cada producto.

Ejemplo.- Si una sopa es de consistencia cremosa ninguna salsa cremosa debe seguir a este platillo. Si el aperitivo tiene guarnición de tomate, no deberos utilizar tomate en el plato que sigue.

Un menú esta bien balanceado cuando combinan las cualidades nutritivas de los alimentos con las substancias necesarias para satisfacer el paladar y mantener buena salud.

f) Determinación de Precios para el Menú.

Un producto en la cocina es como cualquier otro producto en las tiendas. Los factores que controlan un precio de venta son los costos de material crudo, los costos de labor y el margen de ganancia.

Para determinar los precios del menú debemos tomar en cuenta algunos factores como son clima, localización, etc.

El segundo punto que debemos de estudiar es el factor del costo del personal, se necesita mucho cuidado en la determinación de los salarios que se pague a los empleados. Se debe entender que el menú, el tipo de Restaurante, y la clientela que esperamos determinarán las cualidades y conocimiento de los empleados que se contratan.

El tercer factor lo componen los costos adicionales que son: manteles, servilletas, reemplazo de vasos, loza, plató, costo de luz, aire acondicionado, gas, etc. etc.

El precio se traduce en el valor económico establecido en los productos que tenemos a la venta.

Dentro de las decisiones más importantes que debe de tomar el Ejecutivo de Empresa es la administración del precio de venta.

Una asignación adecuada del precio puede ocasionar daños irreparables para la aceptación del producto dentro del mercado.

También se debe tomar en cuenta dos puntos básicos para la determinación de precios para el menú:

a) ANALISIS DE LA COMPETENCIA.- Para poder colocar un Restaurante en el mercado local debemos conocer nuestros competidores, los segmentos de mercado hacia los que se dirigen a su grado de éxito.

Este análisis no es utilizado para copiar a la competencia, sino más bien como ayuda para evitar duplicación en conceptos, productos y servicios, estableciendo así un producto único en el mercado y además entender la flexibilidad de precio conociendo el nivel de precios que manejaremos lo que nos permitirá obtener una adecuada aceptación por parte de los clientes hacia los cuales nos dirigiremos.

b) ANALISIS DEL COSTO DEL PRODUCTO.- Para poder determinar el precio al que podemos vender el producto es necesario realizar un estudio de los costos unitarios que nos permitirá conocer cuál es el margen de utilidad del producto, así como los factores antes mencionados .

El empleo y buen resultado del método depende de los costos reales y de una estimación adecuada y de una estimación adecuada de las ventas.

La fijación del precio es una tarea primordial ya que debe de lograrse un equilibrio óptimo entre las ventas y las utilidades.

ESTRUCTURA DEL MENÚ.-

Se respeta la Estructura del Menú hecha por el Maestro George - Auguste Scoffier (conocido como cocinero de los Reyes y Rey de los cocineros).

El orden para elaborar una carta o menú es el siguiente:

- * Entrances y Corderos.
- * Sopas y Cremas.
- * Pastas.
- * Pescados y Mariscos.
- * Aves.
- * Carnes.
- * Postres.
- * Café. (Tipos)

1.2. ESTANDARES DEL MENÚ

Los menús deben ser el reflejo de la excelencia en la Industria Gastronómica.

Su papel es primordial en la comunicación de los productos de Alimentos y Bebidas a los comensales y en la imagen de calidad del Restaurante.

Los menús son la creación más importante dentro de un restaurante. Si su diseño o la forma de ofrecer el producto no reúne los requerimientos de presentación necesarios se reflejarán negativamente en el Restaurante dando como resultado un desprestigio al lugar.

Los siguientes puntos son básicos para asegurar que el menú sea una confirmación de calidad:

- a) Los factores clave a considerar en la creación del menú son:
Cubierta.- Colores, diseño, tipo de papel, fotografías.
Parte Interior.- Diseño del formato del menú, presentación,-
efectos de mercadotecnia.

" LOS MENUS DEBEN SER ÚNICOS Y ORIGINALES "

- b) Una vez que el menú es el elaborado por el capitán, maître y Gerente, conforme a los requerimientos de sanidad y precios estipulados, éste es llevado a la Secretaría de Turismo para que ésta lo feche y lo verifique.
- c) El menú debe ser diseñado por un artista gráfico profesional, para lograr buen gusto tanto en color como en diseño.
- d) El menú debe ser explícito, manejable, legible y fácil de reimprimir a menores costos.
- e) El tipo de papel debe ser de peso mediano y de un material - que permita mantenerlos limpios y sin manchas.
- f) Es necesario dar una explicación clara de los platillos, ingredientes básicos, y tiempo de preparación.

1.3. CLASES DE MENÚ

Todos los menús se clasifican en dos:

- a) A la Carta.
- b) Menú Combinado.

CARACTERISTICAS DE UN MENU A LA CARTA.

a) Ofrece la lista de los platillos del Restaurante, así como la descripción de los mismos.

b) Los precios se presentan separados para cada platillo de la lista.

c) cada platillo tiene un tiempo determinado de preparación.

El menú a la carta es el que se presenta en los restaurantes de especialidades cuyos platillos pueden variar de acuerdo a la estación.

En la mayoría de los casos es acompañado por la "especialidad de la casa", que consiste en presentar platillos especialmente preparados por el Chef, que pueden cambiarse día con día, o permanecer un lapso determinado de tiempo.

CARACTERISTICAS DE UN MENU COMBINADO.

a) Existe un número fijo de entradas.

b) Debe de realizarse una selección de cada entrada. (Por parte del comensal).

c) Tiene precio fijo.

d) Los platillos están preparados para servirse de inmediato.

e) El menú combinado puede ofrecerse solo o con el menú a la carta.

El precio establecido del menú se carga de igual manera si se consumen o no las entradas establecidas.

Las entradas establecidas comprenden:

- Platillo de Entrada.
- Plato Fuerte.
- Postre.
- Café.

En algunos Restaurantes se les denomina este tipo de Menú "Ejecutivo".

1.4. EVALUACION DEL MENÚ

El objetivo primordial que persigue un establecimiento de alimentos y bebidas es la satisfacción del comensal a través del servicio de alimentos y bebidas que ofrece; para ello, es fundamental — realizar una evaluación detallada del menú propuesto, para así comprobar en definitiva la funcionalidad y eficiencia del menú en cuanto a la preferencia y gustos del comensal, así como los objetivos de la empresa.

Existe un solo método para determinar la efectividad del menú y se lleva a cabo mediante un cuestionario contestando las siguientes interrogantes claves para detectar posibles errores:

a) Variedad de platillos.

¿Excesiva o Riquísima? .- Antiguamente los menús constaban de trece platillos y actualmente el número establecido en los Restaurantes es de ocho platillos que ya fueron mencionados anteriormente en la Estructura del Menú, guardando la tendencia del Menú — Clásico Francés y acompañado por un vino adecuado para cada platillo.

b) Denominación de los Platillos.

¿Es clara? .- La redacción de un platillo debe ser clara y — entendible para el cliente; en caso de que se tratara de un platillo

de denominación diferente al idioma español (Francés e Inglés) se solicita la ayuda del Maître o Capitán.

c) Determinación de Precios.

¿ Resultan los beneficios esperados ? .- Se deben determinar si las utilidades esperadas se logran.

d) Diseño del Menú.

¿ Es atractivo ?

¿ El color, tipo de papel y distribución son adecuados ?

Esto se refiere a que si el diseño del menú logra la atención del cliente en cuanto forma del menú, si el color es de su agrado y el tipo de papel utilizado sea de buena calidad.

1.5. CONOCIMIENTO DEL MENÚ.

Dentro de los estándares básicos del buen servicio se encuentra el conocimiento del menú por parte de cada mesero, ya que él es un vendedor.

La habilidad para vender efectivamente los productos de alimentos y bebidas y ayudar a la selección del menú se ve directamente -- influido por el conocimiento del producto.

Este conocimiento de mayor seguridad al personal al ayudar a -- los comensales a escoger los platillos del menú lo cual se verá reflejado en cheques promedio más altos.

El personal del Restaurante deberá conocer:

- a) Principales ingredientes de los platillos.
- b) Métodos de preparación.
- c) Tiempo de preparación necesario para servir una orden.
- d) Guarniciones de los platillos.
- e) Platillos especiales del Restaurante.

. CAPITULO II .

*** ANALISIS DE LA PUELCIDAD ***

2.1. PUBLICIDAD

" Publicidad es una actividad que utiliza una serie de técnicas creativas para diseñar comunicaciones persuasivas e identificables, transmitidas a través de los diferentes medios de comunicación; pagada por un patrocinador y dirigida a una persona o grupo con el fin de desarrollar la demanda de un producto, servicio o idea. " (3)

El objetivo básico de la Publicidad es estimular las ventas ya sea de una manera inmediata o en el futuro.

Para que los resultados de la publicidad sean positivos es necesario desarrollar un mensaje correcto en el momento preciso.

Un mensaje es llevado a través del siguiente proceso: Mensaje, una fuente de este mensaje (Emisor), un canal de comunicación y un Receptor.

Al hablar de un mensaje correcto nos referimos a la presentación de un producto o servicio que satisfaga las necesidades del consumidor; el momento preciso está ligado con la función de los diferentes medios masivos de comunicación.

A través de este capítulo mencionaremos los principales medios de publicidad utilizados para la promoción efectiva de un producto y servicio así como los requerimientos básicos para que el mensaje sea transmitido adecuadamente.

MEDIOS DE PUBLICIDAD.

- * Periódicos.
- * Radio.
- * Televisión.

(3) FISHER, LAURA. Mercadotecnia. Editorial Interamericana.
Pag. 216.

2.1.1. PERIODICOS

El Periódico es un medio publicitario en el que se pueden identificar las siguientes ventajas y desventajas:

VENTAJAS:

- + Son una excelente fuente de información por ser:
 - * Económico.
 - * Flexible y oportuno.
 - * Utilizado para cubrir una ciudad entera o diferentes zonas de ésta.
 - * Los anuncios pueden ser cancelados con unos días de anticipación (en caso de modificación del anuncio).
 - * Útiles si el anunciante desea presentar su mensaje al mercado con frecuencia.

DESVENTAJAS:

- * La vida de un anuncio de periódico es muy corta.
- * Muchas personas hojean el periódico más que leerlo.
- * No es selectivo ya que no existe distinción de clases sociales para la difusión de este medio.

Una publicación en el periódico debe:

- a) Atraer la atención de inmediato.
- b) El anuncio debe resaltar siendo claro, conciso y fácil de leer.
- c) Los servicios que se ofrecen deben de estar claramente establecidos.
- d) La presentación del anuncio debe ser definitiva para que así los clientes lleguen a reconocer el estilo de publicidad.

- e) El anuncio debe leerse fácilmente evitando formatos ingeniosos que lo impidan.
- f) El mensaje debe de incluir todos los beneficios y servicios que contribuyan a la toma de una decisión.
- g) Ser directo y no debe desperdiciar palabras.
- h) Informar en el menor espacio posible (el cual se traduce - en tiempo) que se ofrece, el precio y la forma de obtenerlo. Es vital que quede claro de inmediato para que se conozca lo que se está vendiendo.

2.1.2. RADIO

La Radio requiere de la mayor imaginación del publicista ya que puede ser uno de los métodos más fuertes para comunicar un mensaje.

No debe ser utilizado para pasar al aire anuncios impresos ya - que al leerlos la comunicación se tomaría aburrida.

REGLAS PARA HACER DE LA RADIO UN MENSAJE PODEROSO. (4)

- a) Recurre a la imaginación. Escribe de tal manera que el oído capte y la mente construya imágenes.
- b) Entronétase para llamar la atención !!
Rompe la barrera del desinterés: no trate de incluir varios puntos puntos de venta en un comercial, enfóquese a uno solo.
- c) Haga el mensaje claro y directo, ya que la gente no puede ver el producto a la venta.
- d) Repita el mensaje de venta con la frecuencia necesaria hasta que sea redundante.
- e) Haga que el comercial suene como si alguien estuviera hablando, expresando una idea completa.
- f) Utilice la forma clásica de escribir para la radio:

- * Dígales lo que vá a decirles.
- * Dígaselos.
- * Dígales lo que les ha dicho.

g) ¡ Divierta pero venda !

El comercial en la radio debe de entretener y divertir al público sin olvidar entregar el mensaje de venta.

2.1.3. TELEVISION

La Televisión es el medio publicitario más costoso, por lo que su requiere de mucho cuidado al escribir los comerciales.

SUGERENCIAS.

- a) El comercial debe de ser visual. Las imágenes son la parte más importante. las palabras simplemente apoyan las imágenes.
- El comercial de televisión debe transmitir un mensaje sin — palabras.
- b) Muestre su producto en acción, ya que la televisión es un — medio de demostración.
- c) Rompa la barrera del desinterés, llamo la atención.
- d) Comunique solo un punto de venta, claro y completamente establecido.
- e) Las personas interpretan la televisión literalmente. Lo que se ve es lo que creen.

Asegúrese de que lo que se ofrezca sea correcto y honesto.

- f) Asegúrese de que su mensaje esté completo, haciendo del comercial un drama ya que debe tener un principio, una parte central y un fin.

Las sugerencias anteriores nos muestran los puntos principales que deben tenerse en mente al traducir un mensaje de venta en anuncio o comercial.

No son todos los puntos básicos a considerar pero son buenos consejos en su redacción.

REGLAS BASICAS A APLICAR EN LAS FORMAS DE PUBLICIDAD PARA TENER OPORTUNIDAD DE EXITO SON:

- a) Asegúrese que el producto y servicio a la venta quede claramente establecido.
- b) Desarrolle un solo producto de venta y establezca claramente.
- c) Asegúrese que el nombre del producto o establecimiento esté claramente identificado.
- d) Mantenga su mensaje simple asegurándose de que esté completo.

FORMAS PARA LLEVAR A CABO UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA.

- a) Utilizar los servicios de una Agencia publicitaria especializada.

b) A través del departamento de publicidad de la misma empresa.

Es más recomendable utilizar los servicios de una Agencia — especializada ya que por dedicarse exclusivamente a la pu — blicidad conocen el medio adecuado para motivar las ventas.

. CAPITULO III .

**** INSTALACION Y FUNCIONAMIENTO DEL RESTAURANTE ****

3.1. INSTALACIONES BASICAS

El menú constituye la base para la determinación de las instalaciones y equipo necesario para el buen funcionamiento del negocio.

Las instalaciones básicas para el buen funcionamiento de un establecimiento de alimentos y bebidas son:

- a) Cocina
- b) Area de Servicio
- c) Bar
- d) Comedor

3.1.1. LA COCINA Y SU EQUIPO

Al planear la instalación de una cocina debe darse gran importancia a los servicios que se van a prestar.

Para que el servicio sea rápido la cocina debe instalarse en la misma planta que el comedor.

La cocina ideal es aquella en donde se repetan las normas de higiene y el personal realiza el mínimo de esfuerzo con un mínimo de pasos.

La distribución lógica del establecimiento permite que con desplazamientos cortos el personal se provea de todo lo necesario para el buen servicio.

UTENSILIOS INDISPENSABLES EN LA COCINA.

- Mesa de madera gruesa.
- Licuadora

- Batidora.
- Batidora de huevos.
- Máquina para rallar.
- Máquina para picar.
- Coladores.
- Eschillos.
- Cucharas de madera y metal.
- Pelador de papas.
- Fuentes para batir.
- Cuzos de diferentes tamaños.
- Cuchillos filosos de diferentes tamaños.
- Cacerolas.
- Sartenes.
- Agujas para coser.
- Paileras de diferentes tamaños.
- Embudos.
- Medidas.
- Palas para huevos.
- Tijeras
- Refractarios.
- Coladores para papas fritas.
- Tablas para cortar.
- Ollas de presión.
- Boquillas para adornar pasteles.
- Sacacorchos.
- Abrelatas.
- Pailador de verduras.
- Moldes para hornear.
- Flaneras.
- Budineras.
- Espumaderas.
- Cacerolas.

LEGUMERES DE LA COCINA.

Aguacate	Betabel	Chayotes
Alcachofas	Calabacitas	Elotes
Acelgas	Camotes	Espinacas
Apio	Brocoli	Esparragos
Nabas	Cebolla	Zanahoria
Berenjenas	Col	Lechuga
Berros	Chicharos	Hongos
Tomate rojo	Tomate verde	Nabos
Papas	Pimientos	Romaritos
Rábanos	Verdolagas	Pepinos

HIERBAS FINAS.

Epacote	Pimientos dulces	Perifollo
Laurel	Estragón	Tomillo
Mejorana	Orégano	Perejil
Hierbabuena	Cilantro	Perejil Chino

CONDIMENTOS.

Sal	Pimienta	Mostaza
Clavo	Canela	Nuez
Cacahuate	Chile	Ajo
Comino	Anís	

Se consideran también como condimentos las salsas que vienen — embotelladas y enlatadas como:

Salsa de Soya	Jugo Magui	Picante tabasco
---------------	------------	-----------------

Catsup
 Mostarda

Salsa Curry
 Salsa Inglesa

TIEMPO APROXIMADO EN LA COCCION DE PLATILLOS.

** PLATILLOS **

** MINUTOS **

.Entremeses y cocteles	10
.Sopas y consorés	10
.Huevos	12
.Pescados y mariscos	15
.Pastas	15
.Carnes	5 a 20 según el término.
.Pollos	25

←MEDIDAS EQUIVALENTES. (5)

1 Onza	28.7 gramos
1 Libra	453.6 gramos
1 Libra	16 onzas
1 Kilogramo	2.2 libras (1000 gramos)
1 Taza de Harina	115 gramos (04 onzas)
1 Cucharada de Harina	10 gramos (1/3 onza)
1 Taza de Azúcar	227 gramos (1/2 libra)
1 Taza de Mantequilla	225 gramos (1/2 libra)
1 Taza de Arroz Crudo	480 gramos (18 onzas)
1 Taza de Pan Molido	140 gramos (05 onzas)

3.1.2. AREA DE SERVICIO

El área de servicio es el enlace entre la cocina y el comedor - de un Restaurante.

Dentro de un establecimiento de alimentos y bebidas el área de servicio es una de las secciones con más trabajo.

El Area de Servicio se compone por:

- Abastecimiento
- Almacén de loza y cristalería
- Sección de lavado
- Almacén de blancos

El Area de ABASTECIMIENTO es donde se encuentra el equipo - necesario para la conservación y abastecimiento de alimentos que no se preparan en la cocina.

** Equipo **

- | | |
|---|---|
| .Refrigerador. | Para almacenar leche, crema, — mantequilla, jugos de fruta, — conservas, etc. |
| .Máquina para mantequilla. | Control de proporciones. |
| .Cafetera. | Con dispositivo para elaboración de café y agua caliente. |
| .Salamandra. | Preparación de tostadas melba. |
| .Alacena de plaqué, loza y cristalería. | |

** Provisiones **

- .Café, té, chocolate, etc...
- .Leche y Crema.
- .Azúcar.
- .Conservas.
- .Mantequilla.
- .Galletas deshidratadas.
- .Cereales.

El ALMACEN DE LOZA, PLAQUE Y CRISTALERIA debe contener la provisión total del equipo necesario para el servicio de todas — las comidas además de un excelente para usarse en caso de emergencia.

** Cubiertos **

- .Cucharas soperas.
- .Cucharas para consomé.
- .Cuchararita para postre.
- .Cucharita para helado.
- .Cucharita para café o té.
- .Cucharón para sopas y cremas.
- .Cucharón pequeño para salsas.
- .Cuchara y tenedor especiales para el servicio.
- .Cuchara y tenedor para ensaladas.
- .Pinzas para hielo.
- .Pala y tenedor para pastel.
- .Tenedor para ostiones y mariscos.
- .Tenedor para pescado.
- .Tenedor para carne.
- .Tenedor para postre.
- .Pinzas para caracoles ó tenedor.
- .Cuchillos para caviar.
- .Cuchillos para pan.

- .Cuchillos para carne.
- .Palitas para Pescado.
- .Palitas para mantequilla.
- .Cuchillos para postre.
- .Cuchillo y tenedor para trinchar.

*NOTA: Es preferible el uso de acero inoxidable en estos utensilios.

** Loza **

- .Plato de base.
- .Plato para sopa.
- .Plato consomé.
- .Plato para pescado.
- .Plato ensalada.
- .Plato postre.
- .Plato para pan.
- .Plato mantequillero.
- .Plato para café y té.
- .Plato trinche (carnes).
- .Tazón para sopa y consomé.
- .Taza café.
- .Taza noka.
- .Tazón para huevos.
- .Azucarera.
- .Cafetera / Jarra para café.
- .Tetera.
- .Hielera.
- .Salsera.
- .Caniceros.
- .Jarras para agua.
- .Jarras para leche.
- .Jarra para crema.

** Cristalería **

- .Copa para vermouth y jerez.
- .Copa sour (cocteles ácidos a base de jugo de limón).
- .Copa champagne.
- .Copa para ponche.
- .Copa golden (cocteles a base de yema de huevo).
- .Copa fizz (cocteles a base de clara de huevo).
- .Copa coctelera.
- .Copa daiquiri.
- .Copa para martinis.
- .Copa para licor.
- .Copa para brandy.
- .Copa para cognac.
- .Copa para vino blanco.
- .Copa vino tinto.
- .Copa para agua.
- .Copa margarita.
- .Vaso rocas.
- .Vaso 3 onzas.
- .Vaso 10 onzas.
- .Vaso 12 onzas.
- .Vaso old fashioned.
- .Tarros para cerveza.
- .Caballitos para tequila.

SECCION DE LAVADO.

Existen dos métodos para el lavado de la loza:

a) Método de Depósito, que consiste en lo siguiente:

La loza sucia se coloca se coloca dentro de un depósito de agua caliente y detergente. Después del lavado, los platos se colocan en rejillas y se sumergen en otro tanque esterilizador que con-

tiene agua limpia caliente a una temperatura aproximada de 75°C.

Las rejillas permanecen dos minutos en el depósito, se retiran y se deja secar la loza; después de seca la loza se almacena en sus anaqueles respectivos.

b) Método de Máquina, es el más utilizado en establecimientos - en los que mantienen una elevada afluencia de comensales. Las instrucciones para el uso de la máquina lavadora así como la forma adecuada para utilizar el detergente es proporcionada por el proveedor.

Por Regla general:

Se debe retirar cualquier residuo que hubiese quedado en la loza y se coloca en rejillas de metal.

Las rejillas se colocan dentro de la máquina, se lava la loza, - se enjuaga y después se esteriliza.

Posteriormente se deja secar durante dos o tres minutos y después se apila y se coloca en los anaqueles respectivos.

ALMACEN PARA BLANCOS.

Dentro del área de servicio debe de existir un anaquel que contenga los blancos necesarios para el servicio así como una cantidad extra de los mismos para utilizarse en caso de emergencia.

Los blancos se cambian cuando es necesario en base de uno limpio por uno sucio.

Los artículos de blancos principales son:

- . Manteles
- . Mantelillos
- . Servilletas de Tula
- . Manteles para carritos y aparadores
- . Servilletas o paños para meseros y el servicio.

Los blancos deben almacenarse en anaqueles recubiertos de papel, por tamaños y doblados al revés para que no se manchen.

El material de los blancos varía desde algodón hasta materiales sintéticos como nylon y el rayón.

3.1.3. EL BAR Y SU EQUIPO

El bar consiste en una barra y una contrabarra situada a espaldas del cantinero compuesta por varias repisas en donde se colocan - las botellas a fin de que queden expuestas a la vista de los clientes para que conozcan la existencia del bar.

MUEBLIARIO DE LA BARRA.

- .Lavabo de agua caliente.
- .Depósito para el hielo.
- .Discos donde se depositan las botellas más usuales.
- .Plataforma de madera entre la barra y se contrabarra - para evitar resbalos.

UTENSILIOS DEL BAR.

- .Abrebotas.
- .Batidoras.
- .Licuadoras.
- .Cuchillos.
- .Cucharas largas para mezclar.
- .Enfriaderas.
- .Exprimidores.
- .Hieleras.
- .Picahielos.
- .Pinzas.
- .Sacacorchos.
- .Servilletas de papel.
- .Alondras ó portavinos.
- .Vasos mezcladores.
- .Trapos para secar la barra.

INGREDIENTES PARA COCTELERIA.

- .Surtido de frutas de temporada.
- .Azeitunas.
- .Azúcar y jarabos.
- .Sal.
- .Canela en polvo y rajas.
- .Cebollitas cambray.
- .Colores vegetales.
- .Crema de leche y leche fresca.
- .Hierbabuena.
- .Jugos (tomate, limón, naranja, toronja, piña).
- .Salsa inglesa.
- .Jugo magüí.
- .Nuez moscada.
- .Pimienta.
- .Salsa tabasco.

El Barman o Cantinero es el responsable del bar. El bar tendrá una existencia de vinos, licores e ingredientes suficientes para el servicio del día por lo que el Barman deberá verificar todos los días su existencia.

CRISTALERIA.

- .Cuballitos para tequila.
- .Copas para agua.
- .Copas vino tinto.
- .Copas vino blanco.
- .Champagneras.
- .Globos para cognac.
- .Jiggers (medidas para whisky).
- .Tarros para cerveza.
- .Vasos para bebidas largas.

- .Vasos old fashioned.
- .Vasos medianos para highball y cubas.
- .Vasos para bebidas en las rocas.

INVENTARIOS.

El inventario de existencia en el bar se debe realizar cuando menos cada semana para verificar las existencias y deducir los costos.

Se considera que una botella medida por copas debe considerarse a razón de 18 copas.

Una manera sencilla de realizar un inventario es medir las botellas dividiéndolas en décimos; si una botella es considerada en 10 décimos, al voltearla si el líquido queda a la mitad se dirá que tiene 5 décimos; si el líquido llega a las 3/4 partes, diremos que tiene 7 décimos y así sucesivamente.

BEBIDAS EN EL BAR. (6)

** Adesivos **

** Origen **

Campari	México - Italia
Cinzano dulce	México - Italia
Cinzano seco	México - Italia
Dubonnet	México - Italia
Fernet	México - Italia
Pernod	México - Italia
Carpano	México
Martini Rossi	México

** Erandy **

Carlos I
 Don Pedro
 Fundador
 Presidente
 Terry
 Azteca de Oro

** Origen **

España
 México
 España
 México
 España
 México

** Cognac **

Courvoisier VSOP
 Hennessy VSOP
 Martell Medallón
 Martell Cordon Blue

Francia
 Francia
 Francia
 Francia

** Ginebra **

Beefeaters
 Calvert
 Gordon's Dry Gin

Inglaterra
 México
 Inglaterra

** Ron **

Bacardi Añejo
 Bacardi Carta Blanca
 Bacardi Solera
 Blanco Madero
 Ron Castillo

México
 México
 México
 México
 México

** Vodka **

Koshenkovva
 Wyvortva

México
 Polonia _ México

** Tequila **	** Origen **
Sauza Blanco	México
Sauza Conmemorativo	México
Sauza Hornitos	México
Tres Generaciones	México
Herradura Reposado	México
** Whiski (Bourbon) **	
Old Taylor	E.U.A.
Jack Daniel's	E.U.A.
** Whiski (Canadiense) **	
Canadian Club	Canadá
** Cordiales **	
Amaretto di Sarceno	México
Amaretto di Sarceno	Italia
Anís dulce	México
Anís seco	México
Controy	México
Crema de menta blanca	México
Crema de menta verde	México
Crema de cacao blanca	México
Crema de cacao oscura	México
Chinchón dulce	México
Chinchón seco	España
Fahlúa	México
Crema de Cassis	México
Benedictine	Francia - México
Dranbuie	Escocia
Franjelico	Italia
Grand Yarnier	Francia
Licor de Galiano	Italia

** Whisky (escocés) **

Buchanan's
 Chivas Regal
 J & B
 Jorhy Walker etiqueta roja
 Jorhy Walker etiqueta negra
 Old Parr
 Passport

** Origen **

Escocia
 Escocia
 Escocia
 Escocia
 Escocia
 Escocia
 Escocia

** Vino Generoso **

Dry Sack
 Jerez Tío Pepe
 Jerez Santo Tomás
 Oporto Santo Tomás
 Oporto Ferreira

España
 España
 México
 México
 Portugal

** Champagne y Espumosos **

Domaine San José
 René Lalou
 Cordon Rouge
 Leon Perignon
 Moet Chandon
 Taittinger
 Veuve de Clicquot

México
 Francia
 Francia
 Francia
 Francia
 Francia
 Francia

** Vino Blanco **

Riesling Daxcoq
 Calafia
 Chenun Blanc
 Riesling L.A. Cetto
 Clos San José
 Open Wine

México
 México
 México
 México
 México
 México

** Vino Blanco **

Chenin Blanc Martell
 Blanc de Blancs
 Chenin Blanc L.A. Otto
 Piné Blanc L.A. Otto
 Chablis
 Gewurztraminer
 Liebfraumilch
 Mouton Cadet
 Oppenheim
 Pouilly Fuisse

** Origen **

México
 México
 México
 México
 Francia
 Alemania
 Alemania
 Francia
 Alemania
 Francia

** Vino Rosado **

Hidalgo
 Rose D'Anjou
 Bouqué de Provence

México
 Francia
 Francia

** Vino Tinto **

Calafia
 Gewurztraminer Sauvignon L.A. Otto
 Vifa San Estiben
 Zinfandel Dorado
 Merlot y Cabernet
 Petite Sirah L.A. Otto
 Clos San José
 Boujolais
 Giteauneuf du Pape
 Siglo
 Saint Estiben
 Cadet de Tremont
 Mouton Cadet

México
 México
 México
 México
 México
 México
 México
 Francia
 Francia
 España
 Francia
 Francia
 Francia

** Cervezas **	** Origen **
Estrella	México
XX Oscura	México
Superior	México
Bohemia	México
Carta Blanca	México
Tecate	México
Modelo	México
Klester de Barril	México
Negra Modelo	México
XX Lager	México
** Refrescos **	
7 Up	México
Pepsi Cola / Coca Cola	México
Squirt	México
Sidral	México
Tri soda	México
Agua Quina	México

3.1.4. EL COMEDOR

El Comedor es el lugar en donde se reúnen los comensales y se sirven los alimentos, básicamente donde se realiza directamente la acción de venta. La primera impresión del comensal al entrar al comedor es de vital importancia por lo que se requiere que la decoración, muebles y equipo sean los adecuados.

Para la elección del equipo de operación se requiere tomar en cuenta:

- Tipo de clientela que se espera.
- Ubicación del Restaurante.
- Tipo de servicio ofrecido.
- Presupuesto y mantenimiento del equipo.

La decoración del comedor, debe de estar de acuerdo con el nombre que se le designe al establecimiento.

El salón requiere de una iluminación adecuada; alumbrado no muy brillante durante la comida y la luz difusa durante la noche.

El color debe proporcionar una atmósfera tranquila y agradable, así como una sensación de limpieza, por lo que se sugieren colores cálidos en las paredes como el beige, naranja y rosado.

Los muebles van de acuerdo al giro del establecimiento; el material más usado en un Restaurante de categoría es la de cañera, ya que dura y resiste el uso. Se utiliza como material principal en mesas y sillas en las áreas de alimentos y bebidas.

Alfombras, lámparas, cortinas, candelabros, macetas, flores, — alumbrado y buen gusto son los principales elementos para la decoración del comedor.

La mantelería dentro del comedor es de suma importancia ya que es básico que éstos elementos se encuentren limpios y en buen estado.

Los materiales más utilizados en blancos son el algodón, nylon y el rayón.

Los artículos de blancos principales son: Manteles, servilletas, mantel para buffet, manteles para carritos, paños o servilletas para meseros y el servicio.

La Vajilla es muy importante en el arreglo de la mesa, ya que a los comensales les gusta ver una vajilla de diseño agradable. Las vajillas más utilizadas son las de loza ya que son más durables y — permiten que el gasto inicial no sea tan elevado (loza vitrificada).

El plasmá (cubiertos y cuchillería) son utilizados en la mayoría de Restaurantes, de acero inoxidable o con recubrimiento de plata. El acero inoxidable es más resistente al trabajo pesado que ningún otro metal y se le tiene considerado como el más higiénico.

La cristalería contribuye a la presentación general del Restaurante por lo que se recomienda utilizar cristalería sencilla y lisa que permita observar claramente la limpieza así como los colores y artilugios de las bebidas.

3.2. EL SERVICIO

Al hablar de servicio, nos referimos a todo aquello que con —
 cierre al máximo esfuerzo que un prestador de servicios debe hacer —
 para complacer satisfactoriamente a sus clientes.

El servicio de un Restaurante depende de los siguientes facto —
 res:

- a) Tipo de establecimiento.
- b) El tipo de clientes.
- c) Tiempo disponible para la comida.
- d) Cantidad de clientes esperados.
- e) Tipo de menú.
- f) Costo de los platillos.
- g) Localización del Restaurante.

3.2.1. TIPOS DE SERVICIO

SERVICIO FRANCÉS.

Esta es la forma más elaborada de servicio, usualmente encon —
 trada en los Clubes, Restaurantes y Hoteles más más exclusivos.

Quando el Servicio Francés es practicado, la comida es servida
 a los comensales desde un carro de servicio, los platonos son atrac —
 tivamente arreglados para ser presentados al comensal para su —
 inspección antes de ser servidos.

Algunas veces, en platillos especiales, el toque final a la —
 salsa se da a la vista del comensal, mediante el uso de calentadores
 o "Chaffing-Dishes"; en este servicio, el platillo es servido y de —
 corado por el personal del comedor.

SERVICIO CUCHAREADO.

Una modificación del Servicio Francés llamado cuchareado, es cuando la comida es presentada al comensal en platos arreglados para el mismo se sirva si lo desea o se le sirva directamente a su plato por el mesero o capitán.

SERVICIO A LA RUSA.

Esta forma de servicio (que ya no es utilizada) consistía en tener todas las piezas completas de carnes, aves y pescado aderezados elaboradamente para que al ser presentados ante cada comensal escogiera el de su agrado y se sirviera.

La disposición y presentación de los alimentos jugaba un papel muy importante en este tipo de servicio.

SERVICIO AMERICANO.

Este tipo de servicio es el que por lo general se utiliza en la mayoría de los restaurantes.

En el servicio americano, todos los alimentos salen en el plato y en algunos casos la guarnición viene aparte. Las ensaladas, el pan y la mantequilla son servidos aparte.

Cuando se procede a servir los platillos en la mesa se hace de la siguiente manera:

- a) Todos los alimentos se sirven por la izquierda, excepto en mesas que estén pegadas a la pared.
- b) Todos los platos terminados, comunmente llamados "muertos", son sacados por la derecha con la mano derecha.
- c) La carne o platillo principal debe quedar al frente y la guarnición a un lado.
- d) Todas las bebidas se sirven por la derecha, con la mano derecha.
- e) Si el platillo principal viene acompañado con una guarnición aparte, se coloca enfrente del plato fuerte.

SERVICIO DE BUFFET.

Este servicio consiste en una mesa larga debidamente cubierta - donde se colocan los platos con alimentos vistosamente decorados. El comensal se sirve para sí mismo y detrás de la mesa del buffet se colocan cocineros para ayudar a servir y explicar la preparación de los platillos.

3.3. HIGIENE DEL RESTAURANTE

En todos los establecimientos en los que se sirven alimentos y bebidas la higiene es de suma importancia ya que va unido al ambiente para hacer más agradable la bienvenida y estancia de los comensales permitiendo así suministrar un servicio eficiente; sin embargo, esto se perderá si el personal no está conciente de la importancia de la higiene personal así como de la higiene en el Servicio en manejo de alimentos.

Todo el personal que labora en el área de alimentos y bebidas - debe de estar orgulloso de su trabajo. Esto se observa en la forma efectiva y correcta en que lleva a cabo sus funciones.

Los miembros del personal que son descuidados, que tienen malos hábitos de limpieza, carecen de conocimiento acerca de la forma en que se esparcen las enfermedades a través del manejo de los alimentos y su servicio.

3.3.1. HIGIENE PERSONAL

La higiene personal reduce la posibilidad de infección. Los puntos principales que deben tomarse en cuenta son:

- a) El baño diario que ayuda a la frescura personal eliminando mal olor corporal.
- b) El cabello limpio, bien cubierto cuando es necesario.
- c) Manos y uñas limpias sin manchas de nicotina. Se debe contar con lavabos, jabón, toallas, cepillos para uñas y agua caliente.

- d) Apariencia limpia. El uniforme planchado, limpio y bien almidonado.
- e) Utilizar zapatos cómodos debido a que están de pie la mayor parte del tiempo.
- f) Debe evitarse a toda costa los estornudos y el toser cerca o sobre los alimentos, pues ésto puede ser la causa de transmisión de enfermedades.
- g) Todos deben lavarse las manos al salir del baño.
- h) Se debe contar con los medios adecuados para secado de las manos: secadores de aire caliente y toallas de papel.
- i) Todas las cortadas y quemaduras deben ser atendidas de inmediato para evitar infecciones. Deben colocarse botiquines de primeros auxilios dentro o cerca de las áreas de alimentos y bebidas.
- j) Todo miembro de personal que tenga catarro o sufra de algún desarreglo estomacal debe ser autorizado por el médico antes de continuar con su trabajo.
- k) No fumar mientras se manejan o preparan alimentos.

3.3.2. HIGIENE EN EL SERVICIO Y MANEJO DE ALIMENTOS

El propósito principal de la higiene es reducir la posibilidad de infección al mínimo. Por lo tanto, deben de tenerse en cuenta los siguientes puntos:

- a) Todo el equipo que se usa como las copas, platos y vajillas deben lavarse adecuadamente, debe enjuagarse y lustrarse — antes de ser usado y no emplearse si está despostillado. Debe contarse con los materiales correctos para secar.
- b) Todo el espacio de almacenaje de dicho equipo debe de estar limpio a conciencia.
- c) Debe presentarse atención especial al espacio de almacenaje

- como refrigeradores y alacenas debido a que pueden correr — tirse en área de proliferación de insectos y bacteria.
- d) Los implementos necesarios para servir los alimentos, sien — pre serán usados. Evitar usar las manos directamente.
 - e) El equipo debe ser revisado que éste limpio antes de utili — zarse.
 - f) Todos los artículos deben lavarse a conciencia una vez ter — minado el servicio.
 - g) Es necesario que exista un depósito dedicado a los desperdi — cios para que no quede basura dentro del área.
 - h) Todas las áreas utilizadas para la preparación, manejo y — servicio de alimentos deben estar bien ventiladas e ilumina — das para evitar accidentes.
 - i) El gerente del Restaurante debe verificar la limpieza de to — das las áreas así como ver que los baños estén limpios y — provistos del material necesario para la limpieza.

Es esencial que todos los miembros del personal estén — conscientes de los puntos mencionados para que la limpieza sea óptima. Esto influye en su personalidad y se refleja en su — trabajo. Es aconsejable que se realicen reuniones periódicas — con los miembros del personal para hacer hincapié sobre la im — portancia de la limpieza general del establecimiento.

El reglamento sobre higiene de los alimentos enlista los — puntos mencionados y debe recordarse que una falta infringiendo la ley provocará multa, si no se cumplen con los requisitos del reglamento sobre higiene de los alimentos aplicable a éste tipo de establecimiento.

3.4. IMPORTANCIA DEL DEPARTAMENTO DE COMPRAS

El Objetivo de este Departamento es obtener el mejor pro-

ducto al mejor precio, con las mejores condiciones de pago y con la calidad requerida.

La función del Departamento de Compras consiste básicamente en elaborar una lista exhaustiva de todos aquellos suministros, equipo, y requerimientos necesarios en el establecimiento para que éste pueda funcionar perfectamente y ofrecer el servicio previsto, con el fin de poder estudiar y establecer qué productos se comprarán, en qué cantidades y a qué proveedores.

En dicha lista se especificarán por separado los ingredientes, que es la materia prima alimenticia y los no ingredientes, como son: cristalería, plató, vajillas, artículos de limpieza, artículos de papel, equipo, uniformes, mobiliario, etc...

Esta función la desempeña el jefe de compras y depende de:

- a) El menú del Restaurante.
- b) Precios de los productos.
- c) Disponibilidad de alimentos en el mercado.
- d) Número de empleados.
- e) Estacionalidad de precios y productos.
- f) Relación entre el costo de la mano de obra y el sobre precio que pueden tener los productos congelados.
- g) Facilidad de almacenamiento.
- h) Frecuencia de compras y entregas.
- i) Existencia de productos.
- j) Presupuesto del establecimiento.
- k) Volumen de afluencia esperada.

La frecuencia de la compra, depende de la ubicación del Restaurante, de las facilidades de almacenamiento, de las condiciones propias de conservación del producto, de las condiciones de entrega, de las cantidades que se compran y de las disponibilidades de caja.

LINEAS GENERALES.

- a) Carnes, aves, pescados y mariscos se comprarán diariamente o cada dos días.
- b) Frutas, legumbres se comprarán diariamente o tres veces por semana, dependiendo si los artículos son perecederos o no.
- c) Los abarrotes se surtirán cada 15 días o mensualmente, dependiendo de la capacidad del almacén.
- d) Los productos lácteos se surtirán diariamente.

Estas compras se harán directamente o a través de proveedores - que surtan establecimientos de alimentos y bebidas.

. CAPITULO IV .

***** ADMINISTRACION DE PERSONAL *****

ADMINISTRACION DE PERSONAL

Dentro de los estudios de la Administración General se señala — que el personal es común denominador de la eficiencia para alcanzar — una productividad que concluye como un generador de servicios.

Por lo tanto, la Administración de Personal tiene como finalidad la de lograr la máxima coordinación posible de los intereses del empresario con sus trabajadores.

Dentro de las funciones de la Administración de Personal destacan:

- Planeación
- Reclutamiento
- Selección
- Contratación
- Inducción
- Capacitación
- Motivación
- Comunicación

4.1. CONTRATACION E INDUCCION

CONTRATACION.

Para evitar que la Contratación se haga con descuido, la empresa debe conocer con exactitud las funciones a desempeñar y las cualidades que el candidato debe poseer en determinada labor.

Existen dos fuentes de Reclutamiento: Las Externas e Internas. Para ocupar una vacante no siempre es necesario recurrir a personas — ajenas a la organización. Es recomendable al tener una vacante — ascender a un empleado ya que de éste modo se puede tener la seguridad de sus conocimientos y la confiabilidad del empleado en la Empresa.

Esto trae como consecuencia motivación al personal ya que se le brinda la oportunidad de hacer carrera profesional dentro de la misma

Empresa además de ahorrarse tiempo y dinero en reclutamiento, selección y capacitación.

En algunas ocasiones es necesario buscar personal nuevo para — conservar el desarrollo de la empresa y no cerrar las puertas a las innovaciones.

Entre las fuentes externas de contratación están:

Anuncios en radio, televisión, revistas especializadas, agencias de colocación, periódicos, instituciones educativas, sindicatos, organizaciones profesionales y solicitudes espontáneas.

El punto básico de la selección lo constituyen las entrevistas. La finalidad de éstas es determinar las habilidades, experiencias y motivación que se requieren en el trabajo. La entrevista no solo — sirve al contratante sino también al solicitante, ya que le da a conocer las condiciones y expectativas de la empresa.

Herramientas útiles en la selección de puestos de alto nivel — son las pruebas psicológicas, ya que a través de ellas no podemos dar cuenta de problemas de motivación, actitudes o relaciones que una — entrevista personal puede no revelar. No deben tomarse como base — para la selección ya que en la mayoría de los casos influye el estado emocional del solicitante.

Es importante que después de la entrevista se ratifiquen las — referencias del solicitante.

Es recomendable y primordial que al aspirante se le ordene un — examen médico antes de contratarlo debido al efecto que la salud — tiene en la asistencia y desempeño del trabajo.

Por último queda la decisión del jefe inmediato porque es con — quien el seleccionado va a trabajar. Una vez contratado, se designa al trabajador a su puesto.

INDUCCIÓN.

El proceso de inducción es dar a conocer al individuo dentro de

la organización. Incluye la bienvenida al empleado, el darle a conocer la historia de la empresa, honorarios, días de pago, políticas, prestaciones, reglamento interior de trabajo, manuales de organización.

En conclusión, los métodos y procedimientos que en forma coordinada realiza la empresa.

4.2. CAPACITACION

La Capacitación es el proceso de mejorar habilidades, aptitudes y conocimientos generales. Un programa continuo de capacitación es un estándar básico en el medio restaurantero.

La Capacitación debe realizarse cuando se den las siguientes situaciones:

- Contratación de nuevos empleados.
- Asignación a los empleados de tareas que demanden capacidades o procedimientos.
- Cambio en las obligaciones, organización o relaciones.

En el establecimiento de un programa de capacitación es importante tomar en consideración lo siguiente:

- a) El personal debe conocer los elementos básicos de un buen servicio.
- b) Deben ser capacitados por lo que respecta a sus propias funciones y sobre lo que se espera de ellas.
- c) Deben ser capacitados en cuanto al manejo del equipo con el que operan.
- d) Deben ser capacitados sobre la forma de comunicarse entre el mismo personal así como con los clientes.
- e) Deben ser capacitados en cuanto a la rapidez de llevar a cabo sus funciones.
- f) Deben ser capacitados en cuanto a las innovaciones de equipo de trabajo.
- g) Deben ser capacitados sobre las nuevas técnicas y procedimientos que se utilizan en las diversas funciones dentro de la Empresa.

ELEMENTOS A CONTEMPLAR EN UN PROGRAMA DE CAPACITACION.

- a) Diseñar un programa de capacitación para el establecimiento de acuerdo a las características del mismo.
- b) Honorarios de capacitación.
- c) Tópicos a cubrir.
- d) Métodos de capacitación.
- e) Seleccionar personas responsables para la capacitación.
Asegúrese que estas personas sean capaces de enseñar las — técnicas y ya tengan con anterioridad cursos que les hayan — capacitado.
- f) Establecer un procedimiento de revisión para confirmar que — la capacitación es efectiva.
- g) Si se tiene un material de capacitación extranjero, tradu — cirlo al idioma local.

4.3. MOTIVACION

La Motivación logra que el elemento humano desarrolle su trabajo con mayor interés, inspirándole e impulsándole hacia las metas definidas.

El término motivar no implica convencer a las personas a que — deben de actuar en determinado sentido sino que es indispensable hacer que se despierte la voluntad de dicha actuación.

Motivar es influir en la voluntad de las personas para hacerlas actuar en determinado sentido.

Se debe dirigir al personal comprendiéndole en forma objetiva — para entender la conducta humana y poder juzgarla en forma adecuada; primero debemos comprender sus puntos de vista y sus motivos para — actuar en determinada forma. De ahí la importancia de motivar al — empleado mediante un trato justo y equilibrado.

La motivación se perfecciona conociendo al personal, estimulando

dolo en el trabajo colectivo y la competencia formal y amistosa.

La motivación requiere del conocimiento de las necesidades del hombre por lo que se deben establecer los siguientes aspectos:

- a) Estructura de sueldos competitiva y paquete de prestaciones.
- b) Condiciones de trabajo confortables, agradables y seguras.
- c) Una red de comunicación que permita a los empleados saber lo que sucede, que se espera de ellos y qué oportunidad tienen para comunicarse con sus superiores.
- d) Oportunidad para discutir sus problemas con personas de nivel más alto que su jefe inmediato.
- e) Programas sociales y recreativos que permitan a los empleados asociar con la organización tanto el trabajo como momentos de recreación.
- f) Delegar autoridad en forma proporcional a la responsabilidad para estimular participación e interés entre todos los empleados.
- g) Reconocer los logros del personal ante la junta de empleados.
- h) Proporcionar oportunidades de capacitación y desarrollo.

Para desempeñar con éxito cualquier tarea es necesario, no solo poner de nuestra parte cuanto nos sea posible, sino lograr que también lo pongan quienes están bajo nuestra dirección.

4.4. COMUNICACION

William Stole, definió la comunicación dentro de una organización como "El intercambio de hechos, puntos de vista e ideas que originan una unidad de propósitos, intereses y esfuerzos en un grupo de individuos organizados para lograr una misión determinada".

La meta específica de la comunicación con los empleados es de -

alcanzar confianza y comprensión mutua entre éstos y la administración en todas las cuestiones de interés común de modo que los empleados apoyen con empeño y entusiasmo todas las actividades esenciales para el éxito del negocio.

Cada Empresa tiene su propio sistema de comunicación de acuerdo a su actividad y dimensión, sistema que debe crearse teniendo en cuenta objetivos bien definidos.

Se recomienda que la comunicación dentro de la empresa sea clara, sencilla y práctica.

Con la comunicación se pretende lograr que:

- a) El personal coopere con los demás.
- b) Efectúe su trabajo eficientemente.
- c) Obtenga satisfacción del deber cumplido.

Con esto, el subordinado sabe lo que el superior quiere que se haga y consecuentemente el superior puede saber lo que aquel está haciendo.

Se precisan dos tipos de Comunicación:

- a) Comunicación Oral y
- b) Comunicación escrita.

A través de la comunicación oral las órdenes e instrucciones dadas suponen la posibilidad de un diálogo entre quien las da y quienes la reciben.

La ventaja de la comunicación escrita consiste en que es menos susceptible a distorsionarse, de ser alterada durante un lapso probable o bien cuando ha de ser retransmitida a través de varios niveles.

4.5. DESCRIPCIÓN DE PUESTOS

La Descripción de Puestos consiste en una explicación detallada de las funciones y operaciones que realiza cualquier trabajador en un puesto determinado.

VENTAJAS DE LA DESCRIPCIÓN DE PUESTOS. (7)

- a) Identifica, describe y define completamente el trabajo que se ha de desarrollar.
- b) Permite obtener en detalle el cuadro de responsabilidades — propias de cada trabajador.
- c) Proporciona una adecuada homogeneización de las funciones — asignadas al personal para su distribución.
- d) Aclara las características de los trabajos, permitiendo a — los jefes tener una visión más clara de las funciones de cada empleado.
- e) Los trabajadores realizarán mejor y con mayor facilidad sus labores, si conocen con detalle cada una de las operaciones que realicen.
- f) Permite la exigibilidad del exacto cumplimiento del trabajo.
- g) Elimina la frecuencia de discusiones sobre la forma de desarrollar el trabajo.
- h) Previene la evasión de responsabilidades y la existencia de fugas de obligaciones.
- i) Da pleno conocimiento de las cualidades y responsabilidades que supone cada trabajo.
- j) Facilita la planeación y distribución de las labores.
- k) Uniformiza el lenguaje dentro de la empresa.
- l) Permite a la gerencia el conocimiento preciso de las numerosas actividades que debe coordinar.

A continuación se detallarán los puestos primordiales dentro de un establecimiento de alimentos y bebidas. (8)

(7) BAET, Sexto. Descripción de Puestos de Hoteles, Restaurantes y Bares.

ANALISIS DE PUESTOS

*** GERENTE GENERAL ***

DESCRIPCION DEL PUESTO.

- + Nombre del Puesto: Gerente General.
- + Jefe Inmediato Superior: Consejo de Accionistas.
- + Tramo de Control: 3
- Número de Puesto: 1
- + Personas en el Puesto: 1
- + Objetivo del Puesto: Llevar un control eficiente sobre las labores de su personal, así como supervisar y asignar las mismas correctamente.

DESCRIPCION GENERICA.

Supervisar las labores que desempeña el personal que se encuentra a su mando.

DESCRIPCION ESPECIFICA:

- + Actividades Diarias:
 - Revisa los reportes de ventas del día anterior.
 - Revisa los reportes de gastos de materia prima.
 - Controla sus gastos.
 - Supervisar las labores de sus subordinados.
- Actividades Quincenales:
 - Verifica que las instalaciones del Restaurante se encuentren en buen estado.
 - Realizar juntas con el Gerente de Alimentos y Bebidas para verificar el control de calidad de los platillos.

- Realizar una junta con el Contralor para analizar los pagos -- de impuestos a los que se encuentra obligado a cubrir el Rest--aurante.

+ Actividades Mensuales:

- Revisar junto con el Contralor los Estados Financieros para - comparar las utilidades con el mes anterior.
- Realizar junto con las Agencias Publicitarias nuevas estrate--gias de Publicidad para mantenerse en el mercado.

ESPECIFICACION DEL PUESTO.

- + ESCOLARIDAD: Licenciatura en Administración de Empresas.
- + SEXO: Masculino.
- + EDAD: 25 a 35 años.
- + HABILIDADES: Creatividad, facilidad de palabra, don de mando.
- + IDIOMAS: Inglés 100%.

*** GERENTE DE RECURSOS HUMANOS ***

DESCRIPCION DEL PUESTO.

- Nombre del Puesto: Gerente de Recursos Humanos.
- Jefe Inmediato Superior: Gerente General.
- Número de Puesto: 2
- Personas en el Puesto: 1
- Objetivo del Puesto: Seleccionar y reclutar al nuevo personal de acuerdo a sus habilidades y aptitudes que se requieran para el puesto.

DESCRIPCION GENERICA.

Seleccionar y reclutar personal para que laboren dentro de la Empresa.

DESCRIPCION ESPECIFICA.

- Actividades Eventuales:
 - Busca y atrae solicitudes de personas capaces de cubrir las vacantes que se presenten.
 - Proporciona la información necesaria al nuevo trabajador y realiza las actividades relativas a la contratación y tramita su incorporación al DGS, INFORAVIT, etc.
 - Está pendiente de las fechas de terminación de los contratos de trabajo para tomar las medidas adecuadas.
 - Analiza las habilidades y capacidades de los solicitantes para decidir cuáles tienen mayor potencial para el desempeño de un puesto.
- Actividades Diarias:

- Controla asistencias, faltas, permisos, suspensiones y vacaciones de cada uno de los empleados.
- Promueve las buenas relaciones internas entre los empleados.
- Crea, supervisa y promueve el cumplimiento del reglamento interior de trabajo.
- Controla las tarjetas de tiempo.
- Controla los alimentos otorgados por el Restaurante a los empleados.

+ Actividades Quincenales:

- Supervisa los salarios de acuerdo a lo establecido por la Ley.
- Diseña tabuladores de sueldos.
- Integra y actualiza los expedientes de cada empleado.

+ Actividades Mensuales:

- Promueve incentivos adicionales al sueldo para motivar al personal.
- Desarrolla formas para mejorar las aptitudes del personal, las condiciones de trabajo, las relaciones obrero-patronales y la calidad del personal.

ESPECIFICACION DEL PUESTO.

- + ESCOLARIDAD: Licenciatura en Administración de Empresas.
- + SEXO: Masculino.
- + EDAD: 25 a 35 años.
- + HABILIDADES: Don de mando, facilidad de palabra.
- + IDIOMAS: Inglés.

*** GERENTE DE ALIMENTOS Y BEBIDAS ***

DESCRIPCION DE PUESTO.

- + Nombre del Puesto: Gerente de Alimentos y Bebidas.
- + Jefe Inmediato Superior: Gerente General.
- + Grado de Control: 3
- + Número del Puesto: 3
- + Personas en el Puesto: 1
- + Objetivo del Puesto: Supervisar las actividades que se llevan a —
cabo en el Restaurante para mantener la buena
imagen del mismo.

DESCRIPCION GENERICA.

Mantener una buen imagen y funcionamiento del Restaurante supervisar las actividades de sus subordinados.

DESCRIPCION ESPECIFICA.

- Actividades Diarias:
 - Delega las responsabilidades al personal.
 - Desarrolla un equipo de servicio profesional.
 - Es justo y exigente en su trabajo.
 - Da la bienvenida a los comensales a su llegada y les despide.
 - Es exigente y crítico con lo que respecta a calidad y servicio.
 - Verifica que los alimentos sean de la calidad establecida.
 - Se asegura de que el personal conozca su producto y que sea —
capaz de sugerir platillos dentro del menú a los clientes, —
además de asegurarse que el personal aprenda las técnicas de —
venta para elevar el cheque promedio.

+ Actividades Mensuales:

- Imparte capacitación al personal.
- Sugerir adecuaciones y modificaciones del menú al chef.
- Proporciona al personal información positiva sobre su desempeño laboral.
- Se asegura de que el mobiliario y equipo estén limpios y en buenas condiciones.

ESPECIFICACION DE PUESTO.

- ESCOLARIDAD: Licenciatura en Administración de Empresas.
- SEXO: Masculino.
- EDAD: 25 a 35 años.
- HABILIDADES: Conocimiento y manejo de Alimentos y Bebidas, conocimiento de tarifas, promociones y políticas establecidas, amplio conocimiento sobre las labores que desempeña el personal a su cargo.
- IDIOMAS: Inglés 100%.
- EXPERIENCIA: 2 años mínimo.

*** CONTADOR ***

DESCRIPCION DEL PUESTO.

- Nombre del Puesto: Contador.
- Jefe Inmediato Superior: Gerente General.
- Tramo de Control: 2
- Número del Puesto: 4
- Personas en el Puesto: 1
- Objetivo del Puesto: Organizar a sus subordinados y controlar los costos reales de los alimentos y bebidas que se venden en el Restaurante, así como mantener el porcentaje de costo sobre el precio de acuerdo con lo establecido por las políticas de Restaurante.

DESCRIPCION GENERALICA.

Conocer la manera de conducirse en la supervisión de su personal y en la verificación de almacenes.

DESCRIPCION ESPECIFICA.

- Actividades Diarias:
 - Mantiene al día los estándares de nómina.
 - Es responsable de la preparación de los estándares.
 - Preparar el análisis diario de costo departamental de alimentos y bebidas.
 - Verifica que cada día se levante un inventario de artículos — procedimientos.
 - Se asegura que la carne esté envuelta en cámaras frías adecuadamente.
 - Supervisa el control de llaves de almacén, horario y libro de control.

- Revisa hojas de registro de temperaturas de cámaras frías diariamente.
- Verifica que las facturas estén selladas de recibido.
- Revisa el cálculo de costos unitarios para ver el precio de las requisiciones del almacén.

+ Actividades Quincenales:

- Revisa la higiene del almacén.
- Junto con el chef trabaja en la preparación de pruebas de rendimiento y calidad de cortes de carnes, latería y alimentos congelados.
- Junto con el chef prepara las recetas estándar con su costo y las registra.

+ Actividades Mensuales:

- Prepara mensualmente el libro de inventarios de almacenes y — hojas mensuales analíticas.
- Costea el menú.
- Costea las recetas.
- Prepara pruebas de carnicería, alimentos enlatados, alimentos congelados para obtener rendimientos netos de artículos crudos y cocinados.
- Prepara el reporte mensual de pérdidas y ganancias del Restaurante.

ESPECIFICACION DEL PUESTO.

- + ESCOLARIDAD: Contador Público.
- + SEXO: Masculino.
- + EDAD: 25 a 35 años.
- + HABILIDADES: Manejo eficiente de máquinas de oficina.
- + IDIOMAS: Inglés.

*** CHEF ***

DESCRIPCION DEL PUESTO.

- Nombre del Puesto: Chef.
- Jefe Inmediato Superior: Gerente de Alimentos y Bebidas.
- Tramo de Control: 2
- Nivel de Puesto: 5
- Objetivo del Puesto: Supervisar y elaborar la preparación de alimentos así como las guarniciones correspondientes a cada platillo.

DESCRIPCION GENERICA.

Supervisar las funciones de sus subordinados así como auxiliar en la elaboración de los platillos especiales.

DESCRIPCION ESPECIFICA.

- Actividades Diarias.
 - Levanta inventario de artículos de consumo inmediato.
 - Elabora las requisiciones de compra y almacén.
 - Supervisa la calidad de los alimentos.
 - Inspecciona porciones, guarniciones, limpieza y decoración de los platillos.
 - Supervisa la aplicación de normas sanitarias y medidas de seguridad.
 - Supervisa la calidad de limpieza de los alimentos para los empleados.
 - Mantiene disciplina y aseo en el personal.
 - Mantiene buenas relaciones de trabajo entre su personal.
 - Asigna tareas a su personal.

+ Actividades Quincenales:

- Evalúa el horario de trabajo.
- Supervisión del trabajo del personal.
- Colabora en el establecimiento de máximos y mínimos en el almacén.
- Elabora presupuestos de gastos en cocina.

+ Actividades Mensuales:

- Capacitación y adiestramiento del personal.
- Supervisar el funcionamiento de las cocinas.
- Hacen juntas mensuales entre su personal.
- Elabora descripciones de puesto.
- Mantiene comunicación con el Contralor para conocer las variaciones del costo de la materia prima.
- Costea las recetas estándar de alimentos.

ESPECIFICACION DEL PUESTO.

- + ESCOLARIDAD: Conocimientos de Gastronomía.
- + SEXO: Masculino.
- + EDAD: 25 a 40 años.
- + HABILIDADES: Rapidez en la preparación de alimentos.
- + EXPERIENCIA: 2 años mínimo.

*** MAITRE ***

DESCRIPCION DEL PUESTO.

- + Nombre del Puesto: Maitre
- + Jefe Inmediato Superior: Gerente de Alimentos y Bebidas.
- Trans de Control: 2
- + Número de Puesto: 6
- + Personas en el Puesto: 1
- Objetivo del Puesto: Atender directamente a clientes extranjeros - como asiduos y VIP (clientes importantes) y - supervisar el proviemento de alimentos tanto en la cocina como en el comedor para que la estancia del comensal sea placentera.

DESCRIPCION GENERICA.

Supervisar el servicio a la tasa proporcionado por sus subordinados.

DESCRIPCION ESPECIFICA.

- Actividades Diarias:
 - Autoriza permisos al personal.
 - Supervisa puntualidad, asco y disciplina de su personal.
 - Elabora reportes de asistencia.
 - Supervisa el uso del equipo del Restaurante.
 - Solicita al Jefe de compra los suministros necesarios.
 - Perisa el sistema de comandas.
 - Atender personalmente las quejas de los clientes cuando se suscitan.

- **Actividades Mensuales:**

- Capacitar a sus subordinados en cuanto a:

- . Sistemas para tomar órdenes.
- . Trabajo de Equipo.
- . Montaje de Mesa.
- . Flanado.
- . Explicación detallada de cada uno de los platillos del Menú.
- . Aplicar los diferentes tipos de servicio.
- . Formas de hacer figuras de hielo.

- Participa en la elaboración de menús.

- Evalúa la calidad de los vinos.

ESPECIFICACION DEL PUESTO.

- + **ESCOLARIDAD:** Estudios en Gastronomía.
- + **SEXO:** Masculino.
- + **EDAD:** 35 a 40 años.
- + **HABILIDADES:** Facilidad de palatra y cortesía.
- + **IDIOMA:** Inglés y Francés.
- + **EXPERIENCIA:** 2 años mínimo.

*** CONTADOR ***

DESCRIPCION DEL PUESTO.

- + Nombre del Puesto: Contador.
- + Jefe Inmediato Superior: Contralor.
- + Tramo de Control: 1
- Número del Puesto: 7
- Personas en el Puesto: 1
- + Objetivo del Puesto: Supervisar las labores que realice el Cajero y elaborar los estados financieros del Res — taurante.

DESCRIPCION GENERICA.

Elaborar los estados financieros para llevar un buen control en el Restaurante.

DESCRIPCION ESPECIFICA.

- Actividades Diarias.
 - Hace revisión de pólizas (ingresos, egresos, bancos).
 - Autoriza pagos de la caja.
 - Elabora pólizas de almacén.
 - Supervisa la actividad del cajero.

+ Actividades Quincenales:

- Archiva los documentos importantes del Restaurante.

+ Actividades Mensuales.

- Elabora pólizas de ajustes mensuales.
- Elabora los Estados de Resultados.
- Elabora el Balance General.
- Elabora declaraciones de impuestos mensuales.
- Hace pagos por licencias y permisos.⁹
- Revisa los libros de diarios y de mayor.
- Integra los presupuestos.

ESPECIFICACION DE PUESTO.

- + ESCOLARIDAD: Contador Público.
- + SEXO: Masculino.
- + EDAD: 25 a 35 años.
- + HABILIDADES: Manejo eficiente de máquinas de oficina.
- + EXPERIENCIA: Mínimo un año.

*** JEFE DE COCINA CALIENTE ***

DESCRIPCION DEL PUESTO.

- + Nombre del Puesto: Jefe de Cocina Caliente.
- + Jefe Inmediato Superior: Chef
- + Tramo de Control: 2
- + Número de Puesto: 8
- + Personas en el Puesto: 1
- Objetivo del Puesto: Mantener el buen funcionamiento de la cocina, y el control del personal que labora dentro - de la misma.

DESCRIPCION GENERICA.

Supervisar el buen funcionamiento de la cocina (caliente), y las labores que desempeñan sus subordinados.

DESCRIPCION ESPECIFICA.

+ Actividades Diarias:

- Evaluar el desperdicio de material sobrante al elaborar platillos.
- Verificar que su ayudante le tenga el material necesario.
- Verificar que su ayudante le tenga el material necesario.
- Supervisar el trabajo de su ayudante.
- Revisar diariamente la cámara fría y el congelador a fin de que sean usados y aprovechados correctamente los sobrantes de alimentos del día anterior.
- Elaborar salsas: piniesta, pobiana, bologuesa, gravy, etc..
- Aplicar las técnicas para asar y hornear.
- Evaluar por medio de olor, color y sabor los alimentos en mal estado.

+ Actividades Quincenales:

- Conocer y aplicar las técnicas para almacenar alimentos.
- Responder del equipo y materiales a su cargo.

+ Actividades Mensuales:

- Es responsable ante el Chef de mantener el costo de alimentos según lo presupuestado.

ESPECIFICACION DEL PUESTO.

- + ESCOLARIDAD: Estudios de Gastronomía.
- + SEXO: Masculino.
- + EDAD: 25 a 40 años.
- + HABILIDADES: Rapidez en la preparación de alimentos.
- + EXPERIENCIA: 3 años.

*** JEFE DE COCINA FRÍA ***

DESCRIPCION DEL PUESTO.

- + Nombre del Puesto: Jefe de Cocina Fría.
- + Jefe Inmediato Superior: Chef.
- + Tramo de Control: 1
- + Número de Puesto: 9
- + Personas en el Puesto: 1
- + Objetivo de Puesto: Mantener en buen estado el funcionamiento de -
todo lo que respecta a cocina fría.

DESCRIPCION GENERICA.

Supervisar las labores que desempeña su ayudante, así como el -
funcionamiento del equipo de cocina fría.

DESCRIPCION ESPECIFICA.

- + Actividades Diarias:
 - Supervisar el trabajo de su ayudante.
 - Preparar alimentos fríos para el servicio.
 - Sequisita materia prima al almacén.
 - Revisar diariamente la Cámara fría y refrigeradores.
 - Elaborar aderezos para ensaladas y cocteles .
 - Controla las frutas frescas y en almibar así como la paste ---
lería.
 - Elabora órdenes para carnes frías para botanas.

ESPECIFICACION DE PUESTO.

- + Escolaridad: Estudios de Bachillerato.
- + Sexo: Masculino.
- Edad: 25 a 40 años.
- Habilidades: Experto en la preparación de alimentos.
- Experiencia: 3 años.

*** JEFE DE LIMPIEZA ***

DESCRIPCION DEL PUESTO.

- + Nombre del Puesto: Jefe de Limpieza.
- + Jefe Inmediato Superior: Gerente de Alimentos y Bebidas.
- + Tramo de Control: 1
- + Número de Puesto: 10
- + Personas en el Puesto: 1
- + Objetivo del Puesto: Mantener limpias las instalaciones del Restaurante.

DESCRIPCION GENERICA.

Mantener limpio el Restaurante, así como todas las áreas de —
trabajo, y en perfecto estado el equipo y maquinaria de trabajo.

DESCRIPCION ESPECIFICA.

+ Actividades Diarias:

- Mantiene el equipo completo para el servicio.
- Suministra agua y hielo a la cocina y bar.
- Controla el desalojo de la basura en la cocina.
- Realiza pedidos de material necesario para la limpieza.

+ Actividades Quincenales:

- Elabora y supervisa la aplicación de limpieza.
- Se encarga directamente de la supervisión del equipo para detectar las reparaciones necesarias.

+ Actividades Mensuales.

- Lleva el control de las rupturas y pérdidas de equipo.
- Concreta en coordinación con el chef, la fumigación de las cocinas.
- Supervisa el levantamiento de inventarios de mantelería, blancos y material de limpieza.
- Realiza las requisiciones de compra de los siguientes artículos:
 - a) Loza, cristalería y plató.
 - b) Suministros de limpieza.
 - c) Gas y alcohol.
- Supervisa el mantenimiento preventivo en los siguientes aspectos:
 - a) Engrasado de la maquinaria.
 - b) Temperatura y presión de las máquinas para lavar vajillas.
 - c) Empaque de las llaves de agua.
 - d) Funcionamiento del triturador de desperdicio de alimentos.

ESPECIFICACION DE PUESTO.

- + ESCOLARIDAD: Secundaria.
- + SEXO: Masculino.
- + EDAD: 20 a 30 años.
- + EXPERIENCIA: No indispensable.

*** CAPITAN ***

DESCRIPCION DEL PUESTO.

- + Nombre del Puesto: Capitán.
- + Jefe Inmediato Superior: Maitre.
- + Tramo de Control: 8
- + Número de Puesto: 11
- + Personas en el Puesto: 1
- + Objetivo del Puesto: Supervisar las actividades que se llevan a cabo dentro del área de servicio a la mesa para lograr el buen funcionamiento del Restaurante y por consiguiente crear una buena imagen del mismo.

DESCRIPCION GENERICA.

Supervisar las funciones de que desempeñan tanto los meseros como el Hostes, así como asignar las mismas correctamente.

DESCRIPCION ESPECIFICA:

- + Actividades Diarias:
 - Debe recibir a los clientes con cortesía y acompañarlos a la mesa, teniendo especial cuidado en distribuirlos en forma organizada, es decir, evitando cargar el trabajo en una estación.
 - Toma la orden del cliente, siempre adoptando una postura de vendedor, es decir, sugiriendo el aperitivo, un vino de mesa o alguna especialidad.
 - Entrega la comanda al mesero y supervisa que sea surtida a la mayor brevedad posible.

- Supervisa el servicio que se brinda en el Restaurante.
 - Supervisa las porciones y presentaciones de los platillos que salen de la cocina y devuelve los que no considera adecuados.
 - Supervisa el cobro correcto de las cuentas.
 - Cuando los clientes se retiran, les despide, evalúa el servicio y los invita a regresar pronto.
 - Mantiene en ambiente de cooperación a su personal.
 - Mantiene una comunicación constante entre sus subordinados y - él.
 - Conoce y aplica las técnicas del flameado y deshuesado.
 - Hace requisiciones al almacén.
 - Recibe quejas de los clientes y busca su solución.
 - Toma listas de asistencia.
 - Autoriza tiempos extras.
 - Hace cambios que crea necesarios con el fin de obtener mejor - coordinación entre su personal.
 - Lleva a cabo la revisión y supervisión de:
 - a) Aseo general del lugar.
 - b) Material y equipo completo.
 - c) Montaje correcto.
 - d) Música ambiental.
 - e) Personal completo, así como la limpieza de éste.
 - f) Suficientes menús limpios.
 - g) Personal enterado de las especialidad del día.
 - h) Asignación de mesas a los reservas.
- Actividades Quincenales:
- Asigna turnos de trabajo.
 - Programa días de descanso.
 - Autoriza tiempo extra.

ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA

+ Actividades Mensuales:

- Participa como instructor en programas de capacitación y —
adiestramiento del personal.
- Conoce los tipos de servicio y los aplica según el caso.
- Colabora con el Maitre en la elaboración y revisión del presu-
puesto de ventas y gastos del Restaurante.

ESPECIFICACION DEL PUESTO.

- + ESCOLARIDAD: Preparatoria.
- + SEXO: Masculino.
- EDAD: 25 a 35 años.
- HABILIDADES: Acababilidad, eficiencia y agilidad en lo que —
respecta a su puesto.
- + IDIOMAS: Inglés 100%.
- + EXPERIENCIA: 2 años.

*** JEFE DE BAR ***

DESCRIPCION DEL PUESTO:

- + Nombre del Puesto: Jefe de Bar.
- Jefe Inmediato Superior: Maitre.
- Tramo de Control: 2
- Número de Puesto: 12
- + Personas en el Puesto: 1
- Objetivo del Puesto: Mantener el buen funcionamiento del Bar, supervisando las funciones del cantinero, y cubriendo el stock determinado.

DESCRIPCION GENERICA.

Supervisar las labores del cantinero en cuanto a la elaboración de las bebidas y auxiliarlo cuando sea necesario.

DESCRIPCION ESPECIFICA:

- Actividades Diarias:
 - Toma lista de asistencia de su personal.
 - Establece el surtido de bebidas que debe preparar el bar.
 - Autoriza requisiciones al almacén.
 - Autoriza transferencia entre bar y cocina.
- Actividades Quincenales:
 - Revisa sellos en las botellas del bar.
 - Verifica máximos y mínimos en el bar.
 - Autoriza cuentas que se enviarán al cobro en ausencia del Gerente así como descuentos y cortesías.
 - Establece, en coordinación con el Gerente y Contratista, los tipos de vinos que se deberán usar en bebidas compuestas.

+ Actividades Mensuales:

- Establece en coordinación con el Gerente y Contralor las especificaciones estándar de compras de bebidas.
- Elabora presupuestos de ventas y gastos de bar, en coordinación con el Gerente.
- Analiza los estados de resultados del bar.
- Capacita y evalúa a los cantineros.

ESPECIFICACION DEL PUESTO:

- + **ESCOLARIDAD:** Preparatoria.
- + **SEXO:** Masculino.
- **EDAD:** 25 a 35 años.
- + **HABILIDADES:** Conocimiento de bebidas, así como la preparación de éstas. Rapidez y agilidad en la preparación de bebidas.
- + **EXPERIENCIA:** 1 año.

*** JEFE DE COMPRAS ***

DESCRIPCION DEL PUESTO.

- + Nombre del Puesto: Jefe de Compras.
- Jefe Inmediato Superior: Contralor.
- + Tramo de Control: I
- + Número de Puesto: 13
- Personas en el Puesto: 1
- Objetivo del Puesto: Realizar todas las compras de suministros y equipo que se requieran para que el Res — taurante pueda funcionar perfectamente.

DESCRIPCION GENERALICA.

Adquirir el mejor producto, al mejor precio y con las mejores condiciones de pago.

DESCRIPCION ESPECIFICA.

- + Actividades Diarias:
 - Formula los pedidos a los proveedores.
 - Verifica que las entradas al almacén sean las requeridas en el pedido.
 - Supervisa que los pedidos sean surtidos con oportunidad.
 - Surte las requisiciones que le solicitan los otros Departamentos.

- Actividades Mensuales:

- Proporcionar a la Gerencia y al Contador los reportes e informes que soliciten.
- Elabora el catálogo de proveedores anotando la clave de cada uno de ellos.
- Establece procedimientos para solicitud de compras, modificaciones y cancelaciones.
- Establece políticas y procedimientos que debe seguir el almacenista.

ESPECIFICACION DEL PUESTO.

- + ESCOLARIDAD: Licenciatura en Administración de Empresas.
- + SEXO: Masculino.
- + EDAD: 25 a 35 años.
- + HABILIDADES: Tener conocimientos sobre alimentos y bebidas, - contabilidad y Administración.
- + EXPERIENCIA: 1 año.

*** HOSTES ***

DESCRIPCION DEL PUESTO.

- Nombre del Puesto: Hostes.
- Jefe Inmediato Superior: Capitán.
- + Tramo de Control: 1
- + Número de Puesto: 14
- + Personas en el Puesto: 1
- Objetivo del Puesto: Dar la bienvenida y acompañar al cliente hasta la mesa asignada.

DESCRIPCION GENERICA.

Recibir al cliente a su llegada y escoltarlo hasta su mesa.

DESCRIPCION ESPECIFICA.

- + Actividades Diarias:
 - Dar a los clientes la bienvenida amablemente con una amplia sonrisa.
 - Realiza las reservaciones del Restaurante y controla el cupo del mismo.
 - Selecciona las mesas adecuadas al cliente.
 - Escolta al cliente a su mesa, caminando algunos pasos delante de él.
 - Presenta los menús partiendo del anfitrión o dama y continúa en sentido contrario a las manecillas del reloj.
 - Informa al cliente quién le atenderá durante el servicio.
 - Agradece amablemente la asistencia del cliente y recibe de buen agrado cualquier queja o alabanza acerca del servicio.

- Informa anticipadamente al capitán, meseros y garreteros de -- las reservaciones.
- Mantiene el control por nombres de los clientes del Restaurante y la mesa en la cual están asignados.
- Informa a los clientes cuando tienen llamadas telefónicas.
- Inspecciona el Restaurante antes, durante y después de las horas de servicio.
- Despide al cliente, invitándolo a regresar.

ESPECIFICACION DEL PUESTO.

- + ESCOLARIDAD: Preparatoria.
- + SEXO: Femenino.
- + EDAD: 18 a 27 años.
- HABILIDADES: Acabilidad.
- IDIOMAS: Inglés 100%.
- + EXPERIENCIA: No indispensable.

*** CANTINERO ***

DESCRIPCION DEL PUESTO.

- Nombre del Puesto: Cantinero.
- Jefe Inmediato Superior: Jefe de Bar.
- + Grado de Control.
- + Número de Puesto: 15
- Personas en el Puesto: 1
- Objetivo del Puesto: Preparar bebidas nacionales e internacionales y coctelería en general.

DESCRIPCION GENERICA.

Elaborar bebidas de todo tipo en el momento en que el cliente lo solicite.

DESCRIPCION ESPECIFICA.

- Actividades Diarias:
 - Levanta diariamente inventarios.
 - Llena requisiciones para almacén.
 - Prepara botanas.
 - Prepara y sirve las bebidas a los clientes.
 - Preparar todo tipo de bebidas.
 - Elabora en coordinación con el cajero, el informe de control - de botellas cerradas vendidas para el control de costo.
 - Distribuye y evalúa las tareas de su ayudante.

DESCRIPCION ESPECIFICA.

- + ESCOLARIDAD: Preparatoria.
- SEXO: Masculino.
- EDAD: 20 a 30 años.
- + HABILIDADES: Agilidad en la preparación de bebidas.
- EXPERIENCIA: 1 año.

*** CAJERO ***

DESCRIPCION DEL PUESTO.

- + Nombre del Puesto: Cajero
- + Jefe Inmediato Superior: Contador
- Tramo de Control: -
- + Número de Puesto: 16
- + Personas en el Puesto: 1
- + Objetivo del Puesto: Manejar la papelería utilizada y el cobro de las cuentas de los clientes.

DESCRIPCION GENERICA.

Elaborar todos los movimientos relativos al cobro de las ventas que se realizan en el Restaurante.

DESCRIPCION ESPECIFICA.

- Actividades Diarias:
 - Elaborar las cuentas de los clientes así como elaborar el cobro de las mismas ya sea a contado o tarjeta de crédito.
 - Mantiene la fecha de la máquina registradora al día.
 - Recibe o entrega pendientes según el caso.
 - Supervisa que los materiales y papelería estén completos.
 - Autoriza las comandas de los meseros para que las surtan los cocineros o cantineros.
 - Anota en los cheques de consumo los alimentos o bebidas solicitados por los clientes.
 - Registra en la caja y en los cheques los precios de consumo.

- Al recibir las tarjetas de crédito verifica su vencimiento.
- Paga a los meseros las propinas de los cheques que la llevan - incluida.
- Lleva el control de las propinas pagadas.
- Maneja máquina registradora, sumadora y calculadora.
- Recibe el fondo fijo de caja.
- Lleva el control estadístico de:
 - a) Cubiertos servidos.
 - b) Platos vendidos.
 - c) Ventas de meseros.
 - d) Ventas de vino.
- Realiza corte de caja.

ESPECIFICACION DEL PUESTO.

- ESCOLARIDAD: Preparatoria.
- SEXO: Femenino.
- + EDAD: 18 a 30 años.
- + HABILIDADES: Manejo de máquina registradora y sumadora.
Conocimiento de Alimentos y Bebidas.
- EXPERIENCIA: 1 año.

*** MESERO ***

DESCRIPCION DEL PUESTO.

- + Nombre del Puesto: Mesero
- + Jefe Inmediato Superior: Capitán
- + Tramo de Control: 4
- + Número de Puesto: 19
- + Personas en el Puesto: 7
- + Objetivo del Puesto: Servir con orden y a tiempo todos los platos que se le solicitan.

DESCRIPCION GENERICA.

Atender al cliente en forma ordenada y eficaz.

DESCRIPCION ESPECIFICA.

+ Actividades Diarias:

- Reportarse con el capitán al llegar y explicar motivo de retraso cuando éste exista.
- Empezar inmediatamente a cumplir con las obligaciones asignadas y auxiliar a sus compañeros en las de ellos cuando sea requerido.
- Consultar con la cocina la existencia e inexistencia de platos así como de informarse de las guarniciones y sopas del día.
- Estar debidamente uniformados y listos para iniciar su trabajo diez minutos antes de abrir el comedor.
- Limpiar y llenar saleros, pimenteros y azucareras.

- Limpiar las mesas y tener cerillos disponibles.
- Checar que los manteles estén colocados apropiadamente y en buenas condiciones.
- Verificar que las mesas estén bien puestas, los cubiertos limpios, la loza y cristalería arreglada y reemplazar cualquier utensilio maltratado.
- Checar que los menús estén limpios.
- Debe tomar en cuenta lo siguiente:
 - a) Los condimentos deben limpiarse y llenarse diariamente.
 - b) Siempre deberá existir una cantidad suficiente de servilletas perfectamente dobladas.
 - c) Las charolas para el servicio deben estar limpias.
 - d) Los platos para mantequilla y las jarras de agua deberán estar siempre listas para el servicio.
 - e) Los stands de servicio deberán estar equipados con los artículos siguientes:

* Hielo	* Aderezos y Condimentos
* Tomates	* Cubiertos
* Conicacos	* Loza y Cristalería
* Servilletas	* Manteles
* Paños y limpiónes	* Menús.
* Salsas	

ESPECIFICACION DEL PUESTO.

- ESCOLARIDAD: Secundaria
- SEXO: Masculino
- EDA: 20 a 35 años.
- HABILIDADES: Acabilidad y cordialidad.
- + IDIOMAS: Inglés.
- EXPERIENCIA: 1 año.

*** ALMACENISTA ***

DESCRIPCION DEL PUESTO:

- + Nombre del Puesto: Almacenista
- + Jefe Inmediato Superior: Jefe de Brr
- + Tramo de Control: -
- + Número de Puesto: 21
- + Personas en el Puesto: 1
- + Objetivo del Puesto: Establecer la rotación de la mercancía almacenada.

DESCRIPCION GENERICA.

Evaluar la calidad y cantidad de precio de mercancía.

DESCRIPCION ESPECIFICA.

- + Actividades Diarias:
 - Recibe mercancía de proveedores.
 - Almacena la mercancía en forma adecuada.
 - Controla una caja chica para compras menores.
 - Evalúa la legalidad de las notas de venta.
 - Recibe y surte requisiciones.
 - Castea requisiciones.
 - Elabora informes de entradas y salidas del almacén.
- Actividades Mensuales:
 - Levanta inventarios periódicos de mercancía en unidades y valores.

ESPECIFICACION DEL PUESTO.

- + ESCOLARIDAD: Secundaria.
- + SEXO: Masculino
- + EDAD: 20 a 35 años.
- EXPERIENCIA: No indispensable.

*** GARROTERO ***

DESCRIPCION DEL PUESTO:

- + Nombre del Puesto: Garrotero
- Jefe Inmediato Superior: Mesero
- + Tramo de Control: -
- + Número de Puesto: 22
- Personas en el Puesto: 4
- Objetivo del Puesto: Mantener surtido el stand de todo lo necesario para el servicio.

DESCRIPCION GENERICA.

Asistir al mesero en el servicio de las mesas de su estación.

DESCRIPCION ESPECIFICA.

- Actividades Diarias:
 - Al llegar al comedor reportarse inmediatamente con su capitán y mesero.
 - Efectuar la obligación asignada para el montaje del comedor y checar la limpieza del mobiliario y equipo de trabajo.
 - Encararse de la existencia e inexistencia de platillos.
 - Estar debidamente uniformado y listo para trabajar diez minutos antes de ser abierto el comedor.
 - Servir y checar constantemente agua, pan y mantequilla.
 - Al terminar el servicio, efectuar la obligación que le haya sido asignada para desmontar el comedor y guardar el equipo.

ESPECIFICACIONES DEL PUESTO.

- ESCOLARIDAD: Secundaria.
- SEXO: Masculino
- + EDAD: 18 a 30 años.
- EXPERIENCIA: No indispensable.

*** MOZO ***

DESCRIPCION DEL PUESTO.

- + Nombre del Puesto: Mozo
- + Jefe Inmediato Superior: Jefe de Limpieza
- + Tramo de Control: -
- + Número de Puesto: 23
- + Personas en el Puesto: 1
- + Objetivo del Puesto: Mantener la limpieza general del local, materiales y equipo.

DESCRIPCION GENERICA.

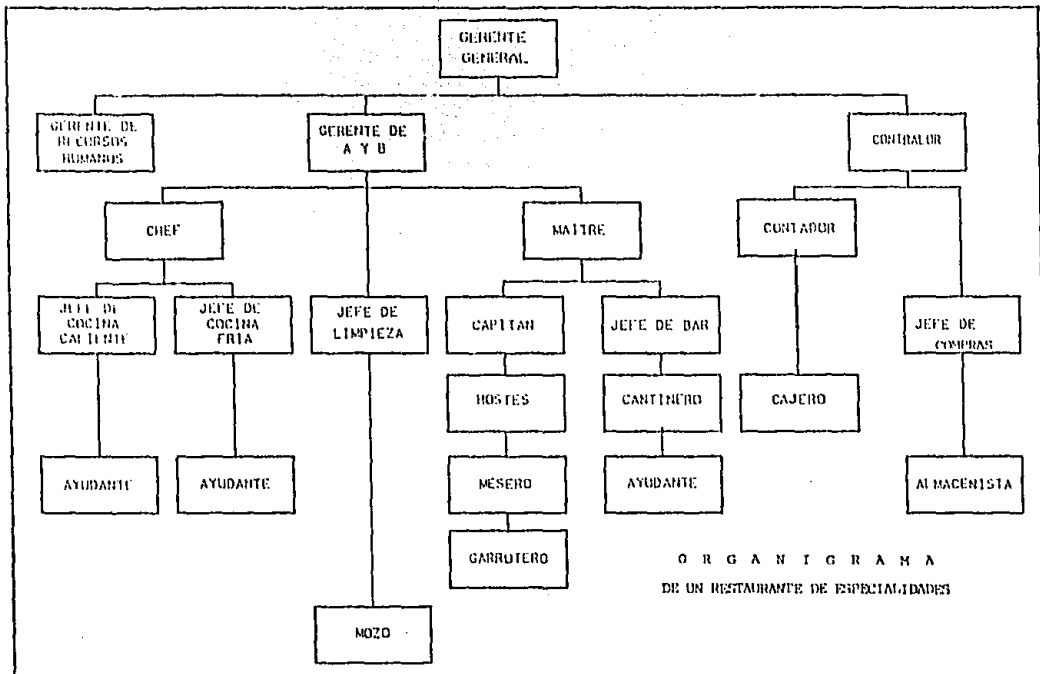
Mantener la limpieza general del Restaurante.

DESCRIPCION ESPECIFICA.

- + Actividades Diarias:
 - Opera las máquinas para lavar vajilla y cristalería.
 - Controla la temperatura de las máquinas
 - Acomoda la loza y cristalería por tamaños.
 - Limpia el plató y lo pule.
 - Limpia el área de recepción de alimentos.
 - Acomoda los envases vacíos.
- + Actividades Quincenales:
 - Lava planchas, parrillas, salamandras, muebles de acero, aceiteras y repisas.
 - Lava hornos, refrigeradores, ollas de vapor.

ESPECIFICACION DEL PUESTO:

- + ESCOLARIDAD: Primaria.
- + SEXO: Masculino
- + EDAD: 18 a 30 años.
- + EXPERIENCIA: No indispensable.



. C A P I T U L O V .

***** POLITICAS BASICAS *****

5.1. POLITICAS BASICAS

Entendemos por Política los enunciados o conceptos que constituyen una guía para el curso de las acciones mentales y físicas de un Gerente para conseguir un fin u objetivo determinado.

Toda institución debe operar de manera que su actuación no menoscabe el prestigio y honorabilidad con que cuenta la industria Restaurantera; para ello se sugiere cumplir con las siguientes políticas:

- 1) Considerar al cliente como base del negocio lo que obliga a tratarlo con justicia, corrección, esmero y cortesía.
- 2) Velar con apoyo en las disposiciones legales porque no se produzcan en el establecimiento hechos contrarios a la moral.
- 3) Aceptar la libre competencia como una base de su propio desarrollo y evitar al ejercer su actividad y en la publicidad que realicen que se difundan conceptos que lesionen a los intereses de los competidores.
- 4) Proporcionar a los trabajadores los beneficios que la ley otorga y los medios necesarios que les permitan con el crecimiento del negocio, alcanzar una constante superación y un mejor nivel de vida.
- 5) Procurar una mejoría constante en los conocimientos del personal para la superación de los servicios, que redundará en beneficio general de la industria.
- 6) Servir los alimentos y bebidas en perfecto estado de observar las medidas sobre salubridad e higiene que tienden a garantizar la salud de los clientes.
- 7) Suministrar los productos que corresponde a las especificaciones - en los menús y listas, sin alterar calidad y cantidad.
- 8) Presentar las cuentas que reflejen el importe correcto del consumo y servicios proporcionados.

5.2. MANUAL DE ORGANIZACION

En toda Empresa es necesaria la existencia de un documento que - facilite el entendimiento de ésta por medio de las descripciones de los diversos puestos que pueden estar consignados en el organigrama.

En los manuales de Organización se expone con detalle la estructura de la empresa y señala los puestos y relaciones que existen entre ellos, explica jerarquías, grados de autoridad, es decir, hasta - qué punto se tiene poder sobre los puestos con los que está relacionado, responsabilidad, funciones y actividades.

El contenido usual del Manual de Organización es el siguiente:

- 1) Declaración de Objetivos de la Empresa.
- 2) Políticas de la Empresa.
- 3) Historia de la Empresa.
- 4) Credo de la Empresa.
- 5) Organigrama de la Empresa.
- 6) Descripciones y Especificación de Puestos.
- 7) Introducción.
- 8) Glosario de términos de Administración, esto es para facilitar el entendimiento del manual, sobre todos los niveles bajos.
- 9) Índice.
- 10) Carta Límite de Autoridad.
- 11) Reglamento interior de Trabajo.

5.3. MANUAL DE PROCEDIMIENTOS

En un establecimiento prestador de servicios es importante que además de un Manual de Organización exista uno de procedimientos que incluya los pasos, actividades, proceso y procedimientos que se llevan a cabo en la empresa o en algún departamento específico.

SECCIONES:

- 1) Texto: Describe el procedimiento enumerando los pasos de que se compone una actividad en orden cronológico, precisando en qué consiste cada operación, quién debe ejecutarla, tiempo y para qué debe ejecutarse.
- 2) Simbología: Se representa un procedimiento de la actividad en forma esquemática y simplificada (Flujograma).

5.4. MANUAL DE INSTRUCCION

El mundo moderno en que vivimos nos hace ver la necesidad de orientar a todos y a cada uno de los trabajadores del ramo gastronómico a ampliar sus conocimientos, así como conocer sus deberes para con la empresa y viceversa.

El trabajador llegará a convertirse con un mínimo de esfuerzos en un profesional, ya que en este manual se le instruirá en el aspecto de servicio y en la forma en que deberá tratar a la clientela.

A continuación presentamos algunas reglas a seguir para lograr alcanzar un alto estándar de servicio: (9)

Derechos del Cliente, el trato con los clientes, lo que un mesero no debe de hacer nunca, tomando las órdenes de los clientes, promesas de servicio, derramas y accidentes y código de amabilidad.

DERECHOS DEL CLIENTE.

El cliente espera muchas cosas al entrar al Restaurante. A él no le interesan los asuntos internos de operación, generalmente se encuentra hambriento y su mente está en un solo objetivo: Comida y buen servicio.

Es un deber complacerlo, atender sus deseos y hacer todo lo posible para que regrese y se convierta en nuestro cliente.

¿ Qué es lo que el cliente se merece ?, vamos a tomar en cuenta el orden en que el cliente lo experimenta:

- 1) AMBIENTE. Este lo establece el estado de ánimo del comedor. Es la primera impresión del establecimiento. Es la forma en que se saluda al cliente, y lo que él siente que hemos preparado para que su estancia sea placentera. Lo anterior vá combinado con temperatura, iluminación, decoración, mobiliario, música, etc.
- 2) MENU. El menú es nuestra tarjeta de presentación. Le dice al cliente qué es lo que va a esperar, describe nuestras mercancías y el precio, por lo tanto, el menú deberá siempre estar limpio y en buen estado.
- 3) AIRE ACONDICIONADO Y CONSTRUCCION A PRUEBA DE RUIDOS: Jamás debe existir la falta de aire fresco, no deben escucharse ruidos de platos ni de la cocina. Lo anterior es suficiente para alejar a la clientela.
- 4) ATENCION Y SERVICIO SIN OBSTRUCCION: La clientela no debe ser adulada pero tampoco ignorada. Hay que servir sin servilismo. Los clientes deben recibir atención constante, informarse el tiempo de preparación de los platillos y presentar su cuenta en el momento en que se marcha.
- 5) PRECIOS JUSTOS DE ACUERDO A LA CALIDAD: Pocos clientes se quejan de los precios pero sí del abuso de confianza. Si un cliente paga determinada cantidad por un platillo tiene derecho a que éste sea de excelente calidad y perfectamente bien elaborado.

- 6) BUENA COMIDA: Incluyendo comida caliente sobre platos calientes y fría en platos fríos, de buen sabor, nutritivo, — apetitoso, colorido atractivo, deliciosos postres y el mejor café.
- 7) SANEAMIENTO: Altos niveles de limpieza en el Restaurante, — tanto en los empleados como en todas las instalaciones.

EL TRATO CON LOS CLIENTES.

- * El cliente es la persona más importante en cualquier negocio.
- * El cliente no depende de nosotros, nosotros dependemos de él.
- * El cliente no es una interrupción de nuestro trabajo, es — nuestro objetivo.
- * El cliente nos favorece cuando nos visita, nosotros no esta — nos haciendo el favor de servirle.
- * El cliente es parte de nuestro negocio, no es un extraño.
- * El cliente no es una estadística fría, es una persona con — sentimientos y emociones iguales a las nuestras.
- * El cliente tiene necesidades y es nuestra tarea satisfacerlas.
- * El cliente merece nuestro mejor trato.
- * El cliente es la razón de la existencia de nuestro negocio.

LO QUE UN MESERO NO DEBE HACER NUNCA.

- 1) Recostarse contra muebles y paredes o sostenerse en mesas y sillas.
- 2) Sentarse en presencia del cliente.
- 3) Meter las manos en los bolsillos.
- 4) Fumar en público.
- 5) Mangarse la nariz.
- 6) Peinarse delante del cliente.
- 7) Limpiarse la cara con la servilleta.

- 8) Pasarse por el comedor con las manos en la espalda.
- 9) Aparentar estar fatigado.
- 10) Balancear las cucharas.
- 11) Llevar los platos sin cubrirse el brazo con la servilleta de trabajo.

TOMANDO LAS ORDENES DE LOS CLIENTES.

Tome el pedido lo más rápidamente posible; manténgase bien parado e inclinándose ligeramente evitando cualquier contacto con el cliente.

Escriba cada orden legiblemente en la comanda.

Escriba con letra clara y entre paréntesis las especificaciones que desee el cliente, a fin de facilitar su interpretación.

Escuche atenta y alertamente repitiendo la orden a su cliente cuando haya alguna duda para evitar equivocaciones.

Sugiera platillos especiales.

Sea amable y condescendiente con el personal de la cocina para que atiendan sus pedidos rápida y satisfactoriamente.

Coopere con los empleados de la cocina y recuerde que el trabajo dentro de la cocina es más duro y abrumador.

PROBLEMAS DE SERVICIO.

No importa lo duro que se trabaje para dar un servicio perfecto inevitablemente hay ocasiones en que los clientes se quejan. sin embargo, la forma en que se manejan las quejas puede marcar una gran diferencia entre un cliente que se aleje enojado y otro que se va satisfecho.

Cuando los clientes se quejan busque las razones tan discretamente como sea posible y muéstrole con su actitud de que está interesado en corregir la queja .

No discuta con el cliente cuando está descontento con su bebida o platillo, ofrezcale reemplazarlo por otro o llevarle otra cosa. Si la queja es por precio o servicio, explíquelo cortésmente cuánto lo siento y llame al maître si no puede hacerse cargo del asunto o si el cliente está dispuesto a discutir.

No sirva bebidas alcohólicas a menores de edad.

DERRAMES Y ACCIDENTES.

Tenga cuidado de no derramar las bebidas; en caso de un accidente hacia la ropa del cliente, consiga servilletas limpias para que la mancha o derrame pueda ser absorbido, llame al maître o capitán — para que él pueda arreglarse con el cliente de cómo llevar la limpieza de la prenda.

No olvide presentar disculpas.

Si el cliente deja caer la servilleta al piso, levántela y repóngala por una limpia. Reemplace cualquier cosa que se haya caído o se haya derramado.

Es recomendable substituir la bebida sin costo para evitar que el cliente se retire molesto y no regrese nunca.

CODIGO DE LA AMABILIDAD.

- a) Sonreír habitualmente.
- b) No decir jamás "NO" a una orden dada por un superior, ni a un pedido que se nos haga.
- c) Ahorrar a los demás todo el trabajo que sea posible, sin perjudicar los deberes propios. Cooperación.
- d) Reprimir todo gesto que indique impaciencia y descontento.
- e) No recibir a un cliente como si fuera un cliente nuevo. Si logra que él se sienta desde el primer momento como un antiguo conocido, ya logró su primera labor de venta.
- f) No mandar jamás a un subordinado sin añadir alguna palabra de cortesía.

. CAPITULO VI .

***** ASPECTO CONTABLE *****

6.1 GENERALIDADES DEL DEPARTAMENTO DE CONTABILIDAD

Generalmente al iniciarse cualquier tipo de negocio, el contador estudiará la naturaleza del mismo, analizará los tipos de operación que probablemente ocurran y seleccionará las formas y registros necesarios para anotar en ellos las operaciones del establecimiento.

El contador general tiene a su cargo las siguientes responsabilidades: (10)

- a) Establecer el control interno.
- b) Diseñar un sistema de registro de operaciones.
- c) Establecer el control del almacén de alimentos.
- d) Establecer el control del almacén de bebidas.
- e) Registrar en sus auxiliares todas las operaciones del día.
 - 1) Libro diario.
 - 2) Libro mayor.
 - 3) Libro banco o caja.
 - 4) Libro auxiliar de compras.
 - 5) Tarjetas de almacén.
 - 6) Comandas y concentrado semanal.
- f) Controlar caja, con ticket de auditoría y notas de ventas, -
arques de caja diarios.
- g) Hacer inventarios periódicamente del almacén.
- h) Elaborar estados financieros.
 - 1) Balance General.
 - 2) Estado de pérdidas y ganancias.
 - 3) Estado de costo de ventas.
 - 4) Estado de origen y aplicación de recursos.
- i) Llevar a cabo el libro de inventarios y balances.
- j) Cumplir siempre con la información veraz y oportuna.

Es de suma importancia saber entender e interpretar los estados financieros para la toma de decisiones y para conocer los resultados del ejercicio anterior y proyectar a futuro la situación financiera de la organización.

A su vez, el Contador General tendrá a su cargo un auxiliar que tendrá la responsabilidad en los siguientes aspectos: (11)

- 1) Libro de Ventas.
- 2) Registro de pólizas de ingresos.
- 3) Registro de pólizas de egresos.
- 4) Diario de compras.
- 5) Auxiliar de gastos.
- 6) Vales de caja para gastos menores.
- 7) Programación de pagos a proveedores.
- 8) Control de chequeras (conciliaciones bancarias).
- 9) Auxiliar de cuentas colectivas (Tarjetas de crédito, cortesías, propinas, comisiones).
- 10) Aplicar el catálogo de cuentas.

El Contador General implantará de manera flexible y de fácil comprensión un catálogo de cuentas con todo y su instructivo de como cargar y abonar cada cuenta de ingresos y gastos.

Otra de las funciones del área contable es de hacerse cargo de las obligaciones fiscales:

- a) I.S.R. (Impuesto sobre la renta).
- b) I.V.A. (Impuesto al valor agregado).
- c) I.M.S.S. (Instituto Mexicano del Seguro Social).
- d) IMCRAVIT, FORACOT, SINDICATO.

En conclusión, la contabilidad de un negocio es importante porque sirve al empresario para controlar el movimiento de sus valores, conocer el resultado de sus operaciones, su posición con respecto a terceros y servir en todo tiempo de medio de prueba de su actuación comercial.

6.2. ADMINISTRACION DE COSTOS

El Gerente del Restaurante debe estar consciente de las expectativas financieras en base diaria y mensual.

Para que puedan ser buenos administradores de costos deben recibir información diaria de lo siguiente:

- a) Ingresos por cubiertos.
- b) Presupuesto de costos diario y mensual.
- c) Otros gastos asignados.
- d) Nivel esperado de utilidades.

Debe de establecer una meta para mantener los gastos dentro de lo presupuestado. Discuta la operación y desempeño en el Restaurante al final del mes.

ANALISIS DIARIO.

Esta información debe ser recibida y analizada diariamente:

- * Ingresos de alimentos y bebidas por concepto de consumo y por período de comida.
- * Venta de cubiertos por período de comida.
- * Costo de alimentos en comparación con el presupuesto.
- * Costo de bebidas en relación con el presupuesto.
- * Gastos diarios de nómina en relación con el presupuesto.

* * ANALISIS MENSUAL Y CADA DOS MESES.

Se deben controlar "otros gastos" mensualmente contra el presupuesto.

Se deben reunir las cifras de otros gastos diariamente.

Revisar los ingresos contra las proyecciones y los costos y los gastos de nómina contra el presupuesto el día 15 de cada mes.

TRIMESTRALMENTE.

Revise sus gastos reales, presupuesto del equipo de operación - (Loza, cristalería, platería, mantelería) así como los utensilios de cocina y los uniformes ajustando el siguiente trimestre de acuerdo a la situación.

Revise su presupuesto mensual por lo que respecta a gastos de mobiliario, aditamentos y equipo fijo de cocina.

Establezca las fechas en que se deberá gastar ese presupuesto - el siguiente trimestre.

. C A P I T U L O V I I .

***** ASPECTO LEGAL *****

ASPECTO LEGAL

7.1. RELACIONES INDIVIDUALES DE TRABAJO

Entendemos por tal la prestación de un trabajo personal, subordinado a una persona, cualquiera que sea el acto que dé origen a dicha relación. Es decir, no se necesita un contrato de trabajo por escrito para que el trabajo adquiriera todos los derechos que le otorga la Ley Federal del Trabajo. (Artículos 20, 21 y 26).

7.2. REGLAMENTO INTERIOR DE TRABAJO

* CLAUSULAS *

- I. Este Reglamento Interior de Trabajo es de carácter obligatorio para todo el personal, sindicalizado o no, que preste sus servicios en el Restaurante de Especialidades.

Para los efectos de este Reglamento, todo aquel que reciba un sueldo o salario de la Empresa sindicalizado o no, será considerado, en los términos de la Ley Federal del Trabajo, como empleado o trabajador y llamados como tales en el texto de este Reglamento.

- II. De acuerdo con lo establecido por la Secretaría de Salubridad y Asistencia, todos los empleados o trabajadores que tengan que prestar sus servicios en áreas públicas o en contacto directo o indirecto con alimentos y bebidas, están obligados a tramitar y mantener en vigor, por su cuenta, las tarjetas de salud y la documentación complementaria que pudiese hacer falta, quedando en-

tendido por lo tanto, que, ningún trabajador podrá seguir prestando sus servicios en el caso de no tener al corriente los documentos antes mencionados por la empresa.

III. La limpieza es un factor muy importante, por el efecto que el aseo y la correcta presentación del empleado producen en los clientes, que concurren al Restaurante.

Por lo anterior, es obligación de todo el personal, todos los días antes de comenzar sus labores:

- a) Esfarse
- b) Pasurarse
- c) Lavarse los dientes
- d) Mantener uñas cortas y perfectamente limpias
- e) Lustrarse el calzado y.
- f) Hacer uso de desodorantes discretos.

IV. Como complemento de la cláusula anterior y para un mejor aspecto personal de los empleados y trabajadores, queda prohibido durante las horas de servicio:

- a) Usar dijes, esclavas o alhajas.
- b) Usar perfume de olor fuerte.
- c) Pintarse el pelo y/o usar peinados extravagantes.
- d) Usar lentes oscuras, excepto en aquellos casos en que el trabajador debe hacerlo por prescripción médica.

V. Como medida de higiene, queda prohibido el uso de bigote, patilla, barba y pelo largo; y a las mujeres el maquillaje exagerado o los perfumes fuertes.

VI. Es obligatorio usar el uniforme, en todas y cada una de sus par-

tes, en los puestos en que la empresa designe, aún cuando en un momento dado el uniforme sea especial para una función determinada.

No se considera incluido en los uniformes que la empresa proporciona la camisa, los calcetines y los zapatos, aunque la empresa exija que sean de un tipo y color determinados, que varían de acuerdo con los puestos.

VII. Todos los empleados y trabajadores deberán marcar su asistencia en las tarjetas correspondientes, a la hora de entrada y salida, y firmar la tarjeta de tiempo al iniciarse la quincena de trabajo.

VIII. Será considerado como falta de honradez, cualquier mal uso que se haga de las tarjetas de tiempo.

Debe entenderse por mal uso:

- a) Marcar o alterar la tarjeta de un compañero.
- b) Alterar la propia tarjeta.
- c) Hacer aparecer horarios de entrada y salida o asistencias que no correspondan a las reales.

IX. Durante la jornada de trabajo, ningún empleado o trabajador, podrá abandonar el lugar de trabajo, ni dejar de efectuar sus labores, si no es con autorización de su Jefe inmediato.

X. Los uniformes pueden ser cambiados a necesidad cuando estén sucios o deteriorados, pero será responsabilidad del personal el usar siempre uno en perfecto estado de limpieza y mantenimiento.

XI. Los trabajadores son responsables de sus uniformes, implementos de trabajo, herramientas y objetos en general, que tengan relación con motivo de trabajo, y el deterioro que sufran por descuido o mal uso debidamente comprobado, además de sujetarse a las sanciones que con éste motivo se originan, deberán pagar por los daños o pérdidas que por éstas causas resulten.

XII. Los trabajadores deberán seguir estrictamente las instrucciones - de sus jefes y ejecutar con la intensidad, cuidado y esmero apropiados sus labores.

XIII. La cortesía es un elemento primordial en el servicio del Restau-
rante a sus clientes, por lo tanto, todos los empleados y traba-
jadores deberán tratarlos con absoluta amabilidad y respeto; el
trabajador que incurra en la o las faltas de ésta naturaleza se -
harán acreedores a las sanciones estipuladas en el presente re -
glamento para las faltas graves, bastando para ello las pruebas -
normales o la queja verbal o escrita de algún cliente.

XIV. Con el fin de mejorar el servicio y corregir posibles deficien -
cias, los empleados o trabajadores tienen la obligación de informar -
a sus superiores inmediatos de los comentarios que escuchan -
de los clientes relacionados con el servicio.

XV. Los trabajadores que encuentren objetos olvidados por alguna per-
sona, tiene la obligación de entregarlos al Departamento de Per-
sonal para su registro.

En todos los casos en que sea posible, estos objetos serán de -
vuelto a sus legítimos dueños. En caso de que sea imposible -
identificarlos serán guardados para su reclamación.

XVI. Meseros, garroteros y todas las personas que manejen trastes límp-
ios o sucios, cristalería e cuchillería, estarán obligados a se-
guir los sistemas de control que la empresa establezca, así como
hacer la selección de tamaños, colocarlos en canastas, estantes, -
etc.

Para evitar el amontonamiento de los trastes en las estaciones de
los comedores todo el personal de servicio estará obligado a lle-
varlos a la sección de lavado, para cuyo caso se establece la -
obligación de nunca salir de los comedores con las manos vacías, -
en tanto haya platos sucios en alguna estación.

XVII. Los cheques, cuentas de bar y restaurante, están bajo la responsabilidad de todas las personas que los manejan.

En caso de extravío de alguna cuenta o cheque, el empleado o trabajador debe avisar de inmediato a su jefe; si no fuera posible reconstruir su contenido se le cargará al empleado o trabajador responsable el importe que la empresa estime, tomando en cuenta el centro de consumo, cubiertos servidos, etc., según sea el caso. De igual manera se le cargará al empleado o trabajador responsable la cuenta que no haya sido pagada por algún cliente y descontada en su totalidad de su salario.

XVIII. Los trabajadores están obligados a dar aviso inmediato en los casos en que por cualquier causa, se vean impedidos a concurrir a sus labores antes de empezar su turno, y justificarán al volver a ellas, las faltas de asistencia.

No importa cuál sea la causa de la ausencia de la misma, al volver al trabajo lo primero que tiene que hacer, es presentarse con el jefe de su departamento para justificar su ausencia, o en caso de tratarse de permisos, para avisar que está reiniciando sus labores.

XIX. Todo trabajador que haya faltado a sus labores por causa de enfermedad deberá presentar el comprobante expedido por el Instituto Mexicano del Seguro Social. Este comprobante deberá amparar todos los días faltados, y de no ser así se le contarán como faltas injustificadas.

XX. Cuando algún empleado o trabajador necesite, por cualquier causa, permisos sin goce de sueldo, tendrá que solicitarlo por escrito - cuando menos 24 horas de anticipación y queda a criterio del Departamento de Recursos Humanos concederlo o no.

XXI. La Empresa podrá negarse a admitir en el trabajo al Empleado o Trabajador que llegue con retardo al mismo, en cuyo caso y de ser la primera vez que se aplique la sanción, ésta será considerada -

como sanción disciplinaria por el retardo. La reincidencia podrá ser castigada severamente dándose aviso al Sindicato y si un Empleado o Trabajador tiene más de diez retardos en un año, la falta se considerará grave y dará lugar a la rescisión del contrato sin responsabilidad para la Empresa.

XXII. Todo empleado o trabajador gozará, si labora horas corridas, de media hora para tomar sus alimentos. Los que trabajan turnos mixtos deberán tener, entre una jornada y otra, el tiempo suficiente para tomar sus alimentos.

XXIII. Los salarios de los trabajadores serán pagados en moneda nacional los días quince y último de cada mes, en el Departamento de Recursos Humanos, por lo tanto, los trabajadores deberán firmar los respectivos recibos al recibir sus salarios.

XXIV. Para eliminar motivos de quejas, y para buscar el mejor funcionamiento de la Empresa, periódicamente se celebrarán juntas entre los jefes, empleados y trabajadores, y es obligatorio para todos, cuando ésta lo determine asistir a las mismas, cuando sean citados para ello.

XXV. Los trabajadores serán responsables por los daños que, por su negligencia, causen a equipos y materiales de la empresa.

XXVI. Los trabajadores están obligados a dar aviso al superior inmediato, de los accidentes de sus compañeros o que ellos mismos sufran en el desempeño del trabajo y tan pronto como dichos accidentes ocurran.

XXVII. Los empleados y trabajadores se sujetarán a los exámenes médicos periódicamente que señale la empresa o las autoridades correspondientes.

XXVIII. Por ser la negociación una institución seria y honorable y vivir de su prestigio será considerada como falta muy grave y castigada con la rescisión del contrato de trabajo si un empleado o trabajador se presta para introducir al Restaurante personas de reputación dudosa, drogas, etc., o cualquier otra forma por medio de la que se pueda poner en entredicho la reputación del Restaurante y de los que trabajen en él.

XXIX. El personal que está en contacto directo con el público se le está estrictamente prohibido fumar durante sus horas de labores, — exceptuando en los lugares donde se diga expresamente "se permite fumar".

XXX. Además de las prohibiciones contenidas en el presente reglamento, queda prohibido a los empleados y trabajadores:

- a) Faltar al trabajo del permiso del patrón y sin causa justificada.
- b) Sustraer del Restaurante sin autorización correspondiente, — objetos que sean de su propiedad.
- c) Presentarse al trabajo en estado de ebriedad o bajo la influencia de narcóticos, drogas enervantes, o tomar bebidas alcohólicas en el Restaurante.
- d) Mascar chicle durante las horas de servicio.
- e) Portar armas durante las horas de trabajo o guardarlas en los casilleros o en cualquier otro lugar del Restaurante.
- f) Hacer uso de implementos de trabajo, para objeto distinto — de aquél al que expresamente han sido designados.
- g) Hacer colectas, rifas, propaganda, sindical, política, etc. en los interiores del Restaurante aún cuando no estén en — horas de servicio.
- h) Utilizar los teléfonos del Restaurante para uso particular.
- i) Pedir o aceptar gratificaciones por aceptar mesas, reservaciones o servicios normales del Restaurante.

RECOMENDACIONES

El éxito de un Restaurante depende básicamente de la implementación de óptimos estándares de servicio y que el estilo de este servicio se adapte específicamente al concepto del Restaurante.

El concepto de cada Restaurante debe ser original por lo que recomendando tomar en cuenta los siguientes aspectos:

** DISEÑO Y DECORACION INTERIOR **

Debe de hacerse una descripción completa del concepto decorativo incluyendo las características especiales, color, tipo de mobiliario, iluminación, etc., en combinación con un diseñador de interiores.

** CAPACIDAD DE ASIENTOS **

Establecer el número de asientos, secciones del Restaurante, — distribución de los asientos, tipo de asientos (sillas, asientos — tipo sala, banquetas), configuración de las mesas, es decir, 2, 4, 6, o con flexibilidad para sentar hasta 10 personas.

** MERCADO **

Se deben enumerar los segmentos de mercado hacia el cual dirigiremos nuestros esfuerzos de venta, clasificándolo en períodos de comida:

Desayunos	40%	Hombres de negocios.
	60%	Grupos de aras de casa.
Comidas	80%	Hombres de Negocios
	20%	Ocasiones Especiales

ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA

Cenas	40%	Hombres de negocios.
	60%	Ocasiones especiales.

El porcentaje dependerá de los resultados de la Investigación de mercado.

** FILOSOFIA DE OPERACION: **

Se debe hacer una descripción que refleje las características -- por las que se conocerá el Restaurante, refiriéndose al tipo de platillos, receta, calidad, sistema de operación, clasificación del Restaurante de acuerdo al tipo de servicio, etc...

** HORAS DE OPERACION: **

Deben de determinarse los horarios de operación tomando en cuenta si el montaje del Restaurante será el mismo para los servicios, - tiempo de preparación de platillos, etc. Ejemplo:

Desayuno:	07:30 a 12:00	Hrs.
Comida:	13:00 a 16:00	Hrs.
Cena:	17:00 a 24:00	Hrs.

Operando seis días a la semana. Descanso de acuerdo a las necesidades del establecimiento, preferentemente domingo.

** ESPECTACULOS **

Definir el tipo de espectáculo que se vá a ofrecer:

- Música Programada, música viva (piano, violín, trío).

**** CARACTERISTICAS ESPECIALES ****

Describir los toques especiales, la presentación de los platos —
llos, los métodos especiales de servicio, presentación de postres.

Ejemplo:

- Se tiene un carrito especial para la exhibición de postres.
- Se presenta el pan por el garrotero a elección del comensal con tres tipos de pan diferentes, servidos en una canasta.
- Se ofrecen cafés especiales preparados ante el comensal, etc...

**** SERVICIO ****

Describir el tipo de servicio (americano, francés, buffet, etc)

Describe el personal que requiere para el servicio:

- + 1 Maitre
- + 1 Capitán
- + 6 Meseros, etc...

Describe características especiales del servicio (Desayuno buffet, servicio rápido en comidas, pausado en cenas, etc...)

Es muy importante que el servicio sea rápido y no demore más de una hora. El servicio debe ser muy atento; el énfasis en los detalles es muy importante, el personal debe estar bien capacitado.

**** MENU ****

Describir el formato del Menú. (tipo de papel, letras, distribución). Determinar lo que incluye el menú destacando los platillos

por categorías y enlistando el número de platillos de cada grupo.

Determine la lista de vinos.

Realice la lista de especialidades del día.

** UNIFORMES **

Establecer el diseño de uniforme para cada categoría de empleados.

Describa los artículos que proporciona la empresa para el uniforme.

** PERSONAL **

Describa los requisitos para cada puesto así como las funciones específicas.

** POLITICAS DE ASIGNACION DE PRECIOS **

Incluya el cheque promedio esperado por período de comida.

Establezca la relación de precios en comparación con la competencia.

** ARREGLOS DE LAS MESAS **

Describa los artículos exactos que se utilizan en el arreglo de las mesas por cada período de comida.

Ejemplo: Mantel color blanco.
Cubremantel verde
Vajilla de Porcelana
Cuchillería "Onida"
Cristalería
Ceniceros de vidrio
Etc....

** PUBLICIDAD Y PROMOCION **

Describe y anota las áreas donde se hará la publicidad o se —
promoverá el Restaurante.

Periódicos locales.
Radio.
Postal Externos.
Directorios Turísticos.
Etc....

CONCLUSIONES

El presente análisis está diseñado para ser una guía de trabajo en el desarrollo operacional de un Restaurante.

Debido a que los estándares, procedimientos y prácticas en el campo de alimentos y bebidas están sujetos a un continuo desarrollo no se debe limitar a la tradición.

Constantemente están surgiendo retos determinados primordialmente por el mercado hacia el cual se dirigen los esfuerzos de venta por lo que un profesional en la Industria Gastronómica debe estar debidamente preparado para superar estos retos con innovaciones propias.

En base a la importancia de la Industria Gastronómica en el país, es necesario un excelente administrador para la operación de los mismos ya que nuevos hábitos alimenticios y nuevas demandas por parte del comensal por lo que respecta a la calidad del producto y servicio que se ofrece determinan que constantemente se adopten nuevos enfoques en la producción de alimentos, diseño de la cocina, planeación del menú, fijación de precios y conceptos en el diseño del Restaurante.

La rotación de las responsabilidades y posición del personal de un Restaurante proporcionan una mejora determinante en las capacidades técnicas de los empleados por lo que se debe de dar mayor énfasis a la capacitación y entrenamiento de cada una de las funciones del establecimiento.

La función de un Restaurante no solo satisface la sed y hambre de los comensales, sino que al mismo tiempo cubre sus deseos de diversión, reunión social y comercial por lo que se requiere de la realización de un trabajo organizado sin olvidar la relación que prevalece entre la satisfacción de los comensales y el valor de los precios del producto.

El mercado es selectivo al escoger un producto, y si se considera al personal capacitado profesionalmente y un producto con una óptima calidad se cubrirán los factores primordiales para garantizar

la constancia de los cocenseales y el éxito del establecimiento.

Debido a la carencia de bibliografía en materia Gastronómica, - este tipo de documentos difícilmente pueden ser obtenidos por las - personas que no están involucradas con las empresas lo que provoca - que la información teórica de los alumnos sea poco abundante y al - enfrentarse en desventaja con egresados de Universidades comprometidas con el sector empresarial.

BIBLIOGRAFIA

- 1) BAEZ, Casillas Sixto. Descripción de Puestos de Hoteles, Restaurantes y Bares.
- 2) ESSESARTE, Esteban. Higiene de Alimentos y Bebidas.
- 3) FUENTES, Carlos. Vinos y Cocteles.
- 4) GAMBOA, Benjamín. Cultura Gastrocónica.
- 5) GOMEZ, Javier. Organización Contable de la Industria Hotelera.
- 6) LLILICRCAF, Dr. Servicio de Alimentos y Bebidas.
- 7) SCHLITZ, Don. Fundamentos de Estrategia Publicitaria.
- 8) REYES, Ponce Agustín. Administración de Personal.