UNIVERSIDAD NACIONAL DE INGENIERÍA

FACULTAD DE CIENCIA Y SISTEMAS

T.Mon
658.812
F634
2012

Tesina Para Optar al Título De Ingeniero de Sistemas

"PROPUESTA DE UN PLAN DE ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE EN "BAR Y RESTAURANTE SUMMER MANAGUA"

PRESENTADO POR:

Br. Lisseth Carolina Flores Urbina	2005-20655
Br. Yuri Frank Guadamúz Olivares	2003-12254
Br. Joseph Louis Pineda Murillo	99-16012-8

TUTOR

Ing. Marvin René Sánchez.

Managua, 20 de Diciembre del 2012

ÍNDICE DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN..... 1

OBJETIVOS 2

JUSTIFICACIÓN 3

RESUMEN..... 4

CAPÍTULO I – ANÁLISIS Y DIAGNÓSTICO

1.1 Análisis del servicio al cliente..... 5
1.2 Ambiente laboral 8
1.3 Descripción de los subprocesos flujograma y sus actividades..... 13
1.4 Analisis de la calidad del servicio al cliente 136
1.5 El estudio “servqual” 18
1.6 Evaluaciones “servqual” para bar y restaurante SUMMER Managua... 21
1.7 Presentación de los resultados “servqual” 23
1.8 Resultados y análisis por dimensiones de la calidad servqual 25
1.9 Análisis Global por dimensiones de la calidad..... 37
1.10 Conclusiones del diagnóstico..... 37

CAPÍTULO II – PLAN DE ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD

2.1 Desarrollo del plan de aseguramiento de la calidad 39
2.2 Análisis de peligro – puntos críticos de control 40
2.3 Matrices de puntos críticos de control propuestos. 41
2.4 Flujograma y PCC propuesto para la preparación del pedido..... 47

CONCLUSIONES..... 49

RECOMENDACIONES 51

BIBLIOGRAFÍA..... 53

ANEXOS 534

INTRODUCCIÓN

Todo lo que una organización realiza tiene el objetivo de lograr la satisfacción de las necesidades y expectativas de los clientes, a través de servicios de mayor calidad, siendo esto un factor clave de competitividad en el sector de restaurantes.

La calidad implica que el proveedor interno deberá de satisfacer las necesidades tanto de clientes internos como de externos. Por lo tanto, es necesario que las empresas analicen las expectativas de su servicio y los factores que influyen en su valoración cuan1do se dan los momentos de verdad.

Restaurante SUMMER se originó en masachapa en los años 70's, negocio del sector gastronómico más antiguo del lugar y aunque por diversas causas pasó varios años cerrado, nunca dejó de ser punto de referencia. Para el año 2001, se reinauguró gracias a la inversión que realizaron los nuevos dueños. Para el año 2008 abrió una nueva sucursal en residencial los robles en Managua, como respuesta a la demanda de turistas nacionales y extranjeros.

El presente trabajo se realiza en la sucursal de Managua, bar y restaurante SUMMER Managua, el cual plantea una oportunidad de mejora en el proceso de servicio al cliente.

En este trabajo de tesina se muestran los aspectos generales del bar y restaurante SUMMER Managua, el análisis del proceso del servicio al cliente, análisis de la calidad del servicio, un estudio SERVQUAL completo, que basado en sus resultados se procede a formular un plan que asegure la calidad del servicio, se proponen medidas prácticas para las debilidades más urgentes, fortalecer los aspectos mejor evaluados, con el fin de mejorar la calidad de sus servicios, y por consiguiente incrementar la satisfacción de los cliente.

OBJETIVOS

Objetivo general

- Proponer un plan de aseguramiento de la calidad que se ajuste a las necesidades del servicio al cliente para bar y restaurante SUMMER Managua.

Objetivos específicos

- Realizar un diagnóstico para el bar y restaurante SUMMER Managua, en lo pertinente a la calidad del servicio al cliente.

- Identificar los elementos más relevantes en la percepción de la calidad y la no conformidad de los clientes.

- Establecer los componentes determinantes del plan de aseguramiento de la calidad del servicio al cliente para bar y restaurante SUMMER Managua.

JUSTIFICACIÓN

El aumento de la satisfacción del cliente a través de la calidad del servicio, son prioridades como nunca antes. La preocupación por ésta materia es un rasgo común en prácticamente todos los restaurantes que se preparan conscientemente en favor de sus clientes, lo que hace cada vez más competitivo los escenarios.

Se plantea entonces que la calidad del servicio al cliente es una parte fundamental de cualquier restaurante interesado en mantener sus clientes actuales y atraer a nuevos clientes.

Un plan de aseguramiento de la calidad permite minimizar e incidir de manera positiva en los problemas que están afectando el servicio en bar y restaurante SUMMER Managua.

Para que el servicio este orientado a la calidad, es fundamental la evaluación del servicio por parte de los clientes. Es por ello que los clientes serán los portavoces más fiables de sus necesidades, repercutiendo en un mejor servicio.

Implementar un plan de aseguramiento de la calidad del servicio permitirá a “bar y restaurante SUMMER Managua” brindar un excelente producto y servicio final, de lo contario aumentará cada vez más la brecha entre la calidad esperada y la calidad ofrecida, dejando a bar y restaurante SUMMER Managua en situaciones de mayor riesgo.

RESUMEN

En la empresa de servicio **"**bar y restaurante SUMMER Managua" se desarrolla un estudio orientado al aseguramiento de la calidad en el proceso de servicio al cliente, restaurante especializado en gastronomía marina.

Se realiza en dos capítulos, para que de esta manera alcanzar lo deseado:

Capítulo I: Análisis y diagnóstico de la situación actual del servicio en bar y restaurante SUMMER Managua.

Se realiza sobre la base de la aplicación del modelo SERVQUAL que mide la diferencia entre las expectativas del cliente y las percepciones a través de cinco dimensiones de la calidad del servicio.

Capítulo II: Plan de aseguramiento de la calidad del servicio al cliente en bar y restaurante SUMMER Managua.

Se desarrolla en base a la utilización de los principios del sistema APPCC (análisis de peligros y de puntos críticos de control) que permite identificar, evaluar y controlar peligros significativos para la inocuidad de los alimentos.

CAPÍTULO I

ANÁLISIS Y DIAGNÓSTICO

BAR Y RESTAURANTE SUMMER MANAGUA

1.1 ANÁLISIS DEL SERVICIO

Por medio del análisis se observaran las variables que intervienen en el servicio, las que pueden afectar la satisfacción del cliente, encontrando tanto fortalezas como debilidades.

Lo primero que se debe tener claro al momento de evaluar la satisfacción de los clientes, es que está directamente relacionada con el servicio que se les preste a sus visitantes.

La satisfacción además trae consigo consecuencias para el establecimiento, tales como:

- ✓ El cliente Vuelve a comprar, la empresa obtiene la lealtad del cliente y la posibilidad de venderle nuevos productos en el futuro.
- ✓ El cliente satisfecho es el mejor medio para darse a conocer ya que éste comunica a otros sus experiencias positivas, de ésta manera la empresa tiene como beneficio publicidad gratuita.
- ✓ El cliente satisfecho hará a un lado a la competencia, la empresa tendrá como beneficio un lugar determinado en el mercado.

1.1.1 RESTAURANTE SUMMER MANAGUA Y SUS PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS

Es una empresa que brinda diariamente el servicio de restaurante y bar; deliciosos menús de gastronomía marina y barra de bebidas nacionales e Internacionales, en un horario comprendido de lunes a miércoles atendiendo de 10:00 am a 9:00 pm y de jueves a domingo de 10:00 am a 01:00 am.

Instalaciones y especialidades SUMMER Managua

Se encuentra ubicado en residencial los robles, de donde fue el chamán bar 1 cuadra hacia arriba. Zona altamente frecuentada por ejecutivos dada la presencia del centro de compras Metrocentro.

Su plato principal es la “Sopa Marinera SUMMER” al igual que el cóctel “Poderoso SUMMER”. El Local es utilizado además para la realización de eventos de mediana amplitud como bodas, quince años, entre otros.

Esta empresa tiene como objetivo fundamental brindarle al cliente un servicio de calidad, disponiendo de la infraestructura necesaria para el desarrollo de las actividades operacionales.

LOS CLIENTES

La participación del consumidor en el proceso de prestación de servicios, es una excelente estrategia a desarrollar, por esto es importante ante todo conocer más a fondo a los clientes que se les esta brindado el servicio con el objetivo de mejorarlo continuamente.

Algunos términos que debemos saber son:

Cliente: es la persona más importante para el restaurante, la cual accede a un servicio o producto por medio de una transacción financiera.

El servicio al cliente: un conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de los clientes.

Satisfacción: se define como el cumplimiento de los requisitos determinados para obtener un resultado positivo.

Ahora bien, el restaurante es frecuentado en su mayor parte por los ejecutivos que trabajan en la zona y éste ya es conocido por su excelente sabor.

En general el perfil de los clientes que se pueden observar son ejecutivos y empresarios, en un rango de edad de 35 a 60 años, con poder adquisitivo, quienes desean ser atendidos rápidamente.

Cabe resaltar que al restaurante no acuden personas menores de 25 años, ni estudiantes.

Según lo observado, los clientes son personas pacientes al momento de esperar a ser atendidos por los meseros, la duración promedio de servicio es de 25 minutos para las sopas y 20 minutos los platos a la carta, una vez recibido el pedido lo comen en un tiempo aproximado de 25 a 30 minutos.

1.2 AMBIENTE LABORAL
AMBIENTE LABORAL Y DISTRIBUCIÓN FÍSICA DEL RESTAURANTE SUMMER MANAGUA.

La empresa es administrada por un gerente general, el cual es la principal instancia ejecutiva y administrativa, que le corresponde ejercer funciones de dirección, gestión, supervisión y coordinación con los responsables de operaciones.

La empresa cuenta con las siguientes áreas funcionales:

- Gerencia General
- Administración
- Servicios Generales
- Producción

Bar y restaurante SUMMER Managua no cuenta con políticas y objetivos de la calidad. No se encuentran establecidos manuales de procesos que describan las actividades y procedimientos operacionales de la empresa.

Posee la capacidad física y mobiliaria para brindar atención a 167 personas, distribuidos de la siguiente manera:

Distribución Física Bar y Restaurante SUMMER Managua		
Área	Mesas	Sillas
Terraza	17	68
Comedor	8	35
Salón con aire	10	40
Reservado Privado	5	20
Barra	-	4
Total		167

Tabla1: Distribución física Bar y Restaurante SUMMER Managua

1.2.1 ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA

La estructura organizacional de bar y restaurante SUMMER Managua no se encuentra definida, por lo que no se refleja la forma en que se encuentran organizados y a la vez se dificulta definir los cargos, funciones y puestos de trabajo existentes en el restaurante.

Es dirigida por un gerente general, el cual lleva a cabo la selección y clasificación del personal en base a la experiencia y conocimientos que este posee. El gerente valora las sugerencias y opiniones que recibe por parte de sus empleados para la toma de decisiones.

La metodología para el flujo de la información brindada por los empleados entre las diferentes jerarquías del restaurante se da mediante las órdenes que el gerente establece a sus subordinados, al igual que se da a conocer a los demás niveles jerárquicos.

1.2.2 MISIÓN Y VISIÓN DEL RESTAURANTE

Restaurante SUMMER Managua no tiene definidos la misión, visión, objetivos y estrategias, actualmente se determina empíricamente donde cada quien posee un nivel de conocimiento y experiencia de las funciones que se deben realizar.

No se elaboran planes de mejoras y se limita al personal a que se les realice capacitaciones, disminuyendo también su desarrollo profesional.

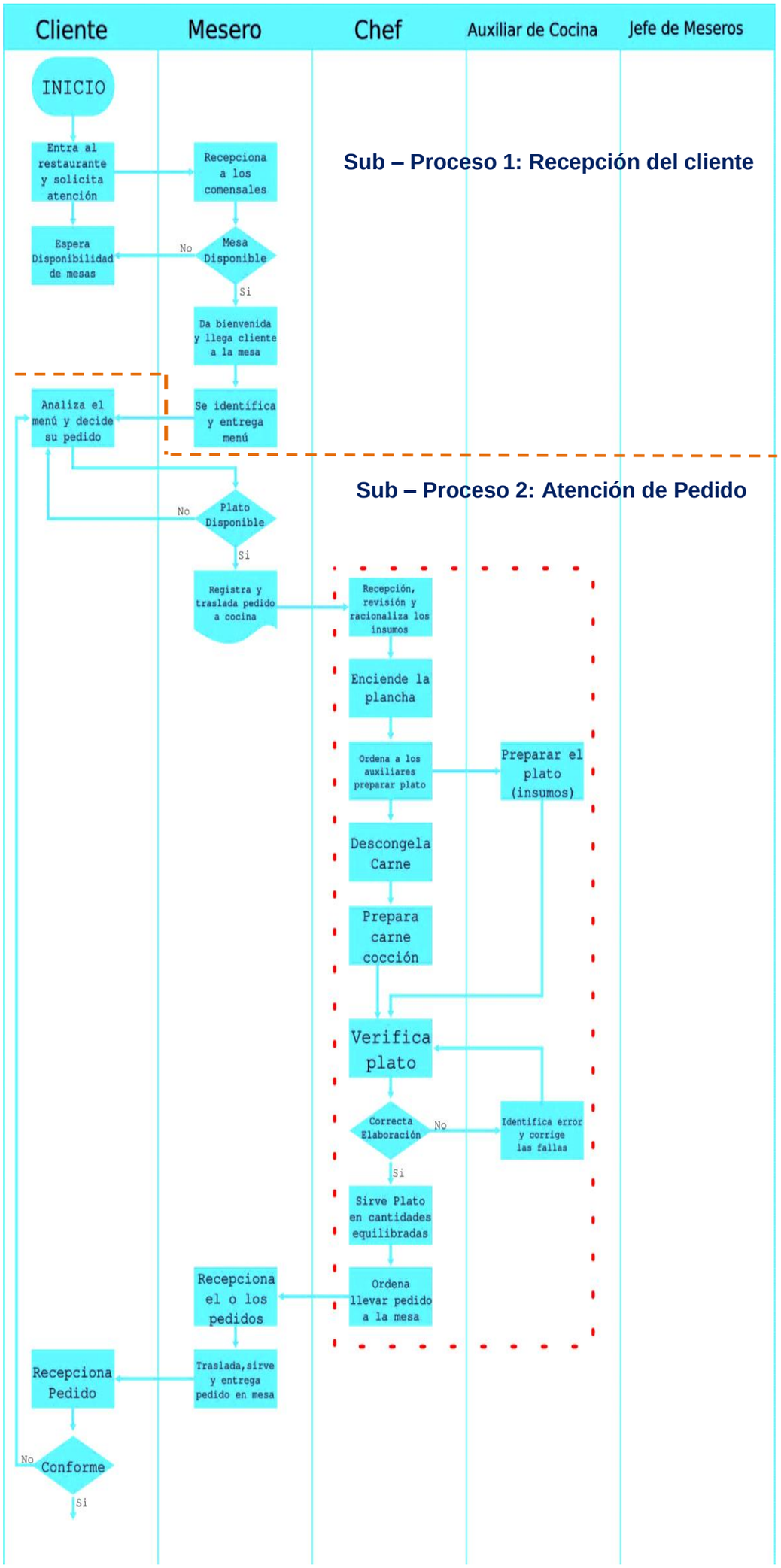
1.2.3 EL SERVICIO AL CLIENTE

DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE SERVICIO AL CLIENTE

En el Proceso de Servicio al Cliente se ejecutan 4 Subprocesos bien definidos que son:

- Recepción del Cliente.
- Atención del Pedido.
- Cobro del Consumo.
- Despedida.

"Ver Figura # 1. Flujo del Proceso a Continuación."


Cliente
Mesero
Chef
Auxiliar de Cocina
Jefe de Meseros
INICIO
Entra al restaurante y solicita atención
Recepciona a los comensales
Sub – Proceso 1: Recepción del cliente
Espera Disponibilidad de mesas
No
Mesa Disponible
Si
Da bienvenida y llega cliente a la mesa
Analiza el menú y decide su pedido
Se identifica y entrega menú
Sub – Proceso 2: Atención de Pedido
No
Plato Disponible
Si
Registra y traslada pedido a cocina
Recepción, revisión y racionaliza los insumos
Enciende la plancha
Ordena a los auxiliares preparar plato
Preparar el plato (insumos)
Descongela Carne
Prepara carne cocción
Verifica plato
Correcta Elaboración
No
Identifica error y corrige las fallas
Si
Sirve Plato en cantidades equilibradas
Ordena llevar pedido a la mesa
Recepciona el o los pedidos
Traslada, sirve y entrega pedido en mesa
Recepciona Pedido
No
Conforme
Si

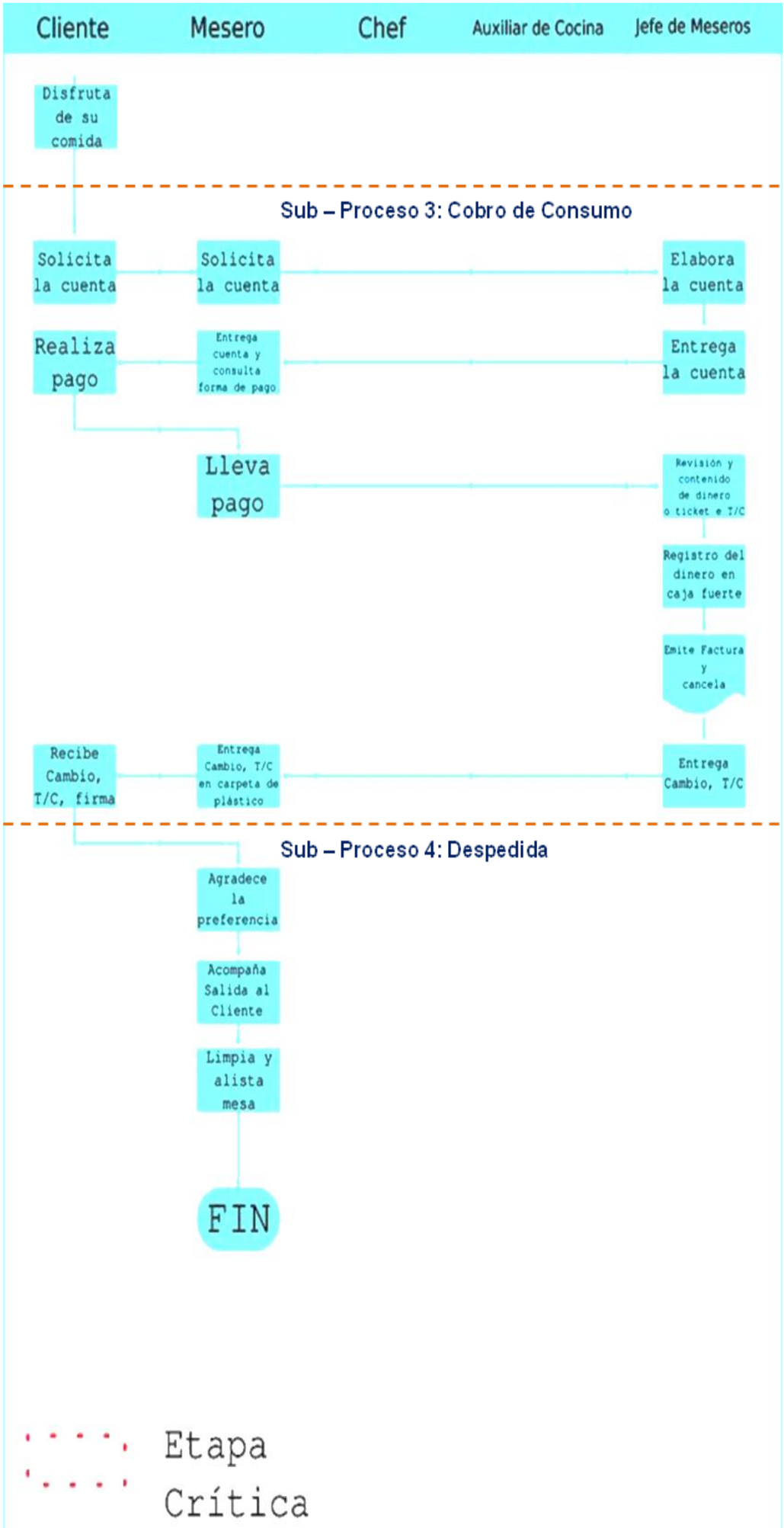


Figura # 1 Flujograma proceso del servicio al cliente

1.3 DESCRIPCIÓN DE LOS SUBPROCESOS Y SUS ACTIVIDADES

A continuación se detallan los subprocesos:

1.3.1. Recepción del cliente:

- El mesero da la bienvenida saludando amablemente, recepcionando a los comensales.
- El mesero lleva al cliente a una mesa disponible y adecuada.
- El mesero se identifica, le entrega menú, realiza la pregunta sobre que desea consumir, de esta etapa depende la aceptación del servicio.
- El mesero toma el pedido, que el cliente eligió para su consumo.

1.3.2. Atención del pedido:

A. Preparación del pedido

- El mesero registra y traslada el pedido a cocina, para su inmediata preparación.
- El chef recepciona, hace la revisión de insumos y racionaliza los insumos que brinda al auxiliar de cocina para el o los pedidos.
- El chef ordena a los auxiliares de cocina elaborar el pedido.

B. Control de calidad

- Después de elaborado el plato, el chef realiza el control de calidad de estos pedidos con suma minuciosidad.

C. Servicio del pedido

- El chef procede a servir racionalmente en platos adecuados cada comida solicitada.

D. Traslado del pedido

- El chef ordena al mesero llevar el pedido en azafates a la mesa correspondiente.
- El mesero recoge el pedido y lleva el pedido en azafates.

E. Colocación del pedido en mesa

- El mesero sirve el o los pedidos por el lado derecho del cliente.

1.3.3. Cobro del consumo:

A. Elaboración de la cuenta

- Después del consumo el cliente solicita la cuenta. El mesero le solicita la cuenta al cajero.
- El cajero elabora la cuenta y brinda al mesero.
- El mesero se le acerca amablemente al cliente y pregunta si el pago es en efectivo o tarjeta de crédito.

B. Recepción y conteo del dinero

- El cliente brinda efectivo o T/C al mesero y mesero lleva a caja el pago.

- El cajero recepciona el dinero o T/C, procediendo a la revisión y conteo del mismo.

C. Registro del cobro en caja

- El cajero realiza el registro del dinero en la caja fuerte y cuadra con los ingresos para luego reportar en el día respectivo (en caso de efectivo).

D. Entrega del comprobante de pago

- El cajero emite la boleta o factura o ticket de T/C y manda con mesero sobrante o T/C en una carpeta de plástico o de piel.

1.3.4. Despedida:

A. Agradecimiento

- Siguiendo con la amabilidad el mesero agradece por la preferencia al elegir bar y restaurante SUMMER Managua.

B. Acompañamiento a la salida

- El mesero acompaña a la salida del establecimiento con un trato especial de agradecimiento y lo despide diciéndole que regrese pronto.

C. Limpieza

- El mesero debe limpiar la mesa apenas se haya ido el cliente y ponerla lista nuevamente.

1.4 ANÁLISIS DE LA CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE

La calidad y la satisfacción son evaluaciones que realiza el cliente, por consiguiente, es indispensable contar con su opinión. Para ello, se considera oportuno utilizar la herramienta "SERVQUAL", desarrollado por Zeithaml, Parasuraman y Berry (1985 -1988).

Este modelo mide la diferencia entre las expectativas del cliente y las percepciones a través de cinco dimensiones del servicio. La brecha que da como resultado, indica el nivel de satisfacción o de insatisfacción de los clientes.

La medición se realiza a través de un cuestionario que contiene 22 puntos (enunciados), utilizados para medir las expectativas y otros 22 para medir las percepciones, donde el cliente valora la calidad del servicio en base a una escala de likert, los valores pueden ser desde el 1 cuando está totalmente en desacuerdo hasta el valor de 7 que representa la valoración totalmente de acuerdo.

Las dimensiones o criterios relevantes que se evalúan son de acuerdo a los elementos tangibles, a la fiabilidad, la capacidad de respuesta, la seguridad y la empatía.

Dimensión	Enunciado Pertenecientes Dimensión
Tangibles	Enunciado 1-4
Fiabilidad	Enunciado 5-9
Respuesta	Enunciado 10-13
Seguridad	Enunciado 14-17
Empatía	Enunciado 18-22

Tabla # 2: Dimensiones de la calidad y los enunciados comprendidos

Para la realización de éste estudio se define como horizonte temporal el período del lunes 26 de marzo al viernes 30 de marzo del 2012, el tipo de muestreo es no probabilístico.

Se encuestaron a 24 clientes que solicitan el servicio del restaurante de forma frecuente y que tienen más de 1 año de ser clientes del restaurante.

También fueron sujeto de investigación 10 empleados del restaurante, a quienes se entrevistó, para consolidar información, los especialistas consultados fueron: administradora, jefe de meseros y chef.

Una vez aplicados los cuestionarios se pasó cada uno de ellos a una base de datos utilizando el software estadístico de Microsoft Excel, con el fin de organizarlos en una tabla que permita ver los resultados de una manera más clara y entendible para detectar las áreas de oportunidad.

1.4.1 DISEÑO DE LAS ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN

Para el diseño de las encuestas que serán aplicadas a los clientes del restaurante SUMMER Managua, se utilizara el modelo del SERVQUAL completo para analizar cada uno de los factores que afectan al mismo.

A continuación se presentan los formatos utilizados para las expectativas como para las percepciones.

1.5 El ESTUDIO "SERVQUAL"

El SERVQUAL toma en cuenta las opiniones de los clientes al definir la importancia de las cualidades del servicio. Este sugiere que la diferencia existente entre las expectativas del cliente y la percepción respecto al servicio recibido puede constituir una medida de calidad del servicio.

La meta del SERVQUAL es descubrir las fortalezas y debilidades generales de la empresa en cuanto a la calidad del servicio.

Al aplicarse el SERVQUAL lo que se está midiendo es:

- ✓ "Una calificación global de la calidad del establecimiento, y la compara contra el estándar válido.
- ✓ Lo que desean los consumidores de ese establecimiento (beneficios ideales).
- ✓ Lo que encuentran los consumidores en ese establecimiento (beneficios descriptivos).
- ✓ Calcula brechas de insatisfacción específicas.
- ✓ Ordena defectos de calidad desde el más grave y urgente hasta el menos grave.

Existen cinco diferentes dimensiones que los clientes utilizan al momento de juzgar las compañías que prestan servicios, estas son:

Tangibles: el cliente empieza a evaluar la organización desde su aspecto físico, todo juega parte de esta evaluación, desde la limpieza, el orden, la apariencia externa de las instalaciones físicas, hasta el personal y los equipos utilizados. aquí el SERVQUAL compara las expectativas de los clientes con el desempeño de la empresa, con relación a la capacidad que esta tiene para administrar sus patrimonios tangibles.

El SERVQUAL tiene dos dimensiones de los tangibles; una se concentra específicamente en el equipo y las instalaciones, y la otra en el personal y los materiales de comunicación.

Fiabilidad: Esta es la dimensión más importante para el SERVQUAL, se debe tener en cuenta que el servicio ofrecido por lo seres humanos es más variable que el que ofrecen las maquinas, las personas encargas de ofrecer el servicio son todas diferentes entre sí y de la misma manera la forma en que otorguen el servicio a los clientes varia de persona en persona.

De esta manera la confiabilidad hace referencia a que la empresa cumpla con todas sus promesas pactadas.

Capacidad de respuesta: refleja el compromiso de la empresa en brindar sus servicios. Esta se refiere a la voluntad y disposición que tengan los empleados al momento de prestar un servicio. La capacidad de respuesta también refleja si la empresa está preparada para prestar el servicio.

Seguridad o garantías: hace referencia al conocimiento y habilidad que posee la empresa para tratar con cortesía a sus clientes y la seguridad que existe en las operaciones. La cortesía se refiere a la interacción entre el cliente, sus pertenencias y el personal de la empresa.

De esta manera la cortesía entonces reflejara amabilidad, educación y consideración con los bienes del cliente.

Empatía: Se refiere a que el empleado tenga la capacidad de experimentar los sentimientos de otra persona como propios. Las empresas que poseen empatía entienden las necesidades de cada uno de sus clientes, y procuran que el servicio sea viable para ellos.

Cada una de las dimensiones anteriores está compuesta por las expectativas que tiene el cliente acerca del servicio, en base a estas fue creada la encuesta presentada a continuación.

1.6 FORMATO Y EVALUACIONES DE LAS ENCUESTAS SERVQUAL PARA LAS PERCEPCIONES EN BAR Y RESTAURANTE SUMMER

Encuesta de Calidad en el Servicio al cliente del Bar y Restaurante SUMMER Managua

PERCEPCIONES

	Tot. Desacuerdo							Tot. Deacuerdo	Encuestado 1	Encuestado 2	Encuestado 3	Encuestado 4	Encuestado 5	Encuestado 6	Encuestado 7	Encuestado 8	Encuestado 9	Encuestado 10	Encuestado 11	Encuestado 12	Encuestado 13	Encuestado 14	Encuestado 15	Encuestado 16	Encuestado 17	Encuestado 18	Encuestado 19	Encuestado 20	Encuestado 21	Encuestado 22	Encuestado 23	Encuestado 24	MEDIA
1. El restaurante cuenta con equipo moderno.	1	2	3	4	5	6	7	5	3	5	7	5	5	3	3	1	5	4	4	7	3	5	5	3	5	7	5	5	3	3	1	4.2500
2. Las condiciones físicas del restaurante son atractivas visualmente.	1	2	3	4	5	6	7	6	4	5	5	5	5	3	3	1	6	4	6	7	2	5	4	5	5	5	5	3	3	1	6	4.3333
3. Los empleados del restaurante tienen una apariencia pulcra.	1	2	3	4	5	6	7	7	5	5	3	6	6	7	7	7	4	5	4	6	3	6	5	3	6	6	7	7	7	4	5	5.4583
4. Los materiales asociados con el servicio como los folletos son visualmente atractivos en el restaurante.	1	2	3	4	5	6	7	1	2	4	7	5	6	3	2	1	5	4	6	6	1	7	7	5	6	3	2	1	5	4	6	4.1250
5. Cuando el restaurante promete hacer algo en cierto tiempo, lo cumple.	1	2	3	4	5	6	7	4	2	2	2	5	3	3	2	1	3	5	6	4	2	6	5	3	3	2	1	3	5	6	4	3.4167
6. Cuando usted tiene un problema el restaura nte muestra un sincero interés en resolverlo	1	2	3	4	5	6	7	4	6	5	6	6	5	1	3	1	4	6	5	6	3	5	5	1	3	1	4	6	5	4	6	4.2083
7. El restaurante otorga un servicio correcto desde la primera vez.	1	2	3	4	5	6	7	6	6	5	3	6	5	3	4	1	4	6	6	6	3	6	3	4	1	4	6	6	6	6	5	4.6250
8. El restaurante provee el servicio en el tiempo en el que lo promete.	1	2	3	4	5	6	7	4	5	2	6	5	5	5	6	1	4	6	6	7	1	7	6	1	4	6	6	4	5	2	6	4.5833
9. El restaurante insiste en resultados libres de errores	1	2	3	4	5	6	7	3	4	2	3	6	5	3	2	1	4	4	3	6	1	6	1	4	4	3	3	4	2	3	6	3.4583
10. Los empleados en el restaurante le dicen cuándo exactamente el servicio será otorgado	1	2	3	4	5	6	7	7	3	1	5	6	6	5	6	1	2	3	3	4	1	6	2	3	3	7	3	1	5	6	6	3.9583
11. Los empleados en el restaurante otorgan un servicio rápido.	1	2	3	4	5	6	7	5	6	4	6	6	5	4	6	1	3	4	4	7	3	6	4	4	5	6	4	6	6	5	4	4.7500
12. Los empleados en el restaurante siempre están dispuestos a ayudarle.	1	2	3	4	5	6	7	6	7	5	4	6	6	4	5	1	4	4	4	7	4	7	4	6	7	5	4	6	6	4	5	5.0417
13. Los empleados en el restaurante nunca están demasiado ocupados	1	2	3	4	5	6	7	5	5	4	7	5	5	4	5	1	4	4	4	7	1	7	5	5	4	7	5	5	4	5	1	4.5417
14. El comportamiento de los empleados en el restaurante infunde confianza.	1	2	3	4	5	6	7	5	7	6	7	6	6	3	5	7	3	5	6	7	4	7	7	6	7	6	6	3	5	7	3	5.5833
15. Usted siente satisfacción en el servicio que recibe en el restaurante.	1	2	3	4	5	6	7	6	6	6	7	6	6	2	4	1	4	5	6	6	2	6	6	7	6	6	2	4	1	4	5	4.7500
16. Los empleados en el restaurante son constantemente amables con usted.	1	2	3	4	5	6	7	7	6	5	7	6	6	2	5	1	4	5	6	6	6	7	7	6	6	2	5	1	4	5	6	5.0417
17. Los empleados del restaurante tienen el conocimiento para responder a sus preguntas.	1	2	3	4	5	6	7	6	5	3	3	6	6	2	3	1	4	5	6	7	3	6	6	6	2	3	1	4	5	6	6	4.3750
18. El restaurante le da atención individual.	1	2	3	4	5	6	7	4	6	4	6	5	5	2	3	7	3	5	6	7	1	7	5	2	3	7	3	5	6	4	6	4.6667
19. El restaurante tiene horarios acorde a sus gustos y necesidades.	1	2	3	4	5	6	7	7	6	4	6	7	6	2	5	7	3	5	6	7	6	7	2	5	7	3	5	6	7	6	4	5.3750
20. El restaurante tienen empleados que le brindan atención personalizada.	1	2	3	4	5	6	7	3	6	4	6	6	6	2	3	7	3	6	5	6	4	6	3	7	3	6	5	3	6	4	6	4.8333
21. El restaurante le da prioridad a sus intereses.	1	2	3	4	5	6	7	4	4	4	4	6	6	3	2	7	3	6	5	6	2	7	7	3	6	5	4	4	4	4	6	4.6667
22. Los empleados del restaurante entienden sus necesidades específicas.	1	2	3	4	5	6	7	5	6	4	7	6	6	3	4	1	3	6	5	7	3	6	3	6	5	7	6	6	3	4	1	4.7083

Tabla # 3 Formatos y evaluaciones servqual para las percepciones

FORMATO Y EVALUACIONES DE ENCUESTA SERVQUAL PARA LAS EXPECTATIVAS EN BAR Y RESTAURANTE SUMMER

Encuesta de Calidad en el Servicio al cliente del Bar y Restaurante SUMMER Managua

EXPECTATIVAS

	Tot. Desacuerdo						Tot. Deacuerdo	Encuestado 1	Encuestado 2	Encuestado 3	Encuestado 4	Encuestado 5	Encuestado 6	Encuestado 7	Encuestado 8	Encuestado 9	Encuestado 10	Encuestado 11	Encuestado 12	Encuestado 13	Encuestado 14	Encuestado 15	Encuestado 16	Encuestado 17	Encuestado 18	Encuestado 19	Encuestado 20	Encuestado 21	Encuestado 22	Encuestado 23	Encuestado 24	MEDIA
1. Los restaurantes excelentes poseerán un equipo moderno	1	2	3	4	5	6	7	1	3	4	7	5	7	7	1	6	7	1	6	7	3	7	7	7	1	6	7	1	6	1	3	4.6250
2. Las condiciones físicas de restaurantes excelentes serán atractivas visualmente	1	2	3	4	5	6	7	7	7	7	7	7	7	1	7	7	7	7	7	7	5	7	1	7	7	7	7	7	7	7	7	6.4167
3. Los empleados en restaurantes excelentes tendrán un aspecto pulcro	1	2	3	4	5	6	7	7	6	7	7	7	6	7	1	7	6	7	7	7	5	6	1	7	6	7	7	7	6	7	7	6.1667
4. Los materiales asociados con el servicio como los folletos serán visualmente atractiv	1	2	3	4	5	6	7	7	7	7	7	6	7	1	1	7	7	7	6	6	6	7	7	7	7	6	7	7	7	7	6	6.2500
5. Cuando los restaurantes excelentes prometen hacer algo en cierto tiempo, cumpli	1	2	3	4	5	6	7	6	6	6	7	5	7	1	7	5	7	5	7	6	7	7	7	5	7	6	6	6	7	5	7	6.0417
6. Cuando el cliente tiene un problema los restaurantes excelentes mostrarán un sincero in	1	2	3	4	5	6	7	7	7	7	7	4	7	7	7	7	4	7	7	7	6	6	7	7	7	7	7	7	4	7	7	6.5417
7. Los restaurantes excelentes darán un servicio correcto desde la primera vez.	1	2	3	4	5	6	7	7	7	6	7	7	1	7	1	7	1	7	1	7	6	7	1	7	7	6	7	7	1	7	1	5.1250
8. Los restaurantes excelentes proveerán su servicio en el tiempo en el que lo pror	1	2	3	4	5	6	7	6	7	6	7	5	7	7	1	7	7	1	7	5	7	7	6	7	6	7	5	7	7	1	7	5.8333
9. Los restaurantes excelentes insistirán en resultados libres de errores	1	2	3	4	5	6	7	5	3	6	6	5	6	1	7	7	7	7	5	6	6	5	3	6	6	5	6	1	7	7	7	5.4167
10. Los empleados en restaurantes excelentes dirán a sus clientes exactamente cuando el	1	2	3	4	5	6	7	5	3	5	6	5	7	1	7	4	3	5	6	7	6	4	5	6	5	7	1	7	4	3	5	4.8750
11. Los empleados en restaurantes excelentes darán a sus clientes un servicio rápido.	1	2	3	4	5	6	7	7	4	7	6	7	6	7	1	6	7	6	7	7	6	7	6	7	6	7	1	6	7	6	7	6.0000
12. Los empleados en restaurantes excelentes siempre estarán dispuestos a ayudar a los c	1	2	3	4	5	6	7	7	7	6	7	6	7	7	1	7	7	6	7	6	6	6	6	7	7	1	7	7	6	7	7	6.1667
13. Los empleados en restaurantes excelentes nunca estarán demasiado ocupados	1	2	3	4	5	6	7	7	6	3	5	5	6	7	7	7	5	6	7	5	5	6	6	7	7	7	5	6	7	7	6	6.0417
14. El comportamiento de los empleados en restaurantes excelentes infundirá confia	1	2	3	4	5	6	7	7	7	7	6	6	7	7	1	7	7	7	1	6	6	7	6	7	1	7	1	7	7	7	6	5.7500
15. Los clientes de restaurantes excelentes sentirán satisfacción del servicio recibido.	1	2	3	4	5	6	7	7	7	7	7	6	7	7	7	7	7	7	7	4	7	7	7	7	7	6	7	7	1	6	7	6.5000
16. Los empleados en restaurantes excelentes serán constantemente amables con sus clie	1	2	3	4	5	6	7	7	6	7	7	7	6	7	1	7	1	7	7	7	7	7	1	7	4	7	4	1	7	4	7	5.5417
17. Los empleados en restaurantes excelentes podrán responder cualquier pregunta a sus	1	2	3	4	5	6	7	1	6	7	7	4	5	7	7	7	6	7	7	5	7	6	7	7	4	6	1	4	5	7	4	5.5833
18. Los restaurantes excelentes darán a sus clientes atención individual.	1	2	3	4	5	6	7	1	7	4	7	4	6	7	1	7	4	7	4	1	3	4	7	4	7	7	1	7	7	7	4	4.9167
19. Los restaurantes excelentes tendrán horarios acorde a los gustos y necesidades de sus	1	2	3	4	5	6	7	1	4	5	7	4	6	1	7	7	7	4	6	5	3	5	7	1	1	7	4	7	4	6	7	4.8333
20. Los restaurantes excelentes tend rán empleados que darán a sus clientes atención pers	1	2	3	4	5	6	7	1	7	7	7	4	7	7	7	7	4	7	7	1	3	5	1	7	7	7	4	7	7	7	7	5.6250
21. Los restaurantes excelentes priorizarán los intereses de sus clientes.	1	2	3	4	5	6	7	7	7	5	7	5	7	7	1	7	7	7	1	5	5	5	7	5	7	5	7	7	1	7	7	5.6667
22. Los empleados de los restaurantes excelentes entenderán las necesidades espec	1	2	3	4	5	6	7	7	7	5	7	5	7	1	1	5	1	1	5	6	6	7	5	7	5	7	1	1	5	1	1	4.3333

Tabla # 4 Formatos y evaluaciones servqual para las expectativas

1.7 PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS "SERVQUAL"

Tal como lo establece el modelo SERVQUAL, la brecha 5 de la calidad permite representar la diferencia que existe entre la calidad esperada y la percibida de un servicio determinado.

Esta brecha permite determinar los niveles de satisfacción de los clientes, y por lo tanto, la calidad del servicio.

Para el caso de bar y restaurante SUMMER Managua, en que se obtuvieron datos de expectativas y percepciones de los visitantes, se realizó un análisis cuantitativo donde se sumaron las puntuaciones de cada cuestionario para cada enunciado y se dividió este número entre el total de los encuestados para obtener el promedio de cada uno de los enunciados.

Posteriormente se realizó otro análisis cuantitativo que consiste en calcular la brecha SERVQUAL de cada uno de los enunciados, es decir la diferencia de promedios de (expectativas Vs. percepciones), lo que representa el nivel de calidad según el cliente. (Ver Figura # 2).

Los promedios y brecha SERVQUAL por dimensión se analizan posteriormente en la figura # 8.

A continuación se exponen los promedios y brechas, tanto por enunciado como por dimensión, de manera gráfica para poder visualizarlas y analizarlas claramente:

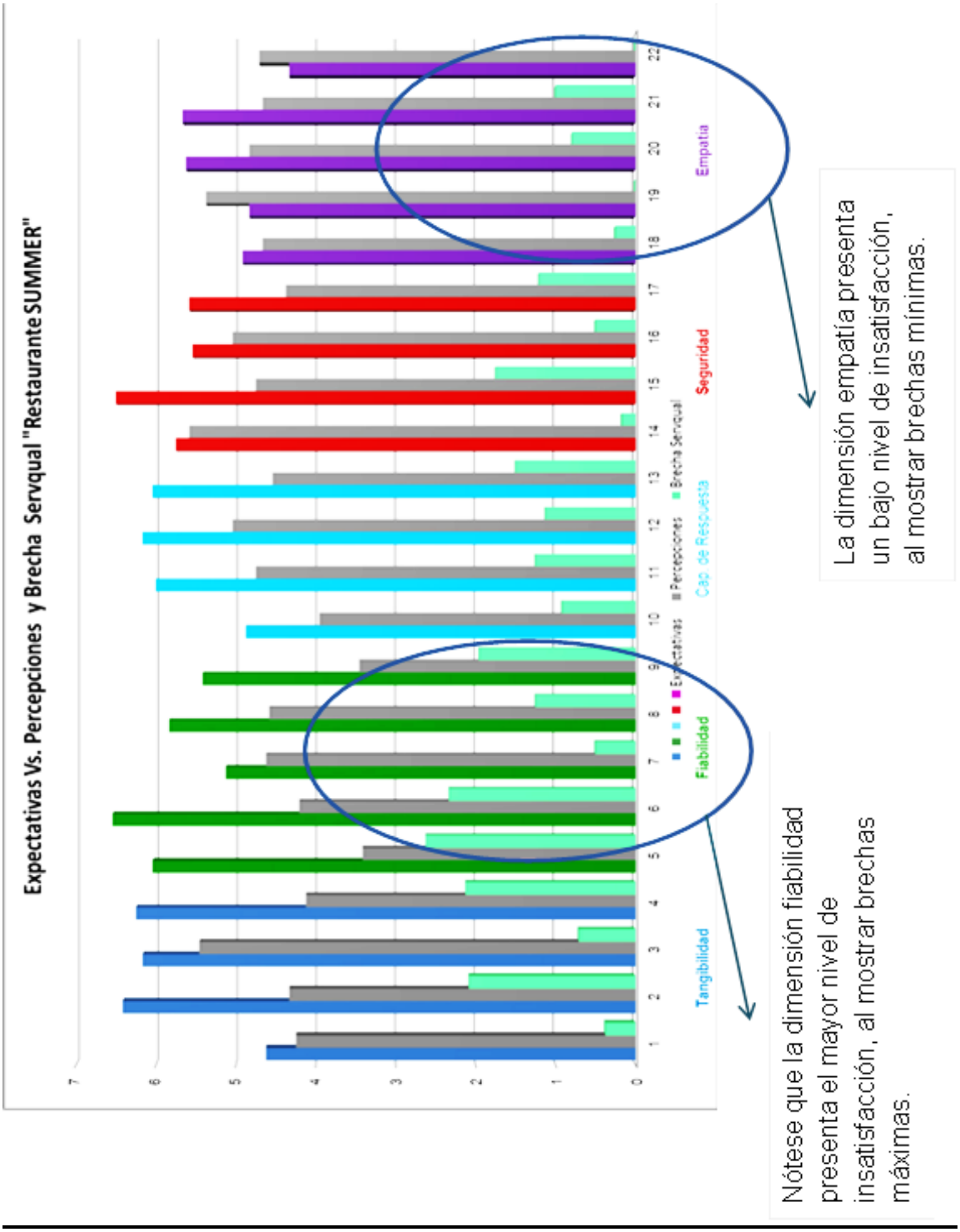


Figura # 2 Brechas SERVQUAL por enunciados y dimensiones

Elaboración: Propia

1.8 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

Para analizar las brechas obtenidas en el estudio realizado, las cuales representan aspectos particulares de los servicios se hará un análisis de cada dimensión y sus respectivos enunciados, de modo que sea más fácil seguir las relaciones entre preguntas e identificar los aspectos que se ven afectados positiva o negativamente, por medio de una serie de graficas de barras (Ver figuras 2, 3, 4, 5,6).

Si el valor de la brecha es (mayor que “cero” y mayor que “dos”), se puede concluir que el nivel de insatisfacción del cliente es alto, por tanto la calidad del servicio es mala.

En el caso de que el valor de la brecha sea (mayor que “cero” y menor que “dos”), se puede concluir que el nivel de insatisfacción es bajo, por tanto la calidad del servicio es buena. En caso contrario que el valor de la brecha sea (menor que “cero”) se puede concluir que existe un alto nivel de satisfacción, por tanto la calidad del servicio es excelente.

1.8.1 RESULTADOS POR DIMENSIONES DE LA CALIDAD SERVQUAL DIMENSIÓN TANGIBILIDAD

ENUNCIADOS PARA LA DIMENSIÓN TANGIBILIDAD
1. El restaurante cuenta con equipo moderno.
2. Las condiciones físicas del restaurante son atractivas visualmente.
3. Los empleados del restaurante tienen una apariencia pulcra.
4. Los materiales asociados con el servicio como los folletos son visualmente atractivos en el restaurante.

Los elementos tangibles se dividen en dos dimensiones, una son los equipos y las instalaciones, y la otra el personal y los materiales de comunicación.

Las expectativas para la dimensión tangibilidad son:

- ✓ Los restaurantes con excelente servicio cuentan con equipos modernos.
- ✓ Las instalaciones materiales de los restaurantes excelentes son atractivas a la vista
- ✓ Los empleados de los restaurantes excelentes tienen un aspecto pulcro.
- ✓ Los materiales relativos a los servicios del restaurante son atractivos a la vista.

Con respecto a la dimensión tangibilidad se obtuvieron los siguientes resultados:

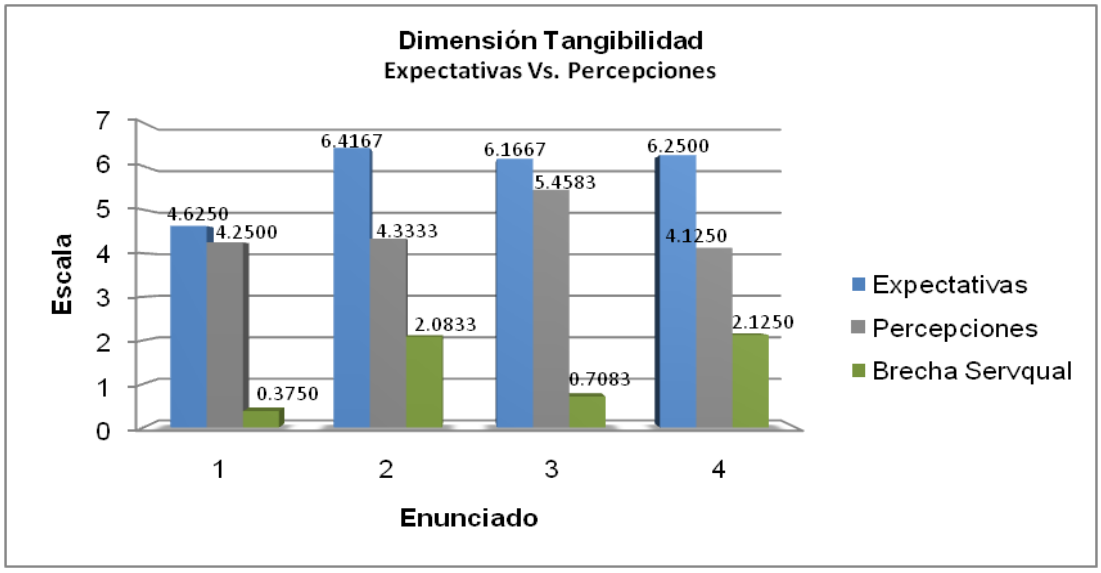


Figura # 3. Promedios de puntuación SERVQUAL y Brecha SERVQUAL de la dimensión tangibilidad por enunciado.
Elaboración: Propia

En la figura # 3 se observa que la brecha del enunciado 1, el cual hace referencia a la modernidad de los equipos que posee el restaurante, obtiene un valor de 0.3750. Lo que indica que la calidad del servicio es buena según la percepción del cliente.

Esto se explica porque el restaurante cuenta con equipo audiovisual y aire acondicionado lo que forma una percepción positiva; de igual forma se observa que la brecha del enunciado 3, el cual hace referencia a la higiene personal de los empleados del restaurante, obtiene un valor de 0.7083. Lo que indica que la calidad del servicio es buena según la percepción del cliente. Esto se explica porque los meseros procuran siempre andar limpios y afeitados.

En el otro extremo, se encuentran ciertas deficiencias. Se observa que la brecha del enunciado 2, el cual hace referencia a las condiciones físicas y de infraestructura del restaurante, obtiene un valor de 2.0833. Lo que indica que la calidad del servicio es mala según la percepción del cliente. Esto se explica porque a pesar de que el restaurante cuenta con un espacio amplio y cómodo, hay algunas áreas en donde el diseño de interiores y arquitectónico no es visualmente atractivo; De igual forma se observa que la brecha del enunciado 4, la cual hace referencia a los materiales de comunicación del restaurante, obtiene un valor de 2.1250. Lo que indica, que la calidad del servicio es mala según la percepción del cliente. Esto se explica porque el menú del restaurante no es visualmente atractivo, sino que son unas sencillas hojas de papel en un folder plástico.

1.8.2 DIMENSIÓN FIABILIDAD

ENUNCIADOS PARA LA DIMENSIÓN FIABILIDAD
5. Cuando el restaurante promete hacer algo en cierto tiempo, lo cumple.
6. Cuando usted tiene un problema el restaurante muestra un sincero interés en resolverlo
7. El restaurante otorga un servicio correcto desde la primera vez.
8. El restaurante provee el servicio en el tiempo en el que lo promete.
9. El restaurante insiste en resultados libres de errores

Ya que en el servicio este se vende primero y después se utilizada, como es el caso del restaurante SUMMER Managua; se debe tener en cuenta que el servicio ofrecido por lo seres humanos es más variable que el que ofrecen las maquinas.

Las expectativas para la confiabilidad son:

- ✓ Cuando los restaurantes excelentes prometen que harán algo a una determinada hora, lo cumplen.
- ✓ Cuando los clientes tienen un problema, los restaurantes excelentes mostraran real interés en resolverlo
- ✓ Los restaurantes excelentes brindan sus servicios a la hora prometida.
- ✓ Los restaurantes excelentes insisten en tener un record sin errores.

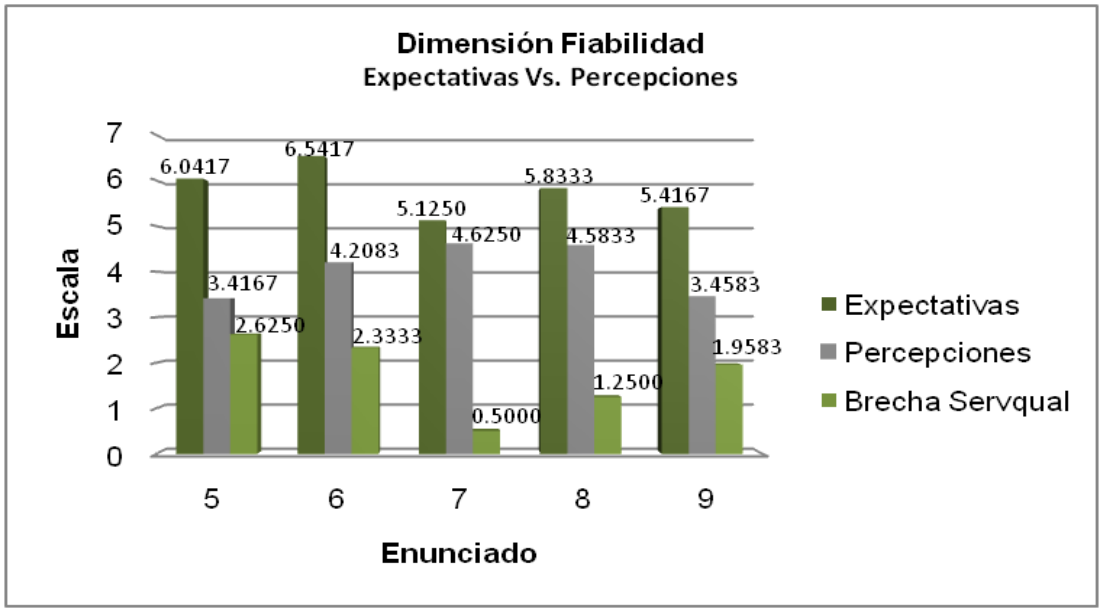


Figura # 4. Promedios de puntuación SERVQUAL y Brecha SERVQUAL de la dimensión fiabilidad por enunciado.

Elaboración: Propia

En la figura # 4 se observa que la brecha del enunciado 7, el cual analiza la correcta realización del servicio desde la primera vez que se visita el restaurante, obtiene un valor de 0.5000. Lo que indica que la calidad del servicio es buena según la percepción del cliente. Esto se explica porque los empleados del restaurante tienen una actitud atenta y personalizada que crean en los clientes un sentimiento de confort y confianza de que en todo momento recibirán un servicio de calidad.

De igual forma se observa que la brecha del enunciado 8, el cual analiza la conclusión del servicio en el plazo prometido por el restaurante, obtiene un valor de 1.25. Lo que indica que la calidad del servicio es buena según la percepción del cliente. Esto se explica porque cumplen, pero no en todas las oportunidades con los tiempos de entrega de los pedidos.

En el otro extremo, se encuentran serias deficiencias. Se observa que la brecha del enunciado 5, el cual analiza el cumplimiento de las promesas por parte del restaurante, obtiene un valor de 2.6250. Lo que indica que la calidad del servicio es mala según la percepción del cliente. Esto se explica porque los tiempos de entrega de los pedidos no concuerda con lo pactado; De igual forma se observa que la brecha del enunciado 6, el cual analiza el interés del restaurante en resolver los problemas del cliente, obtiene un valor de 2.3333. Lo que indica, que la calidad del servicio es mala según la percepción del cliente. Esto se explica porque la gerencia del restaurante no muestra un sincero interés en ayudar a los clientes cuando éstos presentan algún problema.

1.8.3 DIMENSIÓN CAPACIDAD DE RESPUESTA

ENUNCIADOS PARA LA DIMENSIÓN CAPACIDAD DE RESPUESTA
10. Los empleados en el restaurante le dicen cuándo exactamente el servicio será otorgado
11. Los empleados en el restaurante otorgan un servicio rápido.
12. Los empleados en el restaurante siempre están dispuestos a ayudarle.
13. Los empleados en el restaurante nunca están demasiado ocupados

La capacidad de respuesta hace referencia a la voluntad y disposición que tengan los empleados al momento de atender al cliente.

Las expectativas que se tienen en relación con la capacidad de respuesta son:

- ✓ Los empleados de los restaurantes excelentes informan a sus clientes cuales son exactamente los servicios que les brindaran.
- ✓ Los empleados de los restaurantes excelentes brindan un servicio expedito a sus clientes.
- ✓ Los empleados de los restaurantes excelentes siempre están dispuestos a ayudar a sus clientes.
- ✓ Los empleados de los restaurantes excelentes jamás están demasiado ocupados para atender las solicitudes de los clientes.

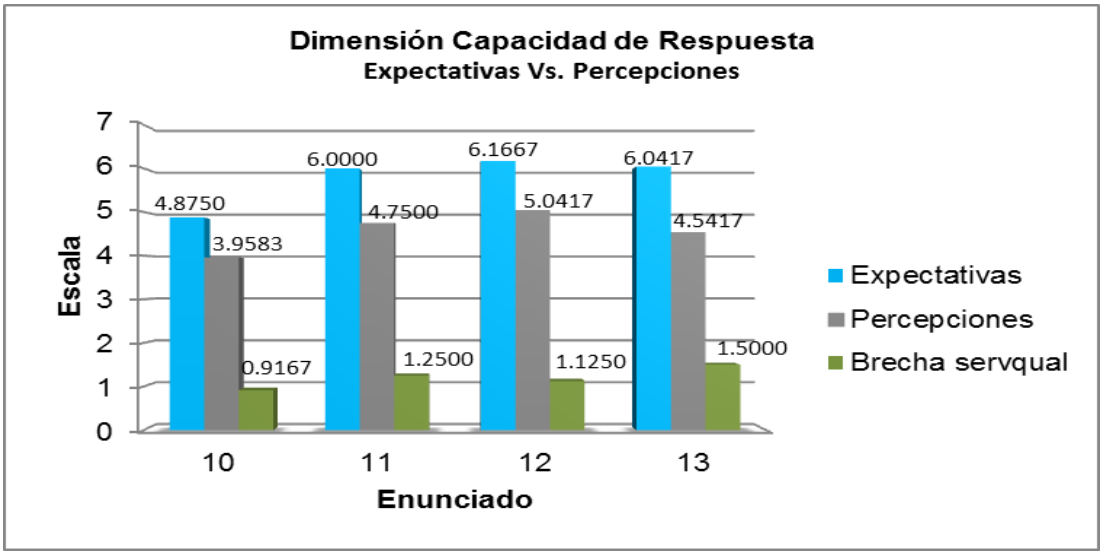


Figura # 5. Promedios de puntuación SERVQUAL y Brecha SERVQUAL de la dimensión capacidad de respuesta por Enunciado. Figura de elaboración: Propia

En la figura # 5 se observa que las brechas de los enunciados 10, 11, 12 y 13. Los cuales hacen referencia a la disposición del restaurante para ayudar a sus clientes y proveerlos de un servicio rápido, obtienen un valor medio de 1.1979. Lo que indica que la calidad del servicio es buena según la percepción del cliente.

Esto se explica porque los empleados poseen la habilidad de resolver con prontitud situaciones extraordinarias que se presentan en el día a día de manera eficiente, sin embargo, no de manera sobresaliente. Es decir el cliente está satisfecho, mas no fue sorprendido.

1.8.4 DIMENSIÓN SEGURIDAD

ENUNCIADOS PARA LA DIMENSIÓN SEGURIDAD
14. El comportamiento de los empleados en el restaurante infunde confianza.
15. Usted siente satisfacción en el servicio que recibe en el restaurante.
16. Los empleados en el restaurante son constantemente amables con usted.
17. Los empleados del restaurante tienen el conocimiento para responder a sus preguntas.

Se hace referencia a la seguridad que existe en las operaciones, y las garantías que se refieren a la interacción entre el cliente, sus pertenencias. De esta manera además de la cortesía entonces reflejara amabilidad, educación y consideración con los bienes del cliente.

Las expectativas que se tienen en relación con la seguridad son:

- ✓ El comportamiento de los empleados de los restaurantes excelentes infundirá confianza a sus clientes.
- ✓ Los clientes de los restaurantes excelentes sentirán satisfacción del servicio recibido.
- ✓ Los empleados de los restaurantes excelentes serán constantemente amables con sus clientes.
- ✓ Los empleados de los restaurantes excelentes podrán responder cualquier pregunta a sus clientes.

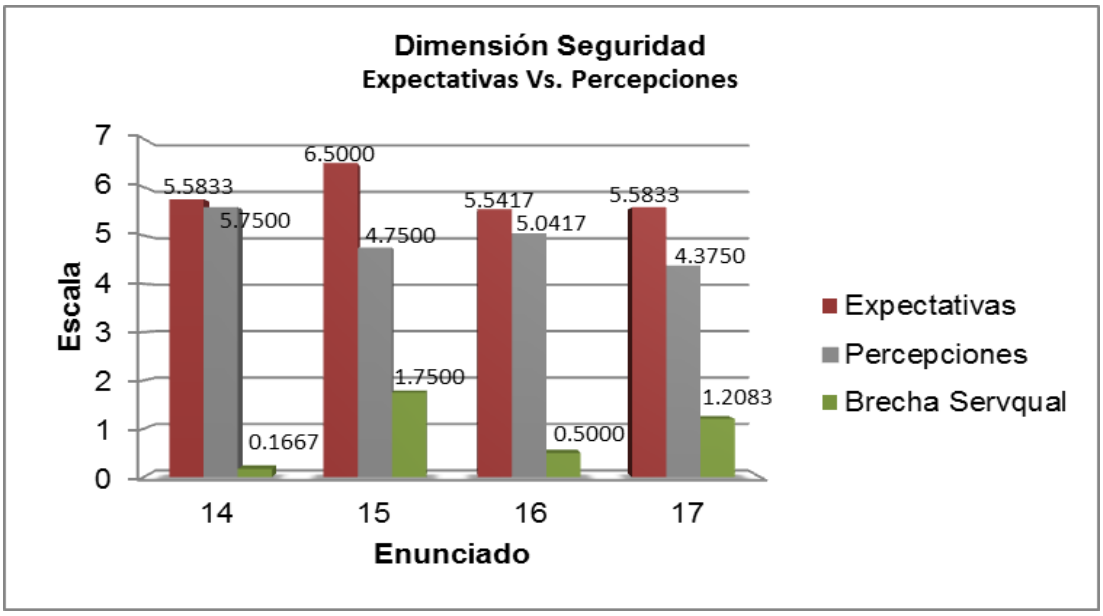


Figura # 6. Promedios de puntuación SERVQUAL y Brecha SERVQUAL de la dimensión seguridad por Enunciado. Figura de elaboración: Propia

En la figura # 6 se observa que las brechas de los enunciados 14, 15, 16 y 17. Los cuales hacen referencia a la inexistencia de peligros, riesgos o dudas en el restaurante, obtienen un valor medio de 0.9063. Lo que indica que la calidad del servicio es buena según la percepción del cliente. Esto se explica porque el restaurante cuenta con un parqueo seguro, guardas de seguridad, señalización ante emergencias y los empleados transmiten confianza y seguridad.

1.8.5 DIMENSIÓN EMPATÍA

ENUNCIADOS PARA LA DIMENSIÓN EMPATÍA
18. El restaurante le da atención individual.
19. El restaurante tiene horarios acorde a sus gustos y necesidades.
20. El restaurante tienen empleados que le brindan atención personalizada.
21. El restaurante le da prioridad a sus intereses.
22. Los empleados del restaurante entienden sus necesidades específicas.

Se refiere a que el empleado tenga la capacidad de experimentar los sentimientos de otra persona como propios. Las empresas que poseen empatía entienden las necesidades de cada uno de sus clientes, y procuran que el servicio sea viable para ellos.

Las expectativas que tiene el cliente en relación con las empatías son:

- ✓ Los restaurantes excelentes brindan atención personal a sus clientes.
- ✓ Los restaurantes excelentes tienen un horario de actividades conveniente para todos sus clientes.
- ✓ Los restaurantes excelentes exigen que sus empleados brinden atención personal a sus clientes.
- ✓ Los restaurantes excelentes, en el fondo, siempre piensan en el interés del cliente.

- ✓ Los empleados de los restaurantes excelentes entienden las necesidades concretas de sus clientes.

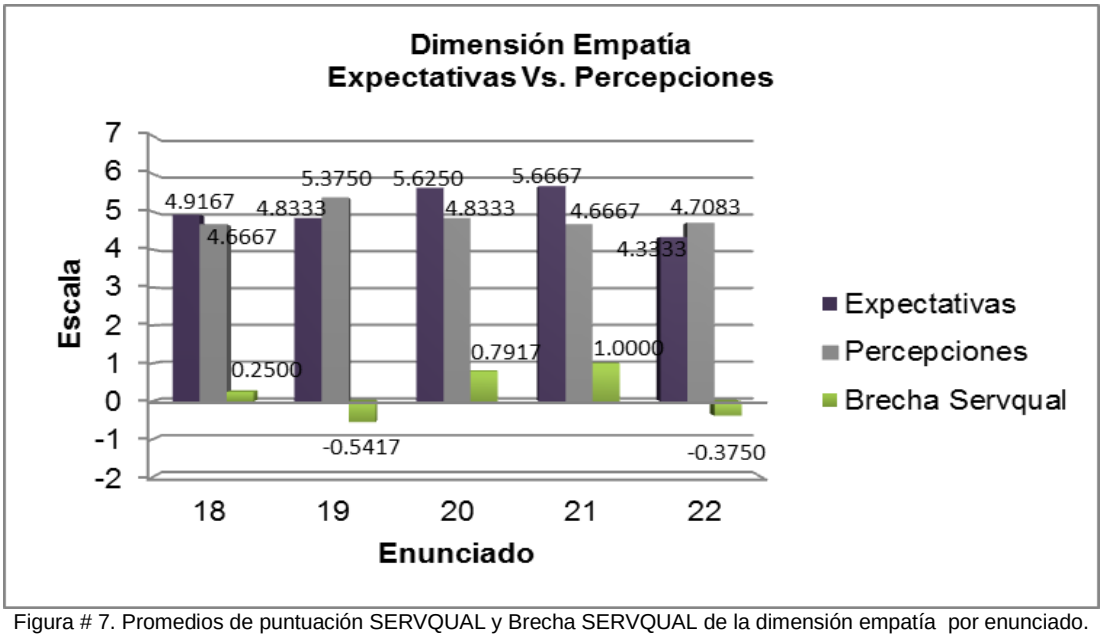


Figura # 7. Promedios de puntuación SERVQUAL y Brecha SERVQUAL de la dimensión empatía por enunciado.
Elaboración: Propia

En la figura # 7 se observa que la brecha del enunciado 18 y 20, los cual hacen referencia a la atención individual y personalizada que brindan los meseros en el restaurante, obtiene un valor de 0.250 y 0.7917 respectivamente. Lo que indica que la calidad del servicio es buna según la percepción del cliente. Esto se explica porque los meseros conocen a los clientes por su nombre y las necesidades de estos; De igual forma se observa que la brecha del enunciado 21, el cual hace referencia a la prioridad que da el restaurante a los intereses de sus clientes, obtiene un valor de 1. Lo que indica que la calidad del servicio es buena según la percepción del cliente. Esto se explica porque los meseros están dispuestos a escuchar las necesidades de los clientes.

Un aspecto que resalta mucho es que se observa que la brecha del enunciado 19, el cual hace referencia a los horarios disponibles para brindar el servicio de restaurante, obtiene un valor de -0.5417. Lo que indica que la calidad del servicio es excelente según la percepción del cliente.

Esto se explica porque el restaurante atiende todos los días de la semana hasta altas horas de la noche, lo que hacer posible poder visitarlo a cualquier hora; de igual forma se observa que la brecha del enunciado 22, la cual hace referencia al entendimiento de las necesidades específicas de los clientes, obtiene un valor de -0.3750. Lo que indica, que la calidad del servicio es excelente según la percepción del cliente.

Esto se explica porque el restaurante tiene un completo proceso de selección y capacitación de personal, contratando a personas que tienen capacidad de relación y sensibilidad necesaria para comprender que de ellos depende la experiencia positiva que viva el cliente.

A continuación se presentan los promedios y brechas agrupados por dimensiones de la calidad, de manera gráfica para observar de una mejor manera los resultados del estudio SERVQUAL y donde se puede valorar fácilmente como fue avaluada cada dimensión.

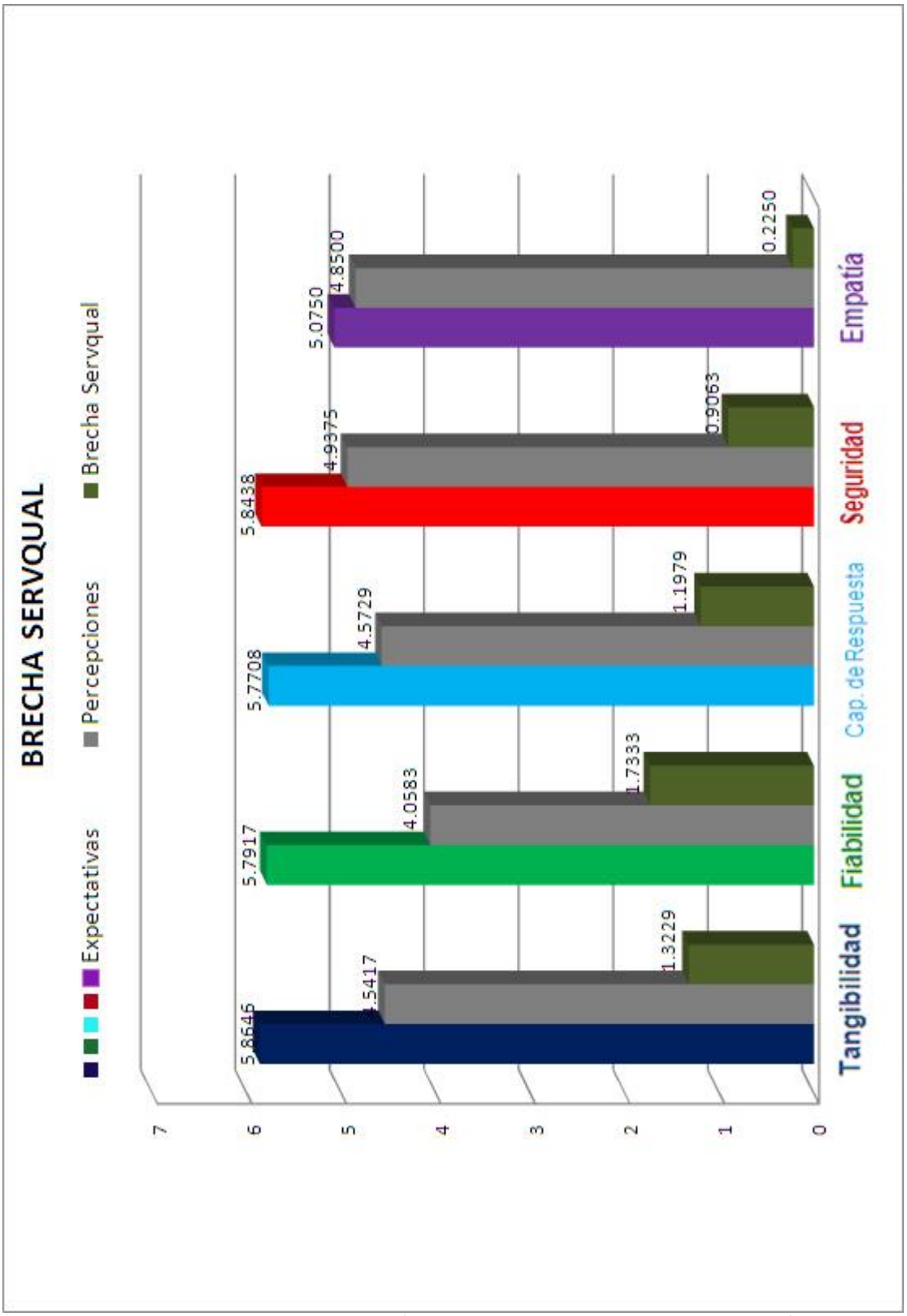


Figura # 8. Promedios de puntuación SERVQUAL y Brecha SERVQUAL por dimensión.

1.9 ANÁLISIS POR DIMENSIONES DE LA CALIDAD "SERVQUAL"

Como se puede observar en la figura 7, la brecha de la dimensión empatía, la cual hace referencia de forma general en el cuidado y atención individualizada por parte de restaurante hacia sus clientes, obtiene un valor 0.2250. Lo que indica que la calidad del servicio es buena según la percepción del cliente. Esto se explica porque los empleados del restaurante conocen a sus clientes por nombre y reflejan autentico conocimiento de sus preferencias y requerimientos.

Al observar la brecha de la dimensión fiabilidad, la cual hace referencia de forma general a la habilidad del restaurante de desarrollar lo que se prometió, obtiene un valor de 1.7333. Lo que indica que el restaurante si bien cumple de forma satisfactoria las promesas del servicio, no lo hace de forma sobresaliente.

1.10 CONCLUSIONES DEL DIAGNÓSTICO

Restaurante SUMMER Managua no cuenta con una dirección establecida y documentada, las operaciones actualmente presentadas en el flujo del proceso de servicio al cliente se realizan sin ningún tipo de "manual o estándares de calidad" dejando en manos del personal la decisión diaria sobre cuál debe ser la calidad final que tendrá el servicio. Esto influye negativamente de forma directa en todo lo relacionado a la organización, en las acciones correctivas, acciones preventivas, control de los procesos, control de actividades y en la calidad del servicio gastronómico en general.

Es necesario mostrar con claridad que las normas y estándares de los procesos son como una "camisa de fuerza" que al actuar como medidas de control de calidad, permiten dotar al personal de herramientas para mejorar el desarrollo de su trabajo.

En el análisis del servicio al cliente se identifica que las actividades que se están realizando en el subproceso ¨Atención del pedido¨ específicamente en la ¨elaboración¨, están generando los mayores riesgos de no conformidad, además de generar tiempos de espera para los siguientes subprocesos. Por tal razón se define como ¨etapa crítica¨

Lo expuesto anteriormente se reafirma con en el resultado del estudio SERVQUAL ya que de todos los 22 enunciados de percepción de calidad, los clientes resaltan la mayor insatisfacción para el enunciado número 5 exponiendo que el restaurante SUMMER Managua no cumple las promesas del servicio en el tiempo pactado y la calidad esperada con respecto al pedido no cumple las expectativas esperadas por los clientes.

De las dimensiones de la calidad la mejor evaluada es “Empatía” con una brecha de 0.2250 puntos, seguida por la dimensión ¨Seguridad¨ con una brecha de 0.9063 puntos, posteriormente se encuentra la dimensión ¨Capacidad de respuesta¨ con una brecha de 1.1979 puntos, en cuarto lugar se encuentra la dimensión ¨Tangibilidad¨ con una brecha de 1.3229 puntos. Y en último lugar con la peor evaluación se encuentra la dimensión ¨Fiabilidad¨ con una brecha de 1.7333 puntos.

Restaurante SUMMER Managua se encuentra en una situación delicada ya que los clientes no están conformes con el servicio recibido, por tanto el restaurante debe de manera urgente desarrollar un plan alternativo para adversar estos resultados.

CAPÍTULO II

PLAN DE ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD

2.1 DESARROLLO DEL PLAN DE ASEGURAMIENTO

INTRODUCCIÓN

Se presenta el plan de aseguramiento de la calidad para el proceso del servicio al cliente en bar y restaurante SUMMER Managua.

Este plan se realizó en base a los principios del sistema APPCC (análisis de peligros y de puntos críticos de control) que permite identificar, evaluar y controlar peligros significativos para la inocuidad de los alimentos.

OBJETO

Este plan tiene como objeto el aseguramiento de la calidad en bar y restaurante SUMMER Managua lo cual incidirá de manera positiva y directa en la calidad y satisfacción de los clientes.

ALCANCE

Se describe la responsabilidad, secuencia e interacción de los procedimientos operativos en el proceso de preparación del pedido.

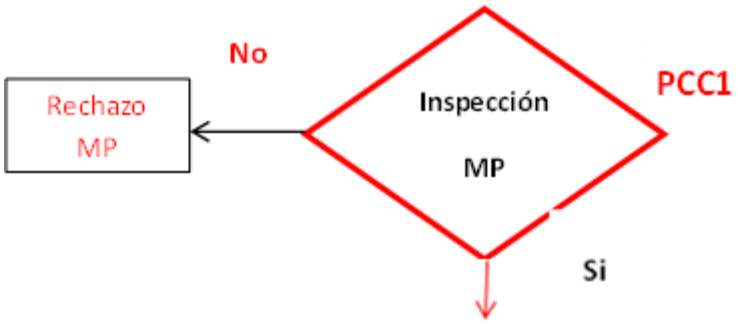
2.2 ANÁLISIS DE PELIGRO – PUNTOS CRÍTICOS DE CONTROL

El análisis de peligros y puntos críticos de control (APPCC o HACCP, por sus siglas en inglés) es un proceso sistemático preventivo para garantizar la inocuidad alimentaria, de forma lógica y objetiva, estableciendo medidas preventivas y correctivas.

A continuación se presentan los puntos críticos de control (PCC) que aseguraran la calidad en bar y restaurante SUMMER Managua para la preparación del pedido.

PUNTO CRÍTICO DE CONTROL NÚMERO 1

(INSPECCIÓN DE MATERIA PRIMA).



La inspección de materia prima representa el punto crítico de control número uno, ya que es una acción fundamental para el bar y restaurante SUMMER Managua, ya que la materia prima es la base del servicio de gastronomía que ofrece a sus clientes productos con mejor calidad y si falla la inspección se maximiza el riesgo de no conformidad de los clientes y grandes pérdidas.

Si se cumplen con las normas de adquisición del producto, éste pasa a ser registrado y luego al proceso siguiente, de lo contrario será rechazado inmediatamente.

2.3 MATRICES DE PUNTOS CRÍTICOS DE CONTROL PROPUESTOS.

Para prevenir y minimizar riesgos a lo largo de preparación del pedido, se establecen a continuación las matrices de puntos críticos de control, que garantizaran el correcto desarrollo de las actividades.

MATRIZ - PCC NÚMERO 1

Análisis De Peligros Para el Control De Puntos Críticos- APPCC (HACCP).

Actividades	Riesgo	Variables	Encargado De La Actividad	Intrumentos De Medicion	Parametros De Control	
					Detalles	No se Cumple
PCC# 1 RECEPCION DE MATERIA PRIMA						
a) Verificar Proveedor	Proveedor de Menor seguridad sanitaria	Proveedor Inscrito	Chef	"Tablas De Control"	Verificar el Proveedor esta inscrito en la tabla de control. **Duracion: 5 Min**	Confirmar con la Dirección
b) Estado De Conservacion Del Vehiculo De Transporte	Descomposicion y Contaminacion De Materia Prima Por Mala Conservacion Del Transporte	valoración Higienico sanitaria	Chef	"Tablas De Control" Inspeccion Visual Capacidad Sensoriales	Valoración visual y sensorial del vehiculo de transporte, haciendo enfascis en olores ajenos al producto, higiene y seguridad en el tranporte. **Duracion: 10 Min**	Confirmar con la Dirección
c)Temperatura y Composicion De Materia Prima	Descomposicion y Contaminacion Por Mala Conservacion	Temperatura	Chef	"Tablas De Control" Termometro Inspeccion Visual Inspeccion Fisica Por Tacto Capacidades Sensoriales	**Temperatura : ≤ 18 °C bajo 0** Materia Prima sin color y Olores ajenos al producto. Buena composición fisica y visual. **Duración: 20 Minutos**	Rechazar Producto
d) Documentar Producto Recibido	Productos con Deficiente Durabilidad y Calidad.	"Etiquetas de Control"	Chef	"Tablas de Control " Inspección visual. Etiquetas de control. Fecha de Ingreso y Durabilidad	Registrar el Producto Ingresado con detalles expuestos en la tabla de control. **Duración: 20 Minutos**	Rechazar Producto

MEDIDAS PREVENTIVAS

1.Comprar sólo a **Proveedores Certificados**, con una óptima reputación de ofrecer alimentos sanos é inocuo que aplican tambien Buenas Prácticas de Manipulación y transporte en Todos sus Productos.

2. **Programar las Entregas** durante las horas de baja actividad para tener tiempo de revisarlas y almacenarlas rápidamente en el lugar apropiado, sin embargo se debe exigir que la recepción de los alimentos de alto riesgo (pescado, pollo, carnes, frutas y verduras) sea entregados durante las primeras horas de la mañana, a fin de evitar que el calor del mediodía genere la descomposición de los alimentos.

3. Los **alimentos que se conserven en congelación** deben ser envasados adecuadamente dado que el hecho de que las bacterias no se multipliquen a temperaturas de congelación, no implica que se evite la contaminación cruzada.

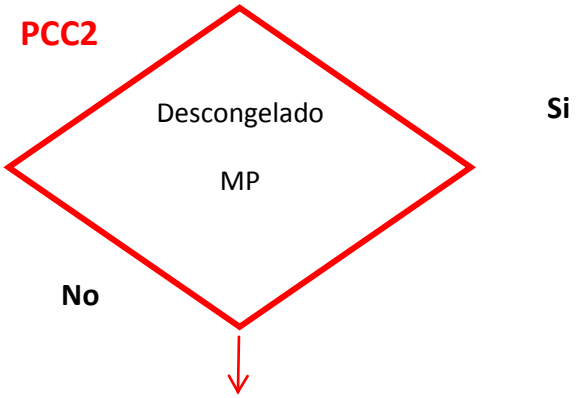
4. Realizar **Auditorías de Control** en el cumplimiento de las actividades.

5. Debe existir un **Control de Stock** adecuado.

Figura # 9 MATRIZ PCC NÚMERO 1 Elaboración: Propia

PUNTO CRÍTICO DE CONTROL NÚMERO 2

(DESCONGELADO DE MATERIA PRIMA).



La actividad de descongelado es muy importante por la naturaleza del servicio, esta representa el segundo punto crítico de control, ya que esta actividad debe ser óptima para continuar con los procesos siguientes y de no ser así se corre el riesgo de incidir negativamente en la calidad del producto.

El proceso consiste en la elevación de temperatura de los productos congelados, este proceso es de mucha duración e incluso, mucho más tiempo que la congelación, puesto que la conductividad térmica de los tejidos congelados es mucho menor que la de los productos no congelados.

Conforme?

No ⟶ Retener en actividad de Descongelado.

Sí ⟶ Continua con la siguiente actividad.

MATRIZ - PCC NÚMERO 2

Análisis De Peligros Para el Control De Puntos Críticos- APPCC (HACCP).						
Actividades	**Riesgo**	**Variables**	**Encargado De La Actividad**	**Intrumentos De Medicion**	**Parametros De Control**	
PCC# 2 DESCONGELADO DE MATERIA PRIMA					**Detalles**	**No Se Cumple**
a) Verificar Descongelado Optimo	Materia Prima no apta con sus caracteristicas y propiedades para preparación	**"Temperatura"**	**Chef**	"TABLAS DE CONTROL " Termometro Inspección visual. Inspección Fisica por tacto Caracteristicas Sensoriales	**Elevar Temperatura : 0 ≤ 5 °C** Materia Prima sin color y Olores ajenos al producto. Buena composición fisica y visual.	Mantener en la Actividad Actual
b) Estado de conservación de la Materia Prima	Descomposición y contaminación. Por mala conservación	**"valoración Higienico - sanitaria "**	**Chef**	"TABLAS DE CONTROL " Inspección visual. Inspección Fisica por tacto Caracteristicas Sensoriales	Valoración visual y sensorial de la Materia Prima, haciendo enfascis en colores y olores ajenos al producto e higiene. **Duración Total de la Actividad: 8 horas**	Rechazar Materia Prima

MEDIDAS PREVENTIVAS

1. Realizar el **Descongelado por Refrijeración (12 horas Antes de Preparar)**, ya que actualmente el descongelado se realiza por sumersión, cambios en agua tibia ó en ocasiones a temperatura ambiente, y esto Desmerece la consistencia y calidad de la materia prima, según los expertos se corre el riesgo de que las partes exteriores se descongelen, desmiembren y pierdan contexturas mientras el centro continúa congelado.

2.Realizar Descongelamiento por Reducción de Temperatura en Refrijeración hasta mantener en 0 a 5 °C.

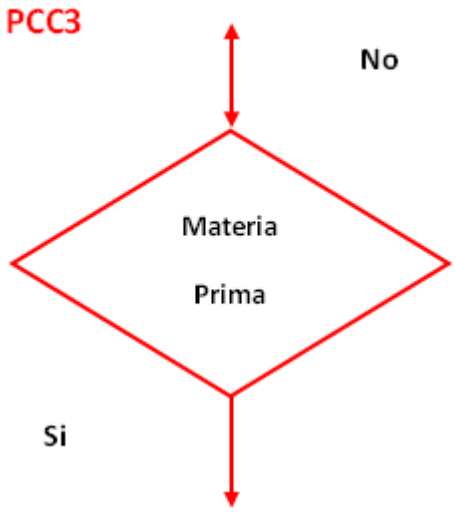
3. Se prestará especial atención al control de la **Condensación y el Exudado** del pescado y los mariscos, debiéndose disponer un **Drenaje adecuado.**

4. Después de la descongelación el pescado o los mariscos se elaborarán inmediatamente, o bien se refrigerarán y se mantendrán a la temperatura adecuada (temperatura de fusión del hielo).

Figura # 10 MATRIZ PCC NÚMERO 2 Elaboración: Propia

PUNTO CRÍTICO DE CONTROL NÚMERO 3

(MATERIA PRIMA CONFORME).



La materia prima conforme es requerida por el especialista de la cocina y representa el punto crítico de control número tres, la cual debe pasar por una aprobación que determina si la preparación de los alimentos ha sido exitosa, con respecto a los parámetros establecidos para este proceso y los diferentes platos que se realizaran, la acción de control prevé dos circunstancias que determinaran el proceso a seguir a continuación.

Conforme?

No ⟶ Retener en proceso (preparar materia prima).

Sí ⟶ Pasa al siguiente proceso (integración de ingredientes).

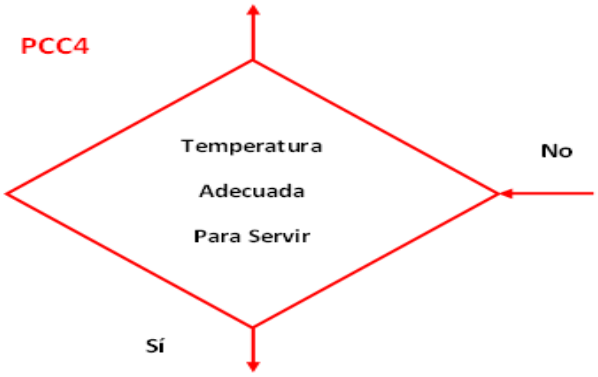
MATRIZ - PCC NÚMERO 3

Análisis De Peligros Para el Control De Puntos Críticos- APCC (HACCP).						
Actividades	**Riesgo**	**Variables**	**Encargado**	**Intrumentos De Medicion**	**Parametros De Control**	
PCC# 3 MATERIA PRIMA CONFORME					**Detalles**	**No se Cumple**
a) Preparación Optima	Materia Prima no adecuada con sus Caracteristicas y Propiedades de Preparación	"Preparación Optima"	Auxiliar1	"Recetas y Procedimientos de preparación" Inspección visual. habilidades Sensoriales	Realizar la preparación al pie de la letra con las recetas y procedimientos indicados, incluyendo la preparación de ingredientes, salsas exclusivos del restaurante. Duración: 10 Minutos	Mantener en la Actividad Actual
MEDIDAS PREVENTIVAS 1. Seguir de manera especifica y detallada las instrucciones de trabajo para la actividad, expuestas en: **Las Recetas** **Las Instrucciones de Especialidades de la casa.** **Procedimientos de preparación del restaurante Summer.**						

Figura # 11 MATRIZ PCC NÚMERO 3 Elaboración: Propia

PUNTO CRÍTICO DE CONTROL NÚMERO 4

(TEMPERATURA ADECUADA PARA SERVIR).



Conforme?

No ⟶ Retener en el proceso (realizar cocción).

Sí ⟶ Pasa al proceso (terminar la orden).

La temperatura adecuada para servir representa el punto crítico de control número cuatro, del proceso de elaboración de al orden, esta regulación es muy importante para el bar y restaurante SUMMER Managua, ya que el producto debe de ser preciso para la elaboración que se esté realizando y no debe por ningún motivo anticiparse o posponerse su punto específico final, donde la elaboración ya es un deleite, de lo contrario se corre el riesgo de no conformidad de los clientes.

Aquí se busca la aprobación térmica realizada por el experto (chef) de los alimentos en cocción, habiendo alcanzado sus características con respecto a los parámetros establecidos para este proceso.

MATRIZ - PCC NÚMERO 4

Análisis De Peligros Para el Control De Puntos Críticos- APPCC (HACCP).						
Actividades	**Riesgo**	**Variables**	**Encargado**	**Intrumentos De Medicion**	**Parametros De Control**	
PCC# 4 Temperatura Adecuada para Servir					**Detalles**	**No se Cumple**
a) Temperatura de Cocción	Contaminación Cruzada y bajo nivel de cocción.	"Temperatura"	Chef	"TABLAS DE CONTROL " Termometro Para Liquidos Inspección visual	Temperatura : ≥ 80 °Celcius sobre 0	Mantener en la Actividad Actual
b) Composición, Propiedades y caracteristicas	Producto no apto para consumo de clientes.	"Producto en Cocción Terminado"	Chef	"Recetas y Procedimientos de preparación" Inspección visual. Caracteristicas Sensoriales	Resulta de la Cocción un producto rico, apetecible y digerible, con respecto a los parámetros establecidos para este proceso. **Duración Total de La Actividad : 47 Minutos**	Mantener en la Actividad Actual

MEDIDAS PREVENTIVAS

1. Durante el proceso de cocción es muy importante **Controlar el Tiempo y la Temperatura.**

2. **Tenga en cuenta que la Forma y tamaño** de los alimentos influye en el tiempo necesario para que todo el alimento alcance la temperatura de Cocción Recomendada.

Figura # 12 MATRIZ PCC NÚMERO 4 Elaboración: Propia

2.4 FLUJOGRAMA PROPUESTO PARA LA PREPARACIÓN DEL PEDIDO

A continuación se presenta el flujograma propuesto para el proceso de preparación del pedido, con sus puntos críticos de control. El cual es un componente determinante para asegurar la calidad del servicio.

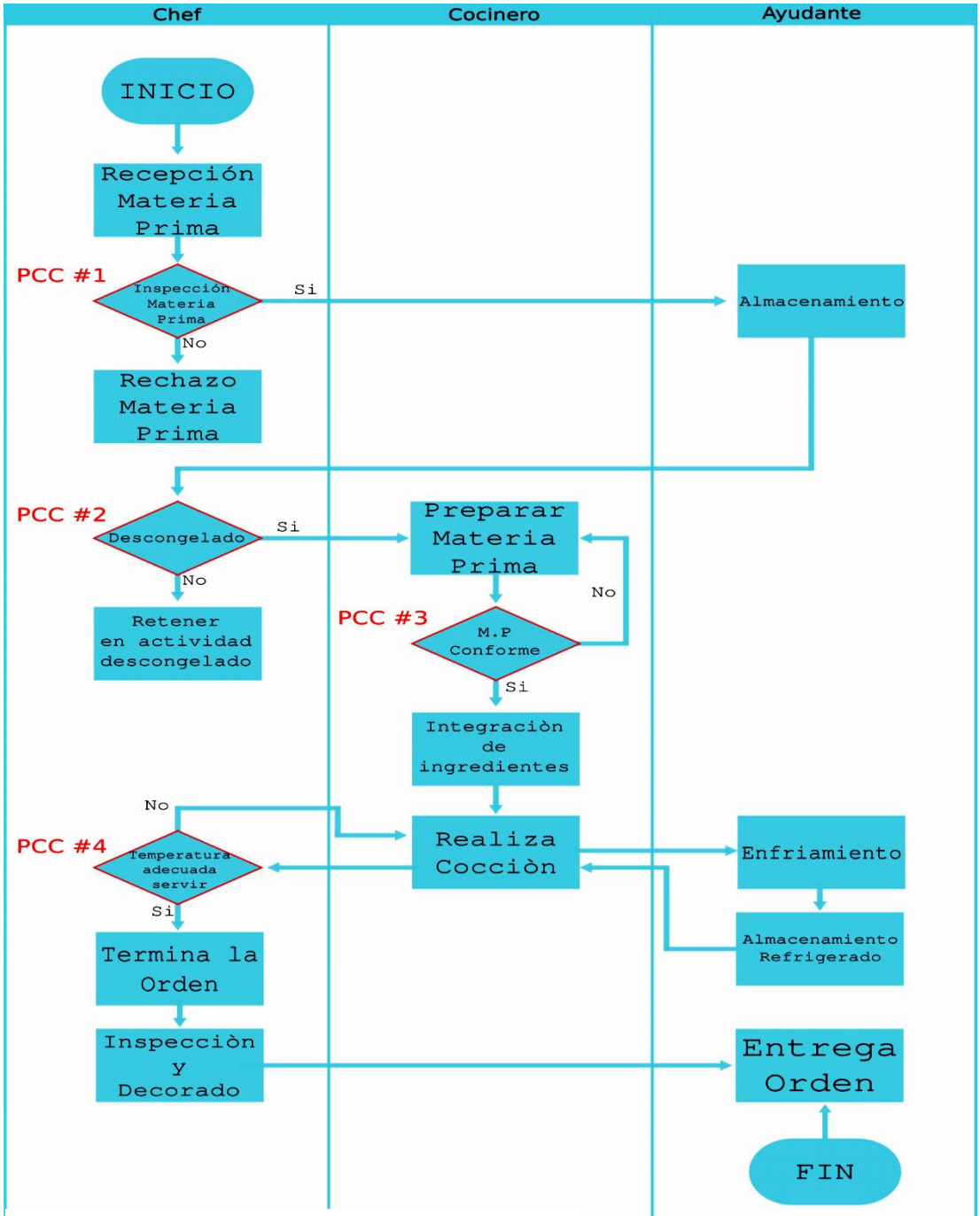


Figura # 13 Flugograma propuesto preparación del pedido

CONCLUSIONES

Una vez desarrollada las actividades de obtención, recolección y procesamiento de los datos, el análisis de los procesos y estudio “SERVQUAL” se generó el plan de aseguramiento de la calidad en el servicio al cliente, el cual permite presentar las siguientes conclusiones:

De acuerdo a la información obtenida del análisis y diagnóstico de la calidad, el servicio que se brinda en bar y restaurante SUMMER Managua presenta como brecha SERVQUAL global 1.0770 puntos. Lo cual permite concluir que el nivel de insatisfacción es bajo, por tanto la calidad del servicio es buena, más no alcanza el nivel de las expectativas del cliente de manera general.

Las no conformidades en bar y restaurante SUMMER Managua se traducen por sus clientes en pérdida de la calidad del servicio de manera global, lo que ocasiona pérdida de confianza, pérdida de clientes, pérdidas económicas y costos de oportunidad.

En la identificación de los elementos más relevantes en la percepción de la calidad y no conformidad de los clientes del restaurante SUMMER Managua, se encontró el incumplimiento de las promesas propias del servicio expresadas por los clientes, como lo fue la demora en la entrega del pedido, la disparidad entre la cantidad, sabor y aspecto de los platos que el restaurante prometió, lo cual resaltaron como el elemento que más insatisfacción provocó. Otros elementos que influyeron de forma negativa en la precepción de la calidad, fue la falta de higiene del personal, la distracción de los meseros, el diseño de infraestructura y las áreas visualmente poco atractiva.

Restaurante SUMMER Managua debe prestar especial atención en garantizar el cumplimiento de la entrega de los pedidos en el tiempo prometido, junto con las especificaciones solicitadas para incidir y aumentar las percepciones positivas de los clientes y brindar así el servicio esperado por sus clientes.

Otro elemento que influyo en la valoración global de sus clientes es la empatía, esta dimensión resalto de forma positiva en la percepción de la calidad del servicio, ya que fue bien evaluada la atención personalizada que recibieron los clientes por parte de los meseros, la disponibilidad de horario con la que cuenta el restaurante, la disposición de los meseros para escuchar sus necesidades, la confianza y seguridad que sintieron durante su estadía.

Los resultados obtenidos de la identificación de los elementos relevantes en la percepción de la calidad permiten concluir que el restaurante presenta mayores debilidades en el proceso de preparación del pedido. Cabe destacar que la forma que el restaurante está relacionado con sus clientes representa una fortaleza que debe mantener y orientar a la mejora.

El plan de aseguramiento de la calidad del servicio al cliente para bar y restaurante SUMMER Managua, fue hecho en base a la información recolectada por el análisis del proceso de servicio al cliente y el estudio SERVQUAL.

Por lo que de acuerdo a esos resultados se dispuso utilizar los principios del sistema APPCC (análisis de peligros y puntos críticos de control), donde se formularon 4 puntos críticos de control dentro del Proceso de preparación del pedido que favorecerán la calidad final del servicio junto con una matriz técnico-logística personalizada para el restaurante SUMMER Managua, lo cual permitirá garantizar la correcta implementación del plan de aseguramiento e incidir de manera positiva en el control de la calidad, mejorar la fluidez de las actividades, contar con medidas preventivas y correctivas, que a su vez de manera integral tendrá como consecuencia la mejora del servicio gastronómico y la satisfacción generalizada de sus clientes.

RECOMENDACIONES

Las recomendaciones para bar y restaurante SUMMER Managua, están dirigidas para que el cliente reciba nuevas experiencias positivas con respecto a la calidad en el servicio y son presentadas a continuación:

Poner en práctica el manual de procedimientos para garzón (Meser@s), lo cual es una herramienta de valor agregado en el servicio al cliente para las casas que ofrecen los servicios gastronómicos, donde el garzón se capacita en ofrecer un servicio cortes a los comensales (clientes) y este reciba una atención de mayor calidad.

Se sugiere aplicar la herramienta de estudio SERVQUAL cada 6 meses, realizada por un auditor externo para que sean evaluados los cambios realizados durante cada periodo y contar con un registro evidenciado de la valoración de los clientes del restaurante SUMMER Managua.

Utilizar las normativas de calidad para las actividades de servicios gastronómicos publicadas por el ministerio de salud de Nicaragua, la cual cuenta con especificaciones y regulaciones necesarias para ofrecer mejores condiciones a los visitantes, ya que este servicio se considera como servicio turístico nacional.

Capacitar al personal en todo lo relacionado a servicio de restaurante, con ayuda de herramienta audio-visual (cd) entregada y elaborada de manera específica para bar y restaurante SUMMER Managua, la cual contiene capacitaciones de expertos en el área de montaje de mesa convencional y de gala en sus distintos niveles, montaje de cristalería, servicio de mesa, valores agregados, maridaje, servicio de vinos, servicio de sopas, etiqueta de mesa, entre otras.

"De manera principal se recomienda implementar el plan de aseguramiento de la calidad del servicio propuesto en este proyecto, ya que es a través de su aplicación que se obtendrán resultados positivos para mejorar la calidad de sus servicios y trascender así en la valoración y percepción positiva de sus clientes."

BIBLIOGRAFÍA

- Gutiérrez Pulido (2004) “Control Estadístico de la Calidad y 6Sigma”

  Edición No.1 Editorial McGrawhill

- J.M. Juran, Gryna Frank, R.S. Bingham(1990) “Manual de Control de la Calidad”

  Edición No.2

- Serra Belenger Juan A. – Bugueño Graciela (2004) “Gestión de Calidad en Las Pymes Agroalimentarias”- Edición Digital.

- J.F.Miranda González (2007) “Introducción a la Gestión de la calidad”

  Edición Digital.

WEB-GRAFIA

Servqual
http://www.12manage.com/methods_zeithaml_servqual_es.html

Calidad

http://www.monografias.com/trabajos78/consideraciones-calidad-gestion-procesos/consideraciones-calidad-gestion-procesos2.s

ANEXOS

Anexo 1: Tablas de especificaciones “Recepción de alimentos frescos en general”

Anexo 2: Manual de Procedimientos “Garzón”

Anexo 3: Herramienta “Checklist” cierre de cocina.

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla # 1 Distribución física Bar y Restaurante Summer Managua…… Pág. # 8

Tabla # 2 Dimensiones de la calidad y los enunciados comprendidos……... Pág. # 16

Tabla # 3 Formato y evaluaciones servqual para percepciones…….. Pág. # 21

Tabla # 4 Formato y evaluaciones servqual para expectativas…… Pág. # 22

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura # 1	Flujograma proceso del servicio al cliente…….	Pág. # 11-12
Figura # 2	Brecha servqual por enunciados y dimensiones……..	Pág. # 24
Figura # 3	Promedio brecha servqual – Dimensión tangibilidad……..	Pág. # 26
Figura # 4	Promedio brecha servqual – Dimensión fiablidad……	Pág. # 28
Figura # 5	Promedio brecha servqual – Dimensión capacidad de respuesta…….	Pág. # 31
Figura # 6	Promedio brecha servqual – Dimensión seguridad……	Pág. # 32
Figura # 7	Promedio brecha servqual – Dimensión empatía……...	Pág. # 34
Figura # 8	Promedio y brecha servqual por dimensión…….	Pág. # 36
Figura # 9	Matriz PCC1 – Recepción de materia prima…….	Pág. # 41
Figura # 10	Matriz PCC2 – Descongelado de materia prima……..	Pág. # 43
Figura # 11	Matriz PCC3 – Materia prima conforme…….	Pág. # 45
Figura # 12	Matriz PCC4 – Temperatura adecuada para servir…….	Pág. # 47
Figura # 13	Flujograma propuesto – Preparación del pedido…….	Pág. # 48

ANEXO # 1

TABLAS DE ESPECIFICACIONES

“RECEPCIÓN DE ALIMENTOS FRESCOS EN GENERAL”

ESPECIFICACIONES PARA ALIMENTOS FRESCO			
Verificar que los vehículos sean los que correspondan para el transporte de cada uno de los alimentos, observando su estado de higiene, de seguridad y si se respetan la calidad de los productos y los valores de temperatura requeridos			
DERIVADOS DE ORIGEN ANIMAL			
PRODUCTO	**TEMPERATURA**	**REGISTRO**	**DESCRIPCIÓN**
Pescado Fresco	0ºC a -1ºC	Cubierto de hielo	Ausencia de moco, carne firme elástica, olor, agradable, agallas rojas.
Pescado congelado	-18ºC o menos ideal -25ºC o menos	fecha de vencimiento y/o fecha de elaboración puede requerir	Ausencia de desecación por congelamiento, envase íntegro, sin signos de recongelamiento.
Carne de vaca o cerdo	-1ºC a 5ºC ideal -1ºC a 4ºC	fecha de vencimiento y/o fecha de elaboración puede requerir	Limpia, exenta de piel y fresca, olor, color y consistencia característicos, envuelto en bolsas transparentes.
Carne envasada alvacío	3ºC a -1ºC o según indicación del envase	fecha de vencimiento y/o fecha de elaboración puede requerir	Envases íntegros y limpios
Pollos	2ºC a -2ºC	fecha de vencimiento y/o fecha de elaboración puede requerir	Color blanco, ligeramente amarillento. Consistencia firme,músculos Netamente diferenciados. Olor Característico. Canastos plásticos Limpios. Sacar el hielo para pesarlo. Vísceras envasadas por separado.
Fiambres	Según indicación del envase	fecha de vencimiento y/o fecha de elaboración puede requerir	Envases íntegros y limpios. Sin Signos de re congelamiento.
Lácteos (leches fluídas, en polvo, Yogur, postres,	5ºC a 0ºC o según indicación del envase	fecha de vencimiento y/o fecha de elaboración puede requerir	Envases íntegros y limpios, verificar que el transporte este refrigerado, realizar análisis microbiológico cuando corresponda.
Dulce de leche, manteca, crema, ricota, quesos).Helados	-14ºC o menos	fecha de vencimiento y/o fecha de elaboración puede requerir	Envases íntegros y limpios. Sin signos de re congelamiento.
Huevos frescos	15ºC a 8ºC	-	Huevos enteros, limpios, sanos, en perfecto estado de conservación, seco y sin rajaduras, envases limpios.

Verduras congeladas	-18°C o menos	fecha de vencimiento y/o fecha de elaboración puede requerir	Ausencia de desecación por congelamiento, envase íntegro y limpio, sin signos de re congelamiento, análisis microbiológicos, pastas rellenas, prueba de cocción y degustación de las mismas.
Farináceos (cereales, arroz, Fideos secos, Según indicación del Envase, pastas Fresca, Tapas, Panes)	-	fecha de vencimiento y/o fecha de elaboración puede requerir	Envase íntegro y limpio
Frutas, verduras,hortalizas frescas y legumbres	Según producto	Nº Galpón de empaque cuando corresponda.	Cajones plásticos limpios. Tubérculos y raíces: (papa, batata, remolacha, zanahoria): sanas, limpias, razonablemente libres de tierra adherida, turgentes, de buen color, bien Formadas y sin brotes. Hortalizas de hojas: sanas, frescas, sin semillas, sin hojas amarillas, tiernas. Libres de lesiones, insectos o cualquier sustancia extraña. Bulbos, tallos y frutos (ajo, cebolla, apio, puerro, ajíes, tomates, berenjenas, zapallo, calabaza, zapallitos): enteros, sanos, limpios, en perfecto estado, con piel, firme, secos y Turgentes. Legumbres (chauchas): verdes, firme, sin brotes y en perfecto Estado de conservación. Frutas: sanas, limpias, en condiciones de madurez apropiada, bien desarrolladas y formadas, secas, de tamaño uniforme, sin manchas, golpes Ni machucones, y bien coloreadas de acuerdo a la variedad.

OTROS			
Alimentos perecederos elaborados industrial o artesanalmente (pastas rellenas, salchichas, verduras lavadas).	-18°C o menos	fecha de vencimiento y/o fecha de elaboración puede requerir	Envases íntegros y limpios.Análisis elaboración. Puede requerir microbiológicos.
Levaduras	Según producto	fecha de vencimiento y/o fecha de elaboración Puede requerir	Inspección de caracteresorganolépticos. Inspección visual del envase y rotulo. Conservar en lugar fresco y seco,Al abrigo de la luz solar.
Productos importados	Según producto	nombre y direccion del importador	Según producto. Envases Íntegros y limpios.

Responsable:

Fecha	Proveedor	Producto	Cantidad	# Lote	Vencimiento	Observaciones

ANEXO # 2

MANUAL DE PROCEDIMIENTOS “GARZÓN”

Como dar un Servicio Cortés

Trate a sus clientes como VIP (Very Important Person). Mímelos. Hágalos sentir especiales... ¡y se verá reflejado en sus propinas!.

Aquí hay algunas sugerencias que harán que los clientes le adoren. ¿Tiene usted otras más?

1. Salude a los clientes y preséntese.
2. establezca contacto visual y sonría en forma natural.
3. Ayúdeles a sentarse corriéndoles las sillas y acomodándolos.
4. Desdoble las servilletas y póngalas en las faldas de los clientes. (Opcional)
5. Abra el menú y entregue uno a cada cliente, las mujeres primero.
6. Diríjase al cliente por su nombre si lo conoce, ejemplo: Don Pedro. (las tarjetas de crédito traen el nombre del cliente)
7. Sirva el vino. Sirva las salsas. No deje que los clientes se sirvan solos - para eso usted está ahí.
8. Prenda los cigarrillos a sus clientes.
9. Muestre paciencia con aquellos clientes que cambian de parecer o se toman mucho tiempo para hacer su orden.
10. Al traer los platos, dígales que disfruten su comida.
11. Durante la comida, asegúrese que todo esté o.k., y averigüe si sus clientes necesitan algo más.
12. Si un cliente se queja por algo, muestre interés y preocupación al respecto, e informe a su administrador.
13. Cuando los clientes estén por irse, agradézcales afectuosamente y ayúdeles con sus abrigos.
14. Si le piden algo no diga "no hay problema", es mejor decir "Con mucho gusto" o "encantado".

ANEXO # 3

“CHEKLIST” CIERRE DE COCINA

BAR Y RESTAURANTE SUMMER MANAGUA
CHECK LIST CIERRE DE COCINA

	Lunes	Martes	Miercoles	Jueves	Viernes	Sabado	Domingo
Todos los alimentos quedan bien tapados (Refrigeradores, Congelador, almacen repisas)							
El area de produccion queda limpia y sedinfectada							
Los pisos de toda la cocina quedan limpios, incluyendo detrás de estufas y refrigeradores							
Las paredes quedan limpias y libres de manchas o grasas							
Las tarjas quedan limpia y sin residuos de alimentos							
Los platos quedan acomodados en su lugar o bien escurriendose en el estante							
Las tapaderas quedan dentro de la caja correpondiente							
Los cubiertos quedan limpios y dento de un recipiente todos juntos							
Los estantes, mesas de trabajo y repisas quedan limpios y desinfectados							
La freidora queda limpia, por dentro y por fuera, en caso de que se quede el aceite dentro queda tapada con una charola							
Los refrigeradores y almacen quedan limpios							
Los esxtractores quedan apagados							
La basura se saca terminando la jornada, laboral la basura que salga despues de esta hora se saca de los botes y se cierra las bolsas							
Los botes de basuras quedan limpios despues de utlizarlos							
Los trapos se dejan remojando en una cubeta con un poco de cloro							
Las estufas, parrillas y planchas quedan limpias, sin residuos de comida ni grasa							

COMENTARIOS: