



Buenas Prácticas para Establecimientos Gastronómicos

Índice

Prólogo	3
Alcance	4
Introducción	4
BP1. Gestión operativa del establecimiento	4
BP2. Recursos materiales, equipamiento, instalaciones y proveedores	6
BP3. Mantenimiento y limpieza	8
BP4. Personal del establecimiento	9
BP5. Satisfacción del cliente	11
BP6. Gestión ambiental	11
BP7. Seguridad	12



Prólogo

Uno de los compromisos del Gobierno Nacional es lograr una mejora de calidad de vida para todos los ciudadanos, promoviendo el desarrollo sostenible para generar beneficios sociales, ambientales, culturales y económicas. El desarrollo sostenible de la actividad turística es un desafío para el país. Por ello la Secretaría Nacional de Turismo ha impulsado el diseño del manual de Buenas Prácticas para establecimientos Gastronómicos.

Los establecimientos gastronómicos, forman parte importante de la oferta turística, por tal motivo tienen la oportunidad de contribuir con el mejoramiento de la calidad de servicios prestados en el sector, mediante la implementación de aspectos claves de gestión de calidad.

Para los restaurantes, más allá del beneficio económico directo que resulte de la aplicación de estas buenas prácticas, los beneficios más destacados serán generar un esquema amigable de gestión en calidad hacia los clientes y proveedores, así como promover una mejor imagen ante los usuarios en general.

El presente manual tiene como propósito ser la herramienta de aplicación en medidas prácticas para mejorar la calidad de servicios de los establecimientos gastronómicos. Los contenidos adoptan un enfoque integrador y divulgativo, apoyándose al mismo tiempo en otros manuales y documentos elaborados por la Secretaría Nacional de Turismo – SENATUR.

Alcance

Este manual es de aplicación para todos los tipos de establecimientos gastronómicos en cumplimiento de los requisitos legales y reglamentarios.

El presente Manual de Buenas Prácticas para establecimientos gastronómicos surge como una respuesta al crecimiento turístico nacional, donde las necesidades de mejorar la calidad de los servicios requieren ser atendidas efectivamente. El presente manual proporciona una guía para alcanzar una Gestión Inicial de la Calidad mediante la implementación de las pautas de Buenas Prácticas de la gestión operativa que abarca los procesos principales y de soporte de la organización, las buenas prácticas de manipulación e higiene de alimentos, la inclusión activa del personal que lo integra y los aspectos de la calidad, ambientales y de seguridad.

Introducción

BP1

Gestión operativa del establecimiento



1.1 Requisitos legales

La organización debe conocer los requisitos legales y reglamentarios de aplicación y contar con la habilitación de comercio y patente comercial vigente.

1.2 Estructura funcional de la organización

La dirección debe definir, en forma documentada, la estructura de la organización donde queden claramente descritas las funciones y responsabilidades.

1.3 Información de la organización en las oficinas de informes local y/o nacional

Se debe facilitar a las oficinas de turismo del destino información sobre la organización. Esta información puede ser presentada por la organización en particular o a través de las asociaciones que la representen.

1.4 Recetas de los principales platos

El responsable de cocina debe realizar una ficha técnica y receta de los principales platos que contemplen: ingredientes, pasos de elaboración y una fotografía de su presentación final.

1.5 Disponibilidad y presentación de cartas

La organización debe disponer en el establecimiento de una carta de platos bilingüe, y sería recomendable contar con una carta de vinos bilingüe. Las mismas estarán diseñadas de forma que se facilite la lectura de los textos, la comprensión de los contenidos de los platos, los precios de los productos y ofertas. Y en la carta de vinos, especificar: tipo, origen y categoría de vinos, como también sus precios.

Se debe incluir, en la carta de platos, la identificación de aquellos alimentos que son aptos celíacos (TACC).

1.6 Oferta disponible desde el exterior

La organización expone la carta en el exterior del establecimiento disponiendo de una iluminación adecuada, empleando un soporte limpio y bien conservado. Asimismo, se deben exponer los horarios de apertura y cierre de atención del servicio gastronómico.

1.7 Comunicación de medios de pago aceptados

Se debe exhibir, en forma fácilmente legible y visible, los medios de pago aceptados para que el cliente los identifique rápida y claramente antes del inicio del servicio.

1.8 Platos típicos en la oferta gastronómica

Se recomienda incluir e identificar en la carta de platos los productos y/o elaboraciones autóctonas o típicas de la localidad o de la región.

1.9 Estándar del armado del salón y de las mesas

La organización debe establecer un estándar documentado para el armado del salón y la presentación de las mesas; previendo un espacio mínimo de circulación entre las mesas de ochenta centímetros.

Este estándar debe ser conocido por aquellos que preparan el servicio.

1.10 Estándar de presentación de platos

Se debe documentar el modo de presentación de los platos del menú del establecimiento.

1.11 Gestión de la comanda

La organización determina un método para la gestión de la comanda, que incluye el tiempo mínimo deseado para tomar la comanda y la entrega del servicio solicitado.

1.12 Información previa a la reserva

La organización establece un método documentado en el que se determina la información a brindar al cliente en caso de reservas: horarios, precios, ofertas, tickets admitidos, formas de pago, tiempo de espera para reservas.

1.13 Registro de reserva

La organización debe registrar las reservas, incluyendo como datos mínimos: tipo de cliente (particular o empresa), preferencias, medio y persona de contacto, número de comensales y requerimientos especiales.

1.14 Atención a la mesa

La organización debe capacitar al personal sobre las formas de atención a las mesas. Debe quedar registro de estas capacitaciones.

1.15 Presentación de factura

La factura se presenta en óptimas condiciones de presentación: limpia, sin deterioros, descriptivas y legibles.

BP2

Recursos materiales, equipamiento, instalaciones y proveedores



2.1 Identificación de la organización

El nombre de la organización debe estar perfectamente identificado en la entrada del espacio físico del establecimiento.

2.2 Acceso al establecimiento

Los distintos accesos de ingreso y de estacionamiento si tuviera, se encuentran debidamente señalizados, cuentan con iluminación, se mantienen limpios y despejados de obstáculos.

2.3 Inventarios de insumos

La organización debe realizar inventarios de insumos críticos para la prestación del servicio en forma documentada y mantenerlos actualizados, a fin de asegurar los stocks mínimos necesarios y prever las necesidades de compras. Son ejemplos de insumos críticos: mantelería, vajilla, menaje, mobiliario, utensilios de cocina, artículos de limpieza.

2.4 Stock mínimo de cartas

La organización debe mantener un stock mínimo de cartas - menús sobre el total de plazas o cubiertos que ofrece el establecimiento.

2.5 Listado de proveedores críticos

Se debe disponer de un listado actualizado de los proveedores críticos con sus datos de contacto y los servicios que proveen.

2.6 Recepción de pedidos de compra

Se debe controlar durante la recepción de mercadería, las cantidades y requisitos de estos, entre los cuales se debe incluir:

- ♦ control visual de las propiedades organolépticas del producto (color, olor, textura y sabor);
 - ♦ la fecha de caducidad o consumo si corresponde;
 - ♦ cantidad de los productos;
 - ♦ integridad de los envases.
- Se debe dejar registro de esta acción.

2.7 Horario de recepción de mercaderías

Para una mejor atención al cliente, la organización debe planificar el ingreso de proveedores para la recepción de mercaderías e insumos en un horario que no coincida con los de la prestación del servicio.

2.8 Sillas para niños

La organización dispone de sillas para niños según la cantidad de plazas y el tipo de clientes habituales.

2.9 Calefacción y refrigeración de los espacios físicos de atención al cliente

Se debe disponer de equipos para la calefacción y refrigeración, y que los mismos funcionen correctamente. Sería conveniente que los mismos estuvieran incluidos en el plan de mantenimiento programado.

2.10 Áreas de lavado de cocina independientes

La cocina debe contar con áreas independientes de lavado; diferenciando las áreas para el lavado de vajilla, el lavado de alimentos y el lavado de manos.

2.11 Recipientes de basura

Los desperdicios y restos de comida son depositados y recogidos en recipientes de basura con tapa de apertura indirecta (pedal o similar). La disposición de los residuos se debe ajustar a las

normativas de las autoridades competentes. La organización cuenta con un método documentado de limpieza e higiene de los recipientes de basura.

BP3

Mantenimiento y limpieza



3.1 Rutina de limpieza de salones y baños de clientes y del personal

La organización debe definir una rutina de limpieza que contemple: cuándo se realiza, y los productos y artículos a emplear. Dicha rutina debe estar documentada.

Los baños para uso de los comensales y del personal deben encontrarse limpios y mantenidos; deben contar con: jabón, papel higiénico, papelera, toallas de papel o secador de manos y aromatizante. Se debe contar con el registro de limpieza y desinfección correspondiente.

3.2 Rutina de limpieza de cocina y almacén de mercaderías

La organización debe definir una rutina de limpieza que contemple: cuándo se realiza, los productos a emplear, y los responsables. Esta rutina debe incluir la limpieza de los equipos y utensilios empleados en la manipulación y elaboración de los alimentos.

3.3 Productos de limpieza identificados

Los productos de limpieza se deben encontrar en sus envases originales, los cuales deben tener las etiquetas establecidas por el proveedor. En caso de que los productos se hayan vuelto a envasar y/o fraccionar, el nuevo envase debe encontrarse etiquetado indicando su contenido. Asimismo, nunca se deben utilizar envases de alimentos y/o bebidas que puedan inducir a confusión.

3.4 Plan de mantenimiento programado

Se debe contar un plan de mantenimiento programado en donde se establezcan las acciones programadas, los responsables y la periodicidad para realizarlas.

El plan de mantenimiento debe contener:

- ♦ limpieza de campanas;
- ♦ control de equipos de frío (heladeras y freezer);
- ♦ services programados por fabricantes;
- ♦ descongelación y limpieza de equipos de frío;
- ♦ limpieza de sistemas de calefacción y refrigeración;
- ♦ revisión del sistema eléctrico;
- ♦ limpieza periódica de los tanques y cisternas de provisión de agua potable.

3.5 Mantenimiento correctivo

Se debe disponer de un registro donde consten los pedidos de reparación de averías que se producen en el establecimiento, como también se registren sus reparaciones. La información

mínima requerida debe contener: descripción y tipo de avería, fecha del pedido de reparación y fecha de reparación.

3.6 Desinfección, desinsectación y control de plagas

Se deben realizar en forma periódica aquellas desinfecciones, desinsectaciones y desratizaciones indicadas, ya sea por normativa legal vigente o acción propia del establecimiento. Como también la realización de la desinfección periódica de los tanques, de las cisternas para la provisión de agua potable. Se deben mantener los registros de su realización.

3.7 Temperaturas de conservación de materia prima y alimentos

Se deben tener documentadas las temperaturas requeridas para la conservación de cada tipo de materia prima y alimentos.

3.8 Rotulación de alimentos ya preparados

La organización debe conservar los productos ya preparados, teniendo en cuenta como mínimo: envases herméticos para la conservación y transporte de alimentos (bowls con film, tupper); cada envase con su rotulación/etiqueta indicando la fecha de elaboración y la fecha de caducidad del producto.

3.9 Flujo de mercaderías en cocina

La organización debe disponer de un correcto flujo o circuito de materia prima en la cocina para evitar la contaminación cruzada entre alimentos.

3.10 Rotación de los productos almacenados

La organización utiliza un método de almacenamiento como por ejemplo el FIFO (First In First Out, control de fechas de caducidad) que consiste en dar salida del depósito a los productos que tienen fecha de caducidad más próxima.

3.11 Espacios de almacenaje

Los espacios de almacenaje de carnes, pescados, frutas y verduras están separados entre sí, y los depósitos de alimentos y bebidas están preservados de la luz solar y cuentan con ventilación.

BP4

Personal del establecimiento



4.1 Responsable de coordinar las acciones de calidad de la organización

Se debe definir, dentro de las funciones de la estructura de la organización, la persona que tiene como tarea el seguimiento del presente documento.

4.2 Planificación de turnos de trabajo

La organización planifica en forma documentada los turnos de trabajo, la rotación y el personal asignado a los mismos.

4.3 Comunicación al nuevo personal sobre sus responsabilidades y obligaciones

Se debe transmitir al nuevo personal (incluidos los temporales) lo que se espera de ellos, sus responsabilidades y obligaciones, y la política del servicio de la organización. Esta comunicación debe quedar registrada.

4.4 Conocimiento sobre los productos y servicios ofrecidos por la organización

El personal posee conocimiento de las características y oferta del establecimiento: menús, precios, horarios, etc.

4.5 Capacitación al personal

La dirección debe asegurar que se realizan como mínimo 2 capacitaciones anuales relacionadas con aspectos críticos de la prestación de servicios, como ser: manipulación e higiene de alimentos, atención al cliente; procedimientos de limpieza en cocina; técnicas de atención de las mesas, riesgos laborales, primeros auxilios. Se deben mantener registros de las capacitaciones impartidas.

4.6 Información sobre la oferta turística relevante

La dirección debe asegurarse de que el personal que mantiene contacto directo con los clientes, conoce el entorno geográfico del destino en el que se localiza el establecimiento y los atractivos turísticos más importantes.

4.7 Materiales y soportes de información

La organización debe contar con elementos y/o materiales propios o de terceros (folletos, páginas web, apps, dossiers, otros) para brindar información al huésped acerca de servicios, actividades y atractivos del destino; incluyendo los datos de contacto de las oficinas de información turística si las hubiera. Son ejemplos de información a brindar: excursiones, alojamiento turístico, alquiler de coches, transportes, servicios de auxilio para vehículos, servicios médicos, lugar de venta de artesanías, etc.

4.8 Código de vestimenta y aspecto personal

La organización debe definir y comunicar a todo el personal, los criterios o códigos sobre indumentaria laboral y aspecto personal que los empleados deben mantener durante la jornada de trabajo y su relación con los clientes. Se recomienda incluir en las vestimentas elementos típicos del Paraguay o regionales, especialmente en fiestas tradicionales. Los criterios establecidos deben quedar documentados.

4.9 Herramientas de comunicación interna

La organización debe disponer de un soporte de comunicación interna que permita asegurar que la información relevante es transmitida incluyendo incidencias, cambios, quejas, pendientes, entre otros. Como por ejemplo: un cuaderno de comunicaciones, pizarra, etc.

4.10 Higiene del personal de cocina

La organización debe proveer y asegurar que el personal de cocina utiliza durante sus tareas gorro o cofia y chaqueta. Se recomienda el empleo de zapatos con puntera resistente y suela antideslizante.

A su vez, el personal mantendrá una correcta higiene y presencia personal:

- ◆ uñas cortas, limpias y sin pintura
- ◆ pelo recogido
- ◆ ausencia de reloj, piercing y joyas en las manos, en las muñecas, orejas y nariz
- ◆ cubiertos los cortes y rasguños en la piel expuesta
- ◆ lavado de manos según los criterios comunicados por la organización.

BP5 Satisfacción del cliente



5.1 Canales de recepción de quejas y/o sugerencias del cliente

La organización debe contar con un medio para que el cliente pueda dejar sus quejas y/o sugerencias; y dicho elemento debe estar disponible al cliente.

5.2 Medición de la satisfacción del cliente

La organización debe disponer de algún método que le permita evaluar el grado de satisfacción de sus clientes respecto a la prestación del servicio. Los resultados deben analizarse y se consideran un registro.

5.3 Mejora del servicio

Para mejorar el servicio brindado se deben utilizar los resultados de la satisfacción de los clientes y las quejas o sugerencias recibidas. La organización debe demostrar alguna mejora implantada gracias a la información obtenida de dichos resultados.

BP6 Gestión ambiental



6.1 Acciones de gestión ambientales

La organización debe establecer algunas acciones que procuren disminuir el impacto en el ambiente y tener evidencia de ello. Son ejemplos de acciones ambientales: separación de residuos,

reutilización de papel, eficiencia del consumo energético y de agua, regulación de la temperatura en los equipos de refrigeración y de calefacción del salón comedor, entre otros.

6.2 Gestión de residuos

La organización debe implementar un método para la separación de los residuos que genera la actividad; dicha separación se puede establecer entre los que son orgánicos (llamados también basura: restos de comida, residuos húmedos o sucios) y los reciclables (o no orgánicos, que son: cartón y papel, plásticos, metal y vidrio).

BP7

Seguridad



7.1 Capacitación en manipulación higiénica de alimentos

El personal que está en contacto con la prestación del servicio de alimentos y bebidas debe contar con la capacitación en manipulación e higiene de alimentos.

7.2 Información de contacto de servicios médicos y de seguridad

La organización debe tener disponible un listado con los datos de contacto de servicios médicos, de emergencias y de seguridad de la zona.

7.3 Botiquín de primeros auxilios

El establecimiento debe contar con un botiquín de primeros auxilios o similar, situado en un lugar de fácil acceso y conocido por el personal, para poder atender al personal y a los clientes en caso de accidente. Se debe mantener el stock mínimo de los productos que lo componen y verificar periódicamente sus vencimientos.



Sistema Nacional de Calidad Turística

**GUÍA DE IMPLEMENTACIÓN DE LAS BUENAS
PRÁCTICAS DE CALIDAD EN ESTABLECIMIENTOS
GASTRONÓMICOS**



Tabla de contenido

Prólogo	5
Alcance	5
BP1. Gestión operativa del establecimiento.....	6
1.1. Requisitos legales.....	6
1.2. Estructura funcional de la organización	8
1.3. Información de la organización en las oficinas de informes local y/o nacional.....	15
1.4. Recetas de los principales platos	16
1.5. Disponibilidad y presentación de cartas.....	18
1.6. Oferta disponible desde el exterior.....	22
1.7. Comunicación de medios de pago aceptados	23
1.8. Platos típicos en la oferta gastronómica	23
1.9. Estándar del armado del salón y de las mesas.....	24
1.10. Estándar de presentación de platos	26
1.11. Gestión de la comanda.....	27
1.12. Información previa a la reserva.....	29
1.13. Registro de la reserva.....	29
1.14. Atención a la mesa	30
1.15. Presentación de factura	31
BP2. Recursos materiales, equipamiento, instalaciones y proveedores.....	33
2.1 Identificación de la organización.....	33
2.2 Acceso al establecimiento	33
2.3 Inventarios de insumos	33
2.4 Stock mínimo de cartas	35
2.5 Listado de proveedores críticos	36
2.6 Recepción de pedidos de compra	41
2.7 Horario de recepción de mercaderías.....	43
2.8 Sillas para niños	43
2.9. Calefacción y refrigeración de los espacios físicos de atención al cliente.....	44
2.10 Áreas de lavado de cocina independientes	46
2.11 Recipientes de basura.....	46
BP3. Mantenimiento y limpieza	47
3.1 Rutina de limpieza de salones y baños de clientes y del personal.....	48
3.2 Rutina de limpieza de cocina y almacén de mercaderías.....	52

3.3 Productos de limpieza identificados	54
3.4 Plan de mantenimiento programado.....	55
3.5 Mantenimiento correctivo	57
3.6 Desinfección, desinsectación y control de plagas	58
3.7 Temperaturas de conservación de materia prima y alimentos	61
3.8 Rotulación de alimentos ya preparados.....	63
3.9 Flujo de mercaderías en cocina.....	64
3.10 Rotación de los productos almacenados	65
3.11 Espacios de almacenaje	66
BP4. Personal del establecimiento	67
4.1 Responsable de coordinar las acciones de calidad de la organización	67
4.2 Planificación de turnos de trabajo	67
4.3 Comunicación al nuevo personal sobre sus responsabilidades y obligaciones	69
4.4 Conocimiento sobre los productos y servicios ofrecidos por la organización .	70
4.5 Capacitación al personal.....	70
4.6 Información sobre la oferta turística relevante	72
4.7 Materiales y soportes de información	72
4.8 Código de vestimenta y aspecto personal.....	73
4.9 Herramientas de comunicación interna	75
4.10 Higiene del personal de cocina.....	76
BP5. Satisfacción del cliente	78
5.1 Canales de recepción de quejas y/o sugerencias del cliente.....	78
5.2 Medición de la satisfacción del cliente	80
5.3 Mejora del servicio	83
BP6. Gestión ambiental	85
6.1 Acciones de gestión ambientales.....	85
6.2 Gestión de residuos.....	88
BP7. Seguridad	91
7.1 Capacitación en manipulación higiénica de alimentos	91
7.2 Información de contacto de servicios médicos y de seguridad	92
7.3 Botiquín de primeros auxilios	92
Cibergrafía y documentación de referencia	114

PRÓLOGO



La amplia y especializada oferta gastronómica actual, fruto de un genuino interés de parte de los apasionados por la cocina, es un evidente avance en términos de reconocimiento de la cultura, las costumbres y los saberes ya sea de autóctonas elaboraciones, hasta la llamada “comida fusión” y otras generosas apuestas.

Tales circunstancias aparejan un importante reto y compromiso por parte de los establecimientos gastronómicos, en términos de calidad y competitividad. Es por eso que el Manual de Buenas Prácticas para establecimientos gastronómicos, presenta una respuesta efectiva a esas nuevas dinámicas que han generado un cliente cada vez más conocedor y exigente.

La presente Guía pretende orientar la interpretación de los requisitos del Manual de Buenas Prácticas y facilitar la implementación. En ella se han transcrito y explicado, uno a uno, todos los estándares, concernientes a la gestión operativa, los procesos, la inclusión activa del personal y los aspectos de calidad, ambientales y de seguridad. Incorpora recomendaciones, así como formatos y ejemplos prácticos que pueden adoptarse de acuerdo con el tamaño del negocio y que pueden modificarse, a partir de las particularidades de cada situación.

Incorpora una lista de chequeo para evaluar y dar seguimiento de los avances en la implementación de los requisitos. La misma puede ser utilizada tantas veces como sea necesario. En ella podrán registrar en forma ordenada los requisitos cumplidos y conocer, el grado de desempeño que se ha alcanzado.

Emprender el camino hacia la calidad les proporcionará grandes satisfacciones personales y evidentes beneficios en la gestión.

Alcance

Este manual es de aplicación para los servicios prestados por establecimientos gastronómicos. Dichos servicios deben contar con la habilitación correspondiente y estar registrados en la SENATUR.

BP1. Gestión operativa del establecimiento

1.1. Requisitos legales

La organización debe conocer los requisitos legales y reglamentarios de aplicación y contar con la habilitación de comercio y patente comercial vigente.

Los establecimientos gastronómicos, como cualquier otro negocio, deben ajustar su operación a la normativa que los rige. Sin embargo, debido a que a este tipo de negocio le compete directamente la salud de las personas, existen controles adicionales importantes que desde los entes gubernamentales se han venido generando y que todo negocio de gastronomía debe cumplir, ya sea que se trate de una micro, pequeña o mediana empresa. Generalmente los requisitos para el funcionamiento de un restaurante están referidos a los siguientes ámbitos:

- Registro mercantil o matrícula que se exige a todo tipo de establecimiento comercial. En ocasiones es posible que ante la entidad competente, se deba presentar la contabilidad del establecimiento.
- Registro como contribuyente de impuestos. Generalmente expedido por la entidad gubernamental que recaude los impuestos.
- Uso de suelos. Se trata de documentos que acreditan que el establecimiento se ubica en predios en los que sean permitidos los servicios que el negocio pretende ofrecer.
- Permisos para uso de música u otro tipo de obras que estén protegidas por derechos de autor.
- Permisos o conceptos sanitarios. Los mismos incluyen las condiciones de seguridad de las instalaciones y las condiciones sanitarias de los alimentos, por lo que suelen exigir certificaciones o carnés de “Manipulación de Alimentos” para las personas directamente relacionadas con la producción.
- Certificaciones de organismos de atención de emergencias como Bomberos u otros, dentro de los cuales el establecimiento está obligado a contar con botiquín, rutas de evacuación, salidas de emergencia, capacidad máxima permitida, entre otras medidas de seguridad.
- Control de pesos y medidas, obligatoriedad de presentación de precios, manejo de propinas y otras medidas de protección al consumidor.
- Aviso a la Policía o municipalidad sobre el funcionamiento del establecimiento.

Para cumplir con este tipo de requisitos se recomienda:

- Identificar organismos, autoridades nacionales y locales facultadas para expedir normas con respecto a: manipulación de alimentos, usos del suelo, licencias de funcionamiento, requisitos sanitarios, requisitos medio ambientales (ruido, contaminación visual, manejo de residuos), expendio de licores, horarios de apertura y cierre del establecimiento, impuestos, cobros, pagos, etcétera.
- Solicitar asesorías personalizadas a las autoridades y organismos competentes identificados, para conocer en detalle los requisitos que deben cumplirse, de acuerdo con el tipo de establecimiento gastronómico, su ubicación, los servicios que presta, la cantidad de comensales a atender, la planta física con la que cuenta, etcétera.
- Solicitar o bajar por Internet todas las normas identificadas en las indagaciones previas.

Ejemplo:

Organismos que pueden expedir normas relacionadas con la operación de un establecimiento gastronómico en Paraguay	Secretaría Nacional de Turismo – SENATUR
	Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social
	Instituto Nacional de Alimentación y Nutrición – INAN
	Ministerio de Industria y Comercio
	Ministerio de Hacienda
	Ministerio de Justicia y Trabajo
	Instituto de Previsión Social
	Gobiernos municipales
	Sistema Unificado de Apertura y Cierre de Empresas (trámites por tipo de empresa. http://www.suace.gov.py/index.php/tramites/)
Normas Identificadas	Ley 1334 de 1998, de Defensa del Consumidor y del Usuario.
	Ordenanza 148 de 2012, del Gobierno Municipal de Asunción, para la instalación de anuncios.
	Resolución SG – 0634, por la cual se establecen requisitos para los registros sanitarios de productos destinados al consumo humano.
	Ley Número 5014 de 2013, establece que en los bares, confiterías y restaurantes provean carta - menú impresa en sistema de escritura braille a las personas con discapacidad visual.
	Decreto 7634 de 28 de agosto de 2017, por el cual se reglamenta el Código Sanitario y se establecen los requisitos y condiciones para el ejercicio de la Dirección Técnica de Establecimientos de Productos Alimenticios y Servicios de Alimentación.
	Ordenanza Número 119 de 2017 establece que en el caso de los anuncios identificatorios, los interesados deberán presentar la Licencia Comercial o en su defecto la constancia de solicitud de Licencia Comercial.
	Resolución 654 del 8 de noviembre de 2018, acerca de reglamentación y control de las condiciones higiénicas de manipulación, producción, traslado y comercialización de comestibles y bebidas.
	Resolución 578 del 8 de octubre de 2018, por la cual se establecen requisitos para el registro de establecimientos de alimentos, su renovación actualización y normas generales.
Normas ANDE para avisos luminosos.	

- Es necesario leer con detenimiento cada norma y si es preciso, solicitar nuevamente asesorías para aclarar dudas.
- Realizar la planeación de la implementación de las normas en el establecimiento, con base en un cronograma, de acuerdo con las necesidades del mismo. Es decir, se debe iniciar con los trámites más urgentes, para no incurrir en incumplimientos, y/o tener el riesgo de sanciones.
- Socializar con el personal las normas correspondientes e incluir lo que sea del caso en los reglamentos de trabajo, manuales de funciones y otros documentos donde sea pertinente que se encuentre la información.
- Revisar periódicamente las páginas de los organismos competentes para estar al tanto de cambios en las normas o expedición de nuevas normativas. Las agremiaciones de restaurantes suelen proveer información valiosa e impartir capacitaciones y actualizaciones sobre normativa y otros temas importantes que podrían ser aprovechadas por el negocio.

La siguiente imagen contribuye a entender el proceso.



1.2. Estructura funcional de la organización

La dirección debe definir, en forma documentada, la estructura de la organización donde queden claramente descritas las funciones y responsabilidades.

Estructura Organizacional

Es un sistema que crea un flujo de comunicación interna, ayudando a definir roles, interrelaciones, dependencias y responsabilidades, a partir de una estructura jerárquica.

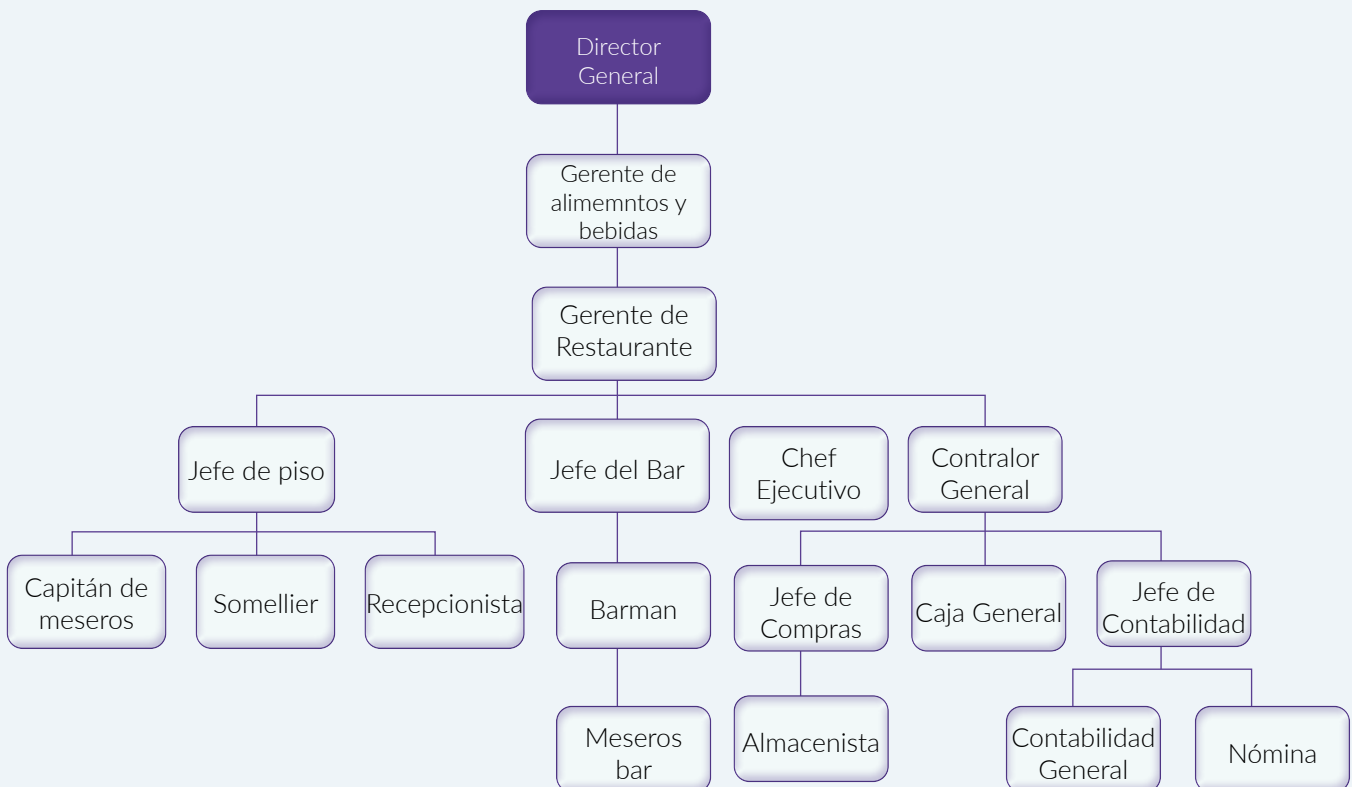
Organigrama

Aplicable a pequeñas y medianas empresas, es una representación gráfica de la estructura organizacional; contiene los diferentes cargos identificados por ubicación jerárquica (de mayor a menor).

El siguiente es un ejemplo de organigrama para un establecimiento gastronómico, pequeño:



Para un negocio de mayor tamaño, por ejemplo, los departamentos de Alimentos y Bebidas de grandes hoteles, el organigrama puede ser el siguiente:



Funciones y responsabilidades

A partir del organigrama (cargos y jerarquías), se establecen tareas y responsabilidades, se planifica y definen las funciones de cada departamento y se facilita la coordinación de las actividades y la comunicación interna. Lo más conveniente es levantar la información con el personal y afinar lo necesario.

Aclarando conceptos:

- **Función:** normas, tareas y/o actividades que desarrolla cada persona dentro de la organización.
- **Responsabilidad:** cumplimiento de las obligaciones que tiene a cargo cada persona dentro de la organización.
- **Competencias:** debe ser observable, conjunto de conocimientos (saber) relacionada con el desempeño de un trabajo a través de comportamientos demostrables.
- **Manual de funciones:** carpeta impresa o digital que reúne la descripción de los cargos con sus funciones y responsabilidades.

Lo recomendable es diseñar un formato por cada cargo: Su mínimo contenido sería:
Cargo.

- Fecha de elaboración.
- Área de trabajo (organigrama).
- Jefe inmediato.
- Misión del cargo: por qué se creó.
- Funciones.
- Responsabilidades.
- Perfil del cargo: formación, experiencia, habilidades y competencias necesarias.
- Aceptación: firma de conformidad por parte de la persona que asumirá el cargo y de su jefe inmediato, como testigo.

Manual de funciones:

carpeta impresa o digital que reúne la descripción de los cargos con sus funciones y responsabilidades

Algunos de los cargos más usuales en un restaurante son:

Dueño: Supervisa la operación del establecimiento.

Jefe de Cocina: trabaja con el equipo en la preparación de comida

Chef: encargado de la calidad de los platos

Cocineros: preparan los ingredientes, de acuerdo con instrucciones

Meseros: encargados del servicio a la mesa

Sin importar el tamaño de la empresa (micro, pequeña o mediana), **la asignación de funciones y responsabilidades** es una herramienta que **permite al trabajador conocer específicamente sus labores y evitar duplicidad de actividades.**

Los siguientes formatos pueden instruir de mejor manera la asignación de funciones y responsabilidades:

Microempresas

CARGO		DEPENDENCIA	
Cocinero		Propietario	
FUNCIONES		RESPONSABILIDADES	
1. Realizar preparaciones de acuerdo con las instrucciones que se le brindan. 2. Apoyar el proceso de recepción de mercancías e insumos. 3. Organizar el área de trabajo al finalizar su turno. 4. Realizar inventarios de insumos y utensilios, de acuerdo con las políticas de la empresa. 5. Participar en las jornadas de aseo que se realizan periódicamente.		1. Cumplir con los requisitos de aseo, limpieza e higiene establecidos en el manual de funciones del restaurante. 2. Utilizar los formatos correspondientes para el registro de actividades de recepción de mercancías. 3. Mantener bajo llave todos los insumos en la bodega destinada para tal fin y controlar que los alimentos se encuentren siempre en perfectas condiciones. ...	
PERFIL DEL CARGO			
Bachiller con formación en temas de gastronomía a nivel técnico o tecnológico y mínimo un año de experiencia en cocina. Persona seria, comprometida y con ánimo de aprender. Buenas referencias por cuanto se hace cargo de las bodegas de alimentos y asiste el proceso de compras.			
Firma empleado		Firma propietario	
Nombre:		Nombre:	
Documento de identidad:		Documento de identidad:	
Fecha contrato:			



ASISTENTE DE CALIDAD

CODIGO:
VERSIÓN:
FECHA DE VIGENCIA
PÁGINA: Página 1 de 1

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO

Área de trabajo Jefe inmediato	Asistente de Calidad Administrador
-----------------------------------	---------------------------------------

MISIÓN DEL CARGO

1. Elaborar los documentos, formatos y todos aquellos registros que se requieran en los diferentes procesos, generados del mejoramiento continuo del mismo.
2. Realizar la inducción y capacitación del personal nuevo que ingresa a la empresa, en cuanto a la documentación del restaurante.
3. Realizar las actualizaciones que se generen en los diferentes documentos.
4. Presentar un informe trimestral del avance y mantenimiento de la documentación.
5. Adelantar los comités de calidad, una vez al mes, coordinando con las diferentes áreas, la entrega de los informes y documentación requerida (quejas y reclamos, sugerencias, satisfacción, cumplimiento al presupuesto, etc.) para la toma de decisiones.
6. ...

PERFIL DEL CARGO

Formación	Habilidades
Administrador de empresas o carreras afines, con conocimientos en restaurantes.	Asertividad. Capacidad de escucha.
Experiencia laboral	Competencias
Un (1) año de desempeño.	Expresión oral y escrita. Comunicativa. Organzacional.

Aceptación

Firma Empleado	Firma jefe Inmediato
-----------------------	-----------------------------

	ELABORADO POR	REVISADO POR	APROBADO POR
NOMBRE			
CARGO			
FIRMA			

Mapa de procesos

Entendido como la **representación gráfica y ordenada de la gestión de una organización en todas sus etapas** y la relación de cada área con las demás; analizar exhaustivamente cada proceso y comprenderlo conlleva a mejoras productivas y, en consecuencia, a la excelencia.

¡Un buen consejo!

Escuche a sus colaboradores; conocen mejor su labor; cuando se les permite participar activamente en las decisiones, mejoran sustancialmente su desempeño.

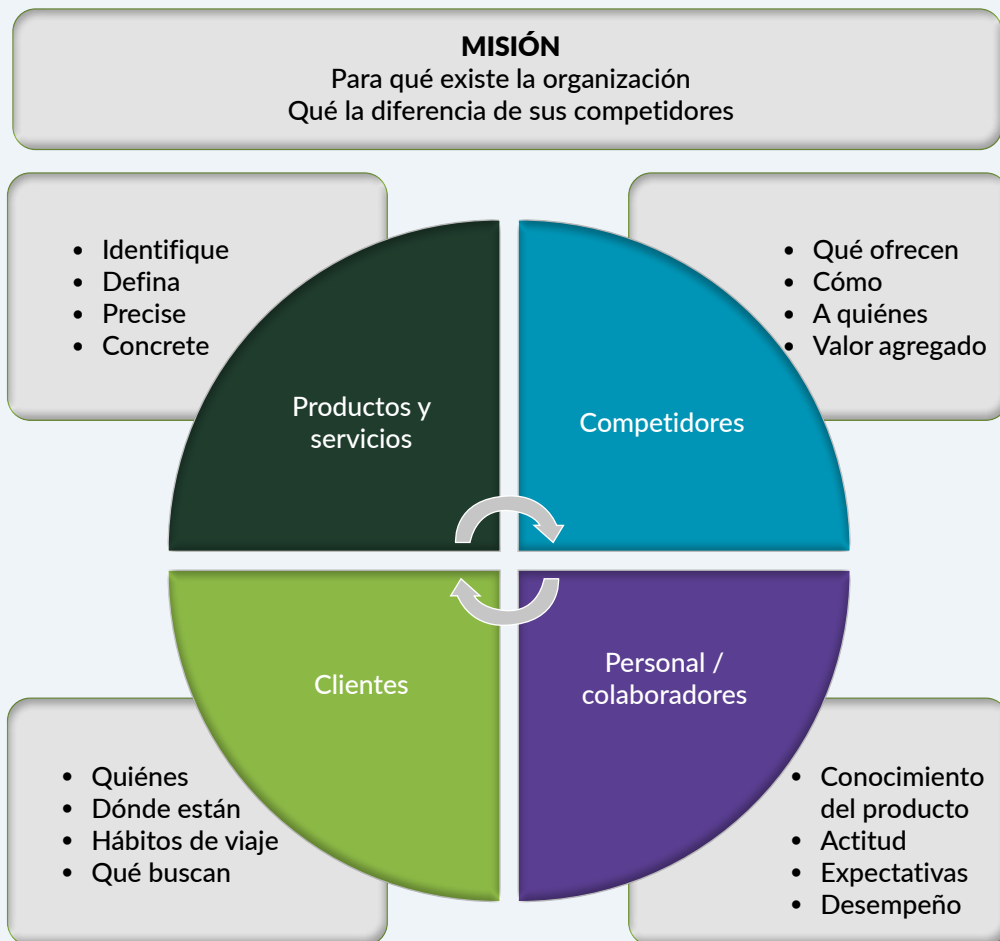


Misión y visión de la organización

Conocido como planeación estratégica, la misión y la visión de una organización, **conlleva a la definición de sus objetivos y por tanto de su plan estratégico**, a un horizonte de largo plazo; teniendo en cuenta que las empresas están conformadas por personas, es ideal que estos aspectos sean desarrollados con la intervención de todos los colaboradores; pueden emplearse metodologías como el brainstorming o lluvia de ideas; todas son válidas.

Misión

Es una declaración de la **razón de ser** de la organización; el para qué; **da respuesta a qué pretende cumplir, para qué hacerlo y para quién**; el siguiente esquema puede contribuir en la definición de la misma.



Podría ser...
Ofrecer un concepto innovador de comida saludable en un ambiente de naturaleza, paz y tranquilidad.

▪ **Visión**

Representa el *sueño de la organización*, mediante un conjunto de ideas generales que proveen el marco de referencia de lo que espera alcanzar en el futuro. Debe ser breve pero *inspiradora*, transmitir triunfo, positivismo, que resuma la *meta a alcanzar*; por tanto... *medible*.

¿A dónde quiere llegar?	¿Cómo quiere verse?	¿Cómo quiere que la vean los demás?	¿Cuándo quiere llegar?
<ul style="list-style-type: none"> • Posicionamiento • Resultados 	<ul style="list-style-type: none"> • Empleados • Accionistas 	<ul style="list-style-type: none"> • Clientes • Competidores • Sociedad 	<ul style="list-style-type: none"> • Mediano plazo • Largo plazo

Una visión seductora ayuda a:

- Entender cuál es realmente el negocio.
- Provee pautas para la toma de decisiones diarias.
- Ofrece una imagen del futuro deseado.
- Es perdurable.
- Implica ser **excelente**, no sólo ser mejor que la competencia.
- Sirve de inspiración, no se expresa únicamente en cifras.

Podría ser...

Nuestros platos son hechos con dedicación, transformamos alimentos en obras de arte, con ingredientes de calidad para satisfacer el paladar de nuestros clientes.

Valores

El camino entre el hoy y el mañana debe estar **enmarcado en valores** (el comportamiento de los colaboradores); definirlos será clave; en el ejercicio de construcción colectiva es indispensable reflexionar acerca de los hábitos (malos y buenos) y el **compromiso que se asume** en mitigar los primeros y fortalecer los segundos.

Definiendo los valores de mi organización		Jerarquía por importancia
Liste todo aquello que considere importante para su organización. Todo vale	a.	
	b.	
	c.	
	d.	
	e.	
2. Declaración de valores		
Valores	¿Qué hábitos buenos necesito para conseguir lo que me es importante?	¿Qué hábitos malos me alejan de lo que es importante?
a.		
b.		
c.		
d.		

1.3. Información de la organización en las oficinas de informes local y/o nacional

Se debe facilitar a las oficinas de turismo del destino información sobre la organización. Esta información puede ser presentada por la organización en particular o a través de las asociaciones que la representen.

Las oficinas de turismo son importantes por cuanto contribuyen en la promoción de los productos y/o servicios locales de manera gratuita. **Que cuenten con información actualizada y precisa de la oferta del restaurante, puede proporcionar una importante afluencia de público.**

Para ello es indispensable que la organización cuente con un directorio actualizado de todas estas oficinas existentes en el país, en especial de aquellas ubicadas en la zona donde se encuentra el establecimiento gastronómico.

Es posible consultar la información referida en la web de SENATUR (senatur.gov.py):

1.4. Recetas de los principales platos

El responsable de cocina debe realizar una ficha técnica y receta de los principales platos que contemplan: ingredientes, pasos de elaboración y una fotografía de su presentación final.

La ficha técnica es la herramienta que el restaurante o negocio gastronómico utiliza para la estandarización de sus productos. Se trata de un documento en el que se presenta toda la información técnica que la administración y el responsable de la cocina, consideren pertinente. Como mínimo debería contemplar el nombre del plato, los ingredientes utilizados, la receta de la preparación, la fotografía de la presentación y el precio. Sin embargo, en la medida en que el establecimiento decida ampliar esta información de acuerdo con sus necesidades, la ficha podría también incorporar:

- Código del ingrediente.
- Valor nutricional.
- Proveedores de los ingredientes.
- Plato o copa utilizado.
- Tiempo de elaboración.
- Técnicas de cocción.
- Costos.
- Recomendaciones especiales.
- Fecha de revisión.

Para tener en cuenta:

La **ficha técnica** proporciona **identidad** a los productos del establecimiento, ya sea por la presentación de los platos, por los **ingredientes** utilizados, por los **tiempos de cocción** y los **secretos culinarios**; el producto adquiere “personalidad” y por lo tanto un diferencial para el mercado, sin importar quien prepare la receta; **es una ventaja, en el competitivo mundo de la restauración.**



FICHA TÉCNICA

Código
Versión

Nombre del plato	Fecha de elaboración
	Receta N°
	Número de porciones
	Tiempo de cocción

Código	Ingredientes	Unidad de medida	Cantidad	Valor unitario	Valor total

Costo total de los ingredientes		
MEV- Margen de Error o Variación	%	
CTP - Costo Total de la Preparación= Costo de los ingredientes + MEV		
Costo total de la porción = CTP/ Número de porciones		
Utilidad o ganancia	%	
Impuestos	%	
PRV - Precio Real de la Venta= CTP + Utilidad + Impuesto de consumo		

¿Cómo preparar el plato?	Presentación del producto terminado (foto)
--------------------------	--

Utensilios necesarios:	Almacenaje:
-------------------------------	--------------------

1.5. Disponibilidad y presentación de cartas

La organización debe disponer en el establecimiento de una carta de platos, y sería recomendable contar con una carta de vinos. Las mismas estarán diseñadas de forma que se facilite la lectura de los textos, la comprensión de los contenidos de los platos, los precios de los productos y ofertas. Y en la carta de vinos, especificar: tipo, origen y categoría de vinos, como también sus precios. Se debe incluir en la carta de platos, la identificación de aquellos alimentos que son aptos celíacos (TACC).

¡Un buen consejo!

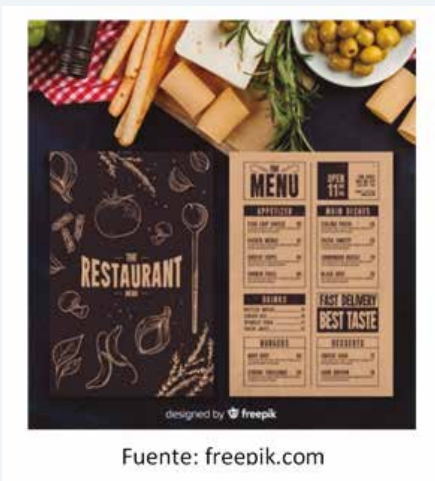
Ser creativo y de buen gusto al diseñar esta pieza, porque la carta es el catálogo de ventas del restaurante.

El menú o carta es el medio de comunicación más efectivo entre el público y el establecimiento gastronómico.

Es un elemento que permite a los comensales analizar y decidir lo que van a pedir, a partir de sus gustos, necesidades y posibilidades, por lo cual debe aportar toda la información importante y necesaria para la elección del cliente. Al igual que el servicio ofrecido y la calidad de las preparaciones, la carta es un factor crítico en el negocio de alimentos, no se debe improvisar al confeccionarla. Es importante atender las siguientes pautas:



Fuente: freepik.com



Fuente: freepik.com

- El nombre del restaurante y el logotipo. Gran parte de la información puede extractarse de las fichas técnicas.
- Las medidas óptimas son aproximadamente de 22 cm. X 32 cm.
- La carta en sí misma debería ser un “deleite”; es preciso que los colores correspondan con la identidad del negocio (es recomendable elegir tonos cálidos, el rojo por ejemplo es un color que se relaciona con el gusto por la comida y se recomienda en publicidad para restaurantes). La redacción debe invitar a degustar el plato.
- La letra debe ser legible y de buen tamaño.
- Si el establecimiento se encuentra en una zona turística o es frecuentado por extranjeros, se sugiere que esté en varios idiomas.
- Toda la información que contenga debe ser útil para la elección del plato, sin saturar.
- Elaborada en un papel grueso que resista el desgaste y debe ser renovada cuando comienza a deteriorarse o cuando el chef sugiera nuevos platos (dos veces por año, es una buena opción).
- El negocio puede incorporar, de acuerdo con sus necesidades, diferentes tipos de menús: carta de cafetería, carta de postres, carta de vinos, room service, entre otras.

La definición de los platos a incluir debe corresponder a una meticulosa planeación de la producción, con base en las capacidades del establecimiento: recurso humano, capacidad de almacenamiento, stock de materias primas, ventas proyectadas, entre otros factores (no hay peor experiencia que elegir un plato y que nos comuniquen ¡no hay!). También, es preciso establecer cuáles platos deben ser mayormente ofertados, para ubicarlos en espacios estratégicos del menú, con colores llamativos, incluyendo ofertas, promociones y otros ganchos de ventas.

¡Importante!

Por otra parte, tal como se estableció en el **numeral 1.1 “Requisitos Legales”**, es necesario que el establecimiento cumpla con toda la **normativa legal vigente**. En lo referente a la carta del establecimiento, la **Ley 5014 de 2013** estableció que en los bares, confiterías y restaurantes se debe designar a una persona que brinde información completa sobre el menú, a las personas con discapacidad visual. Para restaurantes de mayor tamaño, se debe proveer **“carta - menú impresa en sistema de escritura braille”**. Para dar cumplimiento a esta norma, es preciso acudir a organizaciones o fundaciones de apoyo a esta población, donde seguramente habrá quiénes **asesoren al establecimiento en el diseño de la carta** y otros aspectos de accesibilidad importantes.

Es recomendable que en total, la carta tenga entre 25 y 40 preparaciones, que pueden ser distribuidas en las siguientes secciones:

- Entradas
- Platos fuertes
- Ensaladas
- Postres
- Bebidas: Frías y calientes

A mayor variedad de oferta, se introducirán más secciones para facilitar la escogencia del plato. Algunos establecimientos, por su tamaño y mercado, pueden tener opciones como: platos vegetarianos, opciones **light** o bajas en calorías, menú infantil, sopas, opciones sin TACC (para personas con celiaquía e intolerancia al gluten, los alimentos no deberán contener trigo, avena, cebada o centeno). También se ha vuelto común que se ofrezca un plato recomendado del chef o menú del día (que generalmente ofrece entrada, plato fuerte y bebida). Todo dependerá de la identidad del restaurante, el mercado que atiende y las definiciones administrativas en términos de costos y ventas.

Las siguientes son secciones de cartas para restaurantes con una oferta más amplia:

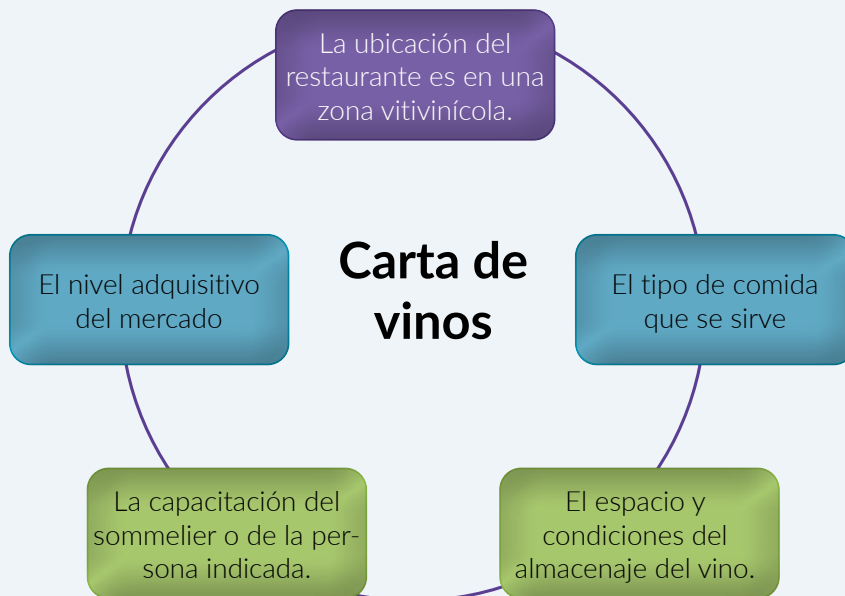
- Entremeses fríos y calientes.
- Caldos, sopas, cremas y consomés.
- Verduras y ensaladas.
- Pastas, huevos y arroces.
- Pescados y mariscos.
- Carnes y aves.
- Postres.
- Bebidas.
- Licores.

Algunos establecimientos optan por subdividir su carta en Desayunos, Almuerzos, Cenas, Meriendas, etcétera. **Este tipo de clasificación no es recomendable**; si el restaurante ofrece todas esas posibilidades, cada una de ellas es prácticamente una unidad de negocio y cada tipo de servicio cuenta con un mercado diferente; por lo tanto, lo recomendable sería elaborar una carta para desayunos, una para almuerzos, una para cenas, etcétera. Es importante tener presente que **la carta o menú es una poderosa herramienta de mercadeo que debe aprovecharse al máximo**, comunicando al cliente lo que el restaurante pretende.

La carta de vinos también es un elemento relevante para aquellos restaurantes ubicados en zonas donde el consumo de dicho licor es frecuente. Idealmente es una carta que debería ser elaborada por el Sommelier, cuando el restaurante dispone de este tipo de experto, quien no solo se especializa en vender los vinos, sino también en comprarlos y definir los que mejor acompañan las comidas seleccionadas por los clientes.

Para elaborar una carta de vinos es importante tener en cuenta varios elementos:

- Si el restaurante está ubicado en una zona productora de vinos o atiende un mercado que lo consume abundantemente. Esto determinará las cantidades, variedades y precios a ofrecer.
- Las comidas que sirve el restaurante, de manera que puedan realizarse los maridajes adecuados.
- El nivel adquisitivo del mercado que atiende el negocio.
- La capacitación del personal del restaurante. Como ya se indicó, la tarea es del Sommelier, pero si no existe esta figura, debe haber alguien que conozca de vinos y pueda orientar a los clientes en su elección.
- El espacio y condiciones que el establecimiento ofrece para guardar los vinos. No es conveniente tener demasiadas referencias si no se cuenta con el stock necesario de cada uno. Además, es importante tener la certeza de que el vino se encuentra en buenas condiciones para ser ofrecido.
- El contenido de la carta se clasifica inicialmente por tipo: vinos tintos, blancos, espumosos, para postre. A su vez, cada una de esas clases puede subdividirse en jóvenes o criados.
- Cada vino debe llevar su denominación de origen o zona donde se produjo.
- Nombre del vino.
- Cepa: tronco de la uva o variedad vinífera, por ejemplo, Cabernet Sauvignon, Merlot, Carmenere, etcétera.
- Añada: año en que las uvas fueron recolectadas, aunque algunos vinos mezclan añadas y puede que no esté escrita en la etiqueta de la botella.
- El precio por copa y por botella.



CARTA DE VINOS

TINTOS

19,00 €
Nekeas (crianza)
 Bodega Nekeas
 D.O. Navarra
 Cabernet sauvignon y tempranillo
 —INTENSO, SABROSO, TENTADOR

20,00 €
1423 (reserva)
 Bodega Principe de Viana
 D.O. Navarra
 Tempranillo, cabernet sauvignon, merlot y garnacha
 —EL VINO QUE MARCA LA DIFERENCIA

15,00 €
Máximo Abete (crianza)
 Bodega Máximo Abete
 D.O. Navarra
 Garnacha, cabernet sauvignon y merlot
 —RESULTADO DEL ESPERUNO Y LA PASIÓN

15,00 €
Chaparral (vino joven con crianza)
 Bodega Nekeas
 D.O. Navarra
 Garnacha
 —PERFECTO PARA CUALQUIER PLATO

17,00 €
Fernández de Piérola (crianza)
 Bodega Fernández de Piérola
 D.O. Rioja
 Tempranillo
 —SÍMBOLO DE ELISANCIA

17,00 €
Pujanza Hado (crianza)
 Bodegas y viñedos Pujanza
 D.O. Rioja
 Tempranillo
 —BUEN EJEMPLO DE LOS VINOS DE RIOJA

22,00 €
Finca Valdepoles (crianza)
 Bodega Pujanza
 D.O. Rioja
 Tempranillo
 —UN VINO AL QUE TRAZAR DE "VISTO"

14,00 €
Pago de Cirzus (crianza)
 Bodega Pago de Cirzus
 D.O. Navarra
 Tempranillo, merlot y syrah
 —UNA ELECCIÓN SIEMPRE ACERTADA

24,00 €
Viña Pedrosa (crianza)
 Bodega Hnos. Pérez Pascuas
 D.O. Ribera del Duero
 Tempranillo
 —LA PERFECCIÓN DE LOS CLÁSICOS

13,00 €
El Primer Paso (vino joven con crianza)
 Bodega El Dominio del Bendito
 D.O. Toro
 Tinta del país
 —LA ALTERNATIVA MÁS SABROSA

10,00 €
Pissarres (vino joven con crianza)
 Bodega Costers del Priorat
 D.O. Priorat
 Carifena y garnacha
 —LA PERSONALIDAD DEL PRIORATO

BLANCOS

9,00 €
Entreflores
 Bodega Principe de Viana
 D.O. Rueda
 Verdejo 100%
 —SECCILLO Y AGRADABLE

13,00 €
Menade
 Bodega Menade
 D.O. Rueda
 Verdejo
 —ECOLÓGICO Y BIEN HECHO

15,00 €
Menade
 Bodega Menade
 D.O. Rueda
 Sauvignon blanc
 —PREPARA EL PALADAR PARA DISFRUTAR

17,00 €
Guerinda la Blanca
 Bodega Máximo Abete
 D.O. Navarra
 Chardonnay
 —SOFICIL, PERO INOLVIDABLE

14,00 €
Viña Costeira
 Bodega Vitivinícola del Ribeiro
 D.O. Ribeiro
 Trajadura, torrentes, godello, loureira y albariño
 —CONJUNTO PLACENTERO Y ARMÓNICO

17,50 €
Do Ferreiro
 Bodega Gerardo Méndez
 D.O. Rías Baixas
 Albariño
 —UN VINO PERSONAL Y EXCEPCIONAL

17,50 €
Kabinett
 Bodega Durbacher Kapellenber (Baden)
 Riesling
 —FRESQUERA EXTREMA, LIGERO DULZOR

19,50 €
Itsasmendi 7
 Bodegas Itsasmendi
 D.O. Bizkaiko Txakolina
 Txakoli y riesling
 —SI QUIERES RESULTADOS DISTINTOS, NO PROBES SIEMPRE LO MISMO

ROSADOS

10,00 €
Palacio de Sada
 Bodega Palacio de Sada
 D.O. Navarra
 Garnacha
 —FRESQUERA SORPRENDENTE

15,00 €
Cresta Rosa Premium
 Bodega Cavas de Ampurdán
 D.O. Cataluña
 Pinot noir y syrah
 —LIGERO, CON FINÍSIMA AGUJA

14,00 €
La huella de Aitana (vino joven con crianza)
 Bodega Gonzalo Celayeta Wines
 D.O. Navarra
 Garnacha
 —ROSADO Y GARNACHA UNIÓN PERFECTA

CAVAS / CHAMPAGNE

25,00 €
Raventós i Blanc (gran reserva de la Finca)
 Bodega Josep Maria Raventós i Blanc
 D.O. Cava
 Xarel·la, macabeu, parellada, chardonnay y pinot noir
 —EXCELENTE ESPUMOSO

36,00 €
Jacquart Brut Mosaïque
 Bodega Jacquart
 D.O. Champagne (Francia)
 Chardonnay, pinot noir y pinot meunier
 —FINURA Y FRESCOR

Si quieres descubrir un vino diferente...

Consúltanos. Nos gusta probar vinos sugerentes de distintas zonas y traerlos al Artwohl para que disfrutes de ellos. ¿Te animas?

Algunos restaurantes ofrecen un **vino de la casa, opción que debería combinar buen precio y calidad**. También se pueden ofrecer opciones, como en la carta de comidas, “recomendados de la semana o del mes...”.

Una buena carta de vinos:

- Debe ofrecer posibilidades para todos los presupuestos.
- No debe contener demasiada información.
- Promociona vinos de la zona (cuando es productora) y marcas reconocidas, pero también ofrece alternativas de nuevos productos y nuevos productores.

¡Importante!

Si el restaurante tiene carta de vinos es vital que haya también una persona capacitada en conocerlos y poder orientar a los clientes en cuanto a precios, cepas, historia, crianza, elaboración y demás detalles.

1.6. Oferta disponible desde el exterior

La organización expone la carta en el exterior del establecimiento disponiendo de una iluminación adecuada, empleando un soporte limpio y bien conservado. Asimismo, se debe exponer los horarios de apertura y cierre de atención al servicio gastronómico.

Una buena herramienta para que los transeúntes se animen a ingresar al restaurante, puede ser exhibir exteriormente la carta o menú, los horarios de servicio y las ofertas que el restaurante quiera ofrecer en determinados momentos como promociones, presentación de artistas, eventos culturales, catas de vinos, de cafés, entre otras actividades y productos. Para tal fin, es importante atender las siguientes pautas:

- Tener en cuenta la normatividad vigente con respecto a publicidad exterior, sobre todo en los casos en los que se publicitan bebidas alcohólicas (el tradicional happy hour, por ejemplo).
- Nunca ofrecer publicidad engañosa o que pueda inducir a error (por ejemplo: “hoy dos postres por el precio de uno” pero solamente en cierto horario, lo cual podría ser visto como un engaño al cliente).
- Nunca presentar un anuncio con malas palabras, groserías o que pueda ofender a alguna persona (por ejemplo cuando se hacen alusiones a gente de talla grande).
- Nunca explotar el miedo de las personas.
- Nunca aprovecharse de la ingenuidad de los niños.
- Nunca inducir a las personas a cometer conductas perjudiciales o peligrosas.

Además de lo anterior, es importante que el aviso no dificulte el ingreso al lugar, que esté adecuadamente iluminado para que pueda verse en la noche y que la fachada sobre la que se coloque permanezca limpia, bien mantenida y con los colores adecuados.

1.7. Comunicación de medios de pago aceptados

Se debe exhibir, en forma fácilmente legible y visible, los medios de pago aceptados para que el cliente los identifique rápida y claramente antes del inicio del servicio.

Un beneficio importante para los clientes del restaurante es **facilitar la forma en que pueden pagar por sus consumos**. Por eso cada vez más, los negocios están incorporando todos los medios de pago posibles: efectivo, tarjetas de crédito, tarjetas débito, bonos que se entregan a funcionarios de ciertas entidades a partir de convenios e incluso algunos restaurantes que atienden estudiantes universitarios, trabajadores y públicos similares, han optado por elaborar “valeras o tiqueteras” con cantidades de diez o más vales que al ser adquiridas representan un descuento considerable, dentro de una política de economías de escala del establecimiento. Esta es una medida que además de garantizar un fluido tránsito de comensales, permite una mejor planificación de la producción y, en consecuencia, eficaz fidelización.

De igual forma, en zonas turísticas de algunas ciudades, muchos establecimientos suelen aceptar dólares y otras monedas, por lo que también es importante comunicar a los clientes acerca de esta posibilidad. De nuevo en este aspecto, es necesario que el establecimiento esté al tanto del manejo legal que debe darse.

Para que el cliente se entere de los medios de pago, generalmente se coloca en el ingreso del restaurante (sobre la puerta o en una pared visible) la información correspondiente. Esta labor se facilita porque generalmente las entidades que expiden dichos medios entregan publicidad para que sea exhibida en lugares visibles del establecimiento. La carta o menú, también puede contener este tipo de información.

1.8. Platos típicos en la oferta gastronómica

Se recomienda incluir e identificar en la carta de platos los productos y/o elaboraciones autóctonas o típicas de la localidad o región.

Sin importar el tipo de restaurante o el mercado al que se dirija, **siempre es bueno incluir un plato de la gastronomía paraguaya dentro de la carta del negocio y procurar especializarse en la preparación del mismo**. Esto hará que el restaurante tenga un reconocimiento adicional, sobre todo si se encuentra ubicado en zonas en las que se presente un importante flujo de extranjeros y/o turistas.

Para tal fin es importante tener en cuenta:

Mercado al que dirige su producto.	Para establecer gustos y preferencias de los clientes del negocio.
Zona en la que se encuentra ubicado.	Para reconocer posibles mercados potenciales.
Frecuencia de visita por parte de extranjeros y/o turistas.	Para determinar los días o temporadas en las que se debe ofrecer el plato.
Proveedores de insumos.	Para saber el costo de los insumos y la facilidad de adquirirlos.

1.9. Estándar del armado del salón y de las mesas

La organización debe establecer un estándar documentado para el armado del salón y la presentación de las mesas; previendo un espacio mínimo de circulación entre las mesas de ochenta centímetros. Este estándar debe ser conocido por aquellos que preparan el servicio.

La organización del comedor del restaurante depende de las medidas y formas del espacio, así como de los accesos y necesidades de circulación, la forma de las mesas, la cantidad de personas que se pretende atender, entre otros aspectos.

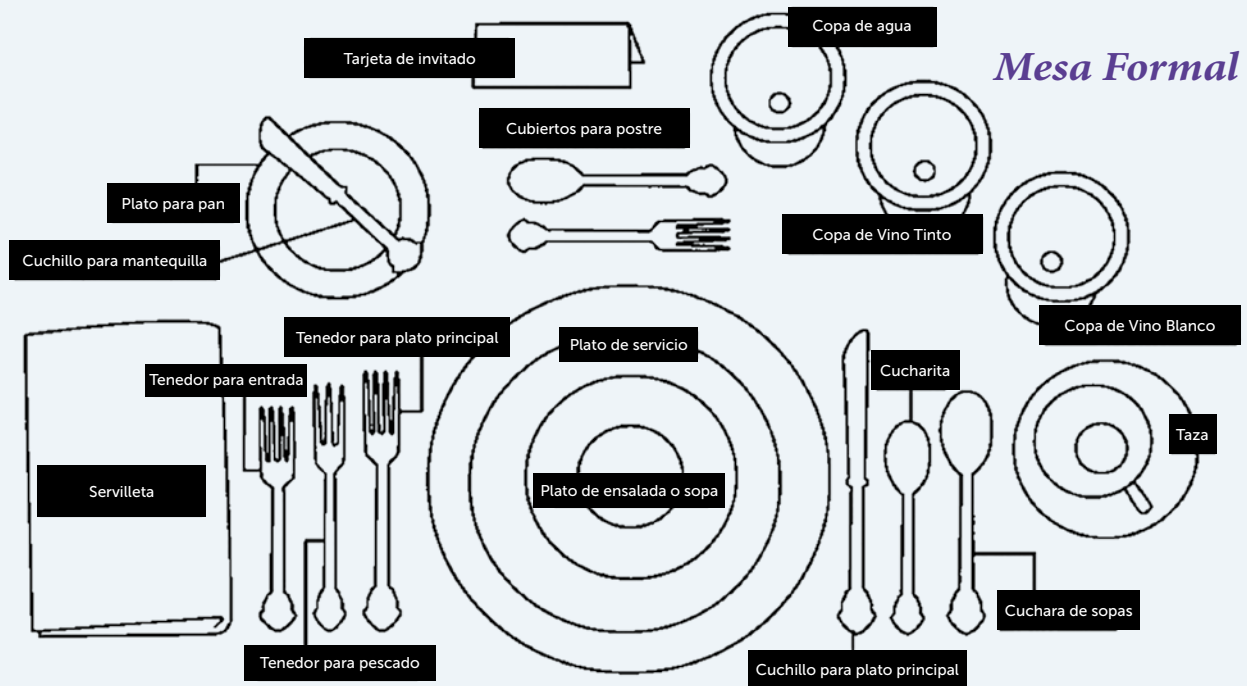
Para un servicio **sencillo**, las mejores mesas son las **cuadradas** en las que se acomodan 4 comensales. Este tipo de mesa es fácil de alinear y se pueden juntar varias, cuando el grupo a atender es de mayor tamaño. Para servicios más **formales** se utilizan mesas **redondas**, en las cuales pueden sentarse 12 comensales. Las mesas **rectangulares** son utilizadas para acomodar hasta 8 clientes y se utilizan también para los servicios de **buffete**.

Estudios realizados, afirman que la posición de las mesas y el espacio que se brinda a cada cliente influye en las decisiones de consumo. De acuerdo con dichos estudios, las personas que se sentaron en mesas más anchas permanecieron un lapso mayor de tiempo y gastaron más dinero que en mesas pequeñas. También se ha demostrado que la sensación de satisfacción es menor cuando la mesa vecina está a menos de 50 centímetros. En ese sentido, lo usual es que los restaurantes dejen un espacio de 91 centímetros entre cada mesa. De no ser posible, por lo menos deben dejarse 80 centímetros de distancia. De igual forma, los pasillos entre los que deben circular los meseros deben ser de mínimo 71 centímetros, para que puedan circular tranquilamente con las bandejas y demás utensilios.

El montaje de la mesa se realiza no solamente pensando en que el cliente cuente con los utensilios necesarios para disfrutar de su comida de manera cómoda, sino para crear un ambiente agradable, a partir de la mantelería, la cristalería y la vajilla. Es necesario tener en cuenta:

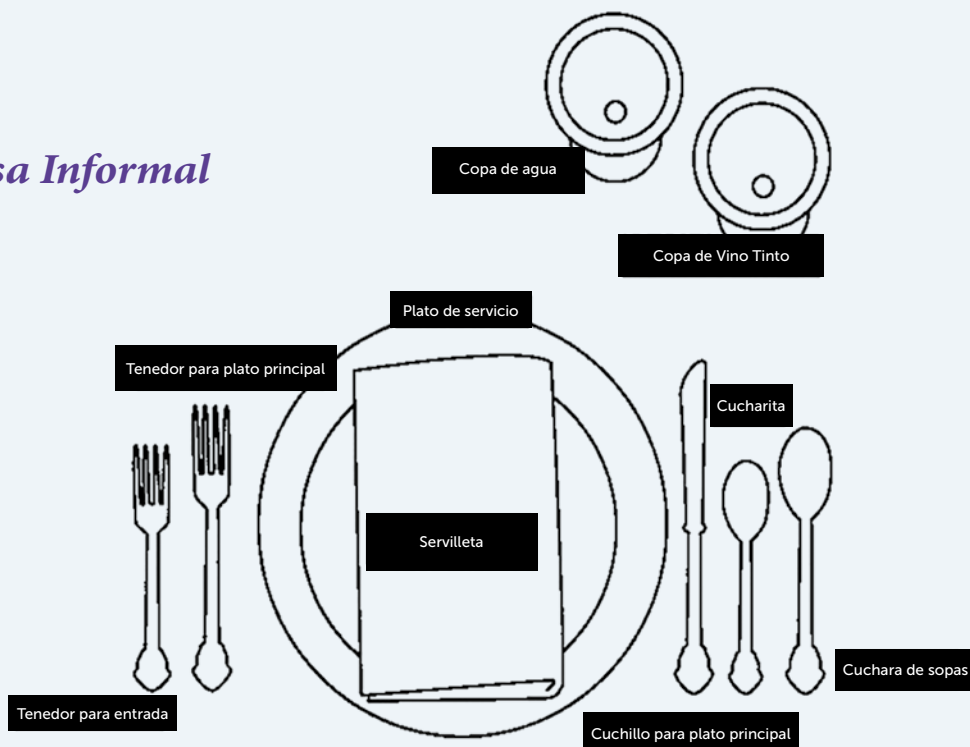
- Entre cada puesto de la mesa debe haber un espacio de entre 61 y 77 centímetros y el montaje se realiza a una distancia de 2,54 centímetros del borde.
- Cuando el espacio es reducido, se deben evitar copas y platos de postre desde el inicio del servicio, los mismos se irán colocando, a medida que se vayan recogiendo los primeros.
- Los centros de mesa deben ser bajos, para que no dificulten que las personas se vean.
- Las mesas deben tener un mantel blanco o de un tono pastel.
- Las servilletas deben hacer juego con el mantel y se deben colocar sobre el plato base, dobladas en forma de triángulo.

- Los cubiertos se colocan de afuera hacia adentro a los lados del plato base y el que queda cerca al plato debe guardar una distancia de 2 cm con este. Al lado derecho van los cuchillos con el filo hacia adentro, la cuchara al lado del cuchillo con la concavidad hacia arriba. Al lado izquierdo van los tenedores con las púas hacia arriba. Los cubiertos de postre se colocan en la parte superior del plato, con los mangos intercalados.
- El pan se coloca en un plato pequeño, al lado izquierdo y la mantequilla en un plato pequeño en la parte derecha superior, junto con la pala de untar.
- La cristalería va formando una fila recta o una pequeña curva, en orden de uso, con distancia de 2cm entre cada pieza.



Fuente: gas-d2grupo-3.weebly.com/montaje-de-mesa

Mesa Informal



Fuente: <https://gas-d2grupo-3.weebly.com/montaje-de-mesa.html>

1.10. Estándar de presentación de platos

Se debe documentar el modo de presentación de los platos del menú del establecimiento.

Los establecimientos gastronómicos son uno de los negocios que más se esfuerzan por tener una identidad propia y un posicionamiento diferenciado. Esto se logra, entre otros aspectos, a partir de la calidad de los platos y de la presentación; esta última, cualidad de afamados chefs alrededor del mundo.

En la ficha técnica (ver numeral 1.4), quedó documentada la presentación de cada plato; como se mencionó allí, estas fichas se deben actualizar permanentemente y en ese sentido, también las presentaciones de los platos podrían ir cambiando y renovándose.

Las presentaciones de los diferentes platos pueden ser de distintos tipos:

<p>Tradicional: La proteína es la protagonista del plato, se coloca en la parte inferior, justo frente al comensal en la mesa y las guarniciones o acompañamientos van a lado y lado, en la parte superior del plato.</p>	 <p>Fuente: saludextremadura.ses.es</p>
<p>Presentación alternativa: el orden lo pone el autor del plato, de acuerdo con su creatividad.</p>	 <p>Fuente: turismo.gob.ec</p>
<p>Presentación vertical: es una novedosa forma de presentación, en la cual los componentes se colocan uno sobre otro. Generalmente la base es una guarnición, encima la proteína y luego alguna decoración. El plato se rodea de salsa.</p>	 <p>Fuente: sevilla.abc.es</p>
<p>Presentación dispersa: es en la que se colocan todos los elementos dispersos por el plato, sin un orden establecido, generalmente el componente principal del plato va en el centro.</p>	 <p>Fuente: diarioinformacion.com</p>


1.11. Gestión de la comanda

La organización determina un método para la gestión de la comanda, que incluye el tiempo mínimo deseado para tomar la comanda y la entrega del servicio solicitado.

La comanda es una herramienta que permite conectar el servicio a la mesa con el área de producción. Es un documento interno en el que se consignan los pedidos de los clientes y permite tener un control exacto de las ventas, las materias primas, las posibles pérdidas, además de permitir la elaboración de la factura del cliente. Debe contar con los siguientes elementos:

- Numeración
- Fecha
- Número de la mesa
- Cantidad de personas en la mesa
- Nombre o identificación del mesero
- Espacio para escribir los productos consumidos
- Tiempos de servicio
- Entre los beneficios que tiene la utilización de las comandas se encuentra:
- Permite identificar el pedido que ha realizado cada cliente.
- Ayuda a atender las mesas por estricto orden de llegada.
- Contribuye a solucionar malentendidos con los clientes.
- Facilita identificar pérdidas.
- Sirve para evaluar tendencias de consumo.

El siguiente formato ilustra el contenido de la comanda.

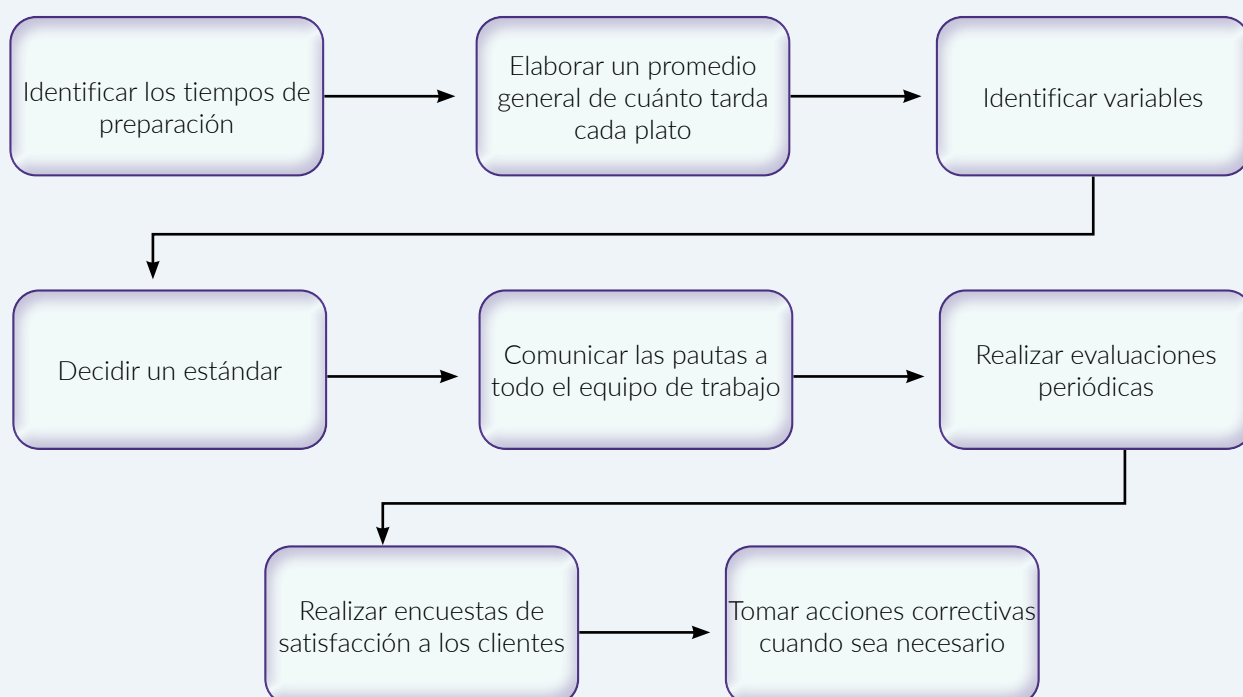
RESTAURANTE ABC Comanda de servicio			
Fecha:		N ^a	
Hora del pedido		Hora de entrega:	
Personas:		Mesa	Mesero
Código plato	Cantidad	DESCRIPCIÓN	
1			
2			
3			
4			
5			
6			
7			
8			
9			
10			
11			
12			
...			

De igual forma, la comanda es el instrumento más indicado para establecer estándares de servicio como el tiempo que debe transcurrir entre el pedido del cliente y la entrega del plato, lo cual depende de variables tales como: tipo de clientes, tipo de preparaciones, tipo de servicio (ver numeral 1.14 Atención a la Mesa), entre otros.

Por ejemplo:

Tipo de restaurante	Comidas rápidas	Restaurante francés de un hotel
Mercado objetivo.	Transeúntes de una avenida principal.	Huéspedes, principalmente extranjeros que están de visita en la ciudad.
Capacidad del restaurante	Una barra para diez personas en un local muy pequeño	10 mesas para 10 personas (capacidad de 100 personas).
Recurso humano involucrado	Un cocinero, un cajero, una persona de atención al cliente.	Un Maitre, 5 meseros, un hotess, un sommelier. Diez personas en la cocina y una persona de caja.
Tipo de servicio	El cliente espera en la barra de preparación su pedido, lo recibe y se sienta en la barra.	Servicio francés.
Estándar de servicio	Máximo 5 minutos desde que se entrega la comanda al cocinero.	Máximo media hora para platos fuertes, dependiendo del tipo de preparación que se haya solicitado. Mientras tanto se ofrecen bebidas, pan, vinos, etcétera.
Consideraciones particulares del establecimiento	Dado el reducido espacio del establecimiento, conviene servir rápidamente y que las personas circulen ágilmente, para lograr altos volúmenes de venta.	Conviene que los clientes permanezcan por largos períodos de tiempo dentro del restaurante, para que consuman más platos, postres, vinos, etcétera. Dado que son turistas, tienen tiempo para revisar la carta tranquilamente y disfrutar el tiempo en el restaurante.

De acuerdo con el ejemplo, para establecer los tiempos de servicio, será necesario:



1.12. Información previa a la reserva

La organización establece un método documentado en el que se determina la información a brindar al cliente en caso de reservas: horarios, precios, ofertas, tickets admitidos, formas de pago, tiempo de espera para reservas.

Las reservas pueden hacerse telefónicamente, **on line**, por correo electrónico o personalmente. En cada uno de estos casos, la respuesta al cliente debe ser oportuna y satisfactoria, además de facilitar el posterior manejo operativo a las personas encargadas de servicio a la mesa y del área de cocina.

La información que se proporcione al cliente debe estar disponible y actualizada en la página web del establecimiento, en tarjetas publicitarias a la mano para clientes y empleados y, en lo posible, en las cartas del establecimiento. Allí se deben encontrar datos como:

- Medios de pago admitidos.
- Horarios de atención.
- Ofertas.
- Números telefónicos, página web y correos electrónicos para reservas.
- Condiciones para las reservas, de acuerdo con las políticas del establecimiento.

1.13. Registro de la reserva

La organización debe registrar las reservas, incluyendo como datos mínimos: tipo de cliente (particular o empresa), preferencias, medio y persona de contacto, número de comensales y requerimientos especiales.

El procedimiento para dar respuesta a la reserva debe ser conocido por todas las personas del restaurante, aunque se designe a alguien para realizar la sistematización y la coordinación del proceso. En el manual de funciones (ver numeral 1.2) deberá quedar asignada esta responsabilidad. El procedimiento sugerido es:



El siguiente formato puede ser útil para capturar la información del cliente, ya sea telefónica o personalmente.

RESTAURANTE ABC - REGISTRO DE RESERVAS			
Nombre de quien realiza las reservas:			
Fecha:			
Cliente	E-mail/teléfono	Número de personas	Fecha y hora de reserva

1.14. Atención a la mesa

La organización debe capacitar al personal sobre las formas de atención a las mesas. Debe quedar registro de estas capacitaciones.

El establecimiento puede optar por uno o varios tipos de servicio, de acuerdo con sus intereses, el mercado al que atiende, los platos que sirve o distintos eventos que pueden realizarse en el negocio.

Entre los tipos de servicio más reconocidos se encuentra:

- **Servicio a la americana o emplatado** que es el tradicional, en el que el plato se sirve en el área de producción y el mesero lo coloca por la derecha del comensal, en la mesa. Es un servicio ágil, de bajo costo y requiere poco personal de servicio.

- **Servicio inglés**, en el que los platos se presentan por la izquierda, en una fuente y el mesero sirve en el plato del comensal con cubiertos. En este tipo de servicio se requieren varios meseros, cuando el número de comensales aumenta.
- **Servicio francés**, en el que los platos se presentan por la izquierda, en una fuente, pero en este caso el comensal es quien se sirve con los cubiertos que el mesero le facilita. Este servicio toma mayor tiempo que el inglés, por lo que se requieren más meseros.
- **Servicio ruso** en el que los alimentos se preparan junto al cliente en un carrito auxiliar. Es un servicio que se utiliza para alimentos crudos, flameados, trinchados o que requieren poca cocción. Es un servicio de lujo puesto que el mesero está prácticamente dedicado a un solo comensal.
- **Servicio guerdón**, en el cual los alimentos cocinados se acercan a la mesa en una fuente, se presentan a los comensales y en una mesa auxiliar se porcionan y se sirven a cada comensal por la derecha.

Con el objeto de que el personal del restaurante adquiera las habilidades necesarias para prestar los diferentes tipos de servicio, se deben implementar capacitaciones, las cuales deben quedar registradas mediante fotografías y planillas de asistencia.

1.15. Presentación de factura


La factura se presenta en óptimas condiciones de presentación: limpia, sin deterioros, descriptivas y legibles.

Una factura es un documento mercantil en el que se incluye la información de una venta. De acuerdo con los requisitos de ley, el restaurante debe expedir las facturas a sus clientes, cuyo contenido debe ser:

- Datos del restaurante: Nombre, logo, dirección, teléfonos ciudad o municipio, teléfonos.
- Número de la factura.
- Fecha de emisión
- Identificación tributaria
- Descripción de productos consumidos
- Precios
- Impuestos y otras contribuciones
- Propinas
- Valor total

Generalmente los establecimientos gastronómicos cuentan con software que además de controlar inventarios para compras, emite tirilla de facturas, también puede emitirse manualmente (preimpresas); a continuación, algunos modelos.

Preimpresura

		RESTAURANTE ABC Calle 1 N° 123 Teléfono (201) 234 567 Asunción - Paraguay		TIMBRADO N° _____ Fecha de inicio Vigencia: _____ Fecha Fin Vigencia: _____ FACTURA N° _____	
Fecha de emisión		Cond. de Venta:		CONTADO <input type="checkbox"/> CRÉDITO <input type="checkbox"/>	
RUC:		Vencimiento:			
Nombre o razón social cliente:			Documento Identidad		
Dirección cliente:			Teléfono cliente:		
Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Valor de venta		
			Exentas	5%	10%
		Propina			
		SUBTOTALES			
TOTAL A PAGAR (en letras):					
Liquidación del IVA 5%		10%		TOTAL IVA:	

Tirila

RESTAURANTE ABC RUC DIRECCIÓN TELÉFONO E-MAIL		
Factura de venta N°		
Cajero		
Fecha		
Cond. Pago		
Cantidad	Producto	Valor

Total factura		

Ventas grabadas		

Impuestos		

EFFECTIVO		
CAMBIO		

BP2. Recursos materiales, equipamiento, instalaciones y proveedores

2.1 Identificación de la organización

El nombre de la organización debe estar perfectamente identificado en la entrada del espacio físico del establecimiento.

La elección del nombre del establecimiento debe corresponder con el mensaje que se quiere transmitir, el público que se pretende atender y los productos que se van a ofrecer, entre otras consideraciones. Es importante proyectarse hacia una verdadera marca que identifique al negocio y se posicione en la mente de los consumidores. El aviso que se coloque fuera del negocio es la primera imagen que muchas personas tendrán del restaurante, por lo tanto el mismo debe motivar el ingreso de los comensales, diferenciarse de la competencia y causar una buena impresión.

El numeral 1.6 brinda algunas pautas para publicidad exterior del negocio

2.2 Acceso al establecimiento

Los distintos accesos de ingreso y de estacionamiento si tuviera, se encuentran debidamente señalizados, cuentan con iluminación, se mantienen limpios y despajados de obstáculos.

El restaurante debe conocer las normas de seguridad que aplican para sus instalaciones, entre ellas se encuentra seguramente, la necesidad de señalar e iluminar los estacionamientos y el restaurante en general. Para tal fin, debe designarse a una persona que se encargue de controlar y vigilar el cumplimiento de los requisitos enunciados en este requisito y relacionados con la seguridad; dicha responsabilidad deberá quedar consignada en el manual de funciones correspondiente. Esta persona podría contribuir en aplicar los procesos y procedimientos descritos en el numeral 1.1 Requisitos Legales.

2.3 Inventarios de insumos

La organización debe realizar inventarios de insumos críticos para la prestación del servicio en forma documentada y mantenerlos actualizados, a fin de asegurar los stocks mínimos necesarios y prever las necesidades de compras. Son ejemplos de insumos críticos: mantelería, vajilla, menaje, mobiliario, utensilios de cocina, artículos de limpieza.

El inventario es una herramienta importante para el control en cualquier negocio, sobre todo para aquellos que se relacionan con la elaboración de alimentos y bebidas. Su buen manejo y efectividad, contribuye con:

- Proveer información sobre existencias de insumos, materias primas y demás.
- Suministrar criterios para decidir compras.
- Evaluar la utilización de insumos frente a las ventas (identificar desperdicios, pérdidas, etcétera).
- Clasificar todas las existencias del restaurante y evaluar proveedores, marcas, características, entre otros análisis.
- Controlar costos y realizar informes financieros de la compañía.

Existen dos tipos de inventario, uno permanente que realizan generalmente las empresas más grandes y que consiste en realizar un control continuo entre lo que se consume y lo que se adquiere.

El que es más usual para los restaurantes es el inventario físico, que para el caso de alimentos y bebidas se realiza una vez al mes, dependiendo de las características de cada negocio. Sin embargo, los insumos críticos exigen un control frecuente, teniendo en cuenta que son indispensables en la operación diaria del restaurante.

Una forma muy sencilla de realizarlo es simplemente elaborar un listado de todos los insumos, clasificados por familias; por ejemplo, insumos críticos (vajilla, cubiertería), lácteos, carnes, víveres, etcétera; para el caso de los críticos, es preferible hacerlo diariamente, al finalizar cada turno de servicio; para el resto, contar al finalizar el mes las existencias de cada elemento, registrado en el listado. Finalmente se compara con el listado del día o mes anterior, según corresponda y se revisan las compras realizadas, para conocer cuánto se gastó.

El siguiente formato ilustra cómo podrían controlarse los insumos críticos:

		CONTROL INVENTARIO DE INSUMOS CRÍTICOS												CÓDIGO								
														VERSIÓN								
														FECHA DE VIGENCIA								
														PAGINA 1 DE 1								
Mes _____ Año _____																						
No	Elemento de operación	Día												Cantidades								
		1		2		3		4		5		6		7		8		9		10		...
		II	F	II	F	II	F	II	F	II	F	II	F	II	F	II	F	II	F	II	F	
1	Copa agua	20	19	20	0	19	1	15	6													
2	Cuchara postre																					
3	Cuchara sopera																					
4	Cuchillo																					
5	Mantel																					
6	Mantequillero																					
7	Pimentero																					
8	Plato base																					
9	Plato entrada																					
10	Plato postre																					
11	Plato sopa																					
12	Salero																					
13	Servilleta tela																					
14	Tenedor grande																					
15	Tenedor pequeño																					
16	Vaso corto																					
17	Vaso largo																					
18	...																					
Responsable conteo:										Responsable verificación:												

	ELABORADO POR	REVISADO POR	APROBADO POR
NOMBRE			
CARGO			
FIRMA			

Explicación:

II Inventario Inicial: cuente al iniciar el turno y ubique la cantidad de la casilla.

F Faltantes: reste del **II** el **F (II- F)** y ubique el resultado en la casilla; recuerde que la resta siempre debe hacerse sobre el **II** del primer día.

Responsable del conteo: será el designado para realizar la labor; preferiblemente del área de servicio.

Responsable de la verificación: jefe inmediato del responsable del conteo; podrá hacerlo aleatoriamente.

2.4 Stock mínimo de cartas

La organización debe mantener un stock mínimo de cartas - menús sobre el total de plazas o cubiertos que ofrece el establecimiento.

A efectos de realizar una adecuada planificación de las actividades del restaurante, la administración debe establecer la capacidad del mismo, en términos de la cantidad de comensales que puede atender. El área disponible varía dependiendo del tamaño de las mesas, los elementos decorativos y otros aspectos. Sin embargo, es posible realizar algunos cálculos que den luz sobre este aspecto.

Inicialmente, se parte de que en un servicio de alimentos y bebidas, cada cliente ocupa en promedio, un espacio de 1,20 m². Esta medida puede variar en casos especiales, por ejemplo, si el restaurante ha incorporado mesas grandes o sillas muy amplias. En esos casos, habrá que adicionar algunos centímetros a la medida propuesta.

Entonces: $CE = \text{Área útil para servicio} / 1,20 \text{ m}^2.$

Donde CE = **Capacidad estimada**

Por ejemplo: si un restaurante tiene un área de 15 metros de largo por 10 metros de ancho, entonces su capacidad estimada es la siguiente:

$$CE = 150 \text{ m}^2 / 1,20 \text{ m}^2 = 125 \text{ comensales}$$

A continuación, se determina la capacidad productiva, para lo cual deben estimarse los tiempos del servicio. La siguiente tabla presenta los momentos clave para realizar este cálculo:

Acción	Minutos
Bienvenida	5
Presentación a la carta	4
Toma del pedido	5
Entrega de bebidas	10
Servicio de comida	60
Entrega de cuenta de pago	10
Limpieza y organización de la mesa	5
Total tiempo	99

Con estos tiempos, se puede establecer la Capacidad Productiva Máxima de Comensales, mediante la siguiente fórmula:

$$CPMC = CE \times \text{Tiempo Total del Servicio} / \text{Tiempo del ciclo}$$

Donde:

Tiempo Total del Servicios = 99 (establecido en la tabla)

Tiempo del Ciclo = 120 minutos (es un cálculo que la administración establece para un tipo de servicio, por ejemplo 240 minutos para el desayuno, 120 minutos para el almuerzo, 300 minutos para la cena, etcétera).

En el ejemplo, se toma el ciclo de almuerzo, por lo que el resultado sería:

$$CPMC = 125 \times 99 / 120$$

$$CPMC = 103 \text{ comensales}$$

Este resultado quiere decir que, para cuestiones de servicio, a la hora del almuerzo se atienden 103 personas al tiempo. En ese sentido, se debe contar con la cantidad de cubiertos, bandejas, menús, que se ajusten a esta proporción de personas.

Respecto de las cartas, el promedio general indica que es necesario contar con al menos un 10% de las plazas disponibles; es decir, si el restaurante cuenta con 100 puestos, debe tener mínimo 10 cartas disponibles. Es preciso aclarar que éstas deben **estar en idioma inglés si atienden extranjeros y en función de la nacionalidad de los clientes habituales.**

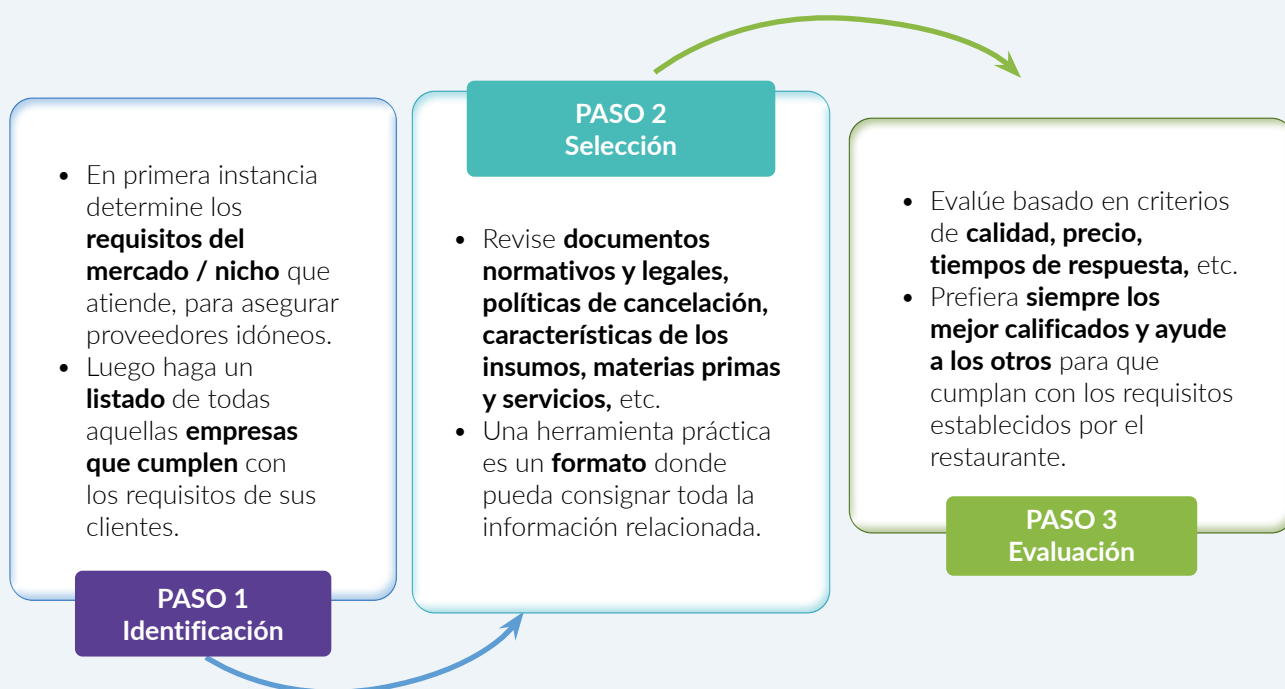
2.5 Listado de proveedores críticos

Se debe disponer de un listado actualizado de los proveedores críticos con sus datos de contacto y los servicios que proveen.

El negocio gastronómico debe establecer parámetros claros para la selección de sus proveedores, a partir de las siguientes etapas:

Paso 1 - identificación

De acuerdo con el **mercado** que atiende el restaurante, es necesario disponer de un listado de proveedores con la siguiente información:



- Datos de referencia: designación comercial, razón social, dirección, identificación fiscal, teléfono, correo electrónico, persona de contacto.
- Detalle de los productos y servicios que brinda y que son aceptados por la organización.
- Limitaciones o condicionantes de los proveedores y/o sus productos.

Proveedor	Tipo	Identificación	Teléfono	Correo	Contacto	Observaciones
La vaca feliz	Lácteos	3456789	6257523	info@lavafeliz.com	Amanda Gómez	Productos frescos Solo distribuye en Asunción.
Huevos del campo	Huevos	5678901	4567890	reservas@huevosdelcampo.com	Rocío Amaya (Encargada de reservas)	Gallinas de corral. Planta fuera de la ciudad. Se deben hacer pedidos con 3 días de anticipación.
Carnes García	Cárnicos	5436786	5436786	carnes.garcia@gmail.com	Antonio García (Dueño García)	Variedad de productos frescos. Pueden hacer entregas un día para otro.

Paso 2 - selección

Posteriormente se realiza la recopilación, por escrito, de la información de cada uno. **Es de gran ayuda contar con formatos** para la estandarización de los requerimientos; además de facilitar la evaluación. A continuación, un ejemplo de formato de recopilación de información individual de proveedores que podría ser aplicado:

Paso 3 - evaluación

El diligenciamiento del formato que se presenta a continuación permitirá tomar decisiones acerca del proveedor o proveedores con los que la agencia continuará trabajando; la necesidad de cambiarlos, o el tipo de servicio a contratar. El formato contiene:



SELECCIÓN DE PROVEEDORES

Código:
Versión:
Fecha de vigencia:
Página 1 de 1

Nombre proveedor:	No. Evaluación:
Tipo proveedor:	Fecha última evaluación:
	Fecha próxima evaluación:

DATOS EMPRESARIALES

Nombre de la empresa		
Razón social		
Identificación de la empresa		
Representante legal		
Dirección oficina		
Ciudad	Provincia	País
Número de contacto	Administrativo	Comercial
E-mail de contacto	Administrativo	Comercial
Página web		
Número de cuenta bancaria:		

INFORMACIÓN DEL PRODUCTO Y/O SERVICIO

Descripción detallada de insumos, materiales, materias primas, producto y/o servicio	
¿El insumo, material, materia prima, producto y/o servicio presenta alguna restricción o condición de uso?	
¿Terceriza sus actividades con otros proveedores?	
¿Cuál es la política de cancelación, devoluciones y reembolso?	

DOCUMENTOS NECESARIOS

Documento	SI	NO	Observaciones
Anexar licencia de funcionamiento			
Anexar copia de identificación de la empresa			
Anexar certificado de cuenta bancaria			
Anexar listado de productos y servicios con precios			
Anexar 2 referencias comerciales			

CONCLUSIONES

Resultado de selección	Positivo	Negativo	Observaciones

	Elaborado por	Revisado por	Aprobado por
Nombre			
Cargo	Jefe administrativo	Jefe de cocina	Gerente General
Firma			

- Datos de contacto del proveedor que se evalúa.
- Evaluación: los criterios pueden variar, de acuerdo con las prioridades o políticas del restaurante; por ejemplo, se pueden establecer calificaciones altas a proveedores comprometidos con el medio ambiente.
- Conclusiones: se consignan los resultados de la evaluación y las observaciones correspondientes.
- Escala de valoración: la administración del negocio puede establecer los puntajes de valoración y la escala de ponderación que crea pertinente. Esta evaluación puede ser exigente, a partir del tipo de servicio, precios, mercado atendido, u otras variables que deben considerarse.

Es conveniente también definir la frecuencia para realizar la evaluación, que puede ser anual, bianual o cada cinco años. **No es recomendable cambiar de proveedores continuamente**, a no ser que alguna circunstancia lo amerite. Los proveedores también requieren, de parte de la agencia, buen relacionamiento, trato justo y cordial, **sin sacrificar jamás la exigencia en la calidad de los productos y en el servicio.**

Para recordar:

La selección y evaluación de proveedores idóneos es la base para tener una oferta competitiva. Compartir la información con el proveedor evaluado permitirá seguir mejorando en los procesos

Importante

Cuando el resultado de la evaluación a un proveedor no sea satisfactorio, debe comunicarse oportunamente y ofrecer una oportunidad de mejora con un plazo definido, al final del cual volverá a aplicarse nuevamente la evaluación.



EVALUACIÓN DE PROVEEDORES

Código:

Versión:

Fecha de vigencia:

Página 1 de 1

Nombre proveedor:

No. Evaluación:

Tipo proveedor:

Fecha última evaluación:

Fecha próxima evaluación:

CRITERIOS A EVALUAR

Criterio	Valoración	Puntaje		Observaciones
		Máx	Obtenido	
Calidad de los productos	Excelente	4.5 a 5.0		
	Bueno	4.0 a 4.4		
	Regular	3.5 a 3.9		
	Muy regular	3.0 a 3.4		
Cumplimiento en tiempos de entrega	Excelente	4.5 a 5.0		
	Bueno	4.0 a 4.4		
	Regular	3.5 a 3.9		
	Muy regular	3.0 a 3.4		
Precios	Excelente	4.5 a 5.0		
	Bueno	4.0 a 4.4		
	Regular	3.5 a 3.9		
	Muy regular	3.0 a 3.4		
Forma de Pago (Cumplimiento de los acuerdos comerciales)	Excelente	4.5 a 5.0		
	Bueno	4.0 a 4.4		
	Regular	3.5 a 3.9		
	Muy regular	3.0 a 3.4		

CRITERIOS A EVALUAR

Criterio	Valoración	Puntaje		Observaciones
		Máx	Obtenido	
Política de Descuentos	Excelente	4.5 a 5.0		
	Bueno	4.0 a 4.4		
	Regular	3.5 a 3.9		
	Muy regular	3.0 a 3.4		
Política de Cancelación, devoluciones y reembolsos	Excelente	4.5 a 5.0		
	Bueno	4.0 a 4.4		
	Regular	3.5 a 3.9		
	Muy regular	3.0 a 3.4		
TOTAL				

CONCLUSIONES

Resultado de Evaluación	Positivo	Negativo	Observaciones

	Elaborado por	Revisado por	Aprobado por
Nombre			
Cargo			
Firma			

ESCALA DE VALORACIÓN		
Valoración	Puntaje	Resultado
Excelente	4.5 a 5.0	Cumple
Bueno	4.0 a 4.4	Cumple
Regular	3.5 a 3.9	Cumple con recomendaciones
Muy regular	3.0 a 3.4	No cumple

2.6 Recepción de pedidos de compra

Se debe controlar durante la recepción de mercadería, las cantidades y requisitos de estos, entre los cuales se debe incluir:

- *Control visual de las propiedades organolépticas del producto (color, olor, textura y sabor).*
- *La fecha de caducidad o consumo si corresponde.*
- *Cantidad de los productos.*
- *Integridad de los envases.*

Se debe dejar registro de esta acción.

La recepción de las mercancías es un procedimiento delicado para el establecimiento gastronómico, ya que del mismo depende que no se pierdan insumos y que sean recibidos con la calidad y características por las que se pagó. Las siguientes son algunas pautas para realizar adecuadamente esta actividad:

- En los contratos con los proveedores o en las órdenes de compra debe quedar claro que no se recibirán productos en mal estado o que no cumplan con las especificaciones técnicas solicitadas.
- Debe quedar establecido en los manuales de funciones de los empleados que están a cargo de este tipo de procesos, las responsabilidades correspondientes y las posibles sanciones por omisiones en esta labor.
- Todo lo que se reciba debe ser revisado con base en la factura y el pedido.
- La persona encargada debe realizar los controles necesarios, aun cuando el proveedor sea conocido y de gran confianza.
- Todo lo que llega debe ser pesado y medido.
- Se debe contar con los elementos necesarios para realizar la recepción de las mercancías (p.e. básculas) y con los espacios adecuados para hacerlo.
- Una que otra vez, de sorpresa, el gerente debería presentarse en este proceso.
- Si se cuenta con personal de seguridad, se puede asignar a esta persona la labor de consignar en un formato pre – diseñado, datos como: fecha, proveedor, hora de llegada y hora de salida, persona que recibe, producto, número de factura, faltantes y devoluciones (en caso de que se presenten).
- Se deben elaborar formatos que den cuenta lo más pormenorizada posible, del proceso de recibo de mercancías.

 RESTAURANTE ABC	INSPECCIÓN DE MATERIA PRIMA E INSUMOS		CÓDIGO:
			VERSIÓN:
			FECHA DE VIGENCIA:
			PAGINA: Página 1 de 1

RESPONSABLE:		CARGO:	FECHA DE RECIBO									
PRODUCTO	PROVEEDOR	CANTIDAD RECIBIDA	TEMPERATURA	FECHA DE VENCIMIENTO	NÚMERO DE LOTE	INSPECCIÓN				NO CONFORMIDAD	CORRECCIÓN	
						COLOR	OLOR	SABOR	TEXTURA			ENVASE
ELABORADO POR		REVISADO POR		APROBADO POR								
NOMBRE		NOMBRE		NOMBRE								
CARGO		CARGO		CARGO								
FIRMA Y FECHA		FIRMA Y FECHA		FIRMA Y FECHA								

2.7 Horario de recepción de mercaderías

Para una mejor atención al cliente, la organización debe planificar el ingreso de proveedores para la recepción de mercaderías e insumos en un horario que no coincida con los de la prestación del servicio.

De acuerdo con las políticas del negocio, sus horarios de atención y otras consideraciones, es preciso fijar un horario en el que se recibe a los proveedores, que no interfiera con las labores del restaurante ni con la atención a los clientes.

Este horario debe ser informado verbalmente a los proveedores por medio de los contratos u órdenes de compra (se sugiere el horario de 9 a 11 de la mañana). Además, es importante asignar un lugar para la recepción de los productos y no permitir cambiarlo. El encargado de recibir los productos debe organizar muy bien su trabajo, de manera que pueda atender uno a uno, a todos los proveedores, de manera que no se presenten confusiones y se realicen todos los controles necesarios.

2.8 Sillas para niños

La organización dispone de sillas para niños según la cantidad de plazas y el tipo de clientes habituales.

De acuerdo con el mercado que atiende el restaurante, es importante generar las condiciones adecuadas para que los clientes que llegan en familia se sientan cómodos. Algunos detalles que podrían mejorar la atención en estos casos son:

- Ofrecer algunos juegos.
- Crear menús infantiles.
- Disponer algunos espacios exclusivos.
- Adecuar baños para cambios de pañal y con sanitarios pequeños.
- Contar con mobiliario adecuado.

En el mercado existe una amplia oferta de sillas para niños que pueden ser valoradas, de acuerdo con las características del restaurante y sus clientes, existen opciones ultraplegables que no ocupan mucho espacio, inflables y para cada tipo de edad. Los parámetros que se deben considerar, a la hora de adquirirlas son:

- Que la estructura sea sólida y resistente, con patas distribuidas geométricamente, que no cojee. Algunas tienen ruedas que permiten transportarla fácilmente.
- Que sea cómoda para que sea agradable usarlas; preferiblemente acolchada y ergonómica. Debe tener tablero para que coloque sus juguetes y descansen los brazos. Si es reclinable, mucho mejor.
- Que sea segura. Las correas son recomendables cuando se trata de pequeños entre los 6 y 24 meses.
- Que garanticen su limpieza, teniendo en cuenta que se van a ensuciar; deben permanecer desinfectadas y pulcras, por lo tanto, sería ideal que sean desarmables, así es más factible garantizar su aseo adecuado.

2.9. Calefacción y refrigeración de los espacios físicos de atención al cliente.

Se debe disponer de equipos para la calefacción y refrigeración, y que los mismos funcionen correctamente. Serían conveniente que los mismos estuvieran incluidos en el plan de mantenimiento programado.

El establecimiento gastronómico debido a su operación cuenta con gran cantidad de equipos y máquinas que requieren atención especial debido a que generalmente se trata de artefactos de alto costo y su daño puede provocar la pérdida de múltiples materias primas y en el peor de los casos, impedir el funcionamiento del restaurante. Entre este tipo de equipos se encuentran los de calefacción y refrigeración de los espacios físicos de atención al cliente que deben mantenerse en perfectas condiciones, en razón a que permiten una estancia agradable dentro del establecimiento. En tal sentido, la planeación del mantenimiento de los equipos es una tarea fundamental para la operación del negocio y puede ser de tipo preventivo o correctivo.

Mantenimiento correctivo es el que se realiza cuando un equipo o máquina dejó de funcionar o presenta fallas en su funcionamiento; no debería ocurrir; puede resultar muy costoso y paralizar al negocio.

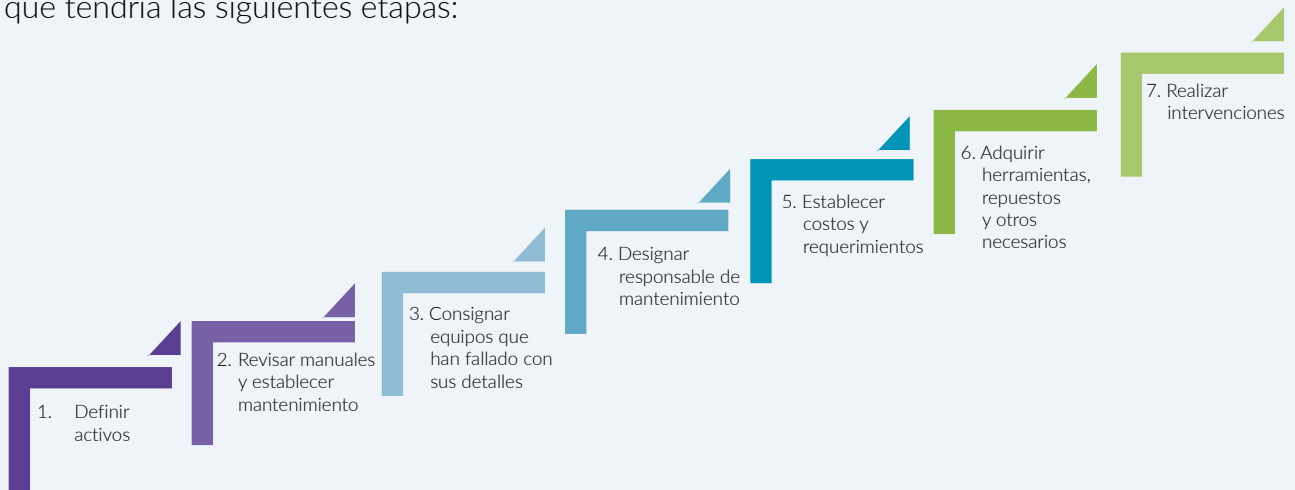
Cuando se presente, el proceso puede ser:



Mantenimiento preventivo o programado se refiere a todas las acciones que se realizan para asegurar que los equipos y máquinas funcionan bien, reduciendo de esa forma el riesgo de que se dañen o que, sin razón aparente, dejen de funcionar. Esto se logra, por ejemplo, reemplazando piezas de desgaste antes de que finalice su vida útil, realizando limpiezas y lubricaciones, entre otros aspectos.

También existe el **mantenimiento predictivo** que consiste en intervenir la máquina, en el momento en que se presume que se dañará.

En todo caso, sea cual fuere el tipo, es necesario que se cree un **plan de mantenimiento**, que tendría las siguientes etapas:



Posteriormente, es recomendable establecer un **cronograma para los mantenimientos programados** con el fin de conocer los momentos en que el equipo quedará fuera de servicio y así el personal pueda organizar sus labores. Es indispensable que el cronograma incluya el detalle de lo que se hará a cada equipo, de tal manera que se pueda hacer una trazabilidad posterior.

El siguiente modelo, sirve de referencia.

		CRONOGRAMA DE MANTENIMIENTO PREVENTIVO DE EQUIPOS												Código:
														Versión:
														Fecha de vigencia:
														Página 1 de 1
AÑO:														
Equipo	Acción	Meses												
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
		Elaborado por				Revisado por				Aprobado por				
Nombre														
Cargo														
Firma														

2.10 Áreas de lavado de cocina independientes

La cocina debe contar con áreas independientes de lavado; diferenciando las áreas para el lavado de vajilla, el lavado de alimentos y el lavado de manos.

La cocina del restaurante debe contar con un área de lavado en la que se realiza el pre – lavado, el lavado y el sanitizado. Esta área generalmente se subdivide en dos partes: una para el lavado de la vajilla, los cubiertos y la cristalería y una zona de lavado de ollas en la que, además se lavan las bandejas y los utensilios de cocina. Debe ser así porque ollas y vajilla no se debe mezclar, ya que los niveles de grasa y temperatura son diferentes para cada tipo.

Es necesario disponer de lavabos diferentes de agua potable, caliente y fría para los alimentos, así como las herramientas de trabajo.

Para las personas que manipulan alimentos, se dispondrá de suficientes lavamanos, diferentes a los empleados por los clientes, dotados de jabón desinfectante y toallas de papel. No se recomienda secado de aire o mediante toallas de tela porque pueden transportar partículas que contaminen los alimentos o los equipos. Podría ayudar colocar una imagen con el proceso correcto para el lavado y desinfección de las manos.

Es importante que el establecimiento determine la frecuencia:

- Al ingresar al área de cocina.
- Después de tocar elementos ajenos al área de producción de alimentos.
- Después de usar el sanitario.



Las pilas donde se laven los alimentos no deben utilizarse para lavarse las manos o los utensilios.

2.11 Recipientes de basura

Los desperdicios y restos de comida son depositados y recogidos en recipientes de basura con tapa de apertura indirecta (pedal o similar). La disposición de los residuos se debe ajustar a las normativas de las autoridades competentes. La organización cuenta con un método de limpieza e higiene de los recipientes de basura.

Se deben adoptar medidas para la remoción y almacenamiento de desechos, de acuerdo con las reglamentaciones que para el caso expidan las autoridades competentes. En ese sentido, han de utilizarse recipientes con tapa y marcados, de acuerdo con el tipo de desecho que contienen.

- Las canecas, cubos o recipientes donde se depositan las basuras deben ser fáciles de limpiar y desinfectar.
- El uso de bolsas dentro del recipiente de las basuras es obligatorio.
- Procurar no verter líquidos dentro de estos recipientes.
- Retirar de la cocina los residuos diariamente o después de cada ciclo de servicio.
- Las áreas de desperdicios deben estar ubicadas fuera de las áreas de producción, lo más lejos que sea posible.

BP3. Mantenimiento y limpieza

La limpieza del establecimiento gastronómico es una tarea que le compete a todo el equipo humano que labora en él.

Para empezar, es necesario realizar algunas claridades: limpiar no es lo mismo que desinfectar o que sanear.

- **Limpiar** es eliminar lo que visiblemente está sucio. Para esto se usa jabón, agua, detergentes, cepillos, trapos, etcétera.
- **Desinfectar** es quitar o eliminar la suciedad que no se ve. Se usa agua caliente, vapor y productos químicos desinfectantes.
- **Sanear** son las acciones para mantener o restablecer un estado de limpieza y desinfección que evite enfermedades.

El aseo del restaurante es vital porque es un lugar donde se encuentra gran cantidad de alimentos que podrían contaminarse si las condiciones de aseo e higiene no son las mejores. Por otra parte, debido al alto tráfico de personas, tanto en las zonas públicas como en las áreas de producción, es fundamental que las rutinas de aseo implementadas permitan eliminar todo tipo de contaminación.

En ese sentido, puede afirmarse que las buenas rutinas de aseo permiten:

- Mantener la salud y el bienestar de los clientes y de los empleados.
- Evitar accidentes, dado que algunos residuos son inflamables y habiendo estufas, encendedores, etcétera, existen evidentes riesgos.
- Mayor satisfacción a los clientes y comensales.
- Crear un buen ambiente para el equipo de trabajo porque no hay malos olores ni contaminación.
- Evitar plagas que generalmente son difíciles y costosas de erradicar.
- Conservar equipos y utensilios, evitando su desgaste prematuro.

3.1 Rutina de limpieza de salones y baños de clientes y del personal

La organización debe definir una rutina de limpieza que contemple: cuándo se realiza, y los productos y artículos a emplear. Dicha rutina debe estar documentada.


Los baños para uso de los comensales y del personal deben encontrarse limpios y mantenidos; deben contar con: jabón, papel higiénico, papelera, toallas de papel o secador de manos y aromatizante. Se debe contar con el registro de limpieza y desinfección correspondiente.

El restaurante debe establecer rutinas de aseo y de uso de elementos para este fin, definiendo un **Programa de Limpieza y Desinfección** cuyo propósito central es mantener en perfectas condiciones de inocuidad el área de producción y las demás áreas de servicio del establecimiento; el siguiente modelo, define las áreas que deben tenerse en cuenta y describe dos de ellas, mediante un ejemplo.

Se recomienda el uso de limpiadores y detergentes biodegradables, teniendo en cuenta la responsabilidad que se asume con el planeta y la salud de los manipuladores.

El sitio donde se atiende a los clientes del restaurante debe tener una decoración sencilla que evite objetos en los que se acumule fácilmente el polvo (como flores secas, adornos de tela, etcétera).

- Algunas de las recomendaciones de limpieza para las áreas de atención a los clientes y que complementan el Programa de Limpieza y Desinfección, son:
- Se limpia constantemente durante todo el día. Es decir, inmediatamente los comensales se retiran de una mesa, se recoge la vajilla, cubiertos y todo lo que se haya utilizado, se limpia la mesa y se vuelve a organizar. En caso necesario, se cambia el mantel. Cerciorarse de que no haya restos de comida en ellas o en el piso. La mesa debe quedar perfecta nuevamente. Es un ejercicio que debe ser ágil y discreto (sin ruidos o movimientos bruscos que molesten a los demás comensales).
- El piso se debe barrer varias veces al día, cuando no haya gente.
- Las puertas, vidrios y algunos elementos decorativos también son elementos que deben limpiarse constantemente ya que en ellos suelen quedar marcadas las huellas de los dedos. Esta limpieza debe hacerse durante todo el día con los elementos y sustancias que se requiera (líquidos para madera, de vidrios, bayetilla, etcétera)
- La desinfección se realiza al cerrar. Para tal fin deben apilarse sillas y mesas que se dejan así hasta el siguiente día.
- Diariamente se desinfecta todo lo que existe en el comedor: manteles sillas, mesas, servilletas, cubiertos, etcétera.
- Una vez al mes se realiza limpieza profunda de techos y paredes.

 <p>RESTAURANTE ABC</p>	OPERACIONES EN CONTACTO DIRECTO CON EL ALIMENTO				CÓDIGO:	
					VERSIÓN:	
					FECHA DE VIGENCIA:	
					PAGINA: Página 1 de 1	
DESINFECCIÓN						
LIMPIEZA		DESINFECCIÓN				RESPONSABLE
Objetivo: eliminar y remover grasa o residuos de alimentos provenientes de la operación para evitar o prevenir la contaminación de los productos.		Objetivo: eliminar y controlar el crecimiento microbiano para evitar su proliferación en los productos.				
Jabón	No aplica	Desinfectante	Según elección.			
Concentración	No aplica	Concentración	Según ficha técnica del producto.			
Tiempo de Acción	No aplica	Tiempo de Acción	Según ficha técnica del producto.			
Procedimiento	No aplica	Procedimiento	1. Sumergir fruver en la solución desinfectante.			
			2. Dejar tiempo de acción.			
Frecuencia	No aplica	Frecuencia	3. Retirar el producto de la solución			
			4. Enjuagar si lo requiere el producto.			
		Cuando se procese				
<p>ÁREA/ Equipo, Instalación, Utensilio, Producto</p>						Auxiliar de cocina
<p>COCINA/ Frutas y verduras</p>						

Jabón	Según elección.	Desinfectante	Según elección.
Concentración	Según ficha técnica del producto.	Concentración	Según ficha técnica del producto.
Tiempo de Acción	Según ficha técnica del producto.	Tiempo de Acción	Según ficha técnica del producto.
Procedimiento	1. Retirar residuos de alimentos.	Procedimiento	1. Asegurarse que la mesa se encuentra limpia y sin residuos de jabón.
	2. Humedecer con agua potable.		2. Aplicar solución desinfectante por aspersión.
	3. Aplicar solución jabonosa, esparciéndola con una esponja o cepillo.		3. Dejar actuar el tiempo indicado.
	4. Restregar fuertemente con ayuda de una esponja o cepillo eliminando la mayor cantidad de suciedad posible.		4. Enjuagar si lo requiere el producto.
	5. Enjuagar con agua limpia.		
	6. Escurrir el agua sobrante.		
	7. Verificar que la limpieza haya sido efectiva. En caso contrario, hacer un nuevo lavado.		
Frecuencia	A diario, o cuando se cambie de proceso.	Frecuencia	A diario, o cuando se cambie de proceso
COCINA / Mesas y pocetas			Auxiliar de cocina
COCINA/ tablas de corte, cuchillos, loza, ollas, cubiertos. licuadoras, procesador, extractor, básculas, canastillas,...			

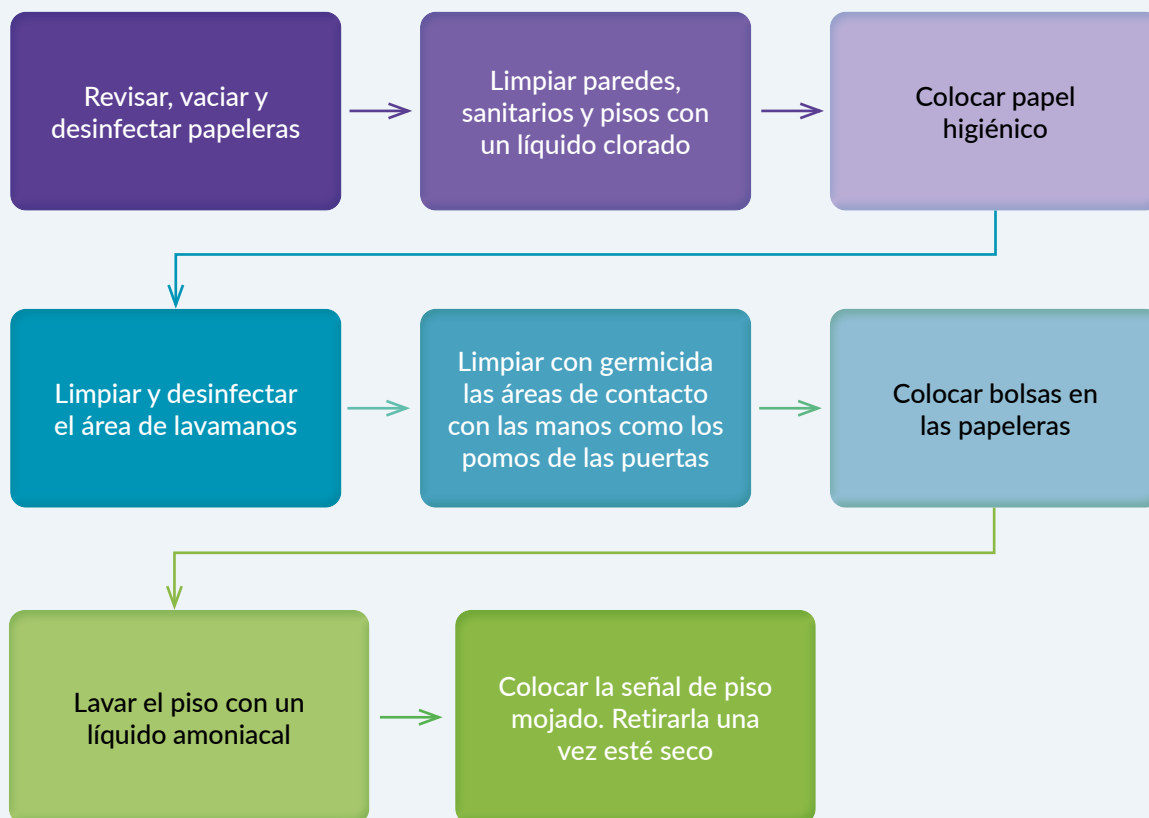
COCINA / Neveras y congeladores							
COCINA / ambientes							
COCINA/ Petos, guantes							
MANIPULADOR MANOS							
COCINA / techos, ventanas, puertas y lámparas							
COCINA/Campana de extracción, hornos y estufas							
COCINA/Cuarto de lavado: piso, estibas							
CUARTO DE ALMACENAMIENTO INSUMOS							
LIMPIEZA DE CHOQUE							
ZONAS DE SERVICIO / Pisos, canecas, mesas, sillas							
CONTENEDORES DE RESIDUOS SÓLIDOS							
VESTIERS/ Pisos y lockers							
BAÑOS							

Se debe hacer un mantenimiento a la infraestructura al menos una vez al año, aprovechando para pintar, arreglar desperfectos y/o eliminar plagas. Estas actividades requieren de varios días, por lo que se debe buscar una temporada adecuada para hacerlo.

- Para el aseo y desinfección de los baños es importante tener en cuenta:
- Establecer un registro de limpieza y desinfección donde se describan todas las actividades a desarrollar, para que los empleados estén continuamente realizando dichas acciones (ver formato Programa de Limpieza y Desinfección).
- Permanentemente revisar las condiciones en las que se encuentran los baños, verificando que haya papel higiénico, jabón, toallas y demás suministros. Es importante revisar cuando ha habido una gran afluencia de público; por ejemplo, en horas de almuerzo o cena.
- Formar al equipo humano para que sepa cómo debe realizar la labor, cuáles productos utilizar, en qué cantidades, con qué frecuencia, etcétera.

Los traperos, cubos, limpiadores, cepillos, escobas, aerosoles y demás utensilios de limpieza de los baños deben guardarse en armarios y gabinetes de servicio, fuera del alcance de los clientes.

La rutina de aseo y desinfección debe realizarse con guantes y tapabocas, así:



3.2 Rutina de limpieza de cocina y almacén de mercaderías

La organización debe definir una rutina de limpieza que contemple: cuándo se realiza, los productos a emplear, y los responsables. Esta rutina debe incluir la limpieza de los equipos y utensilios empleados en la manipulación y elaboración de los alimentos.

El Programa de Limpieza y Desinfección (ver formato numeral anterior), define responsables, frecuencia para la realización de las labores, método que se aplica y productos a emplear; no es necesario hacer uno para cada área (cocina y servicio), puede unificarse.

- Para realizar esta labor de planeación es recomendable seguir los siguientes pasos:
- Se recorren todos los espacios del restaurante de un extremo al otro y se va haciendo un listado de todas las cosas e instalaciones
- Luego se determina con qué frecuencia debe asearse o limpiarse.
- Posteriormente se procede a establecer el método adecuado de limpieza para cada elemento de la lista.

Luego se eligen los mejores productos de limpieza para cada tipo de elemento.

Algunos de los tipos de higienizado son los siguientes:

Equipos de cocina: generalmente todos los equipos traen instrucciones para saber cómo desarmarlos y limpiarlos. Se deben seguir esas instrucciones; asearlos y desinfectarlos después de cada uso. Si no se utilizan con frecuencia, antes de emplearlos es necesario realizar tal procedimiento.

Campanas: dos veces por semana limpieza y desinfección externa; una vez al mes limpieza de filtros de partículas grasas y una vez al año desarme completo y limpieza interna del extractor.

Techos: una vez por semana.

Desagües: todos los días. Se deben abrir las rejillas para sacar la grasa y basura acumulada.

Baños: se limpian una vez por turno, o cada vez que sea necesario.

Neveras, refrigeradores y demás equipos de enfriamiento: se limpian y desinfectan una vez por semana. Deben desocuparse completamente, antes de proceder a su higienización.

Hornos y freidoras: diariamente, pero debe hacerse limpiezas profundas regularmente.

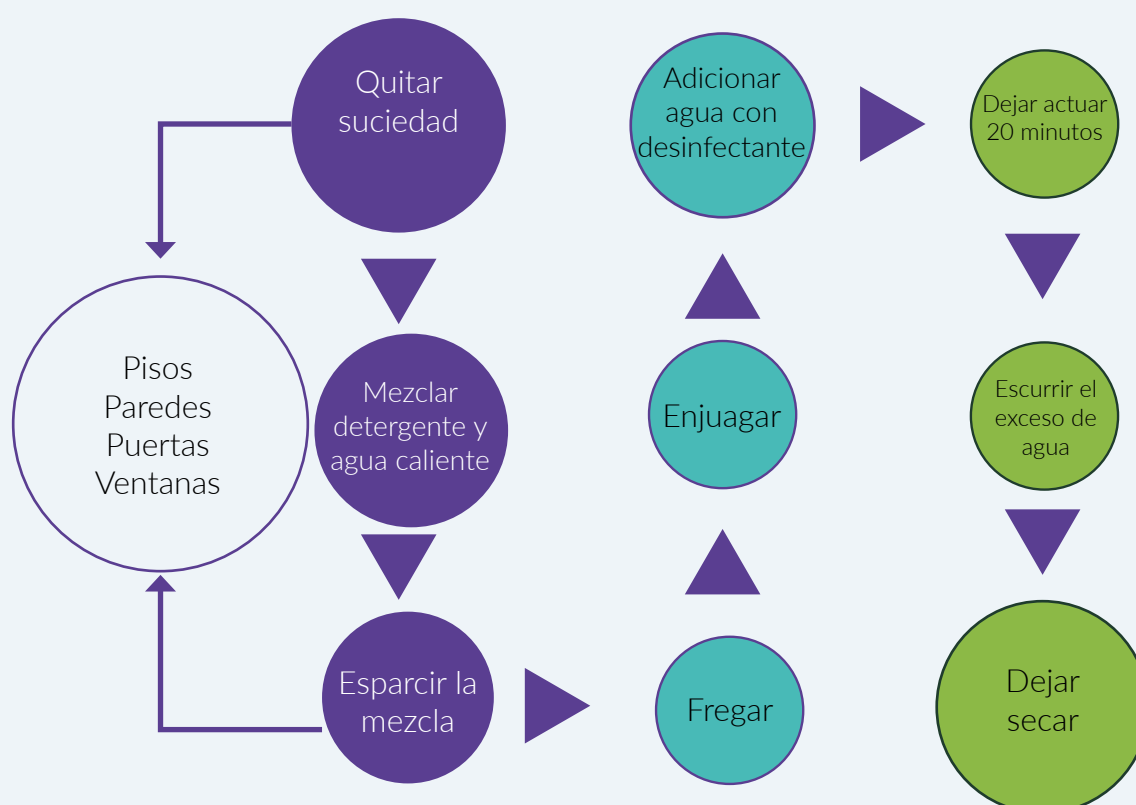
Las superficies en las que se trabajan los alimentos (mesones, equipos, entre otros): deben limpiarse y desinfectarse, cada vez que se cambie de tarea.

Los utensilios y vajilla: se lavan y desinfectan inmediatamente después de su uso.

- Los pasos del lavado son:
- Botar las sobras y enjuagar.
- Lava en el primer compartimiento de lavado con una solución de detergente a 45° C.
- Se remueve la suciedad con esponja.
- Las tablas de plástico se lavan con cepillos de cerdas duras.
- Se enjuaga con agua limpia a 50° C.
- Se sumerge en agua a 70° C. por 30 segundos o en solución desinfectante.
- Se seca al aire.
- Las piletas o espacios de trabajo se limpian y desinfectan después de cada uso.
- Los utensilios de madera se deben lavar con solución de detergente y cepillos de cerdas duras, se enjuagan con agua y se friegan nuevamente con desinfectante, luego de cada uso. Nunca se deben sumergir en desinfectantes.
- Elementos de limpieza como esponjas, se lavan y enjuagan frecuentemente y se mantienen en recipientes con desinfectantes o se dejan secar al aire.
- Los trapos y paños de limpiar se lavan mínimo una vez al día.

- Cepillos, baldes, traperos, se lavan, se enjuagan y se desinfectan luego de cada uso. No se deben dejar en agua.
- Los grandes recipientes de comida deben permanecer siempre muy limpios. Se lavan de la misma manera que la vajilla, pero en lavaderos más amplios que permiten realizar el procedimiento cómodamente. En caso de que no se pueda utilizar agua caliente, se puede usar hipoclorito diluido en agua, para el enjuague.
- No se recomienda secar con trapos, sino dejar secar al aire o con toallas desechables.
- Toda la maquinaria de la cocina debe ser fácil de limpiar y desmontar, es muy importante prestar especial atención a las batidoras y picadoras de carne.
- El personal que hace la limpieza debe tener guantes, botas de caucho y tapabocas.

La cocina se lava diariamente así:



3.3 Productos de limpieza identificados

Los productos de limpieza se deben encontrar en sus envases originales, los cuales deben tener las etiquetas establecidas por el proveedor. En caso de que los productos se hayan vuelto a envasar y/o fraccionar, el nuevo envase debe encontrarse etiquetado indicando su contenido. Asimismo, nunca se deben utilizar envases de alimentos y/o bebidas que puedan inducir a confusión.

Los productos para limpiar pueden clasificarse en detergentes alcalinos que remueven suciedad orgánica, limpiadores ácidos para suciedad mineral, desengrasantes, y abrasivos que ayudan a sacar suciedad adherida o incrustada de cualquier tipo.

Para desinfectar se puede usar agua o vapor (a 65°C o más) o se pueden usar desinfectantes químicos.

- Es importante tener presente los siguientes lineamientos en el uso de este tipo de productos:
- Los productos que se utilicen para limpieza y desinfección deben estar aprobados para ser usados en cocinas y espacios en los que se produzcan alimentos para consumo humano.
- Siempre deben seguirse las indicaciones de uso de los fabricantes, no darles otros usos que no sean los señalados y en las dosis establecidas.
- No deben mezclarse con otras sustancias.
- Deben permanecer bien cerrados.
- Debe vigilarse su caducidad, conservar las fichas técnicas y los envases originales.
- Deben guardarse en un lugar seguro, bajo llave y lo más lejos posible de los alimentos.
- Es importante también tener en cuenta que ya se encuentran en el mercado productos de limpieza y desinfección amigables con el medio ambiente, que pueden ser incorporados a los suministros que utiliza el restaurante.

Debe mantenerse un inventario en formato de listado de productos.

3.4 Plan de mantenimiento programado

Se debe contar un plan de mantenimiento programado en donde se establezcan las acciones programadas, los responsables y la periodicidad para realizarlas.

El plan de mantenimiento debe contener:

- *Limpieza de campanas*
- *Control de equipos de frío (heladeras y freezer)*
- *Servicios programados por fabricantes*
- *Descongelación y limpieza de equipos de frío*
- *Limpieza de sistemas de calefacción y refrigeración*
- *Revisión del sistema eléctrico*
- *Limpieza periódica de los tanques y cisternas de provisión de agua potable.*

Los numerales 3.1 Rutina de limpieza de salones y baños de clientes y del personal, el 3.2. Rutina de limpieza de cocina y almacén de mercaderías, orientan acerca del Programa de Limpieza y Desinfección; el numeral 2.9 Calefacción y refrigeración de los espacios físicos de atención al cliente define las etapas para el correcto procedimiento de mantenimientos; todos ellos complementan este requisito.

Instalación eléctrica

Tiene vida útil que varía dependiendo de la calidad del diseño eléctrico, tipo de instalación, materiales utilizados, calidad del mantenimiento que reciba, entre otros factores. Cuando todo eso se ha hecho bien, una buena instalación eléctrica puede durar aproximadamente 25 años.

- Algunas precisiones:
- Las modificaciones a las instalaciones eléctricas requieren de un ingeniero eléctrico y un perfil de carga, mediante el cual se establece la potencia que demanda el sistema.
- Las revisiones generalmente se realizan cada tres a cinco años.
- Es importante tener los planos eléctricos al día, con todos los cambios que se hayan realizado.
- Se requiere un plan de mantenimiento integral que debe contemplar equipos eléctricos y electromecánicos, tableros, terminales de cableado y conexiones finales.

Generalmente las empresas gastan su presupuesto arreglando fallas debido a que no hacen un mantenimiento preventivo. Es por eso que, en ocasiones, se desperdician recursos económicos.

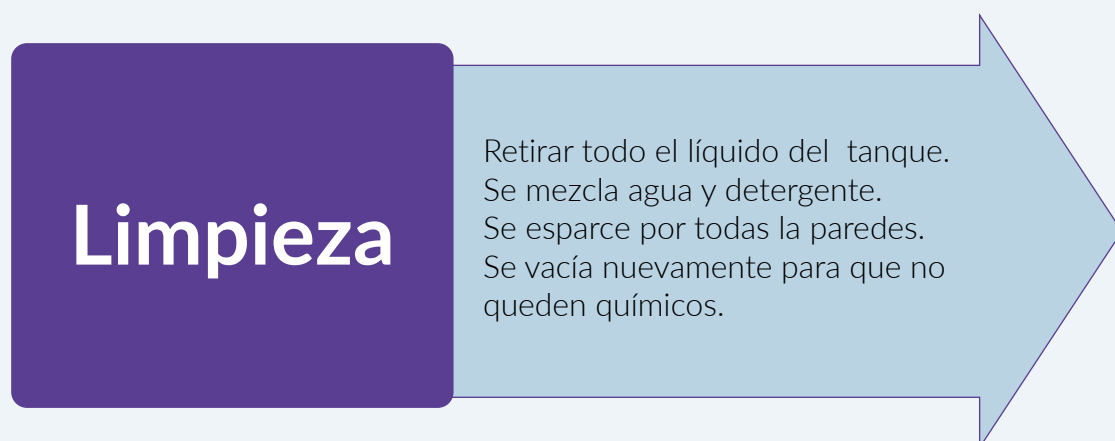
Limpeza de tanques

De acuerdo con la Organización Mundial de la Salud, se realiza así:

a. Limpieza

Se debe retirar todo el líquido que quede en el tanque, generalmente los tanques tienen una válvula de limpieza externa que permite extraer el agua de la base, algunos tanques se pueden ladear para que salga el agua y otros, desbaratar.

Luego se mezcla detergente y agua para todas las paredes del tanque y se friegan con un cepillo firme o con un chorro de agua a alta presión. Si el tanque tenía sustancias como aceite o cualquier otra, no se debe ingresar en él porque se pueden producir gases peligrosos. Puede colocarse un cepillo en un palo largo para no tener que ingresar, hay que tener mucho cuidado con las esquinas y rincones para que no quede nada del líquido contenido anteriormente. Se vacía nuevamente para que no quede detergente.



b. Desinfección

Se llena con agua limpia, hasta la cuarta parte de la capacidad (para establecer la capacidad del tanque se puede usar un palo con marcas graduadas que indiquen el nivel del agua. Más o menos, cada 10 centímetros la marca). Se hace una solución concentrada de cloro para desinfectarlo. La mejor opción de Cloro es HTH (High Test Hypochlorite) granulado o en polvo, el cual contiene 50% a 70% de cloro.

Se vierte esa solución en el tanque, revolviendo mientras se hace y luego se llena el tanque a su capacidad máxima con agua limpia. Se deja reposar el cloro en el tanque por 24 horas. Es mejor que el tanque quede tapado.

Si el tanque se necesita para uso urgente, se duplica la cantidad de cloro, lo que reduce el tiempo de 24 horas a 8 horas. Luego se vacía completamente.

- Es importante tener en cuenta que:
- Se deben limpiar y desinfectar los tubos y mangueras, que están conectadas al tanque, con el mismo procedimiento descrito.
- Siempre se debe introducir aire fresco en el tanque durante algún tiempo, antes de permitir que alguien ingrese.
- La persona que realice la limpieza, debe usar traje de protección: guantes, botas, casco y gafas.
- Es importante que una persona se encuentre cerca del tanque mientras la otra realiza la limpieza, por si sucede algún incidente.

Desinfección

Se llena con agua limpia hasta la cuarta parte de su capacidad.
Se hace una solución concentrada de cloro.
Se vierte la solución en el tanque revolviendo.
Se llena el tanque con agua limpia y se deja reposar por 24 horas

IMPORTANTE

- Los tubos y mangueras se desinfectan
- Introducir aire fresco antes de ingresar
- Uso obligatorio de guantes, gafas, botas y casco.
- Alguien cerca en caso de incidencias.

3.5 Mantenimiento correctivo

Se debe disponer de un registro donde consten los pedidos de reparación de averías que se producen en el establecimiento, como también se registren sus reparaciones. La información mínima requerida debe contener: descripción y tipo de avería, fecha del pedido de reparación y fecha de reparación.

El numeral 2.9 Calefacción y refrigeración de los espacios físicos de atención al cliente orienta acerca del mantenimiento correctivo.

El siguiente formato ejemplifica cómo dar solución a los equipos que presentan fallas.

	MANTENIMIENTO CORRECTIVO DE EQUIPOS			CÓDIGOS
				VERSIÓN
				FECHA DE VIGENCIA
				PAGINA 1 DE 1
Equipo	Área de ubicación del equipo			
Descripción de la falla:	Fecha reporte de la falla			
Descripción de la reparación efectuada:	Fecha de reparación			
Repuestos utilizados:	Equipo trasladado: Si ___ No ___			
	ELABORADO POR	REVISADO POR	APROBADO POR	
NOMBRE				
CARGO				
FIRMA Y FECHA				

3.6 Desinfección, desinsectación y control de plagas

Se deben realizar en forma periódica aquellas desinfecciones, desinsectaciones y desratizaciones indicadas, ya sea por normativa legal vigente o acción propia del establecimiento. Como también la realización de la desinfección periódica de los tanques, de las cisternas para la provisión de agua potable. Se deben mantener los registros de su realización.

Algunos conceptos previos:

- Una plaga es una especie animal que transmite enfermedades infecciosas para las personas.
- Plaguicidas químicos: son compuestos para eliminar organismos vivos, por lo que también son tóxicos para las personas.
- Desratización: control de roedores. Se realiza aplicando cebos sólidos de categoría toxicológica 1 que producen la muerte al roedor sin causar alerta en los demás congéneres.
- Desinsectación: eliminar insectos con químicos, mecánicamente o con medidas de saneamiento.

Las condiciones que favorecen la proliferación de plagas son:

- Mal manejo de residuos sólidos y líquidos.
- Falta de limpieza y desinfección de todos los lugares.
- Acumulación de elementos que no se utilizan.
- Mal almacenamiento de productos.
- Condiciones inadecuadas en las instalaciones: paredes con grietas, huecos en el piso, canaletas rotas o vencidas, etcétera.

Para reducir el uso de productos químicos, es necesario contar con un **Plan Integral de Manejo de Plagas**, entendido como las gestiones y medidas físicas y químicas que se realizan en el restaurante, para evitar la presencia de plagas. Para ello, es necesario la continua realización de las siguientes tareas:

- Limpiar restos de comida.
- Barrer debajo de las mesas, sobre todo cerca de las paredes.
- Limpiar los desagües.
- Limpiar toda el agua estancada y derrames de bebidas.
- Recoger trapos, delantales, servilletas y manteles sucios todos los días.
- Lavar con frecuencia todos los elementos de tela.
- No guardar cosas en cajas de cartón y en el suelo, sino en estantes de alambre y de metal.
- No almacenar basura cerca de las zonas de producción.
- Mantener todos los equipos y utensilios limpios y en condiciones adecuadas.
- Mantener herméticos y apartados del suelo todos los alimentos envasados y no envasados.
- El sector destinado a almacenar alimentos debe estar herméticamente cerrado.
- Procurar que las áreas estén ordenadas, de modo que haya visibilidad.
- Inspeccionar todas las materias primas que llegan para asegurarse de que no transportan plagas.
- Sellar todos los agujeros de pisos, paredes y techos.
- Asegurarse de que en el piso no haya restos de comida nunca, especialmente en la cocina, los baños o bodegas de comida.
- Mantener las áreas de lavado limpias, despejadas, sin averías o demás.

Los controles a las plagas pueden ser físicos o químicos

Control físico. Son dispositivos mecánicos como trampas de luz para insectos voladores, trampas de pegante para roedores, control de maleza, tapar herméticamente desagües, redes metálicas o mosquiteros en ventanas y puertas. Evitar el anidamiento de aves cerca del establecimiento.

Cuando se requiere tomar medidas de **control químico**, es recomendable dejarlo a empresas especializadas en tal labor.

El siguiente formato sirve para hacer seguimiento al control de plagas:

 <p>CONTROL DE PLAGAS APLICACIÓN DE PRODUCTOS Y ÁREAS TRATADAS</p>												Código:
												Versión:
												Fecha de vigencia:
												Página 1 de 1
Fecha	Área tratada	Producto aplicado y concentración	Método de aplicación	Tipo de plaga combatida	Cantidad		Observaciones	Responsable aplicación	Responsable verificación			
					Viva	Muerta						
Elaborado por				Revisado por				Aprobado por				
Nombre												
Cargo												
Firma												

En el numeral 3.4 se encuentra el procedimiento establecido por la Organización Mundial de la Salud para la desinfección de tanques.

3.7 Temperaturas de conservación de materia prima y alimentos

Se debe tener documentado las temperaturas requeridas para la conservación de cada tipo de materia prima y alimentos.

Teniendo en cuenta que las materias primas y los alimentos procesados se almacenan en diferentes lugares y que es preciso adecuarlos para preservar los insumos en condiciones óptimas, se hace necesario controlar las temperaturas de cámaras, equipos de refrigeración y congelación; para prevenir inconvenientes se recomienda la elaboración de un procedimiento y de un formato de control de temperaturas, los cuales deben ser de conocimiento del personal del área de producción, consignando dicha responsabilidad en el manual de funciones.

Igualmente, es preciso controlar la temperatura en el área de almacenamiento de víveres por lo que se sugiere instalar un termómetro.

A continuación, algunos modelos y ejemplos de las temperaturas óptimas de las materias primas:

LUGAR	ALMACENAMIENTO	GRUPO	ALIMENTOS	TEMPERATURA
Bodega 1	Seco	Empacados en sacos	Arroz, azúcar, leguminosas,	Ambiente
		Empacados en cajas	Galletas, masas, avena.	Ambiente
		Enlatado	Atún, salchichas.	20° C a 30° C
Bodega 2	Refrigerado	Cárnicos	Carne de res, cerdo, pollo pescado	2,5° C a 6° C
		Embutidos	Salchicha, chorizo, jamón, tocineta...	2,5° C a 6° C
		Hortalizas y verduras	Habichuela, zanahoria, tomate, cebolla...	2,5° C a 6° C
		Frutas	Naranja, fresa, limón, manzana...	2,5° C a 6° C
		Procesados	Gelatinas, jugo natural, sobran-tes ...	2,5° C a 6° C
		Proteicos	Quesos	2,5° C a 6° C
		Grasas y aceites	Mantequilla, margarina	2,5° C a 6° C
Bodega 3	Congelado	Frutas	Pulpa de fruta	0 a -18° C
		Precocidos	Papá, yuca, empanadas	0 a -18° C

INSTRUCTIVO PARA EL CONTROL DE TEMPERATURAS

PASO	RESPONSABLE	ACTIVIDAD	DETALLE	REGISTRO
1.	Cocinero auxiliar.	Toma de temperatura y registro.	Medir la temperatura de cada equipo con un termómetro y consignar en registro.	Control de temperaturas equipos de refrigeración y congelación.
2.	Cocinero auxiliar.	Verificar que la temperatura sea la adecuada.	Contrastar la temperatura registrada contra los rangos de la nevera escritos en cada registro.	Control de temperaturas equipos de refrigeración y congelación.
3.	Cocinero auxiliar.	Monitorear posibles anomalías en la temperatura.	Si la lectura de la temperatura esta fuera de los rangos se debe registrar la observación y hacer seguimiento de ésta durante el turno.	Control de temperaturas equipos de refrigeración y congelación.
4.	Cocinero auxiliar.	Reportar la anomalía a Mantenimiento	Si la irregularidad continua después de terminado el turno, reportar por escrito a Mantenimiento	Orden de mantenimiento
5.	Cocinero auxiliar.	Reubicación en caso de daño de nevera o congelador	Si la nevera y/o congelador queda fuera de servicio, se procederá a reubicar los alimentos en otras neveras, por el tiempo que sea necesario, garantizando su preservación, y si fuese necesario cambiando la organización normal de las neveras	N/A
6.	Almacenista	Revisión de temperatura	La temperatura en almacén no debe superar los 28°C, para lo cual el Almacenista verifica visualmente el termómetro de pared dispuesto en el área para tal fin. En caso de anomalía, reportará de inmediato a Mantenimiento.	Orden de mantenimiento (cuando sea el caso)
7.	Jefe de cocina	Supervisión registros de Control de temperaturas.	Los formatos serán firmados por el Jefe de cocina, como proceso de validación.	Control de temperaturas equipos de refrigeración y congelación.



**CONTROL DE TEMPERATURAS CÁMARAS
DE REFRIGERACIÓN Y CONGELACIÓN**

Código:
Versión:
Fecha de vigencia:
Página 1 de 1

Mes y año	Días																Observaciones	
Equipo	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16		
Nevera: Materia prima 4-8 °C																		
Cámara congelados ≤ -18° C																		
Nevera 2 Comidas preparadas ≤ 4°C																		
Nevera 3 Heladera ≤ -4 a 0 °C																		
C = CONFORME NC= NO CONFORME																		
SUPERVISÓ:										OBSERVACIONES SUPERVISOR:								
	ELABORADO POR					REVISADO POR					APROBADO POR							
NOMBRE																		
CARGO																		
FIRMA Y FECHA																		

3.8 Rotulación de alimentos ya preparados

La organización debe conservar los productos ya preparados, teniendo en cuenta como mínimo: envases herméticos para la conservación y transporte de alimentos (bowls con film, tupper); cada envase con su rotulación/etiqueta indicando la fecha de elaboración y la fecha de caducidad del producto.

Algunas recomendaciones para guardar alimentos preparados son:

- Utilizar el principio “First in – First Out” que quiere decir que lo primero que ingresa es también lo primero que se debe usar.
- Deben utilizarse los recipientes adecuados o guardarlos totalmente cubiertos en papel aluminio o vinilo transparente.
- Los alimentos preparados se deben congelar en envases herméticos que sirvan para microondas, dado que es posible que deban descongelarse usándolo.
- Se debe congelar en porciones pequeñas.
- No llenar totalmente el recipiente sino hasta tres cuartos de su capacidad.
- Elaborar registros con los alimentos que se han guardado de esta manera, colocando la fecha de congelación y la fecha límite de conservación.
- No dejar pasar los alimentos del tiempo límite de conservación.

- Nunca se congelan guisos grasos, mayonesa, preparaciones con papas, pasta, arroz, huevos duros con cáscara, verduras frescas para ensalada, ni alimentos ya fritos.
- Etiquetar siempre con los siguientes datos:
- Nombre del producto y principales ingredientes
- Fecha en la cual se pone en el refrigerador.
- Número de raciones que contiene el recipiente.

Algunas definiciones importantes de la Organización Mundial de la Salud son:

- Fecha de fabricación, el momento en que el alimento se transforma en el producto descrito.
- Fecha de envasado, la que se coloca el alimento en el envase en que se venderá finalmente.
- Fecha límite de venta, la última fecha en que se ofrece el alimento para la venta al consumidor, después de la cual queda un plazo razonable de almacenamiento.
- Fecha de duración mínima (consumir preferentemente antes de), la fecha en que, bajo determinadas condiciones de almacenamiento, expira el período durante el cual el producto es totalmente comercializable y mantiene cuantas cualidades específicas se le atribuyen tácita o explícitamente. Sin embargo, después de ese lapso, el alimento puede ser todavía enteramente satisfactorio.
- Fecha límite de utilización” (fecha límite de consumo recomendada, fecha de caducidad); termina el periodo después del cual el producto, almacenado en las condiciones indicadas, no tendrá probablemente los atributos.



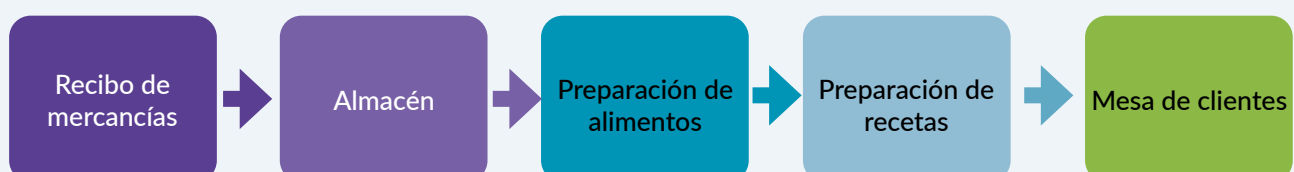
Fuente: Google.com

3.9 Flujo de mercaderías en cocina

La organización debe disponer de un correcto flujo o circuito de materia prima en la cocina para evitar la contaminación cruzada entre alimentos.

La contaminación cruzada es la transferencia de agentes contaminantes, de un alimento a otro.

Para garantizar condiciones de limpieza e higiene en el área de cocina y en los lugares donde los alimentos son almacenados, es importante tener en cuenta el principio **marcha adelante** cuando se diseñen los procesos en la preparación de alimentos. De acuerdo con este principio, el plato ya preparado no debe devolverse. De esta manera, se aleja de posibles focos de infección. El siguiente diagrama lo explica:



Algunos consejos para evitar la contaminación cruzada:

- El primero y ya reiterado consejo es la total pulcritud y limpieza en todas las áreas del restaurante.
- Lavarse siempre las manos con agua y jabón, antes de empezar a cocinar, cuando se pasa de manipular alimentos crudos a preparados o viceversa y cuando se va al baño.
- No utilizar al tiempo los mismos utensilios como recipientes, cuchillos o tablas para manejar alimentos crudos y preparados-
- Separar las carnes crudas de los alimentos preparados
- Al comprar los alimentos cárnicos, guardarlos en bolsas separadas del resto de alimentos.
- Las carnes crudas se almacenas preferiblemente en recipientes cerrados, en la parte inferior de la heladera para evitar el goteo de los líquidos propios de las carnes.

3.10 Rotación de los productos almacenados

La organización utiliza un método de almacenamiento como por ejemplo el FIFO (First In First Out, control de fechas de caducidad) que consiste en dar salida del depósito a los productos que tienen fecha de caducidad más próxima.

Una adecuada rotación de las materias primas en el restaurante es aplicar el principio anteriormente mencionado **First in – First Out** que significa que lo primero que llega es lo primero que debe salir, para lo cual es necesario que se registre la fecha en que los productos son recibidos y al momento de almacenarlos, aquellos que tienen fecha de vencimiento más cercana, son los que primero se utilizan.

Forma de operación:

- a) . El encargado recibe los productos los cuales serán identificados con la fecha de entrada al almacén.
- b) El encargado, ubica los diferentes productos en los estantes teniendo en cuenta los siguientes puntos:
 - Antes de ubicar el producto en el estante, el encargado deberá verificar si todavía tiene en existencia del mismo producto y que este corresponda a una entrega anterior.
 - En caso de ser así, se procederá a colocar el producto anterior adelante y el nuevo en la parte de atrás.
 - Al realizar el surtido de productos, el encargado debe despachar en primera instancia aquel producto que se recibió con mayor tiempo en almacén asegurando que el producto que se quede en almacén sea el de menor tiempo e ingreso.

El formato del numeral 2.6 Recepción de pedidos de compra, complementa este requisito.

3.11 Espacios de almacenaje

Los espacios de almacenaje de carnes, pescados, frutas y verduras están separados entre sí, y los depósitos de alimentos y bebidas están preservados de la luz solar y cuentan con ventilación.

El almacenamiento adecuado es otro punto de control, donde se debe evitar la contaminación y la multiplicación de los microorganismos en los alimentos.

Lo ideal sería tener una capacidad de almacenamiento tal, que cada grupo de alimentos tuviera su propio lugar. Por ejemplo: una heladera para lácteos, otra para frutas, otra para carnes rojas y así para cada grupo de alimentos. Esto sería económicamente complejo para una pequeña empresa, pero sí viable para una gran empresa de eventos o un hotel de categoría.

Cuando hay una sola cámara de enfriamiento para almacenar, es de vital importancia el **ORDEN**. Mantener todos los alimentos lo más separado para evitar posibles contaminaciones cruzadas; por ejemplo, arriba los alimentos cocidos y abajo los alimentos crudos.

Algunas recomendaciones a tener en cuenta:

- Seguir la regla FIFO (el primero que entra es el primero que sale). Al recibir nuevos productos ponerles las fechas de recepción y la de vencimiento y ubicarlos detrás de aquellos que ya estaban almacenados.
- Los productos que estén vencidos se deben desechar o en los casos que sea posible cambiarlos al proveedor.
- Higienizar las unidades de almacenamiento. Mantener todos los productos en envolturas o envases limpios y en buen estado. Una envoltura sucia o rota puede atraer plagas o contaminar el alimento. Si se remueven los productos de su envase original, estos deben ser puestos en recipientes aptos para alimentos que estén limpios y desinfectados.
- Etiquetar e identificar todos los productos que se almacenan, sean refrigerados y/ o congelados.
- No se deben abrir las puertas constantemente y minimizar el tiempo que la puerta permanece abierta porque ayuda a mantener la temperatura apropiada y ahorra energía.
- No recargar los refrigeradores porque dificulta la limpieza y compromete la circulación de aire.
- Dejar espacio entre los alimentos, cajas o envases para facilitar la circulación de aire. Tratar de no obstruir los ventiladores.
- La ubicación de los distintos tipos de alimentos dentro de la heladera determina la posibilidad de contaminación durante el período de almacenamiento. El lugar donde se encuentran las materias primas o los alimentos sin procesar debe estar alejado/separado de los productos terminados.

BP4. Personal del establecimiento

4.1 Responsable de coordinar las acciones de calidad de la organización

Se debe definir, dentro de las funciones de la estructura de la organización, la persona que tiene como tarea el seguimiento del presente documento.

Un **asistente o coordinador de calidad** es la persona responsable de documentar la información, teniendo como base este Manual de Buenas Prácticas, los de procedimientos, el de funciones y todos aquellos que hagan parte de la operación del establecimiento gastronómico, velando por su cabal cumplimiento.

Un ejemplo de sus funciones y responsabilidades puede verse en el numeral 1.2.



Fuente: docplayer.es

Para **microempresas**, es aconsejable que la función sea asignada a un colaborador de la organización, que deberá compartir su trabajo diario con el de calidad; puede rotar cada 3 meses, con el propósito de lograr que todos en la organización entiendan el compromiso asumido con la aplicación de las buenas prácticas; para **pequeñas empresas** la coordinación de calidad puede asignarse a un área en concreto, rotándola cada año y, para **medianas empresas** lo más recomendable es que contraten un experto externo o definan un departamento dentro de la organización.

4.2 Planificación de turnos de trabajo

La organización planifica en forma documentada los turnos de trabajo, la rotación y el personal asignado a los mismos.

Para organizar los turnos de trabajo del restaurante, es necesario seguir las siguientes pautas:

- Revisar todas las normas legales. En las mismas se encuentran los parámetros acerca de sueldos, jornadas laborales, horas extra, coberturas de salud, pagos de aportes para jubilación, medidas de seguridad en el trabajo, prevención de riesgos laborales entre otros muchos temas que definen las condiciones en que deben ser contratadas las personas que acompañan la labor del establecimiento gastronómico y la forma en que deben realizar sus labores los trabajadores, apuntando a generar condiciones de trabajo formal y digno.
- Adicionalmente existen medidas que no son de obligatorio cumplimiento pero que deben tomarse en cuenta; por ejemplo, las condiciones de equidad de género, los programas especiales que estimulan la contratación de personas en condición de discapacidad, entre otros.

Algunas definiciones importantes establecidas por el Código Laboral Paraguayo son las siguientes:

Trabajo: toda actividad humana consciente y voluntaria, prestada en forma dependiente y retribuida, para la producción de bienes y servicios

Salario: remuneración, sea cual fuere su denominación o método de cálculo que pueda evaluarse en efectivo, debida por un empleado a un trabajador en virtud de los servicios u obras que este haya efectuado o debe efectuar, de acuerdo con lo estipulado en el contrato de trabajo.

Igualdad en el pago del salario: las tasas de remuneración no podrán establecer desigualdad por razón de sexo, nacionalidad, religión, condición social y preferencias políticas o sindicales. A trabajo de igual valor, de la misma naturaleza o no, duración y eficacia, deberá corresponder remuneración igual, salvo el salario mayor fundado en antigüedad y merecimientos.

- Posteriormente se debe analizar muy bien el negocio, la estructura, tamaño, tipo de servicio, mercado que se atiende, entre otras condiciones que presentarán requerimientos específicos. Por ejemplo, si el restaurante es visitado permanentemente por personas extranjeras, se requiere que haya siempre, por lo menos un mesero bilingüe; si la principal oferta del negocio es el almuerzo, pues la mayor cantidad de personas tendrán que estar en esos horarios. Si se trata de un bar, necesariamente se debe organizar un equipo completo que inicie labores al final de la tarde y permanezca hasta la madrugada.
- Es importante tener en cuenta que los trabajos por turnos alteran las condiciones físicas de las personas, principalmente en cuanto a sueño y alimentación, por tal motivo es necesario, que en la programación de los turnos, los cambios no sean tan drásticos. Por ejemplo, si un mesero está cumpliendo su turno ocho días en la mañana, el siguiente debería ser en la tarde y luego de este podría ser que laborara en la noche, seguido de dos días de descanso.
- De otra parte, y no menos importante, las condiciones y vida personal de cada miembro del equipo. Entre más se pueda considerar este aspecto, más a gusto trabajarán los colaboradores. Madres solteras, personal que estudia, adultos mayores, deportistas, son personas que requieren que la empresa tenga en cuenta sus diversas circunstancias.
- Se deben crear ciertas compensaciones para los turnos de la noche, fines de semana y días feriados, brindando uno o dos días compensatorios, dependiendo de cada caso.
- La planeación de los turnos debe ser realizada con antelación y consultada con los propios empleados para que ellos puedan programar sus actividades personales. Se debe permitir un espacio para que ellos presenten sus sugerencias, de manera que no se vayan a presentar inasistencias o hasta renunciadas.

Se puede crear un sencillo registro en Excel para la planeación de los turnos del restaurante. Existen portales **on line** que contienen ya plantillas prediseñadas y que se pueden utilizar de forma gratuita.



4.3 Comunicación al nuevo personal sobre sus responsabilidades y obligaciones

Se debe transmitir al nuevo personal (incluidos los temporales) lo que se espera de ellos, sus responsabilidades y obligaciones, y la política del servicio de la organización. Esta comunicación debe quedar registrada.

Entendida la **Inducción** como la orientación *que el establecimiento de gastronomía brinda a sus empleados de recién ingresan*. Los aspectos básicos que deben ser comunicados a través de la misma son:

Generales	Generales
Estructura organizacional.	Productos y servicios.
Misión, visión, valores corporativos, objetivos estratégicos.	Entrega de las funciones y responsabilidades, según el cargo.
Accionistas, tamaño de la empresa, proyectos actuales, futuros y metas.	Explicación de las funciones y lo que se espera del candidato.
Programas de desarrollo y promoción del personal y Reglamento interno de trabajo.	Presentación de los compañeros de área y ubicación en su puesto de trabajo.
Código de vestimenta y aspecto personal; entrega de dotación (cuando sea del caso).	Entrega del puesto de trabajo, elementos y utensilios.
Horarios, tiempos de alimentación, días de pago, descansos, vacaciones, entre otros.	Entrega y breve explicación del plan de capacitación general y específico.
Ubicación de áreas y seguridad interna.	Bienvenida y presentación.
Generalidades sobre seguridad social.	

La inducción hace parte del Plan de capacitación y por tanto sus temáticas deben estar incluidas en la agenda de capacitaciones establecida por la empresa.

4.4 Conocimiento sobre los productos y servicios ofrecidos por la organización

El personal posee conocimiento de las características y oferta del establecimiento: menús, precios, horarios, etc.

Toda persona que se desempeñe en el restaurante debe conocer claramente la oferta del mismo, así como los horarios de atención, menús, precios formas de pago y demás información relevante sobre el establecimiento, para estar en capacidad de transmitirla en cualquier momento.

4.5 Capacitación al personal

La Dirección debe asegurar que se realizan como mínimo 2 capacitaciones anuales relacionadas con aspectos críticos de la prestación de servicios, como ser: manipulación e higiene de alimentos, atención al cliente; procedimientos de limpieza en cocina; técnicas de atención de las mesas, riesgos laborales, primeros auxilios. Se deben mantener registros de las capacitaciones recibidas.

El cliente es cada vez más exigente con respecto a sus demandas en términos de gastronomía y buen servicio, además la preparación de alimentos exige que las personas estén bien entrenadas, actualizadas y que conozcan perfectamente las rutinas de aseo y las normas de manipulación de alimentos.

Debido a que cada restaurante es diferente, se requiere un **Plan de capacitación** distinto, pero, en todo caso, coherente con las metas del negocio, las necesidades del mercado (en continuo cambio) y el desarrollo integral del equipo de trabajo. Definir cuál es el más adecuado, requiere contemplar las siguientes etapas:

- Establecer cuáles son las prioridades a partir de la visión, la misión, y las metas propuestas.
- Crear indicadores para garantizar que las capacitaciones que se implementen realmente sean efectivas.
- Identificar los recursos y capacidades con los que se cuenta.
- Planear anticipada y organizadamente la agenda de capacitaciones.

La **implementación del Manual de Buenas Prácticas**, la creación de procesos, procedimientos, formatos, análisis de indicadores..., hacen **parte del Plan de capacitación**; **vincular a todo el equipo de trabajo en esta labor garantiza el éxito.**

Es posible que se creen **alianzas** con instituciones educativas locales o con agremiaciones de restaurantes para estos fines. Adicionalmente, existen múltiples cursos de capacitación, ferias gastronómicas, cursos **on line**, tutoriales, páginas web especializadas, blocks, entre otras herramientas de gastronomía que pueden ser utilizadas con fines didácticos.

Es importante aprovechar la pasión que despierta la cocina en trabajadores de los establecimientos gastronómicos; es preciso dejar que expresen sus ideas y hacer que el plan de capacitación vaya más allá de los simples requerimientos organizacionales y que los empleados sientan que pueden crecer en la empresa.

Todas las capacitaciones deben organizarse en carpetas digitales o impresas, donde conste la temática abordada (memorias), la evaluación por parte de los participantes, el registro de asistentes (lista de asistencia o acta) y, de ser posible, un registro fotográfico.

El siguiente es un ejemplo de plan de capacitación:



PLAN DE CAPACITACIÓN RESTAURANTE ABC

Fecha de elaboración: 7 de marzo de 2019

JUSTIFICACIÓN: El restaurante ABC en su proceso de diversificación de productos y políticas de expansión, debe contar con un equipo humano que conozca todos los procesos del negocio ...

ALCANCE: El presente plan de capacitación está dirigido a todo el personal del establecimiento.

OBJETIVOS

Brindar oportunidades de desarrollo personal a todo el equipo de trabajo, motivándolo a que pueda lograr ascender ...

Mejorar la calidad de los procesos que deben desarrollarse dentro del establecimiento, de manera que ...

Proporcionar mayor conocimiento sobre la empresa, sus productos, procesos, reglamentos ...

(...)

ESTRATEGIAS

1. Realizar talleres prácticos sobre actualización en manipulación de alimentos, técnicas de cocina, ...

2. Diseñar actividades alternativas sobre temas gastronómicos

3. Cofinanciar un curso de pastelería y repostería a 3 personas del equipo.

4. Gestionar con Bomberos la capacitación en primero auxilios.

(...)

Presupuesto Plan de Capacitación						
ACTIVIDAD	Dirige	Horas	Empleados	Valor Hora	Costo Insumos	Total
1. Talleres manipulación de alimentos						
Taller sobre métodos de enfriamiento	Entidad del gobierno	3	10	No tiene costo	US 15	US 15
Taller de actualización servicio a la mesa	Juan Sánchez	3	15	US 50		
Taller cortes de carne	Asociación de Restaurantes	3	10	US 10		
2. Actividades Alternativas						
Adquisición de boletería para asistir a feria del vino	Administrador					
Cine club de gastronomía y coctel	Barman - Administrador					
Charlas sobre cocina del mundo	Cheff					
3. Curso de pastelería y repostería	Academia Francesa					

CRONOGRAMA PLAN DE CAPACITACIÓN 2019																				
ACTIVIDAD	ENERO				FEBRERO				MARZO				ABRIL				MAYO			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1. Talleres manipulación de alimentos																				
Taller sobre métodos de enfriamiento	■																			
Taller de actualización servicio a la mesa										■										
Taller cortes de carne																				■
2. Actividades Alternativas																				
Adquisición de boletería para asistir a feria del vino																				■
Cine club de gastronomía y coctel							■													
Charlas sobre cocina del mundo															■					
3. Curso de pastelería y repostería																				

4.6 Información sobre la oferta turística relevante

La Dirección debe asegurarse de que el personal, que mantiene contacto directo con los clientes, conoce el entorno geográfico del destino en el que se localiza el establecimiento y los atractivos turísticos más importantes.

Es importante que el equipo humano del establecimiento gastronómico conozca los recursos, atractivos y servicios que se ofertan en la localidad donde se encuentra el restaurante, sobre todo el personal que está directamente relacionado con la atención y servicio al cliente y más aún si la zona de ubicación del restaurante es frecuentada por turistas y/o extranjeros, caso en el cual debería haber información turística impresa (mapas, guías, plegables, carteleros de anuncios, etcétera).

Para tal fin, los temas de turismo pueden incluirse dentro del plan de capacitación del establecimiento y hacer uso de videos e información que se encuentra en sitios web. Es posible también solicitar información impresa en agencias de viajes y/o en las oficinas de información turística gubernamentales.

Una herramienta adicional que en algunos establecimientos se realiza es programar “paseos” o salidas por la ciudad o municipio con el equipo. Esta es una medida que favorece el clima organizacional, la motivación y permite la integración del equipo. Debe ser una actividad muy bien planificada que permita la satisfacción del equipo y que ojalá esté dirigida por un guía de turismo o experto en los sitios a visitar. También debe quedar registro de esta actividad, por cuanto hace parte del Plan de capacitación.

4.7 Materiales y soportes de información

La organización debe contar con elementos y/o materiales propios o de terceros (folletos, páginas web, apps, dossiers, otros) para brindar información al huésped acerca de servicios, actividades y atractivos del destino; incluyendo los datos de contacto de las oficinas de información turística si las hubiera. Son ejemplos de información a brindar: excursiones, alojamiento turístico, alquiler de coches, transportes, servicios de auxilio para vehículos, servicios médicos, lugar de venta de artesanías, etc.

Cada vez es ***menor el uso de material impreso y mayor el tecnológico.***

Las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones han permitido incorporar innovadores medios para informar acerca de la industria de los viajes. Existen aplicaciones, para conocer la geografía de los destinos, clima, rutas de transporte terrestre, moneda extranjera, recorridos virtuales que incentivan el desplazamiento de turistas hacia los destinos.



El restaurante **debe solicitar en oficinas de información turística y/o en agencias de viajes** información, la cual debe estar disponible en el establecimiento para orientar a los clientes que lo requieran:

Atractivos turísticos.	Guías de turismo.
Actividades recreativas y culturales	Eventos especiales en el destino.
Transporte.	Circuitos y rutas turísticas.
Alimentación.	Lugares de compras.
Traslados dentro del destino.	
Alquiler de vehículos.	

4.8 Código de vestimenta y aspecto personal

La organización debe definir y comunicar a todo el personal, los criterios o códigos sobre indumentaria laboral y aspecto personal que los empleados deben mantener durante la jornada de trabajo y su relación con los clientes. Se recomienda incluir en las vestimentas elementos típicos del Paraguay o regionales, especialmente en fiestas tradicionales. Los criterios establecidos deben quedar documentados.

La presentación personal influye considerablemente en la imagen del establecimiento gastronómico, sobre todo porque es un referente para los comensales, acerca de las condiciones de aseo y limpieza del restaurante.

El Código de Vestimenta, definido por la administración, es una política interna, por tanto, debe ser reconocida por los colaboradores, desde el momento mismo de la firma del contrato.

El Código, debe explicar por qué es necesario que sea atendido y cumplido, de manera que **el personal entienda las razones y no crea que se trata solo de un ejercicio de autoridad**; una razón fundamental es el aseo y pulcritud con que deben realizarse todas las actividades relacionadas con la manipulación y preparación de alimentos, **además de las razones de seguridad y exigencias normativas, también por comodidad e imagen del establecimiento.**

Además de lo anterior, el Código de vestimenta debe establecer claramente todo lo que es permitido usar y lo que no. Debe quedar claro que el uso de los uniformes es obligatorio y el tipo de sanciones que podría recibir una persona que deliberadamente incumpla con el Código. Es importante también incluir detalles de cuidado personal que se requieran en cuanto a uso de maquillaje, uso de joyas, largo del pelo, afeitada, uso de perfumes, etcétera.

Antes de implementar el Código de Vestimenta, es necesario revisarlo a la luz de las normativas **para no incurrir en faltas al libre desarrollo de la personalidad y otros principios del ámbito de los derechos ciudadanos.** Igualmente, debe ser socializado con el personal para recibir retroalimentación; por ejemplo, si el restaurante ha previsto en su código de vestimenta incorporar un uniforme que para las meseras consta de falda azul de paño y blusa blanca, pero una de sus empleadas comunica un problema en sus piernas, razón por la cual no quisiera usar falda, la agencia puede decidir que se brinden faldas y pantalones y que las funcionarias decidan libremente por cuál optarán cada día o si usarán solo una de las prendas.

A la hora de escoger las prendas adecuadas, es importante tener en cuenta que el uniforme debe reflejar la imagen que el restaurante quiere proyectar y el concepto del negocio. **El uniforme también es una pieza de marketing.** Por ejemplo:

- Un restaurante típico paraguayo podría incorporar vestimenta propia del folclor nacional para sus meseros, con los ajustes necesarios para no atender contra la seguridad y comodidad del trabajador.
- Un restaurante de comida saludable deberá reflejar una imagen de cuidado de la naturaleza. Los colores que utilice probablemente serán de tonos verdes y tierra.
- Un restaurante de comidas rápidas cuyo principal mercado son las familias con niños, incorporará uniformes de colores vivos y alegres, probablemente se usarán gorras y tenis para presentar una imagen joven y ágil. Si los clientes que visitan el restaurante son personas mayores, de altos ingresos, conservadores, el restaurante debe incorporar uniformes formales con corbatas, medias veladas, blusa impecablemente blanca, etcétera.



Fuente: Google.com

De ser posible, es recomendable tener un stock de mínimo cinco colores distintos y que los empleados puedan elegir libremente el que más les guste.

Además de lo anterior, el uniforme debe ser cómodo y práctico, de acuerdo con el clima, las instalaciones del restaurante y las labores que debe desempeñar cada persona. Los materiales deberían combinar algodón y poliéster para que proporcionen comodidad y durabilidad, deben ser además fáciles de lavar, resistentes a manchas y arrugas, que absorban humedad, etcétera.

Las prendas deben contar con bolsillos y otros accesorios que le permitan a las personas tener a la mano los elementos de trabajo que necesitan: esferos, lápices, libretas, formatos, tablets, teléfonos celulares, etcétera.

Los zapatos deberían ser antideslizantes y con diseños industriales, pensados para permanecer muchas horas de pie.

El uniforme jamás puede verse sucio, sea cual sea la labor que desempeñe el trabajador, su apariencia debe reflejar limpieza y pulcritud. Los uniformes del personal de servicio a la mesa no deberían tener puños blancos porque cualquier salpicadura es difícil de eliminar y es notoria.

Cuando el servicio del restaurante es en buffet o autoservicio, las personas que se ubican en los samovares para ayudar a servir deben usar tapabocas.

Como una medida de diversificación de los productos y servicios del restaurante, se pueden elegir fechas especiales para ofrecer platos típicos y eventos culturales. Es posible que en estas fechas el personal luzca atuendos típicos y el restaurante también sea decorado en concordancia. Algunos celebran fechas especiales y visten a su personal con atuendos acorde con la ocasión.

En la cocina, la ropa e indumentaria que se use podría ser portadora de contaminación, por lo tanto, es trascendental atender las siguientes recomendaciones:

- Sin excepción, se debe incluir gorra o cofia, o las dos, que cubran totalmente el cabello. Las personas que tienen barba deben usar siempre tapabocas.
- Además, chaqueta y pantalón o mameluco (enterizo) que solamente debe usarse en el área de trabajo.
- Delantal de tela o plástico en los casos en que se requiera.
- Guantes para algunas labores como por ejemplo en la manipulación de alimentos preparados.



- Calzado exclusivo para el lugar de trabajo. Debe ser de suela dura, no absorbente y punta cerrada.
- La ropa de cocina debe ser blanca o de un color muy claro.

4.9 Herramientas de comunicación interna

La organización debe disponer de un soporte de comunicación interna que permita asegurar que la información relevante es transmitida incluyendo incidencias, cambios, quejas, pendientes, entre otros. Como por ejemplo: un cuaderno de comunicaciones, pizarra, etc.

Las empresas son activas gracias a las personas que en ellas laboran. Generar un ambiente de trabajo colaborativo y de respeto, asegura el logro de los objetivos del establecimiento gastronómico.

Este Manual de Buenas Prácticas, resalta la importancia de escuchar a los colaboradores, desde la misma formulación de la planeación estratégica; **a mayor participación, mejores resultados.**

Sin importar el tamaño del restaurante, el número de colaboradores o las metodologías que se empleen para la generación de **equipos funcionales**, las ventajas que se obtienen son relevantes e **inciden tanto en el posicionamiento de la agencia como en la excelencia en la prestación de los servicios y por supuesto en la fidelización de los clientes.**

Beneficios de equipos funcionales



Así mismo, una buena comunicación interna se refleja en el mensaje que la organización brinda a sus clientes; identificar cuáles son los medios más eficientes es tarea de la alta gerencia en cooperación con sus colaboradores. Algunos medios utilizados son:

- **Reuniones/comités:** para abordar temas específicos de la organización con el personal.
- **Chat empresarial:** comunicación precisa y directa con el personal; permite realizar reuniones grupales, capacitaciones, datos relevantes. Atender clientes con premura.
- **Cartelera:** usado para transmitir información relevante y de interés.
- **Correo electrónico:** facilita el envío y recepción de la comunicación a nivel interno de la organización y, entre esta y los clientes, de forma ágil y precisa.
- **Circulares internas:** informan sobre asuntos normativos, legales y organizacionales. entre otros
- **Buzón de sugerencias:** canal que permite al personal, formular sugerencias respecto de diferentes temas que los aquejan.
- **Redes sociales:** sitios de Internet de colectivos con intereses. Intercambio e información entre el personal.

4.10 Higiene del personal de cocina

La organización debe proveer y asegurar que el personal de cocina utiliza durante sus tareas gorro o cofia y chaqueta. Se recomienda el empleo de zapatos con puntera resistente y suela antideslizante.

A su vez, el personal mantendrá una correcta higiene y presencia personal:

- *uñas cortas, limpias y sin pintura*
- *pelo recogido*
- *ausencia de reloj, piercing y joyas en las manos, en las muñecas, orejas y nariz*
- *cubiertos los cortes y rasguños en la piel expuesta*
- *lavado de manos según los criterios comunicados por la organización.*

La administración debe procurar que sus empleados adopten adecuadas costumbres de higiene y limpieza. Por ejemplo:

- Disponer de un lugar donde los trabajadores puedan dejar su ropa, zapatos y demás objetos personales. También deberían tener un espacio donde puedan descansar, comer, hablar, etcétera.
- Tomar medidas (señalización) para impedir que los comensales y visitantes puedan ingresar fácilmente a la cocina.

Procurar que las instalaciones y organización del trabajo estimule las buenas prácticas. Contar con unos baños completos y bien equipados con agua caliente, jabón, toallas desechables, papeleras de basura, etcétera.

- a) El jabón que se utilice para lavar las manos debe ser antiséptico, preferiblemente líquido y nunca perfumado.

- b) El desinfectante para manos no reemplaza el lavado. El uso de estos productos no es obligatorio y para algunas personas es perjudicial.
- c) Realización continua de actualizaciones y capacitaciones en manipulación de alimentos, normas sanitarias, reglamentos técnicos, etcétera.
- d) Designar personas que supervisen las labores y la higiene en general; así como estar pendientes de la salud de los colaboradores.

El establecimiento debe incorporar las siguientes medidas:

- Elaboración de un **Reglamento Interno de Trabajo** para el personal de cocina y de servicio, el cual debe ser cumplido estrictamente. Es necesario revisar las normas legales existentes, ya que en algunos casos se requieren certificaciones, carnés o libretas sanitarias del personal de cocina. Tanto en el contrato del trabajador como en el manual de funciones deberá hacerse referencia a su obligatorio cumplimiento.
- El personal de cocina debe atender los preceptos establecidos en el Código de Vestimenta (numeral 4.8). Adicionalmente, toda persona cuya función se dirija a la preparación o manejo de alimentos en cualquier forma, debe adoptar costumbres y actuaciones de higiene continuas.
- Las personas deben bañarse todos los días y lavarse los dientes después de cada comida.
- No se deben utilizar perfumes.
- Los guantes tampoco reemplazan el lavado de manos, así que es necesario sustituirlos continuamente.
- Para secarse las manos, lo mejor son las toallas de papel.
- Las uñas deben estar cortas, limpias y pulidas, no deben estar pintadas y no usar uñas postizas.
- El pelo, limpio y recogido.
- No está permitido el uso de joyas.
- Si la persona tiene alguna herida, raspón o cualquier tipo de lesión en la piel, debe tratarse con antiséptico y ser tapada con vendaje. Si la herida es en las manos, es importante que la persona use guantes plásticos.
- Los lavatorios de manos deben tener canillas operadas por el pie, las rodillas o sensores automáticos para evitar recontaminación de las manos al cerrarlas.
- Llevar un registro de la salud de todas las personas que integran el equipo de personal de cocina, quienes deben someterse a exámenes médicos continuos.
- Las personas enfermas, no deben laborar.
- Evitar gestos y movimientos que denoten suciedad: fumar, comer, mascar chicle, meter las manos en los bolsillos, tocarse el pelo o la cara, entre otras.
- Adoptar una compostura adecuada: no sentarse en las mesas, no se debe jugar con los utensilios de trabajo, no recostarse en las paredes, no probar comidas con los dedos.
- No toser ni estornudar sobre los productos.
- No tomar el hielo o el pan con las manos.
- No ir al baño con delantal.
- Evitar limpiarse las manos con la ropa.
- Al terminar la jornada de trabajo se debe limpiar el área.

BP5. Satisfacción del cliente

5.1 Canales de recepción de quejas y/o sugerencias del cliente

La organización debe contar con un medio para que el cliente pueda dejar sus quejas y/o sugerencias; y dicho elemento debe estar disponible al cliente.

Una **queja** es una manifestación verbal o escrita que presenta un cliente al restaurante y que obedece a diversas situaciones: demora en el servicio, su comida no cumplió con sus expectativas, le parece que el precio no se ajusta al producto, entre otras razones; incluso puede ser que no exista una razón real para que el cliente presente una reclamación y sin embargo lo hace. En ningún caso, se debe subestimar las comunicaciones que provienen de los clientes; por el contrario, precisa atenderlas con la debida diligencia, pensando siempre que se trata de una **oportunidad de mejora** para la organización.

Por el contrario, una **sugerencia** es una propuesta para que la organización mejore. Aunque algunos clientes llegan a realizar valiosas sugerencias, quienes en realidad lo hacen más frecuentemente son los empleados del restaurante. Lamentablemente suelen subestimarse las propuestas del llamado cliente interno y tal hecho, además de representar un desperdicio de ideas innovadoras, es un factor que contribuye en gran medida al desestimulo y pérdida de sentido de pertenencia del personal. El restaurante debe crear todos los mecanismos necesarios para escuchar a sus clientes tanto internos como externos.

Manejo de quejas y/o sugerencias

El establecimiento gastronómico requiere un sistema permanente y efectivo de comunicación con los clientes, que es precisamente el sistema de quejas y/o sugerencias. Visto de ese modo, dicho sistema representa una efectiva herramienta de competitividad, ya que:

- El cliente se siente mejor atendido.
- Se mejora la imagen del restaurante.
- Se puede lograr recuperar clientes perdidos.
- Se tiene acceso a ideas innovadoras.
- Se puede vender más.

Sin importar el tamaño del restaurante (micro, pequeño o mediano), es imprescindible que cuente con un efectivo sistema de quejas y/o sugerencias.

Para recordar:

En reuniones de grupo con todos los empleados presentes, podrían hacerse sensibilizaciones al respecto, haciendo uso de videos que pueden encontrarse en Internet y analizando entre todos alguna de las quejas y/o sugerencias recibidas recientemente.


Es fundamental tener el compromiso real de dar respuesta a los clientes, acerca de sus solicitudes. Esta es una tarea que inicia en la dirección, encargada de generar las acciones necesarias para hacer que todos los colaboradores garanticen la adecuada gestión de quejas y/o sugerencias. De nada sirven los buzones de sugerencias, cuando no están acompañados de un genuino interés por brindar soluciones de fondo a los requerimientos del cliente.

Inicialmente se debe designar una persona responsable de la recopilación, trámite, solución y comunicación de respuesta al cliente. Para tal fin, esta persona debe destinar un espacio de su jornada para conocer perfectamente los procesos y procedimientos relacionados y presentar informes periódicos sobre los resultados obtenidos.



La primera tarea del encargado será diseñar un proceso formal para la gestión de las quejas y/o sugerencias, el cual se someterá al conocimiento de todos los empleados del restaurante, tanto para retroalimentación, como para que sea interiorizado e incorporado en todas las áreas y niveles de la organización, de manera que cualquier persona pueda canalizar adecuadamente la información, en caso de recibirla. Es importante que estén bien definidas las responsabilidades de cada persona frente a las quejas y/o solicitudes, desde la dirección (donde se pueden pensar soluciones de fondo a diferentes situaciones) hasta el personal operativo.

El siguiente modelo de formato, podría utilizarse para la recepción de quejas y/o sugerencias.

 QUEJAS Y/O SUGERENCIAS		Código:			
		Versión:			
		Fecha de vigencia:			
Queja		Sugerencia	Fecha de recepción		
			DD	MM	AA
Nombre de quien realiza la solicitud					
E-mail			Teléfono fijo y/o móvil		
Por favor describa la situación; de ser posible detalla fecha, hora, personal del establecimiento gastronómico involucrado, lugar, ...					
Agradecemos su valiosa información; le daremos respuesta en _____ días; de no ser así, le pedimos nos informe, comunicándose con (nombre del Coordinador de Calidad) _____ al e-mail _____, o al teléfono _____. Esperamos dar pronta y satisfactoria solución a su solicitud. La Gerencia.					

Formato quejas y/o sugerencias.

Cualquiera sea la herramienta utilizada: buzón físico, correo electrónico o formato, lo importante es:

- Generar conciencia.
- Divulgar.
- Dar trámite.
- Medir.
- Minimizar recurrencias.
- Tomar decisiones.
- Actuar.

Una buena medida de la satisfacción de los clientes de un restaurante es la proporción de su propina. Sin embargo, es importante que aprovechado el trato cercano con los clientes, que se posibilita en el restaurante, pueda conocerse rápidamente las impresiones sobre el servicio, el plato, la comodidad del lugar, la música, etcétera.

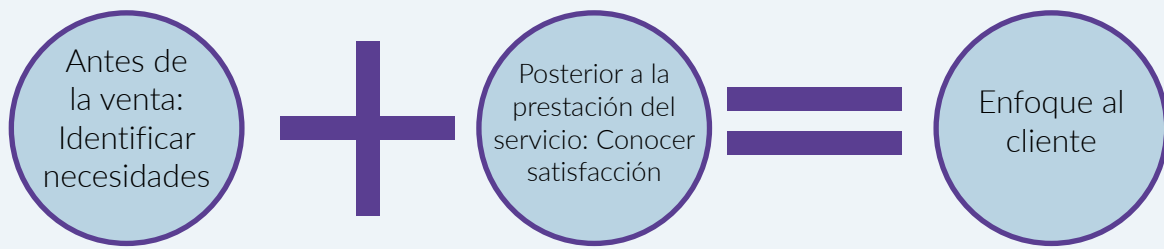
Adicionalmente, el cliente debe tener claro que puede realizar una sugerencia o queja de forma más discreta por lo que la información sobre cómo presentarla, a quién dirigirse, incluyendo un contacto, número de teléfono, dirección electrónica..., debe estar disponible y visible siempre. Los canales de contacto entre el cliente y el restaurante deben ser:

- **De fácil acceso para los clientes.** La mejor forma suele ser la conversación personal. No obstante, existen múltiples canales que pueden ser implementados, en función del mercado objetivo, de los objetivos de ventas, de las políticas de calidad, incluso de los productos que se ofrecen, siempre buscando que quien desee comunicar una queja o una sugerencia pueda hacerlo fácilmente y tenga la certeza de que se le brindará oportuna y satisfactoria respuesta.
- **Fáciles de encontrar.** Poder hablar expeditamente con la persona de atención al usuario, un buzón de sugerencias visible, una línea telefónica exclusiva, una encuesta dirigida al correo personal del usuario, e-mail exclusivo, o algún otro mecanismo tecnológico, suelen ser vías de rápido y fácil acceso.
- **Fácil de usar.** Acorde con la edad y características de cada persona. Si por ejemplo se ha implementado un formato, el mismo debe ser corto, conciso, de fácil diligenciamiento y debe permitir que quien lo diligencie pueda comunicar claramente lo que desea obtener como respuesta.
- **Comprensible.** Es necesario que el mecanismo haya sido estructurado y puesto a prueba, para identificar posibles ambigüedades. Se debe garantizar que la persona exprese claramente su necesidad y de esa manera se brinde una respuesta ajustada al requerimiento, en términos de calidad y oportunidad.
- **Disponer de medios para personas con discapacidad.** Se requieren formatos alternativos, de acuerdo con cada tipo de discapacidad.

5.2 Medición de la satisfacción del cliente

La organización debe disponer de algún método que le permita evaluar el grado de satisfacción de sus clientes respecto de la prestación del servicio. Los resultados deben analizarse y se consideran un registro.

Una política de enfoque al cliente inicia con la identificación de las necesidades, gustos y preferencias y finaliza con la retroalimentación que se recibe, una vez prestados los servicios. A esta última acción se le conoce como **medición de la satisfacción**. El establecimiento gastronómico debe establecer mecanismos eficaces que permitan conocer las opiniones de los clientes, con respecto a los servicios prestados.



Las razones para medir la satisfacción del cliente son:

- brinda una imagen positiva, como organización comprometida con el servicio y la excelencia.
- un sistema de medición adecuadamente implementado provee información que se convierte en carta de presentación para el restaurante.
- desde la mirada del marketing, las características y atributos de la prestación de los servicios los debe definir el cliente.
- La satisfacción del cliente sólo puede gestionarse adecuadamente si se conoce la percepción que éste tiene de los servicios.


Los propósitos de medir la satisfacción de las personas son:

- conocer el grado de satisfacción con respecto al establecimiento.
- determinar las mejoras urgentes que se requieren.
- prevenir situaciones que pudieran volverse inmanejables si no se enfrentan con prontitud.
- detectar las fortalezas que tiene el establecimiento frente al cliente.

Existen cuatro tipos de percepciones que se pueden detectar al medir la satisfacción del cliente:



Un ejemplo de encuesta

 ENCUESTA DE SATISFACCIÓN	Código:				
	Versión:				
	Fecha de vigencia:				
DATOS DEL CLIENTE					
Nombre			Ciudad procedencia		
Dirección de correo electrónico			Teléfono		
Su información es muy valiosa para nosotros					
Cómo evalúa la calidad de nuestros servicios?					
<i>1 malo, 5 excelente</i>	1	2	3	4	5
Instalaciones	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Higiene y limpieza	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Confort de las mesas/sillas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Variedad del menú	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Actitud del personal	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Precio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nos recomendaría?	Sí <input type="checkbox"/>		No <input type="checkbox"/>		
Alguna sugerencia que nos permita mejorar?					
Gracias.					
Av. Eusebio Ayala No. 2730 - CP. 4545 - Tel. 6555555 Asunción, Paraguay					

Lo ideal es realizar mediciones continuamente, estableciendo así una comunicación permanente con los clientes. La medición puede ser directa o indirecta:

Directa: se aborda al cliente personalmente para indagar acerca del servicio prestado; generalmente a través de encuestas.

Indirecta: a través de indicadores o datos que resultan de la relación entre dos o más variables. Por ejemplo, el indicador **Tiempo medio de espera**, representa el lapso que debe esperar un cliente para ser atendido.

Ejemplos de mediciones indirectas: Indicadores

Tiempo Medio de Espera (TME) = suma total de minutos de espera al servicio / cantidad de clientes atendidos.

Otro indicador importante es el **Grado de Fidelización** que mide la lealtad de los clientes, respecto de los competidores y se puede medir observando la frecuencia con la que asiste al restaurante, las ocasiones en las que lo hace, etcétera.

Otros indicadores que pueden utilizarse son:

Índice Net Promoter Score (NPS). Es una medida de cuántos clientes recomendarían el restaurante. Si hay más gente recomendando, la puntuación es positiva. Si la cantidad de personas que la promueven es igual a las que no lo hacen, se deben tomar medidas; analizar qué está pasando, porque la mejor forma de publicidad de la agencia, son las recomendaciones de quienes han comprado.

¿Ha recomendado nuestros servicios a alguien?
¿Recomendaría usted nuestros servicios?
¿Podría usted presentarnos personas que pueden adquirir nuestros servicios?



Extremadamente satisfecho o muy satisfecho. Se trata simplemente de preguntar a quienes han respondido en las encuestas aplicadas, que están muy satisfechos con respecto a algún servicio, por qué lo están y así tener herramientas para mejorar otros aspectos. Los clientes satisfechos son muy importantes, no se deben descuidar.

Satisfacción general. El indicador de satisfacción del cliente debe estar en aumento siempre. Para saber si eso está sucediendo, lo que se puede hacer es aplicar la misma encuesta en varios momentos, a los mismos clientes y comparar los resultados.

Analizar resultados de la competencia. Si es posible obtener estudios sobre el sector de la gastronomía, hay que revisarlos para darse una idea del desempeño propio, en relación con los competidores.

5.3 Mejora del servicio

Para mejorar el servicio brindado se deben utilizar los resultados de la satisfacción de los clientes y las quejas o sugerencias recibidas. La organización debe demostrar alguna mejora implantada gracias a la información obtenida de dichos resultados.

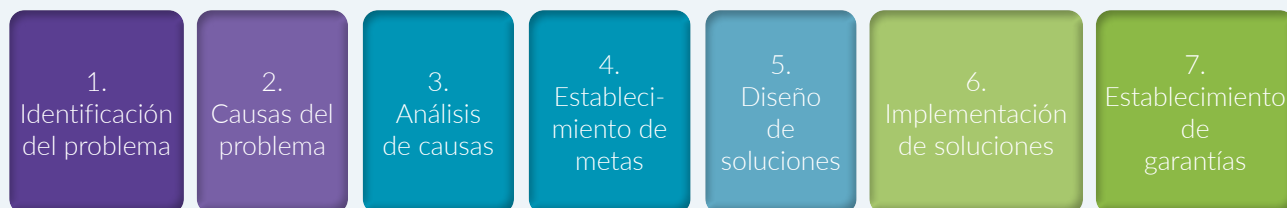
La finalidad de los **planes de mejoramiento** es desarrollar una cultura organizacional orientada siempre a la perfección. Los parámetros de actuación para su definición se establecen a partir de la planeación estratégica (misión, visión, objetivos estratégicos y valores corporativos), porque fija prioridades de decisión en todo nivel. Paralelamente el plan de mejoramiento tiene como principal insumo los resultados y análisis del sistema de quejas y/o sugerencias y los de satisfacción. Si, por ejemplo, el negocio está orientado a la apertura de nuevos puntos de venta en otras ciudades del país, el plan de mejora deberá encaminarse a la definición de nue-

Su utilidad

- en general, para ser más competitivos.
- disminuir las debilidades y afianzar las fortalezas.
- introducir innovación en los procesos.
- concentrar los esfuerzos en áreas y procedimientos puntuales.
- obtener mejoras en el corto plazo.
- reducir costos por reprocesos o acciones remediales.

vos mercados, a fortalecer y brindar autonomía a algunos de los colaboradores del equipo, entre otros aspectos.

Para empezar, se requiere un alto compromiso de la dirección y la conformación de un equipo humano. Los pasos para desarrollar un Plan de Mejora son los siguientes:



Para entenderlo mejor, un ejemplo:

PRIMERO	
Identificación del problema	Un cliente que frecuentaba seguido el restaurante y lo había recomendado a sus amigos y familiares, invitándolos él mismo para que probaran los platos del menú, desde hace un tiempo ha dejado de ir. El administrador del negocio lo aborda para conocer las razones por las cuales va con menos frecuencia. El cliente manifiesta que siempre está en búsqueda de nuevos platillos y ya conoce de sobra toda la oferta del restaurante.
Identificación de áreas responsables	El cheff o jefe de cocina y el administrador deberán tomar medidas al respecto.
Identificación de proceso relacionado	Operación del servicio.
SEGUNDO	
Causas del problema	De acuerdo con el procedimiento establecido y la revisión de las actividades desarrolladas, se evidenció que no ha habido ninguna falla en la operación del servicio, pero que se requiere renovar la carta.
TERCERO	
Análisis de las causas del problema	Debido a que el restaurante tiene ventas considerables, no se había pensado en que se requiriera cambiar el menú. Se pensaba que todo estaba bien así.
CUARTO	
Establecimiento de metas	Se establecen como metas: Fidelizar de nuevo al cliente. Se crea una oferta especial para un mercado potencial, buscando un mayor volumen de ventas.
QUINTO	
Diseño de soluciones	Incluir cinco nuevos platos en la carta, previa prueba de producción y costeo.
SEXTO	
Implementación de soluciones	Se elaboró plan de acción con cronograma, responsables y recursos requeridos para la implementación de las soluciones.
SÉPTIMO	
Garantías	Dentro de las actividades que quedan consignadas en el plan de acción para el mejoramiento, se prevé la aplicación de encuestas de calidad.

BP6. Gestión ambiental

6.1 Acciones de gestión ambientales

La organización debe establecer algunas acciones que procuren disminuir el impacto en el ambiente y tener evidencia de ello. Son ejemplos de acciones ambientales: separación de residuos, reutilización de papel, eficiencia del consumo energético y de agua, regulación de la temperatura en los equipos de refrigeración y de calefacción del salón comedor, entre otros.

Los procesos que el establecimiento de gastronomía realice en materia de **gestión ambiental permiten reducir los impactos y aumentar la eficiencia**. Por ejemplo, si se logra disminuir el consumo de energía, no solo se está contribuyendo con el medio ambiente, sino que también se está ahorrando dinero en el pago de la factura correspondiente. Todas las acciones que se desarrollen en materia ambiental pueden sistematizarse mediante un Sistema de Gestión Ambiental – SGA. **Implementarlo es relativamente sencillo**, solo se requiere compromiso y acción. Los principios son:



Fuente: darumasoftware.com

El plan de acción que se diseñe debería incluir, sobre todo, los **aspectos ambientales** que se han identificado como más significativos en las empresas; ellos son **generación de residuos, consumo de agua, consumo de energía, impactos de los equipos de refrigeración y calefacción, entre otros**

Consumo de agua

El agua **es un recurso no renovable y limitado**. El establecimiento gastronómico tiene entonces, un compromiso con la sociedad, que se ve plasmado en la **planificación y puesta en marcha de políticas de gestión ambiental**, entre las cuales se encuentra el uso eficiente del agua.

De acuerdo con expertos, a través de sencillas acciones de bajo costo, se puede llegar a ahorrar

hasta un 30% de los gastos que la empresa debe afrontar por el uso del agua. En la perspectiva de tomar medidas eficientes, lo primero es medir el costo real del consumo en la empresa, a partir de los siguientes análisis.

- Revisar y comparar las facturas de los últimos dos o tres años.
- Preguntar al personal de la empresa su opinión en cuanto al manejo del agua.
- Identificar todos los puntos donde hay suministro de agua para evaluar su uso y condiciones.
- Realizar un análisis comparativo con otros restaurantes del mismo tamaño.

El análisis de consumo por años en la agencia puede realizarse con el siguiente formato:

FORMATO CONTROL DE AGUA							
Meses	Año 2024		Año 2025		Resultados		Acciones (Realizables)
	Consumo m ³	Valor (\$)	Consumo m ³	Valor (\$)	m ³	\$	
					m ³ 2024 - 2025	Valor 2024 - 2025	
Ene - Feb							
Mar - Abr							
May - Jun							
Jul - Ago							
Sept - Oct							
Nov - Dic							
Totales							
Elaborado por: Cargo: Fecha:			Revisado por: Cargo: Fecha:			Aprobado por: Cargo: Fecha:	

Se diligencia cada mes, a partir de la cantidad de líquido consumido y los costos, información que se obtiene de las facturas de pago. La casilla Resultados promedia los consumos en m³ y en dinero. En la casilla Acciones, se consignan las medidas que se decida implementar para reducir el consumo. Algunas pueden ser:

- Utilizar agua sólo cuando sea necesario. Entrenar al personal sobre todo a las personas de mantenimiento y aseo, para que cumplan sus labores con el menor consumo posible del valioso líquido.
- Designar a una persona del equipo para que supervise el uso del agua, puede ser el Coordinador de Calidad.
- Identificar todas las oportunidades que pudieran minimizar el consumo.
- Se pueden realizar inversiones en grifos y sanitarios que reduzcan el consumo.
- Proteger las tuberías contra el frío y revisar regularmente que no existan fugas.
- Reparar goteos y fugas lo más rápidamente posible.

Consumo de energía

El restaurante hace uso intensivo de energía. Sin embargo, se pueden tomar medidas para disminuir su consumo. Por ejemplo, el uso de equipos inapropiados o sobredimensionados, las acometidas en mal estado, el uso de tecnologías obsoletas y las fugas de energía, entre otras, son situaciones que pueden preverse y solucionarse.

Igual que con el consumo de agua, lo primero que se debe hacer es evaluar cómo se está utilizando la energía y establecer medidas. El siguiente formato, puede ayudar.

FORMATO DE CONTROL DE ENERGÍA							
CONTROL DE ENERGÍA							
Meses	Año 2024		Año 2025		Resultados		Acciones (Realizables)
	Consumo kwh	Valor (\$)	Consumo kwh	Valor (\$)	kwh	\$	
					kwh 2024 - 2025	Valor 2024 - 2025	
Ene - Feb							
Mar - Abr							
May - Jun							
Jul - Ago							
Sept - Oct							
Nov - Dic							
Totales							
Elaborado por:			Revisado por:			Aprobado por:	
Cargo:			Cargo:			Cargo:	
Fecha:			Fecha:			Fecha:	

Se diligencia cada mes, a partir de la cantidad de energía eléctrica consumida y los costos de la misma, comparando los datos con los consumos correspondientes a los meses del año inmediatamente anterior, información que se obtiene directamente de las facturas de pago. Esto permite al empresario tener un comparativo y formular acciones de mejora que puede consignar en la casilla marcada con el mismo nombre. Algunas de estas medidas pueden ser:

- **Sustituir la iluminación por una más eficiente.** La mejor opción es la tecnología LED que consume menos energía; además, tiene una vida útil más larga, no tiene elementos contaminantes y emite menos gases de efecto invernadero (GEI) asociados a la electricidad. También se pueden instalar sensores de luz natural que regulen la intensidad lumínica en el perímetro de las ventanas y la instalación de detectores de presencia en zonas de poco uso.
- **Optimizar el uso de los equipos de oficina.** Apagar los equipos de cómputo cuando no se estén usando y las pantallas al hacer descansos, utilizar la configuración de ahorro de los equipos e imprimir solo lo imprescindible.
- Además, se debe **gestionar la climatización por su gran cantidad de consumo energético.** Cada persona aguanta un tipo de temperatura diferente o va vestida de manera distinta y por tal razón una de las medidas para reducir el consumo asociado a la climatización sería sustituir los termostatos individuales por otros no manipulables, lo que permite el control centralizado de los equipos de climatización. También se pueden adecuar a la demanda del restaurante, es decir, variar las horas de funcionamiento y la temperatura a lo largo del tiempo.

6.2 Gestión de residuos

La organización debe implementar un método para la separación de los residuos que genera la actividad; dicha separación se puede establecer entre los que son orgánicos (llamados también basura: restos de comida, residuos húmedos o sucios) y los reciclables (o no orgánicos, que son: cartón y papel, plásticos, metal y vidrio).

Un residuo es cualquier sobrante que resulta del consumo o uso de un bien, en actividades domésticas, industriales, comerciales, etcétera, que se desecha y que es susceptible de aprovecharse o transformarse en un nuevo bien. Algunos tipos de residuos son:

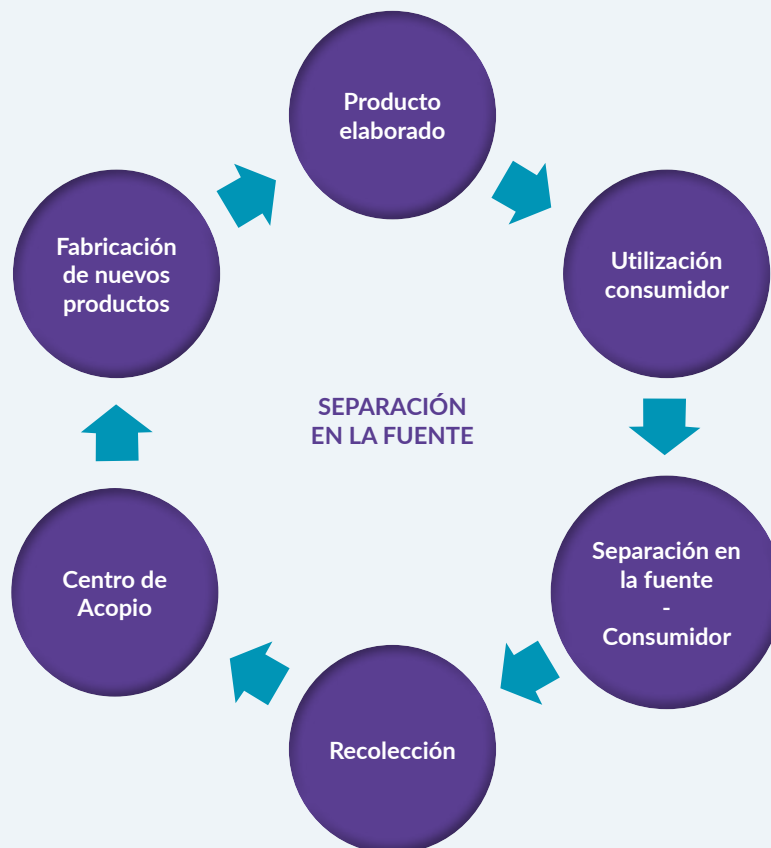
- Ordinarios o comunes: son aquellos generados en el desempeño normal de las actividades. Estos residuos se generan en oficinas, pasillos, áreas comunes, cafeterías, salas de espera, auditorios y en general en todos los sitios de uso público.
- Residuos no peligrosos: aquellos que no presentan riesgo para la salud humana ni para el medio ambiente.
- Reciclables: aquellos que no se descomponen fácilmente y pueden volver a ser utilizados en procesos productivos como materia prima (papeles y plásticos, chatarra, vidrio, telas, partes y equipos obsoletos o en desuso).
- Biodegradables: Aquellos restos químicos o naturales que se descomponen fácilmente en el ambiente (vegetales, residuos alimenticios no infectados, papel higiénico, jabones y detergentes biodegradables, madera y otros residuos que puedan ser transformados fácilmente en materia orgánica).
- Inertes: aquellos que no permiten su descomposición, ni su transformación en materia pri-

ma y su degradación natural requiere grandes períodos de tiempo (icopor, algunos tipos de papel como el papel carbón y algunos plásticos).

- Residuos peligrosos: infecciosos, combustibles, inflamables, explosivos, reactivos, radiactivos, volátiles, corrosivos y/o tóxicos; las cuales pueden causar daño a la salud humana y/o al medio ambiente. Así mismo se consideran peligrosos los envases, empaques y embalajes que hayan estado en contacto con ellos.
- Biosanitarios: aquellos elementos o instrumentos utilizados durante la ejecución de los procedimientos asistenciales que tienen contacto con materia orgánica, sangre o fluidos corporales humanos o animales.

¿Qué manejo se debe dar?

La **separación en la fuente** que es el proceso mediante el cual se recuperan y se aprovechan los residuos que han sido desechados como basura, para ser utilizados posteriormente en la elaboración de nuevos bienes o elementos.












¿Qué manejo se debe dar?

La **separación en la fuente** que es el proceso mediante el cual se recuperan y se aprovechan los residuos que han sido desechados como basura, para ser utilizados posteriormente en la elaboración de nuevos bienes o elementos.

Sistema de Reciclaje

Implementar un sistema de reciclaje comprende las siguientes fases:

<p>a. Designar personas encargadas.</p>									
<p>b. Establecer metas del sistema.</p>	<p>Por ejemplo, crear conciencia entre todos los trabajadores del establecimiento.</p>								
<p>c. Crear algunos objetivos medibles.</p>	<p>Por ejemplo: reciclar 20% de los desechos en un año.</p>								
<p>d. Entender la ruta de desechos.</p>	<p>¿Dónde se recogen? ¿A dónde se llevan? ¿Cómo se guardan? ¿Cada cuánto se eliminan?</p>								
<p>e. Identificar los actores que hacen parte de la ruta actual.</p>	<p>¿Quién vacía los contenedores? ¿Qué empresa recoge la basura?</p>								
<p>f. Realizar una caracterización de los residuos, identificando: tipos de residuos que se generan, lugares donde se generan e infraestructura existente para los residuos.</p> <p>Este análisis servirá para saber qué tipo de contenedores o canecas se deben tener, dónde deberían colocarse los puntos de reciclaje, etcétera.</p>	<p>El método para hacerlo puede ser analizando la basura, diaria, así:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pesar toda la basura diariamente. 2. Identificar los lugares donde se produjo. 3. Clasificar los residuos en: papel, cartón, material vegetal, orgánicos, tóxicos, peligrosos, plásticos, etcétera. 4. Pesar cada categoría y sacar el porcentaje con respecto al peso total de basura. 5. Se realiza el análisis de datos. Ejemplo: <table border="1" data-bbox="807 1317 1434 1413"> <thead> <tr> <th>Tipo de desecho</th> <th>Origen</th> <th>Peso</th> <th>%</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Cartón</td> <td>Bodega</td> <td>1,3 libras</td> <td>27%</td> </tr> </tbody> </table> <p>También se pueden hacer algunas preguntas al personal de aseo y observaciones sobre hábitos de los empleados, de los visitantes, días en que se acumulan más residuos, etcétera.</p>	Tipo de desecho	Origen	Peso	%	Cartón	Bodega	1,3 libras	27%
Tipo de desecho	Origen	Peso	%						
Cartón	Bodega	1,3 libras	27%						
<p>g. Identificar empresas que se dediquen al reciclaje.</p>	<p>Dónde se localizan, qué tipo de materiales reciclan, frecuencia en que podrían recoger los materiales en el alojamiento, exigencias de cantidad, etcétera.</p>								
<p>h. Rediseño del sistema de residuos.</p>	<p>Identificando cuáles materiales se van a reciclar, qué se podrá reciclar, si existen residuos que tendrán un manejo especial, la infraestructura necesaria (canecas, bolsas de colores, contenedores, recursos humanos y demás aspectos que deben tenerse en cuenta).</p>								

<p>i. Crear la señalética para que los desechos se depositen en el lugar correcto.</p> <p>Se puede crear un ícono para cada tipo de residuo.</p> <p>Se puede usar un panel informativo para cada set de contenedores.</p>	<p>Código internacional de colores:</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="text-align: center;"> Papel</div> <div style="text-align: center;"> Vidrio</div> <div style="text-align: center;"> Plástico</div> <div style="text-align: center;"> Aluminio</div> </div> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center; margin-top: 10px;"> <div style="text-align: center;"></div> <div style="text-align: center;"></div> <div style="text-align: center;"></div> <div style="text-align: center;"></div> </div>
<p>j. Crear campaña de difusión y educación</p>	<p>Para informar 3 cosas importantes:</p> <p>¿Cómo es el nuevo sistema de manejo de residuos?</p> <p>¿Qué, cómo y a dónde llevar los residuos?</p> <p>¿Cuáles serán los Impactos de estas acciones?</p>
<p>k. Evaluación y seguimiento</p>	<p>Periódicamente se analizan resultados.</p>

En la industria de alimentos y en especial en restaurantes, los desperdicios de comida pueden ser utilizados como compostaje; lo recomendable es identificar empresas locales para que recojan los desperdicios, teniendo precaución de hacer firmar una notificación donde se indique claramente que los desperdicios no serán utilizados para consumo humano, al igual que las grasas las cuales pueden ser empleadas para concentrado de alimentos animales y latex. Es preciso también indicar en la comunicación los días y horas de recogida.

BP7. Seguridad

7.1 Capacitación en manipulación higiénica de alimentos

El personal que está en contacto con la prestación del servicio de alimentos y bebidas debe contar con la capacitación en manipulación e higiene de alimentos.

Las **Buenas Prácticas en Manipulación de Alimentos**, son todos los principios de higiene que orientan las actuaciones del personal, en cuanto a manejo de alimentos para consumo humano, de manera que se garantice que sean fabricados en condiciones sanitarias adecuadas y se disminuyan los riesgos para la salud de las personas.

De acuerdo con lo anterior, la persona que manipula alimentos debe ser entrenada para comprender y manejar el control de los puntos críticos bajo su responsabilidad y ejercer vigilancia y monitoreo. Además, conlleva poder implementar acciones correctivas cuando dichos límites son traspasados.

En ese sentido, es responsabilidad del establecimiento gastronómico tener un plan de capacitación continuo y permanente (Ver numeral 4.5 Capacitación al personal). En Internet existen múltiples videos, artículos y tutoriales que pueden ser herramientas útiles para capacitar y actualizar al equipo del restaurante. Las autoridades sanitarias, en cumplimiento de las funciones

que les son propias, pueden requerir los carnés o certificaciones en **Manipulación de Alimentos** de sus empleados y podrían imponer sanciones por incumplimiento de este requisito. La capacitación la puede hacer directamente el restaurante, cuando se trate de reforzar conocimientos y contratar una empresa (en cuyo caso, dicha empresa debe contar con los permisos y registros necesarios) para obtener el carné correspondiente. En algunos casos son las mismas autoridades quienes las proporcionan.

Algunas de las temáticas a abordar podrían ser:



7.2 Información de contacto de servicios médicos y de seguridad

La organización debe tener disponible un listado con los datos de contacto de servicios médicos, de emergencias y de seguridad de la zona.

El listado debería tener como mínimo los teléfonos y dirección de hospitales, centros médicos, Policía, Estación de Bomberos y líneas de atención de emergencias. Es importante también conocer y tener el contacto de personas del vecindario y otros locales comerciales cercanos, quienes podrían asistir o acompañar, en caso de presentarse emergencias.

El establecimiento se asegurará que todo el personal conoce la información y tener fácil acceso telefónico cuando requieran realizar una llamada de emergencias. Si el establecimiento cuenta con servicio de seguridad privada, el encargado debe tener a la mano este listado.

7.3 Botiquín de primeros auxilios

El establecimiento debe contar con un botiquín de primeros auxilios o similar, situado en un lugar de fácil acceso y conocido por el personal, para poder atender al personal y a los clientes en caso de accidente. Se debe mantener el stock mínimo de los productos que lo componen y verificar periódicamente sus vencimientos.

El botiquín debe ser un recipiente de material durable, no corrosivo, resistente al agua, que se pueda cerrar herméticamente tras haber sido utilizado.

La siguiente tabla, muestra los **elementos mínimos que debe contener**, según la Cruz Roja Internacional; además **sirve como formato de control y verificación**:

ELEMENTOS ESENCIALES		Comprados		Verificado		Cantidad
		No	Sí	No	Sí	
ANTISÉPTICOS (previenen la infección)	Yodopovidona					
	Clorhexidina					
	Alcohol					
	Suero fisiológico					
	Jabón					
MATERIAL DE CURACIÓN	Gasas, compresas y apósitos					
	Vendas					
	Vendas adhesivas					
	Copitos					
	Esparadrapo					
ANALGÉSICOS (Para bajar la fiebre)	Algodón					
	Acetaminofen					
	Ácido acetil salicilico					
INSTRUMENTAL Y OTROS ELEMENTOS ADICIONALES	Sobres de suero oral					
	Tapabocas y guantes desechables					
	Pinzas					
	Tijeras					
	Navaja					
	Termómetro oral					
	Lupa					
	Linterna					
	Caja de fósforos y encendedor					
	Gotero					
Lista de teléfonos de emergencia						

El botiquín de primeros auxilios debe estar en todo sitio donde haya concentración de personas. Su contenido cambia de acuerdo con las necesidades.

Fuente: Cruz Roja internacional


Es preciso que **todo el personal conozca su ubicación, contenido y usos**; esto puede hacerse a través de los medios de comunicación interna establecidos, de las capacitaciones de seguridad en el trabajo y de protocolos de seguridad (incluidas en el Plan de capacitaciones). Su tamaño dependerá del número de personas y los recursos disponibles.



Herramienta de auto- chequeo

El formato de verificación del cumplimiento de los requisitos de la norma es un archivo Excel que contiene cada uno de los requisitos establecidos por la norma y varias casillas que le permitirán hacer seguimiento a los avances, en cumplimiento de la misma.

El formato se diligencia de la siguiente forma:

Comentarios del empresario	Acciones de mejora	Evidencias	Verificación	Fecha compromiso								
Diligencie esta casilla con todas las observaciones y comentarios que desee realizar. De esta manera, será fácil recordar en qué va y los problemas y dificultades que ha superado o debe enfrentar.	Escriba en este espacio todas las actividades que ha llevado a cabo para dar cumplimiento al requisito.	Indique documentos, registros diseñados y/o diligenciados, que demuestren la realización de cada acción de mejora.		Fecha en que estima cumplir el requisito.								
			<p>Contiene 4 niveles de calificación, así:</p> <table border="1" data-bbox="869 1332 1436 1624"> <tbody> <tr> <td>NA</td> <td>Si el requisito no le aplica.</td> </tr> <tr> <td>0%</td> <td>Si no ha realizado actividad alguna.</td> </tr> <tr> <td>50%</td> <td>Cuando considere que su nivel de avance en el cumplimiento del requisito está a la mitad o más de la mitad.</td> </tr> <tr> <td>100%</td> <td>Cuando las actividades realizadas le permitan establecer que ya cumplió con el requisito.</td> </tr> </tbody> </table>		NA	Si el requisito no le aplica.	0%	Si no ha realizado actividad alguna.	50%	Cuando considere que su nivel de avance en el cumplimiento del requisito está a la mitad o más de la mitad.	100%	Cuando las actividades realizadas le permitan establecer que ya cumplió con el requisito.
NA	Si el requisito no le aplica.											
0%	Si no ha realizado actividad alguna.											
50%	Cuando considere que su nivel de avance en el cumplimiento del requisito está a la mitad o más de la mitad.											
100%	Cuando las actividades realizadas le permitan establecer que ya cumplió con el requisito.											

El formato irá sumando los resultados de manera vertical (descontando los NA); al final usted podrá ver el estado de cada uno de los requisitos, sus avances según los datos de la verificación y su porcentaje de cumplimiento.

Buenas prácticas	Requisitos	Cantidad Requisitos	Comentarios del empresario	Acciones de Mejora	Evidencias	Verificación	Fecha compromiso
1. GESTIÓN OPERATIVA DEL ESTABLECIMIENTO 1.1 Requisitos legales La organización debe conocer los requisitos legales y reglamentarios de aplicación y contar con la habilitación de comercio y patente comercial vigente.	Conoce las normativas legales vigentes para el correcto funcionamiento del establecimiento.	1					
	Implementa las normas en el establecimiento.	2					
	Socializa con el personal las políticas correspondientes.	3					
1. GESTIÓN OPERATIVA DEL ESTABLECIMIENTO 1.2 Estructura funcional de la organización La dirección debe definir, en forma documentada, la estructura de la organización donde queden claramente descritas las funciones y responsabilidades.	Cuenta con una estructura organizacional donde se definen claramente áreas/departamentos, cargos y jerarquías.	4					
	Ha especificado las funciones, responsabilidades y perfiles de cada cargo.	5					
	Ha definido un mapa de procesos donde se identifiquen las interrelaciones de cada una de las áreas/departamentos.	6					
	Ha determinado la misión y la visión como parte de su planeación estratégica y las comunica al personal.	7					
1. GESTIÓN OPERATIVA DEL ESTABLECIMIENTO 1.3 Información de la organización en las oficinas de informes local y/o nacional Se debe facilitar a las oficinas de turismo del destino información sobre la organización. Esta información puede ser presentada por la organización en particular o a través de las asociaciones que la representen.	Cuenta con un directorio actualizado de las oficinas de turismo y/o asociaciones gastronómicas donde presta sus servicios.	8					
	Hace entrega del portafolio de productos y servicios a las oficinas de turismo, remitiéndolo cada vez que lo actualiza.	9					

Buenas prácticas	Requisitos	Cantidad Requisitos	Comentarios del empresario	Acciones de Mejora	Evidencias	Verificación	Fecha compromiso
1. GESTIÓN OPERATIVA DEL ESTABLECIMIENTO 1.4 Recetas de los principales platos El responsable de cocina debe realizar una ficha técnica y receta de los principales platos que contemplen: ingredientes, pasos de elaboración y una fotografía de su presentación final.	Cuenta con las fichas técnicas de los platos que ofrece y mantiene su presentación en el servicio.	10					
1. GESTIÓN OPERATIVA DEL ESTABLECIMIENTO 1.5 Disponibilidad y presentación de cartas La organización debe disponer en el establecimiento de una carta de platos, y sería recomendable contar con una carta de vinos. Las mismas estarán diseñadas de forma que se facilite la lectura de los textos, la comprensión de los contenidos de los platos, los precios de los productos y ofertas. Y en la carta de vinos, especificar: tipo, origen y categoría de vinos, como también sus precios. Se debe incluir, en la carta de platos, la identificación de aquellos alimentos que son aptos celíacos (TACC).	Cuenta con una carta de los platos y/o vinos que se ofrecen al público.	11					
	Registra en el menú, de manera clara, los contenidos de los platos, los precios, las ofertas y aquellos productos que son aptos para celíacos.	12					
1. GESTIÓN OPERATIVA DEL ESTABLECIMIENTO 1.6 Oferta disponible desde el exterior La organización expone la carta en el exterior del establecimiento disponiendo de una iluminación adecuada, empleando un soporte limpio y bien conservado. Asimismo, se debe exponer los horarios de apertura y cierre de atención del servicio gastronómico.	Expone la carta en un lugar externo, definido para tal fin.	13					
	Expone en lugar visible los horarios de apertura y cierre del establecimiento.	14					

Buenas prácticas	Requisitos	Cantidad Requisitos	Comentarios del empresario	Acciones de Mejora	Evidencias	Verificación	Fecha compromiso
1. GESTIÓN OPERATIVA DEL ESTABLECIMIENTO 1.7 Comunicación de medios de pago aceptados Se debe exhibir, en forma fácilmente legible y visible, los medios de pago aceptados para que el cliente los identifique rápida y claramente antes del inicio del servicio.	Expone en lugar visible y claramente los medios de pago aceptados.	15					
1. GESTIÓN OPERATIVA DEL ESTABLECIMIENTO 1.8 Platos típicos en la oferta gastronómica Se recomienda incluir e identificar en la carta de platos los productos y/o elaboraciones autóctonas o típicas de la localidad o de la región.	Define platos típicos de la localidad o región y los exhibe en la carta.	16					
1. GESTIÓN OPERATIVA DEL ESTABLECIMIENTO 1.9 Estándar del armado del salón y de las mesas La organización debe establecer un estándar documentado para el armado del salón y la presentación de las mesas; previendo un espacio mínimo de circulación entre las mesas de ochenta centímetros. Este estándar debe ser conocido por aquellos que preparan el servicio.	Cumple con el espacio mínimo de circulación entre las mesas.	17					
	Ha documentado el estándar del armado de salón y la presentación de las mesas.	18					
	Socializa con el personal de servicio los requisitos para el armado de salón y la presentación de las mesas	19					
1. GESTIÓN OPERATIVA DEL ESTABLECIMIENTO 1.10 Estándar de presentación de platos Se debe documentar el modo de presentación de los platos del menú del establecimiento.	Controla, mediante registro de la ficha técnica, el modo de presentación de los platos.	20					

Buenas prácticas	Requisitos	Cantidad Requisitos	Comentarios del empresario	Acciones de Mejora	Evidencias	Verificación	Fecha compromiso
1. GESTIÓN OPERATIVA DEL ESTABLECIMIENTO 1.11 Gestión de la comanda La organización determina un método para la gestión de la comanda, que incluye el tiempo mínimo deseado para tomar la comanda y la entrega del servicio solicitado.	Identifica los tiempos mínimos de preparación de cada plato.	21					
	Controla, mediante un formato la toma de pedidos y los tiempos desde su entrega en el área de producción hasta el servicio en la mesa.	22					
	Socializa con el personal las pautas de la toma de pedidos y realiza evaluaciones periódicas.	23					
1. GESTIÓN OPERATIVA DEL ESTABLECIMIENTO 1.12 Información previa a la reserva La organización establece un método documentado en el que se determina la información a brindar al cliente en caso de reservas: horarios, precios, ofertas, tickets admitidos, formas de pago, tiempo de espera para reservas.	Documenta los métodos de reserva en el establecimiento y los exhibe al público claramente.	24					
1. GESTIÓN OPERATIVA DEL ESTABLECIMIENTO 1.13 Registro de reserva La organización debe registrar las reservas, incluyendo como datos mínimos: tipo de cliente (particular o empresa), preferencias, medio y persona de contacto, número de comensales y requerimiento especiales.	Cuenta con una herramienta manual o tecnológica para el registro de las reservas, coherente con el procedimiento establecido.	25					
1. GESTIÓN OPERATIVA DEL ESTABLECIMIENTO 1.14 Atención a la mesa La organización debe capacitar al personal sobre las formas de atención a las mesas. Debe quedar registro de estas capacitaciones.	Incluye dentro del Plan de capacitación las relacionadas con servicio y atención a la mesa.	26					
	Registra la asistencia a las capacitaciones, organizando la información en carpetas digitales o físicas.	27					

Buenas prácticas	Requisitos	Cantidad Requisitos	Comentarios del empresario	Acciones de Mejora	Evidencias	Verificación	Fecha compromiso
<p>1. GESTIÓN OPERATIVA DEL ESTABLECIMIENTO</p> <p>1.15 Presentación de factura</p> <p>La factura se presenta en óptimas condiciones de presentación: limpia, sin deterioros, descriptivas y legibles.</p>	<p>Entrega al cliente la factura en óptimas condiciones y con la información legal pertinente.</p>	28					
<p>2. RECURSOS MATERIALES, EQUIPAMIENTO, INSTALACIONES Y PROVEEDORES</p> <p>2.1 Identificación de la organización</p> <p>El nombre de la organización debe estar perfectamente identificado en la entrada del espacio físico del establecimiento.</p>	<p>Exhibe su nombre y logo en la entrada del establecimiento.</p>	29					
<p>2. RECURSOS MATERIALES, EQUIPAMIENTO, INSTALACIONES Y PROVEEDORES</p> <p>2.2 Acceso al establecimiento</p> <p>Los distintos accesos de ingreso y de estacionamiento si tuviera, se encuentran debidamente señalizados, cuentan con iluminación, se mantienen limpios y despejados de obstáculos.</p>	<p>Mantiene los accesos en óptimas condiciones de seguridad e higiene.</p>	30					

Buenas prácticas	Requisitos	Cantidad Requisitos	Comentarios del empresario	Acciones de Mejora	Evidencias	Verificación	Fecha compromiso
2. RECURSOS MATERIALES, EQUIPAMIENTO, INSTALACIONES Y PROVEEDORES 2.3 Inventarios de insumos La organización debe realizar inventarios de insumos críticos para la prestación del servicio en forma documentada y mantenerlos actualizados, a fin de asegurar los stocks mínimos necesarios y prever las necesidades de compras. Son ejemplos de insumos críticos: mantelería, vajilla, menaje, mobiliario, utensilios de cocina, artículos de limpieza.	Determina los stocks mínimos de insumos para su correcto funcionamiento.	31					
	Controla los insumos críticos, lo documenta y toma decisiones.	32					
2. RECURSOS MATERIALES, EQUIPAMIENTO, INSTALACIONES Y PROVEEDORES 2.4 Stock mínimo de cartas La organización debe mantener un stock mínimo de cartas - menús sobre el total de plazas o cubiertos que ofrece el establecimiento.	Establece el stock mínimo de cartas sobre el total de plazas.	33					
2. RECURSOS MATERIALES, EQUIPAMIENTO, INSTALACIONES Y PROVEEDORES 2.5 Listado de proveedores críticos Se debe disponer de un listado actualizado de los proveedores críticos con sus datos de contacto y los servicios que proveen.	Cuenta con un listado actualizado de proveedores críticos donde registra sus datos y los servicios que ofrece.	34					
	Evalúa a sus proveedores críticos, dejando registro escrito o digital y toma decisiones como oportunidad de mejora para el servicio.	35					

Buenas prácticas	Requisitos	Cantidad Requisitos	Comentarios del empresario	Acciones de Mejora	Evidencias	Verificación	Fecha compromiso
2. RECURSOS MATERIALES, EQUIPAMIENTO, INSTALACIONES Y PROVEEDORES 2.6 Recepción de pedidos de compra Se debe controlar durante la recepción de mercadería, las cantidades y requisitos de estos, entre los cuales se debe incluir:	Cuenta con un procedimiento para la recepción de materias primas y lo socializa con el personal de cocina.	36					
- control visual de las propiedades organolépticas del producto (color, olor, textura y sabor); - la fecha de caducidad o consumo si corresponde; - cantidad de los productos; - integridad de los envases. Se debe dejar registro de esta acción.	Controla, mediante registro la recepción de las materias primas y supervisa.	37					
2. RECURSOS MATERIALES, EQUIPAMIENTO, INSTALACIONES Y PROVEEDORES 2.7 Horario de recepción de mercaderías Para una mejor atención al cliente, la organización debe planificar el ingreso de proveedores para la recepción de mercaderías e insumos en un horario que no coincida con los de la prestación del servicio.	Establece horarios para la recepción de insumos y mercaderías y lo comunica a sus proveedores.	38					
2. RECURSOS MATERIALES, EQUIPAMIENTO, INSTALACIONES Y PROVEEDORES 2.8 Sillas para niños La organización dispone de sillas para niños según la cantidad de plazas y el tipo de clientes habituales.	Cuenta con sillas para niños.	39					

Buenas prácticas	Requisitos	Cantidad Requisitos	Comentarios del empresario	Acciones de Mejora	Evidencias	Verificación	Fecha compromiso
2. RECURSOS MATERIALES, EQUIPAMIENTO, INSTALACIONES Y PROVEEDORES 2.9 Calefacción y refrigeración de los espacios físicos de atención al cliente. Se debe disponer de equipos para la calefacción y refrigeración, y que los mismos funcionen correctamente. Serían conveniente que los mismos estuvieran incluidos en el plan de mantenimiento programado.	Cuenta con equipos de refrigeración y/o calefacción.	40					
	Controla su funcionamiento mediante mantenimientos programados.	41					
2. RECURSOS MATERIALES, EQUIPAMIENTO, INSTALACIONES Y PROVEEDORES 2.10 Áreas de lavado de cocina independientes La cocina debe contar con áreas independientes de lavado; diferenciando las áreas para el lavado de vajilla, el lavado de alimentos y el lavado de manos.	Ha identificado las áreas de lavado.	42					
	Cuenta con un Programa de Limpieza y Desinfección para las áreas de cocina y servicio, lo socializa y efectúa los controles respectivos.	43					
2. RECURSOS MATERIALES, EQUIPAMIENTO, INSTALACIONES Y PROVEEDORES 2.11 Recipientes de basura Los desperdicios y restos de comida son depositados y recogidos en recipientes de basura con tapa de apertura indirecta (pedal o similar). La disposición de los residuos se debe ajustar a las normativas de las autoridades competentes. La organización cuenta con un método de limpieza e higiene de los recipientes de basura.	Cuenta con recipientes de basura de apertura indirecta.	44					
	La disposición de residuos se hace de acuerdo con las normas aplicables.	45					
	Incluye en el Programa de Limpieza y Desinfección el método para la higiene y sanitización de los recipientes.	46					

Buenas prácticas	Requisitos	Cantidad Requisitos	Comentarios del empresario	Acciones de Mejora	Evidencias	Verificación	Fecha compromiso
3. MANTENIMIENTO Y LIMPIEZA 3.1 Rutina de limpieza de salones y baños de clientes y del personal La organización debe definir una rutina de limpieza que contemple: cuándo se realiza, y los productos y artículos a emplear. Dicha rutina debe estar documentada. Los baños para uso de los comensales y del personal deben encontrarse limpios y mantenidos; deben contar con: jabón, papel higiénico, papelería, toallas de papel o secador de manos y aromatizante. Se debe contar con el registro de limpieza y desinfección correspondiente.	Cuenta con un procedimiento para el cuidado, buen uso y orden de las instalaciones.	47					
	Comunica al personal acerca del procedimiento, vigilando su cumplimiento.	48					
	Ha definido el control para la limpieza y desinfección de baños y lo supervisa.	49					
3. MANTENIMIENTO Y LIMPIEZA 3.2 Rutina de limpieza de cocina y almacén de mercaderías La organización debe definir una rutina de limpieza que contemple: cuándo se realiza, los productos a emplear, y los responsables. Esta rutina debe incluir la limpieza de los equipos y utensilios empleados en la manipulación y elaboración de los alimentos.	Cuenta con un Programa de Limpieza y Desinfección para las áreas de cocina y almacenamiento.	50					
	Socializa el Programa con el personal y controla su cumplimiento.	51					

Buenas prácticas	Requisitos	Cantidad Requisitos	Comentarios del empresario	Acciones de Mejora	Evidencias	Verificación	Fecha compromiso
3. MANTENIMIENTO Y LIMPIEZA 3.3 Productos de limpieza identificados Los productos de limpieza se deben encontrar en sus envases originales, los cuales deben tener las etiquetas establecidas por el proveedor. En caso de que los productos se hayan vuelto a envasar y/o fraccionar, el nuevo envase debe encontrarse etiquetado indicando su contenido. Asimismo, nunca se deben utilizar envases de alimentos y/o bebidas que puedan inducir a confusión.	Cuenta con un lugar para almacenamiento de los productos de limpieza, alejado del área de producción.	52					
3. MANTENIMIENTO Y LIMPIEZA 3.4 Plan de mantenimiento programado Se debe contar un plan de mantenimiento programado en donde se establezcan las acciones programadas, los responsables y la periodicidad para realizarlas. El plan de mantenimiento debe contener: - limpieza de campanas; - control de equipos de frío (heladeras y freezer); - services programados por fabricantes; - descongelación y limpieza de equipos de frío; - limpieza de sistemas de calefacción y refrigeración; - revisión del sistema eléctrico; - limpieza periódica de los tanques y cisternas de provisión de agua potable.	Mantiene los productos de limpieza en sus envases, o etiqueta cuando son reenvasados.	53					
3. MANTENIMIENTO Y LIMPIEZA 3.4 Plan de mantenimiento programado Se debe contar un plan de mantenimiento programado en donde se establezcan las acciones programadas, los responsables y la periodicidad para realizarlas. El plan de mantenimiento debe contener: - limpieza de campanas; - control de equipos de frío (heladeras y freezer); - services programados por fabricantes; - descongelación y limpieza de equipos de frío; - limpieza de sistemas de calefacción y refrigeración; - revisión del sistema eléctrico; - limpieza periódica de los tanques y cisternas de provisión de agua potable.	Cuenta con un Plan de mantenimiento programado debidamente documentado y controla su ejecución.	54					

Buenas prácticas	Requisitos	Cantidad Requisitos	Comentarios del empresario	Acciones de Mejora	Evidencias	Verificación	Fecha compromiso
<p>3. MANTENIMIENTO Y LIMPIEZA</p> <p>3.5 Mantenimiento correctivo</p> <p>Se debe disponer de un registro donde consten los pedidos de reparación de averías que se producen en el establecimiento, como también se registren sus reparaciones. La información mínima requerida debe contener: descripción y tipo de avería, fecha del pedido de reparación y fecha de reparación.</p>	<p>Documenta, mediante registro, los mantenimientos correctivos de equipos e instalaciones.</p>	55					
<p>3. MANTENIMIENTO Y LIMPIEZA</p> <p>3.6 Desinfección, desinsectación y control de plagas</p> <p>Se deben realizar en forma periódica aquellas desinfecciones, desinsectaciones y desratizaciones indicadas, ya sea por normativa legal vigente o acción propia del establecimiento. Como también la realización de la desinfección periódica de los tanques, de las cisternas para la provisión de agua potable. Se deben mantener los registros de su realización.</p>	<p>Cuenta con un Plan Integral de Manejo de Plagas y controla las áreas tratadas mediante registro.</p>	56					
	<p>Incluye dentro del Programa de Limpieza y Desinfección la limpieza y desinfección de los tanques de agua potable.</p>	57					
<p>3. MANTENIMIENTO Y LIMPIEZA</p> <p>3.7 Temperaturas de conservación de materia prima y alimentos</p> <p>Se debe tener documentado las temperaturas requeridas para la conservación de cada tipo de materia prima y alimentos.</p>	<p>Conoce las temperaturas óptimas en que se deben conservar los alimentos y las socializa con el personal de cocina y almacén.</p>	58					
	<p>Lleva un control escrito y diario de las temperaturas de las cámaras, equipos de congelación, refrigeración y almacén, donde se guardan las materias primas.</p>	59					

Buenas prácticas	Requisitos	Cantidad Requisitos	Comentarios del empresario	Acciones de Mejora	Evidencias	Verificación	Fecha compromiso
<p>3. MANTENIMIENTO Y LIMPIEZA</p> <p>3.8 Rotulación de alimentos ya preparados</p> <p>La organización debe conservar los productos ya preparados, teniendo en cuenta como mínimo: envases herméticos para la conservación y transporte de alimentos (bowls con film, tupper); cada envase con su rotulación/etiqueta indicando la fecha de elaboración y la fecha de caducidad del producto.</p>	<p>Conserva los productos preparados en envases herméticos y los rotula adecuadamente.</p>	60					
<p>3. MANTENIMIENTO Y LIMPIEZA</p> <p>3.9 Flujo de mercaderías en cocina</p> <p>La organización debe disponer de un correcto flujo o circuito de materia prima en la cocina para evitar la contaminación cruzada entre alimentos.</p>	<p>Ha definido un procedimiento para evitar la contaminación cruzada y lo socializa con el personal.</p>	61					
<p>3. MANTENIMIENTO Y LIMPIEZA</p> <p>3.10 Rotación de los productos almacenados</p> <p>La organización utiliza un método de almacenamiento como por ejemplo el FIFO (First In First Out, control de fechas de caducidad) que consiste en dar salida del depósito a los productos que tienen fecha de caducidad más próxima.</p>	<p>Ha definido un método de rotación de alimentos almacenados.</p>	62					

Buenas prácticas	Requisitos	Cantidad Requisitos	Comentarios del empresario	Acciones de Mejora	Evidencias	Verificación	Fecha compromiso
3. MANTENIMIENTO Y LIMPIEZA 3.11 Espacios de almacenaje Los espacios de almacenaje de carnes, pescados, frutas y verduras están separados entre sí, y los depósitos de alimentos y bebidas están preservados de la luz solar y cuentan con ventilación.	Cuenta con un espacio físico adecuado para cada grupo de alimentos.	63					
4. PERSONAL DEL ESTABLECIMIENTO 4.1 Responsable de coordinar las acciones de calidad de la organización Se debe definir, dentro de las funciones de la estructura de la organización, la persona que tiene como tarea el seguimiento del presente documento.	Ha designado un responsable para la implementación del Manual de Buenas Prácticas, definiendo sus funciones y responsabilidades.	64					
4. PERSONAL DEL ESTABLECIMIENTO 4.2 Planificación de turnos de trabajo La organización planifica en forma documentada los turnos de trabajo, la rotación y el personal asignado a los mismos.	Planifica los turnos del personal mediante registro y lo socializa con los empleados.	65					
4. PERSONAL DEL ESTABLECIMIENTO 4.3 Comunicación al nuevo personal sobre sus responsabilidades y obligaciones Se debe transmitir al nuevo personal (incluidos los temporales) lo que se espera de ellos, sus responsabilidades y obligaciones, y la política del servicio de la organización. Esta comunicación debe quedar registrada.	Cuenta con un procedimiento de inducción al personal nuevo y temporales.	66					
	Define temáticas de inducción y las incluye en la agenda de capacitaciones.	67					
	Registra las asistencias, física o digitalmente y las organiza en carpetas.	68					

Buenas prácticas	Requisitos	Cantidad Requisitos	Comentarios del empresario	Acciones de Mejora	Evidencias	Verificación	Fecha compromiso
4. PERSONAL DEL ESTABLECIMIENTO 4.4 Conocimiento sobre los productos y servicios ofrecidos por la organización El personal posee conocimiento de las características y oferta del establecimiento: menús, precios, horarios, etc.	Cuenta con un plan de capacitaciones dirigido a todo el personal, donde incluye la oferta del restaurante.	69					
	Registra las asistencias, física o digitalmente y las organiza en carpetas.	70					
4. PERSONAL DEL ESTABLECIMIENTO 4.5 Capacitación al personal La Dirección debe asegurar que se realizan como mínimo 2 capacitaciones anuales relacionadas con aspectos críticos de la prestación de servicios, como ser: manipulación e higiene de alimentos, atención al cliente; procedimientos de limpieza en cocina; técnicas de atención de las mesas, riesgos laborales, primeros auxilios. Se deben mantener registros de las capacitaciones recibidas.	Ha definido un plan de capacitación, con agenda anual, incluyendo todas las temáticas necesarias para cumplir satisfactoriamente con los puntos críticos de la prestación de servicios.	71					
	Evalúa las capacitaciones dictadas para corroborar la eficacia de las mismas y analiza la información.	72					
	Registra las asistencias, física o digitalmente y las organiza en carpetas.	73					
4. PERSONAL DEL ESTABLECIMIENTO 4.6 Información sobre la oferta turística relevante La Dirección debe asegurarse de que el personal, que mantiene contacto directo con los clientes, conoce el entorno geográfico del destino en el que se localiza el establecimiento y los atractivos turísticos más importantes.	Cuenta con un plan de capacitaciones dirigido a todo el personal, donde incluye geografía y atractivos relevantes del destino donde se localiza.	74					
	Registra las asistencias, física o digitalmente y las organiza en carpetas.	75					

Buenas prácticas	Requisitos	Cantidad Requisitos	Comentarios del empresario	Acciones de Mejora	Evidencias	Verificación	Fecha compromiso
<p>4. PERSONAL DEL ESTABLECIMIENTO</p> <p>4.7 Materiales y soportes de información</p> <p>La organización debe contar con elementos y/o materiales propios o de terceros (folletos, páginas web, apps, dossiers, otros) para brindar información al huésped acerca de servicios, actividades y atractivos del destino; incluyendo los datos de contacto de las oficinas de información turística si las hubiera. Son ejemplos de información a brindar: excursiones, alojamiento turístico, alquiler de coches, transportes, servicios de auxilio para vehículos, servicios médicos, lugar de venta de artesanías, etc.</p>	Mantiene material físico y digital de los atractivos y actividades locales.	76					
	Mantiene actualizada la base de datos de las oficinas de turismo y brinda dicha información a sus clientes.	77					
<p>4. PERSONAL DEL ESTABLECIMIENTO</p> <p>4.8 Código de vestimenta y aspecto personal</p> <p>La organización debe definir y comunicar a todo el personal, los criterios o códigos sobre indumentaria laboral y aspecto personal que los empleados deben mantener durante la jornada de trabajo y su relación con los clientes. Se recomienda incluir en las vestimentas elementos típicos del Paraguay o regionales, especialmente en fiestas tradicionales. Los criterios establecidos deben quedar documentados.</p>	Ha establecido los criterios sobre indumentaria laboral, los socializa con el personal y los incluye dentro de las responsabilidades de cada cargo.	78					

Buenas prácticas	Requisitos	Cantidad Requisitos	Comentarios del empresario	Acciones de Mejora	Evidencias	Verificación	Fecha compromiso
<p>4. PERSONAL DEL ESTABLECIMIENTO</p> <p>4.9 Herramientas de comunicación interna</p> <p>La organización debe disponer de un soporte de comunicación interna que permita asegurar que la información relevante es transmitida incluyendo incidencias, cambios, quejas, pendientes, entre otros. Como por ejemplo: un cuaderno de comunicaciones, pizarra, etc.</p>	<p>Ha establecido los mecanismos de comunicación interna, los socializa con el personal y evalúa su eficacia de manera periódica.</p>	79					
<p>4. PERSONAL DEL ESTABLECIMIENTO</p> <p>4.10 Higiene del personal de cocina</p> <p>La organización debe proveer y asegurar que el personal de cocina utiliza durante sus tareas gorro o cofia y chaqueta. Se recomienda el empleo de zapatos con puntera resistente y suela antideslizante.</p> <p>A su vez, el personal mantendrá una correcta higiene y presencia personal:</p> <ul style="list-style-type: none"> - uñas cortas, limpias y sin pintura - pelo recogido - ausencia de reloj, piercing y joyas en las manos, en las muñecas, orejas y nariz - cubiertos los cortes y rasguños en la piel expuesta - lavado de manos según los criterios comunicados por la organización. 	<p>Cuenta con un procedimiento para la higiene del personal de cocina, lo socializa e incluye dentro de las responsabilidades en los descriptivos de cada cargo.</p>	80					
	<p>Incluye en el Plan de capacitación aspectos relacionados con la higiene y presentación del personal de cocina, registra las asistencias, física o digitalmente y las organiza en carpetas.</p>	81					

Buenas prácticas	Requisitos	Cantidad Requisitos	Comentarios del empresario	Acciones de Mejora	Evidencias	Verificación	Fecha compromiso
5. SATISFACCIÓN AL CLIENTE 5.1 Canales de recepción de quejas y/o sugerencias del cliente La organización debe contar con un medio para que el cliente pueda dejar sus quejas y/o sugerencias; y dicho elemento debe estar disponible al cliente.	Ha establecido un procedimiento para el tratamiento de quejas y sugerencias, asignando responsable para su análisis.	82					
	Cuenta con un modelo físico o digital de quejas y sugerencias.	83					
	Cuenta con mecanismos de difusión para que el cliente conozca el modelo de quejas y sugerencias.	84					
5. SATISFACCIÓN AL CLIENTE 5.2 Medición de la satisfacción del cliente La organización debe disponer de algún método que le permita evaluar el grado de satisfacción de sus clientes respecto a la prestación del servicio. Los resultados deben analizarse y se consideran un registro.	Cuenta con un procedimiento para la satisfacción del cliente.	85					
	Ha definido un instrumento para la medición de la satisfacción del cliente y analiza sus resultados.	86					
5. SATISFACCIÓN AL CLIENTE 5.3 Mejora del servicio Para mejorar el servicio brindado se deben utilizar los resultados de la satisfacción de los clientes y las quejas o sugerencias recibidas. La organización debe demostrar alguna mejora implantada gracias a la información obtenida de dichos resultados.	Cuenta con un plan de mejora, producto del análisis de quejas y sugerencias y de la satisfacción del cliente.	87					
	Cuenta con un responsable para el seguimiento al plan de mejora.	88					

Buenas prácticas	Requisitos	Cantidad Requisitos	Comentarios del empresario	Acciones de Mejora	Evidencias	Verificación	Fecha compromiso
6. GESTIÓN AMBIENTAL 6.1 Acciones de gestión ambientales La organización debe establecer algunas acciones que procuren disminuir el impacto en el ambiente y tener evidencia de ello. Son ejemplos de acciones ambientales: separación de residuos, reutilización de papel, eficiencia del consumo energético y de agua, regulación de la temperatura en los equipos de refrigeración y de calefacción del salón comedor, entre otros.	Ha definido un plan de gestión ambiental o un procedimiento para controlar los consumos de agua, luz, energía y la disminución de residuos sólidos.	89					
	Cuenta con instrumentos que le permitan medir los consumos de servicios públicos y la disminución de residuos sólidos y, analiza la información.	90					
	Designa un responsable para el seguimiento al procedimiento o plan de gestión ambiental establecido y toma decisiones.	91					
6. GESTIÓN AMBIENTAL 6.2 Gestión de residuos La organización debe implementar un método para la separación de los residuos que genera la actividad; dicha separación se puede establece entre los que son orgánicos (llamados también basura: restos de comida, residuos húmedos o sucios) y los reciclables (o no orgánicos, que son: cartón y papel, plásticos, metal y vidrio).	Ha definido un plan de gestión de residuos o un procedimiento para controlar la separación por tipo orgánico y reciclables.	92					
	Designa un responsable para el seguimiento al procedimiento o plan de gestión de residuos establecido y toma decisiones.	93					
7. SEGURIDAD 7.1 Capacitación en manipulación higiénica de alimentos El personal que está en contacto con la prestación del servicio de alimentos y bebidas debe contar con la capacitación en manipulación e higiene de alimentos.	Incluye dentro del Plan de capacitaciones las relacionadas con manipulación de alimentos.	94					
	Evalúa las capacitaciones dictadas para corroborar la eficacia de las mismas y analiza la información.	95					
	Registra las asistencias, física o digitalmente y las organiza en carpetas.	96					

Buenas prácticas	Requisitos	Cantidad Requisitos	Comentarios del empresario	Acciones de Mejora	Evidencias	Verificación	Fecha compromiso
7. SEGURIDAD 7.2 Información de contacto de servicios médicos y de seguridad La organización debe tener disponible un listado con los datos de contacto de servicios médicos, de emergencias y de seguridad de la zona.	Dispone de un listado de servicios médicos, de emergencia y de seguridad de la ciudad donde se localiza.	97					
	Ha establecido mecanismos para la consulta permanente de los listados, por parte de su personal.	98					
7. SEGURIDAD 7.3 Botiquín de primeros auxilios El establecimiento debe contar con un botiquín de primeros auxilios o similar, situado en un lugar de fácil acceso y conocido por el personal, para poder atender al personal y a los clientes en caso de accidente. Se debe mantener el stock mínimo de los productos que lo componen y verificar periódicamente sus vencimientos.	Cuenta con un botiquín de primeros auxilios, dotado con los medicamentos mínimos requeridos.	99					
	Cuenta con un procedimiento para la dotación y verificación de productos vencidos y su uso en caso de accidentes menores, designando un responsable.	100					
	El personal conoce la ubicación y el procedimiento para atender accidentes menores.	101					
TOTAL REQUISITOS		101		SUBTOTAL CUMPLIMIENTO REQUISITOS		0	
				PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO			

CIBERGRAFÍA Y DOCUMENTACIÓN DE REFERENCIA

5. https://www.senatur.gov.py/application/files/5414/7921/9109/Resolucion_332-2010.pdf
6. <https://www.mspbs.gov.py/dependencias/portal/adjunto/3a58bb-resolucion632.pdf>
7. http://www.diputados.gov.py/ww5/index.php/noticias/preocupa-resolucion-de-inan-que-dejo-en-manos-de-municipios-habilitacion-de-locales-gastronomicos?ccm_paging_p=166
8. http://www.opaci.org.py/index.php?option=com_content&task=view&id=2269&Itemid=2
9. <https://www.arp.py/quienes-somos/>
10. <http://www.suace.gov.py/index.php/tramites/>
11. <http://www.bacn.gov.py/leyes-paraguayas/4755/ley-n-5014-establece-que-en-los-bares-confiterias-y-restaurantes-provean-carta-menu-impresa-en-sistema-de-escritura-braille-a-las-personas-con-discapacidad-visual>
12. https://drive.google.com/file/d/0B0fO30Y7z_VPbGp6U24zWmZMT3M/view
13. <http://www.alimentosargentinos.gov.ar/HomeAlimentos/Publicaciones/documentos/guias/guiBPMserviciodecomidas.pdf>
14. <http://www.fao.org/fao-who-codexalimentarius/es/>
15. http://www.fao.org/tempref/GI/Reserved/FTP_FaoRlc/old/docrep/rlc1006s.pdf
16. https://drive.google.com/file/d/1BtyUg-6iUDEu5RUkGBI3_eLHR13JDj36/view
https://drive.google.com/file/d/1BtyUg-6iUDEu5RUkGBI3_eLHR13JDj36/view
17. <https://drive.google.com/file/d/1wHL6-zDBu3d3-9hfsTahY9XYZNBINw3x/view>
18. <https://www.lifeder.com/organigrama-restaurante/>
19. https://es.slideshare.net/lalitogm94/organigrama-de-restaurante?next_slideshow=1
20. <https://www.arp.py/quienes-somos/>
21. <https://www.senatur.gov.py/index.php/servicios/informaciones-turisticas>
22. [https://www.ecured.cu/Carta_\(men%C3%BA_de_restaurante\)](https://www.ecured.cu/Carta_(men%C3%BA_de_restaurante))
23. <https://www.vinetur.com/2016121926598/como-creamos-la-carta-de-vinos-perfecta.html>
24. <https://celiaquia.info/que-significa-sin-tacc/>
25. <http://www.bacn.gov.py/leyes-paraguayas/4755/ley-n-5014-establece-que-en-los-bares-confiterias-y-restaurantes-provean-carta-menu-impresa-en-sistema-de-escritura-braille-a-las-personas-con-discapacidad-visual>
26. <http://www.asuncion.gov.py/wp-content/uploads/2016/06/REQUISITOS-PARA-CARTELERIA.pdf>

27. <http://www.asuncion.gov.py/junta-municipal/municipalidad-facilita-tramites-permiso-instalacion-carteles>
28. <http://www.asuncion.gov.py/wp-content/uploads/2017/11/NuevoDocumento-2017-11-29.pdf>
29. <http://www.asuncion.gov.py/wp-content/uploads/2018/09/ORD-2018-157-MOD.-ORD.-148-2012-ART.75-Y-DEROGA-ORD.3-93-REGULA-USO-ESPACIO-DOMINIO-PUBLICO-Y-PRIVADO-PROPAGANDA-ELECTORAL.pdf>
30. http://www.mic.gov.py/v1/sites/172.30.9.105/files/Ley%2016_0.pdf
31. <https://definicion.de/tarjeta-de-credito/>
32. <https://definicion.de/tarjeta-de-debito/>
33. <https://definicion.de/efectivo/>
34. <http://www.embajadeparaguay.ec/index.php/seccion-cultural/comidas-tipicas>
35. https://www.clarin.com/viajes/platos-tipicos-paraguay-sabrosa-fusion-culturas_0_Hk-CaqbPYb.html
36. https://es.wikipedia.org/wiki/Gastronom%C3%ADa_de_Paraguay
37. <http://tucarnetdemanipuladordealimentos.com/correcto-montaje-de-una-mesa-en-un-restaurante/>
38. <http://santaisabelrestaurante.blogspot.com/2012/10/santa-isabel-1.html>
39. <https://www.theforkmanager.com/es/blog/ventajas-tener-plano-sala-digital-restaurante/>
40. <https://www.comparasoftware.com/ineave/>
41. <http://www.imchef.org/presentacion-y-montaje-de-platos-la-guia-definitiva/>
42. <http://www3.gobiernodecanarias.org/medusa/ecoblog/avennav/la-comanda/>
43. <http://www.quieninvita.com/>
44. <https://www.rentabilibar.es/ponte-al-dia/ideas-practicas/seis-consejos-para-gestionar-correctamente-una-reserva>
45. <http://www.abc.com.py/especiales/fin-de-semana/derecho-de-admision-sin-reglas-claras-1705746.html>
46. <https://www.reservadealojamientos.com/es/ar/141/libro-de-reservas-restaurantes.html>
47. <https://hosteleria10.com/blog/servicios-de-mesa-basicos.html>
48. <https://www.pj.gov.py/ebook/monografias/nacional/civil/Juan-M-Palacios-F-Proteccion-Juridica-Consumidores.pdf>
49. <http://www.abc.com.py/edicion-impresa/economia/los-ultimos-cambios-hechos-por-tributacion-964937.html>
50. http://www.vigisalud.gov.py/establecimientos/images/documentos/legislacion/LEY_NRO_4934-13.pdf
51. https://www.intn.gov.py/application/files/7415/0099/0732/DECRETO_3891_de_accesibilidad.pdf

52. <https://www.g-stock.es/hacer-inventarios-en-un-restaurante-beneficios/>
53. <https://www.asgestion.com/determinacion-de-la-capacidad-de-un-restaurante/>
54. http://www2.ulpgc.es/hege/almacen/download/11/11310/20_el_SISTEMA_DE_COMPRA.pdf
55. <https://barradeideas.com/como-recibes-las-mercancias-en-tu-restaurante/>
56. <https://fidestec.com/blog/programa-mantenimiento-preventivo/>
57. <http://ingenieriadelmantenimiento.com/index.php/8-la-elaboracion-del-plan-de-mantenimiento>
58. <https://www.emprender-facil.com/es/10-pasos-plan-de-mantenimiento/>
59. http://www.tecnimet.com/?page_id=856
60. <https://www.etecnia.com.py/productos/1/Aires-Acondicionados>
61. <https://www.etecnia.com.py/productos/20/Estufas-y-Calefactores>
62. <https://www.limpiezaslm2.com/limpieza-de-restaurantes/#tab-con-1>
63. <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/20899/2/Manual.pdf>
64. http://mpp.pedagogica.edu.co/download.php?file=limpieza_desinfeccion_y_lavado_de_cuartos_de_almacenamiento_central.pdf
65. <http://www.abc.com.py/especiales/fin-de-semana/las-reglas-sobre-la-basura-en-asuncion-397109.html>
66. <http://blog-disarp.com/2011/06/30/la-limpieza-de-los-cubos-de-basura/>
67. <https://limpiezasil.com/limpieza-de-un-restaurante/>
68. <https://www.scribd.com/doc/50831733/checklist-restaurante-rutina-de-limpieza-y-orden>
69. <https://revistalabarra.com/noticias/protocolos-de-limpieza-en-la-cocina/>
70. <https://catedraalimentacioninstitucional.files.wordpress.com/2014/09/9-g-tema6-pl-sd-15-05-2010.pdf>
71. <http://ecolchem.com/literaturas/GERMACHEM%20FICHA%20TECNICA.pdf>
72. <http://www.oxiquimica.com.py/?id=productos>
73. <https://papelmatic.com/guia-de-limpieza-y-desinfeccion-en-restaurantes/>
74. <https://saia.es/limpieza-en-restaurantes/>
75. <https://instalacionesetna.com/campana-extractora-industrial/>
76. <https://www.nwpastryschool.com/recetas/como-hacer-un-control-de-temperaturas-en-una-cocina-profesional/>
77. https://www.sefh.es/pn/procedimientos_generales/PN_control_temp.pdf
78. <http://oga.bogota.unal.edu.co/wp-content/uploads/2018/02/Gu%C3%ADa-de-limpieza-y-desinfecci%C3%B3n-equipos-de-frio.pdf>
79. <https://www.refrigeracioncyc.com/deshielo-sistemas-frios-refrigeracion/>
80. <http://www.proelectrica.net/blog/vida-util-del-sistema-electrico.html>
81. <http://www.disaster-info.net/Agua/pdf/3-TanquesAlmacenamiento.pdf>

82. <file:///C:/Users/USER/Downloads/planpreventivoycorrectivo.pdf>
83. <http://fuensalida.es/archivos/archivos/mariaplaza/arch2488.doc>
84. <http://csaconsultores.com/control-plagas-invierno-desinfeccion-desinsectacion-desratizacion/>
85. https://es.slideshare.net/nalemi_04/control-de-plagas-46903280
86. https://www.uis.edu.co/intranet/calidad/documentos/bienestar_estudiantil/guias/GBE.27.pdf
87. <http://www.fao.org/3/a-a1390s.pdf>
88. <http://www.renovar-manipulador-alimentos.es/envasado-en-alimentacion/>
89. <https://www.nacion.com/ciencia/salud/por-precaucion-elija-guardar-los-alimentos-en-envases-de-vidrio/TZENCPGLHRGTTCKCZOTVLC4TM/story/>
90. <https://es.gizmodo.com/cuanto-tiempo-pueden-durar-los-alimentos-en-tu-neve-ra-a-1821949795>
91. <https://manipulador-de-alimentos.com/que-es-la-contaminacion-cruzada/>
92. https://www.clarin.com/buena-vida/nutricion/actuar-cocina-evitar-contaminacion-cruzada_0_Sy4T3puP7I.html
93. <http://www.abc.com.py/edicion-impresa/suplementos/escolar/manipulacion-correcta-de-los-alimentos-156265.html>
94. <https://es.slideshare.net/hufegove198423/rotacion-de-productos>
95. <https://www.iddba.org/training-materials/pdfs/jg-hottcs-es.aspx?ext=.pdf>
96. <https://www.iddba.org/training-materials/pdfs/jg-coldtcs-es.aspx?ext=.pdf>
97. http://repository.lasallista.edu.co/dspace/bitstream/10567/1444/1/Implementacion_mejoras_procedimientos_rotacion_manipulacion_materia_prima_Avinco.pdf
98. https://www.ecured.cu/Almacenamiento_de_alimentos
99. <https://es.slideshare.net/guest6a9862/tecnicas-basicas-de-almacenamiento-de-alimentos-presentation>
100. https://www.invima.gov.co/procesos/archivos/procesos_eliminados/Capacitacion_y_asistencia/2008/formatos/PM06-CAT-DI83.pdf
101. <http://pescadosymariscos.consumer.es/metodos-de-conservacion/congelacion>
102. <http://ucfoodsafety.ucdavis.edu/files/200253.pdf>
103. <https://bigarsolucion.es/aprovisionamiento-almacenaje-alimentos-bebidas-bar/>
104. http://www.menuspararestaurantes.com/como_controlar_el_inventario_en_tu_restaurante/
105. <https://tusalario.org/paraguay/derechos-laborales/compensacion/jornada-laboral-y-pago-de-horas-extra>
106. <http://www.abc.com.py/articulos/codigo-laboral-paraguayo-759521.html>
107. <https://www.tecon.es/como-organizar-horarios-y-turnos-de-trabajo/>
108. <https://superrheroes.sesametime.com/4-programas-para-organizar-los-turnos-rotativos/>

109. <https://es.justexw.com/claves-para-organizar-turnos-de-trabajo-en-excel.html>
110. https://www.paho.org/pan/index.php?option=com_docman&view=download&category_slug=publications&alias=374-capacitacion-en-higiene-para-manipuladores-de-alimentos-guia-metodologica-y-practica&Itemid=224
111. <https://www.grupoavance.eu/wp-content/uploads/2014/03/MANUAL-MANIPULACION-DE-ALIMENTOS.pdf>
112. <http://www.inan.gov.py/site/?p=253>
113. <https://capacitaciones.com.py/curso-atencion-al-cliente-01abr2017/>
114. <https://www.ccb.org.co/Eventos-y-capacitaciones/Nuestros-eventos/Diplomados/Atencion-y-servicio-al-cliente>
115. <http://protocololimpiezaydesinfeccion.blogspot.com/>
116. <https://catedraalimentacioninstitucional.files.wordpress.com/2014/09/9-g-tema6-plsd-15-05-2010.pdf>
117. <https://www.invima.gov.co/procesos/archivos/ASS/ESA/ASS-ESA-DI111.pdf>
118. https://www.mec.gov.py/cms_v2/adjuntos/13653
119. <https://sefogem.com/curso-de-tecnicas-de-servicio-de-alimentos-y-bebidas-en-barray-mesa/>
120. <http://dsso.mtess.gov.py/pdf/reglamento.pdf>
121. https://lohp.org/wp-content/uploads/2013/10/RestaurantWorkbook_Spanish.pdf
122. <https://www.achs.cl/portal/trabajadores/Capacitacion/CentrodeFichas/Documents/prevencion-de-riesgos-en-bares.pdf>
123. http://www.fpune.edu.py/web/bienestar_salud_curso_primeros_auxilios.php
124. <https://www.expomaquinaria.es/wpblog/2016/06/09/primeros-auxilios-restaurante/>
125. <https://uniformesyropadetrabajo.wordpress.com/2014/03/12/el-uso-del-uniforme-laboral-en-la-cocina-y-su-correcta-higiene/>
126. <http://www.uniformescomercia.com/uniformes-restaurantes>
127. <https://www.theforkmanager.com/es/blog/uniforme-pieza-clave-gestion-restaurantes/>
128. <https://www.buenosnegocios.com/9-herramientas-utiles-la-comunicacion-inter-na-n448>
129. <https://enlacocina.telemesa.es/gestion-administracion-restaurantes/la-importancia-la-comunicacion-personal-restaurante/>
130. <http://www.sanlorenzomuni.gov.py/application/files/3514/7679/9945/ORD-JM14.14.pdf>
131. https://www.paho.org/hq/index.php?option=com_content&view=article&id=10823:2015-higiene-personal&Itemid=42210&lang=en
132. <https://www.slideshare.net/cristinagope/ficha-tcnica-cocina-salmonetes-con-manitas-73350154>
133. http://restiges.com/ejemplo_3.php
134. <https://www.reservadealojamientos.com/es/ar/141/libro-de-reservas-restaurantes.html>

- 135.** <https://es.smartsheet.com/plantillas-de-inventario-en-excel-gratis>
- 136.** <https://www.freepik.com/free-photos-vectors/logo>”>Logo vector created by stock-6design - www.freepik.com
- 137.** <https://www.vix.com/es/imj/gourmet/6594/sencilla-torta-de-frutillas>
- 138.** https://www.freepik.com/free-vector/restaurant-menu-template-with-elegant-ornaments_2829215.htm
- 139.** https://www.freepik.com/free-vector/restaurant-menu-template_3103775.htm
- 140.** <http://www.artwohl.es/carta-de-vinos.html>
- 141.** <http://www.lamundana.cat/nuestra-cocina/>
- 142.** <https://gas-d2grupo-3.weebly.com/montaje-de-mesa.html>
- 143.** <https://www.turismo.gob.ec/el-encebollado-se-convierte-en-un-plato-patrimonial-de-la-alta-cocina-ecuatoriana/>
- 144.** https://saludextremadura.ses.es/filescms/web/uploaded_files/diabetes/MetodoPlato.pdf
- 145.** <https://sevilla.abc.es/gurme/reportajes-bares-y-restaurantes/sevilla/diez-platos-presentacion-original/>
- 146.** <https://www.diarioinformacion.com/multimedia/fotos/alicante/2017-01-24-81010-platos-finalistas-cocina-creativa.html>

