

PARA ADMINISTRAR MEJOR UN RESTAURANTE

La gastronomía peruana está en auge y los negocios que se dedican a este rubro crecen cada día, pero en muchos casos presentan dificultades que les impide despegar, como la inestabilidad del personal o la inadecuada selección de proveedores, entre otros problemas relacionados a la administración.

El incorrecto o inexistente control de costos e inventarios, el tiempo que lleva capacitar a un nuevo personal para el puesto, minimizar los asuntos contables,

tributarios y administrativos, porque “lo único que importa es vender”, son problemas que se suman a los mencionados anteriormente.

En ese sentido, el módulo educativo administración de restaurantes que ofrece el campus virtual Romero de manera gratuita, y en virtud de la alianza establecida con Le Cordon Bleu, el gerente del restaurante Wallqade Le Cordon Bleu, Arturo Piedra, brinda siete “tips” que te ayudaran a mejorar la administración de tu restaurante.



1. Rodéate de personal comprometido

Mantener motivado al personal hará que el riesgo de que se vayan disminuya considerablemente. Suma a personas que quieran crecer junto a tu restaurante y que compartan la visión que tienes para él.

2. Involucra a tu personal en el negocio

Es bueno que puedan saber algunos resultados periódicos de las operaciones del restaurante.

3. Tu proveedor: tu socio, tu amigo

Trata con respeto a tu proveedor y vean las debilidades del servicio para mejorarlo progresivamente.

4. Al cliente sin sorpresas

Nunca trates de sorprender al cliente con información falsa y tampoco lo trates con desdén. Si te equivocas mejor es asumirlo y aprender del error.

5. Normas sanitarias al día

Asegúrate regularmente que tu negocio cumple con las normas sanitarias vigentes, es lo primero que perciben los clientes. Si tu restaurante no las cumple, ten por seguro que no regresarán.

6. La competencia es una oportunidad

La competencia permite encontrar y analizar mis debilidades para convertirlas en fortalezas. En determinados casos la competencia puede servir como un referente. Además, habrá más personas interesadas en comer por la zona y puedes atraerlos.

7. El cliente debe sentir que nuestro producto vale más de lo que le cuesta

Un error común es pensar que el precio debe sentirse como lo que exactamente representa tu producto o servicio. Lo cierto es que el cliente necesita sentir que está ganando para que su consumo sea recurrente.

(Fuente: MVM/JIN/Andina)

LAS MYPE EN EL PERÚ



Francisco Huerta Benites

Presidente del Instituto Economía y Empresa
fhuertabenites@gmail.com
www.iee.edu.pe

En el Perú las MyPE totales ascenderían a 3,65 millones, de las cuales el 56% serían informales y el 44% formales (Produce 2015). Sin embargo, las informales ascenderían a alrededor de 65%, pues una proporción de las MyPE formales tributariamente serían informales laborales (Enaho, Sunat, INEI).

Características (MyPE formales)

- Nivel educativo, el 33,4% de los propietarios de las mype tienen secundaria completa, el 23,0% superior universitaria completa, el 16,2% superior no universitaria completa, el 8,4% superior universitaria incompleta (INEI 2014)
- Asociatividad. El 5,4%, de las MyPE formaban parte de alguna organización o agrupación con fines empresariales (INEI 2013).

- Capacitación. El 56,0% de conductores de las MyPE declararon que habían accedido o participado en cursos o eventos de capacitación (INEI 2013).

- Gestión empresarial. El 19,0% de conductores de MyPE declararon que habían participado en cursos o eventos de capacitación relacionados con la gestión empresarial (INEI 2013).

Los problemas presentes

En general, más del 60% de las MyPE dejan de operar entre los dos y tres años. Las MyPE formales registran evidentes limitaciones en su gestión y desarrollo, como deficiencias en organización, en producción, en finanzas y mercados, así como no se evidencia innovación (producción, proceso, marketing, organización y modelo de negocio). En términos financieros las mype no hacen planificación financiera, están enfocadas en el corto plazo, además que no tienen las herramientas y técnicas del caso. Pensamos ahora en las condiciones de las MyPE informales.

Estudiar el mercado

Resulta importante para las MyPE de inicio tener claro cuál es su modelo de negocio (es más difícil de imitar), y hacer al menos un sondeo de mercado (y/o

un estudio de mercado cuando sea posible y deseable) antes de ingresar a operar, así la oferta se estructura en función de la demanda. Hay buen espacio para una intervención más eficiente y eficaz por parte del gobierno, que signifique una mejor performance de las MyPE formales en el mercado, así como para una adecuada formalización de las informales.

1 Es decir, pertenecían a instituciones que se crearon con la finalidad de negociar con proveedores, acceder a nuevos mercados, acceder a servicios financieros, obtener información y asistencia técnica, entre otros.

2 Los temas de mayor interés a los que asistieron los conductores a capacitarse fueron, ofertas que ofrece el sistema financiero (40,9%), gestión empresarial (19,0%), nuevas tecnologías para mejorar productos o procesos productivos (15,7%), información y comunicación (7,8%) y nuevas tecnologías para la gestión empresarial (6,5%).

3 Los conductores de las mype manifestaron que los cursos de capacitación preferidos, fueron marketing (19,0%), calidad (10,2%), exportaciones (10,1%), formalización (9,7%) y atención al cliente (7,7%), entre los principales.

ENCUENTRO DE LÍDERES EMPRESARIALES



El 12 de mayo, en el Hotel Bolívar, la Gerencia de Desarrollo Económico de la Municipalidad Metropolitana de Lima, realizó el “Primer Encuentro de Líderes Empresariales”, en el marco de la Semana de la MyPE Lima, 2016.