

**UNIVERSIDAD DE SAN MARTIN DE PORRES
EDUCACIÓN CONTINUA
GESTIÓN DE RESTAURANTES**

DOCENTE: Luis Alberto Catalano

HORARIO DEL CURSO: Sábados 9.00 am-1:00pm

DESCRIPCIÓN DEL CURSO

Para que una empresa de restauración pueda desarrollarse debe responder con eficacia al medio externo sin perder de vista los recursos disponibles, las capacidades propias y los puntos fuertes. Por eso, independientemente del tamaño de la empresa, es clave poseer herramientas de análisis y planificación, que nos aporten el pensamiento estratégico necesario para identificar la situación de nuestra empresa y de su entorno. Solo así, podremos seleccionar e implementar las estrategias más adecuadas y competitivas para su crecimiento.

Este curso está dirigido a Cheff, dueños de Restaurantes, Gerentes de Alimentos y Bebidas, y a todas aquellas personas que quieran incurrir en el negocio de la Gastronomía.

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE DEL CURSO

Comprender el proceso que permite gestionar de manera exitosa las estrategias para gestionar, planificar el control económico y financiero, las herramientas necesarias para mejorar el rendimiento y obtener el máximo de las personas y grupos de trabajo.

Dotar de herramientas para gestionar la relación laboral con los miembros de la empresa y ser capaz de planificar campañas de comunicación, fidelización y valor de marca.

Adquirir con teoría y trabajo práctico el conocimiento y la visión analítica para discernir entre los diferentes modelos de negocios de restaurantes.

Al final de este curso, los estudiantes habrán adquirido las habilidades y el conocimiento para:

- Administrar los diferentes recursos para generar rentabilidad en el futuro.
- Adquirir los conocimientos y técnicas de la Gestión de Restaurantes y analizar sus particularidades en sus diferentes ámbitos.
- Conocer la metodología para la organización óptima de recursos económicos, técnicos y humanos.
- Analizar la oferta de negocio y metodología para la fijación de precios.
- Desarrollar habilidades dirigidas a la gestión y manejo de equipos de trabajo, especialmente de un restaurante.
- Conocer experiencias reales de profesionales de la dirección de establecimientos.

TEMARIO:

1. Food & Beverage Management.
 - i) ¿Qué es un Food and Beverage Manager?
 - ii) Organización, planificación y dirección de establecimientos de restauración
 - iii) Gestión y procesos del área de alimentos y bebidas.
 - iv) Ingeniería de menús.
 - v) Gestión de compras.
 - vi) La gestión económica de la restauración.
 - vii) Organización de eventos, banquetes y protocolo
 - viii) Seguridad alimentaria, medio ambiente y calidad
 - ix) Banquetes.
 - x) Vinos, maridaje y presentación.
 - xi) Concepto e importancia de la calidad. Implantación de un sistema de calidad. Higiene y seguridad alimentaria. Sistema APPCC. Calidad y sanidad medioambiental.

2. Gestión de RRHH y desarrollo de personas en restaurantes.
 - i) Gestión de los recursos humanos de un restaurante.
 - ii) Claves en la gestión de RRHH de un restaurante.
 - iii) Políticas de un restaurante para contratar
 - iv) Gestión de recursos humanos y comunicación interna
 - v) Análisis, descripción y valoración de puestos de trabajo.

3. Liderazgo y Motivación en la Gestión de Restaurantes.
 - i) ¿Qué es un líder de un equipo en un restaurante?
 - ii) Deberes básicos
 - iii) Diferencias entre liderar y dirigir
 - iv) Desarrolla programas de capacitación

4. Gestión de la Cultura de Servicio
 - i) Cultura Organizacional
 - ii) Brindar un servicio
 - iii) El triángulo de servicio al cliente
 - iv) El ciclo del servicio al cliente
 - v) Método para transmitir la cultura de servicio

5. Customer Experience Management para Restaurantes.
 - i) Visión estratégica de customer experience
 - ii) Investigación y comportamiento del cliente
 - iii) Indicadores y métricas de customer experience

6. Estrategias de Servicios para Restaurantes.
 - i) La importancia del cliente
 - ii) Fidelizar al cliente
 - iii) Manejo de quejas y reclamaciones
 - iv) Procesos de servicios

7. Marketing Digital para restaurantes.
 - i) ¿Por qué marketing digital?
 - ii) Estrategias de marketing digital para restaurantes
 - iii) Herramientas del marketing digital

8. Análisis y Control de Costos en Alimentos y Bebidas
 - i) Gestión del presupuesto
 - ii) Gestión del costo
 - iii) Proceso de compras
 - iv) Proceso de medición del gasto
 - v) Inventarios

9. Revenue Management para Restaurantes.
 - i) Qué es Revenue Management para Restaurantes
 - ii) Revenue management aplicado a restaurantes
 - iii) RevPASH
 - iv) Estrategia de Revenue Management

10. Indicadores de Gestión.
 - i) Análisis Operacional
 - ii) KPIs para el control de un restaurante
 - iii) Definición de indicador, ratio, índice.
 - iv) Características de un indicador.
 - v) Tipos de indicadores.
 - vi) Función de los indicadores.
 - vii) Métodos de cálculo de un indicador.
 - viii) Como construir un indicador. Documentación (ficha) del indicador.
 - ix) Construcción del semáforo para un indicador.

11. Gestión económica y Elaboración de presupuestos para restaurantes.
 - x) Elaboración y control de presupuestos de alimentos y bebidas
 - xi) ¿Cómo preparas un presupuesto para tu restaurante?

MATERIALES DEL CURSO

- Dos casos prácticos para aplicar los conceptos en clase.

LECTURAS RECOMENDADAS

- Serna Gomez, Humberto (11ª Edición) *Gerencia Estratégica: Teoría – Metodología – Mapas Estratégicos – Indices de gestión - Alimentos – Ejecución estratégica.*
En: https://datenpdf.com/download/gerencia-estrategica-humberto-serna-gomez_pdf
- Blanchard Ken / *Empowerment: 3 Claves para lograr que el proceso de facultar a los empleados funcione en su empresa.*
En: <https://germanchan.files.wordpress.com/2014/11/libro-5-empowerment.pdf>
- Scheel Adolfo Mayenberger. / *Evaluación Operacional y Financiera: Aplicada a la industria hotelera.*

- En: <https://publicaciones.uexternado.edu.co/hc-evaluacion-operacional-y-financiera-aplicada-a-la-industria-hotelera-4ta-edicion-finanzas.html>
- Santiago Segura R. / *Diseño del sistema salarial en la empresa hoy: Enfoque sistematico y Guía paso a paso.*
En: <https://publicaciones.uexternado.edu.co/hc-evaluacion-operacional-y-financiera-aplicada-a-la-industria-hotelera-4ta-edicion-finanzas.html>

METODOLOGÍA DEL CURSO

El curso se compone de la revisión de conceptos y teoría que luego serán contrastados con la realidad a través del análisis de casos y ejemplos. Como parte de la metodología del curso se trabajará con el aprendizaje colectivo, donde el docente desempeñará un rol de facilitador para la construcción del conocimiento, teniendo en cuenta la experiencia y el know- how de los participantes del curso.

Se ha considerado establecer un esquema metodológico que tendrá en cuenta lo siguiente:

1. **Exposición y debate:** Los conceptos son explicados por el docente quien además traerá a clase ejemplos y casos reales para contextualizar la explicación. Los participantes tendrán un rol activo al intervenir con sus comentarios y análisis sobre los casos presentados, propiciándose de esa manera un debate académico que permitirá un entendimiento amplio de los temas abordados.
2. **Práctica y retroalimentación:** Los participantes son motivados a debatir, analizar y comentar los casos presentados por el docente, así como los ejercicios preparados para las sesiones. De esta forma, ponen en práctica la teoría y se ejercitan en la toma de decisiones sobre casos reales. Esta interacción permite la retroalimentación constante de sus desempeños.

CALIFICACIÓN

Se utilizará para el curso el siguiente sistema de calificación de 20 puntos.

	Porcentaje de Nota Final	Puntos
Participación en clase	10%	2
Caso Asignado1	25%	5
Caso Asignado 2	25%	5
Examen Final	40%	8
Total	100%	20

ASISTENCIA

Se espera que los estudiantes asistan a todas las sesiones de clase. Las discusiones son una parte integral de la experiencia de aprendizaje del curso. La frecuencia y la calidad de su participación y contribución en estas discusiones tendrán una relación directa y significativa con los beneficios a corto y largo plazo del curso. Se debe avisar al profesor con anticipación si el alumno no puede asistir a clase.

PARTICIPACIÓN Y PREPARACIÓN PARA LAS CLASES

La participación en clase es una parte importante de la experiencia de aprendizaje en este curso, ya que la riqueza de la experiencia de aprendizaje dependerá en gran medida del grado de preparación de todos los estudiantes antes de cada sesión de clase. Además, un curso que incorpora el uso frecuente de análisis de casos para ilustrar la aplicación práctica de conceptos y prácticas, requiere que el alumno prepare los casos de manera diligente y exhaustiva, y ofrezca activamente los resultados de los análisis y conclusiones derivados, así como recomendaciones durante cada sesión de clase.

Con respecto a los análisis de casos, los estudiantes deben preparar y compartir con diligencia el resultado de sus análisis con la clase. Los estudiantes ofrecerán sus opiniones en entornos de grupo muchas veces en sus carreras; por lo tanto, la participación en clase sirve para preparar a los estudiantes para esta experiencia de negocios.

ASIGNACIONES DE CASOS

Se asignará dos casos a cada estudiante durante la duración del curso. El desarrollo de los casos equivale al 25 por ciento cada uno que sumarán al promedio final.

TRABAJO FINAL

El trabajo final se realizará el 19 del mes de octubre y representa el 40 por ciento de la calificación final. Los detalles sobre el contenido y el formato del trabajo final se tratarán en clase.