WHITEPAPER

GUÍA INTEGRAL PARA OPTIMIZAR LA MANO DE OBRA EN HOSTELERÍA

mapal os

Optimizar los costes laborales puede ser muy difícil. Pero cuando se hace bien, los beneficios obtenidos son superiores a los que conseguiríamos optimizando otras áreas del negocio.

Introducción

Uno de los mayores desafíos a los que se enfrentan los operadores de hostelería es la gestión eficiente de la mano de obra. No se puede dirigir un restaurante sin su personal y su coste supone una de las principales partidas de inversión mensuales. En función del tipo de restaurante y de su capacidad para optimizar los gastos, este puede ir de un 22% a un 40% del total de las ventas. En este sentido, representa el principal gasto de un restaurante, un indicador clave de rendimiento que ayuda a determinar su rentabilidad.

No hay mucho que puedas hacer para reducir los costes del aprovisionamiento de comida más allá de reducir su calidad. Sin embargo, con una estrategia inteligente de optimización de la mano de obra, podrás ahorrar mientras mantienes contentos a empleados, clientes e inversores.

Muchos operadores consideran que la optimización del trabajo consiste únicamente en reducir la plantilla o sus beneficios laborales, pero esta es una visión simplista de un desafío complejo. Hay muchas oportunidades para maximizar la productividad a la vez que se minimiza el impacto, ya sea una mejor formación cruzada del equipo, un mejor uso de las instalaciones o la implementación de las soluciones tecnológicas adecuadas. En esta guía, analizamos las mejores prácticas en optimización de la fuerza de trabajo por parte de diferentes compañías del sector de la hostelería.

Controla la tasa de rotación de empleados

Las tasas de rotación de empleados son notoriamente altas en el sector de la restauración. Los costes relacionados con este hecho van desde los procesos de selección a la formación de nuevos empleados, sin olvidar las horas de trabajo perdidas y la ineficiencia. La fuerte competencia, unos horarios de trabajo muy largos y las oportunidades de crecimiento en otros ámbitos explican este fenómeno. La alta tasa de rotación es una de las principales razones que se esconden tras los altos costes de mano de obra en hostelería.

Mejorar las oportunidades de desarrollo profesional, ofrecer diferentes incentivos, introducir programas de reconocimiento de empleados y mejorar la cultura del trabajo pueden ayudar mucho a controlar el desgaste. También se sabe que una política clara de bienestar de los empleados y otras acciones de creación y fortalecimiento de los equipos resultan muy útiles de cara a fidelizar a los trabajadores.

Capacitar al personal para tener un as en la manga

Ahorrar costes gastando más puede ir contra nuestra intuición, pero hablamos de productividad. Está ligado a la cultura, la motivación y la formación. Un personal más reducido, pero mejor formado es mejor que un ejército no entrenado de trabajadores que se apresuran en la cocina y la sala. Utilizar un sistema de gestión de formación en línea como Flow Training Management contribuye a aumentar la participación y visibilidad del programa.

Invertir en contratación

El coste de contratación puede ser alrededor del 25% del salario medio por empleado

La inversión en contratación va mucho más allá de una cuestión salarial. El proceso requiere tiempo y esfuerzo. Por eso es importante centrarse en los requisitos que realmente necesitamos, revisar los perfiles que más se adapten y buscar la mejor combinación para ocupar aquellas vacantes de forma rápida.

No debemos olvidar que colocar a la persona equivocada en el puesto equivocado sólo aumentaría el desgaste y el coste adicional de selección y formación. Según estimaciones conservadoras de los expertos del sector, el coste de contratación es de alrededor del 25% del salario medio de los empleados. Aquellos que no se adaptan adecuadamente al puesto o a la compañía pueden resultar peligrosos para la reputación del restaurante y afectar al negocio a largo plazo.

Promover la formación cruzada para una dotación de personal más eficiente

La formación cruzada garantiza que un empleado esté preparado para desarrollar múltiples tareas y ocupar diferentes roles. Esto requiere, por ejemplo, entrenar al cocinero o cocinera para ser capaz de atender mesas o al personal de sala para realizar tareas sencillas en cocina. La formación cruzada del personal de cocina también les capacita para trabajar en diferentes puestos, lo que permitiría tener menos personal en cocina en los periodos con menos afluencia sin desatender las necesidades.

La formación cruzada no sólo asegura que la fuerza de trabajo pueda realizar múltiples tareas, sino que también conduce a un crecimiento de las capacidades profesionales del personal, lo que fomenta su compromiso con la empresa. Esto último suele ser bien recibido por los empleados, que también pueden ocuparse de vacantes imprevistas y repentinas en el restaurante. Además, la formación cruzada aumenta la eficiencia, desarrolla la empatía y proporciona oportunidades de creación de equipos a nivel organizativo.

Medir e impulsar la eficiencia de los empleados

Medir y optimizar la eficiencia del personal es una tarea difícil en restauración. Sin embargo, se puede conseguir definiendo objetivos y estableciendo indicadores clave de rendimiento (KPI) para cada equipo. Por ejemplo, al personal de cocina se le puede asignar el objetivo de controlar el coste del aprovisionamiento de ingredientes. Del mismo modo, a cada camarero o camarera se le puede fijar un objetivo de ventas. El rendimiento del personal se puede analizar mediante los informes del TPV o del inventario para medir y mejorar su eficiencia.

Maximizar los trabajadores a tiempo parcial

Los empleados a tiempo parcial suelen cobrar una tarifa por hora inferior a la de los empleados a tiempo completo y tienden a ser personas más dinámicas. Por eso, tiene mucho sentido contratar empleados a tiempo parcial. Además, se puede contratar a empleados a tiempo parcial que se ocupen de descargar las tareas generales y no especializadas para reducir la carga del personal cualificado y permanente. Contar con personal adicional para que se ocupe de esto cuando los trabajadores a tiempo completo estén ausentes o estén a punto de superar sus horarios de trabajo es también una gran manera de evitar un abuso de las horas extra.

CASO PRÁCTICO

Sweetgreen

Sweetgreen es líder del sector de la hostelería cuando se trata de seleccionar a las personas adecuadas. Al tomar decisiones de contratación, se centran en buscar a profesionales que aspiran a hacer del mundo un lugar mejor. Este restaurante de ensaladas personalizadas es conocido por su cultura única de empleados, por utilizar ingredientes orgánicos y de origen local (siempre que es posible) y por el Sweetlife Festival. Pero lo que destaca sobre otras cosas de Sweetgreen es su dedicación para tener empleados felices y satisfechos.

Sweetgreen tiene cinco valores fundamentales en torno a los cuales gira todo su modelo de negocio: añadir el toque dulce, una filosofía en la que todos ganan, pensar de manera sostenible, llevar a la práctica su forma de trabajo y tener un impacto. “Nuestros valores fundamentales no sólo se aplican a los clientes, sino también al enfoque hacia los miembros de nuestro equipo”, asegura Victoria Quill, responsable de Adquisición de Talentos en Sweetgreen.

Cuando los fundadores Jonathan Neman, Nathanial Ru y Nicolas Jammet abrieron por primera vez la ubicación original en Georgetown, su objetivo era crear ensaladas saludables, rápidas y asequibles. La idea cobró sentido rápidamente, y la compañía ha tenido un crecimiento explosivo desde su fundación en 2007. Además de la deliciosa comida, que es de origen local, una gran razón para su crecimiento es su idea de una ‘dulce vida’. De acuerdo con Neman (como se cita en Business Insider) esto viene a decir “vive tu mejor vida”. Para lograr este ideal, se centran en los productores e impulsores de la empresa: los propios miembros de su equipo.

El lema Pasión X Objetivo (Passion X Purpose en inglés) se puede ver en todas partes de la empresa, desde las camisas que usan los miembros del equipo hasta las conversaciones diarias. Es parte de la filosofía de la dulce vida que buscamos no sólo para la empresa, sino para los miembros de nuestro equipo”, dice Quill. Según ella, a la hora de contratar gente “queremos personas con chispa, que estén ansiosas y entusiasmadas por tener un impacto en las comunidades en las que sirven”.

“¡Queremos gente apasionada! Apasionada por su vida, por su trabajo, por lo que están haciendo. Por ejemplo, si te gusta el senderismo, queremos saberlo y queremos que lo persigas. Es parte de la filosofía de la dulce vida que buscamos no sólo para la empresa, sino para los miembros de nuestro equipo”

Victoria Quill
Talent Acquisition Manager at Sweetgreen

CASO PRÁCTICO

MOWGLI: Apoyar el talento cultivado en casa para impulsar Mowgli Street Food

Mowgli es un grupo de restaurantes de comida india callejera de estilo casero fundado por el abogado convertido en empresario y enamorado del curry, Nisha Katona MBE. Abrió su primer restaurante en Liverpool en 2014 y desde entonces ha crecido hasta los once locales en nueve ubicaciones diferentes de Reino Unido. El grupo ha sido clasificado como uno de los negocios más dinámicos del país durante dos años consecutivos y recientemente fue galardonado como Mejor Marca Emergente por El Sunday Times Fast Track 100.

Una cultura de crecimiento y retribución

Los responsables de Mowgli están centrados en crear un lugar fantástico para trabajar. Los miembros del equipo se sienten bien retribuidos, importantes y realizados mientras logran todo lo que quieren durante su permanencia en la empresa.

En Mowgli consideran que para que los equipos brinden un excelente servicio deben estar muy bien formados y sentirse valorados

Al alcanzar el hito de cinco locales, la compañía reconoció la necesidad de mejorar sus procesos en el ámbito de los recursos humanos, agilizar la incorporación y proporcionar una formación adicional para impulsar el valor a su equipo. Se asociaron con Flow Hospitality Training para alcanzar estos objetivos, cumplir la normativa e invertir en el desarrollo profesional de sus empleados.

La compañía fue una de las primeras en poner a disposición de sus equipos los módulos de bienestar y salud mental, que han demostrado ser muy populares, junto con la capacitación de Mowgli Mental Health Manager, impartida directamente por la responsable de Formación.

Flow como centro de aprendizaje y desarrollo

A Mowgli le gusta combinar la formación presencial con módulos en línea para un enfoque mixto que garantice los mejores resultados de aprendizaje con la práctica.

Para facilitar una formación híbrida, el gestor de formación utiliza la funcionalidad del generador de módulos. El ejemplo más relevante de este estilo de enseñanza es la formación inicial de la marca, líder en el sector. Con una duración de cuatro semanas, cuenta con formación presencial, módulos en línea de la biblioteca de contenidos de Flow, módulos personalizados y planes de formación. Incluso ofrece módulos adaptados a cada establecimiento para garantizar que la experiencia de incorporación sea lo más relevante y efectiva posible para el nuevo empleado.

La carrera en hostelería se vuelve emocionante y satisfactoria

La mayoría de los responsables de Mowgli son talento cultivado dentro de casa gracias a un enfoque real de desarrollo interno de la gestión del negocio. Así quieren demostrar que las personas pueden pasar de un puesto de aprendiz a uno de gerente siguiendo un claro viaje profesional dentro de la empresa a la vez que se divierten e impulsan su carrera.

> **Con la ayuda de Flow, somos capaces de combinar nuestras formaciones presenciales con los módulos en línea para hacer que el aprendizaje resulte significativo. Además, Flow nos ayuda a asegurarnos de que nuestra gente tenga toda la capacitación que necesita para proporcionar el mejor servicio posible a nuestros clientes mientras aprenden de forma constante y se sienten bien retribuidos, importantes y realizados“**
>
> **Luisa Rodriguez**
> Responsable de Formación en Mowgli Street Food

Programa de forma más inteligente gracias a los datos

Olvídate de las hojas de cálculo de Excel, comienza a optimizar tus horarios con la ayuda de la tecnología. Una planificación optimizada de los turnos de trabajo debe basarse en datos. Una vez que tenemos una estimación de la demanda, podremos organizar los turnos. Para alinear mejor a los miembros del equipo con las necesidades del restaurante necesitamos saber de dónde vendrá el negocio y qué solicitará el cliente.

Utilizar un sistema inteligente de planificación de turnos

El software de planificación de turnos ayuda a los gerentes a organizar los horarios de los empleados de forma rápida y eficaz. De esta forma, pueden reducir el tiempo que dedican a estas tareas hasta en un 80% mientras logran una mayor visibilidad de la información a través de una plataforma única y accesible. Además, al integrar este sistema dentro del programa del TPV, pueden acceder a datos potentes sobre las ventas y el rendimiento laboral.

También puede ayudar a reducir los costes de mano de obra hasta en un 3%, lo que ahorra un tiempo muy valioso a la hora de coordinar el personal. En lugar de llamar por teléfono o enviar mensajes de texto o correos electrónicos para preguntar por la disponibilidad de cada empleado antes de preparar los turnos, el gerente puede organizar fácilmente los horarios y comunicarse desde un solo lugar.

Optimizar al personal para satisfacer la demanda

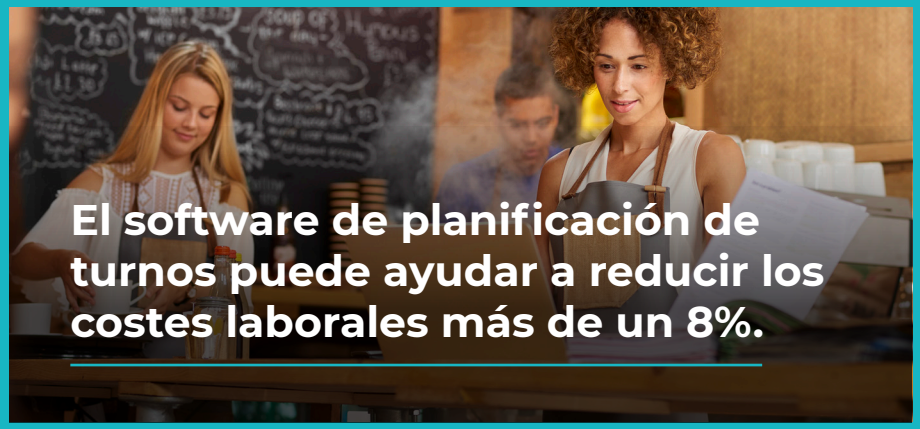
En ocasiones, hay demasiados empleados trabajando durante determinados periodos de tiempo con escasa demanda y ventas. En otras, falta personal para atender picos de tráfico de clientes. Ambas situaciones pueden dañar el negocio ya que el primero reduce los márgenes de beneficio y el segundo perjudica la experiencia de cliente.

El software de planificación de turnos GIRnet aprovecha la potencia de la inteligencia artificial para realizar una predicción del volumen de empleados necesarios por turno en función de la demanda prevista. Además, permite integrar los datos de ventas históricos, previstos y reales del TPV e introducir otros parámetros propios (disponibilidad de empleados, formación, costes de turno, etc.) para pronosticar la cantidad adecuada de empleados.

Utiliza un dispositivo de control de presencia

El robo de tiempo representa un coste de mano de obra oculto donde los empleados facturan a su empleador por un tiempo que en realidad no han trabajado. Esto significa que podrías estar pagando por una entrada o salida de turno fuera del horario, por descansos demasiados largos o por el redondeo de horas.

El uso de un dispositivo control de presencia permite realizar un seguimiento preciso del tiempo trabajado tanto en la entrada y salida de sus empleados, como en los descansos. Esto también ayudará a cumplir con la legislación laboral. Además, esta información se sincroniza instantáneamente con el sistema de nómina para ahorrar tiempo y costes de gestión.



CASO PRÁCTICO

The Fitzgerald Burger Company

The Fitzgerald aumentó la productividad del equipo un 12,1% con MAPAL Workforce

El nacimiento de un verdadero disruptor

Después de muchos años trabajando en restaurantes, 2013 fue el año en que los hermanos Mario y Carlos Gelabert decidieron dar el salto al emprendimiento con la creación de The Fitzgerald Burger Company, cusa sede inaugural se situó en Torrent, Valencia.

Al observar las mismas filosofías y estrategias de negocio entre sus competidores en un sector muy saturado, sabían que tenían que revolucionar el mercado a través de la innovación de productos y una cultura increíble. Su enfoque era ofrecer una propuesta sencilla utilizando las materias primas de la mejor calidad y donde se tuviera en cuenta cada detalle para garantizar que tanto la comida como la experiencia de cliente fueran inolvidables. La diferencia es clara: hamburguesas a la brasa cocinadas desde cero al momento, ensaladas con productos frescos y batidos y otros postres deliciosos.

> **"En Fitz somos libres, rebeldes y creativos, es nuestra cultura. El principal reto es mantener viva esta cultura, incluso si nos convertimos en una gran empresa. MAPAL nos ayuda a tener a las personas adecuadas en los lugares correctos y nos proporciona una herramienta sólida que garantiza que nuestra compañía sigue el camino correcto para que podamos centrarnos en hacer crecer nuestro negocio"**
>
> **Mario and Carlos Gelabert**,
> Fundadores de The Fitzgerald Burger Company

El reto: Optimizar los procesos sin perder su espíritu y cultura

Al igual que muchos negocios en crecimiento, a medida que abrían nuevas ubicaciones en diferentes lugares, se hizo difícil controlar cada una de las áreas de la compañía. Uno de los mayores desafíos fue lograr una gestión eficiente de los equipos, garantizar que estaban siendo bien atendidos y que los horarios estuvieran optimizados de manera que pudiesen alcanzar los máximos niveles de venta posible a la vez que ofrecían una experiencia de cliente excepcional.

Antes de implementar MAPAL Workforce, los gerentes de la tienda estaban atascados con la burocracia de crear horarios en Excel. Además, necesitaban la aprobación de la oficina central antes de publicar algo, un proceso muy ineficiente. Los responsables de operaciones buscaban una solución que les permitiera simplificar y reducir los procesos y la gestión de las diferentes áreas alcanzando una visión global.

Solución: Trabajar con una herramienta sólida y fiable

En 2018, Fitz se asoció con MAPAL implementando nuestra solución Workforce en sus cuatro locales abiertos hasta ese momento. Buscaban un socio que entendiera el sector y compartiera su pasión por la excelencia y la innovación.
MAPAL Workforce les ha permitido predecir con precisión la demanda y luego optimizar los niveles de personal para maximizar las ventas y reducir significativamente el coste de la mano de obra. Ahora tienen el personal adecuado en el lugar correcto en el momento oportuno, así han logrado una reducción de personal excesivo del 21,8%.

Todo esto ha permitido a la compañía acelerar su expansión, logrando una escala de 4 a 10 ubicaciones desde nuestra implementación inicial.

2.16x	12.1%
Mejora de la precisión de la proyección de ventas	**Aumento de la productividad**

Optimiza el menú y los horarios de apertura en función de la demanda

Revisa el horario de apertura

Analiza la demanda del restaurante en determinamos días y durante momentos específicos de la semana. Si existen periodos con menos afluencia en los que apenas se cubren los costes, puedes optar por reducir las horas de apertura. Por ejemplo, si no hay casi clientes entre la comida y la cena, podrías cerrar durante esas horas. Esto podría ayudar a ahorrar costes de mano de obra, reducir las horas extras innecesarias y la exigencia de hacer turnos largos y agotadores para el equipo. Otro beneficio de este enfoque es que te permite centrarte en ofrecer el mejor servicio durante la hora punta.

Diseña el menú adecuado

Para aquellos momentos más tranquilos, puedes ofrecer un menú más ajustado que requiera menos personal. Es decir, preparar un menú más reducido con platos menos complicados que se pueden servir rápidamente. Esta estrategia también podría aplicarse en los momentos de mayor demanda, cuando existe mucha presión en cocina.

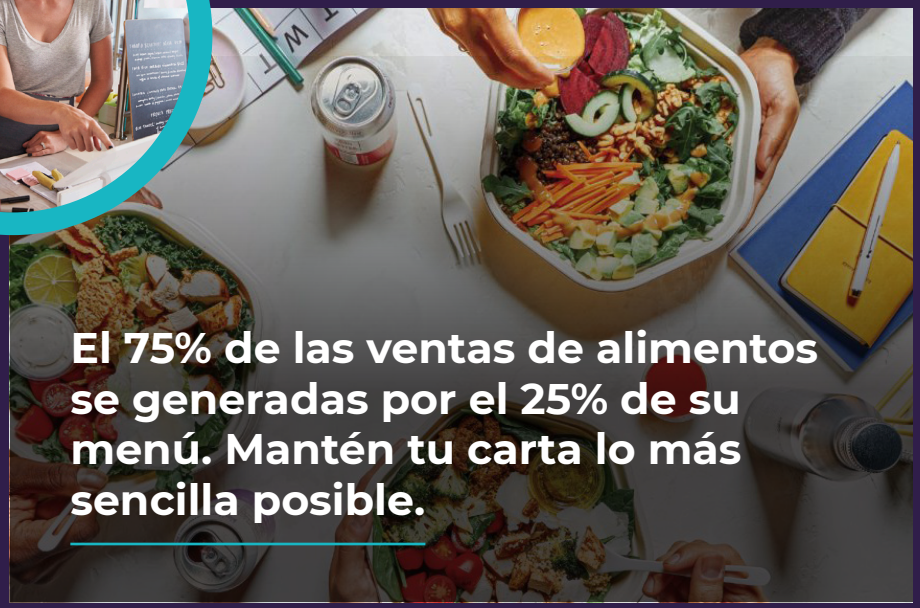
El uso de menús electrónicos puede ser útil, ya que permite una mayor flexibilidad a la hora de modificar la oferta sin molestar a los clientes con incoherencias entre la oferta disponible y la de carta. Además, ayuda a reducir el desperdicio de papel. Diseñar la cocina de manera que se adapte a la demanda, por ejemplo, con varias zonas de trabajo diferenciadas que se puedan habilitar en función del volumen de pedidos, también ahorrará costes de personal.

Trabajo oculto

¿Necesitamos cambiar el menú? ¿Es demasiado exigente en términos de mano de obra? ¿Hay demasiadas posibilidades? Pregúntate si estás vendiendo suficiente un plato específico para asegurarte de que merece la pena el trabajo necesario para prepararlo y servirlo.

Mejor trabajo de preparación

¿Se pueden adelantar determinadas preparaciones o quizá se podrían cocinar directamente algunos platos? Ambas opciones proporcionarán al chef un mayor control de las raciones y reducirán su carga de trabajo cuando hay picos de demanda. Para lograrlo, es necesario analizar bien el proceso de preparación. Tal vez puedas delegar en los proveedores algunas de las tareas más laboriosas. Por ejemplo, comprar cebollas, ajos o repollo ya limpios y cortados.



El 75% de las ventas de alimentos se generadas por el 25% de su menú. Mantén tu carta lo más sencilla posible.

Utiliza tecnología orientada al cliente

La tecnología puede ser una gran aliada para ayudar a los operadores a resolver sus problemas laborales. Para reducir su mano de obra, cada vez más deciden apoyarse en la inteligencia artificial, en el aprendizaje automático y en los quioscos de pedidos, que requieren menos personal de mostrador y permite redistribuir a los empleados en otras tareas que aportan un mayor valor añadido, como centrarse en el servicio al cliente.

Quioscos de autoservicio

En un restaurante de comida rápida, donde la frecuencia de clientes es mayor y los plazos de entrega de pedidos más ajustados, servir a cada mesa personalmente podría no ser factible. Por eso, muchos optan por introducir un sistema para que los clientes realicen pedidos y paguen al entrar a través de un quiosco de autoservicio.

Asimismo, instalar un sistema de recogida de bandejas también permite que el equipo de sala no tenga que recoger y limpiar cada mesa. Por otro lado, disponer de una zona donde coger vasos, platos, cubiertos, servilletas o condimentos desechables contribuye a ahorrar tiempo. Un enfoque de autoservicio puede reducir costes laborales y mejorar la relación del personal con los clientes.

Potente sistema TPV

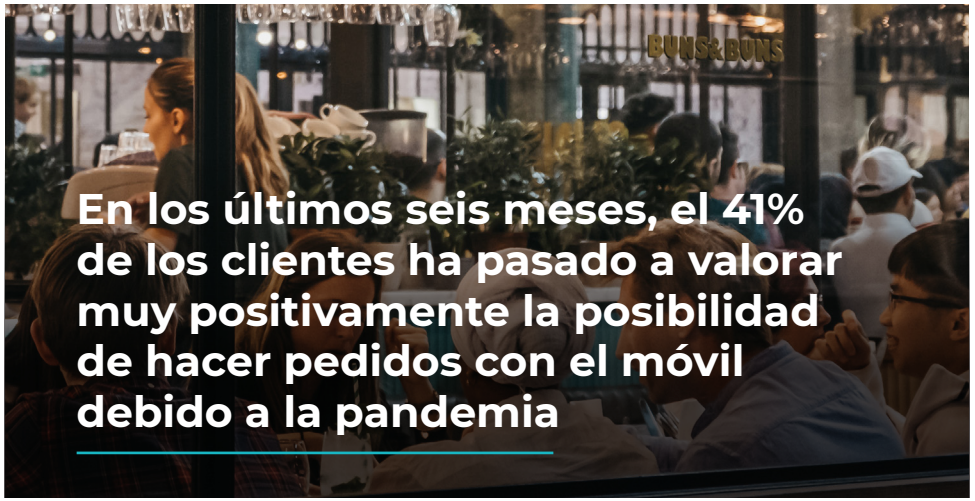
En otro tipo de restaurantes, donde los quioscos de autoservicio no son una opción, es interesante invertir en un sistema de TPV que se integre con tabletas o con una aplicación para recibir pedidos directamente desde la mesa a la cocina. Esto eliminará la necesidad de cantar el pedido de forma que el camarero o camarera no tenga que desplazarse hasta la cocina y que el personal de cocina y barra pueda comenzar a prepararlo de inmediato.

Aplicaciones de pedidos en mesa

Esta opción funcionará especialmente bien para restaurantes concurridos donde los camareros podrían no llegar a todas las mesas para vender rondas de bebidas o tomar pedidos de postres. Con las aplicaciones de pedido en mesa o un código QR de pedido, el cliente puede realizarlo él mismo. Así te aseguras de no perder oportunidades de venta durante los momentos de mayor actividad.

Aplicaciones móviles de pedidos anticipados

Como consecuencia de la pandemia, los consumidores aprecian el uso de soluciones digitales que contribuyen a minimizar los contactos y a facilitar la distancia social en hostelería. En los últimos seis meses, el 41% de los clientes valora positivamente que los establecimientos ofrezcan la posibilidad de realizar un pedido desde sus teléfonos móviles, según sugiere un estudio de OrderPay. Al permitir que los clientes pidan con anticipación, no solo se mejora la eficiencia del proceso y se ayuda a optimizar el tiempo de los empleados, sino que también se mejora la experiencia de cliente.



En los últimos seis meses, el 41% de los clientes ha pasado a valorar muy positivamente la posibilidad de hacer pedidos con el móvil debido a la pandemia

CASO PRÁCTICO

McDonalds está aprovechando diferentes tecnologías para optimizar sus operaciones y ofrecer a sus clientes una experiencia más fluida

McDonald's es un gran inversor en tecnología, especialmente porque trabaja para mejorar la eficiencia en la cocina y la velocidad en la entrega de pedidos. Se espera que la adquisición de Apprente conduzca a capacidades de conversación basadas en voz. También están realizando pruebas de freidoras automatizadas y equipos de bebidas para facilitar el trabajos del personal, que será destinado a otras áreas del restaurante.

Quioscos de autoservicio

McDonalds también está estableciendo una nueva tendencia con los quioscos de autoservicio. Aceleran el servicio con una reducción significativa en el tiempo de toma del pedido. Los quioscos son sistemas versátiles que permiten a los clientes personalizar sus pedidos y pagarlos con el modo de pago preferido. También reducen el tiempo de espera en las colas, incluso durante las horas pico y dirigen más tráfico de clientes. Esto se traduce en un aumento de las ventas. Una visualización completa de todo el menú con un solo clic y la facilidad de realizar los pedidos también contribuyen al incremento de las ventas.

Estos sistemas también proporcionan información en tiempo real sobre las preferencias de los clientes. Todos los datos están bien sincronizados con los TPV. Así los gerentes pueden determinar fácilmente lo que mejor funciona, esto trae mejoras en los servicios generales.

Tableros de menú digitales

700 establecimientos de McDonald's en Estados Unidos han implementado tableros de menú digitales basados en la tecnología de aprendizaje automático de Dynamic Yield. La compañía adquirió esta empresa de personal y de tecnología lógica de decisión a principios del año pasado.

La tecnología de Dynamic Yield varía las ofertas sugeridas en función de la hora del día, del clima y de los elementos del menú de tendencia.

Todavía es temprano, pero cuando el ecosistema tecnológico esté conectado, proporcionará una experiencia de pedidos sin problemas para los clientes y funcionará en todas las plataformas digitales de McDonald's, incluyendo sus quioscos de autoservicio y su aplicación móvil, explicó.

Los tableros de menús digitales y los quioscos de autoservicio son parte de la experiencia de cliente del futuro. En Estados Unidos, alrededor del 60% de las tiendas (aproximadamente unas 8000) ya se han adaptado al nuevo formato.

Aplicaciones de pedidos anticipados

McDonald's está instando a los clientes a reservar sus alimentos usando su aplicación para ayudar a acelerar las colas de pedidos. La aplicación de reserva también aprovecha la tecnología de geolocalización para identificar la ubicación del cliente y ofrecer la comida recién hecha ya que se preparada cuando se aproxima a una radio inferior a 100 m.

Optimiza el volumen de empleados en sala

Para mantener los costes bajo control es importante evitar el exceso de personal, pero hay que tener en cuenta que un equipo más pequeño necesita procesos más eficientes. Plantéate cómo el equipo puede hacer su trabajo de forma más eficiente. Observa cómo interactúan los empleados con diferentes roles con el diseño del restaurante. ¿Los camareros o camareras necesitan desplazarse mucho para llenar las jarras de hielo? ¿Van constantemente al almacén a por servilletas o cubiertos?

Estaciones de limpieza en sala

Es lento tener que ir hasta la cocina a por productos para limpiar una mesa. En su lugar, es preferible crear estaciones de limpieza en la sala de manera que el personal pueda dejar allí la vajilla sucia durante las horas pico y que haya un responsable de recoger estas zonas para que todo pueda seguir funcionando sin problemas.

Mantener el stock de bebidas más populares en diferentes lugares

Disponer de pequeñas neveras con agua, refrescos populares y otras bebidas embotelladas en la sala evita que el personal tenga que acudir a la barra cada vez que los clientes piden una nueva ronda.

Auditar las rutinas y crea una lista de tareas para reducir el tiempo de organización

Para garantizar su éxito, los restaurantes necesitan contar con procesos de organización divididos en partes más pequeñas para garantizar un reparto de tareas eficiente. Cada paso del proceso tendrá una persona con un trabajo determinado. Es muy importante que cada miembro del personal tenga sus responsabilidades claramente definidas.

Después de crear la lista, hay que analizar el momento en que se ejecuta cada tarea. ¿Tal vez algunas de las que se llevan a cabo normalmente antes o después del servicio podrían realizarse a lo largo del día durante los tiempos muertos?

Centralización

Tener una persona designada para manejar las reservas por teléfono o correo electrónico puede ahorrar mucho tiempo a los gerentes de restaurantes. Sin embargo, también puede suponte un coste bastante elevado que no se rentabiliza en los momentos de mayor demanda. Centralizar las llamadas y correos electrónicos de todos los restaurantes a una ubicación/persona ayudará a reducir los costes y también acortar el tiempo de respuesta.

mapal os

¿QUIERES SABER MÁS?

www.mapal-os.com