

Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente

Centro de Investigación y Formación Social

PROYECTO DE APLICACIÓN PROFESIONAL (PAP)

Programa de Desarrollo Local y Fortalecimiento del Tejido Social



ITESO
Universidad Jesuita
de Guadalajara

**2E05 San Pedro de Valencia: Renovación Urbana, Saneamiento
Ambiental y Emprendimientos turísticos.**

**“Asesoramiento Administrativo a Restaurantes, San Pedro de
Valencia, Acatlán de Juárez”**

PRESENTAN

Lic. en Administración de Empresas y Emprendimiento. Rodolfo de Paul Montaña

Lic. en Administración Financiera. Guilebaldo Flores Manzo

Lic. en Mercadotecnia. Adrián Zapata Arana

Lic. en Comercio Internacional y Negocios Globales. Gabriel Mestas Palafox

Lic. en Ingeniería Industrial. Eduardo Miguel Miranda Hernández

Profesor PAP: Héctor Morales Gil de la Torre. Jesica Nalleli de la Torre Herrera.

Tlaquepaque, Jalisco, Julio de 2016.

REPORTE PAP

ÍNDICE

Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional.	2
Resumen	2 - 3
1. Introducción. 1.1. Objetivos 1.2. Justificación 1.3. Antecedentes 1.4. Contexto 1.5. Enunciado breve del contenido del reporte	3 - 7
2. Desarrollo: 2.1. Sustento teórico y metodológico. 2.2. Planeación y seguimiento del proyecto.	8 - 12
3. Resultados del trabajo profesional.	13
4. Reflexiones del alumno o alumnos sobre sus aprendizajes, las implicaciones éticas y los aportes sociales del proyecto.	14 - 20
5. Conclusiones.	20
6. Bibliografía.	21
7. Anexos (en caso de ser necesarios).	

REPORTE PAP

Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional

Los Proyectos de Aplicación Profesional son una modalidad educativa del ITESO en la que los estudiantes aplican sus saberes y competencias socio-profesionales a través del desarrollo de un proyecto en un escenario real para plantear soluciones o resolver problemas del entorno. Se orientan a formar para la vida, a los estudiantes, en el ejercicio de una profesión socialmente pertinente.

A través del PAP los alumnos acreditan el servicio social, y la opción terminal, en tanto sus actividades contribuyan de manera significativa al escenario en el que se desarrolla el proyecto, y sus aprendizajes, reflexiones y aportes sean documentados en un reporte como el presente.

Resumen

En el presente documento se expone el resultado del trabajo realizado durante el periodo Primavera 2016 en el Proyecto de Aplicación Profesional (PAP), en la comunidad de San Pedro de Valencia. El enfoque del proyecto está en el sector restaurantero, mismo que representa una gran parte de la economía de la población. Se realizaron análisis de datos históricos de un restaurante en particular con el motivo de conocer el comportamiento de las ventas del negocio y evaluar a través de formatos de Excel la rentabilidad del restaurante. Como resultado del asesoramiento a la propietaria y encargada del restaurante se encontró que existe un desconocimiento de cómo administrar un negocio, lo cual da comienzo al proceso de asesoría realizado a lo largo del semestre.

The following document presents the result of the work done during the period of spring 2016 in the Professional Application Project (PAP), in the municipality of San Pedro de Valencia. The main focus of this project is the restaurants sector, which represents a large part of the economy of this population.

Several analysis of historical data were made for a specific restaurant, to find out the behavior of the sales and to evaluate the restaurant's profitability through a series of excel formats. As a result of advice given to the owner of the restaurant, it was found that there is a lack of knowledge of how to run a business, which starts the process of counseling conducted throughout the semester.

1. Introducción

En el segundo acercamiento con los restaurantes de San Pedro Valencia “Los Pinos” y “El Mirador” este proyecto tiene el objetivo administrativo con un apoyo mercadológico para el mejoramiento de la economía del pueblo situada en la presa Valencia con esto crear datos históricos como también crear un relación cercana

1.1. Objetivos

Contribuir a mejorar las capacidades técnicas y sociales de 60 productores y prestadores de servicios de San Pedro de Valencia para impulsar alternativas de subsistencia y para la generación de ingresos, congruentes con las condiciones ambientales de la cuenca de Chapala y con una visión para el desarrollo regional de mediano y largo plazo.

Lo que el proyecto de asesoría administrativa a restauranteros de San Pedro Valencia tuvo como objetivo, fue brindar asesoramiento administrativo y mercadológico a la zona restaurantera del lugar, en específico los restaurantes “Los Pinos” y “El Mirador”. Esto con el objetivo de establecer una relación de trabajo estrecha con los dueños del restaurante y de esta manera investigar las principales problemáticas en el manejo y administración del negocio, para posteriormente elaborar estrategias y metodologías factibles que pudieran atacar estos

problemas, y de esta manera poder mejorar el rendimiento del restaurante con la finalidad de evaluar los resultados obtenidos y mediante esta experiencia elaborar un manual de administración que se pueda extender como herramienta de apoyo para los demás restaurantes de la comunidad.

Así mismo se implementó como objetivos mercadológicos mejorar en el sistema de atención a los clientes (Servicio, Identificar necesidades de los clientes y resolución de conflictos con los mismos.), definir un sistema de merchandising (Parte del marketing que busca la mejor presentación de un producto, en condiciones materiales y psicológicas.) complementándose con un apoyo en la publicidad para promocionar la zona.

1.2. Justificación

Este proyecto es de suma importancia para los restaurantes de San Pedro Valencia pues es el segundo acercamiento de consultoría para los restauranteros de la comunidad. Con esto se pretendió desde el inicio del proyecto obtener múltiples beneficios para el pueblo como lo es la capacitación de los dueños de los restaurantes para proveerlos con los conocimientos necesarios sobre la administración de sus negocios y de esta manera puedan tener un mejor control sobre los restaurantes, reducir sus costos, aumentar su margen de ganancia, atención al cliente y con esto poder impulsar la economía del pueblo, además de la generación de documentos y prácticas útiles como manuales de administración, la recopilación de datos históricos de ventas para el estudio de la demanda, la elaboración y realización de talleres funcionales y didácticos para una mayor comprensión del sistema estratégico impartido.

1.3 Antecedentes del proyecto

San Pedro de Valencia es una localidad situada en el municipio de Acatlán de Juárez, Jalisco, también conocida como “la Presa de Valencia”. Este es un pequeño poblado con aproximadamente 300 habitantes, los cuales dependen principalmente de ingresos

provenientes de la pesca y comercialización de productos obtenidos de la presa. En el 2013 ocurrió una crisis ambiental, en donde la presa de Valencia se vio fuertemente afectada debido a un derrame de melaza, proveniente de una industria del municipio de Tlajomulco, afectando principalmente a las especies de pescados que utilizaban la presa como su hábitat natural, esto provocó la muerte de al menos 500 toneladas de pescado, que repercutió directamente en la pesca provocando una escasez de productos y una mala fama por la contaminación de la presa, ocasionando una disminución considerable en el turismo del pueblo que terminó por afectar directamente a los restaurantes que se vieron obligados a cerrar por un tiempo. A raíz de esto, los habitantes de San Pedro de Valencia acudieron en busca de ayuda con diferentes organismos e instituciones, en busca de asesoría y ayuda para una posible reactivación de la ya decaída economía. Entre una de las instituciones a las cuales acudieron, fue el ITESO, en donde en respuesta a la solicitud hecha por las personas, decidió crear un Proyecto de Aplicación Profesional (PAP), con el objetivo que alumnos de diferentes áreas unieran y compartieran sus conocimientos para así desarrollar un proyecto de renovación urbana, saneamiento ambiental y emprendimiento turístico que ayudará a mejorar la calidad de vida de los habitantes de Valencia.

1.4. Contexto

Actualmente la presa ya se ha limpiado completamente de los residuos provenientes de la crisis ecológica del 2013, al ser un desecho de origen orgánico la presa se limpió con pocas complicaciones restaurando la vida en la presa, donde ya se puede dar lugar a la pesca y a la comercialización de sus productos nuevamente. Gracias a esto la mayoría de los restaurantes volvieron a abrir y están actualmente en funcionamiento.

Pero las cosas no cambiaron del todo pues se generaron nuevos problemas en la comunidad y es que el pueblo no tiene todavía la vida que solía tener antes del ecocidio y es porque la presa no sigue teniendo el mismo número de visitantes. Esto provoca una confrontación entre

restauranteros y pescadores, pues la situación los ha empujado a tomar una serie de malas prácticas como la competencia desleal y la segregación de un sector de la comunidad debido a la falta de clientela en los negocios, así como una crisis económica para el pueblo.

Esto pone en una situación delicada a los restauranteros pues la mayoría invirtieron nuevamente en sus restaurantes para abrirlos y tienen muchos gastos para mantener sus restaurantes abiertos al público, por lo que muchos de los restaurantes se encuentran actualmente en números rojos.

Gracias al estudio implementado en este proyecto se denota que no solo se trata de una escasez de demanda, sino que los restauranteros no llevan un buen manejo de sus negocios, no se lleva un control de gastos y ganancias, y están tomando decisiones que pudieran poner en riesgo el futuro de sus negocios, como por ejemplo bajar sus precios para acaparar la mayor parte de los clientes, o intentar dar cortesías excesivas para ganarse al cliente pero que generan grandes pérdidas para el restaurante al no ser promociones planeadas y bien controladas.

Ahora bien en la parte de mercadotecnia cuentan con problemáticas en temas como: Estancia e inmuebles poco adecuados o agradables para la comodidad del cliente (Mesas sucias, sillas frágiles, sanitarios insalubres, estancia a grandes rasgos descuidada). Problemas de imagen del restaurante hacia el exterior (No se tiene una estrategia de comunicación o que invite al cliente a entrar en el establecimiento), Un déficit en el concepto de atención al cliente (Tiempo de espera para recibir alimentos, estancia, atención hacia el mismo, productos complementarios brindados como servilletas, cátsup, salsas etc.) y hace falta el uso de merchandising que es las cómo se cuidan las condiciones materiales y psicológicas en las que presentas un producto o servicio. Finalizando con publicidad que se considera inadecuada o no ad hoc con los fines que se buscan actualmente. La manera actual de publicitar el restaurante o atraer clientes es por medio de precios bajos, descuentos a los amigos e incluso fiar. Así como falta de anuncios que promuevan el restaurante o incluso falta de imagen del restaurante como

se había mencionado anteriormente. Estos son solo algunos de los puntos que se analizaron débiles y con necesidad urgente de mejora. Esto genera un campo de acción dando así la oportunidad de un cambio en el área administrativa y mercadológica y con esto esperanza de los restauranteros.

Encontrándose atrapada en esta situación desfavorable Rosita la dueña del Restaurante “El Mirador” situado al final de la zona de restaurantes tomó la iniciativa y pidió ayuda a los coordinadores del Proyecto de Aplicación Profesional del ITESO, fue entonces cuando se tomó la decisión de empezar por su restaurante y, al estudiar sus problemáticas en diversas visitas donde recopilamos sus ventas y dábamos asesoría con el objetivo de recabar la suficiente información con la cual generamos un manual con el objetivo de extenderlo a los demás restauranteros para mejorarles las herramientas que los puedan ayudar a salir de su situación y mejorar su calidad de vida.

1.5. Enunciado breve del contenido del reporte

En este documento se podrá encontrar el primer reporte de nuestro acompañamiento con el Restaurante “El Mirador” (Rosita) y el Restaurante de “Los Pinos” (Sra. Ángeles) donde se muestran las problemáticas generales de los negocios y resultados obtenidos con dichos restaurantes como los datos históricos de sus ventas a lo largo del proyecto, las metodologías de administración y mercadotecnia empleadas así como los conocimientos que se impartieron a manera de asesoría a Rosita y Ángeles, respectivas dueñas de los establecimientos asesorados, así como también los productos finales como el manual de administración de restaurantes, y un breve estudio de la demanda.

2. Desarrollo

2.1. Sustento teórico y metodológico.

En el comienzo del proyecto empezamos por conocer los procesos del restaurante y nos dimos la tarea de recabar información útil con la cual partimos para desarrollar una serie de actividades presenciales que se realizaban en el restaurante.

Entre esas actividades realizadas está el estudio de la demanda en el cual se registró la demanda por los meses del proyecto y se graficaron los datos de donde obtuvimos la línea de tendencia y la ecuación de esa recta para el estudio de la demanda. Este estudio está sustentado en herramientas tanto empíricas como científicas basadas en los temas de administración de la producción e inventarios, como el método cualitativo, estudio de tendencias y el método de series de tiempo, además de temas referentes a mercadotecnia como ; atención al cliente, merchandising y publicidad.

Las actividades realizadas fue el asesoramiento de Rosita y Ángeles, respectivas dueñas de los establecimientos. Así como la elaboración del manual “¿Cómo administrar mejor tu restaurante? “ y “¿Cómo brindar una mejor atención al cliente?” lo cual no hubiera sido posible sin el uso de estados de resultados, la elaboración de formatos para la administración , el registro de ingresos y egresos y el mini taller teórico práctico de los elementos de mercadotecnia previamente ya mencionados. Para estos manuales y talleres se tomaron formatos y metodologías del libro “Viva la Microempresa”, (González (2007)) y “Administración de Ventas” (Hair, A. B. (2010)).

Estos libros fueron de gran ayuda para poder visualizar una idea y estructurar los respectivos manuales, pues explican de manera muy sencilla los conocimientos básicos de administración de una microempresa, esto nos pareció bueno tomando en cuenta el nivel educativo de los dueños del restaurante, para mejorar la comunicación y que no existan dudas en el lenguaje del manual.

2.2. Planeación y seguimiento del proyecto.

- **Enunciado del proyecto**

Al haberse realizado el primer acercamiento con las propietarias de los restaurantes de la zona , realizar el análisis de los datos de ventas y escuchar las principales dudas y sus preocupaciones, se optó por realizar un proceso de asesoría administrativa y asesoría mercadológica en el cual se aportan a los administradores información teórica a manera de manual y práctica con ejemplos de cómo se llevan las cuentas así como talleres didácticos, el trato a los empleados, a sus clientes, los pagos etc. El objetivo de dichos manuales impartidos en forma de taller, es que su aplicación primaria en un restaurante en específico, buscando que los resultados den como ejemplo a los demás propietarios de restaurantes de la zona, que existen mejores maneras de administrar su negocio.

- **Metodología**

En las primeras visitas se entabló comunicación con la dueñas de los respectivos restaurantes asesorados. “El Mirador” y “Los Pinos” para que diera a conocer en qué situación se encontraba el negocio y saber cuáles eran las necesidades para así poder establecer un punto de partida en las asesorías. A partir de esto se empezó a trabajar en la recopilación de información contable para darle a conocer como se comportaron los ingresos y egresos durante la semana.

Una vez realizado el primer acercamiento, la acción continua era la de realizar un FODA interno de los restaurantes. El levantamiento de campo o recopilación de información se dio por medio de un tipo de entrevista más apegada generar una conversación amena y lograr rescatar como es que los restaurantes se identifican. En lapsos de dicha sesión se hicieron preguntas como: ¿Cuál es el platillo, postre, bebida y servicio que podrían decir es el que los distingue de los demás ? o ¿ Por qué cosa es que los clientes vuelven con ustedes?, ¿Cómo se sienten actualmente con el negocio ?, ¿Hay algo que les gustaría cambiar del lugar?, ¿Están trabajando en las mejoras propuestas por ustedes?, ¿En

qué parte sienten que les falla el funcionamiento del restaurante? o ¿ Con qué cosas se les complica más llevar la administración del restaurante?. Se realizaron preguntas sencillas y objetivas para lograr obtener información extraída desde dentro para posteriormente complementar con nuestro análisis exterior y a primera vista.

Una vez realizado el acercamiento, se desglosaron los problemas, los retos, las oportunidades y las carencias que tienen dichos restaurantes. La problemática concreta general se encontró principalmente en fallas administrativas y aspectos de mercadotecnia.

Así mismo, se realizó la captura de datos históricos de ventas para el estudio de la demanda y el pesaje de las porciones de alimentos que se sirven en el restaurante para así poder determinar los costos de cada platillo y tener el conocimiento para idear la estrategia para reducir gastos. Al llevar a cabo todos estos métodos, ayudaron a reunir valiosa información para así determinar qué solución dar, todo esto utilizando como herramientas Excel, plumas, cuadernos, báscula, calculadoras, computadoras, presentaciones Power Point, colores, hojas y actividades dinámicas realizadas en el taller.

Se pensó en brindar nuestra asesoría en forma de taller en función de no realizarse una actividad de brindar información teórica y se recibiera únicamente sin un trasfondo en el aprendizaje. Por medio de los talleres fue posible recibir de parte de los restaurantes un aprendizaje teórico práctico buscando así la asimilación por medio de imágenes, juegos de asociación y actividades de supuestos. Poniendo así en términos simples y sencillos la propuesta de mejora en base a los objetivos determinados para las áreas administrativas que son la implementación de un sistema de inventarios y ejercicio de contabilidad básica en sus finanzas. Pues una buena base de un restaurante y de cualquier empresa es la administración del capital que ingresa y egresa. Se necesitan tener cimientos claros y plasmados en papel del funcionamiento de la empresa para posteriormente poder conocer cuál es su punto de equilibrio, comenzar a ver que tanto tienen que comprar

y que tanto vender. Dejar en claro un sistema contable efectivo y transparente para saber en qué se podría estar invirtiendo y tal vez no sea tan necesario, pues pudiera existir un aspecto descuidado al que por medio de la contabilidad se pudiera atender de inmediato. Una vez dejando en claro con cuanto capital se cuenta podemos pasar a la siguiente fase.

Y en el área de Mercadotecnia se consideró importante atender los temas de: Atención al cliente y Publicidad. Ya que son temas que van de la mano y que en base al “capital social” con el que se cuenta, pudiera ser un efecto preciso y de inmediata notoriedad en el servicio ofrecido por los restaurantes. Así mismo, si no se presta un buen servicio a los clientes esto provocará que se alejen de ellos y tengan una mala opinión del restaurante .

• **Cronograma o plan de trabajo**

Actividades a realizar	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 5	Semana 6	Semana 7	Semana 8
Diálogo Restaurantes								
Implementación de un FODA								
Selección de temas según las necesidades								
Realizar las estrategias en el área de Mkt y Adm.								
Realizar los talleres								
Oportunidades de mejora								
Recopilación de datos históricos								
Realización de producto final (Manual/ Anexos)								
Presentación del proyecto								

- **Desarrollo de propuesta de mejora**

Después de realizar al calendario de actividades para el desarrollo del proyecto PAP, se comenzó con las visitas a la presa para atender las dudas de la propietarias de los restaurantes. En los primeros contactos se tomó nota de cómo está compuesto el restaurante, cuantos trabajadores tiene, quien se encarga de él y a quien pertenece.

Posteriormente, en las siguientes visitas se analizó, en conjunto con las propietaria, cuáles eran los posibles problemas a solucionar en el restaurante. Como resultado, se llegó a la conclusión de que la falta de liquidez del negocio se deriva de un mal manejo de los recursos y en el área de mercadotecnia se identificaron las carencias de un servicio de calidad hacia el cliente, estancia inapropiada y un manejo de publicidad inadecuada.

Por consiguiente, se continuaron las visitas a los restaurantes para monitorear el comportamiento de sus ingresos, egresos demanda por platillo, costos fijos costos variables de los alimentos y servicios brindados. Fue entonces cuando se optó por realizar el manual con la terminología básica de administración y con una serie de pasos a seguir para tener un mejor control del negocio, todo esto fue escrito de manera legible para su lector final, los restauranteros.

Dentro de los anexos se muestran los manuales administrativos que incluyen los formatos de ingresos y egresos, así como la figura 1 en donde se muestran los costos variables del paquete vendido en el restaurante. Anexo al manual práctico de atención al cliente.

3. Resultados del trabajo profesional

A lo largo del verano en el cual se desarrolló el PAP en San Pedro de Valencia, se logró conocer detalladamente la manera en cómo operan los restaurantes, trabajando directamente con el Restaurante El Mirador y Los Pinos.

Se dio un paso importante como asesores en el área de administración y mercadotecnia. Se ilustró en base a los requerimientos del reporte las necesidades y/o carencias por las que estaban pasando las empresas asesoradas, en este periodo la "Zona restaurantera", consideradas como empresas familiares. Aún se encuentran en un proceso de desarrollando por lapsos. Una gran parte del sistema de ventas es inadecuado y poco eficiente, además de otros huecos en el sistema operativo que pudieran alentar el funcionamiento o en ciertos casos tener averías, lo que afecta en los objetivos organizacionales esperados.

Se puede ver una pequeña mejora en cada empresa o institución, pues poco a poco se va teniendo una razón de ser dentro de su trabajo cotidiano, una visión, misión y objetivos; los cuales marcan la forma de dirección de trabajo de una organización, contemplando el control y manejo de inventario, flujos de efectivo y ofrecer un servicio de atención de calidad a sus clientes. Después de haber realizado los talleres, se observa la generación de una visión orientada a la satisfacción del cliente, dirija a otorgar un servicio de calidad.

Dicho proceso genera la oportunidad de crear un manual de administración y uno de mercadotecnia enfocados en restaurantes y un estudio de demanda que sí se trabajan en conjunto estas herramientas los resultados se podrán ver en un futuro reflejado en su economía, ya que si es bien aplicado podría crecer sus ventas porque gracias al estudio de demanda se sabrá que vender más o reducir gastos en insumos innecesarios.

4. Reflexiones del alumno o alumnos sobre sus aprendizajes, las implicaciones éticas y los aportes sociales del proyecto.

- **Aprendizajes profesionales**

Los restaurantes tienen un potencial alto de crecimiento. Lo que estamos buscando como equipo es maximizar y eficientizar los procesos de ventas, administración del capital humano que maneja y su sistema de publicidad. Esto con el objetivo de dar resultados en un futuro y se vea reflejada en los ingresos de la empresa. Las herramientas utilizadas en la carrera fueron la base para la realización de este proceso detallado organización del equipo de ventas.

Finalmente se puede afirmar que en base al análisis interno realizado de la zona restaurantera que es una zona que tiene un margen de crecimiento interesante, más sin embargo no es solo que no cuenten con el poder adquisitivo para poder crecer o la falta de conocimientos o herramientas. Es más bien el hecho de una situación homeostática en la que se encuentran, una posición neutral adoptada por el simple conformismo si así podemos llamarlo. Y no es que sean restaurantes que se limiten a hacer lo mínimo para mantenerse, simplemente carecen de iniciativa o de ese fuego que te anima a ir por más. Podemos definirlo como si fueran una empresa que no le gusta salirse de su sistema de confort en el que se encuentra.

Si bien dentro de un salón de clases, se nos enseña a realizar las cosas de cierta manera en la que lo dictan los libros y profesores. Sin embargo, la práctica a la que nos enfrentamos a lo largo de este semestre en el Proyecto de Aplicación Profesional, en San Pedro de Valencia, nos ha dado una clara idea de lo que significa poner a prueba los conocimientos aprendidos en la universidad.

Al mismo tiempo, hemos aprendido la valiosa lección de que nunca puedes estar lo suficientemente preparado para lo que te espera en la vida laboral, es decir que siempre es necesario tener toda la información posible para que al

momento que llegue la oportunidad hagas todo lo posible por aplicar sus aprendizajes. También nos dimos cuenta del poder que tiene reunir a distintas disciplinas para apoyar a un bien común, ya que aún al pertenecer a una misma institución, tenemos maneras diferentes de ver las cosas y de resolver problemas.

Finalmente podemos decir que el contacto con las personas de San Pedro de Valencia también nos hace crecer como profesionales al sensibilizarnos y motivarnos a tener una actitud de compromiso con la sociedad al momento de entrar al ámbito laboral.

- **Aprendizajes sociales**

Durante este corto pero gratificante periodo de tiempo hemos aprendido bastante e incluso más de lo que esperábamos. Al tener el primer encuentro con San Pedro de Valencia, pudimos darnos cuenta de las condiciones en las que viven las personas y de la desesperación e impotencia que sienten por una mejora en su comunidad. Esto nos hizo abrir los ojos a la realidad que se vive no solo en esta población si no en la mayor parte de México y que nosotros como estudiantes universitarios preparados tenemos como compromiso apoyar. Ahora somos capaces de ubicar cuales son los problemas a los que se enfrentan las personas en situaciones marginadas y al mismo tiempo de encontrar maneras de desarrollar proyectos innovadores y eficaces para resolverlos. Nos enorgullece decir que con nuestra intervención en el restaurante, hemos dejado una muy pequeña pero muy importante parte de nuestros conocimientos, que para un grupo de personas en San Pedro de Valencia representa una nueva oportunidad de desarrollo económico y social. De igual manera, esos conocimientos que aportamos son transferibles a los demás restauranteros y también a las futuras generaciones. Es difícil decir con absoluta certeza que la vida de la comunidad va a ser diferente el día de mañana, no obstante, hemos aprendido que el proceso de mejora continua es un proceso que toma tiempo y esfuerzo por parte de ambas partes. Lo que sí se puede decir con seguridad es que los pobladores de San Pedro de Valencia como Rosita la Sra. Ángeles, las dueñas de los restaurantes que asesoramos, han experimentado un cambio en su vida, el cual es parte de esa mejora que tanto se busca.

- **Aprendizajes éticos**

En esta profesión es importante tener en cuenta nuestro buen criterio para alejarnos de campañas publicitarias o planes de mercadeo que afecten a la sociedad, que tengan modalidades corruptas de obtener éxito o que involucren algún modo de actuar deshonesto, en estos casos es mejor perder un cliente o un trabajo en vez de perder la integridad que nos identifica como profesionales destacados. Con el fin de regular y dirigir la conducta moral de sus miembros o sus relaciones mutuas. Y establecer estándares de conducta y señalar los principios fundamentales a seguir por los profesionistas.

La principal decisiones que tuvimos que tomar fue en qué problemática nos deberíamos de enfocar. Al analizar los diferentes problemas que existían en San Pedro de Valencia, concluimos que uno de los problemas era donde nosotros como parte de carreras orientadas a los negocios podíamos apoyar. Parte de esta decisión fue también porque había un restaurante interesado en una asesoría. Al vivir esta experiencia aprendimos también que a pesar de los problemas a los que nos enfrentamos, debemos tratar de cooperar y vivir en unidad, ya que en una comunidad es necesario ver por el bien de todas sus partes para que pueda seguir desarrollándose.

Por último, aprendimos que lo ideal es ser una parte activa de la comunidad, es decir, debemos de aportar, de manera positiva y a través de la aplicación de nuestros conocimientos, algo que genera una inercia de mejora para todos los integrantes de la sociedad en la que vivimos.

- **Aprendizajes en lo personal**

Rodolfo de Paul Montaña

Para mí, esta segunda experiencia en San Pedro de Valencia ha seguido siendo de aprendizaje, tanto personal como profesional, me ayudó a confirmar que en mi vida profesional voy tomando un buen camino ya que en el proyecto fue de mucha utilidad los conocimientos que he estado adquiriendo gracias a estar practicando en un negocio propio durante varios años , en lo personal considero que me dio a conocer otra realidad, diferente a la que se vive en Guadalajara y que es necesario hacer conciencia de las diferentes situaciones

que se presentan en las comunidades, pero también me da gusto reconocer que la misma gente a la que se le brinda apoyo tienen ganas de salir adelante y hacen un esfuerzo por poder mejorar el entorno en donde viven. Esta no es mi primera experiencia en la que convivo con comunidades en desarrollo, cada una me ha dejado una enseñanza y San Pedro de Valencia y su gente no es la excepción, me enseñó a tener perseverancia para lograr objetivos y siempre buscar las maneras de como poder hacerlo posible.

Guilebaldo Flores Manzo

Este proyecto me ayudo bastante de muchas maneras distintas, durante el transcurso del verano, la idea era ayudar de muchas maneras a los restauranteros a crecer económicamente ayudándolos internamente a corregir errores claves para el rendimiento de sus respectivos establecimientos. Hemos repasado ya varias veces los números y llegué a la conclusión que este puede ser un proyecto muy importante para el desarrollo del pueblo en general, la buena comida siempre será importante en cualquier punto turístico por más grande o pequeño que este fuera. Queremos ayudarlos a crear un interés en ellos mismo, en las cosas que estamos tratando de que aprendan, procesen y realicen. Creo que este proceso puede terminar con resultados bastante buenos al término final del proyecto, creando durante el proceso bases sólidas para que puedan desarrollarse poco a poco para poder sostener estos restaurantes y asegurar su rentabilidad por mucho tiempo. El próximo semestre continuare de cerca este proyecto, para poder llegar a dar un resultado tanto como para ellos, como para mí.

Adrián Zapata Arana

En este ciclo y periodo de trabajo aprendí más que nada a realizar una guía detallada de los pasos que deberían o podrían seguir los integrantes de la zona restaurantera para realizar una mejor atención al cliente, brindar un mejor servicio y otorgar una grata experiencia a sus futuros o actuales clientes. Espero seguir aprendiendo un poco más de esta empresa y llevar la teoría vista en clase aplicada a una empresa real y más que nada, saber o darme cuenta de que en una empresa no es como en la escuela como paso por paso o aprenderte teoría de machete, sí no utilizar las herramientas que consideres

indispensables para la realización de tu proceso de ventas una adaptación propia o generar un modelo propio o ad hoc al modelo de negocios actual de tu empresa.

A mi parecer San Pedro Valencia es una comunidad con un potencial increíble de crecimiento, es una comunidad que si bien lográramos trabajar en conjunto, nosotros aportando las herramientas y ellos colaborando con disposición se lograría el crecimiento esperado en San Pedro Valencia el cual entiendo es Reactivar la economía, recuperar los espacios públicos para las personas y la más importante hacer de la comunidad una comunidad autosustentable e independiente de cualquier asociación, persona o institución.

En este momento puedo decir que para mí, el RPAP, significa colaboración, más que ir a hacer un proyecto (analizar la situación, evaluar posibilidades, validar la propuesta, aplicarla, etc. etc.) siento que la intención es la aprender a trabajar en conjunto. Es más que ir a decirles que es lo que sabes o lo que supones en su caso es mejor para la situación en la que se encuentran. Lo veo más como una oportunidad en la cual el estudiante o maestro aprende del individuo que vive en la comunidad. Es así cómo se logra el trabajo en conjunto supongo, él aprende de ti y tú de él y es así cómo se genera una mancuerna de trabajo y se genera el objetivo del PAP antes mencionado, que no es ir a hacerles el trabajo sino más bien cómo es que ellos pueden hacerlo. Esto hasta ahora es lo que significa para mí el RPAP y le di un significado más personal al momento de tener dicha experiencia vivencial.

Gabriel Mestas Palafox

Durante estos 2 meses que estuvimos trabajando apoyando a los restaurantes de “Rosita” y “Ángeles” aprendí lo distinto que es el “mundo real” a lo que ves en la escuela, ya que te vas a encontrar todo tipo de personas con las cuales trabajar, y en lo personal lo viví con los dos restaurantes que trabajamos, son 2 personas totalmente distintas, por un lado una que no le importa, no tiene idea del negocio ni viveza, y por el otro lado una persona demasiado viva para los negocios, más activa y con interés para dar resultados.

por otro lado me resultó muy interesante la práctica, por ejemplo en uno de los restaurantes teníamos que explicar algunas veces como dirían “con manzanitas” y como con un niño sentarse a hacer la tarea mientras que en el otro hasta nos enseñaba ella.

En lo personal el haber sido parte de este PAP me gustó mucho, en cuanto a conocer como trabajan y viven en otros lugares a nosotros, y creo que lo que hayamos podido ayudarles, ellos también nos enseñaron a nosotros y tenemos que ir agarrando cosas de todos lados a los que vayamos y de todas las personas con las que trabajamos, la persona que menos crees muchas veces es la que más te aporta.

Eduardo Miguel Miranda Hernández

En el tiempo que se trabajó aprendí a formar un manual o sistema de manera más sencilla para un fácil entendimiento general de las personas que se ve reflejada en el área de los restaurantes como así ver diferentes cosas que no se ven normalmente dentro de la teoría ya que se llevan a cabo en la práctica y se ven las dificultades reales para el buen uso de las herramientas que se necesitan para un mejor desempeño general orientado al cliente . Reconocimos la zona de la presa de Valencia lo cual es una comunidad con muchas oportunidades de mejora pero con muchas ganas de cambiarlas para así ser mejores las personas que pidieron las asesorías se veían entusiasmadas cuando les hablábamos de las mejoras que podrían tener y de algunas ideas que estaban buscando aterrizar para mejorar su establecimiento.

En lo cual también se daban cuenta de factores que podrían ayudar en general a la comunidad no solamente enriquecerse personalmente lo cual en estos tiempos el bien común es el objetivo principal para el desarrollo general de una comunidad como también sería para todos en mi pensar. Para mí este proyecto es el reflejo de la situación real que se tiene dentro de la comunidad y buscar qué factores son más importantes a mejorar con los recursos que se tienen a la mano , así proponer y ejecutar una propuesta como también dar un seguimiento del mismo para un buen desarrollo de la misma .Es una actividad que se hace en conjunto con las mismas personas ya que para lograr los objetivos buscados tenemos que trabajar en conjunto para un mejor avance y mejores resultados.

Es una experiencia totalmente diferente la cual está pensada aquí ya que realmente se ven reflejados los resultados tanto el impacto que va a tener en las personas que tu estás viendo regularmente lo cual te compromete de una mayor manera y te motiva para un emprendimiento mutuo.

5. Conclusiones

El Proyecto de Aplicación Profesional en el que cual estamos participando, nos muestra una realidad que nunca nos hubiéramos imaginado, siendo que esto lo vive una comunidad afectada por la irresponsabilidad de la industria como de diversos agentes de gobierno que no actuaron a tiempo. A pesar de la problemática, la respuesta de la comunidad es lo que inspira a diversos actores sociales como lo es el ITESO en participar activamente en la recuperación a partir de la asesoría técnica y profesional el cual sus estudiantes se enfrentan a contextos fuera del aula que abren la perspectiva y se sensibilizan a las miles de realidades que asolan a la sociedad. El trabajo realizado en el Restaurante “El Mirador” y el Restaurante “Los Pinos” es un logro tanto para los dueños como para los que participamos en el proyecto, pero todo lo anteriormente mencionado es solo una parte de un objetivo mayor, el cual se puede seguir trabajando dando a conocer, compartiendo a la cooperativa de restauranteros el producto realizado y apoyar a cualquiera que requiera una asesoría para la implementación del manual administrativo para restaurantes y así puedan mejorar el manejo de su negocio y que conozcan un poco más que producto tiene mayor demanda y enfocarse en vender más para así crecer sus ingresos.

Bibliografía

José Clemente González Gómez Palacio. (2007). Viva la Microempresa. Toluca, México: Editorial J.C..

Secretaría de Economía . (2000). Guías Empresariales. Abril 6, 2016, de Secretaría de Economía Sitio web:
<http://www.contactopyme.gob.mx/guiasempresariales/guias.asp?s=9&g=10>

Hair, A. B. (2010). *Administración de Ventas*. México, D.F: CENGAGE LEARNING.)

Anexos (en caso de ser necesarios)