

**PROYECTO DE GRADO (CPG)
GERENCIA DE SERVICIO**

**PRESENTADO POR:
RINA ALVIZ
SANDY ORTEGON
YUDY RUIZ**

**DOCENTE:
JULIO ARBELAEZ**

**CORPORACION UNIVERSITARIA UNITEC
ADMINISTRACION DE AEROLINEAS Y
AGENCIAS DE VIAJES
AÑO 2008**

INDICE

Introducción	3
1. Análisis de la Empresa	8
1.1. Naturaleza Objeto	9
1.2. Objeto	10
1.3. Misión	10
1.4. Visión	10
1.5. Objetivos Estratégicos	10
1.6. Valores	11
1.7. Organigrama	12
1.8. Historia de la Organización	15
1.9. Historia del Empresario	17
2. Análisis del Portafolio	20
2.1. Análisis comparativo Frente a la Competencia	23
2.2. Identificación de los momentos de verdad	26
2.3. Procesos y procedimientos por Área del servicio	30
2.3.1. Grafos de descomposición de tareas	36
2.3.2. Identificación de Procesos y Procedimientos PQR	38
2.3.3. Grafo del Ciclo del Servicio	39/41
2.3.4. Análisis del Cuadro de Servicio	39/40
2.3.5. Cuadro Flujo del Servicio	42
2.3.6. Grafo de Servucción	43
3. Identificación y Análisis del Cliente Externo	44
3.1. Caracterización del Cliente	45
3.2. Datos estadísticos genero	45
3.3. Edad promedio	46
3.4. Motivo Frecuencia	46
3.5. Estrato Socio-económico	46
3.6. Nacionalidad de los clientes	47
4. Investigación Satisfacción Cliente	48
4.1. Cuadro total promedio resultado investigación	50
4.2. Cuadro total de porcentajes de la investigación	51
4.3. Cuadros Identificación de clientes encuestados	52
4.4. Identificación de Puntos críticos	57
5. Investigación Cliente Interno	58
6. Plan Estratégico del Servicio	60
7. Plan Estratégico de Mejoramiento Operativo	60
7.1. Gráfico servicio al Cliente identificando puntos críticos	61
7.2. Cuadro espina de Pescado	62
7.3. Análisis Cuadro DOFA	64
7.4. Cuadro Estrategias DOFA	66
8. Conclusiones y Recomendaciones	68
9. Bibliografía	71

INTRODUCCIÓN

En el ámbito comercial colombiano existen características notables y diversas que permiten realizar la diferenciación de las organizaciones en los distintos gremios, cabe anotar que en el desarrollo de este documento resaltamos la característica que tiene por convicción la compañía que se ha escogido con el ánimo de explorar como recurso preponderante para alcanzar el liderazgo y el reconocimiento de una marca o empresa, hablamos entonces del servicio, un proceso sistémico que permite comunicar para nuestro caso en especial calidad y la forma en la que el cliente externo, el cual es el directo generador de ingreso, como el cliente interno medio propulsor del desarrollo de la compañía.

Hoy en día escuchamos con frecuencia que algunas empresas desean diferenciarse de sus competidores a través de un servicio adecuado al cliente, Un servicio es un conjunto de actividades que buscan responder las necesidades de un cliente.

La organización que nos permitió realizar el proceso de análisis del servicio fue **PESQUERA JARAMILLO LTDA.** Compañía en la cual pudimos observar todas las facetas en las cuales está involucrado este mecanismo diferenciador.

Nuestro recorrido comenzó con el contacto que obtuvimos directamente con el gerente general el Señor Henry García el cual amablemente accedió a nuestra petición para poder aplicar los conocimientos adquiridos durante nuestro diplomado de gerencia del servicio.

Comprobar, comparar información, observar los antecedentes históricos que esta compañía posee y escuchar la forma en que está dirigida, por el gerente, fue parte de las tareas que se realizaron durante esta investigación.

Entrando al tema directamente, se observaron distintos tópicos que en el transcurso de la investigación haremos alusión específica resaltando las

características que poseen y en las cuales haremos hincapié con el ánimo de definir el servicio en esta empresa.

La motivación por parte de los integrantes de esta empresa, nos hace pensar que su nivel de satisfacción en el momento de desenvolverse en su quehacer cotidiano es alto, ya que en los instantes en que tuvimos la posibilidad de indagar sobre este tópico, las respuestas nos hacen pensar que el personal de esta empresa es altamente comprometido con la misma y por ende el desarrollo de sus tareas se facilita. Tomando explícitamente el desarrollo de su actividad comercial en los restaurantes, donde se enfocó nuestra investigación se puede apreciar la forma de controlar la calidad, para realizar las tareas, todo en procura de que se alcance alta satisfacción en las personas que visitan estos sitios; hablamos entonces de la perfecta aplicación de los manuales de procedimientos, no dejando atrás la pro actividad de las personas que allí laboran, para no caer en un proceso mecánico y que en el trato directo con el cliente externo debe ser poco notable.

La pesquera Jaramillo es una empresa colombiana que lleva más de 70 años en el mercado y es la industria pionera en la comercialización de pescados y mariscos nacionales e importados; es la más reconocida por los clientes ya que cumple todas las expectativas y necesidades de ellos.

Esta nació en el año 1934, a mediados de este año iniciaron labores en su primera sucursal ubicada en el centro de Bogotá, creándose así la primera empresa comercializadora de productos de mar.

Esta organización esta dedicada al procesamiento, transformación y comercialización de productos marinos, que busca la calidad para satisfacer las necesidades gastronómicas de sus clientes.

La pesquera Jaramillo es la empresa más sobresaliente y líder de Colombia en la comercialización de pescados y mariscos, son conocidos tanto por la calidad de sus productos, como por la calidez de sus colaboradores.

Cuenta con una moderna planta de producción, lugar donde diariamente llegan miles de pescados y mariscos; para ser empacados, procesados y almacenados bajo los mejores métodos de conservación.

En esta planta hay un gran cuarto frío con una capacidad de almacenamiento de 300 toneladas y un túnel de congelación; sus productos son traídos de

diferentes sitios del mundo y de los más diversos mares, como: Chile, China, Alaska, Nueva Zelanda, Noruega, España, Portugal, Canadá, Islas de Chiloé, entre muchos otros.

Ellos manejan una amplia gama de productos y con diferentes presentaciones siempre pensando en la comodidad del consumidor final, donde se ha puesto todo su empeño.

Sus productos son nacionales e importados, seleccionados y empacados con la más avanzada tecnología, para brindarle al cliente el mejor surtido en frutos del mar de la más alta calidad.

Para la pesquera el principal interés es brindarles a todos los amantes de la gastronomía marina una amplia variedad en productos con calidad de exportación.

También cuentan con canales de distribución de los productos de vitrina en los almacenes de cadena Carulla, Cafam, Éxito y Carrefour; en estos almacenes los empleados brindan una excelente atención asesorando al cliente de la mejor manera, para que estos se sientan a gusto con el servicio brindado.

En el 2004 fue otorgado el certificado al sistema de control de calidad, creado por la NASA y aplicado en la planta, el cual garantiza que los productos tengan un mayor control y lleguen en perfecto estado al consumidor final.

En su planta la compañía cuenta con cursos de cocina especializada, tienen su propia escuela Class gourmet, donde un grupo de máximo siete personas aprenden a preparar los mejores platos del mar y exquisitas recetas, dictados por dos chefs internacionales especializados en comida gourmet durante un mes.

Para mantener la calidad que ha caracterizado a pesquera Jaramillo también crearon la Escuela de formación de talento integral en la cual se dictan cursos de capacitación a sus empleados con el fin de lograr el mejor desarrollo profesional y personal del talento humano, el tiempo de duración necesario para que el cliente salga con una excelente preparación de estas capacitaciones son más de 2 años.

Se apoyan en la selección de recursos humanos competentes, para así tener un mejoramiento continuo de los procesos y asegurando la eficiencia del sistema de gestión y calidad.

En búsqueda de la excelencia ésta ha ubicado estratégicamente sus restaurantes de comida de mar donde comercializan sus productos; estos son:

El restaurante Santa Bárbara y el restaurante del parque la 93, y el punto de venta del centro.

El ~~parque~~ de la 93 es un espacio en el cual los clientes en su mayoría ~~extranjeros~~, disfrutan del placer de saborear distintos platos y estos pueden escoger las langostas vivas directamente desde el acuario; este es un espacio donde se mezcla la elegancia y el confort.

~~Este~~ restaurante tiene tres ambientes: sala de no fumadores, sala de fumadores y la cava que es un servicio extra que manejan.

En la cava, se encuentran exquisitos y sofisticados vinos y licores provenientes de diferentes partes del mundo: Francia, España, Chile, Portugal, Italia, Argentina; entre otros. Este sitio les ofrece a sus clientes un ambiente exclusivo y reservado.

El restaurante santa bárbara es un sitio diseñado para disfrutar de las mejores recetas en compañía de la familia, donde los empleados brindan un excelente servicio y además están comprometidos con la satisfacción total de sus clientes.

El tipo de clientes que manejan estos dos restaurantes son estratos 5, 6 y 7; y estos dos son sectores excelentes ya que son sitios muy concurridos por personas de estos estratos, la mayoría de ellos son ejecutivos, empresarios, farándula y turistas.

Muestra de su tecnología e innovación, tienen unos acuarios instalados en estos restaurantes del norte de Bogotá, en donde el cliente podrá admirar las Langostas vivas en todo su esplendor.

Sus infraestructuras son las mejores, son sitios muy agradables, ~~seguros~~ y amplios, donde las personas van a disfrutar los diferentes platos que ofrecen y tienen música en vivo para que los clientes se sientan más a gusto.

La pesquera como recuerdo de la visita les obsequia a sus clientes diferentes juegos manuales, rompecabezas, entre otros.

La Pesquera Jaramillo mantiene la calidad e inocuidad de sus productos como también la presentación de los servicios y del personal, los trabajadores cuentan con unos valores que son necesarios para el buen servicio y protocolo que ellos manejan, los valores son: honestidad, respeto, trabajo en equipo, calidad, servicio, responsabilidad y aprendizaje permanente; para así mejorar cada día.

Todos los trabajadores de la pesquera velan por el funcionamiento correcto del restaurante para que éste se encuentre en el más óptimo nivel.

Los empleados son altamente competitivos, manejan un protocolo adecuado y tienen una excelente organización, esto hace que La Pesquera Jaramillo tenga prestigio y que los clientes la prefieran.

El punto de venta del centro es un sitio donde distribuyen los empaques directamente a sus clientes, sin ser preparados; y venden unas deliciosas hamburguesas de pescado muy económicas; ellos manejan los estratos 3 y 4.

La opinión del cliente es muy importante, por eso es que la pesquera Jaramillo maneja un tipo de encuestas de quejas y reclamos, donde hacen seguimiento por si algún cliente se encuentra insatisfecho con el servicio prestado, en caso de que el cliente tenga razón se hace una investigación del caso, se le da una respuesta a dicho cliente, se disculpa y se le da una atención.

El servicio y calidad son excelentes, gracias a eso son pocas las quejas de los clientes hacia la pesquera, ellos tienen contacto directo y están en la capacidad de resolver cualquier duda con respecto al producto y manejan una atención personalizada, para que ellos se sientan a gusto con el servicio.

La pesquera entrega recetas fáciles de preparar para que los consumidores aprendan a hacer este tipo de alimentos que no son comunes.

Constantemente brindan capacitaciones como: seminarios de recordación del buen servicio y crecimiento del personal, que ayudan a que todos los empleados brinden un servicio impecable con alta calidad y excelencia.

La Pesquera Jaramillo es uno de los sitios más reconocidos en Bogotá por la alta variedad de sus productos, por la calidad que ellos manejan y por su excelente servicio.

Tienen una experiencia y antigüedad que los hace ser los mejores en este tipo de alimentos.

Manejan una publicidad llamativa por distintos medios, por las revistas: SOHO, Apropesca, EL tiempo y Semana; tienen una página en Internet donde tienen toda la información necesaria para que el cliente se entere quienes son la pesquera Jaramillo y todos los meses colocan una receta en la página para que el cliente la pueda preparar.

La pesquera vende también un recetario fácil, con deliciosas preparaciones: entradas frías, entradas calientes, platos fuertes y langostas; con 29 recetas de la exquisita comida de mar, donde el cliente lo puede comprar en los restaurantes y a domicilio.

Todos estos puntos mencionados hacen de la pesquera un sitio agradable y cómodo para ir a pasar un día con la familia o con los amigos.

1. ANALISIS DE LA EMPRESA

La Pesquera Jaramillo es una empresa que tiene un conocimiento bastante amplio en la comercialización de comida de mar, esta empresa lleva en el mercado más de 70 años, ofreciendo sus productos con gran calidad y variedad.

Nuestro amor por el mar nos ha hecho trabajar, para que quien visite cualquier restaurante de Pesquera Jaramillo, sienta la delicia de disfrutar productos frescos de verdad, los cuales luego de recibir una especial preparación a cargo de nuestros chefs, serán servidos a la mesa acompañados de los mejores vinos importados.

En este proyecto pudimos notar como en La Pesque Jaramillo hacen un gran esfuerzo por ser cada día los mejores trabajando en equipo, ayudándose uno a otros.

Además de todo cada empleado que ingresa a trabajar en La Pesquera Jaramillo le dan una capacitación muy amplia para que tenga conocimiento de todas las áreas del restaurante, le dan los procesos y procedimientos de cada área, sus funciones, etc.

FICHA TECNICA

NOMBRE DE LA EMPRESA: PESQUERA JARAMILLO LTDA

GERENTE GENERAL: HENRY GARCIA

NUMERO DE EMPLEADOS

180 empleados directos
800 empleados indirectos

NIT: 860515207-7

**TELEFONOS: 256 5494
2572528 - 6358759**

MAIL: info@pesquerajaramillo.com

WEB: www.pesquerajaramillo.com

1.1 NATURALEZA OBJETO

• CAMARA Y COMERCIO

La Cámara de Comercio de Bogotá es una entidad privada sin ánimo de lucro que promueve el crecimiento económico, el desarrollo de la competitividad y el mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes y empresarios de Bogotá, y de 59 municipios del departamento de Cundinamarca que corresponden a su Jurisdicción.

Misión

Somos una institución de servicios, de carácter privado, sin ánimo de lucro, que promueve con proyección nacional e internacional, el mejoramiento de la competitividad de Bogotá y su región, el desarrollo de la comunidad empresarial para la generación de riqueza y el mejoramiento de la calidad de vida y el medio ambiente.

Contribuimos a la eficiencia del mercado a través de la administración y promoción de sistemas públicos de información empresarial, de métodos alternativos de resolución de controversias y la realización de otras funciones delegadas por la ley.

Somos una organización inspirada en principios éticos y realizamos nuestras funciones mediante el compromiso decidido del talento humano, eje fundamental de la institución.

Visión

Ser la institución líder en el desarrollo empresarial dentro del contexto de una sociedad globalizada, en la promoción del mejoramiento de la competitividad de Bogotá y su región, así como modelo a seguir en la prestación de los servicios públicos delegados.

La CAMARA DE COMERCIO COLOMBO CENTROAMERICANA, es una institución de servicios sin animo de lucro, creada en 1994 que busca intensificar la inversión, proporcionar información estadística, cambiaria, arancelaria y comercial que facilite e intensifique el intercambio, las relaciones industriales y las operaciones de comercio exterior entre Colombia, Centroamérica y El Caribe, a través de reuniones empresariales, misiones comerciales, participación en eventos y ferias internacionales e implementación de acuerdos comerciales, además de hacer presencia ante las autoridades gubernativas y representar a sus afiliados.

1.2 OBJETO

El principal interés de la pesquera Jaramillo es brindarles a todos los amantes de la gastronomía marina una amplia variedad en productos con calidad de exportación.

Fue creada en el año 1934 y es la primera empresa comercializadora de productos de mar, es creada con el fin de brindarles a sus clientes un excelente servicio y calidad.

1.3 MISION

En Pesquera Jaramillo estamos comprometidos en ser líderes en nuestra actividad y en estimular y apoyar el mejoramiento y el bienestar de nuestros colaboradores.

Todo con la finalidad de atender las necesidades de nuestros clientes y cumplir con sus mejores expectativas, mediante la excelencia de nuestros productos y servicios.

1.4 VISION

Ser la empresa más sobresaliente de Colombia en el manejo integral y el mercadeo de comida de mar, y ser reconocida tanto por la calidad de nuestros productos como por la calidez de nuestros colaboradores.

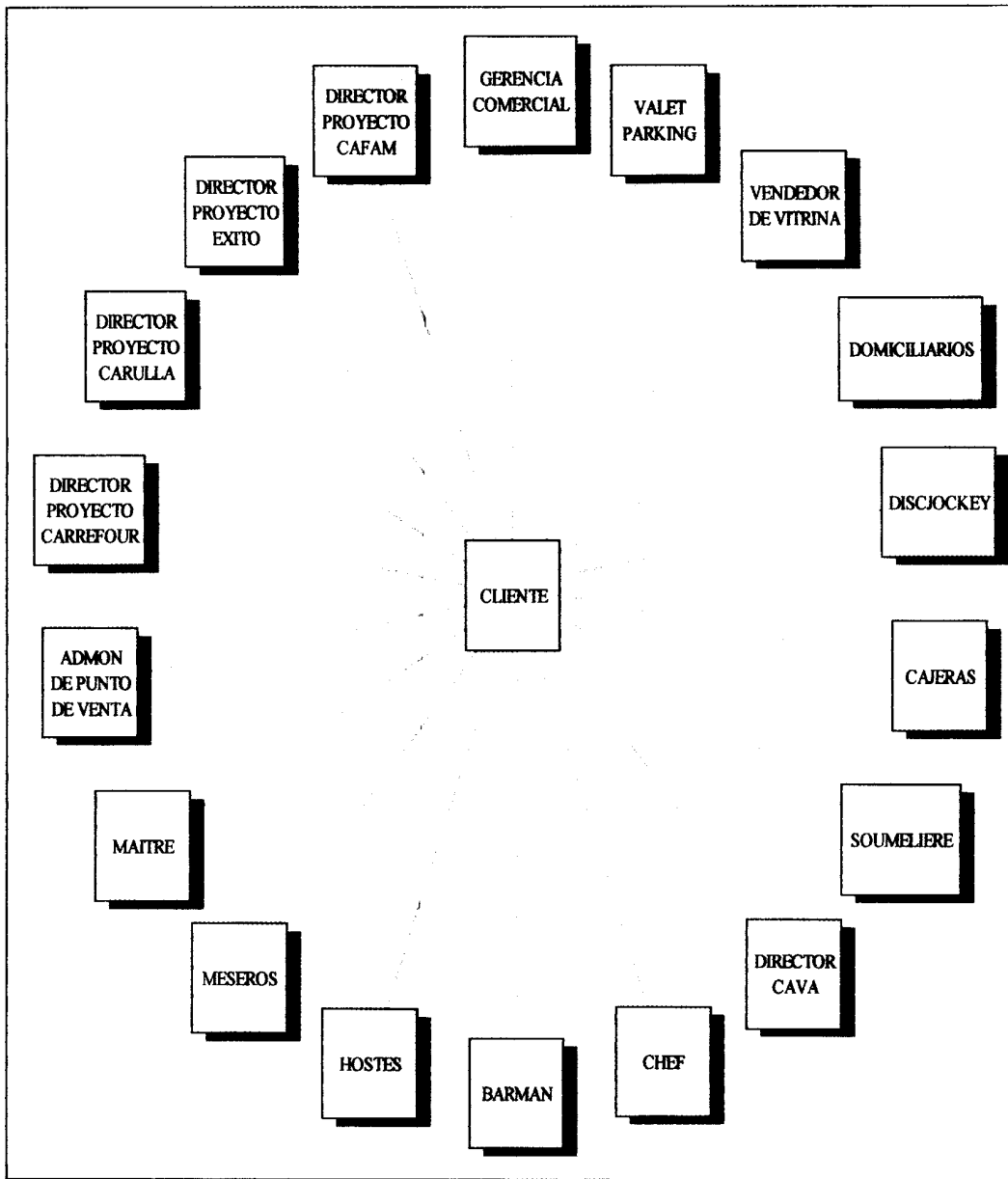
1.5 OBJETIVOS ESTRATEGICOS

- ~~Estar~~ comprometidas con la satisfacción total de nuestros clientes, socios corporativos y proveedores.
- Mantener la calidad e inocuidad de sus productos como también la presentación de los ~~servicios~~.
- Se apoyan en la selección de recursos humanos competentes.
- Mejoramiento continuo de los procesos y asegurando la eficiencia del sistema de gestión y calidad.

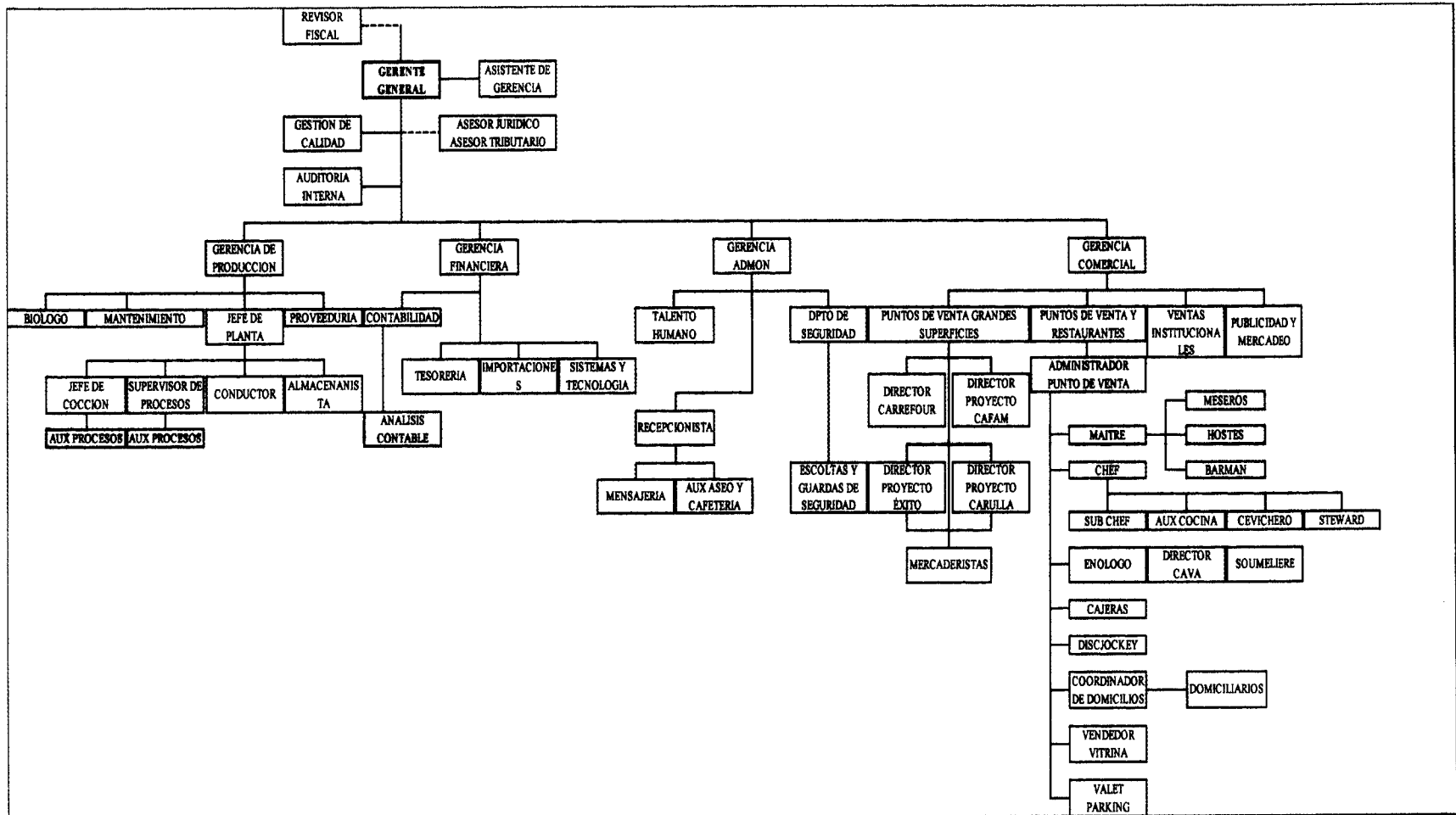
1.6 VALORES

- **Honestidad:** Es el cambio que facilita ser un buen ser humano, un excelente empleado y un ciudadano modelo. Es actuar siempre con la verdad, justicia y lealtad.
- **Respeto:** Es el reconocimiento de la autoridad de los jefes y superiores, y es el trato tolerante con los compañeros de trabajo y miembros de la familia.
- **Trabajo en equipo:** Es la disposición para interactuar abierta y eficazmente con los compañeros de trabajo para alcanzar las metas individuales y del equipo, para lograr los objetivos de la empresa.
- **Calidad:** Es ofrecer lo mejor de nuestro trabajo y de nuestra vida personal; es dar siempre más de nosotros mismos en la tarea diaria para alcanzar la excelencia.
- **Servicio:** Es brindar lo mejor de nosotros mismos por iniciativa propia, con actitud de colaboración y con el deseo de ayudar a contribuir a los demás.
- **Responsabilidad:** Es cumplir con los compromisos establecidos consigo mismo y con la empresa, esforzándose para que sus tareas diarias se realicen con calidad, en forma eficaz y haciendo el mejor uso del tiempo.
- **Aprendizaje permanente:** Es tener una mentalidad abierta al cambio, tomando los obstáculos y cada experiencia como oportunidades para aprender y mejorar.

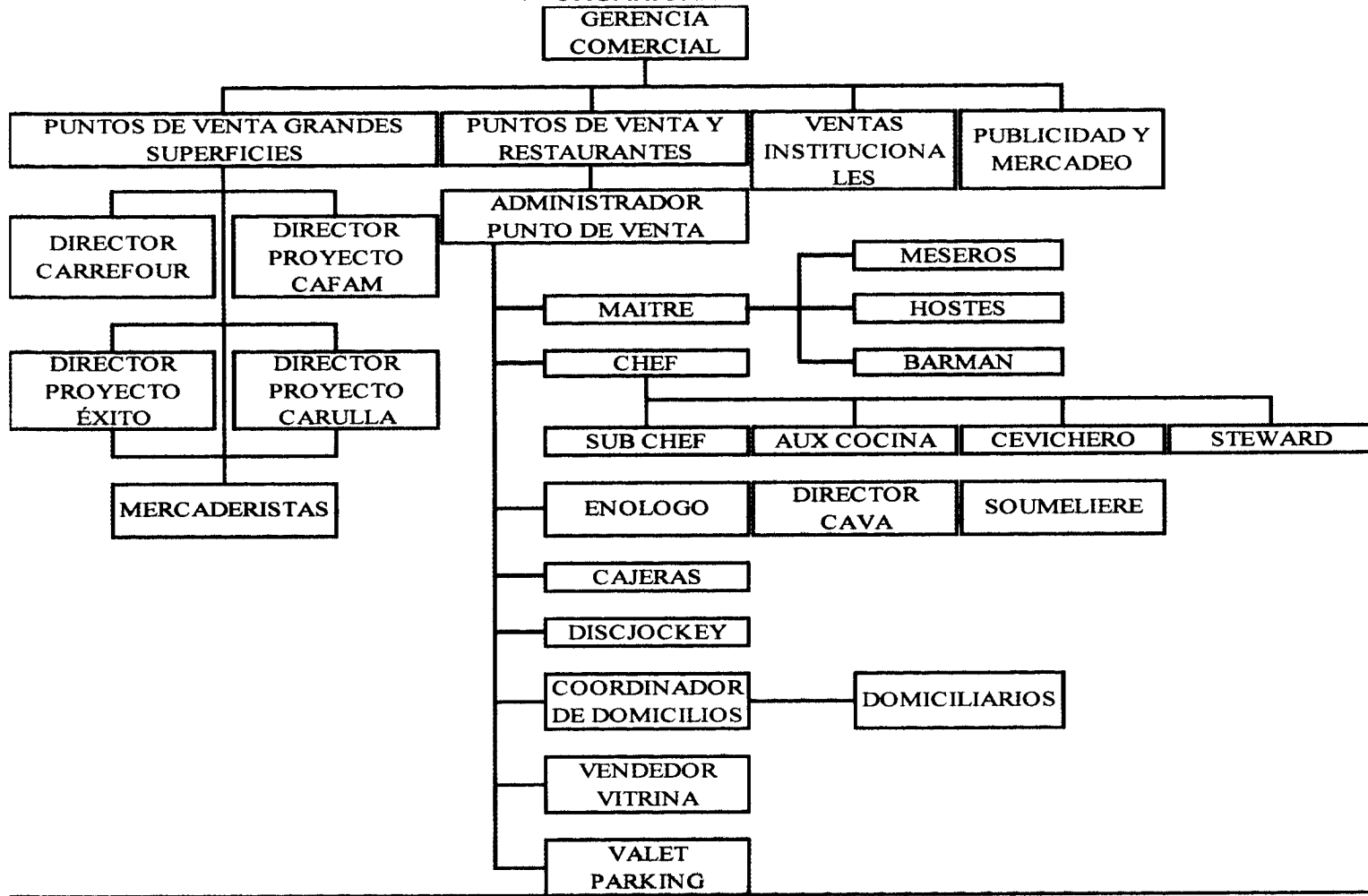
1.7 ORGANIGRAMAS



➤ ORGANIGRAMA GENERAL
"PESQUERA JARAMILLO"



❖ ORGANIGRAMA GERENCIA COMERCIAL



1.8 HISTORIA DE LA ORGANIZACIÓN

En 1934 se fundó pesquera Jaramillo, industria pionera en la comercialización de pescados y mariscos nacionales e importados.

Su primera sede fue ubicada en el centro de Bogotá, luego de su apertura adquiere dos barcos pesqueros en turbo Antioquia.

Se adquiere una industria pesquera en la ciénaga de santa marta y en san antero se realiza pesca artesanal la cual era enviada al interior del país.

En 1996 fue otorgado el trofeo arco de Europa estrella de oro a la calidad y prestigio internacional, premio otorgado por la comunidad económica europea.

En el 2001 se realizó una importante inversión con la compra de una bodega donde se fusiona el área de producción con el área administrativa y se desarrolla uno de los más tecnificados cuartos fríos con capacidad de almacenar 300 toneladas y un túnel de congelación, ubicada en la carrera 92 # 63-54 centro empresarial el dorado.

En el año 2002 se traslado el restaurante pesquera Jaramillo chicó al parque la 93 abriendo así un espacio donde se mezcla la elegancia y el confort.

En el 2004 fue otorgado el certificado al sistema de control de calidad, creado por la NASA y aplicado en nuestra planta, el cual garantiza que nuestros productos tengan un mayor control y lleguen en perfecto estado a nuestro consumidor final.

En el año 2004 la compañía crea su propia escuela de cocina Class gourmet, donde un grupo de máximo siete personas aprenden a preparar los mejores platos del mar, dictados por dos cheff internacionales especializados en comida gourmet.

Para complementar el buen gusto que encierra el restaurante del parque la 93 en el año 2005 se dio apertura a un lugar exclusivo y reservado, la cava de vinos, lugar en que se encuentran sofisticados vinos y licores.

En el año 2007 se realiza la apertura de la primera tienda gourmet en Colombia, especializada en la venta de los productos mas exclusivos de la gastronomía marina. Ubicada en el almacén éxito de la calle 134 con carrera 9.

En este mismo año se da inicio a nuestra escuela de formación de talentos pesquera Jaramillo, con el fin de formar a la medida cada uno de nuestros socios corporativos.

¿CUANDO Y DONDE SE CREA?

Se crea en el año 1934, a mediados de este año se iniciaron labores en su primera sucursal ubicada en el centro de Bogotá, creándose así la primera empresa comercializadora de productos de mar.

EVOLUCIÓN

La pesquera Jaramillo es una empresa dedicada al procesamiento, transformación y comercialización de productos marinos, que busca la calidad para satisfacer las necesidades gastronómicas de sus clientes.

Cuenta con una experiencia de más de 75 años en el mercado y socios corporativos idóneos quienes están a cargo de cada uno de los detalles, desde el empaque, la presentación y las excelentes características de sus productos tanto importados como nacionales.

En la pesquera Jaramillo se comercializan sus productos en dos restaurantes especializados en comida del mar: restaurante santa bárbara y el restaurante del parque la 93 y el punto de venta del centro. Adicionalmente cuentan con canales de distribución de sus productos de vitrina en los almacenes de cadena Carulla, Cafam, Éxito y Carrefour.

1.9 HISTORIA DEL EMPRESARIO

- Profesional en mercadeo y publicidad en el año 1988 en la fundación politécnico gran colombiano.
- Estudio en la Universidad de California Ingles y Tecnología en alimentos.
- Ejecutivo visionero que viaja a todas las ferias internacionales y esta actualizado en gastronomía.
- Director de la revista APROPESCA.

ENTREVISTA CON EL EMPRESARIO

Buenos días, estamos con el señor gerente general de la Pesquera Jaramillo.

1. Queremos contextualizar y saber un poco de su historia como empresario.

Henry García: Bueno señorita, buenos días para mí es un gusto tenerlos visitando nuestra compañía, acerca de mi vida puedo decirles que desde muy joven he trabajado en la compañía, ya que la compañía es de carácter familiar y durante el tiempo que estuve en mi secundaria estuve alternando el trabajo y mis estudios, pase por todos los puestos de la compañía lo cual me enriqueció bastante en mis conocimientos y esto hizo que tuviera bastantes fortalezas para seguir creciendo dentro de la empresa, para hoy poderla manejar hice estudios de mercadotecnia y publicidad, también hice unas especializaciones Berlín California como también en Kellogg y adicionalmente he viajado por el mundo a todas la ferias especializadas en pescados y mariscos alrededor del mundo viajando por Europa y Estados Unidos, Asia, Indonesia con el ánimo de aplicar todas las tecnologías y los últimos desarrollos de innovación en el mundo y poder tener en Colombia una industria pesquera con calidad de exportación y estar a la vanguardia.

2. ¿Cómo nació esta gran idea y cuéntenos sobre la historia de la empresa?

Henry García: Pesquera Jaramillo es una de las empresas más antiguas del país fue la primera empresa que trajo a Bogotá los pescados y mariscos donde eran muy desconocidos, donde la gente consumía especies de agua dulce como de ríos y lagos. Pesquera Jaramillo nació en 1934 en las épocas del tranvía cuando Bogotá era una apacible ciudad en estos comienzos arranco en el punto de venta que hoy se conserva en el centro en la Carrera 8ª con calle 22 donde se vende las tradicionales hamburguesas de pescado este punto sigue guardando una historia y realmente ha pasado por toda la historia de Bogotá y siendo la época del Bogotazo del 19 de abril cuando fue saqueado y muestra de esto es una pintura del artista OJO que se conserva en este punto como algo tradicional de la época, luego pesquera Jaramillo fue creciendo así como fue creciendo Bogotá y hoy tenemos dos restaurantes en sitios estratégicos hemos también ampliado la distribución a supermercados y venta al por mayor.

3. ¿Cuales han sido los momentos críticos de la Empresa?

Como todas las empresas siempre han tenido que enfrentar dificultades durante toda su carrera, una de las dificultades más importantes fue atravesar la crisis del cólera enfermedad que atacaba las aguas de las costas colombianas, lo que condujo que las personas relacionaran la enfermedad con el consumo de pescados y mariscos este problema se extendió a nivel nacional creando un pánico en los consumidores por la mala información que presentaban los medios. Para enfrentar esta crisis Pesquera Jaramillo se unió con algunos empresarios productores y comercializadores y se creó una campaña de televisión que reforzara el consumo de pescados y mariscos en el país y así se fundó Apropesca la asociación de promotores de la pesca ya que todos los comerciantes nos tuvimos que agrupar para afrontar este problema y se creo así esta asociación que organiza y apoya a los productores de pescados y marisco orienta también en los trámites legales de distribución y

comercialización de sus asociados y es una empresa que fomenta el desarrollo y el emprendimiento de los promotores de la pesca.

4. ¿Cuál cree que ha sido sus estrategias para que el servicio de la pesquera Jaramillo sea el mejor?

Henry García: Cuando hablamos de servicio, Pesquera Jaramillo para poder perfeccionar este sistema tuvimos que implementar una escuela de talentos, esta escuela donde los empleados pasan por distintos niveles y tarda aproximadamente dos años en su formación ya que en esta escuela se aprende desde cocina, de tecnología, buenas prácticas de manejo de alimentos de ética y de valores, la escuela se fundó hace 5 años y funciona en la planta de producción, tenemos unos cursos especializados, también los empleados aprenden de vino. La mayoría de empleados que son egresados de esta escuela luego pasan por una práctica empresarial directamente en la empresa y en los puntos de venta que tiene la empresa, la escuela ha sido para nosotros una gran satisfacción por que formamos empleados a nuestra medida y pienso que todos los esfuerzos que hace nuestra compañía están fundamentados en el servicio porque finalmente es la única ventaja **competitiva**; hoy podemos hacer empresas similares, copiar aviones, pero lo único que no podemos copiar es el **servicio**.

2. PORTAFOLIO DE SERVICIOS

- La Pesquera Jaramillo presta los siguientes servicios de:



El amor por el mar ha hecho trabajar a La Pesquera Jaramillo, para que quien visite cualquier restaurante, sienta la delicia de disfrutar productos frescos de verdad, los cuales luego de recibir una especial preparación a cargo de los chefs, serán servidos a la mesa acompañados de los mejores vinos Importados.



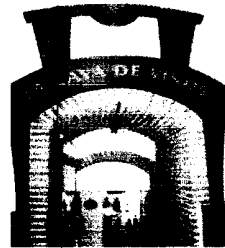
Dirección: Calle 93A # 11A 31
Teléfonos: 256 5494 - 2572528 - 6358759



Dirección: Calle 125 No. 29-23
Teléfonos: 214 5525 - 619 8261



Carrera 8ª entre la Calle 21 y Calle 22



Cava de vinos ubicada en el restaurante del **Parque de la 93**; donde encontrará una selección con los más exclusivos vinos de Francia, España Italia, Alemania, Chile y Argentina.



PESQUERA JARAMILLO presenta su novedoso y exclusivo curso de cocina de mar "**Class Gourmet**", para que usted descubra los secretos de las recetas más exquisitas dictado por reconocidos chefs internacionales.

- Únicamente (7) siete personas por curso

Duración:

Nivel 1: 4 Sábados al mes entre 10:00 A.m. y 12:00 m

Nivel 2: 4 Sábados al mes entre 7:30 A.m. y 9:30 A.m.

- servicio de transporte desde el restaurante del parque de la 93 a nuestra moderna planta de producción.
- diploma, certificado de asistencia emitido por pesquera Jaramillo.



La Pesquera Jaramillo comercializa sus productos a los siguientes supermercados de cadena.

Cafam: Mundo comercial la Floresta y Calle 85

Éxito: Country.

Carulla: Pepe Sierra (carrera 15 con 116), Rosales, Calle 85, Calle 92, Santa Bárbara, Chía, 140, y Quinta Camacho.

Puntos de Venta Propios: Centro y Santa Bárbara



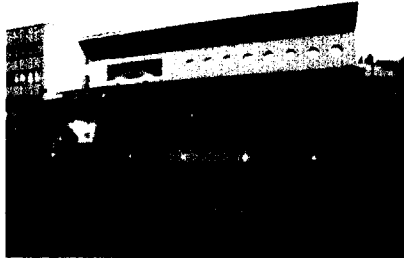
Carrefour

2.1. LA FRAGATA



- ❖ Congruentes con su apuesta de ser alternativa moderna de su ya clásico restaurante, el Fish Market de la zona T ha logrado cautivar y atraer a un público joven en un local que abrió sus puertas hace menos de un año.
- ❖ Mantiene el concepto de ambiente relajado y des complicado, acorde con la zona, ofreciendo el mismo menú pero con precios abaratados.
- ❖ El único de las sucursales con bar lounge y una electrificada decoración que no es muy afortunada. Reproducir el ambiente de mar a punta de vatios de neón es arriesgarse a volverlo pastiche de mal gusto.
- ❖ Disfrute de un excelente surtido, con el sello de calidad de uno de los mejores y más tradicionales restaurantes de comida de mar en Bogotá.

ANÁLISIS COMPARATIVO FRENTE A LA COMPETENCIA



COMPETENCIA	★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★	★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★ ★	PESQUERA JARAMILLO	FISH MARKET - LA FRAGATA
1. Espacios modernos, amplios, agradables y seguros.				
2. Excelente infraestructura.				
3. Excelente iluminación.				
4. Musica en vivo.				
5. Manejan excelentes y variados productos.				
6. Las sillas y mesas limpias.				X
7. El precio de los productos es muy alto.				
8. Los empleados tienen excelente presentación (Uniforme)				
9. Excelente asesoramiento por parte de los empleados a los clientes				
10. Tienen y manejan una excelente cava de vino.				

11. Dedicados al procesar, transformar, empaclar y comercializar todos sus productos.	★	⚡
12. Excelente presentacion de sus comidas.	★	★
13. Pagina Web	★	★
14. Distribuyen sus productos a supermercados de cadena.	★	⚡
15. Tiene más de 70 años en el mercado.	★	⚡
16. Excelente protocolo.	★	★
17. Tiene escuela de formación de talento integral.	★	⚡
18. Tiene una cocina Class Gourmet donde dictan cursos para los clientes.	★	⚡
19. Tecnología e innovación constante.	★	★
20. Manejan estratos 5, 6 y 7.	★	★
21. Ubicación excelente para estos estratos.	★	★
22. Excelente calidad en sus productos.	★	★
23. Tiene acuario de langostas para que el cliente la escoja.	★	⚡
24. Ambiente familiar y de amigos.	★	★
25. Manejan domicilios.	★	★
26. Manejan obsequios para los clientes.	★	★
27. Venden un recetario con 29 recetas sencillas para preparar en casa.	★	⚡
28. Valet Parking	★	⚡
★ POSITIVO		
⚡ NEGATIVO		

2.2. MOMENTOS DE VERDAD

Basándonos con la información que nos brindaron en la Pesquera Jaramillo, percibimos cual era el ciclo que cumplía cada empleado con el cliente de esta manera comprendimos y ejecutamos los momentos de verdad de la siguiente manera tanto como en el restaurante, en un domicilio o en una reservación desde que el cliente entra a el restaurante hasta que sale o desde que entra la llamada ya sea para un domicilio o una reservación hasta que el cliente cuelga.

En el ciclo de los momentos de verdad de una reservación telefónica observamos que se hacen a partir de 5 personas, inferior a 4 personas no necesita ningún tipo de reservación simplemente con la llegada a el restaurante el Hostes hace la debida acomodación.

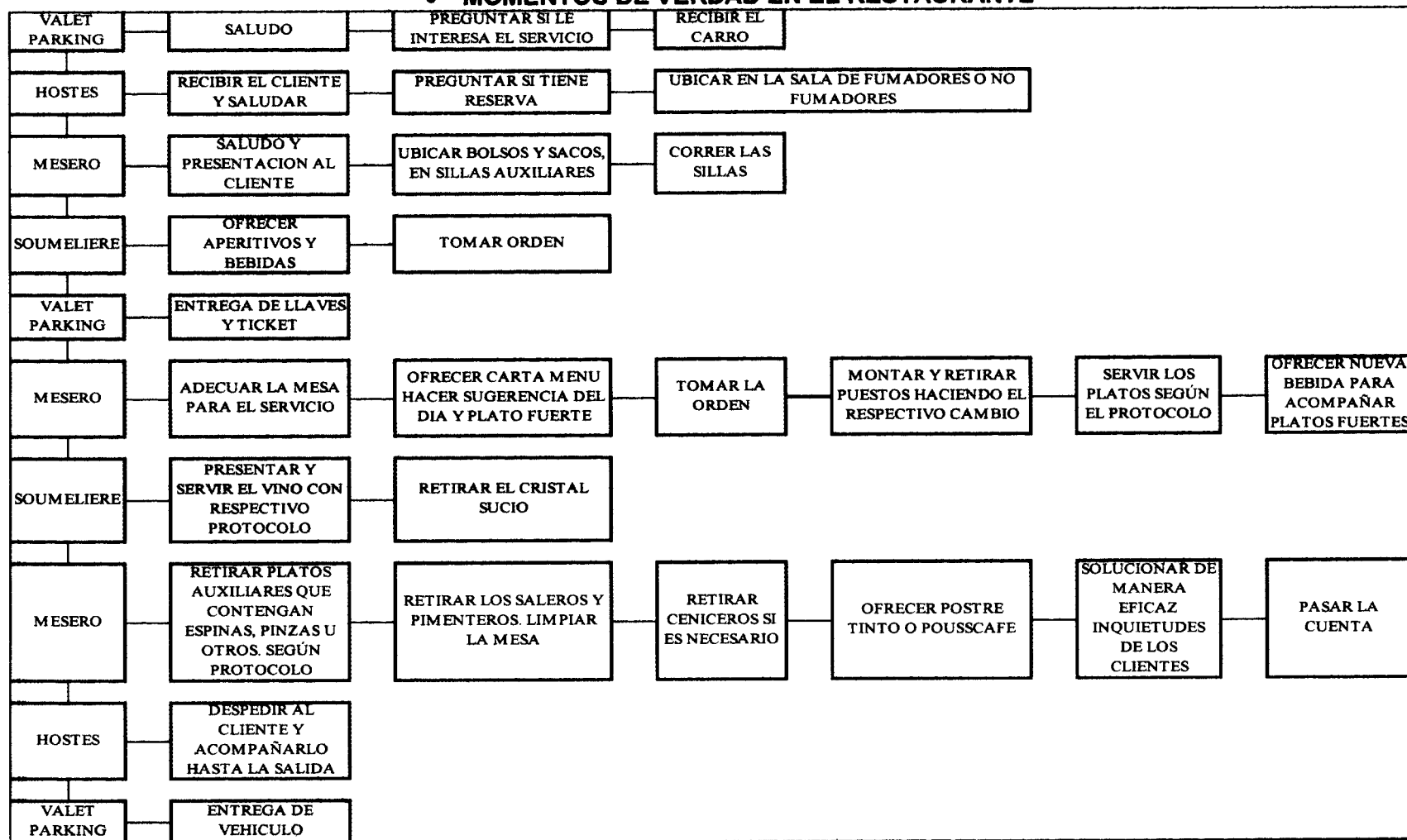
Al comunicamos directamente con la línea 256 5494 notamos que siempre hay un guión establecido para contestar la llamada, el asesor pide los datos necesarios, en el domicilio da el valor del pedido y aclara la forma de pago, en la reservación simplemente con nombre y apellido queda hecha la reservación de la mesa la cual el cliente quiere o si lo desea la reservación de LA CAVA, servicio especial del punto de la Calle 93 donde los cliente pueden disfrutar de una gran variedad de vinos exclusivos de Francia, España, Italia, Alemania, Chile y Argentina.

La Pesquera Jaramillo presta el servicio de valet parking en los restaurantes de la Calle 93 y Santa Bárbara, donde el cliente sin ningún costo entrega las llaves de su carro a una persona capacitada para llevar, guardar y entregar su vehiculo hasta el parqueadero sin ningún inconveniente.

Además de todos los servicios que prestan La Pesquera Jaramillo no hay que dejar atrás las personas que están capacitadas para brindar cualquier información de sus productos, a pesar de que hay una persona para presentar el vino en el momento en el que el cliente llega, cualquiera de los empleados esta en la capacidad por rotar por todas las áreas del restaurante sin ningún inconveniente.

A continuación explicamos paso por paso los momentos de verdad donde el cliente tiene contacto con la empresa.

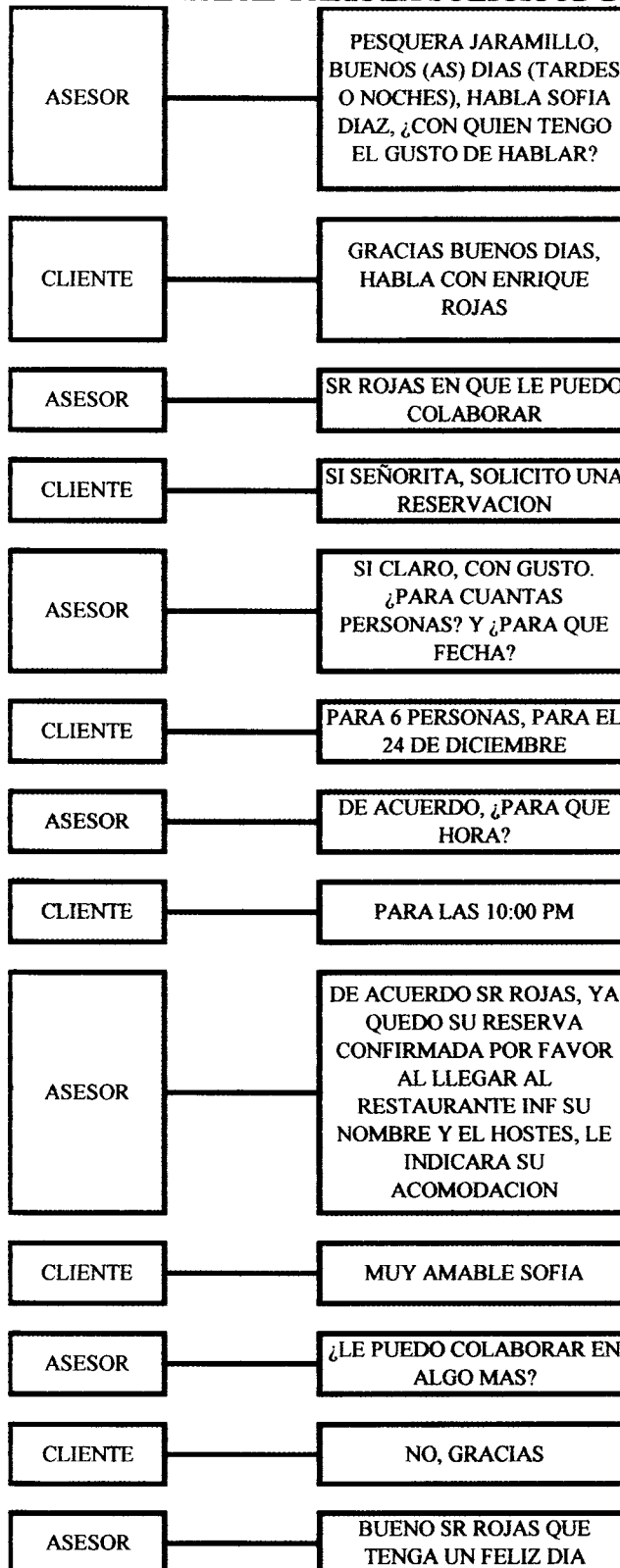
• **MOMENTOS DE VERDAD EN EL RESTAURANTE**



• **MOMENTOS DE VERDAD PARA LA SOLICITUD DE DOMICILIO**

ASESOR	PESQUERA JARAMILLO, BUENOS (AS) DIAS (TARDES O NOCHES), HABLA SOFIA DIAZ, ¿CON QUIEN TENGO EL GUSTO DE HABLAR?
CLIENTE	GRACIAS BUENOS DIAS, HABLA CON ENRIQUE ROJAS
ASESOR	SR. ROJAS EN QUE LE PUEDO COLABORAR
CLIENTE	SI SEÑORA, SOLICITO UN DOMICILIO
ASESOR	SI CLARO, CON GUSTO. ¿A QUE DIRECCION? Y UN NUMERO DE TEL POR FAVOR
CLIENTE	A LA DIR CALLE 76 # 15 - 58, TEL. 5748754 Y CEL 3115878644
ASESOR	¿QUE DESEA?
CLIENTE	LANGOSTINOS HAWAIANOS
ASESOR	DE ACUERDO SR ROJAS, EN 45 MINUTOS APROX LE ESTARA LLEGANDO SU PEDIDO
ASESOR	EL VALOR DE SU PEDIDO ES DE \$ 52,000 Y POR FAVOR RECUERDE QUE LA FORMA DE PAGO ES EN EFECTIVO.
ASESOR	¿LE PUEDO COLABORAR EN ALGO MAS?
CLIENTE	NO, GRACIAS
ASESOR	BUENO SR ROJAS QUE TENGA UN FELIZ DIA

• **MOMENTOS DE VERDAD PARA LA SOLICITUD DE RESERVAS**



2.3. PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS

ADMINISTRADOR

- ~~Velar~~ porque el funcionamiento correcto del restaurante este en el mas optimo nivel
- Su buena educación y cortesía será de gran importancia para el desenvolvimiento de su personal
- Coordinar y supervisar el grupo de colaboradores en distribución de tareas y responsabilidades
- Estar a la hora del servicio muy bien presentado con sus utensilios de trabajo
- Apoyar a los Hostes en el servicio de clientes para ubicarlos en la mesa
- Apoyar los meseros en la toma de pedidos
- Mantener con su personal una muy buena relación laboral y de relaciones humanas
- Mantener buenas relaciones con el cliente
- Administrar el servicio haciendo observaciones a los meseros de los faltantes y sobrantes de cubiertos en la mesa
- Estar en comunicación con el maître, de las mercancías que se encuentren agotadas y de la venta del día
- Estar pendiente de la cocina, en cuanto que no haya demora con los pedidos y recibir reclamos de los meseros por los pedidos
- Hacer los respectivos llamados de atención al personal por la mala calidad del servicio
- Suministrar a los meseros el material que falte en el comedor
- En caso de ser necesario una llamada de atención, esta deberá ser después del servicio
- Realizar las relaciones publicas tanto con clientes como con proveedores
- Realizar la labor de motivación con sus colaboradores para mantener un clima organizacional adecuado
- Vigilar permanentemente el servicio y la atención personalizada que se otorga al cliente, de acuerdo a las políticas establecidas por la organización
- Solucionar inconvenientes que se presente con el cliente de acuerdo a las políticas establecidas por la empresa

EL HOSTES

Es la persona encargada de presentar la buena imagen de nuestro restaurante al recibir a nuestros clientes.

Debe tener en cuenta lo siguiente:

- Su presentación debe ser impecable
- Debe estar en la puerta de servicio a las 11:30 AM
- Tener amplio conocimiento de la zona
- Revisar y limpiar acuario de langostas, verificando existencias y supervivencia de las mismas
- Verificar si hay reservaciones y ubicar mesas
- Recibir a los clientes, saludarlos amable y respetuosamente, ubicándolos en la mesa
- Presentar al cliente al mesero que los va a atender
- Estar pendiente de los meseros que estén en su respectiva zona
- Colaborar en la supervisión de celadores
- Despedir al cliente e informar de nuestros puntos de venta
- Sacar el cristal de la cocina y brillarlo después de las 3 PM. Así mismo estar pendiente en el área de servicio retirando vasos sucios

MESEROS

- Estar en el comedor a las 11:30 AM y hacer el respectivo montaje con su uniforme
- Realizar los alistamientos diarios de la mesa en el place, cubertería, mouse, galletas, servilletas, saleros, pimenteros, entre otros.
- Verificar el montaje de mesas y su respectivo alineado, así como la verificación de la mantelería y los muletones
- Presentarse ante el cliente con un saludo muy amable
- Ubicar bolso de las damas y sacos de los señores en sillas auxiliares
- Correrle la silla a las damas y ayudarlas a sentar, así como a los caballeros
- Ofrecer el mouse de la casa y aperitivos, vinos, jerez, dubonnet y champañas
- Retirar de la mesa los puestos que sobren y adecuar la mesa para el servicio
- Verificar con anterioridad la existencias de lo que ofreceremos para ese día (cócteles y platos de la casa)
- Ofrecer la carta menú abierta y hacer la respectiva sugerencia del día y plato fuerte
- Tomar la orden de la mesa enumerando los puestos y encerrando en un círculo las damas, así mismo tener en la comanda su respectivo separador

- Montar los puestos que falten en las mesas y retirar lo que sobre en un plato auxiliar haciendo el respectivo cambio de cubiertos
- Tener el cuidado especial de sacar pronto los alimentos para las personas que vienen solas
- Servir los platos por el lado derecho, como lo exige el protocolo
- Ofrecer una nueva bebida para acompañar los platos fuertes
- Colaborar en el servicio de los vinos, retirar los corchos
- Retirar los platos auxiliares que contengan espinas, pinzas, u otros.
- Retirarlos por el lado izquierdo
- Retirar los saleros y pimenteros en un plato auxiliar y limpiar la mesa
- Retirar ceniceros si fuere necesario
- Ofrecer postres, tinto o poussecafé
- Solucionar de una manera eficaz las inquietudes de los clientes
- Alistar la cuenta y revisarla antes de pasarla al cliente verificando su respectivo consumo
- Despedir al cliente y acompañarlo hasta la salida
- Mantener los implementos de trabajo en perfecto estado
- Participar activamente en las reuniones diarias que programa el capitán de mesas o administrador
- Participar en la realización de inventarios que se programen

AUXILIAR DE COCINA

- Apoyar a los meseros y demás personal con el contacto adecuado con cocina
- Estar en contacto con la cocina para verificar existencias
- Estar en un área de trabajo con sus respectivos utensilios de servicio y bien presentado
- Comunicar al maître del plato del día
- Estar pendiente de sacar las entradas lo más pronto posible
- Apoyar a los meseros en el comedor, recogiendo los charoles sucios y llevando los platos muy bien presentados y calientes
- Estar pendiente de las mesas que ya hayan acabado las entradas para llevar los platos fuertes
- Estar pendiente de que los auxiliares de servicio estén limpios, con pan , pendiente de los mouse, así mismo de la galletería
- Estar muy pendiente de la mantelería y servilletas
- Contar la mantelería sucia para llevarla a la lavandería
- Apoyar a los meseros con las cuentas y entregarlas en las zonas
- Mantener el menaje brillado y seco
- Limpiar permanentemente los muebles que competan a su labor
- Evacuar los burros de los comedores si están sucios o con loza
- Limpiar las lámparas de mesa hacer mantenimiento y ubicarlas en los comedores
- Reemplazar a los meseros en cualquier eventualidad

SOU MELIERE

- Apoyar a los meseros en la labor de bebidas
- Estar muy bien presentado en la zona a las 11:40 AM con sus respectivos utensilios de trabajo
- Estar en la zona de servicio recogiendo los vales del bar
- Mantener el cuidado del cristal y brillarlo
- Presentar y servir el vino con su respectiva técnica
- Llevar las bebidas a las mesas y retirar el cristal sucio
- Apoyar al mesero ofreciendo mouse y bebidas
- Servir bebidas por el lado derecho como lo indica el respectivo protocolo y retirar por la izquierda
- Apoyar a los meseros con las cuentas y con las copas del agua para el montaje
- Mantener su puesto de trabajo en orden, servilletas de vino limpias y bases para el vino distribuidas respectivamente
- Alistar bases y planchar servilletas de vino
- El soumeliere que tiene el turno de largo debe brillar el cristal a las 4 PM cuando el servicio ya haya bajado, así mismo recoger todos los días las cucharas de postres, pinzas de langosta y de vino tinto contándolas para su respectivo inventario.

BARMAN

- Estar a las 10 AM para organizar su alistamiento y los detalles de su área de trabajo
- Comunicar al maître y meseros de la existencias del bar para dar rotación al producto
- Trabajar en cadenas con la directora de cava
- Preparar todo tipo de bebidas frías y calientes
- Estar pendiente que el soumeliere lleve los pedidos rápido a la mesa y no acumular dos o tres pedidos al tiempo
- Las bebidas calientes se deben servir lo más rápido posible para que lleguen calientes a la mesa
- Mantener los stop del bar para que no falte nada
- Mantener en perfecto estado y aseo los cuchillos, licuadoras, tablas, jarras, platos, pocillos, entre otros
- Controlar la temperatura de almacenamiento para las diferentes bebidas
- Realizar y entregar el tabulado diario de ventas
- Realizar la requisición de insumos para la venta diaria

MAITRE O SUPERVISOR

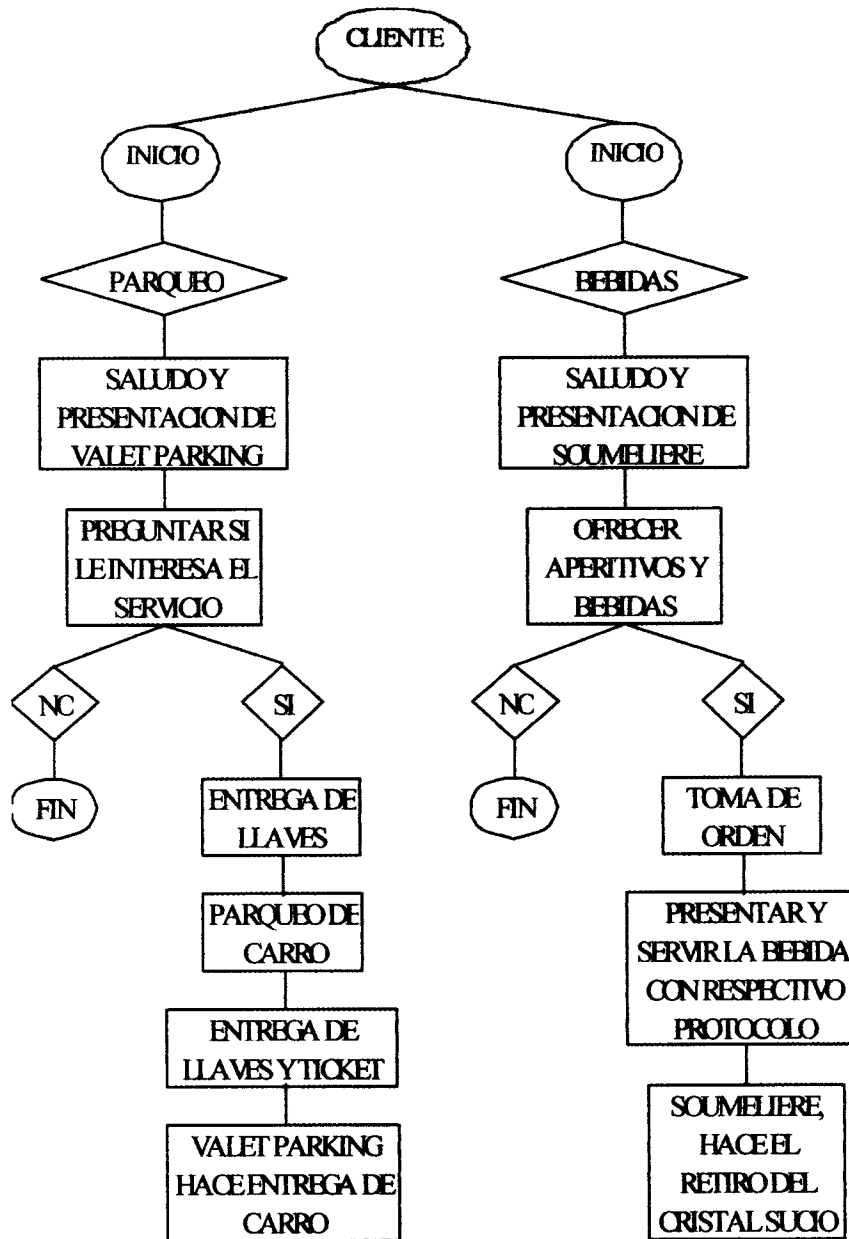
- Su buena educación y cortesía será de gran importancia ~~para~~ el desenvolvimiento de su personal
- Tener amplio conocimiento de la carta menú y bebidas del restaurante
- Estar en el comedor revisando comportamiento y buena educación del personal y estar muy atento a los llamados de ellos, para atender mejor al cliente
- Supervisar montaje de comedor
- Apoyar a los Hostes en el recibo de los clientes
- Comunicar al personal su falla para que se corrija, de lo contrario informar al administrador para su respectiva amonestación
- Hacer las observaciones respectivas para mejorar y hacer un servicio de muy buena calidad, con personal de calidad
- Controlar la función del cantante
- Supervisión del personal del bar
- Tener presente el control de tiempo de almuerzo de los empleados, no en horas de servicio
- Delegar las funciones y responsabilidades a cada persona que actúa en el comedor
- Programar y verificar los horarios del personal a cumplir cada semana
- Realizar reuniones periódicas con el personal de servicio, para realizar ventas y aspectos a mejorar dentro de nuestra actitud de servicio
- Evaluar permanentemente al personal, en cuanto al conocimiento de productos, vinos y dominio del servicio
- Mantener buena relación directa con el cliente
- Mantener una organización integral de servicio desde el ingreso del cliente hasta la despedida
- Supervisar la presentación personal y aseo de los empleados y del restaurante en general
- Solucionar eficazmente todos los inconvenientes que se presenten antes, durante y después del servicio
- Atender junto con el administrador los reclamos de los clientes insatisfechos
- Ejercer la labor disciplinaria de las personas que tiene a su cargo y reportar a la dirección de talento humano

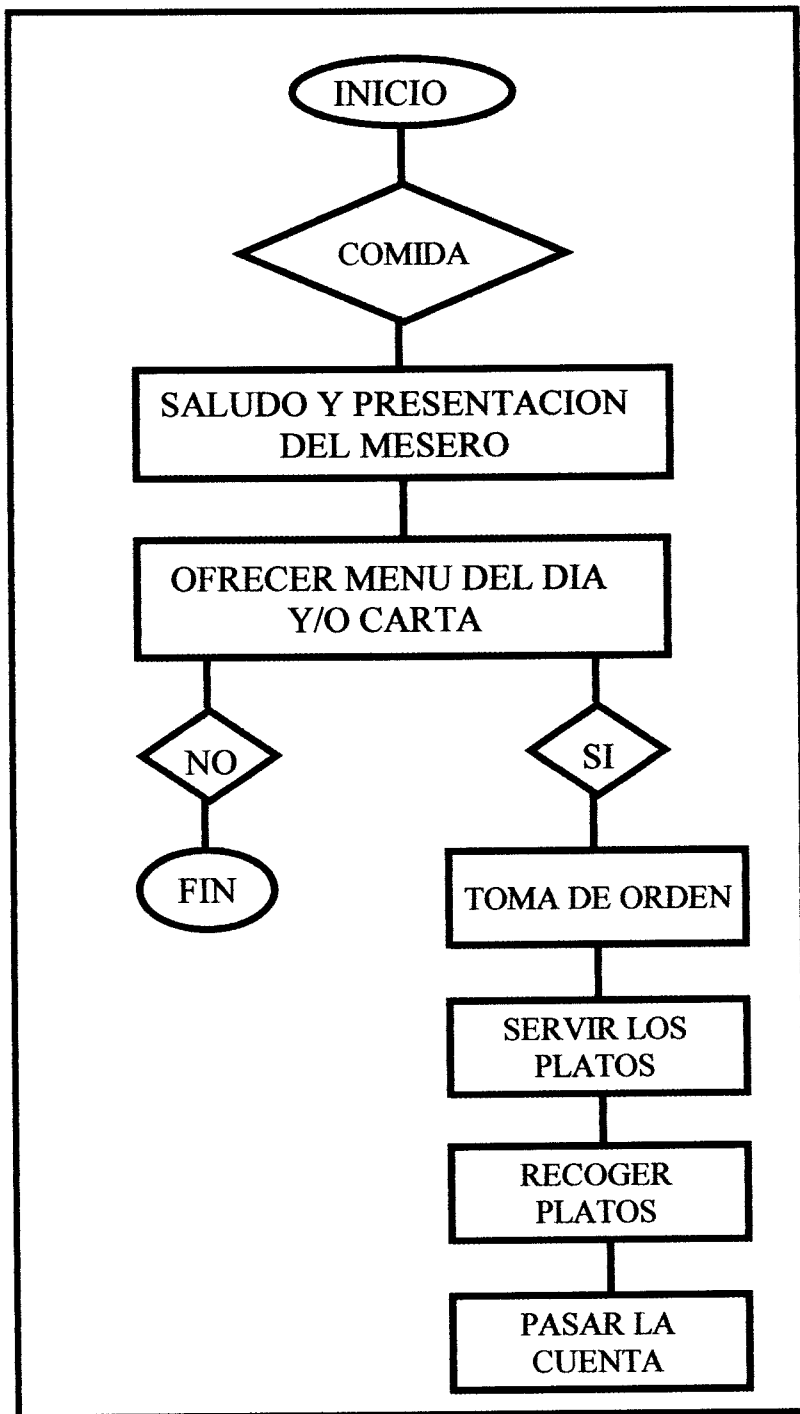
CAJERAS

- Verificar el pago a través de los distintos medios de una forma ágil
- Estar en su sitio de trabajo lista para el servicio a las 11:30 AM
- Estar pendiente que en los casilleros no estén comanda por mucho tiempo
- Apoyar a los meseros con las cuentas revisándolas previamente para que no falte ningún producto por registrar
- Estar pendiente que los meseros no estén por mucho tiempo en la caja
- En las horas de servicios deberán estar las dos cajeras para la realización y verificación de cuentas, tarjetas de crédito y no demorar al mesero
- No pasar al teléfono al personal de servicio
- Estar concentrada en su labor

2.3.1. PROCESO DE DESCOMPOSICION DE TAREAS

En el proceso de descomposición de tareas queremos dar a entender las acciones mas notables del restaurante donde el cliente entra y permanece en La Pesquera Jaramillo dando un inicio y un final a cada acción, donde el cliente va a ser siempre la razón de la empresa.





2.3.2. SISTEMAS DE PQR'S (QUEJAS Y RECLAMOS)



**PESQUERA
JARAMILLO**



Su opinión es muy importante para nosotros.

• Como le pareció nuestro servicio ?

• Tiene usted alguna sugerencia ?

Nombre:

Teléfono:

SERVICIO AL CLIENTE:

- Se lleva un seguimiento
- Se investiga
- Se da respuesta a dicho cliente
- Se disculpa
- Se le da una atención

PRODUCTO

- Se analiza el caso
- Se invita al cliente a la planta
- Se le muestra las instalaciones
- Se le muestra el proceso de los productos y su empaque.

2.3.3. GRAFO DE SERVICIOS

- Aquí notamos claramente como todas las acciones que se manejan en los cuadros anteriores van ligados en el siguiente cuadro, donde todo se complementa entre si.

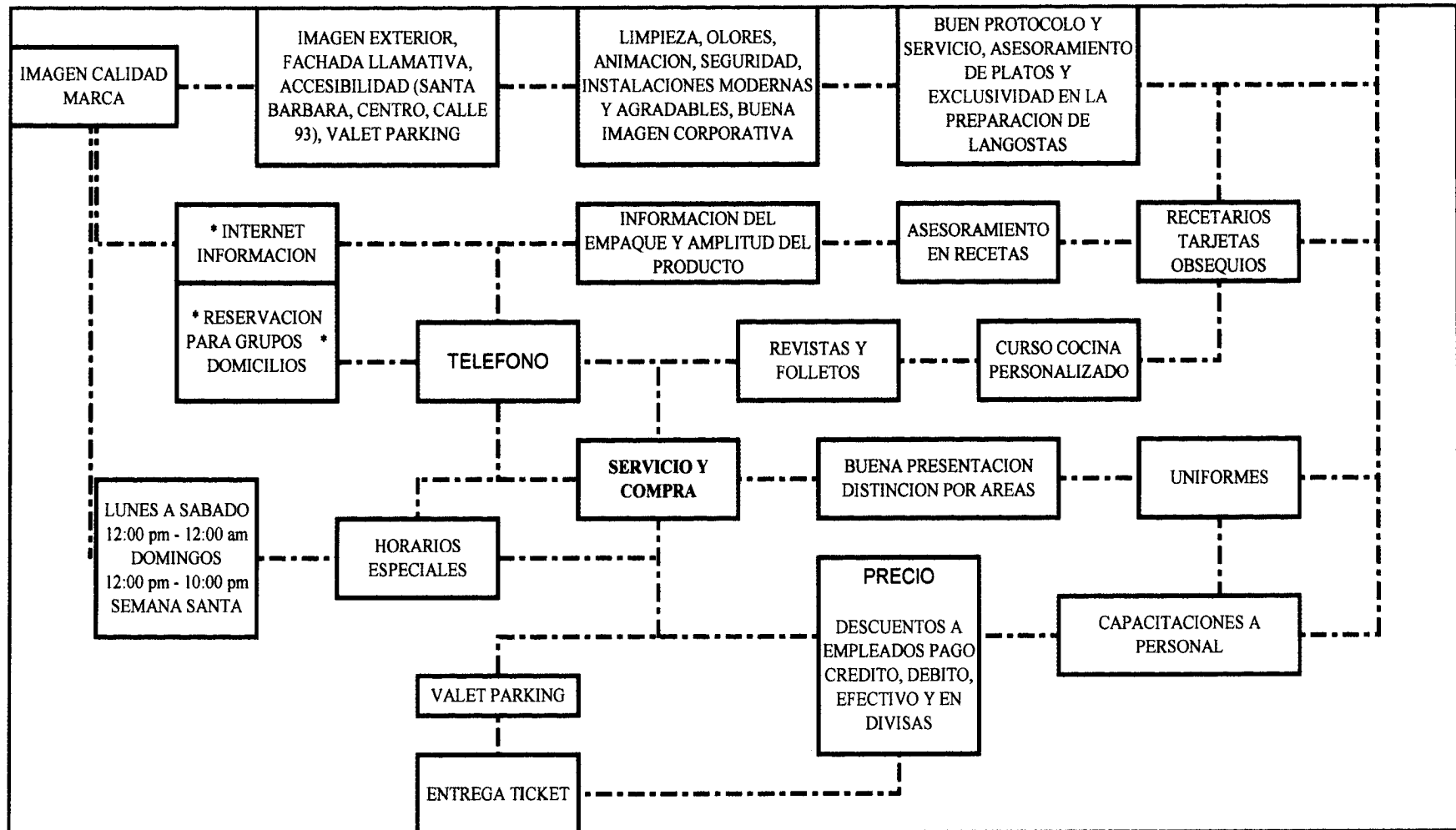
CUADRO ÚLTIMA HOJA
(PAG 41)

2.3.4. NATURALEZA DE LOS SERVICIOS

- En este punto de la naturaleza de los servicios percibimos como es la infraestructura con la que cuenta La Pesquera Jaramillo para prestar sus servicios a su cliente interno y externo, además notamos que en sus productos no manejan ningún tipo de proveedor ya que ellos mismos se encargan de pescar, transportar, procesar y comercializar sus productos, las características que presta en este caso el punto de la Calle 93 cuales son sus distintivas instalaciones para prestarle la mayor comodidad a sus clientes.
- Notamos el gran esfuerzo que se ha hecho para que el cliente no solo quede a gusto con la comida si no con el sitio, prestando así tres ambientes (La Cava, Sala de Fumadores y No Fumadores).
- A Continuación encontramos cuales son las características mas sobresalientes que se maneja en la Pesquera Jaramillo.

ORIGEN	NATURALEZA DE LOS SERVICIOS			
	FISICOS	COMERCIALES	FINANCIEROS	PSICOLOGICOS
SERVICIOS LIGADOS AL PRODUCTO Y AL FABRICANTE	PRESENTACION DEGUSTACIONES PREPARACION DE SUS PRODUCTOS	INFORMACION EN EL EMPAQUE AMPLITUD DE LOS PRODUCTOS RESPALDO DE MARCA CON CALIDAD DE LOS PRODUCTOS		RECONOCIMIENTO POR CALIDAD Y ANTIGÜEDAD, POR SER UNA DE LAS INDUSTRIAS PIONERAS EN PRODUCTOS DEL MAR
SERVICIOS LIGADOS A LA ORGANIZACIÓN Y AL ESTABLECIMIENTO	* LIMPIEZA * OLORES * ANIMACION * IMAGEN * CALIDAD * MARCAS * REVIST	MUSICA RELAJANTE Y EN VIVO VARIEDAD DE PLATOS HORARIOS EXTENSOS BUENA PUBLICIDAD EN FECHAS ESPECIALES EXCELENTE INFORMACION POR MEDIO DE LA WEB RESERVACION Y DOMICILIO CALIDAD PREMIUM	TARJETA DEBITO, CREDITO Y EFECTIVO PAGO EN DOLARES CLIENTE VIP (RED DORADA SE HACE DESCUENTO DEL 5% DE SU TARJETA)	PUNTOS DE VENTA RECONOCIDOS EN LOS SUPERMERCADOS DE CADENA CON 3 SUCURSALES EN PUNTOS ESTRATEGICOS (CENTRO, CALLE 93 Y SANTA BARBARA) SEGURIDAD EXCELENTE CALIDAD RAPIDEZ EN EL SERVICIO RECONOCIMIENTO INSTITUCIONAL ACCESIBILIDAD
SERVICIOS LIGADOS AL PERSONAL	ENTREGA DE TICKET DE VALET PARKING Y DE LA COMPRA EMPAQUE ESPECIAL CON LOGO DE LA INSTITUCION EXCELENTE PRESENTACION DEL PERSONAL	DOMICILIO ASESORAMIENTO EN LOS DIFERENTES PRODUCTOS ATENCION PERSONALIZADA	DESCUENTOS ESPECIALES	CONFIBILIDAD HONESTIDAD RESPECTO TRABAJO EN EQUIPO RESPONSABILIDAD ASESORAIENTO CALIDAD

2.3.3. GRAFO DE SERVICIOS



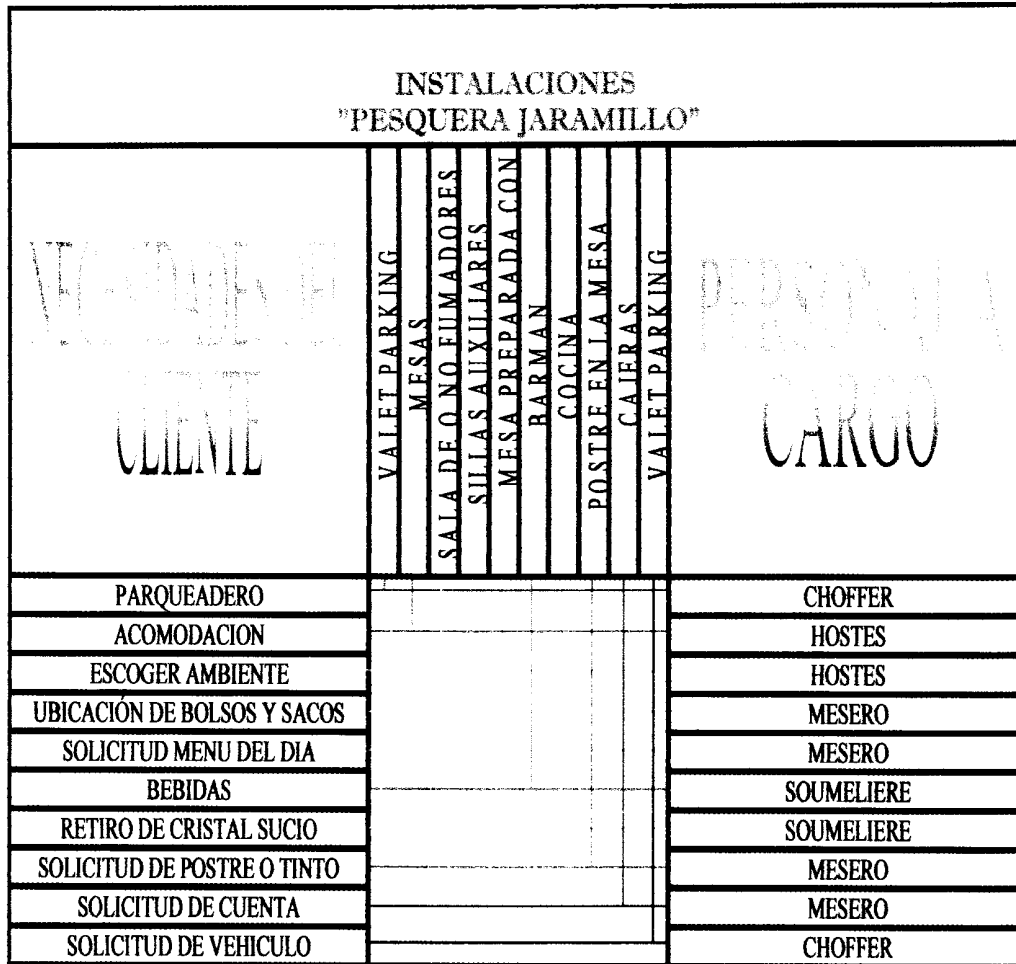
2.3.5. FLUJO DE SERVICIOS DE LA PESQUERA JARAMILLO

- En este proceso es mas evidente lo que se percibe desde antes, durante y después de la compra, en donde los clientes pueden tener información de La Pesquera Jaramillo donde es comercializada la marca, que les brindan a los clientes después de la compra por ejemplo los cursos de cocina personalizados, etc.
- En el siguiente cuadro se puede observar mas detalladamente con que medios de comunicación se esta dando a conocer La Pesquera Jaramillo constantemente, que cualidades tiene el sitio, como manejan los empleados a cada cliente y que se lleva el cliente después de haber obtenido el cliente un producto con tan alta calidad.

ANTES DE LA COMPRA		DURANTE LA COMPRA	DESPUES DE LA COMPRA
FUERA DE LA TIENDA	DENTRO DE LA TIENDA		
* INTERNET INFORMACION RESERVA * TELEFONO RESERVA DOMICILIO * IMAGEN EXTERIOR FACHADA LLAMATIVA * ALMACENES DE CADENA ÉXITO CARREFOUR CARULLA * PRENSA EL TIEMPO * REVISTAS APROPESCA SOHO SEMANA AVIANCA * DIRECTORIO * ACCESIBILIDAD SANTA BARBARA CALLE 93 CENTRO * PARQUEADERO VALET PARKING	* LIMPIEZA * OLORES * ANIMACION * IMAGEN * CALIDAD * MARCAS * REVISTAS * FOLLETOS * RECETARIOS * SEGURIDAD * CLIMATIZACION * SEÑALIZACION * AMPLITUD DEL PRODUCTO * INSTALACIONES MODERNAS Y AGRADABLES * EMPAQUE * PRESENTACION * BUENA IMAGEN CORPORATIVA * VARIEDAD DE PRECIOS	* BUEN SERVICIO Y PROTOCOLO * ASESORAMIENTO (RECETAS) * ALTA CALIDAD * ESPECIALIDADES EN SUS PRODUCTOS * EXCLUSIVIDAD EN LA PREPARACION DE LA LANGOSTA QUE EL CLIENTE DESEE * ATENCION PERSONALIZADA * DEGUSTACION * PAGO EN CREDITO, DEBITO O EN EFECTIVO	* RECORDATORIOS TARJETAS OBSEQUIOS RECETARIOS * CURSOS DE COCINA PERSONALIZADA (MAXIMO 7 PERSONAS) * PUBLICIDAD EN FECHAS ESPECIALES * EVENTOS * ENTREGA DE BOLSA Y TICKET CON LOGO

2.3.6. GRAFO DE SERVUCION

- En el grafo de servucción podemos observar como en las necesidades del cliente, hay una persona a cargo de la empresa satisfaciendo esas necesidades con las instalaciones que presta La Pesquera Jaramillo, ligándose unos con otros logrando el propósito de cada área.



FICHA TECNICA

TIPO DE INVESTIGACION: Exploratoria

TÉCNICA: Encuesta directa

GRUPO OBJETIVO: Clientes de la pesquera Jaramillo

TAMAÑO DE LA MUESTRA: 60 personas

CUBRIMIENTO DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA: Santa fe de Bogotá

SOLICITADO POR: Julio Arbeláez

3. IDENTIFICACIÓN Y ANÁLISIS DEL CLIENTE EXTERNO

La Pesquera Jaramillo tiene aproximadamente 800 clientes externos donde la mayoría de estas personas son de sexo femenino y extranjeros están entre los 21 años y 50 años.

La Pesquera maneja un mercado objetivo de estrato 5 y 6, donde su nivel adquisitivo es medio – alto y/o alto – alto.

Los clientes que se manejan en La Pesquera Jaramillo de Calle 93 es dirigido a los extranjeros ya que el punto de Santa Bárbara se maneja el restaurante tipo familiar, por la marca y calidad toman la decisión de visitar este restaurante donde por su reconocimiento es catalogado como uno de los mejores restaurantes de la ciudad.

Este sitio es muy reconocido por la gran variedad de productos que ofrecen y el exclusivo servicio que le presta a sus cliente de escoger su langosta directamente del acuario.

A continuación encontraremos que respondieron algunos clientes de La Pesquera Jaramillo del servicio que se le brinda.

La pesquera Jaramillo tiene todas las características como su ubicación, infraestructura para recibir a sus clientes en diferentes ambientes como La terraza, zona de fumadores, no fumadores, la cava que cuenta con los mejores vinos a nivel mundial y con una amplia gama de productos en gastronomía marina. Cuenta con un talento humano especializado en servicio y con el respaldo de la tecnología han desarrollado con excelencia su servicio.

3.1. CARACTERIZACION DEL CLIENTE

CLIENTE OBJETIVO

Hombres y mujeres ejecutivos de alto nivel, farándula, empresarios y extranjeros.

CLIENTE REAL

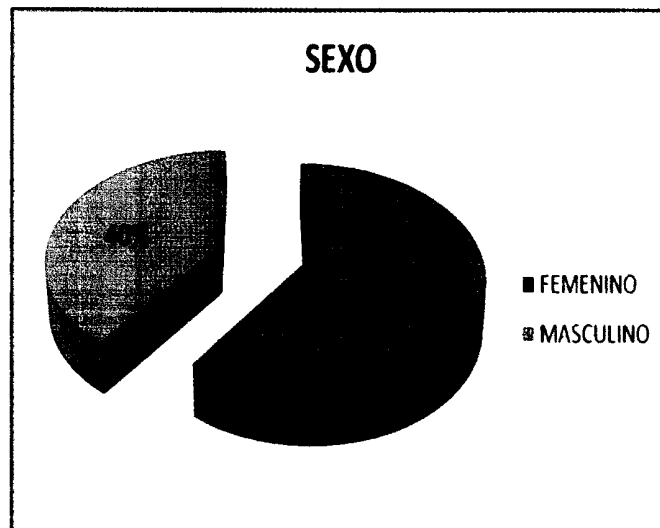
Hombres y mujeres ejecutivos y empresarios de alto nivel y extranjeros que están por diferentes tipos de turismo.

CLIENTE POTENCIAL

Hombres y mujeres de Estrato 5, 6 y 7 extranjeros y nacionales con un buen gusto gastronómico.

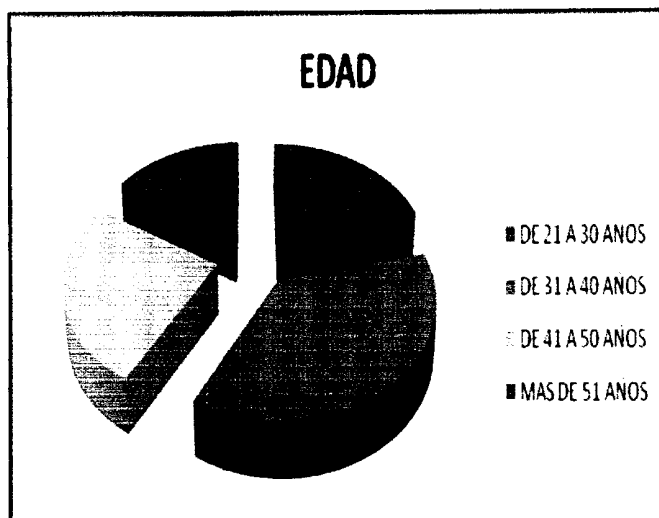
3.2. DATOS ESTADISTICOS GÉNERO

- ❖ Según las encuestas que le hicimos a los clientes de La Pesquera Jaramillo, pudimos notar que la mayoría de los clientes son del sexo femenino.



3.3. EDAD PROMEDIO

- ❖ Cuando hicimos las encuestas pudimos notar que de 60 personas hay un 21% entre 21 a 30 años que visita el restaurante, un 61% entre 31 a 50 años visita La Pesquera con mucha más frecuencia este rango de edades y el 16% restante pertenece a las personas mayores de 51 años.



3.4. MOTIVO FRECUENCIA

- TURISTAS
- EJECUTIVOS
- EMPRESARIOS
- FARANDULA

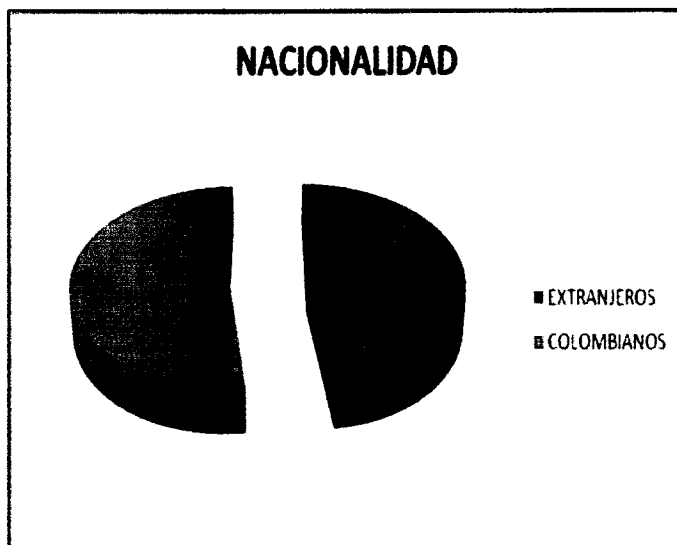
3.5. ESTRATO SOCIO-ECONOMICO

- ❖ El estrato es el mercado al cual sus productos van dirigidos.

- ESTRATO 5, 6 y 7
- MEDIO – MEDIO
- MEDIO – ALTO
- ALTO – ALTO

3.6. NACIONALIDAD DE LOS CLIENTES

- ❖ La Pesquera Jaramillo a la cual nosotras le hicimos el estudio de Gerencia del Servicio y las encuestas fue al que queda ubicado en el Parque de la Calle 93, este punto es muy visitado por los extranjeros ya que ellos tienen como mercado objetivo los extranjeros por la innovación de sus platos y de La Cava, ya que por calidad e imagen es uno de los mejores restaurantes de la ciudad.



ENCUESTA

Su opinión es muy importante para nosotros, debido a esta encuesta queremos saber su opinión para mantener nuestro estándar de calidad y con esto detectar los puntos débiles.

NOMBRE:

EDAD:

1. MENOS DE 20 AÑOS
2. DE 21 AÑOS A 30 AÑOS
3. DE 31 AÑOS A 40 AÑOS
4. DE 41 AÑOS A 50 AÑOS
5. MAS DE 51 AÑOS

SEXO: F..... M.....

NACIONALIDAD.....

DE ACUERDO A SU SATISFACCIÓN CALIFIQUE DEL 5 AL 1, DONDE:

5. Excelente 4. Muy bueno 3. Bueno 2. Regular 1. Malo

1. ¿COMO LE PARECIÓ EL SERVICIO DEL HOSTER?

5. Excelente 4. Muy bueno 3. Bueno 2. Regular 1. Malo

2. ¿COMO LE PARECIÓ LA COMIDA?

5. Excelente 4. Muy bueno 3. Bueno 2. Regular 1. Malo

3. ¿LA PRESENTACIÓN DE LA CARTA ES?

5. Excelente 4. Muy bueno 3. Bueno 2. Regular 1. Malo

4. ¿LA CANTIDAD SERVIDA ES?

5. Excelente 4. Muy bueno 3. Bueno 2. Regular 1. Malo

5. ¿LA CANTIDAD DE LA BEBIDA ES?

5. Excelente 4. Muy bueno 3. Bueno 2. Regular 1. Malo

6. ¿COMO LE PARECIÓ LA PRESENTACIÓN DEL PERSONAL?

5. Excelente 4. Muy bueno 3. Bueno 2. Regular 1. Malo

7. ¿LA PRESENTACIÓN DE LA MESA Y DE LOS PLATOS ES?

5. Excelente 4. Muy bueno 3. Bueno 2. Regular 1. Malo

8. ¿COMO LE PARECIÓ LOS AMBIENTES DEL SITIO?

5. Excelente 4. Muy bueno 3. Bueno 2. Regular 1. Malo

9. ¿EL ASESORAMIENTO DE LOS PLATOS ES?

5. Excelente 4. Muy bueno 3. Bueno 2. Regular 1. Malo

10. ¿EL SERVICIO Y EL ASESORAMIENTO DE LA CAVA ES?

5. Excelente 4. Muy bueno 3. Bueno 2. Regular 1. Malo

11. ¿EL TIEMPO DE ESPERA AL ATENDERLO ES?

5. Excelente 4. Muy bueno 3. Bueno 2. Regular 1. Malo

12. ¿EL SERVICIO DEL VALET PARKING ES?

5. Excelente 4. Muy bueno 3. Bueno 2. Regular 1. Malo

13. ¿EL PRECIO DE NUESTROS PRODUCTOS LE PARECE?

5. Excelente 4. Muy bueno 3. Bueno 2. Regular 1. Malo

!!!GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!!!

4.1. CUADRO TOTAL PROMEDIO RESULTADO INVESTIGACIÓN

DE ACUERDO A SU SATISFACCION CALIFIQUE	EXCELENTE	MUY BUENO	BUENO	REGULAR	MALO	TOTAL	SUMA	PROMEDIO
1 ¿Como le parecio el servicio del Hoster?	51	9	0	0	0	60	291	4,85
2 ¿Cómo le parecio la comida?	57	3	0	0	0	60	297	4,95
3 ¿La presentacion de la carta es?	32	17	11	0	0	60	261	4,35
4 ¿La cantidad servida es?	39	10	8	3	0	60	265	4,42
5 ¿La cantidad de las bebidas es?	37	11	6	6	0	60	259	4,32
6 ¿Como le parecio la presentacion presonal de los	53	7	0	0	0	60	293	4,88
7 ¿La presentacion de la mesa y de los platos es?	50	8	2	0	0	60	288	4,80
8 ¿Como le parecio el sitio?	54	6	0	0	0	60	294	4,90
9 ¿El asesoramiento de los platos es?	38	13	9	0	0	60	269	4,48
10 ¿El servicio y el asesoramientos de la cava es?	45	9	4	2	0	60	277	4,62
11 ¿El tiempo de espera en atenderlo es?	52	4	4	0	0	60	288	4,80
12 ¿El servicio del Valet Parking es?	38	8	9	5	0	60	259	4,32
13 ¿El precio de nuestros productos le parecen?	5	7	16	32	0	60	165	2,75

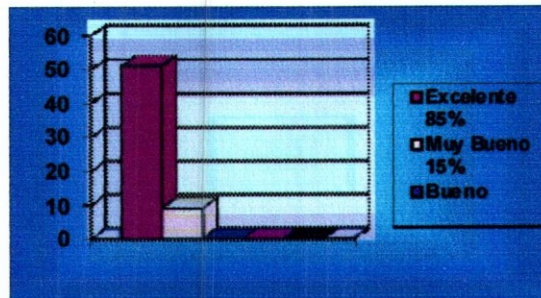
4.2. CUADRO PORCENTAJES

DE ACUERDO A SU SATISFACCION CALIFIQUE		% E	% MB	% B	% R	% M	TOTAL %
1	¿Como le parecio el servicio del Hoster?	85	15	0	0	0	100
2	¿Cómo le parecio la comida?	95	5	0	0	0	100
3	¿La presentacion de la carta es?	53	28	18	0	0	100
4	¿La cantidad servida es?	65	17	13	5	0	100
5	¿La cantidad de las bebidas es?	62	18	10	10	0	100
6	¿Como le parecio la presentacion presonal de los	88	12	0	0	0	100
7	¿La presentacion de la mesa y de los platos es?	83	13	3	0	0	100
8	¿Como le parecio el sitio?	90	10	0	0	0	100
9	¿El asesoramiento de los platos es?	63	22	15	0	0	100
10	¿El servicio y el asesoramientos de la cava es?	75	15	7	3	0	100
11	¿El tiempo de espera en atenderlo es?	87	7	7	0	0	100
12	¿El servicio del Valet Parking es?	63	13	15	8	0	100
13	¿El precio de nuestros productos le parecen?	8	12	27	53	0	100

4.3. CUADROS IDENTIFICACIÓN DE CLIENTES ENCUESTADOS

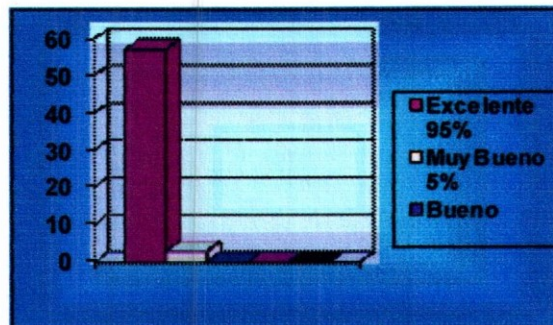
1. ¿COMO LE PARECIÓ EL SERVICIO DEL HOSTER

- De 60 personas el 85% quedo satisfecho con el servicio y el 15% le pareció muy bueno.



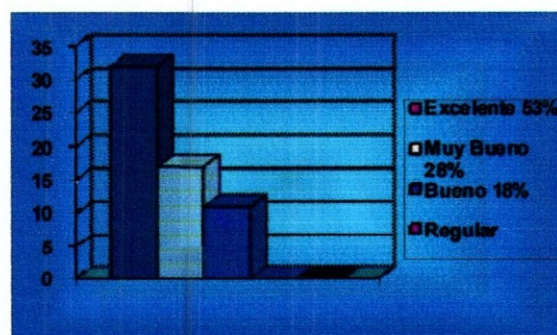
2. ¿COMO LE PARECIÓ LA COMIDA?

- El 95% de las personas opinan que la comida es excelente y el 5% tiene un punto calificativo de muy bueno.



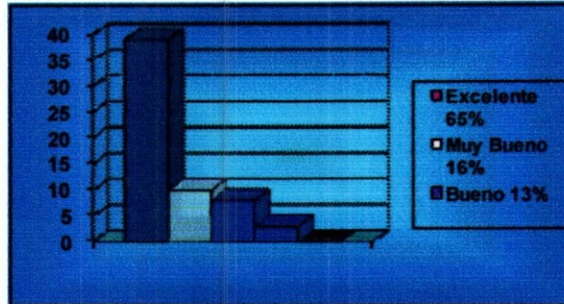
3. ¿LA PRESENTACIÓN DE LA CARTA ES?

- El 53% de las personas opinan que la presentación de la carta es excelente, el 28% muy bueno y el 18% bueno



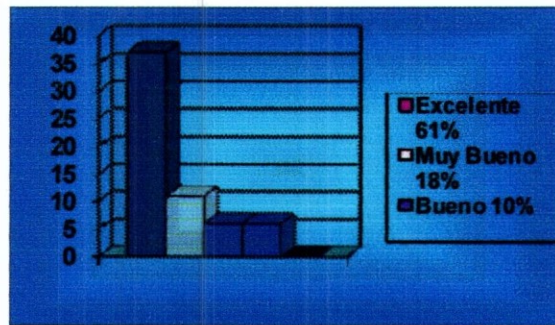
4. ¿LA CANTIDAD SERVIDA ES?

- El 65% de los encuestados muestra satisfacción total de la cantidad y para el 16% es muy bueno, el otro 13% es bueno y siendo únicamente el 5% regular.



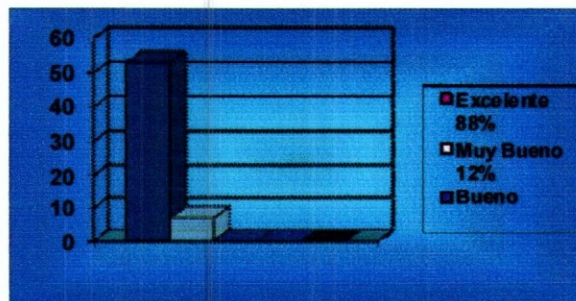
5. ¿LA CANTIDAD DE LA BEBIDA ES?

- La cantidad de las bebidas es excelente para el 61%, otro 18% es muy buena, según 10% de todos los encuestados es bueno y para otro 10% es regular.



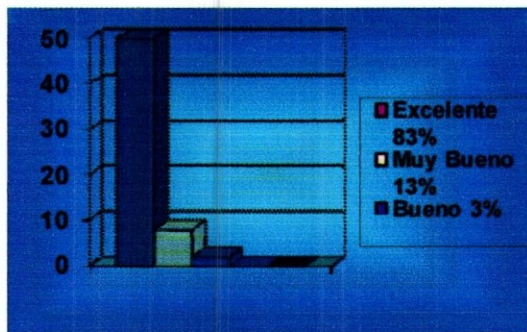
6. ¿COMO LE PARECIÓ LA PRESENTACIÓN DEL PERSONAL?

- El 88% de las personas de la encuesta opinan que la presentación personal de los empleados es excelente y el 12% muy bueno.



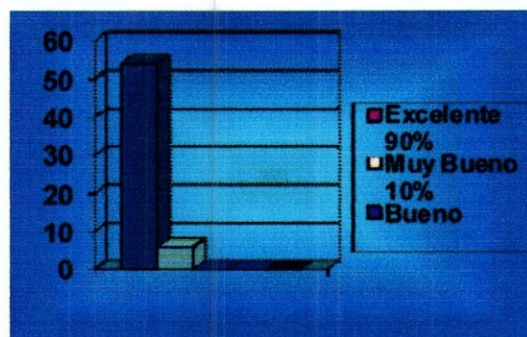
7. ¿LA PRESENTACIÓN DE LA MESA Y DE LOS PLATOS ES?

- La presentación de la mesa es excelente un 83% para las personas 13% es muy bueno y el otro 3 % es bueno.



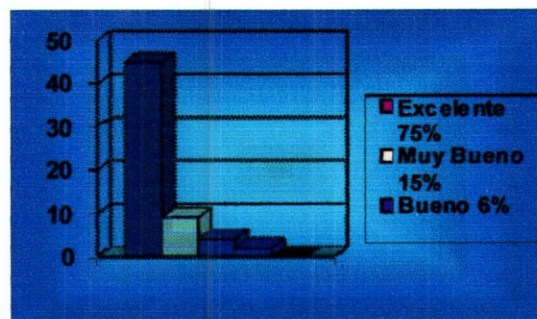
8. ¿COMO LE PARECIÓ LOS AMBIENTES DEL SITIO?

- El ambiente que maneja el sitio las personas que lo visitan es apropiada ya que el 90% le pareció excelente y un 10% muy bueno.



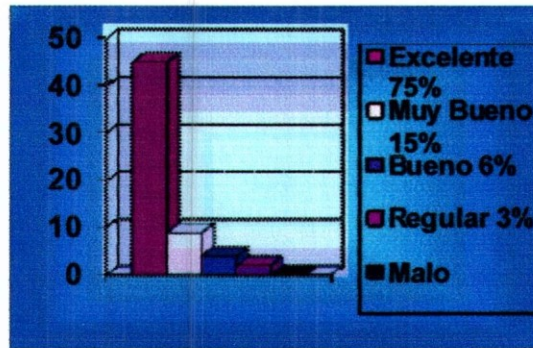
9. ¿EL ASESORAMIENTO DE LOS PLATOS ES?

- Para los clientes el asesoramiento de los platos es excelente un 75% para el 15% es muy bueno, el 6% es bueno y para el 3% es regular.



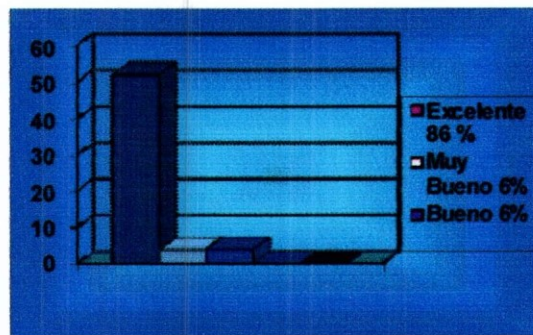
10. ¿EL SERVICIO Y EL ASESORAMIENTO DE LA CAVA ES?

- El asesoramiento de la cava es excelente un 76% para el 15% es muy bueno el otro 6% es bueno y solo 3% le pareció regular.



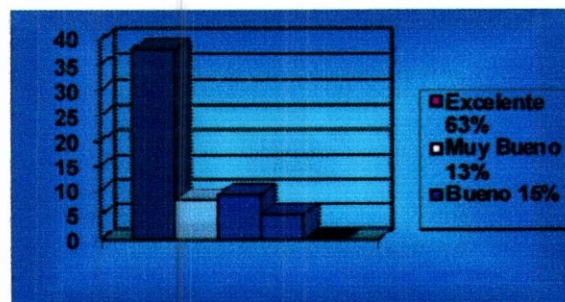
11. ¿EL TIEMPO DE ESPERA AL ATENDERLO ES?

- El tiempo de espera para atender y salir los platos a los clientes es un 6% es bueno, el otro 6% muy bueno y para un 86% es excelente



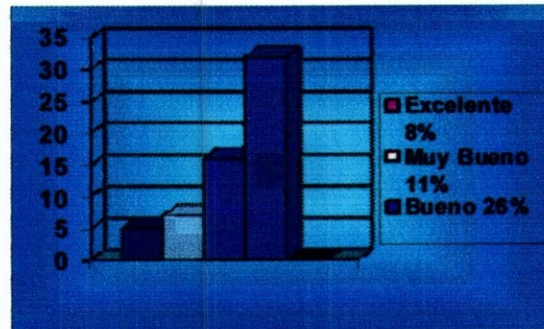
12. ¿EL SERVICIO DEL VALET PARKING ES?

- Para un 8% es regular el valet parking, el 15% bueno y el 13% muy bueno y el 63% excelente se recomienda mejorar en este servicio ya que un buen porcentaje está insatisfecho.



13. ¿EL PRECIO DE NUESTROS PRODUCTOS LE PARECE?

- A los clientes de la pesquera el 63% le parece regular el precio el otro 28% creen que es bueno, a el 11% muy bueno pero al 8% les parece excelente por su calidad.



4.4. IDENTIFICACION DE PUNTOS CRITICOS

1. DEMORA EN LA ENTREGA DE LANGOSTAS A LA MESA

- ❖ En el momento de realizar la encuesta con los 5 empleados nos informaron que se presentaban quejas ya que había mucha demora de llevar la langosta a la mesa.
- Algunas veces los clientes se quejan por la demora en servir la langosta a la mesa.
- Esto puede presentarse debido a la congestión de los pedidos y la falta de agilidad de los empleados.

SOLUCIÓN

- Los empleados deberían prestar más atención, ser ágiles y organizados en el momento de realizar y preparar todas las comidas.

2. INFRAESTRUCTURA DEL CENTRO

- Algunas veces los clientes se quejan por la incomodidad del sitio ya que se llena con muy pocas personas.
- También se presenta sugerencias como el colocar mesas y sillas para que los clientes se sientan mas cómodos en el momento de comer las hamburguesas.

SOLUCION

- La Pesquera Jaramillo debería expandir el punto de congelados para llamar más la atención del cliente, ya que cuando pasan ven lleno el sitio y prefieren ir a otro lugar.

5. INVESTIGACIÓN CLIENTE INTERNO

Señor: Hedelio Gariza, buenas tardes.

Cargo: mesero

- ¿Cuanto lleva trabajando en la pesquera Jaramillo?

RTA: llevo trabajando con la pesquera Jaramillo aproximadamente 7 años.

- ¿Como se siente en el ambiente laboral?

RTA: La empresa cuenta con una excelente logística tanto personal como indigente, talento humano yo creo q es la mejor empresa del país.

- ¿Cuáles son las quejas más frecuentes de los clientes?

RTA: tenemos instalaciones muy bien dotadas yo creo q as quejas Más frecuentes son porque no tenemos otros puntos a nivel Internacional. Por lo demás yo creo que la gente se siente muy bien Atendida acá tanto en servicio como en la calidad del producto.

Señor: Javier flores, buenas tardes.

Cargo: mesero

- ¿Cuanto lleva trabajando en la pesquera Jaramillo?

RTA: en la pesquera Jaramillo llevo trabajando 3 años.

- ¿Como se siente en el ambiente laboral?

RTA: El ambiente laboral es bueno, siempre y cuando no haya errores, pero por lo general es bueno.

- ¿Cuáles son las quejas más frecuentes de los clientes?

RTA: las quejas más frecuentes respecto al servicio y la comida no hay, de pronto por las instalaciones

Señor: Anderson
Cargo: Administrador

- ¿Cuánto lleva trabajando en la pesquera Jaramillo?

RTA: llevo trabajando en la pesquera Jaramillo 9 años.

- ¿Como es el ambiente laboral?

RTA: el ambiente laboral es bueno, mucha comprensión entre los compañeros, mucha coordinación.

- ¿Cuáles son las quejas más frecuentes de los clientes?

RTA: Por lo general casi no tenemos quejas, pues no falta la quejita pequeña porque un producto le salió algo salado, pero por lo general no, que no tenemos casi sucursales en la ciudad. Tenemos solamente dos sucursales.

Señora: Diana
Cargo: cajera

- ¿Cuánto lleva trabajando en la pesquera Jaramillo?

RTA: llevo trabajando en la pesquera 4 años.

- ¿Cuál es la queja más frecuente de los clientes?

RTA: la queja más frecuente que presenta el cliente es que le gustaría que nosotros estuviéramos en otros países internacionalmente ya que gustan de nuestros productos y porque acá también vienen muchos extranjeros, le gustaría probar también las especialidades y las preparaciones.

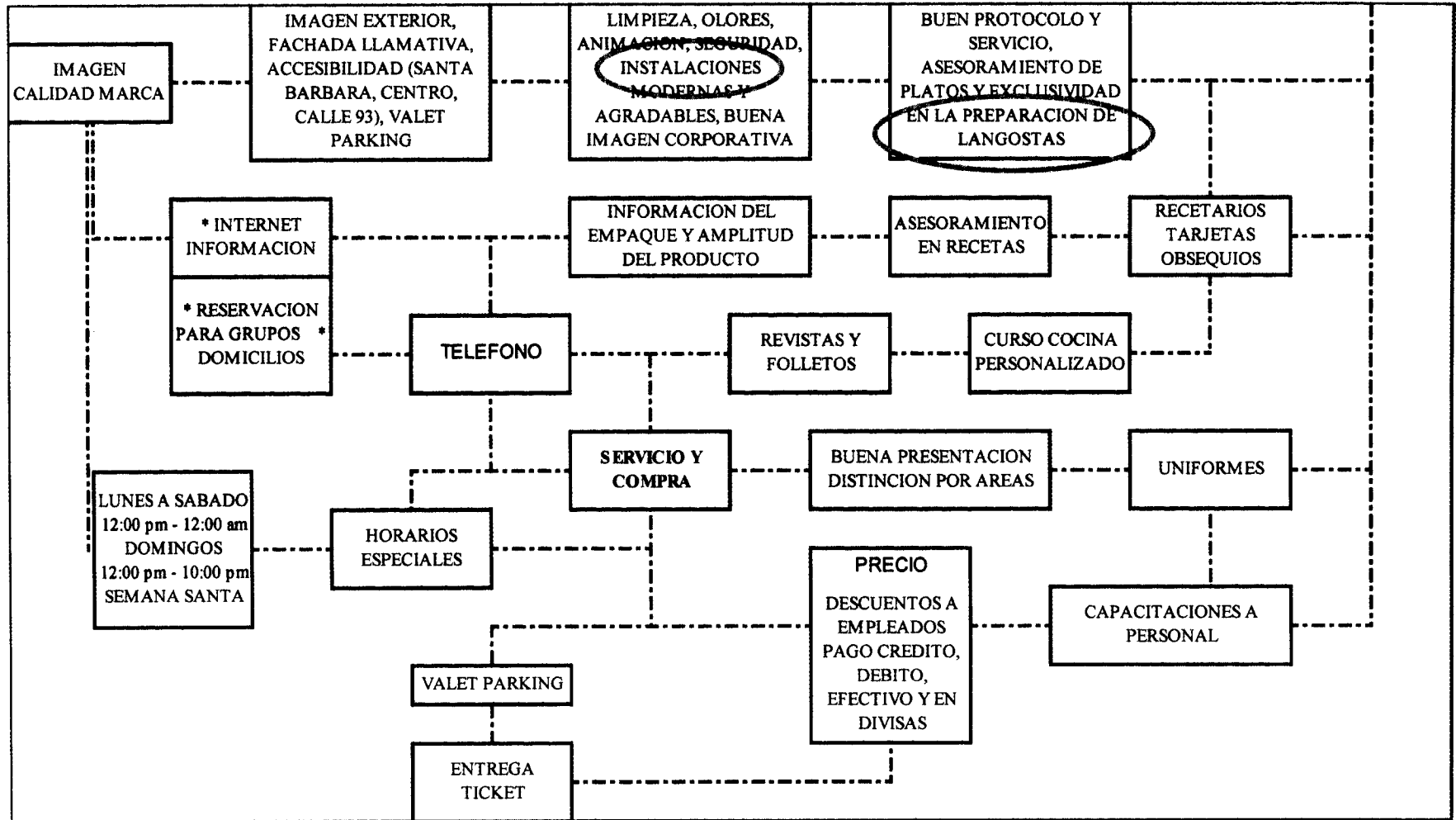
6. PLAN ESTRATÉGICO DEL SERVICIO

PLAN	PROGRAMA	PROYECTO
INFRAESTRUCTURA	<ul style="list-style-type: none"> * Abrir en otras ciudades de Colombia otros restaurantes PESQUERA JARAMILLO y en el exterior. 	<ul style="list-style-type: none"> * Por ser el líder y el más reconocido en el mercado de mariscos y pescados, es necesario cumplir las necesidades del cliente.
COMERCIALIZACIÓN Y MERCADEO	<ul style="list-style-type: none"> * Campañas promocionales mostrando la gama de productos que ofrece la pesquera. * Hacer planes promocionales en diferentes épocas del año. 	<ul style="list-style-type: none"> * Incentivar y promocionar el restaurante por diferentes medios como en la televisión.

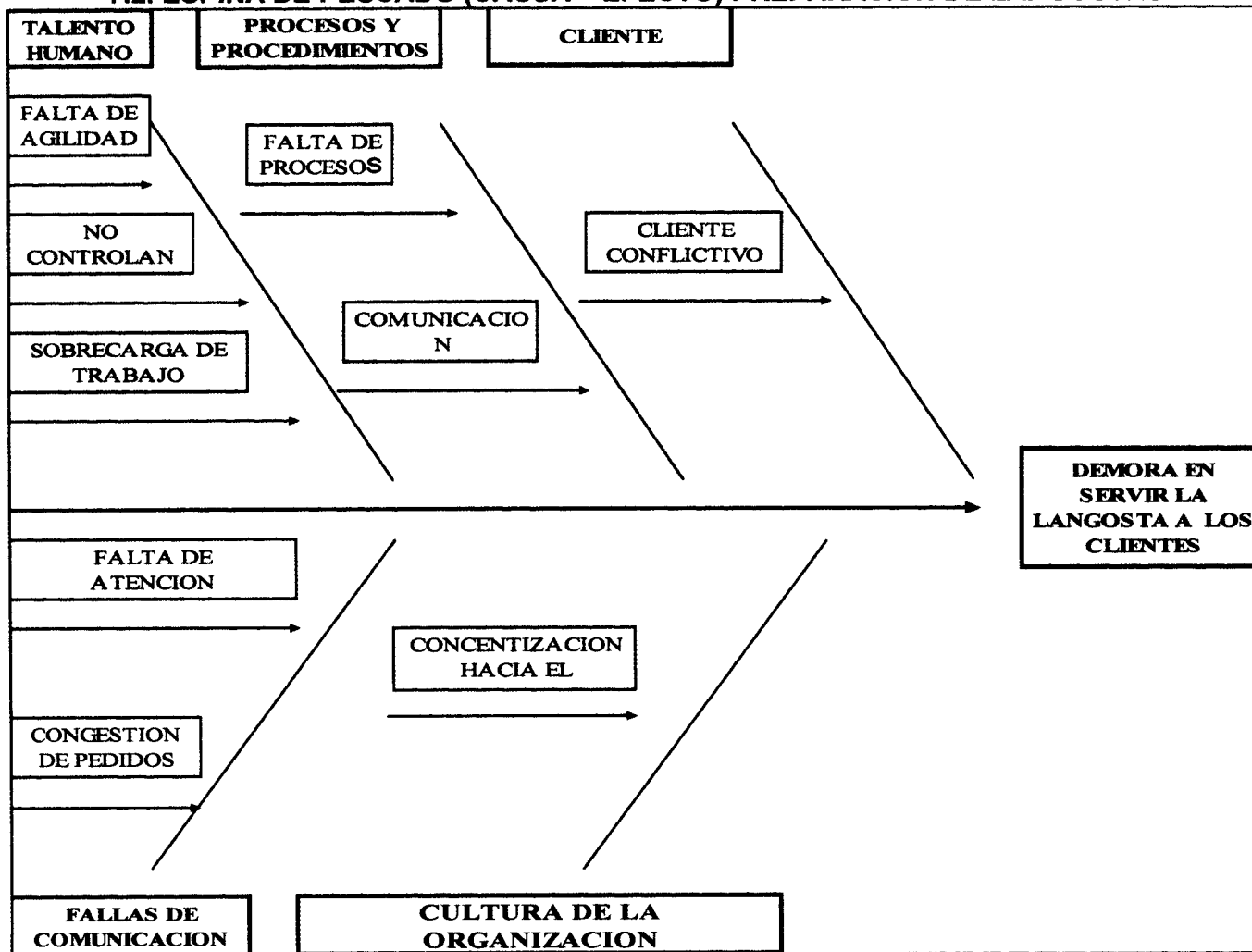
7. PLAN ESTRETAGICO DE MEJORAMIENTO OPERATIVO

ACTIVIDAD CLAVE	RESPONSABLE	INICIO	TERMINO	VALOR
Ampliar la pesquera del centro para mayor comodidad.	infraestructura	01/01/2009	01/01/2010	12.000.000
Patrocinar el desarrollo turístico	Comercialización y mercadeo	01/01/2009	01/01/2009	5.000.000
Abrir otros restaurantes en Colombia y en el exterior.	Infraestructura tecnología	10/02/2009	20/05/2011	200.000.000

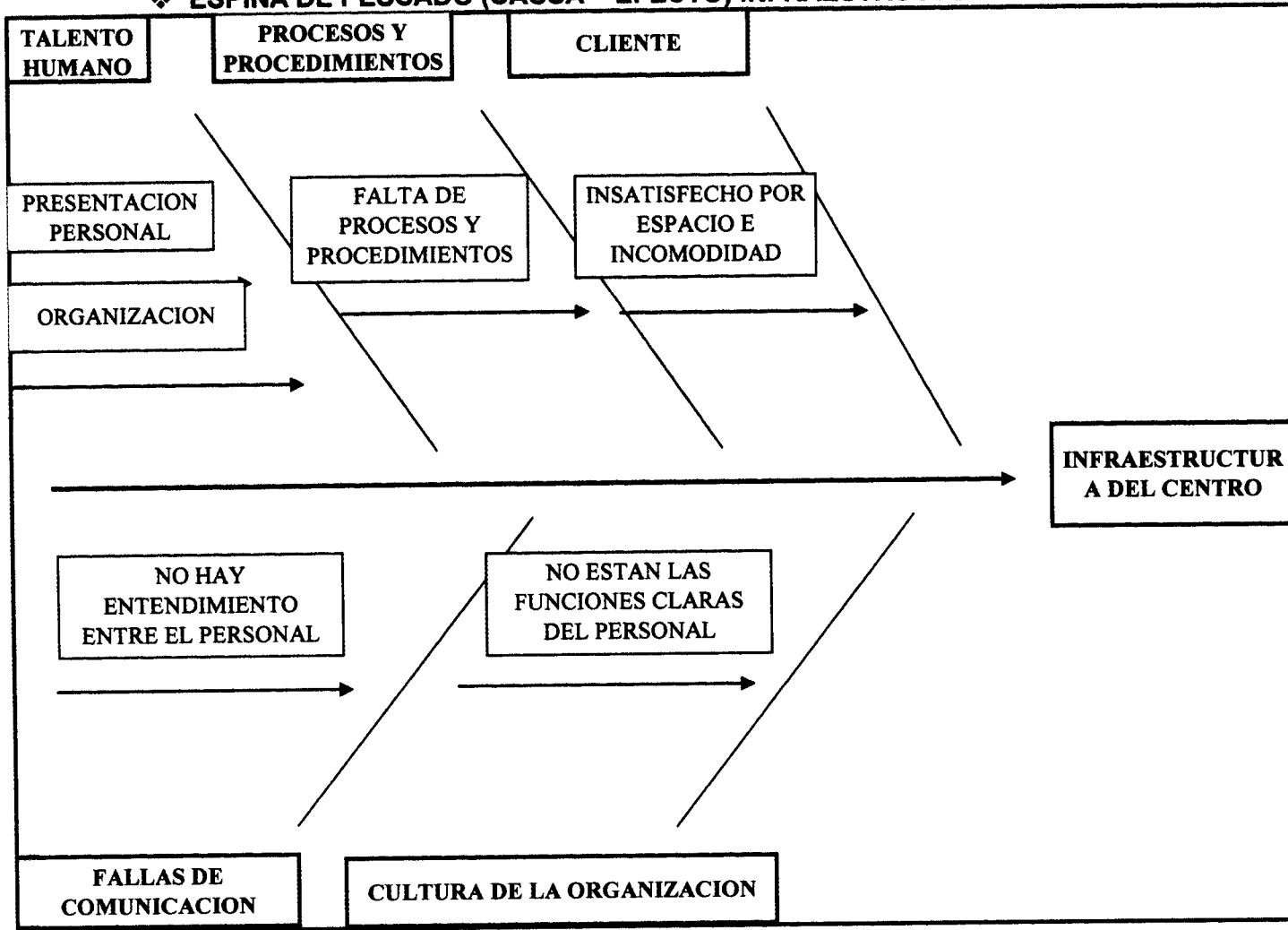
7.1 ANALISIS GRAFO DE SERVICIO



7.2. ESPINA DE PESCADO (CAUSA - EFECTO) PREPARACION DE LANGOSTAS



❖ **ESPIÑA DE PESCADO (CAUSA - EFECTO) INFRAESTRUCTURA DEL CENTRO**



7.3. ANALISIS CUADRO DOFA "CALLE 93"

OPORTUNIDADES	AMENAZAS	DEBILIDADES
El sector es excelente, ya que es un sitio muy concurrido por estratos 5 y 6, que es el tipo de cliente que tiene la pesquera Jaramillo.	En el parque de la 93 hay otros sitios donde venden pescados y mariscos más económicos.	EL Precio de sus productos es muy costoso
Tiene muy buena		
Es fácil llegar en cualquier tipo de transporte.		
El sector es seguro.		
FORTALEZAS		
Los productos son de alta calidad.	Excelente servicio.	Personal altamente competitivo.
Tienen buena comercialización.	Distribuyen sus productos a almacenes de cadena como el éxito, carulla, Carrefour.	Excelente presentación tanto de los platos como del personal.
Talento humano preparado.	Buena organización (cada persona tiene su tarea asignada y son ágiles en la elaboración de ellos)	Tiene 3 ambientes (fumadores, no fumadores y la cava).
Son líderes en el mercado de mariscos y pescados.	Los consumidores prefieren la pesquera Jaramillo.	

• ANALISIS CUADRO DOFA "CENTRO"

OPORTUNIDADES	AMENAZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • El sector es excelente porque es un sitio muy concurrido por el estrato 3, que es el tipo de cliente que ellos utilizan. 	<ul style="list-style-type: none"> • En el centro hay otros sitios donde venden comida de mar a menor precio, pero no venden los mismos productos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Es un sitio muy pequeño, no hay espacio para colocar sillas ni mesas.
<ul style="list-style-type: none"> • Es fácil llegar en cualquier tipo de transporte. 	<ul style="list-style-type: none"> • No es un sitio tan seguro. 	
FORTALEZAS		
<ul style="list-style-type: none"> • Sus productos son de alta calidad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Excelente servicio. 	<ul style="list-style-type: none"> • Excelente presentación de sus empaques.
<ul style="list-style-type: none"> • Tiene buena comercialización. 	<ul style="list-style-type: none"> • Venden directamente los productos empacados, económicos que en el restaurante la Calle 93. 	<ul style="list-style-type: none"> • Personal altamente competitivo.
<ul style="list-style-type: none"> • Buena organización del personal. 	<ul style="list-style-type: none"> • Son líderes en el mercado en la venta de hamburguesas de pescado y en los empaques que manejan. 	

❖ CUADRO ESTRATEGIAS DOFA "CENTRO"

<p>ANALISIS EXTERNO</p>	<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • El sector es excelente porque es un sitio muy concurrido por el estrato 3, que es el tipo de cliente que ellos utilizan. 	<p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> • En el centro hay otros sitios donde venden comida de mar a menor precio, pero no venden los mismos productos.
<p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Es un sitio muy pequeño, no hay espacio para colocar sillas ni mesas. 	<p>DO</p> <p>La Pesquera en este sitio podrían expandir sus instalaciones un poco ya que atraerían mas cliente objetivos.</p>	<p>DA</p> <p>Teniendo en cuenta que La Pesquera lleva en el mercado mas de 70 años los clientes son fieles en comprar los diversos productos que</p>
<p>Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sus productos son de alta calidad. • Excelente servicio. • Tiene buena comercialización. • Venden directamente los productos empacados, económicos que en el restaurante la Calle 93. • Personal altamente competitivo. • Excelente presentación de sus empaques. 	<p>FO</p> <p>Una oportunidad notable para La Pesquera en este punto seria ampliar su sitio de venta para mayor comodidad del cliente en el momento de adquirir los productos.</p>	<p>FA</p> <p>De acuerdo a que La Pesquera se ha catalogado en el centro por ser uno de los lideres en el mercado en la venta de hamburguesas de pescado, los clientes prefieren la calidad de sus productos.</p>

7.4. CUADRO ESTRATEGIAS DOFA "CALLE 93"

<p style="text-align: center;">ANALISIS EXTERNO</p>	<p style="text-align: center;">Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • El sector es excelente, ya que es un sitio muy concurrido por estratos 5 y 6, que es el tipo de cliente que tiene la pesquera Jaramillo. • Tiene muy buena infraestructura. • Es fácil llegar en cualquier tipo de 	<p style="text-align: center;">Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> • En el parque de la 93 hay otros sitios donde venden pescados y mariscos más económicos.
<p style="text-align: center;">Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • EL Precio de sus productos es muy costoso. 	<p style="text-align: center;">DO</p> <p>Por sus características la pesquera puede exigir precios altos por sus productos</p>	<p style="text-align: center;">DA</p> <p>A pesar de la competencia los clientes reconocen ampliamente el buen nombre del</p>
<p style="text-align: center;">Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Los productos son de alta calidad. • Excelente servicio. • Personal altamente competitivo. • Tienen buena comercialización. • Distribuyen sus productos a almacenes de cadena como el éxito, carulla, Carrefour. • Excelente presentación tanto de los platos como del personal. • Talento humano preparado. • Buena organización (cada persona tiene su tarea asignada y son ágiles en la elaboración de ella). • Tiene 3 ambientes (fumadores, no 	<p style="text-align: center;">FO</p> <p>Gracias a la trayectoria se a consolidado con un alto nivel tecnológico y humano suficiente para complacer las exigencias de nuestros clientes.</p>	<p style="text-align: center;">FA</p> <p>Como lideres la pesquera en la venta y preparación de comida de mar, somos un buen punto de referencia para otros restaurantes en proceso de evolución cada día.</p>

8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

❖ CONCLUSIONES

- Después de haber realizado esta investigación podemos concluir que la principal causa de mejoramiento de toda empresa, se basa en la gerencia del servicio al cliente, ya que es gracias al cliente o usuario del servicio que tenemos la oportunidad de crecer como organización y brindar un servicio que basado en unos estándares de calidad apropiados cumpla y supere las expectativas del cliente.
- En este proyecto alcanzamos a percibir algunas de las falencias de La Pesquera Jaramillo, teniendo en cuenta el gran esfuerzo que hacen todos sus empleados y la empresa por mejorar cada día.
- Pesquera Jaramillo, una empresa fundada hace más de 70 años en Bogotá y más conocida por sus restaurantes, también entró a competir por el mercado local de mariscos y pescados.
- El buen desempeño de la Pesquera Jaramillo no ha sido fruto sólo de un nuevo sistema de comercialización. En este proceso han intervenido otros factores como la amplia gama de productos y las diferentes presentaciones siempre pensando en la comodidad del consumidor final, donde se ha puesto todo su empeño.
- La Pesquera Jaramillo es un restaurante y comercializadora de pescados y mariscos, lleva en el mercado más de 70 años en Bogotá, siendo líder por calidad y servicio lo que la ha llevado a posicionarse no solo como restaurante sino también por sus productos, lo que la hacen un competidor fuerte en el mercado local.
- El excelente desempeño de la Pesquera Jaramillo no ha sido fruto sólo de un nuevo sistema de comercialización. En este proceso han intervenido otros factores como la amplia gama de productos y las diferentes presentaciones siempre pensando en la comodidad del consumidor final, donde se ha puesto todo su empeño.
- Sus productos son nacionales e importados, seleccionados y empacados con la más avanzada tecnología, para brindarle al cliente el mejor surtido en frutos del mar de la más alta calidad.
- Sus productos son traídos de diferentes sitios del mundo y de los más diversos mares, como: Chile, China, Alaska, Nueva Zelanda, Noruega, España, Portugal, Canadá, Islas de Chiloé, entre muchos otros.

- El enfoque de Pesquera Jaramillo ha sido distinto. Pesquera ha invertido en modernos desarrollos tecnológicos para entrar en el mercado de las familias que quieren productos listos para consumir. La empresa tiene diferentes canales de distribución, con presencia en grandes cadenas de supermercados (Éxito, Carrefour y Carulla), pero también con almacenes propios.
- La apertura económica de La Pesquera Jaramillo significó un cambio en el desarrollo para el sector en general, empresa que hace esfuerzos para que la industria pesquera se desarrolle más en tecnología y control de calidad.
- Además de comercializar sus productos en algunos supermercados como Pomona, esta empresa es conocida por sus restaurantes. Los restaurantes ofrecen una combinación novedosa, ya que al mismo tiempo que los clientes pueden sentarse a degustar los mejores manjares del mar, también pueden comprar productos con valor agregado: listos para calentar como cazuelas y hamburguesas de pescado dentro de las pescaderías que se encuentran en los mismos restaurantes.
- Pero el valor agregado que esta empresa da a sus productos, no sólo está en empaque, variedad y presentaciones. La Pesquera Jaramillo está trabajando además en la mejor forma de educar a la gente. Los empleados que atienden en los almacenes de la Pesquera Jaramillo están en capacidad de resolver cualquier duda con respecto al producto. Adicionalmente entregan recetas de fácil preparación que ayudan a que los consumidores pierdan el miedo a cocinar este tipo de productos.
- La Pesquera Jaramillo ha innovado es en enseñarles a los consumidores a comprar los productos. En el pasado, algunos pescados y mariscos se comercializaban con nombres equivocados, lo cual generaba confusión y afectaba el desarrollo del mercado.
- Una empresa de gran tradición, promotora del consumo de productos pesqueros y altos índices de competitividad es la Pesquera Jaramillo. Su gestión está sustentada en el mejoramiento tecnológico para la elaboración y procesamiento de sus productos, para brindar más alternativas a sus clientes. Adicionalmente, registra un alto grado de integración entre su cadena de abastecimiento y su cadena de comercialización. Así mismo el montaje de sistemas de calidad garantiza que los productos tengan mayor control y lleguen en perfecto estado al consumidor.
- Una estrategia de Pesquera Jaramillo, es vender sus productos en sus propios restaurantes; así mismo, esta organización emplea otros canales, como es el caso de Pomona, canal que comparte el mismo grupo objetivo, el cual son principalmente los estratos altos.

- Muestra de su tecnología e innovación, tienen unos acuarios instalados en los dos restaurantes del norte de Bogotá, en donde el cliente podrá admirar las Langostas vivas en todo su esplendor.

❖ RECOMENDACIONES

- La pesquera Jaramillo debe abrirse a nuevos mercados internacionales ya que tiene un reconocimiento de marca y muchos extranjeros vienen a degustar de sus productos y quedan satisfechos lo cual es una oportunidad para abarcar mercados como Estados Unidos donde se encuentran gran potencial de clientes o nichos
- La pesquera ubicada en el centro debe ser más amplia para que los clientes puedan sentarse y no comer parados. Aunque las hamburguesas sean de bajo costo deberían ofrecerle un mejor ambiente y servicio.
- La pesquera Jaramillo es un sitio agradable y cómodo para ir a pasar un día con la familia y amigos, en el que hay música en vivo para que sus clientes se sientan a gusto con todo el servicio.
- La pesquera lleva muchos años importando sus productos de otros países como Canadá Chile entre otros recordando que Colombia es un país cuyas costas están bañadas por el mar Caribe y el océano Pacífico, nos hace rico en productos del mar, la pesquera debe incentivar más la producción nacional y de esta forma estarían dando un producto netamente colombiano y así creando más empleos tanto directos como indirectos.
- Evidenciar estrategias para lograr que los productos de La Pesquera Jaramillo sean más asequibles al público.
- Tener en cuenta el espacio que se maneja en el punto ubicado en el centro no es el más adecuado debe ser más amplio para brindarles a los clientes comodidad.

9. BIBLIOGRAFIA

- ❖ WWW.PESQUERAJARAMILLO.COM
- ❖ WWW.LAFRAGATA.COM
- ❖ **Pesquera Jaramillo calle 93 y centro.**
- ❖ **Gerente General "HENRY GARCIA"**
- ❖ **Administrador PESQUERA JARAMILLO**
"CALLE 93"
"CENTRO"
"BODEGAS"
- ❖ **Secretaria de Gerencia General**