

8. ACTIVIDADES CLAVE

Cada modelo de negocio implica la realización de ciertos números de actividades clave para que la empresa u organización opere con éxito.

Las actividades clave se dividen en:

Cocina: están relacionadas con el diseño, la realización y la entrega de un producto en una determinada cantidad y con un diseño standard de calidad.

Solución de problemas: estas actividades se centran en solucionar problemas individuales de los clientes. Suelen ser desarrolladas por las empresas de servicios, hospitales,... gestionan el conocimiento y necesitan actualización.

Actividades de plataforma o Red

Nuestra actividad clave del Cuchareo es principalmente de producción ya que se basa en los productos que ofrecemos a nuestros clientes, los platos que cocinamos. Siendo las recetas el activo más importante del que disponemos que constituyen una actividad no externalizable la cual que se debe realizar siempre dentro de la propia empresa.

Además, nuestra empresa dispone de otras varias actividades clave como pueden ser:

Atención al cliente: La atención al cliente influye directamente en el éxito del



restaurante. Un buen servicio puede hacer que los clientes se sientan bienvenidos, valorados y satisfechos, lo que supone un incremento de la probabilidad de que regresen además de que genera comentarios positivos y atrae a nuevos clientes.

Esto se intensifica más en la restauración, ya que quizás la atención al cliente puede marcar la diferencia. Un servicio excepcional es un factor distintivo que hace que un restaurante destaque entre la competencia.

Además el buen trato al cliente tiene efectos secundarios positivos que son la creación de un ambiente positivo y acogedor en el restaurante. Esto contribuye a la satisfacción general del cliente.

Selección del lugar: La ubicación del restaurante es un factor crítico que determina su éxito o fracaso.

La elección de un lugar visible y de fácil acceso atraerá a más clientes porque se tiende a elegir lugares accesibles a pie, en automóvil o en transporte público.

Otro punto a considerar es la presencia de competidores y negocios complementarios en la zona. La proximidad a otros restaurantes, tiendas o lugares de entretenimiento puede afectar la afluencia de clientes.

Algunas ubicaciones pueden experimentar variaciones estacionales significativas. Por ejemplo, una zona turística puede ser muy concurrida en ciertas épocas del año y más tranquila en otras.

La ubicación del local debe de ser una zona comercial o de gran tránsito con preferencia de zona cercana a lugares públicos y de gran interés turístico.

Además el local deberá cumplir con las licencias necesarias y reunir todas las condiciones de higiene, genéricas, acústicas, de seguridad... Entre todas estas, destacan las siguientes: acondicionamiento eléctrico , elementos que garanticen la seguridad

como las salidas de emergencias, extintores, ... también la iluminación y ventilación deben de ser las adecuadas. áreas de lavados...



En resumen, elegir la ubicación adecuada para un restaurante implica considerar una variedad de factores que afectan directamente a la clientela, la competencia y la rentabilidad. Una ubicación estratégica puede contribuir de manera significativa.

Cocina: La importancia de la cocina en un restaurante es fundamental, ya que la calidad de los platos, su presentación y sabor son aspectos clave para el éxito del establecimiento. La calidad de los ingredientes y la forma en que se preparan afecta directamente la satisfacción del cliente.

Publicidad: La publicidad que se le haga a un restaurante influye muchísimo



en el nivel de éxito que éste llegue a tener ya que es una forma de atraer a nuevos clientes. La publicidad del Cuchareo se basa en las RRSS ya que hoy en día tienen un peso muy grande en nuestras vidas.

