

🌀 Instructivo para la mejora del servicio en las 🌀



# MYPES

## Gastronómicas





Instructivo para la mejora del servicio en las MYPE gastronómicas

**Elaboración de contenidos, coordinación y asistencia técnica:**

- Programa Nacional Tu Empresa del Ministerio de la Producción
- Dirección General de Desarrollo Empresarial del Ministerio de la Producción
- Dirección de la Autoridad Nacional de Protección del Consumidor del Indecopi
- Asociación PYME Perú

**Editado por:**

- Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual - Indecopi
- Programa Nacional Tu Empresa del Ministerio de la Producción

**Diseño, ilustración y diagramación:**

Oficina de Promoción y Difusión del Indecopi

Primera edición impresa y digital: marzo de 2022

Copyright © Instructivo para la mejora del servicio en las MYPES Gastronómicas

Ministerio de la Producción - Produce  
Calle Uno Oeste 060, San Isidro, Lima, Perú.  
Teléfono: (51 - 1) (01) 616 22 22  
Correo electrónico: consultas@produce.gob.pe

Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual - Indecopi  
Calle De la Prosa 104, San Borja, Lima, Perú.  
Teléfono: (51 - 1) 224 78 00  
Correo electrónico: autoridaddeconsumo@indecopi.gob.pe

Impreso por: IMPRESOS S.R.L.

Jr. Quito Nro. 370 (actual Omar Yali, Alt. Sanidad), Huancayo, Huancayo, Junín.

Tiraje: 500 ejemplares

HECHO EL DEPÓSITO LEGAL EN LA BIBLIOTECA NACIONAL DEL PERÚ  
N° 2022-02872

# Agradecimientos

El "Instructivo para la mejora del servicio en las MYPES gastronómicas" es, sin duda, una notable iniciativa de la señora Ana María Choquehuanca, presidenta de la Asociación PYME Perú. Esta idea fue motivada por la necesidad urgente de reactivar la economía del sector gastronómico a nivel nacional, bajo altos estándares de calidad, en beneficio de las y los consumidores. Por ello, la primera institución pública en acoger esta iniciativa fue el Indecopi, en su calidad de Autoridad Nacional de Protección del Consumidor, quien asumió el proyecto como propio, desde un inicio.

El Ministerio de la Producción complementó, posteriormente, esta alianza estratégica. Se fortaleció, de esta manera, el binomio público-privado, en el objetivo común y concreto de beneficiar, tanto a las y los consumidores necesitados de servicios seguros, como a los propios empresarios de la micro y pequeña empresa. El Programa Nacional Tu Empresa del Ministerio de la Producción lanzó este piloto, que empezará en la región de Arequipa y buscará, en una primera etapa, intervenir a 20 MYPES de este rubro tan importante para nuestro país.

En segundo lugar, es preciso brindar un agradecimiento especial al señor Santino Batti, presidente de la Cámara de Industria Comercio y Artesanía de la Pequeña y Microempresa de Arequipa y Región Sur - CAMARA PYME, quien realizó sus valiosos aportes al "Instructivo

para la mejora del servicio en las MYPE gastronómicas". Asimismo, llevó la voz articulada de los gremios gastronómicos, así como la de los empresarios del sector. Dejó en claro el compromiso de apoyar a las MYPES que recién inician y a las que no han podido superar los obstáculos propios de la pandemia por la COVID-19.

En medio de este complejo camino que recorreremos junto a las MYPES del país, queremos resaltar también las apreciaciones a este material del señor Sebastián del Carpio, presidente de la Asociación Gastronómica de Arequipa AGAR. Asimismo, valoramos los comentarios del señor Carlos Armado de la Flor, gerente general de María Almenara; y de la señora Dora Elena Pineda, presidenta de la Asociación de Hoteles Restaurantes y Afines de la Región Lima.

El Programa Nacional Tu Empresa del Ministerio de la Producción continúa trabajando con las MYPES de nuestro país para que logren alcanzar sus metas y ratifica su compromiso para certificar a las micro y pequeñas empresas con un signo distintivo denominado "Yo Soy MYPE", que ya se encuentra registrado ante el Indecopi. Este sello garantiza que quien lo ostente cumpla con todo lo dispuesto en el instructivo y que, en consecuencia, ha mejorado la calidad del servicio prestado, gracias a los componentes del programa (Formalización, Gestión Empresarial, Digitalización, Desarrollo Productivo y acceso al financiamiento).

# Índice

## TÍTULO I

PRÓLOGO ..... Pág. 07

## TÍTULO II

BASE LEGAL ..... Pág. 09

## TÍTULO III

DISPOSICIONES GENERALES ..... Pág. 13

### Artículo 1:

Objetivo ..... Pág. 13

### Artículo 2:

Glosario ..... Pág. 14

## TÍTULO IV

ÁMBITO DE APLICACIÓN ..... Pág. 15

## TÍTULO V

GESTIÓN DEL RESTAURANTE ..... Pág. 17

### Artículo 3:

Los cuatro pilares de las ventas ..... Pág. 18

### Artículo 4:

Estrategia de ventas ..... Pág. 23

### Artículo 5:

Gestión de publicidad en el restaurante ..... Pág. 25

### Artículo 6:

Visual merchandising para restaurantes ..... Pág. 28

## TÍTULO VI

ADMINISTRACIÓN DEL RESTAURANTE ..... Pág. 31

### Artículo 7:

Criterios y conceptos de control ..... Pág. 34

### Artículo 8:

Beneficios del control del negocio ..... Pág. 38

## TÍTULO VII

COSTOS Y FINANZA ..... Pág. 39

### Artículo 9:

Estructura de costos de los alimentos ..... Pág. 40

### Artículo 10:

Registro de compras ..... Pág. 41

### Artículo 11:

Registro de ventas ..... Pág. 42

### Artículo 12:

Registro de cuentas por pagar ..... Pág. 43

### Artículo 13:

Registro de inventarios ..... Pág. 44

## TÍTULO VIII

BUENAS PRÁCTICAS DE MANIPULACIÓN.... Pág. 45

### Artículo 14:

Construcción de las instalaciones ..... Pág. 46

### Artículo 15:

Infraestructura requerida ..... Pág. 47

### Artículo 16:

Instalaciones sanitarias ..... Pág. 48

### Artículo 17:

Selección de proveedores ..... Pág. 49

### Artículo 18:

Manejo de los alimentos ..... Pág. 50

### Artículo 19:

Preparación de los alimentos ..... Pág. 52

### Artículo 20:

Recursos humanos principales ..... Pág. 54

### Artículo 21:

Equipos y utensilios ..... Pág. 54

### Artículo 22:

Control de plagas ..... Pág. 55

### Artículo 23:

Buenas prácticas sanitarias ..... Pág. 55

## TÍTULO IX

### PROTOCOLOS SANITARIOS

DE OPERACIÓN COVID - 19 ..... Pág. 57

#### Artículo 24:

Aspectos generales ..... Pág. 58

#### Artículo 25:

Medidas preventivas sanitarias  
y operativas ..... Pág. 60

#### Artículo 26:

Vigilancia sanitaria ..... Pág. 67

## TÍTULO X

SERVICIO A DOMICILIO ..... Pág. 69

#### Artículo 27

Finalidad ..... Pág. 70

#### Artículo 28

Objetivo ..... Pág. 70

#### Artículo 29

Ámbito de aplicación ..... Pág. 70

#### Artículo 30

Disposiciones básicas ..... Pág. 71

#### Artículo 31

Disposiciones sanitarias ..... Pág. 73

#### Artículo 32

Disposiciones de control operativo ..... Pág. 75

## TÍTULO XI

DIGITALIZACIÓN ..... Pág. 81

#### Artículo 33:

Carta digital ..... Pág. 82

#### Artículo 34:

Redes sociales ..... Pág. 84

#### Artículo 35:

Página web ..... Pág. 85

#### Artículo 36:

Reservas vía online ..... Pág. 86

#### Artículo 37:

Medios de pago digitales ..... Pág. 87

#### Artículo 38:

Relación con influencers ..... Pág. 88

#### Artículo 39:

Facturación electrónica ..... Pág. 89

## TÍTULO XII

### ATENCIÓN DEL CLIENTE Y

BUENAS PRACTICAS EN EL CONSUMO ..... Pág. 91

#### Artículo 40:

Información ..... Pág. 91

#### Artículo 41:

Servicios adicionales ..... Pág. 94

#### Artículo 42:

Calidad y seguridad de los productos ..... Pág. 95

#### Artículo 43:

Alertas de productos y  
servicios peligrosos ..... Pág. 96

#### Artículo 44:

Trato inclusivo e igualitario ..... Pág. 98

#### Artículo 45:

Comercio electrónico ..... Pág. 98

## TÍTULO XIII

### AUTORIZACIONES PARA EL

FUNCIONAMIENTO DE RESTAURANTES ..... Pág. 101

## TÍTULO XIV

### GESTIÓN DE QUEJAS Y RECLAMOS /

LIBRO DE RECLAMACIONES ..... Pág. 107

#### Artículo 46:

Mecanismos de solución  
de conflictos ..... Pág. 108

## TÍTULO XV

### GESTIÓN Y POSICIONAMIENTO

DE MARCA ..... Pág. 113

## TÍTULO XVI

### MARCA DE CERTIFICACIÓN

"YO SOY MYPE" ..... Pág. 117

## TÍTULO XVII

ANEXOS ..... Pág. 121

## TÍTULO XVIII

BIBLIOGRAFÍA ..... Pág. 127





# TÍTULO I

## Prólogo

Debido a la pandemia por la COVID-19, durante el año 2020, se aplicaron medidas estrictas que restringieron las actividades del sector gastronómico y comercios afines, disminuyéndose las ventas en 9,210 millones de soles en relación con el año 2019, lo cual representó el 49% de los ingresos obtenidos este año. Ello conllevó a la paralización de actividades de cerca de 70 mil restaurantes a nivel nacional, de los 200 mil existentes, aproximadamente, hasta el año 2019.

Al año 2021, se tienen registrados aproximadamente 102 mil restaurantes formales a nivel nacional, habiéndose generado la necesidad de desarrollar estrategias para optimizar el acercamiento a los clientes, recuperar la confianza, posicionar la marca y los productos a través de una atención de calidad y personalización de los servicios, cuidando el estricto cumplimiento de la normatividad vigente para garantizar la vida y la salud de la población, debiendo planificar y adoptar cambios en la estrategia a través de la cual, brindan estos servicios, buscando generar

confianza y estrechar lazos con el consumidor.

**Por los motivos antes expuestos, el Ministerio de la Producción y el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual – INDECOPI, vieron la necesidad de desarrollar el presente Instructivo, a fin de brindar herramientas que coadyuven a la reactivación económica del sector gastronómico y fortalezca su competitividad en el entorno cambiante en el cual se desarrollan.**





# TÍTULO II

## *Base Legal*

El “Instructivo para la mejora del servicio en las MYPES Gastronómicas” toma como referencia normas legales que rigen las actividades relacionadas con estos espacios, tales como:

	.....	<b>Ley N° 27972</b> , Ley Orgánica de Municipalidades.
	.....	<b>Ley N° 29571</b> , Código de Protección y Defensa del Consumidor.
	.....	<b>Decreto Legislativo N° 1062</b> , Ley de Inocuidad de los Alimentos.
	.....	<b>Decreto Legislativo N° 1256</b> , Ley de Prevención y Eliminación de Barreras Burocráticas.
	.....	<b>Decreto Legislativo N° 1044</b> , que aprueba la Ley de Represión de la Competencia Desleal y sus modificatorias.
	.....	<b>Decisión 486</b> Régimen Común sobre Propiedad Industrial.
	.....	<b>Decreto Legislativo N° 1075</b> , Decreto Legislativo que Aprueban Disposiciones complementarias a la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina que Establece el Régimen Común Sobre Propiedad Industrial.

**Decreto Supremo N° 007-98-SA,**  
Aprueban el Reglamento sobre  
Vigilancia y Control Sanitario de  
Alimentos y Bebidas.

.....



**Decreto Supremo N° 034-2008-AG,**  
que aprueba el Reglamento de la Ley  
de Inocuidad de los Alimentos.

.....



**Decreto Supremo N° 004-2011-AG,** que aprueba el Reglamento de  
Inocuidad Agroalimentaria.

.....



**Decreto Supremo N° 011-2011-PCM,** Decreto Supremo que  
aprueba el Reglamento del Libro  
de Reclamaciones del Código de  
Protección y Defensa del Consumidor.  
Modificado por los Decretos Supremos  
N° 037-2011-PCM, N° 006-2014-PCM,  
N° 026-2015-SA y N° 058-2017-PCM.

.....



**Decreto Supremo N° 004-2014-SA,** Modifican e incorporan algunos  
artículos del Reglamento sobre  
Vigilancia y Control Sanitario de  
Alimentos y Bebidas, Aprobado por  
Decreto Supremo N° 007-98-SA.

.....



**Decreto Supremo N° 038-2014-SA,** Modifican Reglamento sobre  
Vigilancia y Control Sanitario de  
Alimentos y Bebidas, aprobado por  
Decreto Supremo N° 007-98-SA y sus  
modificaciones.

.....



**Decreto Supremo N° 006-2016-MINAGRI,** que modifica y  
complementa normas del Reglamento  
de Inocuidad Agroalimentaria,  
aprobado por Decreto Supremo N°004-  
2011-AG

.....





.....

**Decreto Supremo N° 050-2016-PCM**, que aprueba el Reglamento que establece el procedimiento de comunicación de advertencias y alertas de los riesgos no previstos de productos o servicios colocados en el mercado que afecten la salud y/o seguridad de los consumidores.



.....

**Decreto Supremo N° 002-2018-PCM**, que aprueba el Nuevo Reglamento de Inspecciones Técnicas de Seguridad en Edificaciones.



.....

**Decreto Supremo N° 345-2018-EF**, que aprueba la Política Nacional de Competitividad y Productividad.



.....

**Decreto Supremo N° 004-2019-JUS**, que aprueba el Texto Único Ordenado de la Ley 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General.

Decreto Supremo N° 014-2019-VIVIENDA, que modifica el Decreto Supremo N° 010-2019-VIVIENDA, que aprueba el Reglamento de Valores Máximos Admisibles (VMA) para las descargas de aguas residuales no domésticas en el sistema de alcantarillado sanitario.



.....

**Decreto Supremo N°103-2019-PCM**, Decreto Supremo que aprueba el Reglamento del Sistema de Arbitraje de Consumo.



.....

**Decreto Supremo N° 163-2020-PCM**, que aprueba el Texto Único Ordenado de la Ley N° 28976, Ley Marco de Licencia de Funcionamiento.

**Decreto Supremo N° 187-2020-PCM**, Decreto Supremo que aprueba la ampliación de la Fase 4 de la reanudación de Actividades Económicas dentro del marco de la declaratoria de Emergencia Sanitaria Nacional por las graves circunstancias que afectan la vida de la Nación a consecuencia de la COVID-19.

.....



**Resolución Ministerial N° 624-2015-MINSA**, aprueban Norma Sanitaria que establece la lista de alimentos de alto riesgo (AAR).

.....



**Resolución Ministerial N° 683-2014-MINSA**, aprueba la Guía Técnica para la Investigación y Control de Brotes de Enfermedad Transmitida por Alimentos.

.....



**Resolución Ministerial N° 010-2021-EF/10**, se conformó la "Mesa Ejecutiva para el Desarrollo del Sector Gastronómico"

.....



**Resolución Ministerial N° 207-2021-PRODUCE**, aprueba la estrategia de difusión para el Uso de Espacios Públicos colindantes a Restaurantes y comercios afines.

.....



**Ordenanza N° 2348-2021**, que regula las disposiciones técnicas y procedimientos administrativos de autorización para la ubicación de elementos de publicidad exterior en los distritos en la Provincia de Lima.

.....

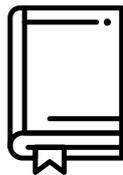




## TÍTULO III

### *Disposiciones Generales*

#### **Artículo 1.** Objetivo



El “**Instructivo para la mejora del servicio en las MYPES Gastronómicas**” busca promover la aplicación de pautas y estrategias para facilitar la gestión del sector gastronómico priorizando la satisfacción del cliente, en base a recomendaciones que mejoren la interacción entre la y el consumidor y la y el proveedor del servicio, priorizando la reactivación económica del sector y la salud de la población. El presente Instructivo es de carácter referencial y no es de aplicación obligatoria.



## Artículo 2.

### Glosario

---

- **Ministerio de la Producción:** Organismo competente en las materias de pesquería, acuicultura, industria, micro, pequeña, mediana y gran empresa, comercio interno, promoción, desarrollo de cooperativas y parques industriales.
- **INDECOPI:** Organismo competente en proteger los derechos de las y los consumidores y fomentar en la economía peruana una cultura de leal y honesta competencia, resguardando todas las formas de propiedad intelectual, desde los signos distintivos y los derechos de autor hasta las patentes y biotecnología.
- **DIGESA:** Conduce la vigilancia sanitaria de los establecimientos de fabricación, almacenamiento, fraccionamiento de alimentos y los servicios de alimentación colectiva, de hospitales y de los medios de transporte de pasajeros.
- **Municipalidad:** Las municipalidades provinciales y distritales son los órganos de gobierno promotores del desarrollo local, con personería jurídica de derecho público y plena capacidad para el cumplimiento de sus fines.
- **Restaurante:** Establecimiento que tiene como actividad principal la preparación y expendio de comidas y bebidas, el cual puede brindar el servicio en un lugar cerrado, abierto o para llevar dependiendo de las necesidades y preferencias del cliente.
- **Terrazas Gastronómicas:** Espacios de uso público, colindantes a los restaurantes y comercios afines, destinados a la implementación de zonas seguras para proporcionar el servicio gastronómico a la población.
- **Carta:** Listado de entradas, platillos de fondo, bebidas, aperitivos, postres, entre otros, ofrecidos dentro del surtido de opciones del restaurante, este puede ser físico o digital acorde a la coyuntura sanitaria.



## **TÍTULO IV** *Ámbito de Aplicación*

En el ámbito de aplicación, el **“Instructivo para la mejora del servicio en las MYPES Gastronómicas”** ha sido diseñado para ayudar a los gerentes,

administradores, jefes y personal responsable, en la gestión de los restaurantes y comercios afines a nivel nacional.





## TÍTULO V

### *Gestión del Restaurante*

La globalización ha generado que las empresas se enfrenten a constantes cambios, por lo que es necesario contar con una gestión estratégica, capaz de aprovechar las oportunidades, reducir las amenazas y transformar los recursos en fortalezas.

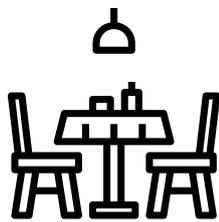
Con la finalidad de tener una correcta gestión del restaurante, la persona responsable de la toma de decisiones deberá previamente identificar las necesidades, gustos y preferencias del mercado al cual va a atender. De esta manera siendo necesario planificar las estrategias y recursos disponibles (humanos, físicos, tecnológicos y financieros), a fin de cumplir con ese objetivo.

El éxito de la gestión dependerá de la planificación, organización, dirección y control de las estrategias a ser implementadas, las metas establecidas y los recursos que se le asignen a estas.

Los negocios del sector gastronómico, particularmente los restaurantes y afines, dependen mucho de las ventas realizadas y la consolidación de la presencia del negocio en el mercado. Por ello, se han identificado cuatro pilares de las ventas para el sector restaurantes y afines que nos ayudarán a entender qué es lo que buscan nuestros clientes y por qué nos elegirían como una opción para ellos y sus familias.

## Artículo 3.

### Los cuatro pilares de las ventas



Las estrategias de venta a lo largo de los años han ido cambiando, debido a que los gustos, preferencias, y la forma de adquirir los productos de las y los consumidores han variado también, **ya no solo compran y reciben productos**, ahora se informan, investigan y seleccionan sobre la base de sus necesidades, a fin de seleccionar el producto o servicio que se ajuste a ellas. Pero el proceso de compra termina siendo más complejo que simplemente buscar, seleccionar y comprar, debido a que en la actualidad los clientes **“no compran productos o servicios, compran experiencias”**, y es en este punto donde nacen los cuatro pilares de las ventas para el sector restaurantes y afines:



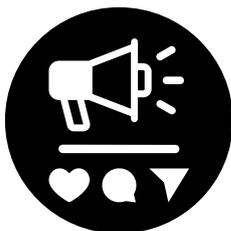


## Pilar 1

### *La y el cliente*

Una vez identificado el lugar donde se va a ubicar el restaurante, lo más importante es conocer quién va a ser nuestro consumidor, qué busca, cómo lo busca y cada cuánto lo busca, esto hará que podamos proyectar nuestros productos y servicios según los gustos y preferencias del cliente.

- ★ Las y los clientes, **buscan productos innovadores y llamativos**, es por eso que se debe hacer una investigación del mercado para poder identificar la oferta existente, productos sustitutos o complementarios y crear, en base a eso, una propuesta de valor que sea realmente llamativa para el consumidor.
- ★ Las y los clientes **prefieren ambientes agradables y que les generen confianza**, por ello, una vez diseñados los ambientes con una infraestructura adecuada y el mobiliario que logre satisfacer las expectativas de los clientes. Cada cosa que se haga dentro del establecimiento sumará para afianzar la relación con la clientela y generar confianza con el establecimiento, el producto y la marca.
- ★ Las y los clientes **compran experiencias**, por ello, se debe ser extremadamente minucioso en cada etapa del proceso, desde la recepción al establecimiento, ambiente, toma de pedido, tiempo de atención, calidad de producto y servicio, facilidad en el proceso de pago y despedida esperando un pronto regreso.



## Pilar 2

### *La comunicación*

- ▼ **El restaurante debe contar con una estrategia de comunicación interesante**, la cual deberá transmitir al cliente sensaciones positivas respecto del producto y el establecimiento.
- ▼ **La comunicación debe resaltar los aspectos más importantes** que hemos identificado previamente, a fin de que las y los clientes se sientan motivados a conocer y probar la experiencia de compra.
- ▼ **Se debe dar a conocer los productos, variedades y presentaciones** de estos, **sin llegar a saturar al consumidor**. La estrategia comunicacional deberá ser planteada de una manera atractiva, llamativa e interesante, buscando generar impacto.
- ▼ **Se debe trabajar en el diseño de los platillos**, así como la presentación visual de los mismos, asegurándonos de que cada consumidor reciba un producto de acuerdo con lo que se está ofreciendo, con la finalidad de que este no se sienta decepcionado y defraudado en su experiencia de compra.
- ▼ **Se deben establecer protocolos para la atención de reclamos** con una estructura de respuesta establecida y posibles soluciones ante una eventualidad, a fin de transformar momentos negativos en oportunidades de mejora y satisfacción del cliente afectado.
- ▼ **La estrategia comercial debe considerar una técnica de mercadeo**. Es decir, se debe pensar en la forma cómo se presentarán los platillos a las y los clientes, de qué manera estará organizado el restaurante y cuánto cobrará por cada producto de la carta.
- ▼ **Establecer promociones por temporadas** o días conmemorativos nacionales. Ejemplo: Día del ceviche, Día del pollo a la brasa, etc.
- ▼ **Posicionar el restaurante por redes sociales**, con la finalidad de difundir y coordinar actividades y promociones en beneficio de las y los clientes.
- ▼ **Crear contenido atractivo** relacionado con los productos en redes sociales, a través de fotos o videos. Ejemplo: recetas o consejos.

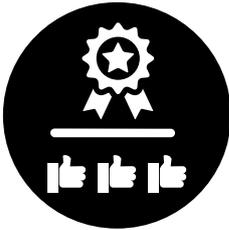


## Pilar 3

### *La carta*

Una vez que conocemos a los potenciales clientes y se ha identificado las necesidades de estos, el restaurante debe:

- 
**Desarrollar los contenidos de la carta, la cual debe contar con una buena diversidad de platos;** sin embargo, el tener una carta especializada puede ser una buena estrategia, ya que requiere un almacén de insumos más pequeño, menos inversión de capital y puede reducir los riesgos de pérdidas de insumos.
- 
**Crear una estrategia de selección de platos** en atención a los más solicitados e ir incorporando nuevas propuestas para ampliar la oferta del local. Se recomienda usar insumos por temporadas.
- 
**Identificar los productos estrella** y generar una estrategia de posicionamiento en base a ellos.
- 
**Ser reconocidos por la calidad de los insumos** que se usan para la preparación de los platos.
- 
**Brindar a los clientes diferentes opciones, con la finalidad de no transmitir la sensación de insatisfacción en el servicio.** Así, se proyecta la imagen del restaurante que "tiene de todo". (dependerá de la estrategia a implementar de acuerdo con el estudio previo de mercado).
- 
**Generar alianzas para promociones** complementarias con otros productos que añadan valor a nuestra carta.
- 
**Dar opciones de alimentación saludable,** acorde con las tendencias de consumo mundial.
- 
**Llevar un estricto control de los insumos,** a fin de tener identificados los ingresos, stocks, salidas y vencimientos. Esto ayudará a cuantificar el rendimiento y evitará la falta de stocks.
- 
**Se debe brindar alternativas innovadoras al cliente,** como cartas digitales, personalización de la atención debido a un historial previo de consumo.
- 
**Si el restaurante es familiar, se debe dar opciones pensando en todos los miembros de la familia,** mejorando la experiencia del consumidor durante su visita.



## **Pilar 4**

### *La imagen*

- 👍** Se debe establecer protocolos para la atención a las y los clientes, y capacitar al personal para su correcto uso.
- 👍** Cumplir con los reglamentos establecidos por las autoridades para el funcionamiento del restaurante, sanitarios, de infraestructura, formalización, entre otros.
- 👍** Destacar por qué deberían los clientes confiar en nuestra propuesta de valor y la importancia de nuestra participación en el mercado.
- 👍** Resaltar los logros y reconocimientos obtenidos por el restaurante y el personal que lo conforma.
- 👍** Siempre fomentar el trato respetuoso y la atención rápida.
- 👍** El personal deberá estar correctamente uniformado y con una imagen pulcra.
- 👍** El salón es el reflejo del negocio, este siempre deberá estar ordenado y limpio. El cliente valora los ambientes agradables y tranquilos.
- 👍** Se debe mantener la imagen positiva del local y de los servicios, tanto de manera presencial, así como a través de las redes sociales. Las herramientas virtuales deben ser trabajadas de manera consciente, debido a que es una manera rápida de masificar los comentarios positivos y negativos del negocio.

## Artículo 4. Estrategia de ventas



La estrategia planteada para asegurar las ventas en el restaurante está basada en el personal y que este se encuentre preparado para transmitir la cultura organizacional del negocio a las y los clientes. **La empatía es un factor importante** para esto, se recomienda hacer inducción al personal y asegurarse de que se encuentre comprometido con los objetivos y valores de la empresa.



### Qué debe conocer el personal:



- **Los objetivos** de la empresa.
- Debe conocer **cada producto que se ofrece**, composición, estacionalidad y si se encuentra disponible para la venta.
- Debe **identificar los principales platos a ser vendidos**, según las prioridades establecidas por el área de cocina; así como las promociones existentes.
- **Identificar los momentos para impulsar los productos** complementarios como aperitivos, bebidas, postres, entre otros.
- **Tener claro los procedimientos del servicio.** Cumplir con los protocolos de atención y servicio, ayudará a generar una buena impresión por parte del cliente.
- **Crear un sistema de incentivos para el personal**, a fin de que impulsen la venta de los productos de la carta.
- **Generar una base de datos de clientes**, la cual sirva para conocer sus gustos y preferencias y poder ofrecer promociones o incentivos por fechas especiales, como cumpleaños, aniversarios etc.

### Qué debe identificar el personal durante la atención en salón:



- Debe detectar quién es el o la líder del grupo a ser atendido, a fin de dirigir la atención y las opciones existentes, sin descuidar al resto de personas que se encuentran acompañándolo.
- Identificar las preferencias de las y los clientes y guiarlos en su pedido.
- Conocer a las y los clientes habituales que visiten nuestro restaurante, a fin de afianzar la fidelización con un trato personalizado y cordial.

*La actitud es la principal estrategia para generar empatía con el o la cliente y obtener resultados positivos para tu restaurante.*

## Artículo 5. Gestión de publicidad en el restaurante



- La publicidad es toda forma de comunicación difundida a través de cualquier medio o soporte, y objetivamente apta o dirigida a promover, directa o indirectamente, la imagen, marcas, producto o servicios de una persona, empresa o entidad en el ejercicio de su actividad comercial, industrial o profesional, en el marco de una actividad de concurrencia, promoviendo la contratación o la realización de transacciones para satisfacer sus intereses empresariales.
- Con el fin de evitar infracciones a la legislación publicitaria, comprendida en el Decreto Legislativo N° 1044, Decreto Legislativo que aprueba la Ley de Represión de la Competencia Desleal, el administrador del restaurante deberá seguir las siguientes recomendaciones:





Se debe difundir información exacta y veraz en la publicidad. Si se difunden afirmaciones objetivas, deben tener las pruebas que acrediten dicha información y deben ser anteriores a la difusión de la publicidad. La publicidad testimonial debe ser sustentada en experiencias auténticas y recientes.



No aprovecharse indebidamente de la imagen, el crédito, la fama, el prestigio, o la reputación empresarial o profesional de otro agente económico. Evita generar un riesgo de asociación de cualquier tipo con un tercero, cuando no hay un vínculo.



Si se compara o equipara con otro competidor de manera inequívoca, asegúrese de que la información sea verdadera, exacta y pertinente.



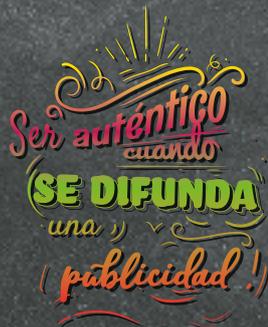
Se puede imitar iniciativas, pero debe diferenciarse de otras empresas para no confundir al consumidor. Se deben respetar los derechos de propiedad intelectual (signos distintivos, patentes y derechos de autor).



No menoscabar la imagen, el crédito, la fama, el prestigio, o la reputación empresarial o profesional de otro agente. Si se difunde información sobre otro competidor, la misma debe ser verdadera, exacta y pertinente.



Coloque el stock, duración y condiciones de las promociones.



No difundir publicidad encubierta bajo la apariencia de noticias, opiniones periodísticas, entre otros. Si se difunde publicidad, tiene que ser de manera clara.



Asegurarse de estar al tanto de las normas sectoriales referidas a publicidad. Por ejemplo: i) La Ley que regula la comercialización, consumo y publicidad de Bebidas Alcohólicas; ii) La Ley de Promoción de la Alimentación Saludable para niños, niñas y adolescentes; y iii) El Código de Protección y Defensa del Consumidor. Se debe cumplir con las disposiciones establecidas en dichas normas para evitar infracciones al Principio de la Legalidad.



Asegurarse que el contenido de una publicidad no induzca a cometer un acto ilegal o de discriminación por motivo de origen, raza, sexo, idioma, religión, opinión, condición económica o de cualquier otra índole. No difundir contenido erótico a un público distinto al adulto.



## De otro lado, ten en cuenta sobre la publicidad de las promociones lo siguiente:

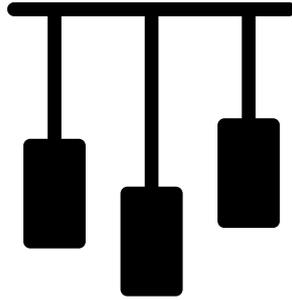
- Las publicidades de promociones de ventas **son definidas como todas aquellas acciones destinadas a incentivar la transacción sobre bienes o servicios en condiciones de oferta excepcionales y temporales**, que aparecen como más ventajosas respecto de las condiciones de la oferta ordinaria o estándar. Por ello, si se difunde promociones, los anunciantes deben asegurarse de precisar el stock, duración y difundir condiciones claras.
- **Se debe informar las condiciones y restricciones para acceder a estas.** Por ejemplo, si la promoción está dirigida solo a clientes de un establecimiento, o si se tiene que comprar un monto mínimo, o si la oferta es válida en un horario especial, entre otros aspectos. Asimismo, el anunciante tiene la obligación de cumplir con lo ofrecido o informado a través de sus anuncios, avisos publicitarios o folletos informativos. Por ejemplo, si en un catálogo se ofrece un producto a determinado precio, esto debe ser cumplido.

## Artículo 6.

Visual  
merchandising  
para  
restaurantes

El visual merchandising, es un conjunto de estrategias que permiten hacer visibles los productos y servicios brindados en el restaurante, que ayuda al cliente a decidir la compra, así como su retorno. Esto depende del correcto uso de todos los elementos del local, la estética y la distribución.





- **Diseñar una distribución del salón que dé sensación de amplitud.** Deberá, además, permitir el tránsito fluido de las personas y mantener el distanciamiento entre las mesas.
- **Generar ambientes agradables** para los clientes.
- **Desarrollar temáticas acordes con la imagen que deseamos transmitir.** Existe una tendencia hacia los restaurantes temáticos.
- **La decoración debe inducir al cliente a consumir** los productos con un mayor beneficio para el restaurante.
- **Posicionar a la vista de los consumidores la zona de postres** y bebidas, correctamente iluminada y ordenada.
- **Utilizar colores sobrios y que generen tranquilidad** al visitante, dependiendo de la temática del local.
- **Distribuir una adecuada iluminación interna y externa en el restaurante,** direccionando la mayor luminosidad a las zonas que se desea resaltar.
- **Los detalles son importantes,** los clientes aprecian sentirse especiales.
- **Los olores y los sonidos (merchandising sensorial) pueden ser factores decisivos** para la visita de algunos clientes.
- **Si cuenta con terrazas dentro del local, hacer de estas zonas cálidas y seguras,** con ambientes diferenciados y que inviten al cliente a disfrutar de su estadía.

*Crear experiencias emocionales positivas pueden motivar a las y los consumidores a consumir más.*



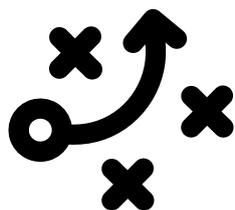


# TÍTULO VI

## *Administración del restaurante*

Para poder administrar su restaurante de manera eficaz, debes de tener en cuenta las etapas del proceso

básico de la administración, las cuales debes de repetir en cada uno de tus procesos.



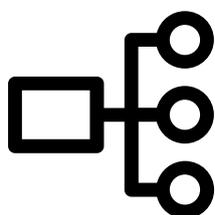
## Planificar

### ● ¿Qué vamos hacer?

Partiendo de la situación actual de la empresa, debes **trazar metas y objetivos a corto, mediano y largo plazo**. Esto hará que se generen una serie de acciones que sumadas ayuden a cumplir con lo planificado. Para esto se requiere la toma de decisiones.

Para una buena planificación debemos:

- Definir objetivos y metas que podamos cumplir.
- Establecer el tiempo y la duración de las actividades programadas.
- Distribuir las funciones y responsabilidades.



## Organizar

### ● ¿Cómo lo vamos a hacer?

La función principal de la organización es **disponer y coordinar todos los recursos disponibles del restaurante**. Estos pueden ser humanos, financieros, materiales, entre otros.

La organización ayudará a lograr:

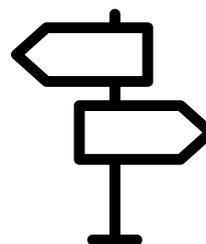
- Eliminar el doble esfuerzo.
- Saber qué hará cada uno.
- Utilizar mejor el tiempo.
- Cada uno se dedica a lo que hace mejor.

## ● ¿Quién y cómo lo hago?

Aquí funciona todo lo establecido durante las etapas de planificación y organización. **Una buena dirección se refleja en el logro de los objetivos y metas**, los cuales deben ser alcanzables, medibles, realistas y específicos.

Con una buena dirección lograremos:

- Garantizar el buen cumplimiento del Plan de Trabajo.
- Que los trabajadores cumplan con las tareas asignadas, con la calidad y el tiempo establecido.
- Desarrollamos la disciplina y el orden en la empresa.



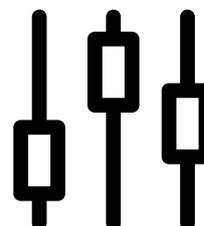
## Dirigir

## ● ¿Cómo se está haciendo?

Se debe medir el cumplimiento del plan establecido, los objetivos y metas, **a través de indicadores que nos den luces sobre el avance** de estos, con la finalidad de tomar decisiones y hacer las correcciones necesarias.

Con un buen control del restaurante lograremos:

- Conocer cómo vamos cumpliendo el Plan de Trabajo.
- Conocer qué hemos hecho y qué nos falta por hacer de los objetivos y metas planteadas.
- Conocer y corregir nuestros errores sobre la base de los resultados obtenidos.



## Controlar

## **Artículo 7.** Criterios y conceptos de control

### **Recursos del negocio**

El restaurante cuenta con una serie de recursos para operar y ofrecer a los clientes su propuesta de valor. Debido a su importancia, estos deben gestionarse de manera adecuada. De lo contrario, el negocio podría sufrir pérdidas de dinero.



Los principales recursos del restaurante son los siguientes:



### **Las y los clientes**

La razón de ser del restaurante. Sin clientes no hay ventas y sin ventas no hay ganancia.



### **La carta**

La diversidad de platos que el restaurante ofrece a los clientes para satisfacer sus necesidades.



### **El local**

El punto de venta físico donde opera el restaurante.



### **El dinero**

Recurso que permite la compra de ingredientes y el pago de los servicios que el restaurante necesita contratar para operar.



### **Mobiliario y equipos**

Son los recursos tangibles adquiridos por el restaurante para producir, conservar, movilizar y brindar un servicio óptimo al cliente.



### **Tecnológicos**

Son los recursos que usamos y generan valor, en la mejora del servicio y la experiencia de las y los clientes (sistemas de pedidos en línea, cobro, inventarios, entre otros).



### **Humanos**

Es el recurso más importante del restaurante, ya que son la imagen del negocio hacia el cliente, y depende de ellos que los procesos se realicen de manera correcta.

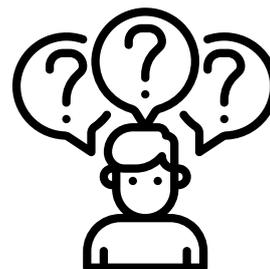
## Elementos críticos de control

La ausencia de gestión de estos recursos puede generar consecuencias críticas para el negocio.

Te detallamos algunas que debes tener en cuenta:

### • Incertidumbre

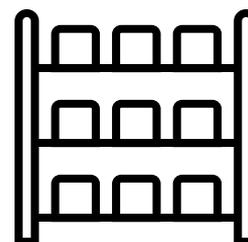
Como empresarios, **el desconocer la situación real del negocio** hace que no podamos tomar decisiones oportunas para asegurar la sostenibilidad y crecimiento del restaurante.



### • Exceso o falta de mercadería

El exceso de mercadería implica un mal manejo del efectivo: compra innecesaria de mercadería, compromisos de pago por montos mayores a los necesarios, riesgo de vencimiento, entre otros.

**La falta de mercadería implica clientes insatisfechos**, reducción de la fidelización de clientes, lo que se traduce en pérdida de ventas.



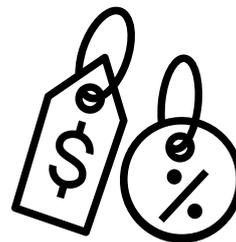
### • Falta de dinero

Este siempre debe garantizar el pago de las necesidades financieras del negocio, como el pago de proveedores, los gastos corrientes del restaurante, pago del personal y hasta del mismo propietario.



• **Fijación del precio**

El establecer mal los precios de la carta podría generar que tengamos **ingresos por debajo** del punto de equilibrio. Esto implica contar con poco dinero para cubrir las necesidades del negocio y una gran posibilidad de que el restaurante se estanque.



• **Personal**

Se debe **establecer un cronograma de cumplimiento de las labores** necesarias para el funcionamiento del restaurante, evitando que puestos claves se queden sin personal durante la atención al público, esto prevendrá la generación de cuellos de botella y malestar por parte de los consumidores.



• **Proveedores**

Una **buena selección de proveedores va a garantizar que podamos cumplir con lo ofrecido** en nuestra carta y con la calidad de nuestro producto final.



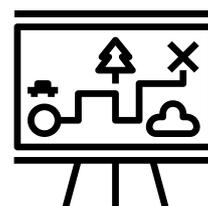
• **Sanidad**

Se deben **implementar buenas prácticas de manufactura**, a fin de asegurar la inocuidad de los alimentos y cuidar la salud de los clientes.



• **Logística**

Llevar un **control de inventarios o cardex** nos va a ayudar a tener un orden, no solo útil para la revisión del stock de productos, sino también para el correcto uso de estos. Recuerda que lo primero que entra al almacén es lo primero que debe salir.



## Artículo 8.

### Beneficios del control del negocio



- Controlar el negocio **nos asegura el cumplimiento de las metas y objetivos** establecidos en la empresa.
- **Ayuda a identificar de manera oportuna acciones que estén llevando a la pérdida** de recursos del restaurante y hacer correcciones a tiempo.
- **Optimiza los procesos** haciendo al restaurante más competitivo y rentable.
- **Determina las responsabilidades** y ayuda a optimizar las tareas.
- **Es determinante para la proyección** del negocio hacia el futuro.

*Una buena administración del restaurante generará compromiso con los y las clientes, el personal y los proveedores.*





# TÍTULO VII

## *Costos y finanzas*

Separa los gastos personales, familiares y empresariales. Es importante establecer claramente cuáles son los gastos que pagarás con tu remuneración y que debe pagar tu empresa. Siempre debes tener presente esa línea divisoria.

Los ingresos de tu empresa serán para pagar las cuentas, ahorrar y luego, invertir en mejoras, no son para gastos personales.

# Artículo 9.

## Estructura de costos de los alimentos

● El costeo ayudará a tu restaurante a:

### Fijar precios:

- Reducir y controlar costos.
- Tomar mejores decisiones en el manejo de tu negocio.
- Planificar el futuro.

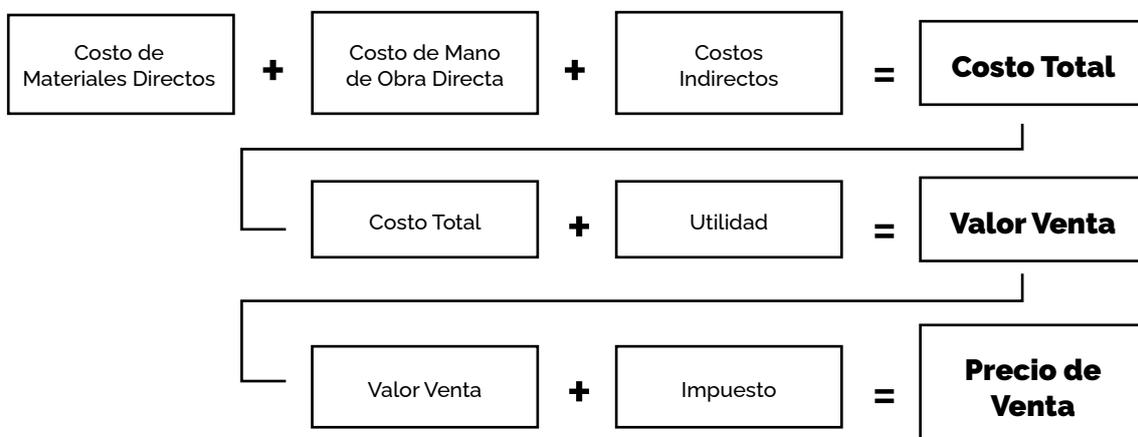
● Conoce tus costos: En tu restaurante hay dos tipos de costos:

**1 Costos Directos:** Están relacionados directamente con lo que tu restaurante vende, y se dividen en:

- Costos de material directo: Costos de los insumos que se utilizan para preparar los alimentos.
- Costos de mano de obra directa: Pago de sueldos al personal involucrado en la preparación de los alimentos.

**2 Costos Indirectos:** Aquellos componentes que no participan directamente en el producto y servicio, por ejemplo:

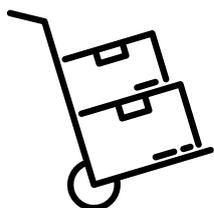
- Alquileres, teléfono, gastos de oficina.
- Mano de obra indirecta (Administrador, cajero, personal limpieza, etc.).
- Energía.
- Depreciación.



Fuente y Elaboración: DDP - PRODUCE

# Artículo 10.

## Registro de compras



Las compras que realizas de tus proveedores seleccionados debes registrarlas para mantener el control de tus costos e inventarios.

- Debes **planificar la oferta diaria de alimentos** que presentarás a tus comensales, así podrás planificar tus compras.
- Debes **clasificar los productos** perecederos y no perecederos.
- **Ten en cuenta la fecha de vencimiento** de los insumos que adquieras.
- **Debes contar con proveedores previamente clasificados** por la calidad que te brindan y puntualidad en entregas.
- **Comprar por volumen** puede reducir significativamente el costo de algunos insumos.
- **Modelo de formato** que podrás usar para registrar tus compras.

### Registro de Compras

**Fecha:**

**Responsable:**

N°	N° Factura / Boleta	Fecha	Proveedor	Producto	Unidad	Cantidad	Valor unitario (S/.)	Valor Total (S/.)	Forma de pago	
									Contrato	Credito

Fuente y Elaboración: DDP - PRODUCE

# Artículo 11.

## Registro de ventas



Realizar el registro de ventas le permitirá saber cuáles son sus productos más pedidos y hacer más eficiente el uso de sus recursos.

- Importante que **en tu negocio lleves el control de los alimentos** que ofreces, así como bebidas y otros.
- **El control que lleves de tus ventas servirá de un histórico** para saber qué productos tienen mayor demanda y por lo cual va tu especialidad.
- **Así también te darás cuenta de qué productos tienen menor demanda** y podrás realizar la consulta a tus clientes, lo cual te permitirá conocer las razones.

Modelo de formato que podrás usar para registrar tus ventas:

### Registro de Ventas

Fecha:

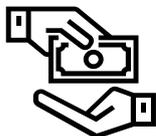
Responsable:

N°	N° Factura / Boleta	Fecha	Cliente	Producto	Unidad	Cantidad	Valor unitario (S/.)	Valor Total (S/.)

Fuente y Elaboración: DDP - PRODUCE

## Artículo 12.

### Registro de cuentas por pagar



- Siempre **lleva el control de las cuentas diarias / semanales / mensuales** que debes realizar, te permitirá una mejor planificación del dinero.
- **Aquí deben estar las cuentas por adquirir:** materia prima directa, pago de mano de obra directa, costos indirectos (energía eléctrica, agua, pago línea celulares, alquileres, personal administrativo, personal de ventas, gastos financieros, etc.)

Modelo de formato que podrás usar para registrar tus cuentas por pagar.

### Registro de Cuentas por Pagar

Fecha:

N°	N° Factura / Boleta	Fecha vencimiento	Proveedor	Producto / Servicio	Valor Total (S./.)

Fuente y Elaboración: DDP - PRODUCE

# Artículo 13.

## Registro de inventarios



- Tu negocio debe planificar el inventario de insumos como mínimo en forma semanal de productos no perecederos, y de los productos perecederos, debe hacerse diariamente.
- **Productos perecederos:** verduras, frutas.
- **Productos no perecederos:** aceite, arroz, azúcar, etc.
- Controla la fecha de vencimiento de tus productos.
- Analiza tus insumos críticos, los que más puede afectar tus costos y decide qué insumos deben tener inventarios de seguridad.

El siguiente modelo de formato te ayudará a llevar el control de los inventarios.

### Formato de inventario

**Fecha inventario:**

**Responsable:**

N°	Código	Producto	Unidad	Cantidad	Costo unitario (S./)	Valor inventario (S./)	Fecha vencimiento

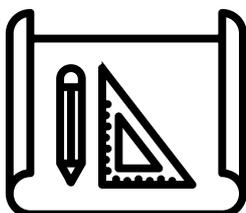
Fuente y Elaboración: DDP - PRODUCE



# **TÍTULO VIII**

## *Buenas prácticas de manipulación*

## Artículo 14. Construcción de las instalaciones



- **LAS PAREDES** deben ser lisas, el acabado de la superficie debe ser impermeable, fácil de limpiar y desinfectar, de preferencia de color blanco, y no deben tener grietas ni hendiduras.
- **LOS PISOS** deben ser lisos e impermeables a la humedad y no deberán tener grietas o hendiduras que permitan la acumulación de suciedad, polvo u otro desperdicio, en lo posible debe contar con rejillas para facilitar su limpieza.
- **LOS TECHOS** deben ser lisos, no tener grietas ni hendiduras, de color blanco y deben ser impermeables, que impidan la propagación de bacterias y hongos; deben facilitar la limpieza y desinfección.
- **LAS VENTANAS** deben tener los vidrios en buen estado, diseñadas de tal manera que eviten la acumulación de la suciedad, deben contar con mallas contra insectos, roedores y aves, y deben ser fáciles de desmontar.
- **LAS PUERTAS** deben ser lisas, fáciles de limpiar y desinfectar, de preferencia deben contar con un cierre automático que impida la manipulación de perillas, manijas, etc. La distancia entre el piso y la puerta no debe ser mayor a 1 cm.



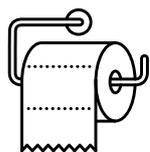
## Artículo 15.

### Infraestructura requerida



- **ILUMINACIÓN:** Para una buena iluminación, las paredes de preferencia deben ser de color blanco. La iluminación debe ser adecuada impidiendo proyectar sombras de las personas que trabajan en las áreas de cocina para una buena visibilidad.
- **VENTILACIÓN:** Las cocinas deben contar con campanas extractoras para eliminar los vapores de cocción, los filtros deben estar libres de impurezas y la limpieza debe programarse de tal manera que esté libre de grasas acumuladas.

Debe haber una buena ventilación en todas las áreas del establecimiento, con corrientes de aire que impidan acumulación de diversos olores.



## Artículo 16. Instalaciones sanitarias

### Servicios Higiénicos del personal y del público

- Los establecimientos de la actividad económica deben contar con servicios higiénicos separados para hombres y mujeres, la cantidad de estos dependerá del tamaño del establecimiento.
- Los SS.HH. se deben encontrar limpios y en buen estado en todo momento, los mismos deben contar con los equipos para su limpieza y desinfección como dispensadores.
- Los lavatorios de manos deben contar con alcohol en gel o líquido, y para el secado de manos, con toallas desechables o secadores automáticos.
- Los depósitos de basura deben contar con tapa y bolsa interna para la mejor eliminación de los residuos sólidos. Se recomienda que cuenten con un mecanismo que no permita el contacto directo de las manos con el depósito de residuos.
- Deben contar con señalizaciones, con imágenes que permitan una mayor explicación para el lavado de manos.
- El área de servicios higiénicos debe encontrarse lejos de las zonas de preparación de alimentos y de los comedores.
- Deben contar con servicios higiénicos que permita el uso a personas discapacitadas.

### Lavado de manos

- Para el personal de cocina y de atención a comensales en su área de trabajo, deben contar con señalizaciones para el correcto lavado de manos, y también con un área de lavado de manos en las zonas exteriores a la cocina para el uso de los trabajadores.

### Lavado de utensilios de cocina

- Los establecimientos deben contar con adecuadas instalaciones para el lavado de los equipos y/o utensilios.
- Deben contar con implementos como: detergentes, desinfectantes, paños de limpieza, escobillas, entre otros que permitan un correcto lavado.



## Artículo 17.

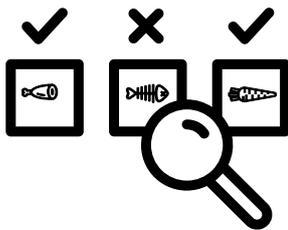
### Selección de proveedores



- La **calidad de los insumos es muy importante** para la preparación de los alimentos.
- **Se debe seleccionar proveedores de insumos de productos frescos**, que estén cerca para realizar las compras, lo cual puede garantizar la frescura de los alimentos, sobre todo en productos perecederos.
- Otra variable importante en la búsqueda de productos, cuyos **precios estén conforme a lo planificado en el negocio**, es que hay ciertos productos que sus precios varían por temporadas, por lo cual debes negociar previamente con los proveedores, para asegurar que no salgas del monto presupuestado.
- Considera siempre **tener más de un proveedor por producto**, especialmente de aquellos que son por temporadas.

## Artículo 18.

### Manejo de los alimentos



#### Recepción de materia prima:

- **Se debe verificar su frescura, olor, sabor, color, temperatura** de conservación, fecha de expiración y situación del empaque.
- **La recepción de los insumos (materia prima) debe hacerse en las primeras horas** de la mañana.
- **Los alimentos deben tener una bandeja de recepción** para cada uno de ellos.
- **Los envases de recepción no deben estar deteriorados** (oxidados, rotos, sucios, con hongos, etc.).
- **Se debe tener el control de las fechas de expiración** de cada insumo.
- **Se deben desechar las hortalizas, frutas, tubérculos que presenten daños** por hongos, descompuestos, no frescos o malogrados.
- **Los pescados y mariscos que presenten señales de descomposición deben ser desechados**, y se debe contar con una cadena de frío para su conservación desde la compra hasta almacenarlo en la refrigeradora del restaurante.

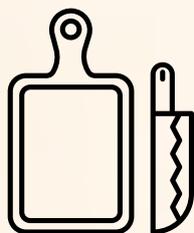
## *Almacenamiento de los insumos:*

Se debe considerar las características de almacenamiento que debe tener cada insumo:

- **Pescados y Mariscos:** Son propensos a la descomposición, deben mantenerse siempre refrigerados, en una temperatura que impida la formación de toxinas y la descomposición. Deben estar tapados durante su almacenamiento, y se debe sacar del refrigerador solamente la cantidad que se va a consumir.
- **Verduras, frutas, hortalizas:** Las verduras y frutas deben guardarse en la parte baja de la refrigeradora. Algunos insumos como plátanos, papas, camotes, cebolla se deben almacenar en ambientes frescos y secos.
- **Insumos secos:** La empresa debe disponer de alacenas y almacenes para acomodar los insumos. El insumo o materia prima que ingrese primero debe ser el primero en salir. Los insumos como harinas, azúcar, arroz, fideos, entre otros, se almacenarán en recipientes que estén protegidos de contaminación y deben tener su etiqueta.

## Artículo 19.

### Preparación de los alimentos



#### Elaboración de alimentos fríos y calientes

Proceso de lavar los insumos antes de la preparación:

- **Todas las verduras y vegetales en general deben ser lavados.** En el caso de vegetales como zanahorias, papas, camotes, yucas, tomates y limones deben ser lavados cuidadosamente, uno por uno.
- **En el caso de hojas como apio, culantro, perejil y similares deben ser lavados por manojos pequeños,** cuidando eliminar toda tierra que puede traer consigo. En el caso de hojas de mayor tamaño como espinacas, lechugas, col, serán lavados hoja por hoja.
- **Con los pescados se debe tener cuidado de quitar todas las escamas** y lavar con grandes chorros de agua antes del proceso de quitar las vísceras y el proceso de fileteado.
- **Las verduras** que se consumirán crudas, como en el caso de ensaladas, **deben tener una correcta desinfección.**

- Antes y después de preparar los alimentos, **se deben limpiar las superficies y los utensilios a utilizar.**
- **Los restos** que no serán usados en el momento, **deben ser echados en recipientes herméticos (con tapa).**
- **Si un producto fue descongelado, no debe volver a congelarse.**

Proceso de cocción de los alimentos:

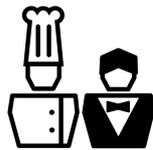
- Tener cuidado de que **los alimentos estén bien cocidos para evitar la alteración de su valor nutricional.**
- **El aceite utilizado para las frituras debe ser eliminado,** cuando ya cambia de color, sabor u olor debe ser renovado de inmediato.
- **No se debe guardar aceites usados.**
- **Los alimentos** ya preparados o durante el proceso de preparación, **deben estar cubiertos.**
- **Las cremas, salsas o similares deben ser preparadas para el consumo inmediato,** si hay sobrantes, no deben ser guardados para otro día.

Proceso de conservación de los alimentos:

- **Los alimentos procesados deben ser guardados de preferencia en envases de vidrio** y tapados herméticamente.
- **Los alimentos procesados deben ser guardados en el refrigerador.**

## Artículo 20.

### Recursos humanos principales

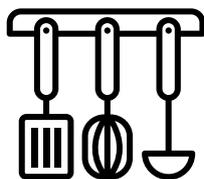


Cada personal del establecimiento tiene funciones muy importantes:

- **Recepcionista:** Encargada o encargado de recibir y atender las y los clientes.
- **Administrador:** La persona que planifica, organiza, dirige y controla todos los procesos del establecimiento. Su labor es gestionar eficientemente el establecimiento.
- **Chef:** Responsable de la cocina, su responsabilidad es conseguir que los clientes se sientan satisfechos de lo consumido.
- **Meseros:** Son las personas que tienen contacto con las y los clientes, su función es lograr que estén bien atendidos, y debe conocer todos los servicios que brinda el restaurante ante cualquier consulta de las y los clientes.

## Artículo 21.

### Equipos y utensilios



#### EQUIPOS:

Maquinarias y muebles como: licuadora, batidoras, mesas, sillas, cocina, hornos, lavadora de platos, etc.

#### UTENSILIOS:

Todos los enseres de cocina, vajillas y cristalería.

- Los equipos y utensilios **deben ser de material lavable**, sin protuberancias y fácil de limpiar y desinfectar. Se recomienda que las mesas de trabajo y otros enseres sean de acero inoxidable.
- **No se recomienda materiales porosos**, como madera.
- **La cocina debe contar con una campana** para la extracción de vapores y olores.
- **El personal que labora en la cocina debe ser responsable de la limpieza** de los equipos y utensilios utilizados. El personal debe ser permanentemente capacitado.

## Artículo 22.

### Control de plagas



- El restaurante debe contar con un **plan de control de plagas**, el cual se debe dar a conocer a todo el personal.
- También debe contar con un **plan de fumigación**, el cual debe realizarse cada lapso de tiempo.
- El **control de plagas debe estar programado** para el interior del establecimiento, así como para el exterior.



## Artículo 23.

### Buenas prácticas sanitarias



- El personal deberá ser **capacitado en buenas prácticas** para el manejo de alimentos.
- El empresario debe tener un **programa de capacitación del personal**.
- El personal **debe llevar el cabello bien sujetado** durante las horas laborales, uñas bien recortadas y limpias.





# **TÍTULO IX**

*Protocolos sanitarios de operación  
Covid - 19*



## Artículo 24. Aspectos generales

---

**Elaborar el “Plan para la vigilancia, prevención y control de la Salud de los Trabajadores** con riesgo de exposición de COVID-19” de acuerdo con lo establecido a la Resolución Ministerial N° 972-2020-MINSA, así como lo dispuesto en el presente protocolo sectorial.

**Evaluar la clasificación del riesgo de los puestos de trabajo generados en su actividad**, de acuerdo con las condiciones propias del establecimiento.

Las y los trabajadores deben completar una Ficha de Sintomatología COVID-19 (Anexo 2 de la RM 972-2020-MINSA), que será entregada por el empleador.

Cumplir la Resolución Ministerial N° 822-2018/MINSA, “Norma sanitaria para el Funcionamiento de Restaurantes y Servicios Afines” y sus modificatorias.

**Brindar el servicio en los horarios y en las modalidades que establezcan las autoridades nacionales**, en atención a la clasificación de nivel de riesgo de cada región.

**Publicar su oferta u otra información necesaria de manera clara** y visible en todos los medios por los que se ofrecen los productos y servicios, con la finalidad de evitar el riesgo de contagio.

**Evitar el uso o compartir artículos que son reutilizables**, como cartas, menús, envases de condimentos y cualquier otro recipiente para alimentos.

**Considerar la distancia mínima de 1.5 metros entre consumidores de diferentes mesas**. En caso de distancias menores considerar el uso de barreras físicas (mamparas, micas, otros de fácil limpieza y desinfección).

**Habilitar los espacios abiertos como terrazas, jardines o patios** como zonas de atención, considerando siempre la distancia de 1.5 metros mínima entre usuarios de diferentes mesas. Si la distancia es menor, considerar el uso de barreras físicas de fácil limpieza y desinfección de acuerdo con lo establecido en el Decreto Supremo N° 187-2020-PCM y la Resolución Ministerial N° 091-2021-VIVIENDA.

**Cumplir con las disposiciones dadas** por el Ministerio de Vivienda, a través de la Guía para el uso temporal de espacios públicos colindantes a restaurantes y servicios afines autorizados, así como establecimientos culturales y de arte.

**Los cubiertos no deben entregarse expuestos**, los condimentos deben entregarse en porción individual, caso contrario, los envases no descartables que se utilicen deben ser lavados y desinfectados después de cada uso.

**Los restaurantes y servicios afines que se encuentren dentro de mercados o centros de abastos** deben cumplir con lo establecido en el presente Protocolo Sectorial.

**Se recomienda una estancia máxima en el establecimiento de 1.5 horas.**

Se recomienda que el **Libro de Reclamaciones sea virtual**.

Se recomienda **registrar la información necesaria para realizar la trazabilidad en caso de sospecha o confirmación de contagio** para tomar las acciones correctivas necesarias

**Implementar el trabajo remoto o teletrabajo en aquellos puestos** que no precisen de asistir al centro de trabajo; así como para las y los trabajadores con factores de riesgo para la COVID-19. Se debe realizar un seguimiento clínico a distancia.

**Al identificar un caso con fiebre o sintomatología de COVID-19 que lleve a la categorización de caso sospechoso, la empresa define los mecanismos que empleará para realizar la toma de la prueba rápida.** De presentarse un resultado reactivo del trabajador, comunicará a la familia y se reportará al Sistema Integrado para COVID-19 (SISCOVID-), a través del aplicativo NotiCovid:

<https://app7.dge.gob.pe/noticovid/>



- Colocar puntos de desinfección en el salón.
- No se utilizará mantelería.
- Las zonas de recreación y buffets deben mantenerse cerrados.
- Los ascensores en los restaurantes y servicios afines deben restringirse solo para el acceso de personas con discapacidad, embarazadas y adultos mayores.

## Artículo 25.

### Medidas preventivas sanitarias y operativas



Equipos de protección de personal (EPP)

- **El empleador debe cumplir con los lineamientos de medidas de protección personal** de acuerdo con lo establecido en el ítem 7.2.6. de la Resolución Ministerial N° 972-2020-MINSA.
- **Se debe considerar que los EPP son usados en función de los puestos de trabajo** con riesgo de exposición a SARS-CoV-2, según su nivel de riesgo (Anexo 3 de la Resolución Ministerial N° 972-2020-MINSA).
- Los EPP que deben portar los empleados se componen principalmente de los siguientes: **Trabajadores de ambientes de mediano riesgo deben cumplir con el mínimo estándar de mascarillas quirúrgicas** (descartables) o de lo contrario la combinación de mascarillas comunitarias con caretas o protectores faciales. Los trabajadores de bajo riesgo deben utilizar mascarillas comunitarias como mínimo estándar de protección, las cuales pueden ser reutilizables y lavables; y el empleador debe asegurarse de brindarle al menos tres (3) unidades para poder cambiarlas y lavarlas diariamente, otros a usar según el nivel de riesgo de puesto de trabajo: careta facial, gafas de protección, guantes, cofia, delantal plástico.

*Para aquellos alimentos que requieran una manipulación directa, previa al consumo inmediato (maki, pelado y cortado de frutas/verduras, entre otros), se debe utilizar guantes de primer uso.*

**Resolución Ministerial 822-2018/MINSA**



- Durante la atención, el personal de servicio (mozo, azafata, etc.) debe respetar el distanciamiento de al menos 1.5 metros con la o el cliente cuando este tenga puesta la mascarilla.
- Si la y el cliente se retira la mascarilla, la distancia entre el personal de servicios y la y el cliente debe ser de mínimo 2 metros. De no ser posible esto, el personal de servicio debe utilizar protector facial adicional a la mascarilla, respetando el distanciamiento social de al menos 1.5 metros.
- Realizar el cambio de los EPP descartables diariamente o cada vez que sea necesario.

## Instalaciones y Servicios

### Requisitos básicos



- El administrador deberá respetar el distanciamiento social en las áreas correspondientes (preparación, barra, recepción, almacenes, vestuario, salón, etc.), de acuerdo con la normativa vigente.
- Señalizar las filas de espera, respetando el distanciamiento social de al menos 1,5 metros.
- De ser posible, contar con un sistema de reserva para evitar aglomeraciones.
- Garantizar el aprovisionamiento suficiente de jabón líquido, papel toalla y/o secador de manos y soluciones desinfectantes en los servicios higiénicos y áreas de proceso.

*Las empresas que utilicen secadores de manos eléctricos deben evidenciar que realizan adecuados procesos de mantenimiento, limpieza y desinfección para estos equipos.*

- **El personal de atención al cliente (barra, caja, despacho, etc.) debe mantener una distancia de 1.5 metros** con el cliente. De no ser posible, implementar barreras físicas (por ejemplo, pantallas o mamparas).
- **Los ambientes se deben mantener ventilados** de manera natural o con sistemas mecánicos que aseguren la circulación de aire.



### Abastecimiento de agua

**Contar con suministro permanente de agua potable** para realizar las operaciones. En caso de desabastecimiento de agua potable, se procede a detener las operaciones de la empresa.



### Saneamiento

La empresa, antes del reinicio de sus actividades, debe realizar el saneamiento integral de las instalaciones, el mismo que debe ser evidenciado a través de los certificados correspondientes (desinfección, desratización, desinsectación y limpieza de reservorios de agua).



### Limpieza y desinfección

- **La empresa debe contar con protocolos o plan de limpieza y desinfección de todas las áreas** y superficies empleadas para los distintos procesos.

*Nota: Para la limpieza y desinfección de superficies vivas e inertes se pueden tomar como referencia lo establecido en el Anexo N° 02.*

- **Limpiar y desinfectar todos los ambientes de alto tránsito y superficies** que entran en contacto con las manos (del personal o clientes) con la mayor frecuencia posible.

### Disposición de residuos sólidos



- La disposición de los residuos sólidos generales se realiza de acuerdo con lo establecido en el Decreto Legislativo N° 1278, "Ley de Gestión Integral de Residuos Sólidos" y la Resolución Ministerial N° 099-2020-MINAM.
- **Implementar tachos o recipientes** rotulados con tapa vaivén o accionado con pedal para el descarte de los EPP (mascarillas y guantes).
- El personal que manipule estos residuos debe utilizar EPP adecuados para el descarte de estos y realizar adecuados procesos de lavado con agua y jabón y desinfección de manos.

### Servicios higiénicos y vestuario



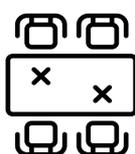
- **Contar con espacios exclusivos que permitan almacenar la ropa de calle** separada de la indumentaria de trabajo.
- **Los servicios higiénicos deben ser limpiados y desinfectados** diariamente y cada vez que sea necesario.

### Equipos sanitarios



**Disponer de un punto de lavado o desinfección de manos al ingreso de la empresa** y en las zonas de mayor tránsito que debe incluir material informativo sobre el correcto lavado o desinfección de manos ubicado en la parte superior.

### Distribución de mesas y clientes



- **Organizar la ubicación de las y los clientes al ingreso del salón.** Se recomienda numerar mesas para facilitar la ubicación y evitar aglomeraciones.
- **En las barras, la distancia entre clientes solos o grupos familiares** debe ser de 2 metros, de no ser posible, implementar separadores físicos.
- **La distribución de mesas debe realizarse respetando la normativa vigente** sobre el distanciamiento social y el uso de equipos de protección personal, bajo responsabilidad de la empresa que brinda el servicio.



### Personal

- **Verificar el uso de mascarillas.**
- **Controlar la sintomatología del personal** diariamente (ver Anexo N° 01).
- **Controlar la temperatura corporal del personal al ingreso de la empresa con un termómetro infrarrojo clínico.** Se indicará la evaluación médica de síntomas de la COVID-19 a todo trabajador que presente la temperatura mayor a 37,5°C o con síntomas respiratorios; deberá retornar a su domicilio (para aislamiento domiciliario) y se debe gestionar el tratamiento y seguimiento correspondiente.
- **Realizar la desinfección del calzado** al ingreso de la empresa.
- **Verificar el lavado con agua y jabón** o desinfección de manos.
- **La empresa es responsable de verificar que la indumentaria del personal** se encuentre limpia antes del inicio de sus actividades.

### Consideraciones durante el desarrollo de las actividades



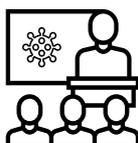
- **Al toser o estornudar, siempre deben estar con la mascarilla puesta.**
- **Evitar tocar los ojos, nariz y boca** sin lavarse las manos con agua y jabón previamente.
- **El personal de atención al cliente (bar, caja, despacho, etc.) debe lavarse con agua y jabón y/o desinfectarse las manos** después de cada atención y cuando el caso lo amerite, particularmente luego de realizar cobranzas y/o pagos y/o recibir propinas.
- **Cuando el cliente se retire, se debe recoger todo el servicio (vajilla, cubiertos, y cualquier otro elemento usado por el cliente) de la mesa sin sacudir.** Luego de ello, todo deberá ser lavado y desinfectado.
- **Limpiar y desinfectar las superficies que entraron en contacto con el cliente** (sillas, mesas, mamparas o separadores físicos) y prepararlas para la siguiente atención.

### Consideraciones al finalizar las actividades



- **Al final de la operación del día se debe limpiar y desinfectar** el salón, mobiliario y equipos.
- **Realizar la desinfección de manos con el lavado con agua y jabón, y colocarse los equipos de protección personal (EPP)** necesarios para el retorno a casa.

### Sensibilización y capacitación



- **Gestionar la sensibilización y capacitación de todo el personal** antes del reinicio de las actividades.
- **Las capacitaciones sobre medidas frente al COVID-19** deben ser registradas y documentadas.



### Consideraciones sobre la y el cliente

- **La empresa no brindará atención a las y los clientes que no cumplan con las medidas** preventivas establecidas.

### Antes del ingreso al salón



- **Verificar el uso de mascarilla** y el estado de conservación e higiene.
- **Controlar la temperatura** con termómetros infrarrojos.
- **Colocar medios para la desinfección** del calzado (pediluvios, tapetes, rociadores entre otros).
- Comunicar al cliente que **el lavado con agua y jabón y/o desinfección de manos es obligatorio.**

### Dentro del salón



- **Los precios y disponibilidad de platos deben ser difundidos mediante carteles informativos**, publicaciones virtuales, medios digitales o en individuales de papel descartables.
- **El armado de las mesas se deberá realizar en presencia de los comensales**, evitando la exposición innecesaria de las vajillas, utensilios, etc.
- **Tomar el pedido a través de medios digitales** o del personal de servicio.
- **De ser posible implementar medios auxiliares para el traslado de pedidos** (carritos, guerdón, etc.).
- **Indicar a los clientes que el retiro de la mascarilla debe realizarse al momento de consumir los alimentos**, posterior a ello deben volver a colocársela.

### A la salida del salón

- **Hacer uso de EPP** y desinfectarse las manos.





## Artículo 26.

### Vigilancia sanitaria

- **Los restaurantes y servicios afines están sujetos a vigilancia sanitaria por parte de la autoridad municipal** según la jurisdicción, para vigilar el cumplimiento de las medidas de bioseguridad establecidas en el presente protocolo.
- **El Ministerio de Salud (MINSA)**, a través de sus organismos descentralizados, **brindará asistencia técnica y acompañamiento a las municipalidades** para que realicen una adecuada vigilancia de las medidas preventivas sanitarias, debiendo cumplir los documentos normativos vigentes relacionados con los restaurantes y servicios afines establecidos en el presente protocolo.
- **La vigilancia sanitaria y de bioseguridad debe ser realizada por personal adecuadamente identificado**, idóneo, capacitado en temas sanitarios de alimentos y medidas de bioseguridad. Asimismo, deben cumplir con lo dispuesto sobre las condiciones de higiene, vestimenta y llevarán los artículos necesarios para la inspección sanitaria, que se exige para los manipuladores de alimentos. Se debe cumplir con todas las medidas preventivas de bioseguridad establecidas por la empresa, para evitar el contagio de COVID-19.





# TÍTULO X

## *Servicio a domicilio*

En este se recoge información de la Resolución Ministerial N°163-2020-PRODUCE, que aprueba el Protocolo Sanitario de Operación ante la COVID-19 del Sector Producción para el inicio gradual e incremental de actividades, de la Fase 1 de la "Reanudación de Actividades", en

materia de servicio de entrega a domicilio (delivery) por terceros para las actividades: i) "Restaurantes y afines autorizados para entrega a domicilio y/o recojo en local", y ii) "Comercio electrónico de bienes para el hogar y afines".

## Artículo 27.

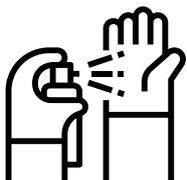
### Finalidad



La finalidad de implementar el servicio de reparto a domicilio es **incrementar las posibilidades de venta** del sector gastronómico, brindándole una solución al cliente que no desea trasladarse hasta el local de manera presencial, recibiendo el mismo producto y atención como si hubiera ido personalmente a la empresa, para evitar el contagio de COVID-19.

## Artículo 28.

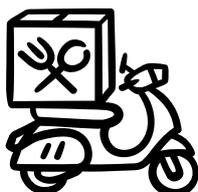
### Objetivo



**Cumplir con los estándares sanitarios y comerciales** previamente establecidos por la compañía, así como los protocolos establecidos para dicha actividad por parte del gobierno central y las autoridades competentes del sector, tanto de salud como de transportes.

## Artículo 29.

### Ámbito de aplicación



El servicio a domicilio será realizado por las empresas del sector gastronómico y de los comercios afines, **a través de movilidades de reparto motorizadas o no motorizadas**, las cuales pueden ser propias o a través de compañías especializadas para el reparto de productos alimenticios, bajo los protocolos y estándares de atención establecidos por la empresa y las autoridades competentes en beneficio de las y los clientes.



## Artículo 30.

### Disposiciones básicas



- En la cadena de distribución y comercialización de los productos **se debe considerar el uso de medidas de protección de los trabajadores** en los puestos que tengan contacto con los clientes haciendo uso de barreras físicas, si fuese necesario.
- **Para la entrega de pedidos al usuario/ consumidor, este se realizará tomando en cuenta la distancia recomendada** (1.5 metro) entre persona y persona, en todo momento evitar aglomeraciones y contaminación. La forma de entrega del pedido considerará el uso de un elemento que permita dejar el producto en una superficie por encima del piso.

Se tomarán en cuenta los siguientes pasos:

Paso **01** Dejar el producto sobre la superficie y alejarse al menos dos (2) metros.

Paso **02** Solicitar al cliente que recoja el producto de la superficie.

Paso **03** Proceder con la desinfección de manos y elementos usados en el reparto.

- Para asegurar una operación controlada y evitar aglomeraciones de repartidores independientes, **se realizará una proyección diaria de horas de alta y baja demanda.** De tal modo, se limitará la conexión de repartidores independientes a los aplicativos, limitándose a la demanda proyectada y evitando aglomeraciones en espacios públicos.
- **Se deberá realizar la vigilancia de salud de los trabajadores de manera permanente,** a la probable aparición de comorbilidades relacionadas a la exposición a otros factores de riesgo, como son los ergonómicos (jornadas de trabajo, posturas prolongadas, movimientos repetitivos y otros), factores de riesgo psicosocial (condiciones de empleo, carga mental, carga de trabajo, doble presencia y otros), u otros dentro del plan de vigilancia de Seguridad y Salud en el Trabajo.
- Reparto de Material de Protección: **Cada aplicativo realizará la entrega de kits de Protección a los Repartidores Independientes** que se conectarán al Aplicativo y se realizará la reposición de este Kit según lo vayan necesitando. El kit de protección contará con los siguientes materiales:



## Artículo 31.

### Disposiciones sanitarias

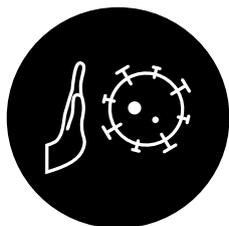


#### Empleo de Equipos de Protección Personal (EPP)

- **Los EPP de bioseguridad** como guantes, mascarillas quirúrgicas o comunitarias, lentes de protección u otros **serán usados en función al riesgo de la actividad** que realiza el personal y serán proporcionados por la empresa por aplicativo.
- **Se deberá extremar la frecuencia de cambio o renovación de los EPP** en función al nivel de riesgo de exposición a COVID-19 de cada puesto de trabajo.

#### Lavado y desinfección de manos

- Se deberá definir un procedimiento para el lavado de manos. **La aplicación de este procedimiento no puede ser menor a 20 segundos.** El tiempo adicional dependerá de varios otros factores como: tipo de residuo a remover, presencia de callos y callosidades en las manos, piel seca o grasosa, y otros propios de la actividad.
- **La desinfección se realizará con agente desinfectante a base de alcohol** u otros. Es un complemento del lavado de manos.
- Tener en cuenta que **el uso de guantes descartables proporciona una sensación falsa de seguridad** en el personal y puede llevar a que no se laven las manos de manera regular y adecuada.



**Limpieza y desinfección en los Centro de Control.** Cada aplicativo implementará Centros de Control en cada ciudad donde opere.

Como **requisito obligatorio para poder atender pedidos a través de los aplicativos, los repartidores independientes deberán asistir a los Centros de Control**, cada día, a efectos de pasar por los siguientes procesos obligatorios y así ser habilitados o dados de alta en el aplicativo para la prestación de servicios:



**Desinfección diaria:** Se llevará a cabo un proceso regular de limpieza de los maletines y vehículos de transporte de los repartidores independientes. Todos los días se deberá realizar desinfección por aspersion u otro medio de dichas superficies.



**Medición de Temperatura:** Se realizará la medición de temperatura a cada repartidor independiente utilizando un termómetro. El termómetro deberá ser de tipo digital infrarrojo, a fin de no tener contacto con el trabajador. Se debe llevar un registro diario de los resultados del control de temperatura. La temperatura corporal no debe exceder los 38 °C.

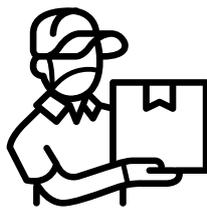


**Verificación de uso de material de protección:** se verificará que cada repartidor independiente cuente con todos los equipos de protección otorgados por los aplicativos para su seguridad.



## Artículo 32.

Disposiciones  
de control  
operativo



Identificar a los trabajadores considerados como grupo de riesgo frente al COVID-19. **Este grupo de trabajadores no deberá participar en las labores que implique un contacto físico con las personas.** Se mantendrán en cuarentena domiciliaria hasta el término de la emergencia sanitaria nacional; establecido por el gobierno en el Decreto Supremo N° 008-2020-SA, realizando teletrabajo o trabajo remoto, sujeto a estricto seguimiento clínico a distancia, por su empleador. Su regreso al trabajo se realizará con el informe del médico ocupacional correspondiente. Estos criterios pueden actualizarse en atención a evidencia de morbilidad que modifiquen los factores de riesgo.

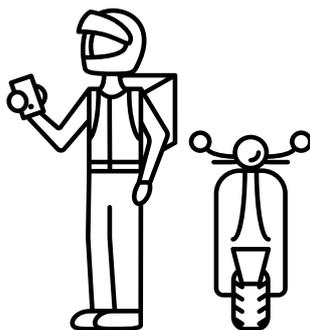
## Medidas de Prevención y Protección contra la COVID 19

### a) Acciones tecnológicas para la prevención:

- **Deshabilitar** método de **pago en efectivo**.
- **Deshabilitar firma en el aplicativo del repartidor** independiente para validar cobro de orden.
- **Habilitar únicamente comercios aliados** que se encuentren permitidos de operar por parte del Estado.
- Para asegurar una operación sana y evitar aglomeraciones en los establecimientos, se deberá **disponer de una proyección de la demanda esperada**, para obtener el número necesario de repartidores independientes por hora.

### b) Medidas de prevención en comercios aliados:

- Para evitar la saturación de comercios aliados y, por ende, la aglomeración de repartidores Independientes en los establecimientos, **se disminuirá la cobertura del comercio aliado limitando el ingreso de pedidos** y se desactivará cuando la cantidad de pedidos asignados a esa tienda disminuya.
- Para esto **se establecerán volúmenes máximos y mínimos de pedidos en progreso** para cada tienda, según su operativa habitual.



**c)**  
**Medidas de  
 protección  
 personal  
 aplicadas al  
 repartidor  
 independiente  
 previo al  
 ingreso a un  
 comercio  
 aliado:**

- **Evitar aglomeraciones.**
- **Estacionar el vehículo respetando señalizaciones y distancias.**
- **Tomar lugar según orden de llegada,** respetando los espacios y distancias, avanzando según amerite.
- **Medición de su temperatura corporal,** al Ingresar a un comercio aliado
- **Proceder a lavar y desinfectar las manos.**
- **Retirar producto** y proceder directamente a la entrega de este.

**d)**  
**Medidas de  
 Protección  
 Personal en  
 el Comercio  
 Aliado**

- **Evitar aglomeraciones:** Todos los aplicativos deben contar con la tecnología necesaria para reducir la demanda en caso un comercio aliado se sature, de esta manera se controlan las aglomeraciones de repartidores independientes que se encuentran a la espera de un pedido.
- Asimismo, **cada aplicativo mantiene una constante comunicación los comercios aliados** mediante los canales de comunicación previstos.

*\*Solo aplica a restaurantes y afines: Al recibir un pedido, los comercios aliados deben establecer un "tiempo de cocción" que indica el tiempo que demorarán en tener listo y empaquetado el pedido. Los comercios aliados deberán cumplir obligatoriamente con el tiempo de cocción que se establezca en cada pedido. De esta manera, se garantiza que cuando el repartidor Independiente llegue a recoger el pedido, ya se encontrará listo para ser entregado. De esta manera, se reduce el tiempo de espera de los repartidores independientes, evitando su aglomeración de repartidores independientes en los locales de los comercios aliados.*

**Marcación de áreas:**

Los comercios aliados deben definir un espacio para la espera y entrega de pedidos a los repartidores independientes. Se debe asegurar que los espacios estén debidamente marcados para que ellos no tengan contacto cercano frecuente a menos de dos (2) metros de distancia con otros repartidores independientes o con el público en general. Cada aplicativo exigirá a los comercios aliados la marcación de áreas y el cumplimiento mediante sus canales de comunicación internos.

1



**Toma de temperatura y verificación de equipos de protección personal:**

Los comercios aliados deberán tener personal ubicado en la entrada del establecimiento, responsable de la toma de temperatura de los repartidores independientes. El nivel de temperatura deberá estar por debajo de 38°C. Adicional a esto, se deberá verificar el uso de los equipos de protección personal: mascarilla, guantes y alcohol gel. Ambas variables son restrictivas para determinar el ingreso al punto de recojo.

2



**Limpieza y desinfección de manos:**

Cada comercio aliado debe tener disponible un espacio para lavado de manos. Deben asegurarse de que cada repartidor independiente haya aplicado el uso de alcohol gel de manos antes de recibir el pedido con el fin de garantizar la higiene previo a la entrega.

3



**Empaque seguro:**

El comercio aliado será responsable de aplicar adhesivos para asegurar el sellado de los empaques de los pedidos que se entregarán a los repartidores independientes con el fin de garantizar que los productos no queden expuestos a ningún contacto antes de llegar al usuario final. Se debe contemplar usar doble bolsa o inclusive bolsa de seguridad para aislar los productos.

4



#### **Superficie limpia:**

Cada comercio aliado será responsable de realizar una limpieza frecuente del mostrador y/o de la superficie de entrega de pedidos a los repartidores independientes.

5



#### **Entrega sin contacto:**

Cada comercio aliado debe implementar un proceso para la entrega de pedidos sin contacto entre el personal de tienda y el repartidor independiente. Se debe habilitar una zona para dejar el pedido a efectos de que el repartidor lo recoja. Se debe garantizar que cada repartidor independiente mantenga a una distancia mínima de dos (2) metros.

- (i) Los restaurantes y servicios afines son responsables del cumplimiento de las condiciones sanitarias de los alimentos que se preparan culinariamente como parte de la cadena alimentaria: desde la adquisición de los insumos e ingredientes para la preparación del alimento, hasta que estos llegan al consumidor. Asimismo, garantizan el distanciamiento social de al menos un (01.5) metros entre el personal que interviene en cada una de las fases de la cadena alimentaria; y, deben cumplir con las disposiciones que apruebe el gobierno.
- (ii) Mochila para la prestación del servicio de reparto. El repartidor independiente deberá aplicar un líquido desinfectante en el interior y exterior de la mochila, antes y después de la entrega de cada pedido. La mochila debe ser utilizada exclusivamente para este fin. Debe estar limpia (sin polvo, tierra, insectos, restos de empaques, restos de alimentos, entre otros). Se debe aplicar métodos de limpieza periódicamente. Esta desinfección la realizará el repartidor antes y después de realizar cada pedido. El cierre del contenedor o caja debe asegurar el aislamiento del alimento del exterior a fin de prevenir la contaminación cruzada.

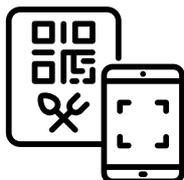




# TÍTULO XI

## *Digitalización*

## Artículo 33. Carta digital



- La carta digital es parte de las nuevas herramientas tecnológicas de información, evitando el contacto físico y la propagación de la Covid-19.
- Debe estar escrita con coherencia, organización y claridad, y en un lenguaje apropiado y conciso, con una actitud cortés o amable, y corrección ortográfica, puesto que la finalidad de toda carta es, por lo general, causar una reacción favorable en el destinatario y generar un pedido.

En estos tiempos, debido a las restricciones sanitarias tenemos que cambiar algunos hábitos en los restaurantes; por esta razón, es muy importante la generación de menús digitales a través de códigos QR.

### Generación de códigos QR para carta

Con el Código QR puedes reemplazar tu menú físico por uno digital. Todo lo que necesitas es imprimir un código QR en lugares de fácil acceso como paredes, ventanas, puerta o en la propia mesa de tu restaurante.

Para cambiar el menú, sólo tienes que subir un nuevo archivo PDF sin tener que preocuparte de reimprimir. El Código QR te permite editar el contenido tantas veces como quieras.

## ¿Cómo convertir tu menú en código QR?

La primera parte es que crees tu menú digital en Google Docs, que es el editor de texto de Google (análogo a Microsoft Word), ya que cuenta con la ventaja de ser online.

Para acceder a Google Docs, necesitas crear una cuenta de Gmail para poder crear tu primer documento online. Una vez que tienes acceso, podrás entrar a este enlace:

<https://docs.google.com/document>



Para crear tu primer documento, se recomienda buscar en Google **"plantillas de menú para Google Docs"** y encontrarás una gratuita que puedas reutilizar.

Con el diseño final de tu restaurante, el siguiente paso es crear un enlace que te permita convertirlo en un código QR. En la parte superior derecha de la pantalla del documento, selecciona la opción "compartir".

En la sección de "Obtener enlace", selecciona la opción de "Cambiar a cualquier usuario con el enlace". Esto permitirá hacer el documento público y evitar que les pida permisos para acceder.

Una vez que seleccionas la opción de "Cambiar a cualquier usuario con el enlace", te aparecerá otra pantalla en la cual tienes que verificar que los usuarios solamente tengan acceso como "lectores" para evitar que hagan cambios, verifica que diga "Cualquier usuario con el enlace" y listo.

El siguiente paso es convertir ese Google Doc en un código QR que se pueda escanear para que las y los comensales puedan acceder a él sin necesidad de tener contacto con el personal.

Para esto tendrás que buscar un generador online gratuito de códigos QR (existen gran variedad en Internet) y pegar el enlace de tu Google Doc.

Una vez que se descargue tendrás un código QR, el cual podrá ser escaneado por los comensales para acceder a tu menú digital. Haz la prueba y verifica que esté funcionando.

## Artículo 34. Redes sociales

Es importante para **todo restaurante tener presencia y posicionamiento a través de las diversas redes sociales** (Instagram, Facebook, TikTok, etc.) Allí se debe poner una descripción del negocio, compartir el logotipo, slogan o valores del restaurante; es recomendable mostrar el negocio con datos de contacto o tipo de platos que se ofrecen, así como ofertas especiales y menú del día. Asimismo, se sugiere crear contenido (anuncios, imágenes, video) acorde al tipo de restaurante.

Es recomendable que siempre coloques la siguiente información:



## Artículo 35. Página web



La página web se utiliza para informar sobre el restaurante a las y los clientes actuales e incluso facilita encontrar nuevos. Por ello, la página web de un restaurante **debe ser diseñada de manera que ayude a los clientes en el proceso de toma de decisiones sobre los pedidos.**

Actualmente, es común que las y los clientes antes de visitar un restaurante se informen del menú en Internet ¿Qué tipo de comida se ofrece? ¿Qué precio tienen los platos? ¿El ambiente corresponde a lo que están buscando? Las páginas web de los restaurantes facilitan a los posibles clientes encontrar la oferta gastronómica que están buscando y que más se adecue a sus preferencias.

El tamaño de la web de un restaurante depende, en primer término, de la variedad de objetivos que persigue, es importante planificar las siguientes subpáginas:

- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
-

## Artículo 36. Reservas vía online



La página web y/o redes sociales deben darte la opción de poder hacer **reservaciones**, ya sea de forma directa o a través de un operador o community manager. El lenguaje para este proceso debe ser lo más formal posible y se debe buscar guiar al cliente.

Como parte de las reservas online primero se debe comunicar el nombre del restaurante (verbal o escrita), es importante responder rápidamente en caso de darse la comunicación por redes sociales, debemos buscar orientar y dar las mejores opciones para que el potencial comensal pueda hacer su reservación de una manera adecuada.



## Artículo 37.

### Medios de pago digitales

En los últimos años, el mercado está viviendo un boom en el uso de medios de pago digitales, como las tarjetas de crédito, tarjetas de débito y los monederos electrónicos.

Por esta razón, **el restaurante debe brindar a los comensales diferentes opciones de pago complementarias al pago en efectivo.**



#### Pago con tarjetas de crédito o débito

Es positivo incluir este método de cobro, puesto que se les ofrece a las y los clientes distintos métodos de pago, como es el caso de las tarjetas de débito o crédito. Además, **el público puede aprovechar promociones especiales por usar la tarjeta como medio de pago frecuente.**

#### Pago con Monederos Electrónicos

**Los monederos electrónicos o billeteras digitales son aplicativos móviles con los que se puede enviar y recibir dinero de manera totalmente gratuita** las 24 horas del día. Para ello, solo necesitas el número celular de tus contactos o un código QR. Existen diferentes opciones de monederos electrónicos en el mercado, tales como Yape, Tunki, Plin, Bin, entre otros. Es importante tener la máxima cantidad de opciones en nuestro restaurante para que el comensal pueda pagar con diversos métodos.

## Artículo 38.

### Relación con influencers



Como parte de su estrategia de publicidad, el restaurante puede hacer uso de la imagen de un influencer, ya sea del medio gastronómico o no; sin embargo, debemos destacar que el contenido del mensaje que debe enviarse tiene que estar directamente relacionado con el restaurante y **no debe tener ningún tipo de publicidad engañosa o contenido que busque menoscabar la imagen de otros restaurantes.**



## Artículo 39. Facturación electrónica



Existen muchas ventajas para los restaurantes que utilizan un sistema de facturación electrónica:

- Con la facturación electrónica **se ahorra tiempo, tanto para las y los clientes que ya no deben esperar su factura**, como para el restaurante, gracias a que el proceso de la captura de datos se hace con posterioridad.
- Gracias a lo anterior **se puede ofrecer un mejor servicio** en dos aspectos importantes para este tipo de negocio que son en tiempo y forma del servicio.
- Con la facturación electrónica **es muy sencillo de realizar la recolección de datos**, en comparación con otros sistemas internos.
- Gracias a la facturación electrónica puede contar con una base de datos robusta con la que **también puede realizar otro tipo de actividades como una estrategia de marketing** que con seguridad beneficiará de gran forma al negocio.
- Con este sistema **puede generar más tráfico en el sitio web de tu restaurante**, gracias a que en muchos casos se les pide a los clientes que descarguen su factura directamente en la página web del restaurante.
  - Ahorro de espacio
  - Eficiencia en los procesos internos del restaurante
  - Control de lo que se vende
  - Vinculación con otras áreas del restaurante
  - Ahorro de todo tipo de costos

El proceso de facturación electrónica para restaurantes y cualquier otro tipo de sociedad puede parecer tedioso y en muchas otras ocasiones el tiempo de implementación puede ser otro factor que lo complejiza aún más; sin embargo, **en esta guía le brindamos las siguientes condiciones para que siga estos pasos e inicie con la facturación electrónica** del restaurante:



- **Busca un proveedor para facturar electrónicamente:**

Al buscar un proveedor de software para facturar electrónicamente, se debe tener en cuenta que debe ser un proveedor que esté autorizado.
- **Acompaña la implementación de tu software de facturación electrónica:**

La facturación electrónica del restaurante se debe implementar en la forma que más se ajuste al negocio, por esta razón se debe acompañar este proceso.
- **Tramita la firma digital:**

Para verificar la autenticidad de cada factura electrónica que se emite es importante que se cuente con una firma digital debidamente certificada.





## **TÍTULO XII** *Atención del cliente y buenas prácticas en el consumo*

### **Artículo 40.** Información

La siguiente información debe estar siempre a disposición de las y los clientes con el fin de facilitarles la orden de sus pedidos. A la vez, esto ayudará a hacer transparentes los procesos en tu negocio:

## *Lista de Precios*

- Los precios de los productos que se expenden en el restaurante deben encontrarse en carteles informativos al exterior del establecimiento, para que pueda ser consultada por las y los clientes antes de ingresar al local.
- Si la atención es en salón o terrazas gastronómicas, es preferible que las cartas puedan ser sencillas, descartables y/o de preferencia digitales, a fin de que las y los consumidores no tengan la necesidad de tomar las cartas de manera física, de no ser posible, se debe considerar la opción de que estas sean descartables o fáciles de desinfectar antes y después de cada uso.
- Si vendes productos por medios digitales, será necesario brindar también la lista de precios por ese mismo medio a través de publicaciones virtuales.
- Los precios que se ofrecen deben indicar el costo final de cada plato o bebida, incluyendo el IGV y otros cargos o comisiones que resulten aplicables.
- Si alguno de los productos se ofrece en dólares u otra moneda, se debe informar, así como su equivalente en soles, así como el tipo de cambio aplicado. Esta información tiene que ser colocada de manera visible en el mismo tamaño de letra y condiciones de la lista de precios.
- Si vendes productos envasados, debes informar el peso y su precio equivalente de manera clara, asegúrate también de que tus productos envasados cuenten con el etiquetado correspondiente (ingredientes, fecha de vencimiento, registro sanitario, entre otros).

## Ingredientes

- Los platos que se ofrezcan a las y los clientes deben ser elaborados con los ingredientes ofrecidos en la carta o el menú y de acuerdo con las características y cualidades promocionadas.
- No olvides tener un manejo adecuado para su correcta conservación y uso, cuidando la contaminación cruzada a fin de evitar enfermedades por transmisión alimentaria.

## Medios de Pago

- Promueva el uso de medios de pago digitales, así como estrategias de "cero contacto". Es importante recordar que se debe informar a los clientes si existe alguna diferencia en el precio por el uso de estos medios de pago (tarjeta de débito, crédito u otros).
- Esta información debe ser brindada previamente a través de carteles o avisos de forma visible y accesible al restaurante, pues es muy importante que la misma esté disponible antes de que se efectúe el pago.

## Artículo 41. Servicios adicionales

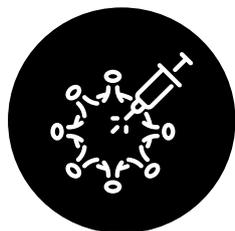


Si se cuenta con el servicio de entrega a domicilio, se debe cumplir con el tiempo de entrega ofrecido. Si el servicio a domicilio puede ser solicitado por aplicativo, se debe tener en cuenta que estas plataformas deben implementar un canal de comunicación para que las y los consumidores reporten casos de incumplimiento de los protocolos de higiene y seguridad, así como cualquier irregularidad al momento de entregar el producto, el cual deberá encontrarse en óptimas condiciones.



## Artículo 42.

### Calidad y seguridad de los productos



Los productos que se expendan, además de distinguirse por su sazón y buen sabor, **no deben representar un riesgo para la salud de los clientes**. Por ello, es importante que se vigile que todo el proceso de preparación cumpla con las normas sanitarias emitidas por la Autoridad de Salud.

- El restaurante debe contar y cumplir con el “Plan para la vigilancia, prevención y control de la salud de los trabajadores con riesgo de exposición de la COVID-19” y todos aquellos protocolos emitidos por el Gobierno para la prevención del Coronavirus. **Se debe fomentar su cumplimiento controlando el aforo previsto, las medidas sanitarias y horarios de atención.**
- El cuidado de la limpieza e imagen del restaurante es de suma importancia; para ello, **se debe mantener en todo momento una política de orden y limpieza**. Recuerda que, si se mantiene el establecimiento limpio y en orden, este dará una imagen de cuidado y generará confianza en los clientes. Parte de esta política también incluye la imagen del personal que labora en el local, según lo establecido en los protocolos sanitarios emitidos para restaurantes y negocios afines por las autoridades competentes.
- Asimismo, **es importante promover y proteger los datos personales que los clientes brindan** al momento de contratar los servicios. Igualmente, se debe brindar toda la seguridad necesaria en las transacciones virtuales que se ponen a disposición de estos.

## Artículo 43.

### Alertas de productos y servicios peligrosos



Una forma de garantizar la seguridad de los productos que se utilizan en el restaurante es **conocer si los insumos que se emplean en su preparación o los productos envasados** que se expenden directamente no presentan riesgos para la salud y seguridad de las y los clientes.

Con el fin de contar con esta información, **el Indecopi ha implementado el Sistema de Alertas de Productos y Servicios Peligrosos**, a través del cual se comunica a la ciudadanía acerca de los productos o servicios comercializados en el territorio nacional que podrían poner en riesgo la salud o seguridad de las y los consumidores.

Para más información de las alertas publicadas por el Indecopi, visita la web y suscríbete para conocer si algún producto puede generar un riesgo a la salud de tus clientes:

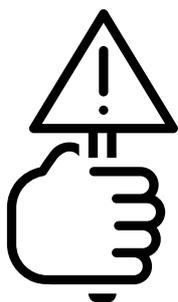
[www.alertasdeconsumo.gob.pe](http://www.alertasdeconsumo.gob.pe)



## ¿De dónde se obtiene la información que se publica en el Sistema Web de Alertas del Indecopi?

El sistema web de alertas recoge información que se obtiene de:

- Los **reportes de los proveedores** que, de manera habitual, comercializan fabrican, elaboran, manipulan, acondicionan, mezclan, envasan, almacenan, preparan, expenden, suministran productos o prestan servicios de cualquier naturaleza y que identifican un riesgo en estos.
- **Del monitoreo de las redes internacionales** de alertas de seguridad de productos.
- **De las alertas proporcionadas por las entidades públicas competentes**, como la Dirección General de Salud Ambiental e Inocuidad Alimentaria (Digesa) y la Dirección General de Medicamentos, Insumos y Drogas (Digemid).
- **De los reportes de riesgos que brinden las asociaciones de consumidores** o las y los consumidores de forma directa.



### ¿Por qué es importante?

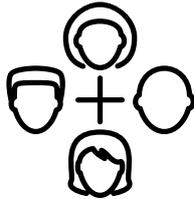
Porque permite que la ciudadanía, además de conocer que un producto ha sido alertado, pueda saber cuáles son las medidas adoptadas por el proveedor y las entidades públicas competentes, con el fin de eliminar o reducir el riesgo y/o peligro, ello con el objetivo de seguir las indicaciones brindadas en la alerta a fin de resguardar su salud y seguridad.

### ¿Cómo se puede reportar un producto o servicio peligroso?

Si adviertes que alguno de los insumos que has adquirido para la elaboración de los productos tiene una presentación no usual o ha generado una afectación a la salud de sus clientes, debes reportarlo como un riesgo de producto y/o servicio a través del siguiente enlace: <https://www.alertasdeconsumo.gob.pe/incidente>.

## Artículo 44.

### Trato inclusivo e igualitario



- **Un restaurante puede marcar la diferencia en su servicio rechazando y previniendo cualquier acto de discriminación**, asimismo, promoviendo una protección especial a aquellos consumidores que se encuentren en condición de vulnerabilidad.
- **Será identificado como un generador del cambio** si cada una de las acciones que desarrolla en su local se realizan resaltando el respeto por las personas.

## Artículo 45.

### Comercio electrónico



- El comercio electrónico o e-commerce **es definido como la venta o compra de bienes o servicios que se realiza a través de redes informáticas** como métodos específicamente diseñados para recibir o colocar pedidos (OECD, Panorama del Comercio Electrónico. Políticas, tendencias y modelos de negocio 2020).
- **Los proveedores deben informar detalladamente las condiciones y restricciones de acceso a las promociones.** Asimismo, deben contar con mecanismos que garanticen la protección de los datos personales de los consumidores y la seguridad de las transacciones. Para ello, las tiendas online deben contar con un certificado digital de seguridad (mostrando un candado en la parte superior izquierda del navegador).

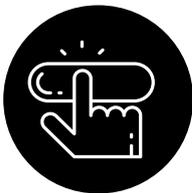


### ¿Qué debemos considerar al establecer un e-commerce?



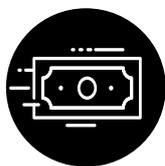
- Poner a disposición de las y los consumidores información del proveedor (nombre o razón social y su dirección).
- Brindar información relevante sobre los productos y su precio.
- Contar con canales de atención pre y postventa.
- Las publicaciones e información de los productos deben estar en idioma castellano.
- Cumplir con los plazos de entrega ofrecidos.
- Simplificar las políticas de devolución o cambio de bienes.

### Recomendaciones sobre la información que deben contener los productos.



- Nombre o denominación del producto.
- País de fabricación.
- Señalar el contenido neto del producto.
- Fecha de vencimiento.
- Condiciones de conservación.
- Composición del producto.
- Advertencias del riesgo o peligro que se pudiera derivar de la manipulación del producto.

**Establecer medios de pagos seguros e informar sobre estos:**



● **Envíos de dinero**

Son transferencias de dinero que se pueden realizar incluso de forma anónima, siendo posible identificar al emisor por el código generado por la misma plataforma.

Este sistema no exige el intercambio de datos bancarios entre vendedor y comprador.

● **Pago contra entrega**

Es la modalidad de envío de paquetes, en la cual se paga cuando se recibe el paquete. Es un método de pago seguro con escasa participación de los sistemas digitales.

● **Transferencia bancaria**

Este método de pago permite enviar una cantidad de dinero desde una cuenta bancaria a otra. La principal ventaja respecto de otros medios de pago es que no es necesario introducir ningún dato en el sitio web.

● **Pago con tarjeta**

Modalidad más utilizada por las tiendas virtuales. La única información necesaria para realizar el pago está contenida en la propia tarjeta de crédito/débito.





# TÍTULO XIII

## *Autorizaciones para el funcionamiento de restaurantes*

- *El Indecopi cuenta con competencia para identificar e inaplicar las barreras burocráticas que restrinjan las actividades empresariales de manera ilegal o irracional.*
- *Una barrera burocrática es una exigencia, requisito, limitación, prohibición y/o cobro que impone cualquier entidad, dirigido a condicionar, restringir u obstaculizar el acceso y/o permanencia de los agentes económicos en el mercado.*

Para que un restaurante pueda realizar sus actividades y operar requiere de una autorización (Licencia de funcionamiento), la cual es otorgada por la municipalidad provincial y distrital del lugar donde estará ubicado.

Para emitir una licencia de funcionamiento para restaurantes, las municipalidades solo pueden evaluar los siguientes aspectos:

- (i) Zonificación y compatibilidad de uso: evaluación realizada por la municipalidad para verificar si la actividad económica desarrollada resulta compatible con la categorización del espacio geográfico establecido en la zonificación.
- (ii) Condiciones de Seguridad de la Edificación: la municipalidad verifica el cumplimiento de las condiciones de seguridad de la edificación referentes a los riesgos de incendio, colapso, electrocución y caídas.

Los requisitos y tiempos del procedimiento para obtener la licencia de funcionamiento dependerán de la calificación de riesgo, tal como se muestra a continuación:

<b>Requisitos y tiempos para obtener la Licencia de funcionamiento</b>	
<b>Riesgo bajo o medio</b>	<b>Riesgo alto o muy alto</b>
Solicitud	Solicitud
Declaración jurada de cumplir las condiciones de seguridad en edificación.	Documentación señalada en el Reglamento de Inspecciones Técnicas de Seguridad en Edificaciones.
Aprobación automática.	Silencio positivo.
Plazo de 2 días para el otorgamiento de la licencia.	Plazo de 8 días para realizar la inspección técnica de seguridad en edificaciones y otorgar la licencia.
Inspección técnica de seguridad en edificaciones se realiza de manera posterior al otorgamiento de la licencia.	Inspección técnica de seguridad en edificaciones se realiza de manera previa al otorgamiento de la licencia.

Fuente y Elaboración: DDP - PRODUCE

En ese sentido, si se necesita una licencia de funcionamiento para el restaurante con nivel de riesgo bajo, deberá presentarse la solicitud y declaración jurada sobre la seguridad del establecimiento, tras lo cual la municipalidad Distrital deberá otorgar la licencia en el plazo máximo de 2 días hábiles, sin mediar supervisión previa del local.

En cambio, si el restaurante posee un nivel de riesgo alto, se deberá presentar la documentación adicional especificada en el Reglamento de Inspecciones Técnicas de Seguridad en Edificaciones. Asimismo, la inspección a cargo de la municipalidad distrital se realizará de manera previa a la emisión de la licencia, la cual, de cumplir con todos los requisitos, será expedida dentro de los ocho días posteriores.

Recuerda que, en ambos casos, es necesario que se verifique si la ubicación del restaurante es compatible con la zonificación establecida en el distrito.

La licencia de funcionamiento tiene vigencia indeterminada y permite hacer servicio de entrega a domicilio (delivery) sin necesidad de realizar ningún trámite adicional.

Finalmente, teniendo en cuenta que los restaurantes, así como cualquier emprendimiento, pueden requerir de la colocación de anuncios publicitarios para extender su marca en el mercado, es importante que se tengan en cuenta los siguientes puntos para obtener su licencia de anuncios publicitarios:

<b>Obtención de autorización de anuncios publicitarios</b>
Requisitos: Son determinados por la municipalidad, los cuales deben estar relacionados con aspectos de infraestructura y localización del anuncio.
La vigencia de la autorización es indeterminada, salvo que se alteren las condiciones existentes al momento de su emisión. Por tanto, la municipalidad no puede exigir la renovación del permiso.
La municipalidad no puede solicitar la presentación de más de dos ejemplares de la documentación requerida.
Deberá tenerse en cuenta las dimensiones máximas establecidas por la municipalidad.
La tasa que la municipalidad cobre, debe estar necesariamente en función del costo del servicio, nunca en función del tipo o género del contenido del anuncio.
La municipalidad realizará una supervisión de la colocación del anuncio previa al otorgamiento de la autorización y luego una posterior.
Solo podrá colocarse el anuncio una vez que la municipalidad haya otorgado la autorización o una vez haya operado el silencio positivo.

Fuente y Elaboración: DDP - PRODUCE

*Recuerda que, si alguna municipalidad establece requisitos, exigencias, plazos o prohibiciones distintos a los mencionados, puedes contactarte con el Indecopi para denunciar tu caso, para lo cual tienes dos opciones:*

<b>Denuncia informativa</b>	<b>Denuncia formal</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gratuita.</li> <li>• Dará aviso o alerta sobre la imposición de una barrera burocrática sin iniciar un procedimiento.</li> <li>• Puede presentarla de tres maneras: carta simple, correo electrónico o mensaje de WhatsApp.</li> <li>• Anónima.</li> <li>• La barrera burocrática debe estar contenida en una norma de alcance general.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pago único de una tasa administrativa (No necesitas contar con un abogado).</li> <li>• Denunciará la imposición de una barrera burocrática mediante un procedimiento.</li> <li>• Además, puede solicitar: pago de costas y costos, dictado de medida cautelar y/o aplicación de una sanción.</li> <li>• A título personal.</li> </ul>
<p>El Indecopi puede iniciar una investigación y, eventualmente, un procedimiento de oficio.</p>	<p>La Comisión de Eliminación de Barreras Burocráticas (ubicada en Lima o en tu región) recibe la denuncia e inicia un procedimiento contra la entidad.</p>

Fuente y Elaboración: DDP - PRODUCE

## Criterios del Indecopi para tener presente:

### **Sobre el otorgamiento de Licencias de Funcionamiento**

En las Resoluciones 0418-2018/SEL-INDECOPI del 17 de diciembre de 2018 y 0085-2020/SEL-INDECOPI del 8 de junio de 2020, la Sala Especializada en Eliminación de Barreras Burocráticas (SEL) ha señalado que las municipalidades se encuentran impedidas de establecer requisitos adicionales a los dispuestos en el artículo 7 del texto Único Ordenado de la Ley 28976, Ley Marco de las Licencias de Funcionamiento, por lo que cualquier exigencia adicional a las dispuestas en la referida norma, constituyen barreras burocráticas ilegales.

De acuerdo con lo expuesto en la Resolución 0230-2021/SEL-INDECOPI del 16 de marzo de 2021, la SEL indicó que los requisitos solicitados por las municipalidades para el otorgamiento de licencias de funcionamiento, deben estar contenidos expresamente en sus respectivos Textos Únicos de procedimientos Administrativos (TUPA), siendo que tales entidades no pueden requerir el cumplimiento de requisitos que no estuvieren detallados en el referido documento.

En la Resolución 0519-2021/SEL-INDECOPI del 10 de agosto de 2021, la SEL resaltó que las municipalidades se encuentran prohibidas de evaluar, para el otorgamiento de licencias de funcionamiento, otros aspectos distintos a los de Zonificación y compatibilidad de uso y Condiciones de Seguridad de la Edificación, según lo previsto en el artículo 6 del texto Único Ordenado de la Ley 28976.

### **Sobre el otorgamiento de autorizaciones para la colocación de anuncios publicitarios**

La SEL en diversos pronunciamientos, tales como, las Resoluciones 0345-2018/SEL-INDECOPI, 0372-2018/SEL-INDECOPI, 0420-2019/SEL-INDECOPI, 0485-2019/SEL-INDECOPI, entre otras, ha establecido que las municipalidades no se encuentran habilitadas para imponer un plazo de vigencia a las autorizaciones para la colocación de anuncios publicitarios ni para regular lo que dice y la forma en que se presenta el contenido de los mensajes publicitarios

Fuente y Elaboración: DDP - PRODUCE





# **TÍTULO XIV**

*Gestión de quejas y reclamos /  
Libro de Reclamaciones*

## **Artículo 46.** Mecanismos de solución de conflictos



### **a. Libro de Reclamaciones**

El Libro de Reclamaciones es una herramienta útil para la atención de las quejas y reclamos de las y los consumidores.

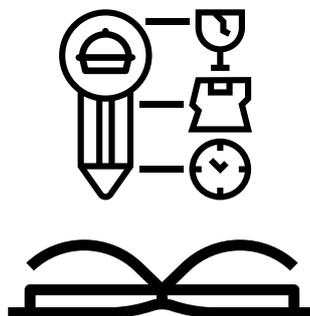
**¿Cuáles son los beneficios de contar y utilizar el Libro de Reclamaciones?**

- Fortalecer la excelencia en la atención al cliente.
- Conocer el grado de satisfacción de tus clientes.
- Facilitar la solución inmediata de las quejas y reclamos, mitigando el riesgo de ser sancionado por infringir las normas de protección al consumidor.

Aspectos para considerar:

- Una queja es una disconformidad que no se encuentra relacionada a los productos expendidos o a los servicios prestados, por lo general está relacionada con la atención al público. Por otra parte, un reclamo es toda disconformidad relacionada a los productos expendidos o a los servicios prestados.
- Todo proveedor que expendan productos u ofrezca servicios en un establecimiento comercial abierto al público debe contar con un Libro de Reclamaciones en cada uno de dichos establecimientos y exhibir en un lugar visible y fácilmente accesible al público un aviso que indique su existencia.
- Los proveedores que cuenten con un Libro de Reclamaciones Virtual (por ejemplo, cuando está contenido en una computadora o Tablet) deberán apoyar al consumidor en ingresar su queja o reclamo. En estos casos debe contar con un Libro de Reclamaciones de Respaldo (formato físico) para los casos en los cuales no sea posible hacer uso del Libro de Reclamaciones Virtual.
- Se debe habilitar un orden de atención preferente para los que deseen presentar un reclamo o queja.
- Cuando el consumidor registra un reclamo, el proveedor debe dar respuesta por escrito en un plazo máximo de 30 días calendarios, prorrogable por otro plazo igual.
- No se puede condicionar la atención del reclamo al pago previo del producto o servicio materia de reclamo.

## ¿Qué hacer frente a un reclamo?



Como proveedor tiene dos opciones:

- **Coniliar:** En caso de llegar a un acuerdo con la o el consumidor, deberás pedirle que registre su conformidad en la Hoja de Reclamación a través de la frase "acuerdo aceptado para solucionar reclamo" (o cualquier frase similar) y su firma en señal de conformidad.
- **No conciliar:** En caso de no llegar a un acuerdo con el consumidor, deberá responder el reclamo por escrito en el plazo de ley antes descrito (30 días calendario).

Es importante recordar que:

- La formulación de una queja o reclamo en el Libro de Reclamaciones no supone limitación alguna para que los consumidores puedan utilizar otros mecanismos de solución de controversias.
- Si las partes llegan a un acuerdo, este pone fin a la controversia.
- En los casos en los que el Indecopi realice una primera supervisión a un restaurante que tenga la calidad de microempresa que no cumpla con las normas sobre el Libro de Reclamaciones, se llenará un acta con una advertencia para que corrija su conducta en un plazo de cinco días hábiles, en caso no lo haga se le podrá aplicar una multa.

## Arbitraje de Consumo

Es un mecanismo gratuito, voluntario y rápido que permite la solución de conflictos entre consumidores y proveedores. Te permite llegar a una solución con tus clientes si es que no se encuentra de acuerdo con la respuesta que le brindes a su reclamo, para lo cual debes afiliarte y/o adherirte a este mecanismo.

### ¿Cuáles son los beneficios de afiliarse (o adherirse) al Sistema de Arbitraje de Consumo?

- El proveedor puede utilizar el logotipo oficial de Arbitraje de Consumo en su publicidad, vitrinas, papel membretado y otros medios de difusión.
- Pueden utilizar la adhesión como una estrategia de fidelización con sus clientes.
- De surgir un inconveniente, tiene la oportunidad de solucionarlo a través de un acuerdo.
- El proceso es sencillo (digitalizado), no es necesario que acudas a las oficinas del Indecopi.
- No hay multa.

Aspectos para considerar:

- La adhesión implica que los proveedores eligen al Arbitraje de Consumo como mecanismo de solución de cualquier conflicto que pueda surgir con sus clientes.
- La adhesión da la oportunidad al proveedor de utilizar el logotipo del Arbitraje de Consumo, el cual puedes ver a continuación:



- Si una empresa utiliza el logotipo significa que, si sucediera algún inconveniente cuando un consumidor adquiere uno de sus productos o contrata uno de sus servicios, te ofrece un mecanismo administrado por el Indecopi para resolver el problema de manera sencilla, gratuita y rápida.
- Para adherirse al Arbitraje de Consumo se debe enviar el formato de solicitud de adhesión:

<https://bit.ly/3t8X7lA>



Este debe ser llenado por el titular del negocio o su representante y remitido al correo:

[arbitrajedeconsumo@indecopi.gob.pe](mailto:arbitrajedeconsumo@indecopi.gob.pe)



Este trámite es totalmente gratuito.

Se debe tener en cuenta que:



- El Arbitraje de Consumo **implica la intervención de un tercero independiente e imparcial llamado árbitro**, quien se encarga de resolver la controversia entre la y el consumidor y la y el proveedor.
- Durante el Arbitraje de Consumo, **las partes pueden llegar a un acuerdo**. En caso contrario, el árbitro tomará una decisión para dar solución a la controversia.
- **El proveedor que tenga la calidad de microempresario podrá acudir al Arbitraje de Consumo, en calidad de consumidor**, siempre que tenga inconvenientes con un proveedor de productos y servicios distintos al de su giro de negocio.
- El arbitraje de consumo es excluyente, es decir, **la o el consumidor que inicia un proceso arbitral de consumo no puede, en paralelo o después, presentar una denuncia administrativa** por los mismos hechos contra el proveedor.



# TÍTULO XV

## *Gestión y posicionamiento de marca*

El mundo actual es de las marcas. Las empresas, sin importar su tamaño o rubro, que no tengan la capacidad de generar y gestionar sus marcas correctamente están destinadas a desaparecer.

La gestión de marca no es otra cosa que el esfuerzo de los empresarios de posicionarla, es decir, que la marca ocupe un lugar en la mente de su cliente; este posicionamiento se construye a partir de la percepción que

tiene el consumidor de nuestra marca, de forma individual y respecto de la competencia. Mantenerla vigente, que capte el interés de más clientes y que no pierda los ya ganados, es parte del trabajo de posicionamiento de marca.

Es importante entender:

### **¿Qué es una marca?**

Una marca es cualquier signo que sirve para identificar y diferenciar productos y servicios en el mercado. Una marca puede ser una palabra, combinaciones de palabras, figuras, símbolos, letras, cifras, formas determinadas de envases, envolturas, formas de presentación de los productos, o una combinación de estos elementos, entre otros. Al momento de adquirir un producto o servicio en el mercado, el consumidor elige una determinada marca debido a que la asocia a una calidad y características determinadas.

Cuando registras una marca, te conviertes en el dueño y en el único autorizado para usarla en el Perú. Registrarla no es obligatorio, ni tampoco es un requisito para iniciar actividades comerciales, pero es la manera más efectiva de evitar que otras personas se copien o imiten, y tomen ventaja del prestigio que hayas ganado. Además, el registrar una marca te permite conceder una licencia a otras empresas, lo que representaría una fuente adicional de ingresos. Las marcas también pueden ser objeto de acuerdos de franquicia.

El registro de marca dura 10 años y se puede renovar de manera consecutiva, es decir, cada 10 años y de manera indefinida.

¿Cuáles son los pasos que debes seguir para registrar una marca?

**Paso 1:** Elige la marca usando creatividad, sin copiar otras marcas existentes en el mercado.

**Paso 2:** Define y clasifica los productos y/o servicios. Para ello se puede emplear el buscador “Peruanizado”, ingresando al siguiente enlace:

<https://servicio.indecopi.gob.pe/appNIZAWeb/>



**Paso 3:** Descarta que no haya marcas previamente solicitadas o registradas que puedan impedir el registro de la marca elegida para los mismos productos o servicios o para productos o servicios con vinculación competitiva. Para ello se puede emplear el buscador “Busca tu marca”, ingresando al siguiente enlace:

<https://enlinea.indecopi.gob.pe/buscatumarca/#/inicio>



**Paso 4:** Te recomendamos solicitar asesoría especializada por parte del Indecopi, en especial, si el signo contiene elementos gráficos o figurativos, a través de la Plataforma de Asesoría Virtual de Marcas, ingresando al siguiente enlace:

<https://www.indecopi.gob.pe/es/web/plataforma-marcas>



**Paso 5:** Presenta la solicitud, ingresando al siguiente enlace:

<http://www.indecopi.gob.pe/tc-registro-marcas>



En ambos casos, el costo para registrar una marca es de S/534.99 y por cada clase adicional S/.533.30.





# TÍTULO XVI

## *Marca de certificación*

### *"Yo soy mype"*

El objetivo de esta intervención es certificar a las micro y pequeñas empresas (MYPES) del sector gastronómico, con un signo distintivo, el cual identifique que

han sido fortalecidas a través de los componentes del Programa Nacional "Tu Empresa" para su sostenimiento ayudando a mejorar su competitividad e incremento de sus ventas.

## ¿Qué es la marca de certificación?



Es un signo distintivo que **se aplica a productos y servicios ofrecidos por las empresas, cuya calidad y condiciones han sido previamente garantizadas** por el titular de esta, distinto del fabricante o de quien presta el servicio.

La marca de certificación YO SOY MYPE, de titularidad del Ministerio de la Producción (PRODUCE), con la debida autorización, se podrá utilizar conjuntamente, por ejemplo, con la marca de servicio del restaurante u otro signo distintivo.

## ¿Quiénes pueden usar la marca de certificación YO SOY MYPE?

La marca de certificación **puede ser usada por diferentes personas, naturales o jurídicas**, con la debida autorización de su titular, a través de un proceso de certificación de los servicios de restaurante.

## ¿Cuáles son las ventajas de usar la marca de certificación YO SOY MYPE?

La marca de certificación YO SOY MYPE **otorga una posición privilegiada a las MYPES que la usan para el desarrollo de actividades comerciales**, especialmente en medio de la pandemia causada por la COVID – 19, puesto que su misma naturaleza se centra en la necesidad de garantizar condiciones específicas de los servicios que certifica, como por ejemplo:

- Formalización
- Gestión empresarial
- Digitalización
- Desarrollo productivo
- Acceso al financiamiento

De esta manera se permite alcanzar el fortalecimiento y posición de las MYPES y así ayudar a generar la confianza necesaria en los ciudadanos para incentivar su consumo. Esta estrategia no solo beneficia al sector gastronómico, sino a toda su cadena de valor y actores vinculados, pudiendo ayudar a la reactivación económica de los mismos.



En ese sentido, el Programa Nacional “**Tu Empresa**”, realizará un diagnóstico situacional de cada MYPE seleccionada por los gobiernos subnacionales, en conjunto con los gremios y otros actores involucrados, a través de una ficha de diagnóstico, para determinar oportunidades de mejora de estas empresas, las cuales serán capacitadas en base a tres ejemplos: gestión empresarial, digitalización y gestión de la calidad, con el fin de fortalecerlas y otorgarles la marca de certificación **YO SOY MYPE**.

Pasos por seguir:

- Los gobiernos subnacionales junto con los principales gremios **identificarán y seleccionarán a un conjunto de MYPES gastronómicas**, las cuales remitirán sus respectivas fichas de diagnóstico al Programa Nacional “Tu Empresa”. Este proceso permitirá la estandarización y agrupación por nivel de madurez.
- Esta selección **debe estar categorizada por restaurantes especializados en desayunos, almuerzos y cenas**, con lo cual se buscará cubrir todo el espectro para incentivar la promoción del sector.
- En atención a los resultados obtenidos **se realizará una serie de capacitaciones y talleres** en temas relacionados a desarrollar las capacidades en gestión empresarial, digitalización y buenas prácticas sanitarias, con el apoyo de nuestros aliados, a través de una serie de cursos.
- Al finalizar las capacitaciones, **se realizará una evaluación a cada una de las MYPES** con el objetivo de poner en práctica los nuevos conocimientos adquiridos.
- **Aquellas empresas que hayan implementado las buenas prácticas empresariales, digitales y de calidad, serán acreedoras de la marca de certificación YO SOY MYPE** que permitirá identificarlas como MYPES seguras y responsables en su sector, buscando así generar confianza en nuestros ciudadanos al momento de adquirir sus servicios.
- Asimismo, **las MYPES serán beneficiadas con el respaldo de los gobiernos subnacionales, principales gremios, otros actores involucrados**, así como del Programa Nacional “Tu Empresa”, a través de campañas de difusión, por medio de los principales medios de comunicación y redes sociales.

## ESTRATEGIA DE CERTIFICACIÓN MYPES SELECCIONADAS



*Para el desarrollo económico sostenido de las intervenciones propuestas, se requiere contar con alianzas tanto con los gobiernos subnacionales, así como con las instituciones públicas y/o privadas para que puedan seguir otorgando beneficios a favor de las MYPES.*





# TÍTULO XVII

## *Anexos*

# Anexo N° 01

<b>Ficha de sintomatología de la COVID - 19 Para Regreso al Trabajo Declaración Jurada</b>		
He recibido explicación del objetivo de esta evaluación y me comprometo a responder con la verdad.		
Empresa o Entidad Pública:	RUC:	
Apellidos y nombres:		
Área de trabajo:	DNI:	
Dirección:	Número (celular)	
En los últimos 14 días calendario ha tenido alguno de los siguientes síntomas:		
	SI	NO
1.Sensación de alza térmica o fiebre.		
2.Tos, estornudos o dificultad para respirar.		
3.Expectoración o flema amarilla o verdosa.		
4.Contacto con persona(s) con un caso confirmado de COVID-19.		
5.Está tomando alguna medicación (detallar cuál o cuáles)		
Todos los datos expresados en esta ficha constituyen declaración jurada de mi parte. He sido informado que de omitir o declarar información falsa puedo perjudicar la salud de mis compañeros de trabajo, y la mía propia, asumiendo las responsabilidades que correspondan.		
Fecha    /    /	Firma	

## Anexo N° 02

Guía referencial para la preparación de soluciones de limpieza y desinfección de superficies

### **OBJETIVO:**

Ofrecer recomendaciones referenciales para la preparación de soluciones de limpieza y desinfección de superficies generales.

### **ALCANCE:**

Esta guía es aplicable para la preparación de las soluciones de limpieza y desinfección de las superficies inertes y vivas.

### **TÉRMINOS Y DEFINICIONES**

#### Desinfección

Reducción por medio de agentes químicos y/o métodos físicos del número de microorganismos presentes en una superficie o en el ambiente, hasta un nivel que no ponga en riesgo la salud.

#### Limpieza

Eliminación de suciedad e impurezas de las superficies utilizando agua y jabón o detergente.

#### Superficies inertes

Aquellas como los utensilios, mesas, pisos, pasamanos, y todo objeto inerte que puede contener microorganismos en su superficie.

#### Superficies vivas

Superficies de los organismos vivos, de la materia orgánica como los alimentos, incluyendo las áreas del cuerpo humano como las manos.

## LIMPIEZA DE SUPERFICIES

### 1.1. Limpieza de superficies inertes:

- a. Preparar diariamente las soluciones al comienzo de cada turno de limpieza, para asegurar la efectividad de las preparaciones
- b. Usar agua y detergente o limpiador líquido u otras sustancias de acuerdo con la naturaleza de cada establecimiento.
- c. Utilizar paños limpios al comienzo de cada operación de limpieza.
- d. La limpieza debe avanzar de la parte menos sucia a la más sucia, y de arriba hacia abajo para que los residuos caigan al suelo y se limpien al final.
- e. Los paños sucios reutilizables serán higienizados y guardados. Los útiles de limpieza deben lavarse con detergente, enjuagarse, secarse y guardarse invertidos para que se escurran por completo.

*Nota: Cambiar los paños cuando estén deteriorados y las soluciones de detergente o desinfectante tienen que descartarse después de cada uso.*

### 1.2. Limpieza de superficies vivas:

- a. Las hortalizas, frutos, tubérculos, huevos crudos deben lavarse en el chorro de agua, retirando todo polvo, suciedad y almacenarse.

*Nota: No es necesario el uso de ningún detergente para su lavado.*

- b. Las carnes, aves y pescado, deben lavarse a chorro de agua y almacenarse.

*Nota: Los alimentos altamente perecibles no deben estar expuestos a temperatura ambiente.*



## DESINFECCIÓN DE SUPERFICIES

Queda a criterio del usuario la selección de los desinfectantes mencionados en la presente guía.

Preparar diariamente las soluciones al comienzo de cada turno, para asegurar la efectividad de la solución desinfectante.

Seis pasos para una seguridad y eficacia en el uso de desinfectantes.

- Paso 1:** Comprobar que tu producto este autorizado por la DIGESA.
- Paso 2:** Leer la fecha de vencimiento, instrucciones de uso y precauciones en el manejo.
- Paso 3:** Limpiar previamente la superficie a desinfectar.
- Paso 4:** Cumplir con el tiempo de contacto indicado en el envase.
- Paso 5:** Usar guantes y lavarse las manos.
- Pasó 6:** Mantener las tapas bien cerradas y guardar en un lugar exclusivo.

## DESINFECCIÓN DE SUPERFICIES INERTES

Soluciones desinfectantes

### **Opción 1 - Hipoclorito de Sodio al 0,1 %**

El Hipoclorito de Sodio (lejía), viene comercialmente al 5 %.

Preparación de 1 L de hipoclorito de Sodio al 0,1 %:

Medir 20 ml (cuatro cucharaditas de 5 ml cada una) de lejía al 5 %; y completar a 1 L de agua.

### **Opción 2 - Solución de alcohol al 70 %**

El alcohol viene comercialmente a 2 concentraciones:

Alcohol al 70 %, el cual estaría listo para usarse; y Alcohol Puro rectificado al 96 %.

Preparación de 100 ml de alcohol etílico al 70 %:

Medir 70 ml de alcohol al 96 %; y

Diluir en agua destilada o agua hervida fría, completar a 100 ml.

### **Opción 3 - Peróxido de hidrógeno (agua oxigenada a concentración de 0,5 % de peróxido de hidrógeno)**

El agua oxigenada viene comercialmente a una concentración de 3 % de peróxido de hidrógeno:

Preparación de 100 ml de Peróxido de hidrógeno al 0,5 %:

Medir 17 ml de agua oxigenada al 3 %; y diluir en agua destilada o agua hervida fría, completar a 100 ml de agua.

### **Desinfección de superficies vivas**

En este grupo están los alimentos como las hortalizas de hoja verde y los frutos como las fresas, uvas, entre otros, cuyo consumo es directo, inclusive con cáscara. En este caso se puede utilizar una solución de 50 ppm (partes por millón) de hipoclorito de sodio.

#### ● **Preparación de 1 L de hipoclorito de sodio a 50 ppm:**

Medir 1 ml de lejía al 5 % (puede ser fácilmente medida con una jeringa de 5 ml); Completar a 1L de agua y Hacer la dilución en un lugar ventilado.



# TÍTULO XVIII

## Bibliografía

---

CONGRESO DE LA REPÚBLICA. (s/f.). Ley Orgánica de Municipalidades (Ley N° 27972). Recuperado de [http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4\\_uibd.nsf/BCD316201CA9CDCA05258100005DBE7A/\\$FILE/1\\_2.Compendio-normativo-OT.pdf](http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/BCD316201CA9CDCA05258100005DBE7A/$FILE/1_2.Compendio-normativo-OT.pdf)

INDECOPI. (s/f.). Ley N° 29571. Código de Protección y Defensa del Consumidor. Indecopi. Recuperado de [https://www.indecopi.gob.pe/documents/127561/210787/C%C3%B3digo\\_Consumo\\_Ley29571.pdf/0528ba9f-61ca-03d9-8bfb-f434357aeb48](https://www.indecopi.gob.pe/documents/127561/210787/C%C3%B3digo_Consumo_Ley29571.pdf/0528ba9f-61ca-03d9-8bfb-f434357aeb48)  
Decreto Supremo N° 007-98- SA. Ley General de Salud (s.f). Recuperado de [https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/284610/256394\\_DS007-1998.pdf20190110-18386-1q4l45y.pdf](https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/284610/256394_DS007-1998.pdf20190110-18386-1q4l45y.pdf)

DIGESA. (s/f.). Normativa Sanitaria de Alimentos. [Diapositiva de PowerPoint]. DIGESA. Recuperado de [http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4\\_uibd.nsf/9F11388EA0C3C78705257C4500638608/\\$FILE/DIGESA-Normativasanitariadealimentos.pdf](http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/9F11388EA0C3C78705257C4500638608/$FILE/DIGESA-Normativasanitariadealimentos.pdf)

INDECOPI. (s/f.). Registro de Marcas y Otros Signos. Indecopi. Recuperado de <https://www.indecopi.gob.pe/web/signos-distintivos/registro-de-marca-y-otros-signos#marca>

COMUNIDAD ANDINA. Sistema de Gestión de Calidad de Buenas Prácticas de Manufactura y Gestión basado en la Norma Andina NA: 0079:2009. Modelo de Gestión para Micro Empresas y Pequeñas Empresas (MYPES)

☞ Instructivo par a la mejora del servicio en las ☞



 ESCANEA Y DESCARGA  
EL ARCHIVO VERSIÓN DIGITAL

