



FLAVOURS of EUROPE

Bine ați venit!



Bună ziua tuturor! Eu sunt Jana. Vă voi însoți pe parcursul acestui curs cu câteva idei, sfaturi și comentarii, cu scopul de a vă ajuta să finalizați cursul cu succes.

Rețineți câteva lucruri în prealabil:

- Fiecare modul este împărțit în unități. La sfârșitul fiecărei unități veți putea completa chestionarul de autoevaluare pentru a trece la faza următoare.
- Împreună cu materialul fiecărui modul, există mai multe materiale suplimentare pentru a vă îmbunătăți cunoștințele despre fiecare subiect:
 - **Link-uri de interes.** Site-uri web unde puteți merge pentru a vă completa informațiile.
 - **Informații suplimentare.** Câteva casete care vor apărea în text pentru a clarifica unele idei, concepte, definiții...
 - **Studii de caz.** Cele mai bune experiențe care să vă ajute să aveți o viziune practică asupra fiecăruia dintre subiecte.
- Vă stăm la dispoziție pentru a vă ajuta în tot ceea ce aveți nevoie pe parcursul acestui proces de învățare.



FLAVOURS
of EUROPE

Set de instrumente de formare Modul #1

Antreprenor în satul meu

UNITĂȚI

1. Ce este antreprenoriatul? Antreprenoriatul în mediul rural.
2. Cum să demarezi o nouă afacere prin înființarea unui punct gastronomic local în unitate de tip familial.
3. Cadrele juridice și măsurile necesare.
4. Modul de a oferi satisfacție alimentară locală.
5. Cum să asiguri și să măsoari calitatea și valoarea.
6. Cum să răspunzi așteptărilor turiștilor.
7. Alimentele, baza gastronomiei.
8. Costuri și riscuri. Cum se face o bună calculare a costurilor produsului.
9. Concluzii



Să începem

UNITĂȚI

1. Ce este antreprenoriatul? Antreprenoriatul în mediul rural.
2. Cum să demarezi o nouă afacere prin înființarea unui punct gastronomic local în unitate de tip familial.
3. Cadrele juridice și măsurile necesare.
4. Modul de a oferi satisfacție alimentară locală.
5. Cum să asiguri și să măsoari calitatea și valoarea.
6. Cum să răspunzi așteptărilor turiștilor.
7. Alimentele, baza gastronomiei.
8. Costuri și riscuri. Cum se face o bună calculare a costurilor produsului.
9. Concluzii



UNITATEA 1

Ce este antreprenoriatul? Antreprenoriatul în mediul rural.

Bine ați venit! Astăzi începeți un drum plin de provocări pentru a deveni antreprenor în zonele rurale. Știm că drumul nu este ușor, așa că dorim să vă oferim tot felul de resurse pentru a face totul mai ușor.

Și vrem să începem cu o **definiție** a antreprenorului. Există multe moduri de a defini un antreprenor.

- Un antreprenor este o persoană care întreprinde cu hotărâre acțiuni inovatoare.
- Un antreprenor este o persoană care este capabilă să identifice și să descopere un anumit tip de oportunitate de afaceri. Pe baza acesteia, el sau ea organizează resursele pentru a demara un proiect de afaceri.
- Un antreprenor localizează oportunitățile prin analiza și studierea pieței și a fluctuațiilor acesteia. În acest fel, el/ea identifică preferințele și atitudinile publicului.
- Un antreprenor adună resurse financiare, economice și umane pentru a da formă proiectului său.
- Un antreprenor pune în mișcare ideea cu determinare, înfruntând poziția sa de responsabilitate.
- Un antreprenor urmărește un vis și nu se odihnește până când acesta nu este realizat.



Sunteți deja un antreprenor pentru că ați vrut să porniți pe această cale.

Întrebare:



Cu care dintre aceste definiții vă identificați cel mai bine? Puteți oferi o definiție?





UNITATEA 1

Ce este
antreprenoriatul?
Antreprenoriatul în
mediul rural.

Unii antreprenori au competențe foarte specifice. Poate că și tu ai unele dintre acestea:

1. **Creativitate antreprenorială**, pentru a crea noi idei de afaceri.
2. **Leadership**, te va ajuta să lucrezi cu alte persoane și să stabilești un obiectiv.
3. Capacitatea de a te **adapta** și de a **gestiona schimbările**. Aceasta înseamnă să știi cum să te adaptezi la noi circumstanțe (schimbări în cererea de produse, schimbări în legislație etc.).
4. **Perseverența și orientarea către obiective**, deoarece condițiile pot fi nefavorabile la început și trebuie să știți să perseverați. Michelle Obama spunea că nu există o formulă magică pentru succes; totul se reduce la muncă asiduă, la luarea deciziilor corecte și la perseverență.
5. **Pasiune**. Un antreprenor ca tine va trebui să fie entuziast și să creadă în ideea sa pentru a o dezvolta.
6. **Încredere în sine**, pentru a aduce siguranță proiectului și echipei tale și pentru a atinge obiectivele stabilite.
7. Antreprenorul trebuie să fie o persoană **realistă** și să aibă o mare capacitate de analiză a mediului.
8. Asumarea unor **riscuri calculate** este foarte importantă pentru antreprenor pentru a nu cădea în oportunități false. Aveți grijă! Este important să nu riscați mai mult decât puteți.

Antreprenoriatul continuă să fie un domeniu în care noi, în Europa, suntem într-un dezavantaj clar în comparație cu alte țări din lume. De exemplu, o proporție mai mare de adulți americani, canadieni și australieni aflați în câmpul muncii sunt implicați în activități antreprenoriale decât colegii lor europeni.

Știați că...?



Uniunea Europeană încurajează crearea de întreprinderi și promovarea culturii antreprenoriale, în special în trei domenii prioritare:

1. *Îmbunătățirea educației și formării antreprenoriale.*
2. *Îndepărtarea obstacolelor administrative.*
3. *Promovarea culturii antreprenoriale.*





FLAVOURS
of EUROPE

UNITATEA 1

Ce este
antreprenoriatul?
Antreprenoriatul în
mediul rural.

Cea mai importantă calitate a antreprenoriatului rural constă în faptul că oamenii (ca și dumneavoastră) își generează o alternativă de angajare, astfel încât nu trebuie să părăsească mediul în care trăiesc. Această lipsă de opțiuni profesionale și de oferte de locuri de muncă este, de asemenea, legată de menținerea întreprinderilor familiale și de o mare sensibilitate la dezvoltarea și creșterea populației în mediul în care locuiesc.

Viitorul nu se află doar în așa-numitele orașe inteligente, ci și în zonele rurale. În prezent, există o mare oportunitate de dezvoltare în zonele rurale: profesioniștii de la oraș caută locuri în mediul rural pentru a-și dezvolta talentul și pentru a-și îmbunătăți calitatea vieții.

În plus, facilitățile pentru antreprenoriatul rural înseamnă că tot mai mulți oameni decid să facă saltul de la oraș la mediul rural. Programele de ajutor și un mediu cu o concurență mai redusă fac din lumea rurală o opțiune reală pentru mulți oameni care doresc să-și schimbe viața și să înceapă propria afacere.

Se pare că în mediul rural este mai ușor să propui o afacere nouă la care nimeni din zonă nu s-a gândit și să ai mai puțină concurență. Și nu numai atât, dar, de asemenea, când vine vorba de înființarea unei noi afaceri, totul, în general, este mai ieftin: costul locuinței, al unui spațiu comercial sau al unui depozit și nivelul de trai sunt mai accesibile decât în orașe.

Știați că...?



Mediul rural a fost întotdeauna necunoscut antreprenorilor din mediul urban și nu a captat interesul acestora, dar criza COVID-19 schimbă percepția pe care o aveam despre lume și va marca probabil un înainte și un după în societatea noastră, în modul nostru de lucru, în valorile noastre de viață, în obiceiurile noastre de consum și, poate, aceste schimbări pot fi o oportunitate pentru lumea rurală și pentru promovarea antreprenoriatului în acest mediu.





UNITATEA 1

Ce este
antreprenoriatul?
Antreprenoriatul în
mediul rural.

Unitatea 1

Întrebări de autocorectare

Vă rugăm să indicați răspunsul corect

ÎNTREBAREA 1

- a) Un antreprenor pune în mișcare ideea cu determinare, înfruntând poziția sa de responsabilitate.
- b) Un antreprenor pune ideea în mișcare cu determinare, în fața poziției sale de putere.
- c) Un antreprenor pune ideea în mișcare cu determinare, în fața poziției sale de interese financiare.
- d) Un antreprenor pune ideea în mișcare cu ajutoare publice, în fața poziției sale de responsabilitate.

ÎNTREBAREA 2

- a) Antreprenorul trebuie să fie o persoană realistă și să aibă o mare capacitate de analiză a mediului.
- b) Antreprenorul trebuie să fie, în primul rând, o persoană cu imaginație. Să lăsăm realismul în seama contabililor.
- c) Antreprenorul trebuie să fie prudent, dar nu realist. Realitatea nu este cea mai bună posibilă pentru antreprenori.
- d) Nici unul dintre răspunsurile de mai sus nu este corect.

ÎNTREBAREA 3

- a) Antreprenoriatul în mediul urban sau rural este

indistinct, atâta timp cât aveți idei clare.

- b) Există o mare oportunitate pentru antreprenoriatul în zonele rurale.
- c) Antreprenoriatul în zonele rurale este o greșeală gravă, din cauza lipsei de oportunități.
- d) Orașele inteligente creează o creștere a oportunităților de antreprenoriat în zonele rurale.

ÎNTREBAREA 4

- a) Costul înființării unei afaceri este o funcție directă a personalului pe care îl angajați. În zonele rurale, acest cost este mai mare.
- b) Investiția inițială pentru a începe o afacere nu depinde de zona pe care o alegeți.
- c) Costul dezvoltării unei afaceri este mai ieftin în orașe decât în zonele rurale.
- d) Costul locuințelor, al spațiilor comerciale sau al unui depozit și nivelul de trai sunt mai accesibile în zonele rurale decât în orașe.

LINK-URI
DE
INTERES



[Afaceri în Uniunea Europeană](#)

[Ce este antreprenoriatul](#)



UNITĂȚI

1. Ce este antreprenoriatul? Antreprenoriatul în mediul rural.
2. Cum să demarezi o nouă afacere prin înființarea unui punct gastronomic local în unitate de tip familial.
3. Cadrele juridice și măsurile necesare.
4. Modul de a oferi satisfacție alimentară locală.
5. Cum să asiguri și să măsoari calitatea și valoarea.
6. Cum să răspunzi așteptărilor turiștilor.
7. Alimentele, baza gastronomiei.
8. Costuri și riscuri. Cum se face o bună calculare a costurilor produsului.
9. Concluzii



UNITATEA 2

Cum să demarezi o nouă afacere prin înființarea unui punct gastronomic local în unitate de tip familial.



La fel ca în celebrul joc Trivial Pursuit, vă invităm să reflectați asupra a șase domenii sau etape pentru a crea o afacere în mediul rural pornind de la zero.

- Istoria (**Galben**). Istoria dumneavoastră personală. Cunoașteți competențele și abilitățile în care ați avut succes în trecut.
- Geografia (**Albastru**). Unde vrei să fii. Care este obiectivul tău în crearea unei companii?
- Artă și Literatură (**Maro**). Lecturi, rapoarte și documente pentru înființarea afacerii tale.
- Știință și Natură (**Verde**). Realitatea ta, mediul tău, observarea realității.
- Spectacole (**Roz**). Competențe personale. "Arta pe care o ai". Care este arma ta secretă?
- Sportivitate (**Portocaliu**). Practică.

Știați că...?



Trivial Pursuit este un joc de societate. Scott Abbott, editor sportiv la ziarul Canadian Press, și Chris Haney, fotograf la revista Montreal Gazette, au dezvoltat ideea în decembrie 1979; jocul a fost lansat doi ani mai târziu. În Statele Unite, jocul a devenit popular în 1984, când au fost vândute aproximativ 20 de milioane de exemplare. Parker Brothers (în prezent parte a Hasbro) a cumpărat drepturile asupra jocului în 1988. Până în 2004, au fost vândute aproximativ 88 de milioane de exemplare, în 26 de țări și 17 limbi.





FLAVOURS
of EUROPE

UNITATEA 2

Cum să demarezi o nouă afacere prin înființarea unui punct gastronomic local în unitate de tip familial.



ISTORIE

Experiențe anterioare

Experiențele tale vor sta la baza afacerii tale, pentru că cine s-ar lansa într-un proiect în care are puține șanse de reușită? Analizați cu ce activități ați avut succes în trecut. Chiar dacă nu ai fost încă antreprenor, suntem siguri că există experiențe pe care le poți încorpora în noul tău proiect, mai ales cele gastronomice:

- Ați gătit pentru altcineva în afară de familia dumneavoastră?
- Ați plantat, îngrijit sau recoltat produse?
- Sunteți interesat de relațiile cu oamenii?
- Ați notat rețetele părinților sau ale bunicilor dumneavoastră și ați încercat să le reproduceți ocazional?

Nu uitați:



Toate aceste experiențe vor vedea acum lumina zilei într-un mod nou și magic. Amintiți-vă care sunt acestea și notați-le. Ele vor fi foarte valoroase pentru dumneavoastră.



"Nu există un predictor mai bun al viitorului decât trecutul." (Prof. Luis Puchol)





FLAVOURS
of EUROPE

UNITATEA 2

Cum să demarezi o nouă afacere prin înființarea unui punct gastronomic local în unitate de tip familial.



GEOGRAFIE

Obiective și strategii

Totul începe cu o idee, care trebuie transformată în obiective. Nu uitați că obiectivele dvs. trebuie să fie SMART, adică:

- **Specifice:** A nu fi clar cu privire la obiectivul tău este un bun început... pentru dezastru. Luați-vă ceva timp pentru a vă gândi sincer la acest lucru. De exemplu, "creșterea vânzărilor" este departe de a fi un obiectiv specific.
- **Măsurabile:** Nu uitați să folosiți variabile pe care le puteți măsura ulterior. De exemplu: "Creșteți cu 3%" este un obiectiv măsurabil. Măsurabilitatea unui obiectiv SMART poate fi cantitativă sau calitativă.
- **Realizabile:** Trebuie să fie realizabil. Prin urmare, trebuie să faceți ca ideea dvs. să aterizeze pe obiectiv.
- **Relevante:** Nu ajungeți numai până la jumătatea drumului. Încercați să faceți ca obiectivul să fie un pic ambițios, astfel încât să vă provoace.
- **Limitate în timp:** Obiectivele trebuie să aibă o dată țintă, sau un interval de timp în care ar trebui să fie finalizate - prin urmare, limitate în timp. Acest lucru nu numai că oferă un sentiment de urgență, dar ajută și atunci când vine vorba de a analiza dacă obiectivul a fost sau nu atins cu succes.



"Nu există vânt bun pentru cel care nu știe încotro se îndreaptă." (Seneca)

Știați că...?



Strategia constă, pur și simplu, în a gândi pe termen lung. Unde ați dori să vă vedeți mica dvs. afacere peste cinci ani? Având mereu strategia în minte, va fi mai ușor să o realizați.





FLAVOURS
of EUROPE

UNITATEA 2

Cum să demarezi o nouă afacere prin înființarea unui punct gastronomic local în unitate de tip familial.



ARTĂ ȘI LITERATURĂ

Resurse pentru antreprenoriat

De ce resurse aveți nevoie pentru a vă realiza proiectul? Există multe persoane care poate au întreprins deja o întreprindere similară și care și-au sistematizat experiențele în cărți sau manuale. Pe de altă parte, este de asemenea posibil ca în regiunea dumneavoastră să existe ajutoare, birouri sau organisme de sprijin pentru antreprenori și mai ales în zonele rurale. Faceți o colecție a tuturor acestor lucruri cât mai curând posibil.

- a) Cărți și manuale despre antreprenoriat
- b) Rapoarte despre clienți
- c) Mărturii și experiențe ale altor antreprenori din orașul dumneavoastră sau din împrejurimi, care, chiar dacă nu sunt în același sector ca și dumneavoastră, vă pot spune cu siguranță impresiile lor despre clienți, piață, programe...
- d) Birourile de sprijin pentru antreprenori sunt frecvente în zonele rurale. Nu ezitați să le contactați. Cele mai multe dintre ele sunt publice și au tehnicieni care vă pot ajuta să realizați corect planul de afaceri.



"Dacă aspirațiile tale nu sunt mai mari decât resursele tale, nu ești antreprenor." (C.K. Prahalad)





FLAVOURS
of EUROPE

UNITATEA 2

Cum să demarezi o nouă afacere prin înființarea unui punct gastronomic local în unitate de tip familial.



ȘTIINȚĂ ȘI NATURĂ

Mediu înconjurător



Analiza pieței este esențială pentru planul nostru de afaceri. În cadrul acestuia vom analiza, pe de o parte, piața pe care va fi introdus produsul, dimensiunea acesteia, factorii de succes care o caracterizează, ce bariere de intrare și ieșire putem întâmpina, care este evoluția și creșterea naturală a acesteia, ritmul său ulterior și tendințele actuale. Iar, pe de altă parte, va trebui să facem o investigație amănunțită a concurenței cu care ne confruntăm pentru a oferi cel mai bun produs și a ajunge la un număr cât mai mare de consumatori. Dar stați liniștiți! Cu siguranță, pe o piață rurală, concurența va fi întotdeauna "prietenosă".



"Nu contează dacă împrejurimile tale sunt întunecate. Luminează-ți partea ta." (Anonymous)





FLAVOURS
of EUROPE

UNITATEA 2

Cum să demarezi o nouă afacere prin înființarea unui punct gastronomic local în unitate de tip familial.



SPECTACOLE ȘI divertisment

Competențe personale

Care sunt cele mai remarcabile abilități ale dumneavoastră? Sunt sigur că știi cum să faci lucruri care au un impact pozitiv asupra afacerii tale. Aceste abilități (numite abilități soft) sunt cele care vă vor îmbunătăți proiectul, relațiile cu clienții și, bineînțeles, viața personală. Care ar fi unele dintre aceste abilități?

- Gestionarea timpului.
- Vorbirea în public.
- Lucru în echipă.
- Leadership.
- Abilități de vânzare.
- Negociere.
- ... și așa mai departe până la mai mult de douăzeci.

Vă încurajăm să consolidați unele dintre aceste abilități, care vor fi foarte benefice în viitorul dumneavoastră ca antreprenor.

Întrebare: *Cu ce abilitate vă identificați cel mai bine și ce competență credeți că le puteți aduce celorlalți atunci când lucrați în echipă?*



"Când totul se schimbă... sunt necesare noi competențe". (Marta Grañó)



UNITATEA 2

Cum să demarezi o nouă afacere prin înființarea unui punct gastronomic local în unitate de tip familial.



SPORTIVITATE

Acțiuni pe care urmează să le dezvoltați

Acum trebuie să trecem la treabă. Și trebuie să o faceți pas cu pas, cu răbdare, știind că vor fi multe dificultăți prin care va trebui să treceți.

În această etapă va trebui să definiți modelul de afaceri și planul financiar, care va detalia aranjamentele financiare (cum vă veți finanța), portofoliul de bază de produse sau servicii pentru a atinge scopurile și obiectivele strategice, o declarație de venit intermediară și toate acele nevoi de finanțare pe termen scurt/mediu/lung.



"Ideea care nu încearcă să devină un cuvânt este o idee proastă, iar cuvântul care nu încearcă să devină o acțiune este un cuvânt rău." (Chesterton)



UNITATEA 2

Cum să demarezi o nouă afacere prin înființarea unui punct gastronomic local în unitate de tip familial.

Unitatea 2

Întrebări de autocorectare

Vă rugăm să indicați răspunsul corect

ÎNTREBAREA 1

- a) Experiențele anterioare nu sunt de niciun folos atunci când vine vorba de înființarea unei afaceri.
- b) **Experiența este un predictor clar al activităților în care vom reuși în viitor.**
- c) Există mulți antreprenori de succes fără experiențe personale.
- d) Niciuna dintre afirmațiile de mai sus nu este corectă.

ÎNTREBAREA 2

Un obiectiv în termeni SMART înseamnă că este:

- a) Specific, Măsurabil, Adecvat, Relevant și Temporar.
- b) Adecvat, măsurabil, realizabil, realist și limitat în timp.
- c) **Specific, măsurabil, realizabil, relevant și limitat în timp.**
- d) Durabil, semnificativ, realizabil, relevant și limitat în timp.

ÎNTREBAREA 3

- a) Mărturiile pe care vi le pot oferi alți antreprenori nu ar trebui să fie luate în considerare în afacerea dumneavoastră, dacă sunt din alt sector.
- b) Un bun antreprenor nu vă va împărtăși niciodată cheile sale de succes.
- c) Mărturiile pe care vi le pot da alți antreprenori nu

sunt importante, deoarece fiecare persoană este diferită.

- d) **Mărturiile altor antreprenori pot fi foarte interesante atunci când începeți o afacere.**

ÎNTREBAREA 4

Menționați o abilitate care nu este direct necesară pentru a începe o afacere:

- a) **Rezistența fizică.**
- b) Capacitatea de a asculta.
- c) Negociere
- d) Leadership

ÎNTREBAREA 5

- a) Strategia este disciplina care constă în stabilirea unor obiective imediate și ușor de atins.
- b) **Strategia este arta de a gândi pe termen lung.**
- c) Strategia înseamnă stabilirea unei poziționări în mintea potențialului consumator al produsului nostru.
- d) Strategia este dezvoltarea unui tablou de bord cu toate domeniile de activitate.



UNITĂȚI

1. Ce este antreprenoriatul? Antreprenoriatul în mediul rural.
2. Cum să demarezi o nouă afacere prin înființarea unui punct gastronomic local în unitate de tip familial.
3. **Cadrele juridice și măsurile necesare.**
4. Modul de a oferi satisfacție alimentară locală.
5. Cum să asiguri și să măsoari calitatea și valoarea.
6. Cum să răspunzi așteptărilor turiștilor.
7. Alimentele, baza gastronomiei.
8. Costuri și riscuri. Cum se face o bună calculare a costurilor produsului.
9. Concluzii



UNITATEA 3

Cadrele juridice și măsurile necesare.

În această unitate vom analiza un aspect fundamental, cadrele juridice la înființarea afacerii noastre.

Primul pas în înființarea unei societăți, oricât de mică ar fi aceasta, este alegerea formei sale juridice. Este de preferat să o faceți cu ajutorul unei firme de consultanță cu care să gestionați începuturile: constituirea societății, obligațiile fiscale și plata impozitelor...



De reținut: Fiecare tip de societate necesită un număr minim de asociați și de investiții (capital) și va determina răspunderea societății și a asociaților pentru datoriile societății.

Există și alte tipuri speciale de societăți, cum ar fi societățile civile sau comunitățile de bunuri, care au caracteristici diferite față de cele anterioare și sunt guvernate la nivel de impozite într-un mod diferit.

S-ar putea chiar ca în cele din urmă să alegeți să vă stabiliți ca **lucrător independent**.





După ce ați ales forma juridică care vi se potrivește cel mai bine, este momentul să vă înregistrați afacerea la Registrul Mărcilor sau Registrul Comerțului din țara dumneavoastră.

În fiecare țară sau regiune există un registru care înregistrează numărul de societăți și activitățile acestora în traficul mercantil sau, ceea ce este același lucru, al ansamblului de operațiuni ale activităților comerciale.

Acolo trebuie să verificați, prin intermediul certificatului negativ, că denumirea societății dumneavoastră este unică și că nu coincide cu cea a altei societăți.

Odată ce aveți denumirea, mergeți la bănci; la banca dumneavoastră de încredere, dar și la restul instituțiilor financiare.

Analizează ce bancă îți oferă cele mai avantajoase condiții pentru a deschide un cont pe numele companiei tale. În acel cont trebuie să depuneți capitalul social, cel minim sau cel ales.

Acest certificat, în care apar datele partenerului sau partenerilor și contribuțiile efectuate, acreditează capitalul social în constituire și va trebui să îl prezentați în fața notarului sau a funcționarului public.



***Important: Nu uitați să solicitați
certificatul de depozit, dacă banca nu vi-
l eliberează ca de obicei.***





Nu uitați: Cadrul juridic variază în funcție de țara în care vă aflați. Aceasta servește drept ghid, dar doar pentru a vă asigura că știți cum să procedați.

Cel mai bine este să obțineți informații și sfaturi de la instituția oficială din țara dumneavoastră.



Cadrele juridice & măsurile necesare

- Alegeți o **formă juridică**.
- Înregistrați afacerea la **Registrul Comerțului**.
- Alegeți o **bancă** cu beneficii pentru afacerea dumneavoastră.
- Nu uitați să cereți un **certificat de depozit**.





Unitatea 3

Întrebări de autocorectare

Vă rugăm să indicați răspunsul corect

ÎNTREBAREA 1

Ce va determina răspunderea parteneriatului?

- a) Investiția capitalului inițial.
- b) Granturile sau subvențiile.
- c) Numărul de membri.
- d) Numărul de membri împreună cu investiția de capital inițial.

ÎNTREBAREA 2

- a) Cel mai important lucru este să începeți cât mai curând posibil, activitatea administrativă și fiscală putând fi efectuată mai târziu.
- b) Înregistrarea mărcii nu este complet necesară.
- c) Ar trebui să faceți mai întâi înregistrarea mărcii și să stabiliți un plan administrativ înainte de a începe să funcționați.

ÎNTREBAREA 3

Ce document nu trebuie să uitați după ce ați oficializat contractul cu banca?

- a) Cartea dumneavoastră de identitate.
- b) Certificatul de depozit.
- c) Documentul care atestă înregistrarea dvs. ca întreprinzător.
- d) Niciun document specific.

ÎNTREBAREA 4

Pe ce ar trebui să vă bazați alegerea cadrului juridic?

- a) Pe recomandarea consilierului fiscal al unui membru al familiei.
- b) Pe intuiția mea.
- c) Ar trebui să cer întotdeauna sfatul familiei mele apropiate.
- d) Aș face un studiu amănunțit și, dacă am îndoieli, aș contacta un profesionist.



UNITĂȚI

1. Ce este antreprenoriatul? Antreprenoriatul în mediul rural.
2. Cum să demarezi o nouă afacere prin înființarea unui punct gastronomic local în unitate de tip familial.
3. Cadrele juridice și măsurile necesare.
4. **Modul de a oferi satisfacție alimentară locală.**
5. Cum să asiguri și să măsoți calitatea și valoarea.
6. Cum să răspunzi așteptărilor turiștilor.
7. Alimentele, baza gastronomiei.
8. Costuri și riscuri. Cum se face o bună calculare a costurilor produsului.
9. Concluzii

UNITATEA 4

Modul de a oferi satisfacție alimentară locală.

În această unitate vom dezvolta conceptul de satisfacție a clienților. Fără client, nu putem începe o afacere și nu o putem dezvolta.

Persoana cu care dorim să stabilim orice tip de relație comercială trebuie să primească informații pozitive din partea companiei noastre în orice moment, nu doar atunci când are loc acțiunea de cumpărare sau de consum. Înainte de a avea primul contact fizic, trebuie să îi atragi atenția astfel încât să cunoască produsul tău și să se arate interesat de el. Apoi, odată ce s-a realizat vânzarea, contactul cu clientul trebuie să fie constant (dar aveți grijă să nu deveniți plictisitor) și trebuie să puteți răspunde foarte repede, astfel încât acesta să continue să aibă încredere în dumneavoastră și să repete actul de cumpărare de mai multe ori.



Cu alte cuvinte, acțiunile pentru a obține un client mulțumit de produsul dumneavoastră pot fi următoarele:

- **Informați în mod clar.** Trebuie să fiți transparent și să informați prin canalele pe care le considerați convenabile (cele prin care publicul țintă este informat) despre ceea ce veți vinde, la ce folosește produsul dumneavoastră, care sunt caracteristicile și ce nevoie este menit să rezolve. Dacă este vorba de un restaurant, este foarte ușor. Dacă aveți de gând să vindeți alimente, trebuie să specificați proprietățile fiecăruia.
- **Spuneți întotdeauna adevărul.** Multe campanii publicitare au tendința de a exagera virtuțile și utilitățile unui produs sau serviciu. Este o strategie absurdă, pentru că nu are credit decât pe termen scurt, deoarece la prima achiziție clientul își va da seama că ceea ce a auzit este fals. În plus, din cauza neîmplinirii așteptărilor create, consumatorul va simți neîncredere față de dumneavoastră și față de produsul dumneavoastră. Acest lucru va fi un dezastru în viitor pentru tot ceea ce veți lansa nou.
- **Păstrați-vă relațiile prietenoase.** Tratatamentul în toate cazurile trebuie să fie profesionist și politicos, dar este clar că nu este același lucru să te adresezi unei persoane mai tinere decât unui public mai adult, cu o putere de cumpărare mare. Prin urmare, tratamentul trebuie să fie întotdeauna adaptat la ceea ce așteaptă consumatorul, așa că trebuie să folosiți registrul adecvat în fiecare caz.



- **Rezolvați orice nelămuriri sau întrebări în mod rapid, sigur și eficient.** Știți deja că serviciul post-vânzare este unul dintre cele mai importante instrumente pentru a obține fidelizarea clienților. Orice plângere sau problemă trebuie rezolvată rapid, astfel încât persoana să nu simtă că a fost neglijată. "Cum o putem rezolva?" ar trebui să fie fraza dvs. cea mai folosită.
- **Adaptați produsul la sugestiile ridicate.** Preferințele consumatorilor pot varia în timp, iar compania trebuie să fie capabilă să detecteze aceste schimbări. Prin urmare, este esențial să păstrați un contact strâns cu consumatorul pentru a le detecta.



Nu uitați:
preferințele clienților se
pot schimba în timp..






1. Care sunt consecințele nemulțumirii clientului?

Dacă calitatea preparatului dumneavoastră, a produsului final sau a tratamentului dumneavoastră nu reușește să satisfacă clientul, pot apărea următoarele situații:

- 1. Clientul nu repetă acțiunea de cumpărare.** Dacă clientul nu primește tratamentul așteptat sau produsul nu îi satisface nevoile, nu îl va mai cumpara și va merge să mărească lista clienților competiției. Prin urmare, este o sursă mai puțin de venit care poate avea un impact asupra rezultatului final.
- 2. Clienții nu fac îmbunătățiri sau sugestii cu privire la produs.** Un client poate continua să cumpere produsul pentru că într-adevăr corespunde așteptărilor dumneavoastră sau îi place, dar dacă nu este tratat bine poate refuza să furnizeze informații pe care le solicitați ulterior. În consecință, nu veți fi la curent cu schimbările în preferințe și nu veți putea reacționa la eventualele schimbări.
- 3. Clientul acționează ca un prescriptor negativ.** Multe afaceri au crescut datorită recomandărilor din partea unor clienți cunoscuți care au generat lanțuri de încredere care au contribuit la consolidarea afacerii. Dimpotrivă, dacă clientul nu este mulțumit, el va sfătui împotriva oricărei relații cu dumneavoastră și veți pierde potențiali clienți.



Un client mulțumit este cheia pentru a asigura succesul afacerii dumneavoastră.





FLAVOURS
of EUROPE

UNITATEA 4
Modul de a oferi
satisfacție alimentară
locală.

2. Care sunt beneficiile pentru dumneavoastră dacă un client este mulțumit?

- **Creșterea vânzărilor:** cu cât mai mulți clienți, cu atât mai multe vânzări pentru afacere și cu atât mai mare este probabilitatea de a asigura profituri mai mari.
- **Consolidarea unui venit sigur pe termen mediu și lung:** dacă clientul este mulțumit, el va repeta acțiunea de cumpărare în viitor și, prin urmare, compania își asigură un număr minim de vânzări într-o perioadă semnificativă de timp. În vederea realizării de previziuni privind viitorul pentru a întreprinde noi proiecte, este o garanție care oferă siguranță.
- **Faptul că clientul acționează ca un prescriptor pozitiv:** clientul mulțumit va sfătui persoanele din mediul său cu aceleași preferințe și nevoi să cumpere produsul. La fel, acesta o va face și cu un altul, și așa mai departe.
- **Consolidarea unei imagini de marcă:** compania reușește să consolideze o imagine de marcă care poate fi foarte utilă în diferiți termeni. În primul rând, pentru a realiza o legătură cu anumite valori. În al doilea rând, pentru că va fi mai ușor să atragă atenția consumatorului atunci când se lansează produse noi.
- **O mai mare predispoziție a pieței la încorporarea de noi produse:** clienții vor fi atenți la orice noutate care afectează compania, mai ales dacă aceasta intenționează să lanseze un nou produs pe piață.

Știați că...?



Menținerea clienților mulțumiți este cheia pentru a le asigura loialitatea și succesul afacerii dumneavoastră. Atunci când clienții sunt mulțumiți de produsul dvs., ei sunt loiali, sunt mari susținători, cumpără frecvent produsele și serviciile dvs. și își doresc cu adevărat ca dvs. să aveți succes pe piață.





FLAVOURS
of EUROPE

UNITATEA 4
Modul de a oferi
satisfacție alimentară
locală.

Pentru a vă asigura loialitatea clienților dumneavoastră, trebuie să lucrați la următoarele strategii de îmbunătățire a satisfacției clienților.

A. Înțelegeți așteptările clienților.

Nu vă puteți aștepta să vă serviți și să vă satisfaceți clienții dacă nu înțelegeți și nu le satisfaceți așteptările. Dacă nu reușiți, există o deconectare între așteptările clienților și produsul sau serviciul dumneavoastră, așa că luați măsuri pentru a o depăși. Vorbiți cu ei, trimiteți sondaje de opinie pentru clienți și cereți-le feedback.

Acționați în funcție de feedback-ul pe care îl primiți. Acest lucru va crește loialitatea clienților și îi va încuraja să ofere feedback în viitor.



B. Experimentați dumneavoastră.

Următoarea dintre strategiile de îmbunătățire a satisfacției clienților este să evaluați fiecare punct al parcursului clienților ca și cum ați fi unul dintre ei. Cu alte cuvinte: încercați produsul, jucați-vă cu el.

Există mai multe puncte de contact în care clienții dvs. interacționează înainte, în timpul sau după cumpărare. De ce să nu treceți chiar dumneavoastră prin această experiență? Înscrieți-vă pentru o demonstrație, vedeți cum funcționează procesul, înregistrați o reclamație, trimiteți-o prin e-mail și evaluați timpul de răspuns. Pare o prostie, dar este important.

Odată ce cunoașteți toate acestea la prima mână, veți ști ce domenii trebuie îmbunătățite. Astfel, procesele și operațiunile dvs. vor deveni mai eficiente, sporind experiența și satisfacția clienților.





FLAVOURS
of EUROPE

UNITATEA 4
Modul de a oferi
satisfacție alimentară
locală.

C. Conectați-vă cu furnizorii dvs. și, dacă aveți, cu echipa de vânzări.

Adesea trecută cu vederea, dar trebuie să interacționați cu echipa dvs. de vânzări în mod regulat și la nevoie. Ei sunt cei care sunt în contact direct cu clienții și știu care sunt problemele. Folosiți aceste date pentru a remedia orice deficiențe pe care le aveți în parcursul clientului.

De asemenea, este important să aveți încredere și să vă instruiți oamenii de vânzări. Lăsați-i să participe la proces și să rezolve cu pasiune problemele clienților. Acest lucru va asigura angajamentul angajaților și va reduce uzura angajaților.





FLAVOURS
of EUROPE

UNITATEA 4
Modul de a oferi
satisfacție alimentară
locală.

D. Tratați-vă bine clienții.

O strategie pentru a sprijini clienții și a asigura satisfacția clienților este să îi tratați bine. Trebuie să îi tratați cu respect, cu cea mai mare atenție și angajament. Acest lucru trebuie să se reflecte în toate echipele și procesele.

Trebuie să empatizați cu problemele lor. Dacă un client consideră că site-ul web este nefolositor sau dificil de navigat, să aveți un chat live pentru a obține acest feedback. Toate organizațiile centrate pe client se străduiesc să facă site-urile lor ușor de utilizat și atractive din punct de vedere vizual pentru a-i menține mulțumiți.





FLAVOURS
of EUROPE

UNITATEA 4
Modul de a oferi
satisfacție alimentară
locală.

E. Reduceți timpii de așteptare.

Timpii de așteptare mai mari scad semnificativ ratingurile de satisfacție a clienților. Așadar, este responsabilitatea brandului să includă printre strategiile de îmbunătățire a satisfacției planificarea și angajarea personalului de asistență. Iar acest lucru poate fi ajutat de un site web bun și de un sistem bun de vânzări electronice, dacă este vorba de un produs. Sau un sistem bun de rezervări, dacă este vorba de un restaurant.



De reținut:



Nu puteți oferi scuze clienților pentru volumul mare de apeluri, lipsa de personal, sezonul de vacanță etc. Trebuie să anticipați aceste situații și să le planificați.





FLAVOURS
of EUROPE

UNITATEA 4
Modul de a oferi
satisfacție alimentară
locală.

F. Oferiți ajutor pe mai multe canale.

Întotdeauna pot exista mici probleme pe care clienții dvs. le pot avea din cauza lipsei de informații. Puteți, dacă doriți, să le oferiți broșuri, documente și tot felul de materiale de asistență pentru a le rezolva micile îndoieli.



Clienții dvs. vor aprecia comunicarea pe mai multe canale, deoarece îi va ajuta să obțină rapid soluții (rețele de socializare, broșuri, un mesaj de e-mail...).





FLAVOURS
of EUROPE

UNITATEA 4
Modul de a oferi
satisfacție alimentară
locală.

G. Ascultați-vă clienții.

Ascultarea clienților mulțumiți și nemulțumiți este o altă strategie de îmbunătățire a satisfacției. Aflați ce funcționează și ce împiedică o experiență excelentă pentru clienți. Puteți face un sondaj simplu la sfârșitul fiecărei achiziții sau la fiecare consum.

**Țineți
mintre:**



Dacă faceți un sondaj în rândul clienților, dar nu acționați pe baza feedback-ului lor, nu îi veți face fericiți și nu veți fi eficienți.



H. Construiți comunități online.

Construirea de comunități online este o modalitate excelentă de a gestiona serviciul cu clienți, activitățile de marketing și de a răspunde la orice preocupare a clienților. De exemplu, dacă le cereți clienților dumneavoastră e-mailul sau telefonul mobil, puteți crea o listă de corespondență prin mail sau Whatsapp cu noutăți și unele anunțuri interesante. Puteți, de asemenea, să oferiți câteva informații despre un stil de viață sănătos, nutriție și unele componente ale alimentelor de care merită să țineți cont...

Comunitățile sunt o modalitate excelentă de a colecta idei despre noi alimente, componente, produse..., adică: obțineți informațiile de care aveți nevoie.



I. Asigurați-vă de satisfacția echipei dumneavoastră.

Experiența angajaților și experiența clienților sunt legate. Se știe că angajații dedicați contribuie la îmbunătățirea satisfacției clienților.

Încercați să răsplătiți eforturile furnizorilor dumneavoastră, ale echipei dumneavoastră, ale celor care vă ajută în aceste prime momente într-un mod dezinteresat... Valorizați-i și oferiți-le un mediu de lucru excelent și îmbogățiți-le experiența; nu uitați că și satisfacția clienților interni este importantă.

Liderii de afaceri trebuie să își dezvolte abilitatea de a-și motiva echipa astfel încât aceasta să se simtă satisfăcută și angajată în munca pe care o desfășoară și să o îndeplinească excelent și cu cel mai mare efort, ceea ce va face ca afacerea să fie mult mai competitivă și mai productivă.

Unul dintre cele mai relevante beneficii ale motivației la locul de muncă este angajamentul echipei și disponibilitatea acesteia de a contribui mai mult, de a performa mai bine și de a atinge obiectivele individuale și de grup.





FLAVOURS
of EUROPE

UNITATEA 4
Modul de a oferi
satisfacție alimentară
locală.

Pe lângă cele menționate, există și alte beneficii importante pentru afacerea dvs. atunci când întreaga echipă este motivată, cum ar fi următoarele:

- Productivitate mai mare, deoarece veți fi mai performanți în sarcinile dumneavoastră și veți contribui la realizarea obiectivelor.
- Nivel mai scăzut de absenteism, deoarece întreaga echipă se simte confortabil cu viața profesională.
- Îmbunătățirea nivelului de deservire a clienților, derivată dintr-o atitudine bună și o satisfacție profesională internă în cadrul echipei.
- O reputație mai bună ca angajator, ceea ce vă va permite să atrageți și să păstrați cele mai bune talente pentru compania dumneavoastră.
- Performanță mai eficientă a companiei datorită mediului de colaborare și proactivității echipei de lucru.

Motivația angajaților este la fel de importantă ca și auto-motivarea. Dumneavoastră veți fi exemplul zilnic pentru angajații dumneavoastră și trebuie să înțelegeți că imaginea pe care o dați; modul în care tratați clienții și atitudinea dumneavoastră în fața dificultăților sau a sarcinilor zilnice, va fi exemplul de urmat pentru lucrători și colegi.



Unitatea 4

Întrebări de autocorectare

Vă rugăm să indicați răspunsul corect

ÎNTREBAREA 1

Cum trebuie să fie o campanie publicitară?

- a) Trebuie să fie cât mai reală și să corespundă calităților produsului.
- b) Odată cu exagerarea în campaniile publicitare va duce la o mai mare încredere a consumatorilor.
- c) Trebuie să exagerați virtuțile produsului sau serviciului, acest lucru crește vânzările pe termen lung.
- d) Trebuie să exagerați virtuțile produsului sau serviciului, acest lucru crește vânzările pe termen scurt.

ÎNTREBAREA 2

Indicați afirmația falsă.

- a) Clientul repetă acțiunea de cumpărare.
- b) Clientul acționează ca un prescriptor negativ.
- c) Clienții nu aduc îmbunătățiri sau sugestii cu privire la produs.
- d) Clientul nu repetă acțiunea de cumpărare.

ÎNTREBAREA 3

Este important pentru antreprenor să testeze produsul?

- a) Nu, proprietarul nu este realist cu produsul său.
- b) Da, va ști ce domenii trebuie îmbunătățite. Astfel,

procesele și operațiunile vor fi mai eficiente.

- c) Nu, aveți nevoie doar de mărturiile clienților.
- d) Trebuie să fie testat de un utilizator care nu are legătură cu produsul.

ÎNTREBAREA 4

Motivația muncii:

- a) Performanța ineficientă a companiei datorită mediului colaborativ.
- b) Nivel mai ridicat de absenteism, deoarece întreaga echipă se simte confortabil cu viața personală.
- c) Dacă echipa este motivată, există o productivitate mai mică în cadrul sarcinilor.
- d) Este vorba de angajamentul echipei și de disponibilitatea acesteia de a contribui mai mult, de a fi mai performantă și de a atinge obiectivele.

ÎNTREBAREA 5

Marcați afirmația corectă.

- a) Nu este foarte important să construim comunități online.
- b) Timpii mari de așteptare cresc semnificativ ratingul clienților.
- c) Nu oferă ajutor multicanal.
- d) Ascultă-ți clienții.



UNITĂȚI

1. Ce este antreprenoriatul? Antreprenoriatul în mediul rural.
2. Cum să demarezi o nouă afacere prin înființarea unui punct gastronomic local în unitate de tip familial.
3. Cadrele juridice și măsurile necesare.
4. Modul de a oferi satisfacție alimentară locală.
5. Cum să asiguri și să măsoari calitatea și valoarea.
6. Cum să răspunzi așteptărilor turiștilor.
7. Alimentele, baza gastronomiei.
8. Costuri și riscuri. Cum se face o bună calculare a costurilor produsului.
9. Concluzii

UNITATEA 5

Cum să asiguri și să măsoari calitatea și valoarea.

În cazul tău, controlul calității alimentelor reprezintă utilizarea parametrilor tehnologici, fizici, chimici, microbiologici, nutriționali și senzoriali pentru a te asigura că un aliment este sănătos și gustos, în scopul de a proteja consumatorii, atât de fraude, cât și pentru sănătatea lor.

Dacă faceți pasul de a începe o mică afacere, nu uitați că veți face parte din industria alimentară și, ca atare, trebuie să respectați regulile de bază pentru a asigura siguranța clienților dumneavoastră. Veți manipula și depozita alimente proaspete care vor fi transformate în mâncăruri gata de consum, de la care se așteaptă să satisfaceți nu doar nevoia de hrană a clienților, ci și să le asigurați o experiență memorabilă care să motiveze viitoarele vizite. Aveți în mână faptul că clienții vor influența alți clienți care vor repeta ciclul de răscumpărare din nou și din nou și care vor garanta profitabilitatea afacerii dumneavoastră.



Întrebare:

?

*Cum ați defini calitatea?
Ați putea oferi o definiție?*





FLAVOURS
of EUROPE

UNITATEA 5

Cum să asiguri și să
măsori calitatea și
valoarea.

1. Conceptul de calitate

Calitatea înseamnă a oferi valoare pentru client, iar aceasta nu este altceva decât oferirea unor condiții de utilizare a produsului sau serviciului superioare celor pe care clientul se așteaptă să le primească și la un preț accesibil. Unii experți definesc calitatea ca fiind: "A-i livra clientului nu ceea ce își dorește, ci ceea ce nu și-a imaginat niciodată că își dorește, iar odată ce îl primește, își dă seama că a fost ceea ce și-a dorit întotdeauna".

Este clar că pentru a ajunge la acest nivel de satisfacție este nevoie de mai multe încercări, iar aici se potrivesc perfect sistemele de management al calității, a căror premisă se bazează pe "a pune ordine" astfel încât rezultatul final să fie întotdeauna același, minimizând pierderile și crescând profitabilitatea fără a sacrifica satisfacția clientului nostru.

Există mai multe opțiuni de aplicare a "calității" la afacerile de restaurant, iar cea ideală este practic cea care se potrivește fiecărui model. Deoarece fiecare restaurant sau serviciu alimentar are o istorie care îl precede, este necesar să se înțeleagă cum a fost construită propunerea de valoare și apoi să se dezvolte un sistem care să o îmbunătățească. Acesta este, dacă vrei, cel mai mare domeniu de oportunitate pentru stabilirea unor sisteme de calitate, deoarece majoritatea unităților nu au procese standardizate, iar în unele cazuri procesele sunt practic inexistente. Dacă în industria alimentară, calitatea este legată de siguranță, este probabil ca în industria restaurantelor acesta să fie criteriul de luat în considerare atunci când vine vorba de managementul calității.

Știați că...?



Un studiu realizat de Universitatea din Ohio a identificat cele mai importante puncte de control pentru menținerea siguranței alimentelor și reducerea numărului de cazuri și focare de toxiinfecții alimentare: Practicați igiena personală, gătiți alimentele în mod corespunzător, evitați contaminarea încrucișată, păstrați alimentele la temperaturi adecvate și respingeți alimentele din surse necunoscute.



UNITATEA 5

Cum să asiguri și să
măsori calitatea și
valoarea.

2. Calitatea alimentelor

Consumatorii obișnuiau să considere că alimentele sunt de bună calitate atunci când erau lipsite de defecte și nealterate. Cu toate acestea, în ultimii ani, conceptul de calitate a alimentelor s-a schimbat. Astăzi, considerăm că alimentele sunt de bună calitate atunci când au anumite atribute dezirabile. Aceste atribute pot fi atât extrinseci, cât și intrinseci. Atributele extrinseci sunt intangibile, dar rămân parte a produsului alimentar, de exemplu, impactul asupra mediului, locul de origine și know-how-ul tradițional aplicat la fabricarea acestuia.

În prezent, noțiunea de calitate a alimentelor se bazează pe un concept complex care este influențat de o gamă largă de factori. Caracteristicile care contribuie la calitatea alimentelor sunt prezentate în figura de mai jos.

Știați că...?



*Caracteristicile calității
alimentelor sunt: siguranța,
etica, estetica, funcționalitatea,
comoditatea, autenticitatea,
senzorialitatea, nutriția și
originea.*





FLAVOURS
of **EUROPE**

UNITATEA 5

Cum să asiguri și să
măsori calitatea și
valoarea.

Cea de-a 24-a Conferință Regională pentru Europa a Organizației Națiunilor Unite pentru Alimentație și Agricultură (FAO) a încercat să extindă definiția generală a calității, care poate fi găsită în standardul Organizației Internaționale pentru Standardizare (ISO), la calitatea alimentelor*:

1. Din punct de vedere istoric, calitatea a fost înțeleasă în primul rând ca absența defectelor, a fraudei și a falsificării.
2. Mai recent, calitatea se bazează pe proprietățile așteptate, cum ar fi caracteristicile nutriționale sau beneficiile rezultate. Acest lucru introduce necesitatea de a lua în considerare așteptările legitime ale utilizatorilor și de a cere operatorilor să facă același lucru.
3. În cele din urmă, calitatea desemnează caracteristicile dezirabile care sunt susceptibile să justifice valoarea adăugată; de exemplu, formele de producție (agricultura ecologică, luarea în considerare a mediului și bunăstarea animalelor), zonele de producție (denumirea de origine) și tradițiile asociate acestora.

Calitatea produselor alimentare are o dimensiune obiectivă, care este caracteristica fizico-chimică măsurabilă a unui produs alimentar, și o dimensiune subiectivă încadrată de așteptările, percepțiile și acceptarea consumatorilor ("adecvat pentru consum").



***Spuneți-mi, ce știți despre
calitatea alimentelor?***



UNITATEA 5

Cum să asiguri și să
măsori calitatea și
valoarea.

Așteptările consumatorilor se bazează pe indicii de calitate (stimuli informaționali) care sunt intrinseci (de exemplu, deducerea gradului de coacere a fructelor din culoarea lor) sau extrinseci produsului (de exemplu, publicitatea, imaginea de marcă a produsului). Cu cât există o mai bună concordanță între așteptările pe care consumatorii le au înainte de a cumpăra (calitatea așteptată) și experiența pe care o au în urma utilizării produselor (calitatea experimentată), cu atât mai mare este nivelul de satisfacție a consumatorilor. S-a demonstrat că o experiență pozitivă cu o marcă reduce riscul de nemulțumire și este frecvent utilizată pentru a deduce calitatea produsului. Prin urmare, consumatorii au adesea încredere în mărcile cunoscute ca indicatori de calitate.

Cercetările au arătat că consumatorii consideră că gustul și alte caracteristici senzoriale ale alimentelor, sănătatea, confortul și procesul de producție (de exemplu, produse ecologice, bunăstarea animalelor etc.) sunt cei mai importanți factori determinanți ai calității alimentelor*. În acest sens, proprietățile senzoriale (gust, aromă etc.) au fost evaluate de 96% dintre cei 30 000 de respondenți la un sondaj german ca fiind dimensiunea dominantă a calității alimentelor, urmată de 'siguranță' (93%); 'prospețimea' și 'aspectul atractiv' s-au clasat pe locul al treilea (92%) și, respectiv, al patrulea (87%)*. Raportul 'Eurobarometru special 389' din 2012 a arătat că calitatea, prețul și originea alimentelor sunt importante pentru majoritatea cetățenilor UE, însă atitudinea față de mărci poate varia semnificativ. În plus, raportul precizează că 'opiniile privind importanța mărcilor variază mult mai mult între statele membre decât în cazul calității, prețului și originii*. Rezultatele sunt rezumate în figura de mai jos, care arată prioritățile consumatorilor atunci când cumpără alimente (pe baza datelor preluate din Eurobarometrul special 389).



UNITATEA 5

Cum să asiguri și să
măsori calitatea și
valoarea.

Calitatea alimentelor a fost considerată cel mai important motiv de cumpărare (96%), urmată de preț (91%). Interesant este faptul că informațiile despre marcă sunt în mod clar mai puțin importante pentru cumpărătorii de produse alimentare; 50% dintre cetățenii UE consideră că aceste informații nu sunt importante.

Calitatea duală a alimentelor

Calitatea este una dintre cele mai apreciate caracteristici atunci când se alege ce aliment să se cumpere; cu toate acestea, descrierea obiectivă a acesteia este o sarcină foarte dificilă. Cantitatea și tipul de ingrediente influențează calitatea alimentelor. În mai multe țări din UE au fost exprimate preocupări cu privire la alimentele care sunt comercializate cu același ambalaj și aceeași marcă pe piața lor internă, dar care diferă de produsele vândute pe piețele vecine. O astfel de diferențiere poate constitui o practică comercială neloială atunci când diferența (dublă calitate) nu este comunicată în mod adecvat consumatorului, chiar dacă sunt respectate dispozițiile legislației UE privind informarea consumatorilor de produse alimentare.

Calitatea este un aspect important pentru consumatori atunci când cumpără produse alimentare. Ea este la fel de importantă și pentru producători atunci când negociază prețul produselor lor. Acesta este motivul pentru care Comisia Europeană protejează produsele alimentare cu caracteristici de calitate distincte prin intermediul sistemelor de calitate alimentară.



Știați că...?



9% din produsele prezentate ca fiind identice în întreaga UE aveau o compoziție diferită.





FLAVOURS
of **EUROPE**

UNITATEA 5

Cum să asiguri și să
măsori calitatea și
valoarea.

Sistemele de calitate a alimentelor din UE

Consumatorii europeni apreciază anumite produse alimentare pentru calitățile lor speciale, atât intrinseci, cât și extrinseci. Pentru a diferenția mai ușor aceste produse, Comisia Europeană le protejează prin intermediul schemelor de calitate alimentară. În acest scop, ea stabilește anumite norme privind alimentele care trebuie protejate, ce trebuie să facă producătorii pentru ca produsele lor să fie recunoscute și cum să comunice consumatorilor calitatea lor distinctivă. Producătorii europeni și non-europeni care doresc ca produsele lor să fie protejate de un sistem de calitate pot trimite o cerere autorității naționale, care o transmite apoi Comisiei Europene, care verifică dacă produsul se califică pentru a fi inclus în sistem. Pentru toate sistemele de calitate, autoritățile naționale competente din fiecare țară UE sunt responsabile de prevenirea și evitarea utilizării abuzive a produselor care folosesc denumirea respectivă.

Tipuri de sisteme de calitate

În prezent, în UE există patru sisteme de calitate alimentară. Există, de asemenea, sigilii de calitate naționale și regionale care se aplică în diferitele state membre. Produsele protejate de sistemele de calitate, fie ele naționale sau ale UE, pot fi identificate prin logourile sistemelor respective, care apar pe ambalaj.

Indicații geografice

O indicație geografică este o modalitate de a marca produsele care au anumite calități sau o bună reputație datorită originii lor geografice și a know-how-ului tradițional aplicat. În cadrul UE, două sisteme de calitate alimentară se ocupă de indicațiile geografice.



*Doriți să aflați mai multe
despre alimentele de
calitate?*



UNITATEA 5

Cum să asiguri și să
măsoari calitatea și
valoarea.

a) Denumirea de origine protejată (DOP)



Pentru ca un produs alimentar să fie considerat un produs DOP, producția, prelucrarea și prepararea trebuie să aibă loc într-o arie geografică specifică. Această condiție include, de asemenea, materia primă utilizată în producerea sa, care trebuie să provină tot din zona respectivă. De asemenea, know-how-ul tradițional al oamenilor din regiune joacă un rol important.

Un exemplu de produs DOP este "Brabantse Wal asperges", un soi de sparanghel alb din regiunea Brabant din Țările de Jos. Apele subterane sărate, solul nisipos și know-how-ul fermierilor locali fac ca sparanghelul să fie special. Geografia regiunii Brabant joacă, de asemenea, un rol important în modelarea atributelor produsului.



UNITATEA 5

Cum să asiguri și să
măsori calitatea și
valoarea.

b) Indicație Geografică Protejată (IGP)



Denumirea IGP este mai puțin restrictivă. Cel puțin una dintre etapele de producție, prelucrare sau preparare trebuie să aibă loc într-o arie geografică specifică. Materia primă utilizată în producție poate proveni dintr-o altă regiune.

Un exemplu de astfel de produs este "Düsseldorfer Mostert", o pastă de muștar gata de utilizare din orașul Düsseldorf din Germania. Aceasta se prepară prin amestecarea semințelor de muștar brun și galben cu apă de Düsseldorf, bogată în var și minerale, și cu oțet de alcool nefiltrat produs în Düsseldorf. Oțetul, apa și tehnica de producție fac legătura între acest produs și Düsseldorf, dar semințele de muștar pot fi procurate din altă parte.



UNITATEA 5

Cum să asiguri și să
măsori calitatea și
valoarea.

c) Specialitate tradițională garantată (STG)

Unele produse alimentare tradiționale cu calități speciale nu sunt legate de o anumită regiune. Sistemul de specialități tradiționale garantate protejează aceste produse împotriva contrafacerii și a utilizării abuzive.

Un exemplu de STG este șunca Serrano. Deoarece este protejat de sistemul STG, producătorii europeni trebuie să respecte metoda de producție tradițională dacă doresc să îl producă. Nu există restricții privind regiunea de producție sau rasa de porc care poate fi folosită.

Înregistrarea produselor alimentare și agricole, a vinurilor, a băuturilor spirtoase și a vinurilor aromatizate în cadrul sistemelor DOP, IGP și STG este disponibilă pe portalul e-Ambrosia al Comisiei Europene.



LINK-URI
DE
INTERES



[Sigiliile de calitate ale
Uniunii Europene](#)

[Reglementări privind
sistemele de calitate.](#)



UNITATEA 5

Cum să asiguri și să
măsori calitatea și
valoarea.

d) Alimente ecologice



Alimentele ecologice sunt alimente certificate ca fiind cultivate prin tehnici de agricultură ecologică. Agricultură ecologică presupune crearea unui sistem agricol durabil. Aceasta nu utilizează pesticide sintetice sau organisme modificate genetic. Fermierii ecologici se străduiesc să mențină biodiversitatea, să utilizeze resursele naturale în mod responsabil și să se asigure că animalele de fermă sunt bine îngrijite. Diferite tipuri de alimente, cum ar fi fructele, legumele, cerealele și carnea, pot fi ecologice. "Organic" este un atribut de calitate legat de procesul de producție. Prin urmare, sistemul ecologic este un sistem de calitate a alimentelor.



Spuneți-mi, cunoșteți aceste sigilii? Îți amintești vreun produs din țara ta cu vreunul dintre ele?



UNITATEA 5

Cum să asiguri și să
măsori calitatea și
valoarea.

Unitatea 5

Întrebări de autocorectare

Vă rugăm să indicați răspunsul corect

ÎNTREBAREA 1

Ce este conceptul de calitate?

- a) Calitatea produselor alimentare are o dimensiune obiectivă, care este caracteristica fizico-chimică măsurabilă a unui produs alimentar, și o dimensiune subiectivă încadrată de așteptările, percepțiile și acceptarea consumatorilor ("adekvat pentru consum").
- b) Calitatea produselor alimentare are o dimensiune subiectivă, încadrată de așteptările, percepțiile și acceptarea consumatorilor ("adekvat pentru consum").
- c) Calitatea alimentelor are o dimensiune subiectivă încadrată de așteptările consumatorilor.
- d) Calitatea produselor alimentare are o dimensiune obiectivă prin așteptările, percepțiile și acceptarea consumatorilor.

ÎNTREBAREA 2

Câte tipuri de sigilii de calitate există în prezent în UE?

- a) 6
- b) 4
- c) 2
- d) 5

ÎNTREBAREA 3

Care este acronimul pentru denumirea de origine

protejată?

- a) OPD
- b) PDO
- c) DOP
- d) DPO

ÎNTREBAREA 4

Ce sunt sigiliile de calitate ale Uniunii Europene?

- a) Indicații geografice protejate, Specialitate tradițională garantată, Alimente organice și alimente gourmet.
- b) Denumirea de origine protejată, indicațiile geografice protejate, specialitatea tradițională garantată și alimentele ecologice.
- c) Indicații geografice protejate, specialități tradiționale garantate, alimente ecologice și alimente europene.
- d) Indicații geografice protejate, specialități tradiționale garantate, alimente ecologice și alimente vegetariene.

ÎNTREBAREA 5

Care sunt culorile sigiliului de calitate al alimentelor ecologice?

- a) Galben și albastru.
- b) Albastru, galben și alb.
- c) Roșu și galben.
- d) Verde și alb.



UNITĂȚI

1. Ce este antreprenoriatul? Antreprenoriatul în mediul rural.
2. Cum să demarezi o nouă afacere prin înființarea unui punct gastronomic local în unitate de tip familial.
3. Cadrele juridice și măsurile necesare.
4. Modul de a oferi satisfacție alimentară locală.
5. Cum să asiguri și să măsoari calitatea și valoarea.
6. **Cum să răspunzi așteptărilor turiștilor.**
7. Alimentele, baza gastronomiei.
8. Costuri și riscuri. Cum se face o bună calculare a costurilor produsului.
9. Concluzii

UNITATEA 6

Cum să răspunzi așteptărilor turiștilor.

După cum ați văzut în secțiunile anterioare, numim așteptări ale clienților ceea ce clienții noștri așteaptă de la noi ca marcă. Așteptarea este strâns legată de experiențele pe care aceștia le-au avut anterior cu propunerea noastră, în ceea ce privește calitatea produsului nostru și cu serviciile pe care le oferim clienților.

În fiecare interacțiune pe care o avem cu clienții, noi, în calitate de companie, vom avea sarcina (și oportunitatea) de a răspunde așteptărilor unui produs și de a satisface nevoile clientului, dar și de a le depăși. Dacă suntem o întreprindere mică, provocarea noastră este mai mare, deoarece 76% dintre utilizatori se așteaptă la servicii mai bune din partea companiilor mai mici.





1. Categoriile pentru organizarea experienței și așteptărilor clienților

Pentru a ne ajuta să reflectăm asupra gradului de așteptare a clienților, putem numi trei categorii în care este posibil să le organizăm în funcție de cum se simt aceștia după experiența de cumpărare:

Client nemulțumit: clientul este nemulțumit atunci când există o diferență între așteptările sale și experiența de cumpărare pe care a avut-o. Cu alte cuvinte, atunci când simte că nu a primit ceea ce se aștepta. Potrivit unui studiu realizat de Biroul pentru Consumatori al Casei Albe, aproape toți clienții nemulțumiți nu se plâng direct companiei. Nu numai atât, dar 91% dintre ei exprimă faptul că nu vor mai cumpăra niciodată de la brandul care le-a provocat o experiență neplăcută.

Client indiferent: Dacă reușim să răspundem așteptărilor clienților și nu oferim valoare adăugată sau serviciile noastre au fost doar suficiente, clienții noștri pot fi indiferenți față de marca noastră. Deși există o posibilitate ca aceștia să cumpere din nou de la noi, este probabil că nu ne vor recomanda.

Client satisfăcut: Dacă le depășim așteptările, atunci clientul va fi mulțumit. Nu numai pentru că a primit produsul și serviciul pe care le căuta, ci și pentru că a primit ceva la care nu se aștepta și care a fost valoros pentru experiența sa. 72% dintre utilizatori povestesc la mai mult de 6 persoane despre o experiență pozitivă cu o marcă (ThinkJar). Acest lucru înseamnă că este foarte probabil ca aceștia să facă din nou afaceri cu noi și să devină ambasadori ai mărcii.





2. Ce factori influențează așteptările clienților?

Există mulți factori care influențează așteptările clienților, deoarece fiecare aduce cu sine o subiectivitate unică; cu toate acestea, putem enumera câteva dintre principalele calități pe care ar trebui să le analizăm în profunzime:

- Aspectul spațiilor noastre, persoanele cu care interacționează, rețelele de socializare, indicatoarele, semnalizarea, prezentarea produselor noastre etc., sunt elemente concrete pe care clientul le va folosi pentru a-și face o preconcepție despre afacerea noastră.
- Precizia cu care furnizăm serviciul solicitat și fiabilitatea noastră sunt puncte importante. Trebuie să căutăm să respectăm liniile directoare propuse în cel mai bun mod, în timp și formă.
- Receptivitatea noastră: cu cât răspundem mai repede la preocupările utilizatorilor, cu atât aceștia se vor simți mai confortabil, vor fi mai mult ascultați și vor vedea că sunt importanți pentru companie.

Pentru consumatori, experiențele pe care le-au avut cu alți furnizori și starea lor de spirit sunt factori foarte influenți atunci când vine vorba de a avea așteptări. Nu este posibil să controlăm emoțiile și experiențele anterioare pe care utilizatorii le aduc cu ei, dar le putem canaliza spre o experiență bună. Unul dintre instrumentele care ne poate ajuta, este ascultarea activă.

Pe de altă parte, exercițiul empatiei devine din ce în ce mai important. Potrivit New Voice Media, principalul motiv pentru care clienții schimbă furnizorii de produse și servicii este acela că se simt neapreciați de către brand.





3. Cum să ne îmbunătățim vânzările

Pentru a satisface și a depăși așteptările clienților, poate fi util să înțelegem că acestea variază și în funcție de momentul vânzării în care ne aflăm. Începutul unei vânzări nu este același lucru cu ceea ce se întâmplă în post-vânzare.

Înainte de vânzare: atunci când un client comunică cu afacerea dumneavoastră, el trebuie să se simtă binevenit, să simtă că este important pentru aceasta. Puteți oferi răspunsuri rapide și concise și puteți avea o conversație empatică. Nu oferiți soluții magice și nu exagerați proprietățile produsului dumneavoastră. Spuneți-i cum lucrați și ce soluție puteți oferi și în ce interval de timp. Comunicați și planificați împreună cu el.

În timpul vânzării: Respectați promisiunile pe care le-ați făcut, oferiți informații suplimentare și nu uitați că în acest moment raportul preț/calitate este foarte important. Un serviciu empatic pentru clienți crește calitatea produselor dumneavoastră. În plus, utilizatorii sunt dispuși să cheltuiască cu 17% mai mult dacă beneficiază de un serviciu clienți bun, potrivit datelor American Express.

După vânzare: Oferiți informații suplimentare pentru a-i ajuta pe clienți să profite la maximum de achiziția lor. Comunicați după cumpărare pentru a afla cum a fost interacțiunea lor cu produsul, întrebați-i cum se simt etc. Feedback-ul este o modalitate de a crește și de a fideliza clienții în același timp. 84% dintre companiile care au lucrat pentru a îmbunătăți experiența clienților au obținut venituri mai mari, potrivit unui raport Dimension Data.

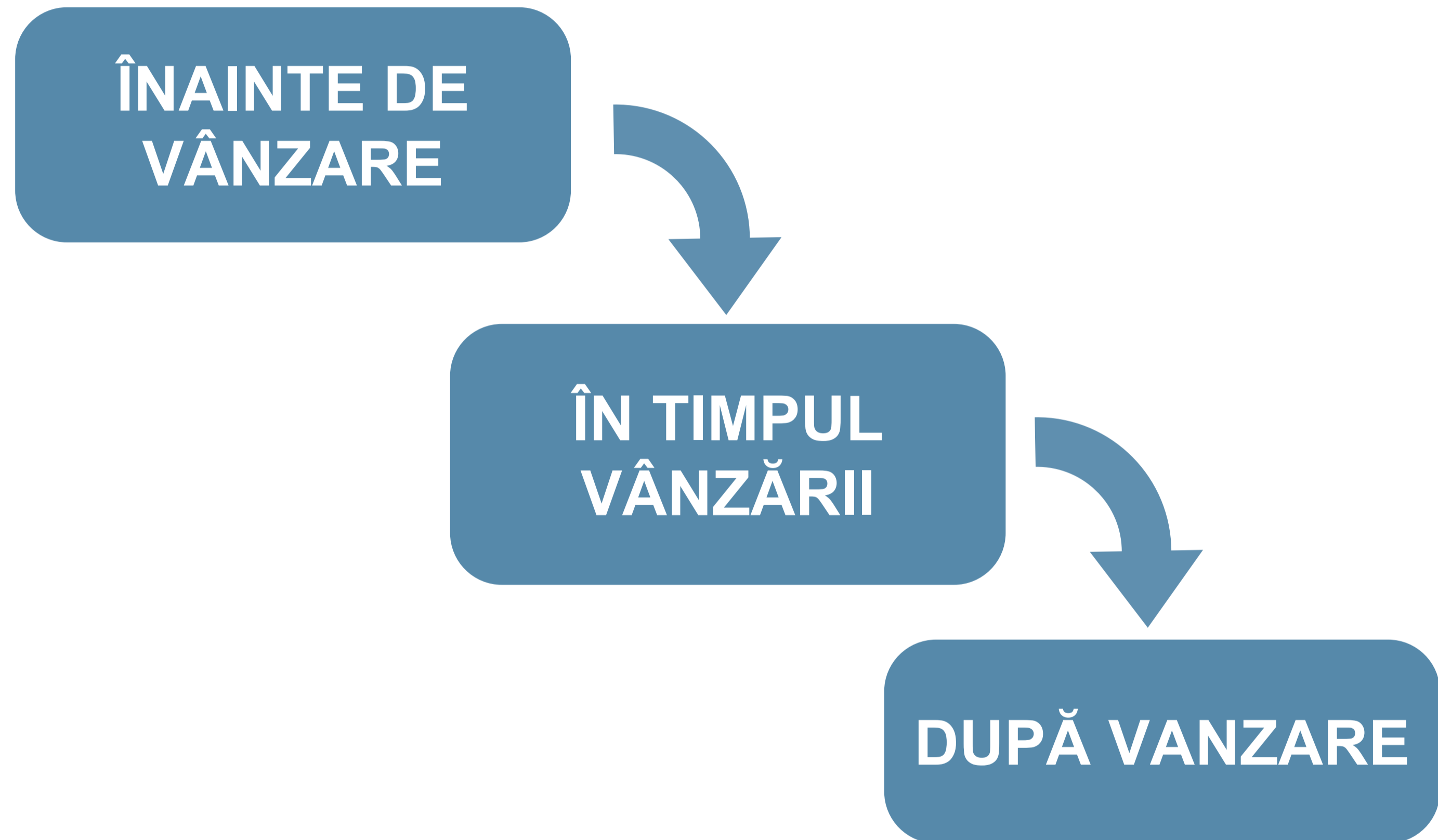




FLAVOURS
of EUROPE

UNITATEA 6
Cum să răspunzi
așteptărilor turiștilor.

MOMENTE CHEIE ÎNTR-O VÂNZARE



Sursa: Producție proprie





UNITATEA 6
Cum să răspunzi
așteptărilor turiștilor.

Imaginați-vă că un client se plânge de un produs care este al nostru, dar care a fost ambalat de alți furnizori. Cum putem depăși așteptările clientului dacă există variabile pe care nu le putem controla? Prin comunicare activă și planificare.

Stabilirea obiectivelor de lucru, fiind specifici și detaliați cu privire la modul în care lucrăm pentru a evita orice neînțelegere și oferind cea mai bună atenție încă de la începutul relației, ne va poziționa într-un loc mai bun în ceea ce privește clientul.



Potrivit unui raport realizat de Lithium, atunci când clienții contactează un brand pe Twitter, 53% dintre ei se așteaptă la un răspuns în decurs de o oră. Dacă aceștia fac o reclamație, acest procent crește la 78%.





FLAVOURS
of EUROPE

UNITATEA 6
Cum să răspunzi
așteptărilor turiștilor.

SFATURI PRACTICE PENTRU ÎMBUNĂTĂȚIREA VÂNZĂRILOR

1. Faceți un plan. Vizualizați cum se va desfășura procesul de vânzare și ceea ce oferiți.
2. Păstrați o atitudine sinceră. Faceți față dificultăților care pot apărea.
3. Stabiliți obiective. Amintește-le cu fiecare ocazie, astfel încât ambele părți să știe unde se îndreaptă.
4. Arată-i cum funcționează compania. Ei vizualizează modul în care acest lucru le poate afecta așteptările.
5. Fiți direct. Oferă-i informații că îl poți ajuta și prezintă-i modalitatea de ajutor.



Există zece principii fundamentale și universale ale serviciilor pentru clienți pe care ar trebui să le puneți în practică, deoarece gradul de satisfacție al clienților dumneavoastră va fi determinat de performanța dumneavoastră în aceste zece domenii

PRINCIPII DE DESERVIRE A CLIENȚILOR

- **Fii accesibil.** Un răspuns lent, cu timpi lungi de așteptare, denotă o atitudine indiferentă față de clienți. Pe de altă parte, un răspuns rapid cu timp de așteptare scurt denotă preocupare față de aceștia.

Acest lucru înseamnă să vă asigurați întotdeauna că reprezentanții dvs. fac ceea ce trebuie să facă și când trebuie să o facă.

- **Tratați clienții cu politețe.** Atunci când lucrați cu clienții, concentrați-vă întotdeauna asupra situației sau problemei, nu asupra persoanei. Fiți amabil, deoarece problemele pe care clienții încearcă să le rezolve pot să nu vi se pară importante pentru dumneavoastră, dar pentru client înseamnă foarte mult.
 - **Politețea este cel mai vizibil mod de a transmite respect.** Un serviciu excelent pentru clienți nu poate avea loc fără o atmosferă prietenoasă. Fiecare persoană care deservește un client înțelege că politețea începe cu fiecare client.
 - **În fiecare zi decidem cum ne simțim.** Acest lucru se traduce în atitudinea pe care o aducem la serviciu. Dacă atitudinea este neprietenoasă sau nefolositoare, veți avea un impact negativ asupra fiecărui client care intră în contact cu dvs. Dacă atitudinea dvs. este utilă și prietenoasă, veți avea un impact pozitiv.





FLAVOURS
of EUROPE

UNITATEA 6
Cum să răspunzi
așteptărilor turiștilor.

- **Răspundeți la nevoile și dorințele clienților.** Tot ceea ce își doresc clienții este să vă pese de ei și să le înțelegeți problemele. Ei doresc să fie în centrul atenției dumneavoastră în acel moment și doresc ca interacțiunea pe care o au cu dumneavoastră să fie lipsită de probleme.

Trebuie să fiți întotdeauna sensibil în modul în care abordați clienții și le rezolvați problemele. Clienții se așteaptă să îi satisfaceți. Oferiți-le toate motivele să aibă încredere în dumneavoastră..

Mulțumiți-le sincer pentru că au ales să facă afaceri cu dumneavoastră. Și, în final, respectați nevoile și dorințele clienților și rectificați greșelile. Învățați să anticipați nevoile clienților dumneavoastră.

- **Faceți ceea ce vă cere clientul, la timp.**

Asigurați-vă că îndepliniți sarcinile necesare pentru a răspunde rapid și eficient la nevoile clienților. Rezolvarea rapidă a solicitărilor îi va impresiona pe aceștia.

Clienții trebuie doar să știe că îi prețuiți. Dacă uitați să faceți ceva ce ar trebui să faceți, nu vă veți păstra clienții pentru mult timp.





FLAVOURS
of EUROPE

UNITATEA 6

Cum să răspunzi
așteptărilor turiștilor.

- **Aveți angajați bine pregătiți și cunoscători.** Formarea adecvată a angajaților este baza succesului. Orice program de formare profesională de succes constă în cursuri bazate pe curriculum care predau elementele fundamentale, cum ar fi produsele și serviciile pe care le oferiți și abilitățile de bază în domeniul serviciilor pentru clienți. Modul în care sunt predate aceste cursuri face diferența.

Pentru a vă asigura că angajații sunt bine pregătiți și informați, creați un program de formare plug-and-play. Dar mergeți dincolo de elementele de bază, explicând, de asemenea, misiunea și valorile companiei.

În plus, asigurați-vă că formarea competențelor în domeniul serviciilor pentru clienți include subiecte precum construirea unor relații pe termen lung cu clienții și înțelegerea necesității unei abordări centrate pe client. Aceste subiecte vor oferi fiecărui angajat un mai bun simț al scopului atunci când vine vorba de satisfacția clienților.





- **Spuneți clienților la ce se pot aștepta de la dumneavoastră.** O bună stabilire a așteptărilor va determina succesul sau eșecul relației cu fiecare client. Dacă clienții nu au o înțelegere clară a ceea ce primesc, veți eșua. Dacă oferiți ceva ce clienții nu își doresc sau nu se așteptau, indiferent cât de fantastică sau rapidă este munca dumneavoastră, cel mai probabil veți eșua.

Stabilirea așteptărilor nu este dificilă, dar necesită timp. Nu puteți face presupuneri și trebuie să fiți transparent cu clienții în legătură cu ceea ce vor primi.

Stabilirea așteptărilor este un proces de comunicare constantă. Rezolvarea se poate schimba ușor sau puteți găsi o modalitate mai bună de a face ceva. Dacă schimbarea este suficient de semnificativă, asigurați-vă că informați clienții. Țineți-i informați în permanență.

- **Respectați-vă angajamentele.** Indiferent de motiv, clienții se așteaptă să faci ceea ce spui că vei face și când spui că o vei face. Deveniți cunoscut pentru că vă respectați cuvântul dat
- **Faceți lucrurile corect de prima dată.** Acest lucru presupune să vă asigurați că toate activitățile sunt efectuate corect de prima dată și de fiecare dată succesivă. Finalizarea corectă a tuturor serviciilor de prima dată nu este ușoară, dar a face acest lucru poate fi o modalitate eficientă de a atrage și de a vă păstra clienții.



- **Urmăriți.** Contactați-vă clientul după o achiziție, după livrarea unei mese sau după ce problema a fost rezolvată pentru a-l întreba ce părere are și dacă a fost mulțumit. Dacă au fost mulțumiți de întregul proces, puteți profita de această ocazie pentru a le cere un rating pe rețelele dvs. de socializare, pe site-ul web etc. În caz contrar, încercați să îndreptați lucrurile. Cu un serviciu bun pentru clienți, puneți bazele unei afaceri de succes.
- **Fii o persoană etică.** Așteptările clienților depind de mulți factori, iar procesul lor de selectare a unui produs poate fi foarte complex. Unul dintre principalii factori este credibilitatea. Aceștia vor să știe cât de fiabil și onest sunteți ca furnizor de servicii. Pentru a îndeplini acest factor critic, trebuie să faceți un efort pentru a cunoaște clienții și nevoile lor; să îi ascultați și să îi informați pe clienți într-un limbaj pe care aceștia îl înțeleg; să posedați (sau să dezvoltați) abilitățile și cunoștințele necesare pentru a furniza serviciul promis în mod fiabil și precis; să fiți dispus să ajutați clienții și să oferiți servicii prompte; să fiți politicoși, respectuoși și prietenosi.



Unitatea 6

Întrebări de autocorectare

Vă rugăm să indicați răspunsul corect

ÎNTREBAREA 1

Indicați afirmația falsă.

- a) **Completat de client.**
- b) Client nemulțumit.
- c) Client indiferent.
- d) Client satisfăcut.

ÎNTREBAREA 2

Principalele momente de vânzare.

- a) **Înainte de vânzare, În timpul vânzării și După vânzare.**
- b) În timpul vânzării și După vânzare.
- c) Înainte de vânzare și După vânzare.
- d) Înainte de vânzare și În timpul vânzării.

ÎNTREBAREA 3

Indică ceea ce nu reprezintă un sfat practic pentru îmbunătățirea vânzărilor.

- a) Elaborați un plan.
- b) **Fiți accesibil.**
- c) Arătați-i cum funcționează compania.
- d) Fiți direct.

ÎNTREBAREA 4

Principiile de deservire a clienților:

- a) Nu fiți accesibil.
- b) Răspundeți la întrebările foștilor clienți.
- c) Faceți ceea ce vă cere clientul, din timp.
- d) **Spuneți clienților la ce se pot aștepta de la dumneavoastră.**

ÎNTREBAREA 5

Așteptările și nevoile clienților sunt legate de...

- a) Experiențele lor anterioare.
- b) Judecățile anterioare despre marca dumneavoastră.
- c) Experiențele actuale și propriile judecăți despre marca dumneavoastră.
- d) **Experiențele lor trecute și judecățile anterioare despre marca dvs.**



UNITĂȚI

1. Ce este antreprenoriatul? Antreprenoriatul în mediul rural.
2. Cum să demarezi o nouă afacere prin înființarea unui punct gastronomic local în unitate de tip familial.
3. Cadrele juridice și măsurile necesare.
4. Modul de a oferi satisfacție alimentară locală.
5. Cum să asiguri și să măsoari calitatea și valoarea.
6. Cum să răspunzi așteptărilor turiștilor.
7. **Alimentele, baza gastronomiei.**
8. Costuri și riscuri. Cum se face o bună calculare a costurilor produsului.
9. Concluzii

UNITATEA 7

Alimentele, baza gastronomiei.

În industria alimentară, igiena este una dintre armele fundamentale pentru a asigura calitatea alimentelor. Consumatorul are dreptul la o hrană sigură, care să nu fie un vehicul de îmbolnăvire sau de toxiinfecție alimentară

În prezent, cadrul legal de aplicare în ceea ce privește manipulatorii de alimente se bazează pe două regulamente. Pe de o parte, Regulamentul (CE) 852/2004 al Parlamentului European și al Consiliului din 29 aprilie 2004 privind igiena produselor alimentare (în mod specific, în capitolul VIII din anexa II se stabilesc condițiile de igienă personală pentru lucrători, iar în capitolul XII din aceeași anexă II se face referire la formarea pe care trebuie să o primească persoanele care manipulează alimente) și, pe de altă parte, Regulamentul (CE) 882/2004 al Parlamentului European și al Consiliului, din 29 aprilie 2004, privind controalele oficiale efectuate pentru a asigura verificarea conformității cu legislația privind hrana pentru animale și produsele alimentare și cu reglementările privind sănătatea și bunăstarea animalelor.

Alte controale oficiale includ inspecția întreprinderilor din sectorul alimentar și a produselor alimentare, fiind necesare pentru a verifica condițiile de igienă și pentru a evalua procedurile de bune practici de fabricație și de manipulare, în vederea garantării obiectivului acestui regulament (prevenirea, eliminarea sau reducerea la niveluri acceptabile a oricărui risc pentru siguranța alimentară).



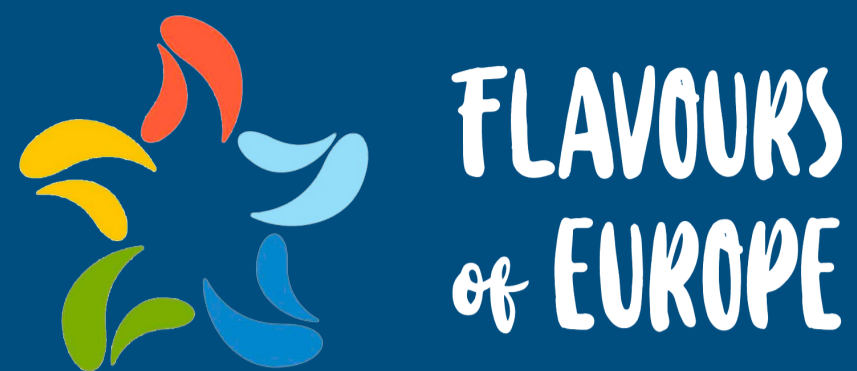
Nu uitați: Alimentele în timpul producției, transportului, prelucrării și manipulării lor sunt un vehicul important pentru agenții capabili să provoace boli umane. Bunele practici încep cu o formare adecvată care permite dobândirea de cunoștințe care schimbă viziunea spre o mentalitate igienică adecvată pentru a produce alimente fără riscuri.



Câteva definiții de interes:

- **Produs alimentar preparat:** preparat culinar care rezultă din prepararea crudă sau gătită sau precoaptă a unuia sau mai multor produse alimentare de origine animală sau vegetală, cu sau fără adaos de alte substanțe autorizate și, după caz, condimentate. Acesta poate fi prezentat ambalat sau nu și gata de consum, fie direct, fie după o încălzire suplimentară sau un tratament culinar.
- **Alimente gata de consum tratate termic:** alimente gata de consum care, în timpul preparării lor, au fost supuse în întregime unui proces termic (creștere a temperaturii) astfel încât pot fi consumate direct sau cu o ușoară încălzire.
- **Unitate:** industria, localul sau instalația permanentă sau temporară în care alimentele preparate sunt pregătite, manipulate, ambalate, depozitate, furnizate, servite sau vândute, cu sau fără serviciu, pentru consum.
- **Comunitate:** grup de consumatori cu caracteristici similare care solicită un serviciu de alimentație preparată, cum ar fi școli, întreprinderi, spitale, reședințe și mijloace de transport.





UNITATEA 7
Alimentele, baza
gastronomiei.

1. Condiții de igienă necesare

Începând cu 1 februarie 2002, țările membre ale Uniunii Europene au un concept juridic comun pentru desemnarea produselor alimentare, odată cu publicarea Regulamentului CE nr. 178/2002 al Parlamentului European și al Consiliului din 28 ianuarie 2002. Acest regulament a stabilit principiile și cerințele legislației alimentare și a creat Autoritatea Alimentară Europeană.

Acest organism, Autoritatea Alimentară Europeană, este cel care oferă o definiție comună a alimentelor pentru toate statele membre, cu următoarele obiective:

- Asigurarea siguranței alimentare și a sănătății consumatorilor.
- Facilitarea și asigurarea funcționării pieței interne.
- Să evite condițiile inegale de concurență.
- Eliminarea incertitudinii juridice, atât pentru consumatori, cât și pentru operatorii economici.

Prin urmare, regulamentul extinde conceptul de aliment la toate substanțele, ingredientele, materiile prime, aditivii și nutrienții ingerate de oameni prin intermediul tractului gastrointestinal. Noua definiție comună adoptată include băuturile, guma de mestecat și apa, precum și orice substanță încorporată în mod voluntar în produsele alimentare în timpul fabricării, preparării sau tratării acestora, de exemplu aditivi, grăsimi și vitamine, precum și reziduurile derivate din producția și prelucrarea alimentelor, cum ar fi reziduurile de medicamente veterinare și pesticide.

Cu toate acestea, NU sunt considerate ca atare următoarele: hrana pentru animale, plantele înainte de recoltare, medicamentele, produsele cosmetice, tutunul și produsele din tutun, substanțele narcotice sau psihotrope și animalele vii (cu excepția celor pregătite, ambalate și/sau servite pentru consumul uman în starea respectivă, ca în cazul stridiilor).

Știați
că...?



Orice substanță sau produs destinat sau susceptibil de a fi ingerat de oameni, indiferent dacă este sau nu prelucrat integral sau parțial, trebuie să respecte măsurile de igienă.



1.1. Tipuri de alimente

Alimentele sunt împărțite în trei tipuri principale:

- a) Care pot avea sau nu un efect dăunător asupra sănătății consumatorului:
- **Nocive:** Toate alimentele care consumate pot provoca în mod acut sau cronic efecte nocive asupra consumatorului.
 - **Inofensive:** Ansamblu de condiții pe care le îndeplinește un aliment sau un proces care garantează absența factorilor capabili să producă efecte nocive pentru consumator.
- b) După condițiile de depozitare a acestora:
- **Alimente perisabile** (în conformitate cu Codul alimentar spaniol). Cele care, datorită caracteristicilor lor, necesită condiții speciale de conservare în perioadele de depozitare și transport. Acestea se modifică rapid și trebuie consumate într-o perioadă scurtă de timp. Dintre acestea, atâta timp cât sunt neprelucrate, se remarcă ouăle, laptele, carnea sau peștele.
 - **Alimente semi-perisabile** (conform Codului alimentar spaniol). Cele care au fost conservate sau prelucrate prin diferite procedee care le permit să reziste mai mult timp în condiții adecvate. Congelarea, deshidratarea, sărarea, afumarea, punerea în conserve sau uperizarea (în cazul laptelui) sunt câteva exemple de metode sau procese utilizate.
 - **Alimentele neperisabile** sunt cele care nu necesită condiții speciale de depozitare, de exemplu: leguminoase, cereale, nuci. Deși nu necesită depozitare la rece, aceste alimente trebuie să fie ferite de umiditate și murdărie.



c) Datorită prezenței unor alterări sau contaminări care le fac improprii pentru consum:

Alimente alterate: Alimente care, din cauze naturale, fizice, chimice, biologice sau din cauza unui tratament inadecvat, au suferit o deteriorare a caracteristicilor organoleptice și a valorii nutritive, ceea ce le face improprii pentru consumul uman. Acestea sunt ușor de detectat după culoare, miros, aromă și/sau aspect. Cele mai frecvente alterări care pot apărea în alimente se datorează unor factori diferiți, cum ar fi:

- Frigul: poate provoca, de exemplu, solidificarea uleiului sau a mierii.
- Vântul: poate provoca uscarea alimentelor.
- Căldura: poate provoca pierderea de vitamine.
- Formarea de gaze: care poate provoca umflarea cutiilor sau a recipientelor.
- Oxidarea grăsimilor, care provoacă râncezirea produselor.
- Timpul: poate provoca înmuierea sau putrefacția produselor alimentare.
- Acidificarea anumitor alimente, cum ar fi produsele lactate.

Alimente deteriorate: Sunt cele în care s-a constatat îmbătrânirea, modificarea culorii, denivelări, spurgeri, recipiente prost închise și leziuni externe ale ambalajului. Aceste deteriorări pot cauza contaminări ulterioare.

Alimente contaminate: Sunt cele care conțin germeni patogeni, substanțe chimice sau radioactive, toxine, paraziți sau orice corp străin de compoziția alimentelor, care permite transmiterea de boli la om sau la animale. De asemenea, dacă acestea conțin componente toxice naturale în concentrații mai mari decât cele admise.

Știați că...?



Alterarea alimentelor se poate datora unor factori fizici de mediu, cum ar fi temperatura, lumina sau aerul, care modifică caracteristicile produselor. O altă posibilitate este ca, în anumite condiții și datorită componentelor alimentare în sine sau contactului acestora cu altele din mediul lor, să se declanșeze reacții chimice care contribuie la alterarea produsului.



1.2. Contaminarea alimentelor: Cum poate fi prevenită?

Contaminarea alimentelor are loc atunci când alimentele intră în contact cu anumite elemente sau substanțe care le fac periculoase pentru consum.

Accordîndu-le în funcție de natura lor, agenții contaminanți se clasifică în agenți fizici, chimici și biologici.

- **Contaminarea prin agenți fizici:** sunt constituiți de particule și corpuri străine care ajung în alimente, în general în timpul manipulării sau transportului, (particule de sticlă, lemn, plastic, bucăți de os, pene, conținut intestinal, resturi organice, (păr, unghii, resturi alimentare), sau articole de uz personal (ceasuri, inele...).
- **Contaminarea cu agenți chimici:** unii agenți toxici de origine chimică pot fi prezenți în mod natural în alimente; acesta este cazul unor toxine vegetale și animale sau al unor toxine prezente în anumite ciuperci. Alți agenți chimici pot fi încorporați accidental în alimente: aditivi alimentari, erbicide, pesticide, urme de medicamente, produse utilizate pentru curățare și dezinfecție, produse utilizate în timpul funcționării sau întreținerii mașinilor și echipamentelor (uleiuri, lubrifianți etc.).



Există patru măsuri care pot contribui la prevenirea proliferării microorganismelor în alimente:

MĂSURI DE PREVENIRE A CONTAMINĂRII ALIMENTELOR

CURĂȚARE	PARTEA DE TIRAJ
<ul style="list-style-type: none"> • Spălați-vă bine pe mâini cu apă caldă și săpun ori de câte ori este necesar (înainte de a pregăti mâncarea, după ce ați folosit toaletele, după ce ați atins alimente crude, animale, gunoaie sau alte obiecte contaminate). • Spălați temeinic toate suprafețele de lucru și ustensilele (cuțite, oale, tigăi, blendere,...) cu apă caldă și săpun după fiecare utilizare și înainte de a trece la etapa următoare. • Folosiți planșe de tăiat confecționate din materiale neporoase și spălați-le în mașina de spălat vase sau cu apă caldă și săpun, după fiecare utilizare. • Folosiți cârpe de unică folosință pentru a spăla și usca suprafețele din bucătărie care vor veni în contact cu alimentele. 	<p>Este extrem de important să separați în mod corespunzător alimentele gata de consum de materiile prime, suprafețele de lucru sau ustensilele care pot fi contaminate de prezența microorganismelor. În acest scop, se recomandă:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pe parcursul tuturor etapelor de manipulare și depozitare a alimentelor crude este necesar să le păstrăm separate de alte produse preparate, plasându-le în partea inferioară a frigiderului pentru a împiedica sucurile pe care le degajă să contamineze alte alimente. • Folosiți planșe de tăiere, cuțite și ustensile diferite pentru manipularea alimentelor crude și a produselor gata de consum și nu așezați niciodată alimente gătite pe un recipient care a fost în contact cu alimente crude fără a-l spăla mai întâi. • Spălați-vă întotdeauna mâinile, planșele de tăiere, cuțitele și alte ustensile cu apă caldă cu săpun după ce au fost în contact cu alimente crude.
PREPARARE	RĂCIRE ȘI CONSERVARE
<p>Pentru a obține eliminarea bacteriilor prezente în alimente, este necesar să le gătiți pentru un timp adecvat și la o temperatură care să permită acest lucru. Acest lucru necesită:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Atingeți o temperatură de gătire de cel puțin 65°C în centrul produsului. • Dacă produsul este încălzit în cuptorul cu microunde, trebuie să se asigure că nu rămân zone reci, căldura trebuie să fie uniformă. • Dacă alimentele sunt reîncălzite este necesar să se atingă 65°C. 	<p>Temperaturile de refrigerare previn sau încetinesc dezvoltarea microorganismelor, astfel încât, odată ce alimentele sunt gătite, acestea trebuie să fie răcite cât mai repede posibil, astfel încât:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Alimentele gata de consum trebuie să fie refrigerate în termen de două ore după ce au fost gătite. • Nu dezghețați alimentele la temperatura camerei, ci întotdeauna refrigerați-le. • Așezați alimentele în cameră sau în frigider în așa fel încât să se realizeze un flux de aer rece între ele. • Verificați periodic buna funcționare a echipamentului de refrigerare



2. Manipularea alimentelor

Siguranța alimentară este ansamblul de măsuri care asigură că alimentele pe care le consumăm sunt sigure și își păstrează proprietățile nutritive. Pentru a asigura siguranța alimentară și a evita bolile transmise prin alimente, trebuie să cunoașteți și să respectați normele de igienă pe tot parcursul lanțului alimentar, cu accent special pe acele etape sau procese care necesită manipularea alimentelor.

PROCESE DE MANIPULARE A ALIMENTELOR

- Producțiile primare reprezintă prima verigă a lanțului și furnizează materia primă: agricultura, creșterea animalelor, pescuitul și vânătoarea.
- Industria alimentară pregătește și procesează alimentele folosind aceste materii prime.
- Magazinele, supermarketurile și hipermarketurile sau alte unități similare sunt responsabile de distribuție și vânzare.
- Ultima verigă a lanțului este reprezentată de consumatori, care sunt responsabili pentru o bună manipulare.

Prin urmare, urmărind toate etapele lanțului alimentar, se poate afirma că "persoanele care manipulează alimente sunt toate acele persoane care, datorită activității lor profesionale, au contact direct cu alimentele în timpul pregătirii, fabricării, prelucrării, preparării, ambalării, depozitării, transportului, distribuției, vânzării, furnizării și servirii acestora".

În plus, sunt considerați manipulatori cu risc mai ridicat cei ale căror practici de manipulare pot fi decisive în ceea ce privește siguranța alimentelor; acest grup include manipulatorii implicați în pregătirea și manipularea alimentelor preparate pentru vânzare, furnizare și/sau servire directă a consumatorilor sau a colectivităților.



Manipulatorul de alimente este un lucrător care trebuie să aibă obiceiuri de igienă mai stricte decât alți lucrători, datorită responsabilității mari de a crea alimente sigure. Prin urmare, acesta trebuie să adopte un sistem de autocontrol igienic în activitatea sa și să cunoască procesul de preparare și conservare a alimentelor respectând cerințele culinare, sanitare și nutriționale care permit ca alimentele să ajungă la consumator în cele mai bune condiții de calitate, evitând ca în multe cazuri manipulatorul să intervină ca vehicul de transmitere în contaminarea alimentelor, prin acțiuni incorecte și practici igienice greșite.

2.1. Etape în procesul de manipulare a alimentelor

Există mai multe etape în procesul de manipulare a alimentelor de la sosirea mărfurilor în unitatea dumneavoastră.

1. **Recepția materiilor prime:** Etapă de mare importanță în procesul de fabricare și manipulare a produselor alimentare, care include perioada de timp dintre descărcarea ingredientelor sau a materiilor prime și depozitarea corectă a acestora în depozitele sau camerele industriei. În cazul materiilor prime care constau în materii prime refrigerate sau congelate, trebuie verificat dacă lanțul frigorific nu a fost întrerupt în timpul transportului și acestea trebuie depozitate rapid, fără a fi așezate direct pe podea sau pe suprafețe care pot fi contaminate. În cazul în care aceste materii prime ajung în stare proastă sau dacă lanțul frigorific a fost rupt, acestea trebuie returnate furnizorului. Ar trebui completată o evidență a produselor primite, în care să se noteze cel puțin ziua sosirii, furnizorul, lotul și cantitatea. În cazul produselor reci, ar trebui să se noteze și temperatura la care acestea sosesc.
2. **Conservare:** Termenul de valabilitate este perioada maximă în care un aliment își păstrează toate proprietățile organoleptice, nutriționale și sanitare. Conservarea, împreună cu o depozitare adecvată, are ca scop creșterea duratei de valabilitate a alimentelor.



Aplicarea frigului și a căldurii asupra alimentelor sunt două dintre principalele metode de conservare, deși există multe altele care diminuează cantitatea de microorganisme prezente în alimente:

- **Aplicarea frigului.**

- Refrigerare: După cum am menționat deja, refrigerarea constă în supunerea alimentelor la temperaturi cuprinse între 0° și 5°C, ceea ce va determina microorganismele să se înmulțească mai lent, obținându-se astfel o durată de conservare mai mare.
- Congelare: În cazul congelării, supunem alimentele la temperaturi sub -18°C. Astfel, microorganismele mor, dar activitatea lor este total paralizată, permițând conservarea produsului timp de luni de zile.

- **Aplicarea căldurii.**

Temperaturile ridicate sunt singurele care distrug microorganismele. Există diferite modalități de aplicare a căldurii asupra produselor:

- Pasteurizarea: Aceasta constă în supunerea alimentelor la temperaturi apropiate de 80°C. Acest lucru distruge destul de multe microorganisme, dar nu pe toate, de aceea este important ca după pasteurizare aceste alimente să fie ținute la frigider pentru ca eventualele microorganisme care au supraviețuit să nu prolifereze. Termenul de valabilitate al alimentelor supuse acestui tratament termic este scăzut. Ex: laptele pasteurizat.
- Gătitul: Alimentele sunt supuse la temperaturi de aproximativ 100°C. Prin această metodă eliminăm majoritatea microorganismelor, dar nu și sporii acestora. Alimentele supuse acestui tratament își modifică proprietățile organoleptice.
- Sterilizarea: Alimentul este supus unor temperaturi apropiate de 120°C, distrugându-se astfel toate microorganismele din aliment, inclusiv sporii acestora.
- UHT (UHT) Este un sistem în care aplicăm o temperatură ridicată foarte puțin timp, dar suficient pentru a elimina toate microorganismele și sporii acestora, și a face ca alimentul să sufere cât mai puțin de acest tratament termic. Ex: laptele UHT (îl putem păstra în afara frigiderului).





3. Depozitare: Materiile prime sau produsele finite trebuie depozitate corect pentru a evita contaminarea. În acest scop, trebuie îndeplinite o serie de cerințe esențiale:
- Nu lăsați alimentele în contact direct cu podeaua sau cu pereții.
 - Nu depozitați produsele alimentare împreună cu produse care le pot contamina, cum ar fi produsele de curățare etc. sau depozitați produse proaspete cu produse finite pentru a evita contaminarea încrucișată.
 - Nu depășiți capacitatea depozitului sau a camerelor frigorifice, deoarece produsele nu vor fi răcite corespunzător.
 - Asigurați-vă că produsele care sosesc primele la depozit pleacă primele, astfel încât rotația produselor să fie adecvată și să evităm ca acestea să expire.
 - Controlați cel puțin o dată pe zi temperaturile din camerele de depozitare și asigurați-vă că sunt respectate limitele de temperatură corespunzătoare (refrigerare 0°- 5°C, congelare - 18°C).
 - Lăsați un spațiu suficient între produse pentru a permite circulația aerului între ele.
 - Nu lăsați alimente adecvate în apropierea zonei de gunoi sau a zonei de retur.



Nu uitați: În acest moment este foarte important să definim lanțul frigorific și importanța sa în domeniul alimentar. Este necesar să se mențină frigul (refrigerare sau congelare) la o temperatură adecvată de-a lungul întregului lanț alimentar, adică în toate etapele prin care trece alimentul până când ajunge la consumator. În cazul în care această temperatură nu este menținută, alimentele pot suferi modificări care vor reduce durata de conservare și pot pune în pericol consumatorul.





2.2. Igiena personală pentru persoanele care manipulează alimente

Comportamentele igienice sunt acele atitudini curate care trebuie reținute și practicate în toate situațiile. Ele se referă la acele obiceiuri care fac posibilă o contaminare mai mică a materiilor prime datorită atitudinilor corecte ale lucrătorului, curățării și dezinfecției instalațiilor și utilajelor, controlului apei, dăunătorilor și curățeniei din industrie. Igiena trebuie respectată sub toate aspectele sale.

Toate acele procese prin care trebuie să treacă materia primă care constituie alimentele pentru a deveni un produs gata să fie utilizat de consumator.

În mod normal, vorbim de manipulare atunci când aceasta este efectuată de cel care manipulează alimentele, dar, la fel, acele acțiuni prin care este tratată carnea, fie că este gătită, tocată sau împănată, sunt tot manipulări.

Bunele practici de manipulare sunt toate acele acțiuni și decizii care au loc în timpul prelucrării alimentelor și care au un efect pozitiv asupra menținerii alimentelor în condiții de salubritate. Aceste acțiuni ar trebui să fie păstrate și promovate. Împreună, ele constituie manualul de bune practici de manipulare a alimentelor. Acestea includ toate acele practici care, în mod preventiv, reduc riscurile pentru sănătate, cum ar fi contaminarea cu germeni și substanțe dăunătoare.

Igiena alimentară este ansamblul de măsuri necesare pentru a asigura siguranța și salubritatea produselor alimentare. Aceste măsuri acoperă toate etapele de producție până la punctul de vânzare către consumator. Acest lucru înseamnă că igiena trebuie să prezideze orice activitate legată de fabricarea și vânzarea de alimente.



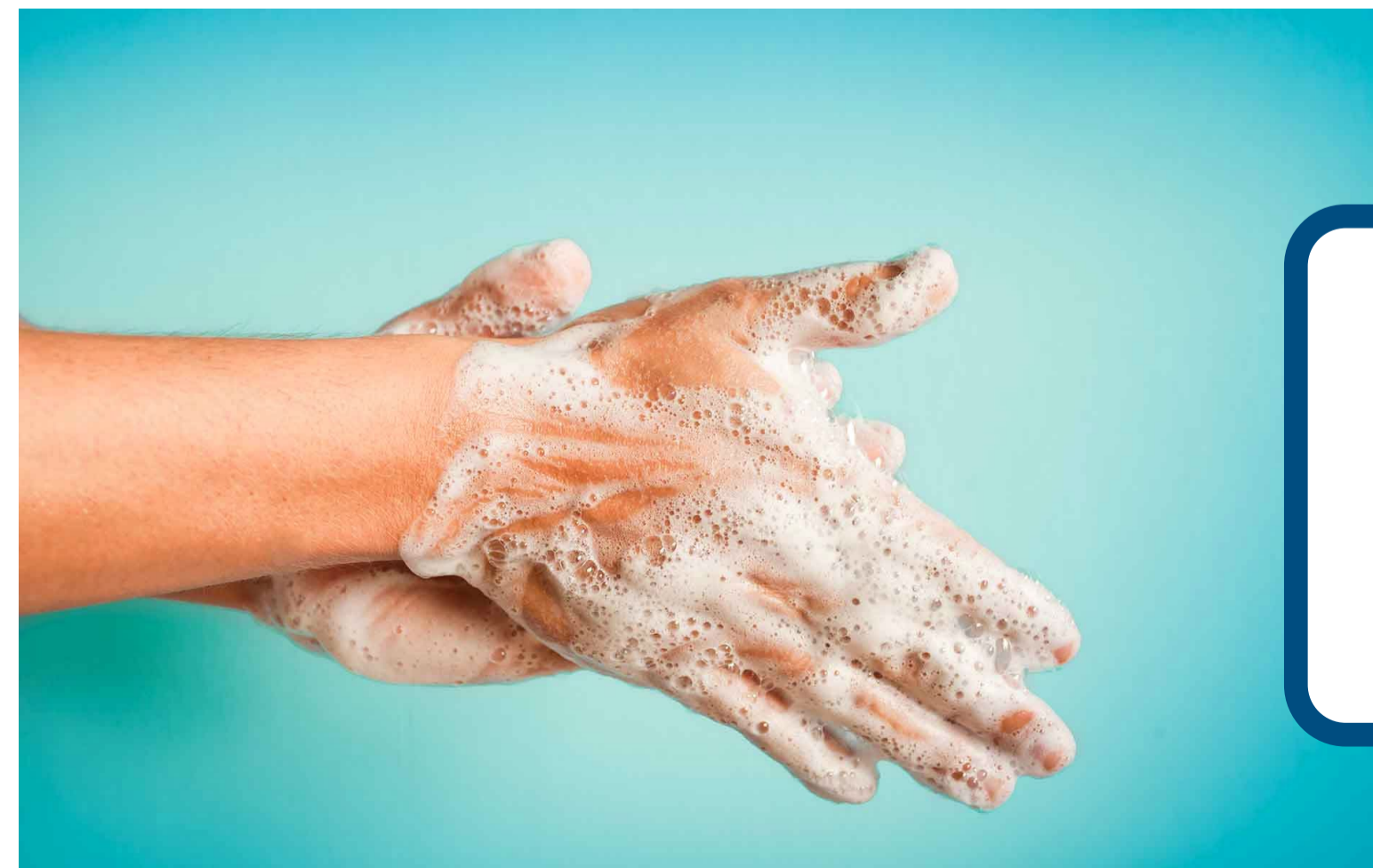


Ar trebui impuse măsuri adecvate și un control eficient pentru a evita contaminarea.
Mâinile: sunt principalul agent și vehicul de transmitere a bacteriilor; mâinile trebuie să fie cât mai igienice posibil în orice moment, iar unghiile trebuie să fie scurte, curate și nevopsite.

Sursa de contaminare.

Contaminarea majoră a mâinilor noastre cu microorganisme patogene este cauzată în principiu de:

- Contaminarea fecală produsă după folosirea toaletei sau manipularea gunoiului. În casă, în plus, trebuie inclusă și contaminarea produsă prin schimbarea scutecelor sau prin atingerea animalelor de companie sau a fecalelor acestora.
- Manipularea produselor crude, de obicei cu o contaminare ridicată a suprafeței, cum ar fi carnea, carnea de pasăre, fructele și legumele.
- Contaminarea prin contactul cu obiecte utilizate în mod obișnuit de multe persoane, cum ar fi telefonul, banii, mânerul ușilor, balustradele....
- Contaminarea cu secreții produse prin strănut sau tuse, sau prin atingerea diferitelor zone ale corpului contaminate, cum ar fi gura, nasul sau părul.



LINK-URI
DE
INTERES



[Cum se spală
mâinile?](#)

[Cum să freci mâinile?](#)





Spălatul pe mâini este un act simplu, dar care nu este întotdeauna efectuat în mod corespunzător. Reglementările pentru persoanele care manipulează alimente prevăd pur și simplu că trebuie să se folosească apă caldă și săpun sau un dezinfectant adecvat. Obiectivul este eliminarea microbiotei tranzitorii. Acest lucru depinde în mare măsură de caracteristicile individuale ale fiecărei persoane. Cu toate acestea, există un loc pe mâini unde se creează condiții de micro-mediu favorabile menținerii și dezvoltării microbiene: în jurul și sub unghii. În plus, în actul mecanic de spălare a mâinilor, mai multe zone sunt adesea insuficient spălate, cum ar fi spațiile interdigitale și spatele mâinilor.

Spălarea depinde, de asemenea, de tipul de contaminare sau de originea acesteia. Dacă contaminarea este semnificativă, de exemplu, după ce a ieșit din baie, procedura de reducere trebuie să fie mai agresivă decât în alte circumstanțe și se poate efectua o spălare simplă sau dublă cu o perie de unghii. Utilizarea unei perii de unghii are un efect mecanic important pentru eliminarea microbiotei tranzitorii.

În toate circumstanțele este esențial să se utilizeze săpun, indiferent dacă acesta are activitate bactericidă sau nebactericidă. Dacă spălarea se realizează în mod corespunzător, nu ar fi necesară utilizarea săpunurilor cu dezinfectanți, deoarece, ca urmare a acțiunii mecanice, se pot obține reduceri importante ale microorganismelor patogene.





Ar trebui impuse măsuri adecvate și un control eficient pentru a evita contaminarea.

Păr: Persoana care se ocupă de manipulare ar trebui să aibă părul curat într-o plasă de păr sau o pălărie pentru a evita contaminarea alimentelor cu păr sau mătreață, deoarece părul se reînnoiește continuu și captează murdăria din mediul înconjurător. De asemenea, se recomandă să nu se folosească agrafe de păr pentru a ține pălăriile sau plasele de păr, deoarece acestea pot cădea în alimente și pot cauza contaminarea fizică a acestora.

Ochi, nas și gură: Microorganismul *Staphylococcus aureus* provoacă intoxicații alimentare și este prezent în nasul și gura a aproximativ 50% din populație. Aceste microorganisme se răspândesc cu ușurință prin vorbire, tuse sau strănut, astfel încât aceste comportamente trebuie evitate atunci când se manipulează alimente.

Corp: Manipulatorii nu trebuie să aibă părul neîngrijit, barba neîngrijită sau lipsa de curățenie personală. Este indicat să facă duș zilnic și să își păstreze pielea cât mai curată pentru a evita prezența unghiilor și a oricărui tip de infecție care ar putea fi periculoasă pentru alimente și pentru consumator.

Îmbrăcămintea: Hainele de lucru sunt doar pentru muncă. În fiecare zi trebuie să fie curate și de culoare deschisă. În cazul în care se utilizează îmbrăcăminte specifică, cum ar fi șorturi, sisteme de protecție, cum ar fi mănuși din plasă sau protecții pentru antebrațe, acestea trebuie spălate de câte ori este necesar, în locuri prevăzute în acest scop, cum ar fi cabinele sau dușurile destinate acestui scop.

- Dacă este posibil, îmbrăcămintea nu ar trebui să aibă buzunare exterioare, iar închiderile ar trebui să evite utilizarea nasturilor.
- Hainele de lucru trebuie lăsate exclusiv în dulapuri, care vor fi împărțite în două părți pentru a nu le amesteca cu hainele de stradă.
- Cizmele folosite pentru muncă trebuie spălate în afara zonelor de lucru. Un loc va fi alocat în acest scop, dacă este posibil cu mașini de spălat cizme.





Nu se recomandă utilizarea mănușilor de cauciuc pentru manipularea alimentelor, deoarece bacteriile pot coloniza interiorul mănușilor. În anumite circumstanțe, se pot purta mănuși de unică folosință, deși acestea trebuie aruncate imediat după utilizare.

Tăieturi și răni: Rănile sau tăieturile de pe piele sunt medii ideale pentru dezvoltarea bacteriilor, așa că va fi necesar să le mențineți acoperite cu bandaje adecvate (tifon, plasturi,...) care la rândul lor să fie impermeabilizate cu ajutorul unor mănuși sau degetare și să fie mereu curate.

Bijuterii și obiecte personale: Se recomandă să nu purtați bijuterii sau obiecte personale (ceasuri, inele, cercei) atunci când manipulați alimente, deoarece, pe lângă faptul că sunt locuri în care tinde să se acumuleze murdărie, acestea pot cauza probleme de contaminare fizică dacă se desprind de alimente.

Prin urmare, manipulatorul de alimente este esențial în menținerea unei igiene corespunzătoare și contribuie prin obiceiurile sale la introducerea pe piață a unor alimente sigure, inofensive și de calitate. Cele mai importante obiceiuri pe care acesta trebuie să le respecte sunt:

- Păstrați-vă postul de lucru, uneltele și echipamentul curat și ordonat.
- Dacă suferiți de vreo boală (vărsături, diaree, răceli), trebuie să vă anunțați managerul.
- Păstrați o igienă personală corespunzătoare.
- Respectați regulile de igienă în ceea ce privește îmbrăcămintea și curățenia personală.
- Evitați obiceiurile care ar putea duce la contaminarea alimentelor. Prin urmare, manipulatorii nu trebuie să tușească sau să strănute, să vorbească, să mănânce, să mestecă gumă de mestecat, să fumeze, să se scarpine în păr sau în nas, să poarte bijuterii sau creme care pot transmite mirosul sau gustul alimentelor.





FLAVOURS
of EUROPE

UNITATEA 7
Alimentele, baza
gastronomiei.

3. Cerințe igienico-sanitare ale instalațiilor.

3.1. Cerințe generale pentru spațiile utilizate pentru produse alimentare (altele decât cele ambulante sau temporare).

1. Spațiile destinate produselor alimentare trebuie să fie păstrate curate și în bună stare de întreținere.

2. Dispunerea, proiectarea, construcția, amplasarea și dimensiunea spațiilor destinate produselor alimentare trebuie:

a) Să permită întreținerea, curățarea și/sau dezinfectarea adecvată, să prevină sau să reducă la minimum contaminarea prin aer și să asigure un spațiu de lucru suficient pentru a permite desfășurarea în condiții de igienă a tuturor operațiunilor.

b) Să prevină acumularea de murdărie, contactul cu materiale toxice, depunerea de particule pe produsele alimentare și formarea condensului sau a mușgaiului nedorit pe suprafețe.

c) să permită bunele practici de igienă alimentară, inclusiv protecția împotriva contaminării, în special controlul dăunătorilor.

d) dacă este necesar, să asigure condiții adecvate de manipulare și depozitare cu temperatură controlată și o capacitate suficientă pentru a permite menținerea produselor alimentare la o temperatură adecvată care poate fi verificată și, dacă este necesar, înregistrată.

LINK-URI
DE
INTERES



[Regulamentul nr. 852/2004
al Parlamentului European](#)





FLAVOURS
of EUROPE

UNITATEA 7
Alimentele, baza
gastronomiei.

3. Trebuie să existe un număr suficient de toalete cu spălare conectate la un sistem de drenaj eficient. Toaletele nu trebuie să comunice direct cu încăperile în care sunt manipulate produsele alimentare.
4. Trebuie să existe un număr suficient de lavoare, amplasate în mod corespunzător și destinate curățării mâinilor. Chiuvetele pentru spălarea mâinilor ar trebui să fie prevăzute cu apă curentă caldă și rece, precum și cu echipament igienic de curățare și uscare a mâinilor. Atunci când este necesar, instalațiile pentru spălarea produselor alimentare ar trebui să fie separate de cele pentru spălarea mâinilor.
5. Ar trebui să fie prevăzute mijloace adecvate și suficiente de ventilație mecanică sau naturală. Ar trebui evitați curenții de aer mecanici dinspre zonele contaminate spre zonele curate. Sistemele de ventilație ar trebui să fie construite astfel încât filtrele și alte piese care trebuie curățate sau înlocuite să fie ușor accesibile.
6. Toate toaletele ar trebui să dispună de o ventilație naturală sau mecanică suficientă.
7. Spațiile alimentare ar trebui să dispună de lumină naturală sau artificială adecvată.
8. Sistemele de evacuare a apelor uzate trebuie să fie suficiente pentru a îndeplini scopul propus și să fie proiectate și construite astfel încât să evite orice risc de contaminare. În cazul în care canalele de scurgere sunt complet sau parțial deschise, acestea trebuie să fie proiectate astfel încât să se asigure că deșeurile nu curg dintr-o zonă contaminată într-o zonă curată, în special într-o zonă în care sunt manipulate produse alimentare care pot prezenta un risc ridicat pentru consumatorul final.
9. Atunci când este necesar, ar trebui să se asigure facilități adecvate pentru schimbarea personalului.
10. Produsele de curățare și dezinfecție nu ar trebui să fie depozitate în zonele în care sunt manipulate produse alimentare.



3.2. Cerințe specifice pentru încăperile în care se prepară, se tratează sau se prelucrează produse alimentare (cu excepția cantinelor și a spațiilor mobile).

1. Proiectarea și amenajarea încăperilor în care produsele alimentare sunt pregătite, tratate sau prelucrate (cu excepția cantinelor și a spațiilor mobile, dar inclusiv a spațiilor conținute în mijloacele de transport) ar trebui să permită bune practici de igienă alimentară, inclusiv protecția împotriva contaminării între și în timpul operațiunilor. În special:
 - a) suprafețele podelelor trebuie să fie menținute în stare bună și să fie ușor de curățat și dezinfectat. Acest lucru va necesita utilizarea de materiale impermeabile, neabsorbante, lavabile și netoxice, cu excepția cazului în care operatorii din sectorul alimentar pot convinge autoritatea competentă de caracterul adecvat al altor materiale utilizate. Dacă este cazul, podelele trebuie să permită un drenaj suficient.
 - b) suprafețele pereților trebuie să fie menținute în stare bună și să fie ușor de curățat și, dacă este necesar, de dezinfectat. Acest lucru va necesita utilizarea de materiale impermeabile, neabsorbante, lavabile și netoxice; suprafața lor trebuie să fie netedă la o înălțime corespunzătoare operațiunilor care urmează să fie efectuate.
 - c) plafoanele (sau, în cazul în care nu există plafoane, suprafața interioară a acoperișului), plafoanele suspendate și alte instalații suspendate trebuie să fie construite și lucrate astfel încât să prevină acumularea de murdărie și să reducă condensarea, formarea de mușcături nedorite și desprinderea de particule.
 - d) ferestrele și alte deschideri care pot fi deschise ar trebui să fie construite astfel încât să prevină acumularea de murdărie, iar cele care pot comunica cu exteriorul ar trebui, dacă este necesar, să fie prevăzute cu plase de protecție împotriva insectelor care pot fi ușor de îndepărtat pentru curățare. În cazul în care contaminarea ar putea rezulta din deschiderea ferestrelor, acestea ar trebui să rămână închise cu un lacăt în timpul producției.
 - e) ușile ar trebui să fie ușor de curățat și, dacă este necesar, de dezinfectat, necesitând suprafețe netede și neabsorbante.
 - f) suprafețele (inclusiv echipamentele) din zonele în care se manipulează alimente și, în special, cele care vin în contact cu alimentele trebuie menținute în stare bună și trebuie să fie ușor de curățat și, dacă este necesar, de dezinfectat, necesitând materiale netede, lavabile, rezistente la coroziune și netoxice.





2. Acolo unde este necesar, se asigură instalații adecvate pentru curățarea, dezinfectarea și depozitarea echipamentelor și a ustensilelor de lucru. Aceste instalații trebuie să fie construite din materiale rezistente la coroziune, să fie ușor de curățat și să aibă o alimentare adecvată cu apă caldă și rece.

3. Se iau măsuri adecvate, atunci când este necesar, pentru spălarea produselor alimentare. Toate chiuvetele sau instalațiile similare pentru spălarea produselor alimentare trebuie să aibă o alimentare adecvată cu apă potabilă caldă și/sau rece și trebuie să fie menținute curate și, dacă este necesar, dezinfectate.

3.3. Cerințe privind echipamentele și instalațiile

Toate articolele, instalațiile și echipamentele care intră în contact cu produsele alimentare:

- Trebuie să fie bine curățate și, dacă este necesar, dezinfectate. Curățarea și dezinfectarea trebuie să fie efectuate atât de frecvent cât este necesar pentru a evita orice risc de contaminare.
- Construcția, compoziția și starea de reparare și întreținere a acestora trebuie să reducă la minimum riscul de contaminare și să permită curățarea temeinică și, dacă este necesar, dezinfectarea lor.
- Instalarea lor trebuie să permită o curățare adecvată a echipamentului și a zonei înconjurătoare.

Dacă este necesar, echipamentele trebuie să fie prevăzute cu toate dispozitivele de control adecvate pentru a asigura conformitatea cu obiectivele prezentului regulament.

Știați că...?



În cazul în care, pentru a preveni coroziunea echipamentelor și a recipientelor, este necesar să se utilizeze aditivi chimici, acest lucru ar trebui să se facă în conformitate cu bunele practici pentru a evita transmiterea de substanțe toxice, mirosuri și gusturi către alimente.



3.4. Curățarea și dezinfectarea instalațiilor

Să determinăm mai întâi câteva concepte.

Curățarea: Eliminarea murdăriei și a resturilor organice cu ajutorul apei și al detergenților. Astfel se reduc unele microorganisme, dar în principal se elimină grăsimea și reziduurile vizibile. Se realizează cu ajutorul detergenților, iar la alegerea acestora este important să se țină cont de materialul articolului sau al suprafeței care trebuie curățat și de natura murdăriei care trebuie îndepărtată. Temperatura recomandată a apei este de 40 °C.

În plus, produsele trebuie păstrate în recipiente originale închise și bine etichetate, în locuri exclusiviste și departe de zonele de depozitare și de prelucrare a produselor.

Dezinfecția: Aceasta constă în eliminarea bacteriilor pe care nu le putem vedea. Se efectuează întotdeauna după curățare. Ar trebui să se utilizeze numai dezinfectanți autorizați în mod corespunzător. După o dezinfecție adecvată, majoritatea microorganismelor de pe suprafețe sunt eliminate, dar nu și formele lor rezistente sau sporii. În acest scop se folosesc dezinfectanți chimici care au o acțiune letală asupra microbilor. Există o gamă largă de dezinfectanți, iar alegerea lor va depinde de:

- Caracteristicile materialelor care trebuie dezinfectate.
- Germenii care trebuie eliminați.
- Concentrația dezinfectantului: adăugarea unei concentrații mai mari decât cea indicată în fișa tehnică a produsului nu va duce la o dezinfecție mai mare, iar o concentrație mai mică decât cea recomandată nu va elimina toți germenii și poate duce la apariția rezistenței. Pentru a evita aceasta din urmă, se recomandă să se rotească dezinfectanții.
- Timp de acțiune: este esențial să se respecte ceea ce este indicat în fișa tehnică.
- Temperatura apei: în cazul în care se utilizează compuși clorurați, temperatura recomandată este de 10 °C.
- pH-ul soluției.



În toate unitățile în care se manipulează alimente, trebuie să existe un plan de curățare și dezinfecție care să definească în mod clar frecvența curățării și dezinfecției, instrumentele sau suprafețele care urmează să fie supuse acestor procese, natura substanțelor care trebuie eliminate, dozajul produsului care trebuie utilizat, modul de efectuare a acestor operațiuni (manual sau mecanic) și persoana responsabilă de acestea.

Motivul pentru care se curăță suprafețele și ustensilele care vin în contact cu alimentele și cu mediul înconjurător este acela de a reduce sau de a preveni riscul de contaminare microbiologică sau fizică și de a permite și facilita dezinfecția.

Pentru a atinge aceste obiective, trebuie să se desfășoare o serie de etape:

1. Curățarea prealabilă: eliminarea murdăriei vizibile, a resturilor alimentare, a deșeurilor și a grăsimilor; în mod normal, aceasta se va face pe uscat (perii și lopeți) pentru a nu împrăști murdăria, dacă se efectuează curățarea umedă, se recomandă să se folosească apă rece.
2. Pre-spălare: proiecție de apă la presiune joasă pentru a elimina resturile de pe echipamente; temperatura apei trebuie să fie mai mare de 35-40°C pentru a solubiliza grăsimile și mai mică de 60°C pentru a evita coagularea proteinelor.
3. Curățarea: constă în aplicarea unui detergent pentru a elimina resturile de murdărie. Este convenabil să se efectueze o acțiune mecanică suplimentară, cum ar fi periajul, pentru a îndepărta murdăria.
4. Clătirea: constă în îndepărtarea detergentului și a substanțelor dizolvate cu ajutorul apei sub presiune. Forma jetului de apă și înclinarea acestuia în raport cu suprafața sunt importante pentru a obține un efect bun fără a proiecta reziduuri în mediul înconjurător.
5. Dezinfecție: aplicați dezinfectantul în conformitate cu instrucțiunile producătorului.
6. Clătirea finală: trebuie să fie abundentă și cu apă caldă sau rece, în funcție de dezinfectantul utilizat (caldă dacă este vorba de un compus clorurat).
7. Uscarea: apa se elimină prin scurgere sau cu ajutorul aerului uscat sau a unor prosoape igienice. Multe microorganisme de risc sunt foarte sensibile la condițiile de mediu și sunt distruse prin uscare. Această etapă este importantă pentru a evita prezența unor condiții care favorizează recontaminarea și, de asemenea, pentru a evita formarea de biofilme.



Programele de curățare și dezinfecție ar trebui să asigure igienizarea tuturor părților instalației (inclusiv a echipamentului de curățare).

Conformitatea și eficacitatea produselor utilizate și a programelor corespunzătoare ar trebui să fie monitorizate în mod constant și eficient și, dacă este necesar, documentate.

Programele ar trebui să fie pregătite în scris, iar pregătirea lor ar trebui să ia în considerare și, prin urmare, să specifice:

- a) Produsul care urmează să fie prelucrat.
- b) Suprafețele, elementele echipamentului, ustensilele și instalațiile care trebuie curățate.
- c) Metoda de curățare.
- d) Temperatura, presiunea și potabilitatea apei.
- e) Cunoașterea punctelor critice.
- f) Mijloacele disponibile: personal, orar, sisteme, echipamente etc.
- g) Produsele care trebuie utilizate: forma de aplicare, dozajul, timpul de acțiune etc.
- h) Frecvența.
- i) Este important să se dețină un dosar cu fișele tehnice ale produselor.
- j) Înregistrări sau fișe de control al lucrărilor de curățare și dezinfecție.
- k) Sistemul de monitorizare utilizat: inspecții periodice și, dacă este posibil, utilizarea de teste microbiologice.





De-a lungul etapelor lanțului alimentar, există numeroase reziduuri și produse reziduale care iau naștere și trebuie eliminate. Acestea pot provoca mirosuri sau pot fi o sursă activă de contaminare microbiană a alimentelor.

Deșeurile de produse alimentare, subprodusele necomestibile și alte reziduuri ar trebui:

- să fie îndepărtate cât mai repede posibil din încăperile în care sunt depozitate alimentele pentru a se evita acumularea lor, eliminându-le în condiții de igienă și fără a afecta mediul înconjurător (separarea deșeurilor în diferite recipiente: uleiuri uzate, hârtie și carton, plastic și ambalaje, sticlă și materii organice).
- să fie depozitate în containere care se pot închide. Aceste containere trebuie să aibă o construcție adecvată pentru a împiedica accesul dăunătorilor la deșeurile, să fie în stare bună și să fie ușor de curățat și dezinfectat.
- Ar trebui să se ia măsuri adecvate pentru depozitarea și eliminarea lor. Rezervoarele de deșeurile ar trebui să fie proiectate și tratate astfel încât să poată fi menținute curate și lipsite de animale și organisme dăunătoare.



Controlul dăunătorilor

În manipularea alimentelor, numim dăunători prezența animalelor care trăiesc în sau pe alimente și care, în contact cu acestea, produc o alterare sau o contaminare a lor. Aceste animale sunt distructive și cauzează probleme de sănătate, economice și de muncă.

Principalii dăunători din industria alimentară sunt:

- Rozătoarele: șobolani și șoareci.
- Insecte: gândaci, furnici, muște, viespi, gândaci, gărgărițe, acarieni.
- Păsări.

Ar trebui implementat un program eficient și continuu de eradicare a insectelor, păsărilor, rozătoarelor și a altor dăunători. Instalațiile și zonele înconjurătoare ar trebui să fie inspectate periodic pentru a se asigura că nu există nicio infestare.





FLAVOURS
of EUROPE

UNITATEA 7
Alimentele, baza
gastronomiei.

Trebuie să stabilim un plan de dezinsecție și de deratizare a șobolanilor în care să fie indicate în scris următoarele secțiuni:

- a) Zonele care urmează să fie tratate: (Indicați fiecare dintre spații și zone).
- b) Tratamente: (Indicați metodologia).
 - Metoda de aplicare.
 - Posibile riscuri de contaminare a alimentelor.
 - Riscuri posibile pentru persoane.
 - Măsuri de siguranță care trebuie adoptate în timpul aplicării.
- c) Produse utilizate. Trebuie să se precizeze următoarele:
 - Utilitatea (insecticid, dezinfectant, rodenticid).
 - Denumire comercială.
 - Compoziția (materia activă a produselor).
 - Producătorul și numărul de înregistrare.
 - Dozajul și perioada de siguranță.
 - Agentul nociv care trebuie controlat.
- d) Data începerii și a demarării campaniei.
- e) Datele aplicatorului și codul cardului.

În cazul în care programul de dezinsecție și deratizare a șobolanilor este realizat de către firma noastră, toate informațiile de mai sus trebuie să fie consemnate în scris.

Știați că...?



În cazul în care acest program este realizat de o companie autorizată, după fiecare aplicație, compania va emite un certificat de garanție în care vor fi menționate și toate datele de mai sus.





Dacă vreun dăunător invadează unitățile sau zonele din jur, trebuie luate măsuri de eradicare. Măsurile de control care implică tratamentul cu agenți chimici, fizici sau biologici trebuie să fie efectuate numai sub supravegherea directă a personalului care cunoaște temeinic riscurile pentru sănătate asociate cu utilizarea acestor agenți, în special riscurile care pot apărea din cauza reziduurilor reținute în produs.

Dăunătorii sunt controlați prin:

- Adoptarea de măsuri fizice preventive: acestea sunt destinate să împiedice pătrunderea, răspândirea și proliferarea.
- Aplicarea de metode de distrugere a dăunătorilor existenți.
- Măsuri fizice preventive:
- Etanșarea și izolarea ermetică a găurilor și cavităților din structuri, atenție deosebită în puțurile lifturilor și ascensoarelor de marfă, izolarea instalațiilor sanitare și de drenaj.
- Plasarea de protecții pe capacele grătarelor și pe canalizări, ecrane la ferestre.
- Evitarea surselor de atracție, evitarea acumulării de deșeuri în jurul abatorului.
- Depozitarea adecvată, izolarea produselor de podea. Este recomandabil să se lase un culoar în jurul pereților și să nu se depoziteze alimente lângă aceștia.
- Mențineți o separare clară între zonele curate și cele murdare.
- Curățenie:
 - a) Protejarea gunoiului cu containere cu capac și plasarea gunoiului departe de alimente.
 - b) Igienizarea instalațiilor.





În ceea ce privește controlul rozătoarelor, mijloacele de control pot fi:

- a) Fizice: are rezultate limitate și aleatorii, de aceea nu se recomandă utilizarea lor. Printre acestea se numără ultrasunetele, câmpurile magnetice etc.
- b) Mecanice: cele mai frecvent utilizate sunt cleiul vegetal și capcanele.
- c) Chimice: sunt cele mai utilizate în industrie. Acestea au diferite forme de prezentare: pulbere, granule, pastă, bloc etc. Trebuie să se indice pe un plan unde au fost amplasate și trebuie să se țină o evidență a caracteristicilor produselor, a frecvenței de reprovizionare, dacă au fost ingerate, etc.

Programul de combatere a dăunătorilor ar trebui să indice cine este responsabil pentru plasarea produselor, modul în care acestea sunt utilizate etc. În ceea ce privește dezinfecția, mijloacele de combatere pot fi:

- a) Fizice: cele mai frecvente sunt "capcanele luminoase", care constau într-o lumină ultravioletă care atrage insectele către o rețea electrică.
- b) Chimice: sunt insecticide care pot acționa prin ingestie, contact sau inhalare.

Știați că...?



Proiectarea și execuția unui plan de tratament specific și a măsurilor chimice preventive, precum și utilizarea de produse permise de lege, controlul rezultatelor și eliberarea unui certificat, trebuie să fie efectuate de către o firmă specializată și înregistrată, cu autorizație corespunzătoare pentru dezinfecție și dezinfecție.



Unit 7

Întrebări de autocorectare

Vă rugăm să indicați răspunsul corect

ÎNTREBAREA 1

Câte tipuri de alimente există?

- a) 3
- b) Mai mult de 10
- c) 2
- d) Mai mult de 5

ÎNTREBAREA 2

În funcție de natura lor, agenții contaminanți se clasifică în:

- a) Agenți naturali, agenți fizici și agenți chimici.
- b) Chimici și fizici.
- c) Agenți naturali și chimici.
- d) **Agenți fizici, chimici și biologici.**

ÎNTREBAREA 3

Măsuri care pot contribui la prevenirea proliferării microorganismelor în alimente:

- a) Extragerea părților, gătirea și refrigerarea și conservarea.
- b) **Curățarea, Extragerea părților, Gătirea și refrigerarea și conservarea.**
- c) Curățare, Extragere părților, Gătire și refrigerare.
- d) Curățare, extragere, refrigerare și conservare.

ÎNTREBAREA 4

_____ este eliminarea murdăriei și a resturilor organice cu ajutorul apei și al detergenților. Aceasta reduce unele microorganisme, dar elimină în principal grăsimea și reziduurile vizibile. Temperatura recomandată a apei este de 40° C.

- a) Dezinfecție.
- b) Dezinfecție fizică.
- c) Dezinfecție chimică.
- d) **Curățare.**

ÎNTREBAREA 5

Principalii dăunători din industria alimentară sunt:

- a) **Rozătoarele, insectele și păsările.**
- b) Rozătoare, insecte și reptile.
- c) Insecte și reptile.
- d) Reptile și rozătoare.



UNITĂȚI

1. Ce este antreprenoriatul? Antreprenoriatul în mediul rural.
2. Cum să demarezi o nouă afacere prin înființarea unui punct gastronomic local în unitate de tip familial.
3. Cadrele juridice și măsurile necesare.
4. Modul de a oferi satisfacție alimentară locală.
5. Cum să asiguri și să măsoți calitatea și valoarea.
6. Cum să răspunzi așteptărilor turiștilor.
7. Alimentele, baza gastronomiei.
8. Costuri și riscuri. Cum se face o bună calculare a costurilor produsului.
9. Concluzii

UNITATEA 8

Costuri și riscuri. Cum se face o bună calculare a costurilor produsului.

În această unitate vom aborda subiectul greșelilor în antreprenoriat și cum să facem un calcul bun al costului produsului nostru.

Trebuie să fim realiști, nu putem crede că doar pentru că am înființat o afacere totul va fi bine peste noapte. Greșelile există și sunt mai frecvente decât credem, atât în companiile mari, cât și în cele mici. Haideți să cunoaștem cele mai frecvente nouă greșeli la înființarea unei afaceri!

1. Să nu știi cum să alegi forma societară potrivită.
2. Gândind-vă mai mult la finanțare decât la venituri.
3. Uitând de problemele juridice.
4. Pornirea fără un acord corporativ.
5. Confundând facturarea cu obținerea plății.
6. Concentrându-se doar pe idee.
7. A fi prea optimist.
8. Lipsa unui model de afaceri.
9. Nu se stabilește un preț corect.



Nu vă faceți griji, este normal să facem greșeli, problema este să nu ne dăm seama că le facem!



Acum că știm care sunt erorile, haideți să le analizăm:

1. Forma de afaceri/organizare juridică greșită.

Ca regulă generală, începeți ca lucrător independent și apoi înființați o societate cu răspundere limitată. Aceasta nu este neapărat cea mai bună opțiune dacă doriți să vă protejați activele în calitate de antreprenor. Evaluați toate formele de societate și beneficiile oferite în țara dumneavoastră.

2. Gândiți-vă mai degrabă la finanțe decât la venituri.

Finanțarea este o parte importantă, dar este și mai important să obțineți venituri, ceea ce înseamnă că trebuie să vă concentrați atenția în special asupra clienților dumneavoastră. O greșeală frecventă este aceea de a petrece mult timp căutând o finanțare suplimentară care poate să nu fie necesară, în loc să vă concentrați asupra afacerii.

3. Uitarea aspectelor juridice.

Înființarea unei afaceri implică o mulțime de formalități legale și documente. Atunci când începeți o afacere, nu uitați de aspecte precum brevetele de marcă, protecția datelor sau livrarea documentelor în termenele solicitate.

Întrebare: *Dintre toate greșelile, care este cea mai gravă pentru tine și care crezi că nu o vei face?*





UNITATEA 8

Costuri și riscuri. Cum se face o bună calculare a costurilor produsului.

4. Pornirea fără un acord de parteneriat.

Un contract de societate reglementează relația dintre parteneri și îi protejează pe aceștia în cazul unor vânzări viitoare sau al unor majorări de capital. Puține societăți îl întocmesc în momentul constituirii și reprezintă una dintre cele mai mari surse de conflict în viitor.

5. Confundarea facturării cu obținerea plății.

Vânzarea este bună, dar nu înseamnă neapărat că afacerea funcționează. Pentru asta trebuie să fii plătit cu o marjă de profit.

6. Concentrarea doar pe idee.

Nu uitați că execuția este la fel de importantă, sau chiar mai importantă decât a avea o idee bună sau a te baza pe calitatea produsului. A vrea să ieși cu totul perfect este o greșală frecventă.

Știați că...?



Când vorbim despre antreprenori, ne gândim întotdeauna la tineri. Cu toate acestea, nu este cazul. Un studiu din Statele Unite, realizat de Massachusetts Institute of Technology (MIT), a arătat că vârsta medie a unui antreprenor este de 45 de ani.





7. A fi prea optimist.

Potrivit unui studiu realizat de CB Insights, 29% dintre companii se închid pentru că nu mai au bani. Unul dintre motive este faptul că antreprenorii tind să fie prea optimiști în ceea ce privește previziunile de venituri, dar și în ceea ce privește costurile pe care vor trebui să și le asume. Nu uitați să aveți o rezervă pentru evenimente neprevăzute.

8. Lipsa unui model de afaceri.

Potrivit CB Insights, 17% dintre eșecuri se datorează lansării unui produs fără un model de afaceri bun sau fără a evolua modelul inițial. În plus, 14% au închis pentru că nu au știut cum să execute corect planul de marketing și alte 10% pentru că nu au știut să gestioneze afacerea.

9. Nu se obține prețul corect.

Acesta este motivul pentru care 18% dintre startup-uri s-au închis, fie pentru că erau prea scumpe, fie pentru că erau prea ieftine și abia acopereau costurile

Nu uitați: Acestea sunt unele dintre cele mai frecvente greșeli. Nu uitați niciodată să luați decizii cu o perspectivă de viitor, iar dacă faceți o greșeală, puteți oricând să reflectați și să învățați.

Orice proces de învățare implică să faci greșeli și fiecare greșeală înseamnă să câștigi experiență.





UNITATEA 8

Costuri și riscuri. Cum se face o bună calculare a costurilor produsului.

Cum se face o bună determinare a costurilor produsului.

Controlul și buna gestionare a materiilor prime reprezintă un aspect fundamental pentru obținerea de profituri. Ținând evidența produselor pe care le vom folosi pentru prepararea unei rețete, ne va fi mai ușor să calculăm costurile.

Pentru a obține prețul, vom folosi un instrument care ne ajută să determinăm costul total al unui fel de mâncare sau al unui produs prin prisma materiilor prime implicate în prepararea acestuia. Acesta este un aspect fundamental și esențial în domeniul hotelier și al managementului bucătăriei, cu ajutorul căruia controlăm ce preț să punem pe preparatele noastre pentru a le face profitabile, precum și pentru a controla și optimiza cheltuielile. Cu cuvinte mai simple, este vorba de a da un cost real felului de mâncare sau produsului în funcție de munca care ne costă și de calitatea materiei prime.

Ce ar trebui să fie reflectat în defalcarea costurilor?



- **Ingrediente:** O listă completă a ingredientelor utilizate pentru a realiza produsul.
- **Unitatea achiziționată:** Aceasta este unitatea de măsură în care au fost achiziționate ingredientele de la furnizorii dumneavoastră. Aceasta poate fi orice, de la grame la kilograme, mililitri, litri, etc.
- **Costul unitar de achiziție:** Prețul pe unitatea de măsură de pe factura furnizorului.
- **Randament:** Randamentul este exprimat în procente și reprezintă cantitatea rămasă după tăiere și curățare. De exemplu, greutatea utilizabilă după tăierea și curățarea unei bucăți de carne de 1 000 g poate fi de 700 g (randament de 70%).
- **Costul unitar real:** Costul după ce ați calculat randamentul.
- **Dimensiunea porției:** Cât de mult din fiecare ingredient intră în fiecare porție.
- **Costul porției:** Costul porției din acel ingredient, calculat cu ajutorul următoarei formule: Dimensiunea porției x costul unitar real.





FLAVOURS
of EUROPE

UNITATEA 8

Costuri și riscuri. Cum se face o bună calculare a costurilor produsului.

Acesta este un punct de plecare pentru calcularea prețului unui produs. Calcularea prețurilor de vânzare ale mâncărilor și produselor este cheia profitabilității unei afaceri. Și nu este vorba doar de cunoașterea tuturor costurilor, ci și de chestiuni legate de strategia de afaceri, poziționare și acceptare pe piață.

Înainte de a trece la calcularea prețurilor produsului dumneavoastră, este important să vă fie clare câteva noțiuni de bază. Printre acestea, și în ceea ce privește strategia de afaceri, ar fi indicat să cunoașteți marja totală de profit, adică ceea ce vă rămâne după ce ați plătit toate cheltuielile de afaceri. Cel mai clar mod de a calcula acest procent este să împărțiți cheltuielile în trei mari categorii: materii prime, costuri cu forța de muncă și cheltuieli cu spațiile.

Știați că...?



Deși utilizarea prețurilor de 9 dolari este larg răspândită în rândul comercianților cu amănuntul din SUA, există puține dovezi privind eficiența acestora. În această lucrare, prezentăm o serie de trei studii de teren în care au fost manipulate experimental prețurile finale. Datele au dus la două concluzii. În primul rând, utilizarea unui preț final de 9 dolari a crescut cererea în toate cele trei experimente. În al doilea rând, creșterea cererii a fost mai puternică pentru articolele noi decât pentru articolele pe care comerciantul cu amănuntul le-a vândut în anii anteriori. Există, de asemenea, unele dovezi că prețurile de 9 dolari sunt mai puțin eficiente atunci când comercianții cu amănuntul folosesc indicii de "vânzare". Împreună, aceste rezultate sugerează că prețurile finale de 9 dolari pot fi mai eficiente atunci când clienții au informații limitate, ceea ce, la rândul său, poate ajuta la explicarea motivului pentru care comercianții cu amănuntul nu folosesc prețuri finale de 9 dolari pentru fiecare articol.

Anderson, E.T., Simester, D.I. Effects of \$9 Price Endings on Retail Sales: Evidence from Field Experiments. *Quantitative Marketing and Economics* 1, 93–110 (2003).



FLAVOURS
of EUROPE

UNITATEA 8

Costuri și riscuri. Cum se face o bună calculare a costurilor produsului.

Consensul general în cadrul industriei tinde să împartă aceste cheltuieli după cum urmează:

- Materii prime: aproximativ 30%, dar niciodată mai mult de 35%. Costurile cu forța de muncă: aproximativ 35%.
- Costurile de ocupare: care includ asigurarea, taxele și autorizațiile, plus ipoteca sau chiria, alimentarea cu energie și curățenia spațiilor, care ar trebui să fie în jur de 20%.
- Dacă vă încadrați în aceste cifre, veți obține o marjă de profit brut țintă de aproximativ 15%.

În urma analizei profitului brut, veți avea o bază mai bună pe care să procedați la întocmirea bugetului afacerii, la definirea meniului și la calcularea prețurilor produselor dumneavoastră.





FLAVOURS
of EUROPE

UNITATEA 8

Costuri și riscuri. Cum se face o bună calculare a costurilor produsului.

Pornind de la defalcarea costurilor, există mai multe metode pentru stabilirea prețului unui produs. Multe dintre aceste metode de stabilire a prețurilor se bazează doar pe criterii subiective și sunt nepotrivite și ineficiente, deoarece nu se concentrează pe informații reale despre produse și pe costurile reale ale acestora. În general, acestea sunt metode care aparțin unei perioade în care instrumentele informatice străluceau prin absență și se bazau mai mult pe comparația cu concurenții sau pe stabilirea unor prețuri considerate rezonabile pentru clienți.

O metodă de calcul a prețului de vânzare trebuie să se bazeze întotdeauna pe criterii obiective, rezultate dintr-o analiză exhaustivă a tuturor cheltuielilor pe care le vom suporta cu activitatea noastră, a marjei de profit brut pe care dorim să o obținem și a studiilor de piață pe care le-am făcut.





UNIT 8

Cost and risks.

How to make a good
product costing

The prices we set must be aligned with the quality of the experience we are offering the customer, and with the average level of expenditure that our target public considers appropriate for our value proposition, according to our positioning, our location, etc. They must be attractive prices for the consumer and profitable for your business.

There are different objective criteria applicable, and although none of them is a 100% infallible method, we will be able to get as close to the maximum possible profitability.

These are some of the main ones:

1. Price premium methods.
2. Marginal contribution method.
3. Percentage of profit on food cost method.



Sometimes it is very difficult to know what price to put on our product or service, there is no formula that can tell us exactly how much it should be worth. These are some tools that can guide you, but remember that you and only you know the work involved and the price you have to set.



UNITATEA 8

Costuri și riscuri. Cum se face o bună calculare a costurilor produsului.

1. Metode premium de preț.

Acestea se bazează pe adăugarea unei prime de preț la costul produsului, fără a lua în considerare alte variabile, cum ar fi costurile forței de muncă sau risipa. Nu este o metodă 100% fiabilă, deoarece trece cu vederea un aspect important pentru evaluarea dumneavoastră, și anume ce sunt dispuși să plătească clienții dumneavoastră pentru preparatele pe care le oferiți.

2. Metoda contribuției marginale.

Această metodă reprezintă diferența dintre prețul de vânzare al produsului minus costurile variabile.

Costurile fixe: Acestea sunt costuri care rămân constante indiferent dacă se produce mai mult sau mai puțin.

Costuri variabile: Acestea se modifică în funcție de volumul de producție.

Profit: Acesta corespunde procentului pe care doriți să îl obțineți din costul investit (costuri fixe + costuri variabile).

Exemplu: dacă costul total al unui produs este de 15 euro și dorește să câștige 20% din acest cost, va trebui să vândă produsul cu 18 euro. Profitul său va fi atunci de 3 euro.



UNITATEA 8

Costuri și riscuri. Cum se face o bună calculare a costurilor produsului.

3. Metoda procentului de profit din costul alimentelor

Aceasta este probabil una dintre cele mai utilizate metode și se estimează pe baza prețului de cost real al preparatelor pe care le-am făcut anterior, folosind o defalcare a prețurilor, calculând un procent de profit cuprins între 30-35%. Acest procent ar include costurile de risipă, deoarece întotdeauna vor exista deșeuri în timpul preparării, care trebuie luate în considerare, precum și restul costurilor afacerii noastre, fie că sunt fixe sau variabile (chirie, electricitate, apă etc.).

Exercițiul de calcul pe care va trebui să îl realizăm va consta în împărțirea costului unui produs la acest procent, iar în acest fel vom obține prețul fiecăruia dintre produsele pe care le vom avea la vânzare. Dacă plătești 1 euro pentru un produs, trebuie să percepi un minim de 3,35 euro în momentul vânzării. Poate părea că cereți mult mai mult decât este necesar, dar nu uitați că nu plătiți doar materia primă. Plătiți pentru toată pregătirea acesteia. De asemenea, aveți nevoie de un profit brut suficient pentru a plăti pentru sediul și alte costuri în care veți vinde produsul.

Fiind una dintre cele mai utilizate metode, să o aplicăm la un exemplu de borcan de miere de 250 g și la rezultatele pe care le-am obținut cu defalcarea prețului acestuia:

Costul real al unui borcan de 250 g de miere: 3,10€

Creșterea procentuală: 35%

$3,10 / 0,35 = 8,85€$

Acest preț poate să nu ni se pară comercial și preferăm să-l stabilim la 8,95€. Marja dvs. brută de profit la acest articol de meniu ar fi tot în intervalul 30-35%, dar prețul este mai atractiv.





FLAVOURS
of EUROPE

UNITATEA 8

Costuri și riscuri. Cum se face o bună calculare a costurilor produsului.

Unitatea 8

Întrebări de autocorectare

Vă rugăm să indicați răspunsul corect

ÎNTREBAREA 1

Ce ar trebui să fie reflectat în defalcarea costurilor?

- a) Doar ingredientele.
- b) **Ingrediente, achiziția unitară, costul unitar de achiziție, randamentul, costul unitar real, mărimea porției și costul porției.**
- c) Ingrediente, achiziția unitară, randamentul, costul unitar real, mărimea porției și costul porției.
- d) Ingrediente și costul porției.

ÎNTREBAREA 2

- a) Ceea ce este cu adevărat important în afacerea noastră este să vindem, indiferent de costuri sau profituri.
- b) . Vânzarea este primordială, de aceea trebuie să adăugăm întotdeauna o reducere la preț.
- c) **Trebuie să stabiliți un preț de vânzare bun și să țineți cont de marjele de profit și de costuri.**
- d) O modalitate bună de a vinde mult este de a crește prețurile și de a da o valoare premium produsului.

ÎNTREBAREA 3

Ce este mai important, ideea sau execuția?

- a) Ideea.
- b) Execuția.
- c) **Ambele.**
- d) Niciuna dintre cele două.

ÎNTREBAREA 4

- a) A face greșeli este un lucru grav. Nu înveți nimic.
- b) A face unele greșeli este ceva obișnuit. Este în regulă, cel mai bine este să mergi mai departe.
- c) **A face greșeli este ceva obișnuit, dar nu trebuie să fim neglijenți, trebuie să învățăm din fiecare greșeală.**
- d) Dacă suntem bine pregătiți, nu vom face greșeli.

UNITĂȚI

1. Ce este antreprenoriatul? Antreprenoriatul în mediul rural.
2. Cum să demarezi o nouă afacere prin înființarea unui punct gastronomic local în unitate de tip familial.
3. Cadrele juridice și măsurile necesare.
4. Modul de a oferi satisfacție alimentară locală.
5. Cum să asiguri și să măsoți calitatea și valoarea.
6. Cum să răspunzi așteptărilor turiștilor.
7. Alimentele, baza gastronomiei.
8. Costuri și riscuri. Cum se face o bună calculare a costurilor produsului.
9. Concluzii



FLAVOURS
of EUROPE

Bine ați venit în această aventură antreprenorială! În acest prim manual v-am învățat elementele de bază ale următoarei dvs. activități și câteva orientări de care trebuie să țineți cont. Proverbul chinezesc spune că "cine nu știe să zâmbescă nu ar trebui să deschidă un magazin", așa că am axat acești primi pași ai afacerii dvs. pe deservirea clienților, o sarcină esențială pentru dvs.

Pe de altă parte, pe drumul tău ca antreprenor te vei confrunța cu aspecte legale, ale căror cunoștințe am încercat să ți le facilităm. Este foarte important să vă înarmați cu răbdare și să nu vă fie teamă să faceți primii pași.

Drumul de a începe o afacere, mai ales în mediul rural, vă va oferi multe satisfacții; în primul rând, va trebui să vă asumați propriile responsabilități fără ca alții să vă dirijeze și veți genera valoare adăugată în comunitatea dumneavoastră. Pe scurt, veți fi stăpânul propriului destin.

