

EL POLLO LOCO S.A.

"Nuestro negocio está cada día más competitivo. Necesitamos encontrar la fórmula para poder ofrecer mayor rapidez en el servicio a nuestros clientes; ellos no tienen mucho tiempo para almorzar" terminó diciendo Carlos Samuel García propietario de la roscería de pollos POLOSA a Don Francisco Delgado, administrador general del restaurante.

Carlos Samuel García había tenido mucho éxito con su forma novedosa de preparar y vender pollos rostizados en varios sectores exclusivos de la Ciudad de Guayaquil, Capital Industrial de la República del Ecuador. La razón principal, se fundamentaba en la capacidad para conseguir los principales ingredientes utilizados para la sazón de sus productos. Esto por supuesto, le permitía mantener en forma consistente el buen sabor y la calidad de sus pollos rostizados. Además, el proceso de preparación y conocimiento previo de los pollos, le permitía reducir el tiempo que sus clientes deberían esperar para degustar su exquisito platillo. En comparación con otros restaurantes de la competencia, POLOSA ofrecía un mejor servicio y más rápido.

A pesar de la buena aceptación del Pollo Loco, este proceso de precocido preocupaba a Don Francisco Delgado, ya que cada vez eran más frecuentes las ocasiones en que se habían visto obligado a no tener listos para rostizar y vender una buena cantidad de pollos. Las consecuencias, una preocupación constante por mantener y ofrecer una alta calidad a sus clientes al menor tiempo posible, y por supuesto, la necesidad de buscar una fórmula que les permitiera maximizar las utilidades del restaurante.

El problema básico, se originaba debido a que la demanda por su producto era mayor a lo que se había anticipado al inicio de las operaciones diarias. Para prevenir estas situaciones, sería necesario cuantificar y estimar la cantidad de pollos que deberían ser preparados por adelantado para así satisfacer la demanda esperada del día. Una política en esta dirección, permitiría maximizar las utilidades de POLOSA.

Los archivos de Ventas:

Al revisar los archivos de ventas, Don Francisco encontró una buena base para iniciar el proceso de determinar o estimar cual había sido el promedio de ventas por día durante los últimos cuatro meses (equivalentes a 100 días) de operaciones. Se consideró tomar como base estos meses, debido principalmente a que los recibos de ventas no habían sido registrados y agrupados por día en forma consistente en el pasado. Después de clasificar y analizar las fechas de cada uno de los recibos de venta (las cuales reflejaban los días trabajados) y la cantidad de pollos vendidos, Don Francisco preparó la siguiente tabla de información que sumaba las ventas de los últimos cien días:

ESTADÍSTICAS DE VENTAS

CANTIDADES DE POLLOS ROSTIZADOS VENDIDOS									
145	155	161	167	172	180	164	163	149	180
170	155	153	171	164	147	168	158	152	159
142	172	155	156	163	141	171	149	173	178
153	161	156	160	163	152	169	147	166	157
152	159	147	166	177	170	165	153	171	154
170	157	142	150	168	142	152	165	176	153
141	178	156	180	179	155	156	157	146	156
160	164	153	149	150	170	177	142	150	168
155	156	157	146	156	159	161	156	170	163
144	160	149	153	180	145	155	173	167	152