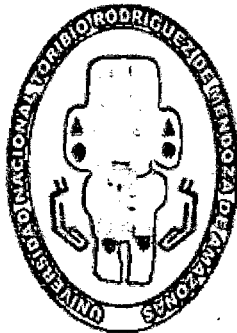


**UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRÍGUEZ DE
MENDOZA DE AMAZONAS**



CARRERA PROFESIONAL DE TURISMO Y ADMINISTRACIÓN

**HERRAMIENTAS DE CALIDAD APLICADAS AL
SERVICIO DE RESTAURACION EN UN
ESTABLECIMIENTO 4 TENEDORES**

**INFORME EXAMEN DE SUFICIENCIA
PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**

LICENCIADO EN TURISMO Y ADMINISTRACIÓN.

AUTOR: BR. LUIS MIGUEL TUESTA REYNA

CHACHAPOYAS – AMAZONAS – PERÚ

2009



06 JUL 2012

DEDICATORIA

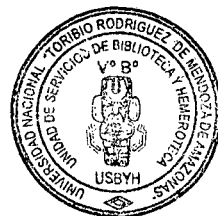
Doy gracias a Dios por demostrarme su amistad, misericordia y bondad, por guiarme con sabiduría e inteligencia y prismatizar con éxito mi trabajo Investigación y darme la felicidad de ser **LICENCIADO**.

Solo te pido perdón por mis errores y enséñame cada día a ser un instrumento de amor y comprensión para los demás.

A mis queridos padres **RAUL Y JESUS** por su inmenso amor y apoyo constante; y por inculcarme valores al servicio de los demás, sustentándose en principios que Dios el padre todopoderoso os manda en su palabra.

A mis queridos hermanos **NERLIN y WILTON** por el apoyo recibido durante mi formación profesional.

EL AUTOR



10 16 JUL 2012

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a mis maestros en los diferentes cursos recibidos en mi formación profesional que contribuyeron a enriquecer mis conocimientos y fortalecer mi comportamiento.

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

La Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas fue creada el 18 de setiembre del 2000, con Ley de creación N° 27347, iniciando sus actividades el 25 de mayo del 2001 con Resolución de funcionamiento N° 114-2001-CONAFU.

Actualmente la Comisión de Gobierno está conformada por:

PRESIDENTE:

Dr. MANUEL ALEJANDRO BORJA ALCALDE.

VICEPRESIDENTE ACADÉMICO :

Dr. VÍCTOR HUGO CHANDÚVÍ CORNEJO.

VICEPRESIDENTE ADMINISTRATIVO:

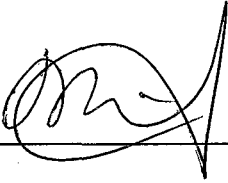
Ing. FEDERICO RAÚL SANCHEZ MERINO.

RESPONSABLE DE LA CARRERA PROFESIONAL DE TURISMO Y ADMINISTRACIÓN:

Econ. DANTE RAFAEL MENDOZA ALFARO.

JURADO:

PROFESOR (PRESIDENTE) : Econ. Dante Rafael Mendoza Alfaro



PROFESOR (SECRETARIO) : Cpc&Lic.Ad. Juan Manuel Buendía Fernández



PROFESOR (VOCAL) : Lic. Ricardo Rafael Alva Cruz

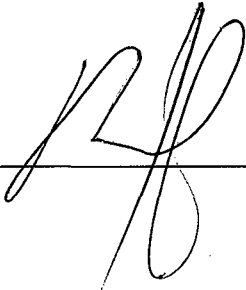


TABLA DE CONTENIDOS

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTO

RESUMEN

INTRODUCCIÓN

MATERIALES Y METODOS

OBJETIVOS

RESULTADOS

CAPITULO I: ANTECEDENTES DE LA EVOLUCION DE LOS RESTAURANTES:

- 1.1. GENERALIDADES.
- 1.2. ORIGENES DE LOS RESTAURANTES.
- 1.3. EL RESTAURANTE.
- 1.4. EL RESTAURANTE EN EL PERU.

CAPITULO II: TECNOLOGIA DE RESTAURANTES.

- 2.1 EL ARTE DE RECIBIR Y ARTE DE SERVIR.
- 2.2 CLASIFICACION DE LOS RESTAURANTES
- 2.3 PERSONAL DEL DEPARTAMENTO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS
- 2.4 EL COMEDOR
- 2.5 ATENCION EN EL COMEDOR
- 2.6 HIGIENE Y LIMPIEZA DEL AREA DE ALIMENTOS Y BEBIDAS
- 2.7 LA COCINA

CAPITULO III: HERRAMIENTAS DE CALIDAD Y SU APLICACIÓN EN EL SERVICIO DE RESTAURANTE 4 TENEDORES.

- 3.1 CONCEPTOS FUNDAMENTALES DE LA EXCELENCIA
- 3.2 MODELOS DE CALIDAD EN EL SECTOR RESTAURACION.
- 3.3 SISTEMA DE GESTION DE LA CALIDAD ISO 9001:2000
- 3.4 SISTEMA DE GESTION MEDIOAMBIENTAL ISO 14001: 2004
- 3.5 MARCA Q CALIDAD RESTAURACION
- 3.6 MODELO EFQM DE EXELENCA

CAPITULO IV. TECNICAS PRÁCTICAS DE APLICACIÓN DE HERRAMIENTAS DE CALIDAD, EN LAS AREAS DE RESTAUNRANTES

- 4.1 PLANIFICACION DE UN RESTAURANT PARA SU APERTURA
- 4.2 INVESTIGACION, ESTUDIO Y DESARROLLO DEL MERCADO
- 4.3 ANALISIS DE COMPETENCIAS DE RESTAURANTES
- 4.4 EL PERSONAL DEL RESTAURANTE
- 4.5 CONDICIONES MINIMAS EN RESTAURANTES DE 4 TENEDORES.

DISCUSIÓN

CONCLUSIONES

RECOMENDACIONES

BIBLIOGRAFÍA

ANEXOS

RESUMEN

El presente trabajo de Investigación monográfico tiene como materia de estudio **“Las Herramientas de Calidad Aplicadas al Servicio de Restauración en un establecimiento 4 tenedores”**; dicha Investigación contiene enseñanzas a lo largo de la vida profesional así como por estudios realizados que han ido reafirmando una experiencia en el presente.

Los negocios, especialmente de restauración, vinculado estrechamente al turismo, reflejan las diferentes personalidades de todo un equipo de trabajo, que realiza sus actividades al servicio de personas donde la mayor recompensa del trabajo realizado no es necesariamente el aspecto económico, si no las satisfacción de haber cumplido con las expectativas del cliente que nos confía sus preferencias para hacer una estancia mas cómoda o un evento importante **“sin fallas”**, que nos permita, tener una imagen como entidad corporativa de primer nivel cual fuere su clasificación o categoría de servicio.

Las relaciones entre huéspedes, directivos, trabajadores y la comunidad en general requieren de mucho tacto y delicadeza que en otras actividades de servicio. Teniendo presente lo anteriormente enunciado, esta Investigación presenta de cómo Administrar la organización y Funcionalidad del Restaurante mediante las Herramientas de Calidad del cual se recopilo y se analizo la información obtenida de los diferentes trabajos de gabinete e internet, sobre orígenes de la restauración, tecnologías en los restaurantes, herramientas de calidad y técnicas practicas de aplicación de las herramientas de calidad en las áreas de Restaurantes.

INTRODUCCION

El turismo es una de las actividades económicas más dinámicas y competitivas a nivel mundial, los destinos turísticos que reacciona con mayor oportunidad a las expectativas de los turistas serán los que cuenten con mejores oportunidades en los mercados, es por ello que una de las estrategias para elevar la competitividad de los destinos turísticos es el mejoramiento permanente de la calidad y servicios que brinda a los turistas. Y estas herramientas aplicadas a la Organización y Funcionalidad de los servicios turísticos harán que sus procesos sean efectivos y mayor prestación y calidad en atención al turista así como de la empresa mejorando sus utilidades. **(De la Torre, 1985)**

Los establecimientos de alimentos y bebidas se encargan de satisfacer las necesidades básicas y deseos nutricionales de las personas, remontándose en épocas tan antiguas como la aparición del comercio. Cuando el ser humano comenzó a viajar, se gestó la necesidad de brindarle un albergue y alimentación fuera de su hogar.

En la cronología de era prehistórica, un hito fundamental de la gastronomía fue la invención del fuego, que convirtió al hombre herbívoro en omnívoro (fundamentalmente carnívoro), derivando en connotaciones mágicas que hicieron del consumo de alimentos un hecho socializador. Posteriormente, Roma es el punto de partida de la teoría gastronómica de nuestra civilización, al asumir la cocina de pueblos que conquistó, como Grecia y diversas civilizaciones de oriente.

Por tales razones el presente Informe Monográfico, **“HERRAMIENTAS DE CALIDAD APLICADAS AL SERVICIO DE RESTAURACION EN ESTABLECIMIENTOS DE 4 TENEDORES”**, Trata de describir las herramientas y técnicas de calidad que son necesarias e indispensables para el mejoramiento del producto en los servicios de restaurantes ya que dependerá de esto para su respectiva competitividad en los servicios.

A partir de esta realidad preocupante surgió la idea de la presente investigación, la cual consistió en determinar si las herramientas de calidad antes mencionadas se están aplicando en los sistemas de restauración en es especial en los de 4 tenedores tanto a nivel Nacional, como local, dicho sea de paso que no existe un restaurante de esa categoría de 4 tenedores, ni mucho menos conocen de los sistemas de calidad que son aplicadas en la actualidad en los servicios de restauración,

Los objetivos que enmarcaron la investigación fueron los siguientes:

- ❖ Obtener Información sobre las Herramientas de Calidad y técnicas, en el servicio de Restauración en establecimientos de 4 tenedores.
- ❖ Diferenciar las categorizaciones aplicada en el servicio de restauración
- ❖ Conocer el nivel de calidad de las empresas del sector de la restauración en 4 tenedores
- ❖ Conocer la percepción de calidad de los clientes del sector de la restauración en su nivel de satisfacción.
- ❖ Aplicar los sistemas de herramientas de calidad en la Administración del servicio de restauración en nuestra región.

Cumpliendo con los objetivos de investigación se podrá determinar todos los elementos que integran en el proceso de Herramientas de calidad, en los servicios de restauración para mejorar el producto y el destino turístico de nuestra región.

Paralelamente se ha tenido trabajo de gabinete en donde con ayuda bibliográfica especializada se ha obtenido datos muy importantes que ha contribuido a enriquecer la información requerida y también, a darle un fundamento histórico a los servicios de restauración.

Para complementar el trabajo de investigación se hizo un marco teórico pertinente para dar la confiabilidad y valor científico al proyecto en sí.

MATERIALES Y METODOS

1. Ubicación del Área de Estudio.

El área de estudio está representada por todas las herramientas de calidad y técnicas aplicadas en el servicio de restauración en establecimiento de 4 tenedores teniendo como ejemplos restaurantes de Lima

2. Métodos

La metodología de la investigación, comprendió diferentes fases: En la primera fase se utilizó el método **Inductivo**, Para el acopio de información de fuentes bibliográficas, a través de la técnica documental y así elaborar el marco teórico conceptual que permite formar un cuerpo de ideas sobre el tema de investigación.

Asimismo se utilizó el método **Analítico** para la discusión del informe, se aplicó un análisis a los diferentes componentes de los resultados con el fin de entender la situación del diseño y la organización de las herramientas de calidad. Como último método se agregó el **Deductivo** que sirvió para la contrastación y articulación del informe.

3. Técnicas

Para recoger esta información se usaron las técnicas de recopilación de información a través del uso **compilación de datos** dando como resultado el conocer herramientas y técnicas de mejoramiento de la calidad en el servicio de restauración.

El levantamiento de información se registro una muestra de los prestadores de servicios turísticos en restauración del departamento de Lima. . Obteniendo unos resultados que se tabulo para hacer un estudio cualitativo y cuantitativo para obtener la información y contrastar lo planteado en la investigación.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

- ❖ Obtener Información sobre las Herramientas de Calidad y técnicas, en el servicio de Restauración en establecimientos de 4 tenedores.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- ❖ Diferenciar las categorizaciones aplicada en el servicio de restauración
- ❖ Conocer el nivel de calidad de las empresas del sector de la restauración en 4 tenedores
- ❖ Conocer la percepción de calidad de los clientes del sector de la restauración en su nivel de satisfacción.
- ❖ Aplicar los sistemas de herramientas de calidad en la Administración del servicio de restauración en nuestra región.

CAPITULO I:

ANTECEDENTES DE LA EVOLUCION DE LOS RESTAURANTES

1.1 GENERALIDADES.

La restauración abarca un ámbito de trabajo y estudio que aplica los principios de información y operatividad de diferentes disciplinas y sectores que atañen a los servicios de alimentación a viajeros en general y a turistas en particular, personas que se encuentran lejos de su domicilio por diferentes razones ya sea por diversión, descanso, misión o trabajo. En cuanto al área de los servicios de alimentación, esta tiene una estrecha relación con el campo de los servicios públicos que comprende la distribución de alimentos en instituciones como las comida servidas en centros hospitalarios, colegios, empresas e industrias. (Grays, 1995).

Esta Actividad se encuentra estrechamente vinculada con los negocios que se encuentran dentro de la actividad de los viajes y Turismo; así como las líneas aéreas, transportes agencias de viajes y turismo y otras empresas afines.

1.2 ORIGENES DE LOS RESTAURANTES.

Las posadas.- Han existido durante siglos ya que estas lograron satisfacer necesidades básicas como el comer, beber y dormir. En el código de Hammurabi (1800 A.C.) Ya se hace referencia al oficio de “Tabernero”. El Tabernero Griego al igual que su equivalente actual, ofrecía comida, bebida y a veces, una cama. Las tabernas de la vieja Atenas, servían tanto vino local como de importación. La comida que se servía estaba compuesta principalmente por los típicos productos mediterráneos. Grano, aceite de oliva y vino.

En la época que Roma había conquistado el mundo, las Posadas y Tabernas estaban bien establecidos. Una detallada ilustración de aquella situación puede observarse en Pompeya y Herculano, pequeñas ciudades de descanso en el Sur de Italia que tuvieron la desgracia de estar localizadas cerca del Vesubio en el año 79 D.C, el volcán en erupción y estas ciudades fueron enterrados por cenizas y barro y lava hirviente.

Las Tabernas se podían identificar por sus columnas “con garrafas encadenadas a ellas”, y por detalle que las paredes colgaban salchichas de color rojo, condimentadas con tornillo. Los suelos eran de mosaico brillante y las paredes estaban decoradas con pinturas de forma similar a las que encontradas en las Trattorias de la Italia moderna.

En las Áreas rurales se podían encontrar Pubs. En el que el propietario acostumbraba a cosechar sus propias uvas y hacer su propio vino. También disponía de algunos cestos en los que depositaba pequeños quesos secos.

La terminología de la Hospitalidad le debe mucho a los romanos. La palabra Hospitalidad se deriva del latín hospitium, palabras relacionadas con esta son: “hospedería”, “Hostería”, “Hotel”.

Con la caída del imperio Romano en el siglo IV, hubo un largo periodo en el que la posada desapareció. Los viajes eran raros y el comercio se encontraba muy poco activo debido a que había pocos viajeros, por lo que las posadas dejaron de ser útiles. A pesar de ello, en Gran Bretaña, las posadas se citan ya en épocas tan tempranas como a mediados de siglo VI en las leyes de Acthelbert of Kent (560-616 D.C.).

En plena época medieval (500- 1300 D.C), los monasterios y otros edificios religiosos acogían a viajeros y aceptaban donaciones. Las posadas eran muy rudimentarias. En Inglaterra la bebida era la cerveza, que se indicaba mediante un símbolo con cualquier matorral, seto verde o un manojo de hojas. En los pueblos austriacos, aun hoy el símbolo de una bodega con un seto verde encima significa que hay cidra.

Las cruzadas estimularon el Comercio y los Viajes, durante el periodo de las cruzadas había en Jerusalén hospicios regentados por la Orden de los Caballeros Hospitalarios (fundada 1048) para acoger a peregrinos que iban a tierra santa.

En la Rivera del Támesis, en Londres, había casa de comida que ofrecían “platos de pescado, (grande y pequeño), frito, asado o hervido, venado y aves”.

En la época Renacentista (siglos XIV AL XVI), se vendía comidas en el puente de Westminster, en Londres, a base de “pan, cerveza, vino costillas de buey, bacalao sazonado, pies de cordero sazonados, ostras y caballa”.

Renacieron las posadas del Norte de Italia como consecuencia del surgimiento comercial. Catalina de Médicis(de Florencia), se caso con el futuro Rey Enrique II de Francia (ambos a la edad de 14 años) y con toda su corte viajaron un grupo de chefs, por los que se atribuye el inicio del interés por los temas gastronómicos.

Enrique VIII, suprimió los Monasterios, lo que dio Lugar a la proliferación de las posadas. Las posadas servían carne, volatería, cerveza y pan. No existían todavía los alimentos procedentes del nuevo mundo (pavo, tomates, arándanos, maíz, patatas, coco y café).

La taberna Mermaid, sede del primer club ingles fue fundada por Sir Walter Raleigh. Era frecuentada por Shakespeare. Enrique II de Francia (que reino entre 1547 y 1589) puso de moda el tenedor.

En los principios de la época moderna, en la Europa de los siglos XVII y XVIII, Louis de Bechamel, Marshal, Mirepoix y el cardenal Richelieu se interesaron por temas culinarios, inventaron o dieron nombre a algunas salsas y elementos culinarios. Se crean los primeros café de Venecia y café de Oxford. Los cafes alcanzaron gran popularidad en estos siglos. En 1700, existían más de 200 cafés en Londres. Se introdujeron los carruajes en Inglaterra. Esto impulso aun más el auge de las tabernas.

Boulangier abrió en Paris el primer restaurant como algo distinto a la posada, taberna o la casa de comida, Y en las épocas modernas, en los siglos XIX y XX, en Europa. Carente puso de moda la “Grande Cuisine”. Alexis Soyer gano renombre en el

mundo culinario, escribió el libro *Gatronic Regeneration* e introdujo la cocina al vapor en el Reform Club de Londres en 1840. Es el único Chef que se cita en el *Dictionary of National Biographic* de Inglaterra.

De 1880 a 1935 Auguste Escoffier, conocido como el “Chef de Reyes y el rey de Chef” trabajo con Ritz y publicó la *Guide Culinaire* (1907) considerada por muchos como el nuevo testamento de la cocina.

En 1829 se abrió el primer restaurante de Estados Unidos, el Dolmérico de Nueva York, que se servía comidas y tenía una cajera, fue el primero de una docena de estos establecimientos donde servía buena comida.

1830 se auto estableció el “Plan americano” (pensión completa), al mismo tiempo que la conquista del Oeste). La propina era considerada indigna como “limosna”, pero dada a la importancia inmigración de personas acostumbradas a recibirlas, esta costumbre se estableció.

1.3 EL RESTAURANTE

Este nombre o vocablo es como se conoce el establecimiento donde se procesa y se sirven comidas y bebidas. Su primera aparición se realizó en Francia. Según datos de todo crédito por el escritor gastronómico B. Savarín, dichos señores comentan que por el año 1766, en la ciudad de París, un señor Boulanger instaló el primer establecimiento que era exclusivo para que gente que iba a comer, y el servicio se hacía sobre mesas rústicas revestidas con mármol, el tipo de comidas que se servían eran aves sumamente condimentadas huevos y consomés.

Boulanger mandó a pintar en la puerta del establecimiento una invitación atractiva y novedosa “Venid a mí los que sufrís del estómago que yo os restauraré”. A este establecimiento inicialmente se le llamó restaurar y después restaurant. El invento encontró gran aceptación, motivando que proliferaran desde entonces muchos

restaurantes en Francia, entre ellos muchos famosos de los cuales cabe destacar “Paláis Royal” del señor Lasmy.

1.4 LOS RESTAURANTES EN EL PERU.

Al hablar de los restaurantes en el Perú, debemos remontarnos a la Lima de Antaño y sus cafés, pues estos hacían a las veces de restaurantes.

El primer café que tuvo “La ciudad de los Reyes” estuvo ubicado en la calle Correos y data de 1771, por entonces los cafés no solo servían para comer sino también para Acoger a jugadores de azahar y conspiradores políticos.

Tiempo después se abrió los bodegones otro café dedicado a la importación de licores, dulces, galletas y chocolates de mantequilla.

Otra fonda celebre fue la ubicada en Estaderos, actual primera cuadra del Jirón la Unión. Perteneecía a un Italiano de apellido Coppola, quien llego a Lima como cocinero del Virrey Abascal en 1806. Se dice que era aficionado a las carnes y su especialidad eran los churrascos.

Los testimonios de los cronistas y viajeros revelan la variedad de los menús de entonces, mixtura de preparados típicos y platos de la península. La cocina de aquella época estaba compuesta por la “sopa teóloga”, del “Puchero”, el “Pato Queregue”, el “Pavo Relleno”, las” Gallinas Asadas”, la “Torrejititas”, la” Carapulca”, los” Pichones” y otros sin considerar los postres y las frutas.

Así mismo en el primer cuarto de siglo XIX abre sus puertas la Botica Francesa, una institución especializada en Helados, refrescos dulces. Es así como a finales de esa centuria la apertura de restaurantes y hoteles continúa sin pausa. Por esta época es digno de mención el Restaurante de la Exposición ubicado en mitad del parque mismo nombre y que no se salvo del saqueo de los invasores chilenos durante la Guerra del Pacifico. Reabierto en 1889 fue derruido dos décadas más tarde para dar

paso a un nuevo y moderno local, con capacidad para mil personas. Por otro lado, en el año de 1901, se inauguro la confitería Dónofrio, en la calle Boza, no muy lejos del Paláis Concert, administrado por los hermanos Gamarra. Era Confitería, Pastelería y lujoso Café-Bar en la que actuaba una Orquesta de damas vienesas que amenizaban la hora del té.

CAPITULO II:

TECNOLOGIA DE RESTAURANTES.

2.1 EL ARTE DE RECIBIR, EL ARTE DE SERVIR.-

El arte de recibir, el arte de servir, puede considerarse como algo similar al arte de presentar una obra teatral. El texto, los artistas, los decorados y la música, constituyen los elementos de un espectáculo que exige el cuidado de un director de escena; es quien hace que todo destaque, sus respectivos méritos y sobre todo quien lo armoniza, y este es el papel que a de representar el Maître de Hotel, el ama de casa o el anfitrión. La calidad de los manjares, el orden armonioso de un menú y la elección de los vinos que exigen el mismo cuidado y el mismo refinamiento que el regalo en la mesa, así como las atenciones debidas a cada comensal.

Recibir equivale a dar y en este aspecto la manera de dar es tan importante como lo que se da.

Recibir es honrar a quienes se recibe; las mismas atenciones hemos de tener a la amistad o al cariño, o la fama o el poder. Para aquellos a quienes amamos las costumbres se armonizan, se suavizan y se adaptan a su personalidad. No obstante es indispensable que recordemos los principios que rige la preparación de una cena, un almuerzo o un clásico te. Las exigencias de la vida moderna, la tendencia universal de la simplificación y al difícil problema del servicio no impiden que en determinada ocasión debemos respetar imperativos básicos de las costumbres que permanecen invariables o cuando menos tratan de aproximarnos a ellos al máximo. Incluso en las recepciones íntimas estas reglas de etiqueta y cortesía no están prohibidas ni mucho menos los cumplidos en estas ocasiones. Además el hecho de haber preparado con anticipación una recepción, cualquiera que sea de índole, nos permite luego poder consagrarnos más intensamente a nuestro invitado.

2.2 CLASIFICACION DE LOS RESTAURANTES

Los restaurantes que se ubican en los establecimientos hoteleros también están clasificados y categorizados de acuerdo al tipo de servicios así como por la

variedad, estilos de cocina, atención, decoración y principalmente por la exquisitez y calidad de comidas especializadas que ofrece. (Anexo 1)

Estas características para la clasificación corresponden también a la ubicación, equipamiento, mobiliario, decoración, lencería, cubertería, vajilla, personal, etc.

La clasificación que corresponde según sus características son:

- Cinco tenedores, de lujo.
- Cuatro tenedores, de primera categoría.
- Tres tenedores, de segunda categoría.
- Dos tenedores, de tercera categoría.
- Un tenedor, de menor categoría, de acuerdo a la clasificación.

2.2.1. Tipos de Restaurantes.-

Restaurante Gourmet.-

Aquel que ofrece una carta de platos que motivan a clientes aficionados a la exquisitez de comidas y manjares delicados. El servicio y los precios son acordes a la calidad de la comida y complementados de bebidas, siendo muy caros y lujosos.

Restaurantes de Comida Especializada.-

Ofrecen una gran variedad de comidas que se distinguen por nacionalidad, (francesa, alemana, china, mexicana, española, frutos de mar, comidas regionales nacionales, etc.), restaurantes que a su vez están ambientados con mobiliario y objetos muchas veces traídos de los mismos lugares de donde proceden los sabores y platillos que atrae la clientela.

Restaurantes Familiares

Los servicios de este tipo de restaurantes son ofrecidos a familias con características sencillas, decoración variada, a gusto del “dueño”, unos más modestos, prácticos, otros mejores ambientados, incluso sofisticados a gusto de los clientes que esperan tener (por investigación de mercados o preferencias de clientes asiduos), especializados también por el tipo de comida, (pollos, pescados y mariscos, comida regionales, comida internacional, etc. La característica de estos restaurantes es la confiabilidad que ofrecen a sus clientes, en términos de precios y servicios estándar.

También los hay aquellos que se adecuan a cadenas o son operados por franquicia donde se sujetan a las normas del sistema por “responsabilizarse en el nombre alquilado”.

Restaurante de Comida Rápida.-

Restaurantes que actúan en cadena con un mismo sistema, o por franquicias adquiridas, se caracteriza fundamentalmente por su servicio rápido, razón por la cual es el adecuado para clientes que deben volver al trabajo, comer algo ligero al mediodía, o que tiene apuro y no dedican mucho tiempo para almorzar. Las tarifas son estándares, siempre muy limpios y prácticos en su organización y operatividad.

Los tipos de servicios que ofrecen tienen varias modalidades como el servicio a la mesa con personal de atención, (mozos y azafatas), otra modalidad es el autoservicio (que se estila en lugares comúnmente llamados cafeterías y restaurantes de Barra), donde los clientes bandeja en mano, transitan por un pasillo(a veces separado del resto del ambiente por “Barras” donde se ubica un especie de pequeña plataforma por donde debe correr la bandeja, pegada a las vitrinas), en las cuales se exhibe variedad de platos servidos, (o por servirse en ese instante), al término del cual se encuentra la caja, donde se pega la comida escogida

sobre la bandeja para pasar luego al salón comedor, y tomar sus alimentos escogiendo una mesa.

La mayoría de los restaurantes ofrecen servicio “para llevar”, es decir solicitar la comida a través de la carta o menú, pagada y “embolsada o empacada” para ser consumida fuera del restaurante. Esta modalidad también tienen una variación, llamada “Delivery”, por medio de la cual, se escoge a través de un llamado telefónico el menú o la carta y el pedido llega, “embolsado o empacado” (no más de media hora” de espera), al destino solicitado, haciendo el pago en ese momento.

Además del restaurante, los grandes Hoteles tienen por lo menos un bar, donde se sirven bebidas. El personal del bar suele estar integrado por barman, meseros, ayudantes y mozos, cuyo número depende de la capacidad del bar.

La barra es un mostrador detrás del cual el barman mezcla las bebidas y las sirve a los clientes que se sienten frente a ella, asimismo, entrega a los meseros las bebidas que le solicitan por los clientes de las mesas. Los meseros, además de servir las mesas, toman las órdenes exclusivamente, y los meseros sirven a todos los clientes, incluyendo a los de la barra. La función del ayudante es tener listos los entremeses, jugos, hielo picado y renovar las botellas en exhibición. Por su parte el mozo se encarga de limpiar las mesas y de lavar los vasos y copas.

Un bar puede ofrecer, adicionalmente, piqueos o alimentos sencillos como sándwiches variados.

El snack bar es otra modalidad rápidas de ordenar alimentos y bebidas a los clientes que están realizando actividades en los exteriores del Hotel, como alrededor de las piscinas canchas.

2.3. FUNCIONES DEL PERSONAL DEL DEPARTAMENTO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

Gerente de Alimentos y Bebidas.-

- Responsable ante el Gerente General de la adecuada administración del Área de Comidas y Bebidas.
- Supervisa el trabajo realizado por los empleos a su cargo.
- Junto con el Gerente General, el jefe de compras y el encargado de Almacén, elabora especificaciones.
- Autoriza adquisición de mercancías.
- Auxilia al jefe de compras.
- Fija precios de ventas de alimentos en la Carta.
- Autoriza la promoción de descuentos.
- Vigila que el Chef y su equipo en la preparación de comidas de acuerdo a estándares establecidos.
- Selecciona y evalúa a los empleados.

Jefe de Banquetes.-

- Conocer todas las facilidades con las que cuenta el hotel.
- Conocer la capacidad de los salones.
- Conocer políticas de crédito.
- Controlar horarios y fechas pre establecidas y de especial y eventual eventos.
- Elabora contratos para eventos.
- Promueve ventas para eventos especiales.
- Elabora reporte de ingresos y egresos.

Contralor de Costos de Alimentos y Bebidas.-

- Prepara el análisis diario de costo departamental de alimentos.
- Mantiene al día de los estándares de nominas.

- Preparación de estándares.
- Revisa las áreas de almacenaje.
- Reporta al Chef los artículos de poco movimiento.
- Supervisa el control de llaves de almacén.
- Maneja el Libro de Inventarios.
- Revisa transferencias entre cocinas.
- Costea los menús.
- Establece las listas de porción estándar.
- Costea cada artículo del menú.
- Revisa las compras.
- Verifica el inventario día a día.
- Controla los ingresos y verifica su ingreso a caja.
- Mantiene el control de Bodega de Vinos.

Brigada de Servicio.-

Es el conjunto del personal del comedor o restaurante.

La brigada se compone de manera siguiente:

- Maître.
- Jefe Sector.
- Jefe de Rango.
- Ayudante.
- Aprendiz.

El rango.- Es el nombre que se da al conjunto auxiliar y mesas que son atendidas por una camarera o jefe de rango y ayudante. A mayor categoría del Hotel, menor número de mesas atendidas por cada rango. Generalmente se atiende de cinco a seis mesas por rango.

Maître es el encargado de confeccionar la lista de distribución de rangos generalmente, los rangos se cambian cada ocho o quince días para repartir el trabajo

más equitativamente, ya que por ciertas causas secundarias, hay mesas que se ocupan dos o tres veces durante el servicio y otras permanecen casi siempre libres.

Maitre.-

Responsable ante el Gerente de Alimentos y Bebidas del servicio a la Mesa proporcionando por restaurantes, bares, o salones de eventos del Hotel.

- Selecciona a su personal.
- Asigna tareas a sus empleados.
- Elabora reportes de asistencia.
- Capacita a su personal en los siguientes aspectos:
 - Presentación Personal.
 - Normas de Cortesía.
 - Trabajo en equipo.
 - Sistema de tomar ordenes.
 - Sistema de comandas.
 - Llevada de charola.
 - Descarga de Charolas.
 - Tráfico en la cocina.
- Atiende personalmente a los clientes importantes.
- Atiende quejas de los huéspedes.
- Conoce y aplica según el servicio.
- Hace revisiones constantes de las comandas.
- Colabora con el gerente de alimentos y Bebidas y de ventas.
- Analiza las ventas del Bar.

Hostess.-

- Supervisa con el Capitán de Meseros el montaje del restaurante o bar.
- Controla las reservas del Bar.

- Da bienvenida a los clientes.
- Vigila el movimiento de la clientela en el restaurante siempre atenta a cualquier solicitud de atención.

Mesero.-

- Conoce el uso correcto de la terminología usada en los alimentos.
- Conoce el uso del material de su departamento.
- Limpia mesas, estaciones de servicios, ceniceros, candelabros, menús, charolas.
- Mantiene surtidas las estaciones y auxiliares del comedor.
- Comparte el trabajo de ubicación y acomodo de clientes con los hostess
- Presenta al cliente la mesa de acuerdo al número de comensales y ubicación de asientos.
- Supervisa que el Mise en Place este completo.

Técnicas a tener en consideración por el mesero, entre otras.-

- Irradiar simpatía y voluntad de servicio hacia el cliente
- No tener preferencias por algunos clientes. El trato debe ser equitativo.
- Aplicar técnicas de servir a la mesa y tenerla siempre en orden. (poner y retirar los platos a la mesa, ceniceros limpios, servir hielo a los vasos, servir los vinos, etc.).
- Ser cuidadoso con los equipos, mobiliario y todo aquello que sea herramienta de trabajo
- Presentación impecable, tanto de su persona como el uniforme
- No extender las conversaciones, si se produjeran con los clientes.
- Ser siempre un promotor de ventas de servicios extras que los comensales no hayan solicitado.
- Ser específicos y detallistas en el pedido de los clientes. Tener orden al tomar las comandas, sin confundir los nombres ni pedidos.
- No hacer esperar demasiado la orden de sus clientes. Saber calcular y preocuparse por sus pedidos a la cocina.

- Ser educado y contestar con discreción al informar de la ubicación de los servicios higiénicos.
- Ser discreto al presentar la cuenta y chequearla antes de entregarla, consultar siempre si la cuenta es una sola o dividida.
- Escuchar atentamente y sin ofuscarse algún reclamo, de no poder solucionarlo, llamar al jefe inmediato superior.
- Todo mesero tienen derecho a la propina, pero no es obligación del cliente darla, por tanto no debe exigirla.
- Guardar y comunicar sobre objetos olvidado por los comensales.
- Trabajar en equipo, si alguno de sus compañeros necesita apoyo, y puede dárselo, recuerde que siempre está en juego la buena imagen del restaurante.

Jefe de Bares.-

Es el responsable ante el Gerente de Alimentos y bebidas de la funcionalidad de los Bares en el Hotel, su labor:

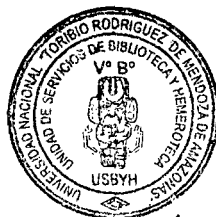
- Selecciona, Capacita y supervisa a su personal (barmans o cantineros).
- Asigna turnos de trabajo.
- Coordina con el contralor los insumos de tragos y costos de recetas.
- Analiza periódicamente con el Gerente, costos y beneficios.

Barmans o Cantineros

- Depende del jefe de Bares.
- Conoce los tipos de bebidas y uso de vinos, cerveza, jugos, frutas, cremas, licores y todos los insumos de Bar, las medidas y procedimientos y preparación de “tragos” y bebidas.
- Reconoce y dispone las diferentes formas de cristalería y presentación de bebidas.
- Maneja almacenamiento, reposición y rotación de insumos.

Ayudante de Barman o Cantinero

- Lleva el inventario.
- Realiza las requisiciones del almacén.
- Provee de la cristalería, equipamiento e insumo de Bar.
- Se responsabiliza de la Limpieza de la Barra.
- Trabaja y colabora con el Barman o Cantinero.
- Prepara la Mise en Place.
- Ayuda al acomodo de los clientes en las mesas.
- Conoce la Carta.
- Presenta la Lista de Vinos.

2.4. EL COMEDOR.-**Distribución del Comedor.-**

06 JUL 2012

Todo el mobiliario del comedor debe estar ordenado guardando las suficientes distancias para el tránsito rápido y efectivo tanto del personal como de los comensales. Es muy molesto e incómodo tener que sortear entre los clientes las bandejas y el paso de los mozos con ellas poniendo en riesgo la calidad y tránsito de los alimentos a sus respectivos destinos o mesas. En el reglamento respectivo se establecen las directivas para la buena disponibilidad del espacio del comedor, áreas de trabajo y sala de comensales. No se debe improvisar ni mucho menos tratar de ganar el mínimo espacio para colocar una mesa más.

Se debe cuidar además la estética y buen gusto de la ubicación de los muebles en el comedor, las sillas bien colocadas y que todo forme un conjunto agradable a la vista que denote elegancia y comodidad.

El mobiliario del comedor estará compuesto principalmente por sillas y mesas, las mesas puede ser cuadradas, redondas, rectangulares y ovaladas.

Generalmente, la altura de las mesas suele ser de 0.70 a 0.75 cm, y la de las sillas las que corresponde a la mesa, teniendo en cuenta que debe ser aproximadamente la que permite al comensal que le quede la mesa, estando sentado, a la altura de los codos, cada una de ellas con las variedades en modelos en gustos y estilos.

Limpieza del Comedor

El comedor, por ser el lugar donde se toman los alimentos debe mantenerse limpio, e higiénico en todo momento. Se procurara presentarlo bien ventilado, ordenado y arreglado de acuerdo al tipo de servicios que se ofrezca. Banquetes, Coctails, buffets, atención personal, etc. Se cuidara de que su arreglo y decoración este en armonía y calidad del establecimiento y el gusto de los usuarios.

La Vajilla.-

Se denomina así a todos los elementos de loza o porcelana que se usan en el servicio del comedor, bar, restaurante o cafetería y que componen la vajilla.

Cada pieza de loza tiene sus características y proporciones según el uso a que está destinado. Hay estándares en Hotelería que se han establecidos para respetar medidas y capacidades, las cuales tiene un uso específico ene ele servicio.

Platos soperos: su uso está destinado, como su nombre indica, para sopa, pero se debe tener en cuenta que sopa es un líquido con algo solido. Pasta, pan puré, etc. (pues en el caso de ser solo caldo, se sirve en taza de consomé). El diámetro del plato sopero es de medio a un centímetro menor que el trincherero y de mayor profundidad o altura. Las medidas suelen ser:

-Diámetro. 22.5, 23.5 y 24.5 cm.

-Altura o profundidad: 4 a 4.5 cm.

Este plato, cuando se sirve sopa, debe llevar siempre como base (o sea, colocado debajo) un plato trincherero o llano. También se usa el plato soperero en potajes, etc.

Platos tendidos: Es más extendido y de menor profundidad que el soperero, ya que el borde está solamente levantado 2 cm. Aproximadamente de la base. Es el plato más usado en el comedor y se emplea con todas las comidas.

Su diámetro es de 23, 24 y 25 cm. En algunas cafeterías, para los platos combinados suelen tener un plato llano de 28 a 30 cm.

Plato de Postre: El plato de postre es del mismo formato que el tendido, pero unos 6 cm. De diámetro más pequeño. Se usa dulces, frutas, etc.

Plato de Pan: Se usa únicamente para poner el pan y su tamaño es aproximadamente el del plato de la taza de consomé, aun cuando el formato es el mismo que el de postre. Suele tener unos 14 o 15 cm. De diámetro.

Platos de Consomé: desayuno, té, café, etc.: Estos platos, si bien son de dimensiones distintas, tienen características en común. Todos ellos llevan una hendidura o rebaje circular en el centro que coincide con las dimensiones del fondo de la taza, donde queda encajada, con el fin de que las tazas no se deslicen de un lado para otro.

Otros tipos de platos: Existen otros tipos de platos- para ostras, entremeses, espárragos-divididos en varios compartimientos para platos únicos o combinados, etc., pero su uso no es demasiado frecuente a no ser algunos restaurantes de lujo. Nunca se debe poner en la mesa un plato sobre otro salvo en el caso del plato soperero.

Tazas de desayuno: De unos 250 cc de capacidad.

Tazas de Consomé: De la misma capacidad que la anterior, pero con dos asas.

Tazas de Té, Café: una capacidad de unos 150 cc.

Café solo: La más pequeña de todas las tazas, suele tener un diámetro de unos 6 cm. Y una capacidad de unos 55 cc. Toda la loza suele ir decorada con el anagrama o escudo del establecimiento.

Transporte y Limpieza de la Vajilla.-

La vajilla es el conjunto de servicios que se emplea en el comedor para la atención del cliente. Comprende cubiertos, cristalería, platos accesorios, etc. Su limpieza es muy necesaria para el prestigio de la casa; por eso es necesario poner todo cuidado para conservarlo limpio y brillante, etc. Debe tenerse especial esmero al manipular y transportar esta vajilla para evitar roturas o deterioro que atenten contra la economía de la empresa y también de los trabajadores.

La ropa del Comedor.-

La mantelería y sus complementos (Ropa de Comedor en general), debe cambiarse cuantas veces sea necesario. Se colocaran los manteles servilletas, individuales, etc. De forma tal, que guarde cierta armonía con el comedor en general. Se evitara disponer los manteles y servilletas de colores diferentes que hieran la vista del cliente. La ropa usada no debe estar a la vista de los clientes.

Abastecimiento de Ingredientes e Insumos de la Bodega para el Comedor.-

Es fundamental que para la buena atención del cliente, el abastecimiento de los ingredientes e insumos, que debe tener el mozo en su auxiliar, sea hecho periódicamente. Se evitara en esta forma que a último momento solicite un ingrediente a la bodega y cause mortificaciones al cliente por la demora o tardanza en servirlo. El empleo de cualquier ingrediente o insumo debe ser advertido de antemano por el mozo para tenerlo en stock o prepararlo con anticipación.

Presentación y Comportamiento del Personal del Comedor.-

El personal que labora en un Hotel de Primera categoría, debe tener una presentación impecable y demostrar un comportamiento ejemplar dentro y fuera del comedor. La presentación comprende la limpieza de uniforme, calzado lustrado, corbata limpia, etc.

El comportamiento consistirá en conducirse con buenos modales, hablar con expresión adecuada, sin levantar la voz; tener cortesía con el cliente evitar la conversación con sus demás compañeros.

- No correr ni gritar.
- Se demostrara en todo momento que el servidor del Restaurante es un trabajador de una exquisita formación profesional y cultural.

El arreglo de la Mesa.-

Hay que tener en cuenta que el mejor adorno o decoración consiste en no llamar la atención, de la misma manera que la elegancia está hecha de sencillez y discreción. Sin embargo esto no quiere decir que la decoración tenga que ser invisible; solo tratamos de llamar la atención para no caer en el extremo opuesto de exhibición y derroche y lujo. Hay muchas maneras de encontrarse a gusto, pero lo que a de evitarse especialmente es de que se sienta desatendido. Unos podrán sentirse más a gusto en un ambiente solemne, ante una mesa sumamente refinada adornada con las seducciones de la porcelana, la lencería, la cristalería e incluso la platería; otros darán más importancia a la belleza de las flores, a la graciosa fantasía del cubierto pero lo que todo mundo aprecia y estima, es la nota personal, es la atención que recuerda discretamente a los invitados que todo se ha hecho para su satisfacción, su comodidad y su bienestar. También debe haber armonía entre las dimensiones del comedor y el número de comensales. Una cena, Una recepción, y tampoco sería un éxito si no hay suficiente espacio entre los invitados y quienes les rodean.

La peor manera de sentirse molestos, es tener la sensación de que esta incomodando. El personal debe poder moverse con facilidad y la mesa debe tener suficiente espacio para que en ella tenga cabida platos, cubiertos, etc.

Mejor es dejar de invitar a dos personas que amontonar gente y cosas. También debe cuidarse la ventilación y la temperatura. Todo es cuestión de gustos, discernimiento y tacto. Un director de escena sabrá siempre que la armonía puede hacer y tanto de contrastes como aproximaciones en la utilización de los diferentes elementos de un servicio de mesa:

Plata, porcelana, Cristal, se puede seguir una ligera progresión.

Y para terminar su obra, solo le restara al anfitrión el cuidado de combinar las luces para que los comensales se sientan totalmente satisfechos. El placer de la buena mesa pertenece a todos los tiempos y a todas las edades, a cada país y cada día y aunque va de la mano de todos nuestros placeres sobrevive y perdura.

El muletón.-

Es la pieza de tela que cubre enteramente la mesa y va sobre la mesa misma. Su misión es evitar ruidos, roturas por golpes sobre superficies duras, absorber los líquidos que puedan derramarse o verterse durante el proceso de la comida y fijar el mantel a la mesa evitando que se deslice. El mantel cumple la misión de higiene, limpieza y estética. El muletón debe saturarse a la mesa.

El mantel.-

Deben ser blancos, aun cuando es probable que color varíe por la decoración. Debe cambiarse después de cada servicio, pues no se debe dejar el mantel en la mesa cuando ha sido usado por otros clientes. También se acostumbra el uso de un “cubremantel”, el que se cambia en cada servicio, y el mantel solamente en el caso de que se produzca una mancha:

Formas de Servicio en la Mesa.-

- Emplatado.
- De fuente a Plato.
- En gueridon o mesa Auxiliar.

Emplatado.-

Se llama emplatado a la preparación de una comida en un plato, bien en la cocina, en el gueridon, en el carro caliente o en el buffet. Es el tipo de servicio más simple, el camarero solamente se limita a poner platos con las comidas y llevarse de la mesa los utilizados. El plato lo colocara en la mesa, por la derecha del comensal, cuidando de que el anagrama quede bien centrado y, también por la derecha, retira los sucios.

Marcar.-

Se llama así a la acción de cambiar y poner limpios los cubiertos sobre la mesa, los cuales deben ponerse antes de servir el plato. En realidad los cubiertos marcan o indican lo que va a comer el cliente, ya que un cubierto de carnes indicara claramente que aquel comensal eligió un plato a base de carne.

La Muletilla.-

Así se llama a la servilleta, preparada sobre un plato, que se debe usar para llevar los cubiertos limpios a la mesa cuando se hace el cambio de cubiertos al cliente durante el servicio. Los cubiertos no se deben llevar nunca sueltos sobre un plato, o en la mano. La muletilla la debe preparar cada mozo antes del servicio y la deja sobre el aparador, reponiendo los cubiertos que sean necesarios. Tanto al poner los cubiertos sobre la “muletilla” como cuando se desbarata una mesa, los cuchillos deben ponerse debajo de los tenedores para evitar que el peso del mango del cuchillo les haga caer.

Mise en Place del cubierto.-

El cubierto base está compuesto por:

- La servilleta, a un centímetro del borde de la mesa.
- El tenedor a la izquierda y el cuchillo la derecha.
- El plato de pan a la izquierda, si se sirve mantequilla, poner un pequeño cuchillo sobre el borde derecho del plato, con el filo paralelo al del cuchillo.
- El vaso de vino tinto.
- El vaso de agua.

Servicio del Pan.-

Como el plato del pan esta a la izquierda del comensal, se debe servir por la izquierda, siempre ayudado por pinzas. Las pinzas se forman con una cuchara sopera y un tenedor. Se debe tener cuidado de que sean del mismo tamaño y de que el tenedor quede bien encajado.

Mise en Place

Generalmente, se denomina en el argot hostelero “mise en place” al montaje o mecánica de las operaciones previas necesarias para lograr un buen servicio, tanto en calidad como en rapidez. Esta mise en place es una de las funciones más importante a realizar, ya que de ella depende, en gran parte, que a la hora del servicio el trabajo se desarrolle con mayor facilidad y agilidad. Entre la cocina y el comedor existe una dependencia denominada “office” o auxiliar donde se efectúa la limpieza de todo material empleado en el comedor o sala, y donde se almacena una vez limpio, en estanterías el material que ha de abastecer las necesidades del servicio a realizar. En este “Office” o auxiliar es donde el mozo, mesero o la camarera debe efectuar el repaso, se le da al material un último toque de brillo y pulcritud, pues no se debe olvidar (y en esto insistiremos repetidas veces), la obligación de mantener en todo momento una escrupulosa limpieza de todos los elementos que se utilizan en el servicio del estado en que se encuentra.

Menaje.-

Es el conjunto de pequeños utensilios auxiliares para el servicio como. Saleros, botellas de salsas, mostaza vinagreras, etc. Todos ellos a pedido del cliente, de acuerdo al gusto de paladares individuales. También se ofrecen algunas salsas embotelladas que aromatizan, condimentan y acompañan aciertos platos según el gusto del comensal. Hay ciertas salsas de origen inglés, que se conocen con el nombre de “salsas inglesas”, utilizadas para condimentar en la mesa sopas, carnes, pescados y son conocidas por las marcas comerciales que tienen, entre las más comunes son: Perrin’s, Smith, Worcester.

El Catsup o Ketchup es una salsa de tomate concentrado, con ligero sabor dulce que se ofrece para acompañar frituras de pescado o carne y también papas fritas. El tabasco es una salsa picante, de origen mejicano que se elabora con unos pimientos pequeños, de sabor muy fuerte, llamados “chiles” también la mostaza, es otra de las preferencias, siendo las más usuales la francesa e inglesa.

Sede denomina “Convoy” a las vinagreras, las cuales se complementan de aceite y vinagre.

El aparador.-

Es un mueble cuya misión es facilitar el servicio dentro del comedor, teniendo siempre una determinada cantidad de material dispuesta para su uso y evitando con ello que la camarera tenga que desplazarse continuamente al “Office” o auxiliar en busca de material.

El aparador puede ser diferentes formas y medidas, debe constar de siete u ocho cajones al menos, varios entrepaños y un cajón basculante para las servilletas y manteles sucios. Los cajones suelen ir forrados de paño para evitar el roce y el ruido de los cubiertos dentro del cajón al sacarlos y meterlos.

El material depositado en el aparador se utiliza tanto en el servicio del mediodía como en el de la noche. Por consiguiente, no solamente se debe reponer o montar el aparador por la mañana, sino también por la tarde después de concluir el servicio del almuerzo, ósea, a primera hora de la tarde, con el fin de tenerlo preparado para el servicio de noche. No obstante, es muy frecuente que durante el servicio se agoten los platos o los cubiertos, en cuyo caso será necesario hacer reposición a medida que se vaya necesitando.

Cristalería

Las copas se colocaran de izquierda o derecha siguiendo el orden que marca el tamaño de las mismas, o sea: copas de agua, copas de vino blanco y copas de vino tinto.

Cuando por las características del servicio sea necesario emplear copas de coñac, licor o champagne, se traen directamente del “Oficce”. En el caso de tratarse de un menú concertado, las copas se ponen sobre la mesa al montarla.

Colocación de los Platos.

Lo primero que debe colocarse sobre la mesa es lo que se llama “plato base”, o sea, un plato llano. Este plato se coloca en el centro de cada lado o lateral de la mesa y aun centímetro aproximadamente del borde. Se han de cuidar que el anagrama, o escudo del restaurante o cafetería generalmente impreso en toda la vajilla, quede bien centrado y mirando para el cliente, o lo que es igual, que el comensal sentado lo pueda leer y lo vea bien centrado frente a él. Cuando todos los platos bases están colocados sobre las mesas, se procederá a poner al lado izquierdo, el plato del pan. Este plato debe ir a unos 10 cm. Del borde de la mesa y a unos 6 o 7 cm. Del plato base. Todos los platos deben estar puestos de forma que loa anagramas queden frente al cliente, tanto al montar la mesa como los platos que sucesivamente se vayan colocando durante el servicio.

Colocación de Las copas.-

Una vez colocados los platos y cubiertos se procederá a colocar las copas. En primer lugar, se colocara la copa de agua boca abajo a unos 5 cm. Del borde superior del plato y bien centrada con respecto al plato base. A la derecha de la copa de agua, y también boca abajo, se coloca la copa blanca de vino. Esta copa de beber estar a unos 3 cm. De la copa de agua y algo más cerca hacia el borde de la mesa. Las copas se deben dejar boca abajo hasta el momento del servicio, en que se procederá a colocarlas de pie sobre la base.

MONTAJE DE UN BUFFET.-

Se designa con el nombre de Buffet a la mesa finamente decorada y situada a un lado en el comedor o situado estratégicamente en el restaurante, donde se exhiben en la mesa, artísticamente la presentación de los platos a degustar. El buffet es también la técnica adecuada para la atención de grupos en recepciones o celebraciones en las que prescinde de la solemnidad de una comida o cena.

El buffet tiene la ventaja de que mucha gente se puede servir en un corto tiempo y de que el numero de meseros que se requiere es menor. Se puede montar para comida o cena y puede ser formal e informal. Un buffet bien montado puede ofrecer ampliar variedades de platos, de donde los comensales puedan seleccionar los de su agrado. Por lo general los comensales se sientan a la mesa cuando se trata de un buffet formal. Un buffet informal se puede montar en una terraza o en jardín y la gente suele comer parada; cuando esto sucede, generalmente utilizan solo tenedor.

SERVICIO A LA CARTA Y MENUS.-

Carta

Se conoce con el nombre de carta a la relación de platos compuestos y agrupados según selección y coordinación del Chef y el Gerente de comidas y Bebidas, cada plato con su precio al margen, que permite elegir al cliente según su gusto, dentro de

un listado General. Se ofrecen así mismo especialidades del restaurante y Servicios especiales como festivales Gastronómicos para incentivar las ventas en el restaurante. En estos precios van incluidos todos los gravámenes e impuestos.

Menú

Los restaurantes y cafeterías están obligados a ofrecer a sus clientes, junto con la carta, el menú. Este lo confecciona libremente cada restaurante u Hotel de acuerdo a las preferencias de su clientela y especialidad de la “casa”. Debe constar de dos platos, pan y postres, así como uno de los platos debe tener como base carne o pescado. Además, los alimentos que sirvan de base para la confección de cada plato tendrán que estar en consonancia con la categoría del establecimiento.

En el menú del día pueden ofrecerse dos o tres platos en el primer grupo y dos o tres en el segundo, a fin de que se dispongan de combinaciones según preferencia del cliente.

SERVICIO DE DESAYUNOS, ALMUERZOS Y COMIDAS.-

Esta tarea es la más importante y delicada que realiza un servidor hotelero dentro del comedor. De la eficiencia de sus servicios de la cortesía de su trato con el cliente y de la higiene y presentación de su persona, depende el prestigio de la empresa que labora y el orgullo del país. La calidad del servicio hace que el turismo receptivo crezca ya que es una fuente de ingreso de divisas de gran riqueza cultural y turística como el nuestro, y es por eso que nuestra primera preocupación como trabajadores comprende una serie de acciones que se hincan desde el momento que el turista ingresa al comedor hasta el instante en que cancela su cuenta y sale de él.

2.5 ATENCION EN EL COMEDOR.-

En la atención de un cliente en el comedor, se debe tener en cuenta los siguientes aspectos:

a) Cortesía.-

Debe manifestarse al cliente en todo momento; al invitarlo a tomar asiento, al ofrecerle el menú o carta; al darle sugerencias sobre una determinada comida, trago, postre, etc. Al informarle sobre un asunto, al acercársele cuando llama; al cancelar la cuenta, etc.

b) Prontitud.-

Este aspecto esta en relación con el tiempo. Todo debe servir de en el momento oportuno y preciso. Se debe evitar que el cliente se mortifique por la demora del pedido. Los potajes deben ponerse exactamente en el instante que el anterior ha sido consumido. Se debe prever alguna circunstancia que demore el servicio (falta sal, vinagre, hielo, etc.) Los platos deben servirse de acuerdo con su prioridad en el consumo.

c) Esmero.-

El esmero consiste en hacer las cosas con sumo cuidado, evitando actos o hechos que perjudiquen al cliente. Se debe evitar la presentación de platos demasiados fríos o demasiados calientes; El esmero de una buena mesa depende de la experiencia y capacidad del servidor hotelero. Hay esmerada atención en un restaurant, cuando “el huésped se siente atendido como en su casa”.

2.6 HIGIENE Y LIMPIEZA DEL AREA DE ALIMENTOS Y BEBIDAS.-

Recordar que la presentación e imagen de la Empresa se inicia con la limpieza y pulcritud que mostremos nuestro establecimiento, cabe mencionar que no solo el local debe tener esta cualidad sino también lo que se encuentre dentro de él (equipamiento, muebles, menaje), así como el personal.

La limpieza de las diferentes dependencias se deberá realizar permanentemente, y siempre que sea posible, se realizara con la suficiente anterioridad a las actividades principales del área, tomándose la precauciones para evitar efectos desagradables o nocivos del uso de productos de limpieza. Las operaciones de limpieza se

efectuaran con un mayor esmero en aquellos lugares donde haya maquinarias y equipos.

Los operarios de las maquinas o encargados de aparatos e instalaciones deberán mantenerlo siempre en perfecto estado de limpieza y conservación. La limpieza del piso tiene mucha importancia, cualquier resto de comida en el, puede ocasionar caídas así como los pisos mojados, donde se debe advertir de su reciente limpieza para caminar con cuidado.

Para la limpieza se utilizara preferentemente detergentes y en aquellos casos en que sea imprescindible el uso de productos inflamables, como la gasolina benceno o derivados del petróleo, quedara totalmente prohibió fumar, por ser altamente peligroso. En aquellos lugares donde constantemente se produce vapores deberán ser revestidos en pepelmas y mayólicas (establecidos también de acuerdo a reglamento), para facilitar su limpieza. Tampoco debemos olvidar la importancia de la limpieza de las ventanas y tragaluces, lugares donde se acumulan polvo y grasas, que impiden la penetración de la luz y como consecuencia, una perfecta iluminación.

Es obligación de la empresa facilitar las herramientas necesarias (como son los cinturones de seguridad) que se adhieren a las paredes mediante un cable, para proteger a los empleados de posibles accidentes. El Gerente de Alimentos y Bebidas es el responsable de la higiene y limpieza de su área, para la cual goza de plena libertad y amplitud de función por parte de Gerencia General.

2.7 COCINA

Integrada por varias áreas, estas son:

- a).- Área para preparar los alimentos calientes.
- b).- Área de servicio, para entregar y recoger los servicios.
- c).- Área para preparar los alimentos fríos, tales como ensaladas y sándwich, esta área se localiza por lo general entre la cocina y el comedor.

- d).- Área para lavar los utensilios.
- e).- Área para almacenar el equipo y la provisión
- f).-Dependiendo del tamaño del establecimiento, la cocina podrá tener también una oficina.

El Cheff.-

Es el jefe de cocina, quien a su vez es el primer cocinero, y que, en algunos casos, se encarga de elaborar el menú y de hacer las compras; en tales casos se considera el chef mas directivo, que cocinero, en consecuencia recibe el nombre de chef ejecutivo.

En los grandes establecimientos puede haber uno o más ayudantes del chef; en lugares más pequeños se espera el ayudante del chef prepare todos los platos del menú.

En restaurantes muy grandes pueden existir varios chefs especialistas, es decir chef de salsas, de verduras de postres, de repostería, etc. E un orden jerárquico inferior estaría los chefs cocineros, los cuales ejecutan las órdenes que reciben de los meseros, esto es, la preparación de platos al instante.

Muchos restaurantes emplean también los servicios de uno o de varios ayudantes de cocina, cuyas obligaciones son cortar verduras, los guisos, hacer limpieza y otras tareas. En algunos restaurantes los ayudantes de cocina suelen ser jóvenes aprendices que se están preparando para convertirse en chefs. Otra tarea que debe realizar continuamente en la cocina es lavar los platos y utensilios, puesto que durante la hora del servicio llega a la cocina una multitud de platos sucios que deben asearse antes de regresar al comedor.

Aun cuando el restaurante disponga de lavadoras automáticas de platos, la intervención del personal es necesaria para separar la vajilla, y cargar y descargar las maquina. Inclusive algunos recipientes de la cocina se tienen que lavar la mano.

Algunos restaurantes disponen de un empleado que se encarga de la alacena. El cual almacena la provisión y el equipo, se encarga asimismo de surtir las requisiciones del chef; en algunos casos un empleado es responsable de la provisión y otro tipo del equipo.

No todos los restaurantes disponen de numeroso personal de cocina puesto que un establecimiento pequeño necesitara únicamente un chef y un ayudante para lavar los platos. No obstante, lo anterior, el personal disponible deberá ejecutar las tareas previamente mencionadas.

Entre las muchas consideraciones importantes para el diseño de la cocina del restaurante, están el aspecto de sanidad y el de seguridad. La limpieza es un factor vital. Por lo general, se controla este aspecto a través de fumigaciones y exterminación periódica.

Tanto el aspecto de sanidad, como el aspecto seguridad requieren de una limpieza constante de todas las áreas. La mayoría de las cocinas tienen pisos y paredes fáciles de lavar, el reglamento establece el recubierto de mayólicas tanto para paredes como para pisos, muchas cocinas tienen revestimientos especiales de fácil desmonte para limpieza. Otro punto importante es la buena ventilación, tanto para la circulación de aire como para evitar la filtración de olores.

CAPITULO III:

**HERRAMIENTAS DE CALIDAD Y SU APLICACIÓN EN EL SERVICIO DE
RESTAURANTE 4 TENEDORES.**

3.1 CONCEPTOS FUNDAMENTALES DE LA EXCELENCIA.-

1. Orientación al cliente

¿Por qué existe su empresa hoy?, ¿por qué alguien la creó hace unos años? La respuesta es más evidente: porque “todavía” hay clientes que están interesados en sus productos y servicios.

La mayoría de las empresas centran su atención en los productos y servicios que prestan y no en las necesidades reales de sus clientes actuales y potenciales. Es un defecto típico de las empresas de software: todos los recursos de la empresa gira en torno al producto, y no al cliente. Recuerde que es el cliente el que decide si su organización le está ofreciendo productos y servicios de calidad y que aportan valor. Su satisfacción y su fidelidad dependerán de su capacidad para detectar y cubrir sus necesidades y expectativas, de orientar su empresa, sus esfuerzos hacia ese objetivo: el cliente.

¿Cuántos de ustedes realizan encuestas o estudios para conocer que quieren, necesitan o esperan los clientes de su empresa?

2. Liderazgo

Nuestras empresas necesitan líderes, no jefes. Un buen punto de partida puede ser: definir en qué valores quiere basar su forma de dirigir, recibir e impartir formación, y motivar con el ejemplo.

La dirección, los líderes, son los que definen la cultura, la política y las estrategias de la organización. Su comportamiento es fundamental para lograr la unidad, la constancia y la coherencia con los objetivos, motivando la implicación de las personas. Recuerde la “teoría de los espejos”: el directivo recibe lo que refleja.

3. Gestión por procesos y hechos

La identificación, la sistematización y la normalización de los procesos ayudaran a que la organización actúe de forma más eficiente, favoreciendo la medición y la obtención de información fiable, para el desarrollo de actividades de mejora.

La implantación de sistemas de gestión de la calidad ISO 9000, nos permite alcanzar este objetivo. Unos buenos procesos garantizan en gran medida unos buenos resultados, consiguiendo al mismo tiempo mayor transparencia y una mejor gestión del conocimiento.

4. Desarrollo e implicación de las personas

Compartir unos valores, en un clima de confianza, de comunicación y de desarrollo profesional, fomenta la participación y la implicación, obteniendo todo el potencial de cada una de las personas de la organización. Esta cultura es transmitida y percibida por el cliente, en cada contacto que se produce, de forma positiva.

5. Aprendizaje, innovación y mejora continúa

Una adecuada gestión del conocimiento permite optimizar el aprendizaje continuo que es la base de los procesos de mejora e innovación de las empresas. Conocer y compartir el conocimiento no permitirá mejorar el rendimiento de las personas, aprovechando todas las oportunidades de mejora.

6. Desarrollo de Alianzas

El establecimiento de relaciones, alianzas o acuerdos mutuamente beneficiosos con los proveedores, suministradores, o partners o, incluso, la competencia, generan mejoras y valor añadido a los clientes.

La integración y la confianza son la base de la cooperación, crea sinergias positivas y añade valor a las partes implicadas.

7. Responsabilidad Social

Un comportamiento ético de la organización y de las personas hacia la comunidad, superando sus expectativas y los requisitos legales, es beneficioso, en el tiempo, para los intereses de todas las partes implicadas. Recuerde que su empresa no es un ente aislado. Todas las empresas interactúan, en mayor o menor medida, con la comunidad en la que se ubica: una ciudad, un pueblo, un barrio, o una comunidad de vecinos.

8.-Orientación hacia los resultados

Los resultados no solo económicos, sino también desde el punto de vista de las necesidades y expectativas de todas las partes interesadas. Recuerde que el éxito continuado de su organización dependerá del equilibrio de las necesidades y de la satisfacción de todos los grupos de interés que se relacionan con su empresa: los clientes, los proveedores, los trabajadores, accionistas, y la sociedad, entre otros.

Revise sus valores; esta serie de conceptos, que no pretende ser excluyente, son las bases y el punto de partida de las organizaciones excelentes, aplicables a todas las empresas, de cualquier sector o actividad, tamaño o estructura.

Un ejercicio interesante es reflexionar sobre ellos, compruebe cuales y, en qué medida, comparte en su organización. No se preocupe si no los aplica todos, dependiendo de cómo su empresa se desarrolla, evoluciona y mejora, los conceptos van cambiando.

El Modelo EFQM contiene estos principios, y su comparación le permitirá detectar, rápidamente, los puntos fuertes y áreas de mejora respecto a cada uno de los

criterios, y le acercaran un poco más al, cada día más numeroso, grupo de empresas que caminan hacia la excelencia.

3.2 MODELOS DE CALIDAD EN EL SECTOR RESTAURACION.

Uno de los objetivos de este Informe es dar a conocer, a los empresarios del sector de la restauración, los principales modelos y sistemas de calidad, o excelencia, que les pueden ayudar a avanzar en su gestión, mejorar sus procesos, y aumentar su competitividad y reconocimiento.

Nuestra sociedad está cambiando rápidamente, y las necesidades y expectativas de nuestros clientes también. Hemos pasado de un entorno donde la oferta del sector era limitada y, por tanto, la capacidad de elección de los clientes era menor, a un escenario donde la oferta de restauración es mucho mayor, y las posibilidades de elegir de nuestros clientes ha aumentado, al mismo tiempo que su capacidad de comparar, y la información de la que disponen.

Sin embargo, el sector de la restauración no ha sabido evolucionar al mismo ritmo, y en la misma dirección, que el mercado. Hoy vemos, como son las empresas del sector que han sabido incorporar conceptos como la innovación, el diseño, las nuevas tecnologías, o los sistemas de gestión, (compatibles con métodos y ofertas gastronómicas tradicionales), las que consiguen ventajas competitivas y reconocimientos de sus clientes, y de la sociedad en general.

Son empresas que constituyen un referente y un atractivo para el entorno donde se ubican, convirtiéndose, en sí mismas, en un polo de atracción ya sea de un destino turístico, un pueblo o una comarca.

REFLEXIONAR ¿QUÉ TIPO DE ORIENTACIÓN TENEMOS?

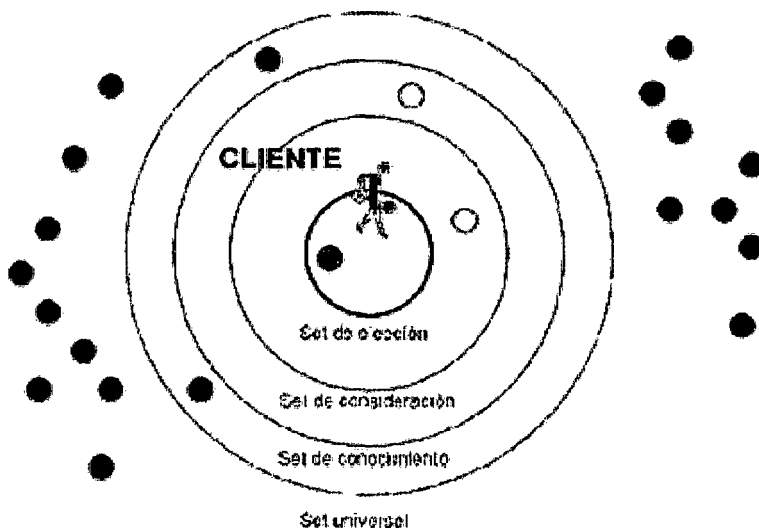


Por otra parte, y en la mayoría de los casos, es un sector con una clara “orientación al producto”, algo que podríamos considerar normal en un sector donde el primer criterio de elección de los clientes, es el producto.

Pero, precisamente porque es el primer criterio, el cliente va a dar por hecho que la calidad es buena (nadie acude a un restaurante sabiendo que el producto no es bueno), y empieza a valorar otros aspectos de su relación con el restaurante como es la variedad de la oferta, el precio, el servicio al cliente, la limpieza, la comodidad, o aspectos medioambientales, entre otros criterios.

Por tanto, el producto es lo que hace que un restaurante concreto entre en el “**set de elección**” del cliente. A partir de ahí, debemos desarrollar otras habilidades que nos permitan que los clientes pasen de ser “**clientes puntuales**” a “**clientes habituales**”.

Para adquirir un cliente hay que estar primero en su "set de elección"



Estas habilidades pasan por “orientar nuestra empresa al cliente”, esto es, profundizar en nuestra relación y el conocimiento que tenemos de él. Lograr, como hacen las grandes empresas, que el cliente tenga “una experiencia de marca”, cada vez que entra en nuestro restaurante (o eso, o que nuestra aspiración sea darle de comer, que pague la cuenta, y deje la mesa libre para otro cliente).

Estas habilidades no surgen por “generación espontánea”, sino que parten de trabajar sobre diferentes elementos, entre ellos, la adopción de modelos y sistemas de gestión.

Tras el estudio, hemos llegado a la conclusión de que todas las empresas de restauración analizadas disponen de un sistema de gestión, más o menos estructurado, esto es, como si fueran un puzzle donde no siempre están todas las piezas (organigrama, misión, visión, valores, funciones y responsabilidades, procesos documentados, gestión de equipos e instalaciones, gestión de los recursos humanos, indicadores, objetivos asociados, planificación, etc), y las que están, no siempre encajan entre ellas.

Los sistemas y modelos que vamos a exponer a continuación, le permitirán ordenar las piezas de su “puzle”, y poner aquellas piezas de las que no disponen. De forma general, los modelos parten de dos premisas:

1. Sólo se puede mejorar lo que está documentado.

Documentar lo que hacemos, aporta una serie de ventajas a las empresas, permitiéndoles, por ejemplo:

- ***comunicar:***

Un documento (información y su soporte) nos permite explicar y formar, de forma coherente y sistemática, las cosas que hacemos.

- ***ser transparentes:***

Tener documentados los procesos, nos hace más transparentes frente a nuestros clientes, (externamente), pues nos permite decir “como hacemos las cosas”, y frente a nuestros empleados (internamente), pues explicamos “como queremos que se hagan las cosas”.

- ***normalizar:***

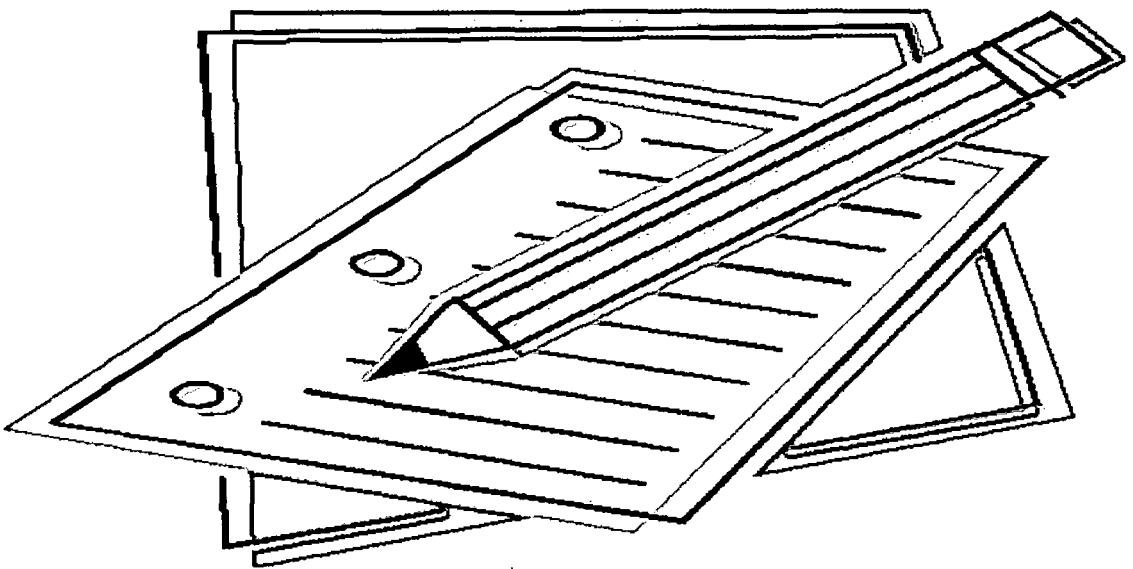
La documentación permite que los procesos sean reproducibles y trazables, reduciendo la variabilidad, y consiguiendo que la percepción de la calidad del cliente sea más uniforme.

- ***mejorar:***

Lo que está documentado es más fácil de mejorar, que lo que no lo está. Se puede revisar, se puede modificar, y se puede volver a comunicar.

- ***Gestionar el conocimiento:***

Las personas poseen el conocimiento. Si éstas se marchan, el conocimiento se marcha con ellas. Documentar lo que sabemos, nos permitirá acceder a él, compartirlo, y gestionarlo.

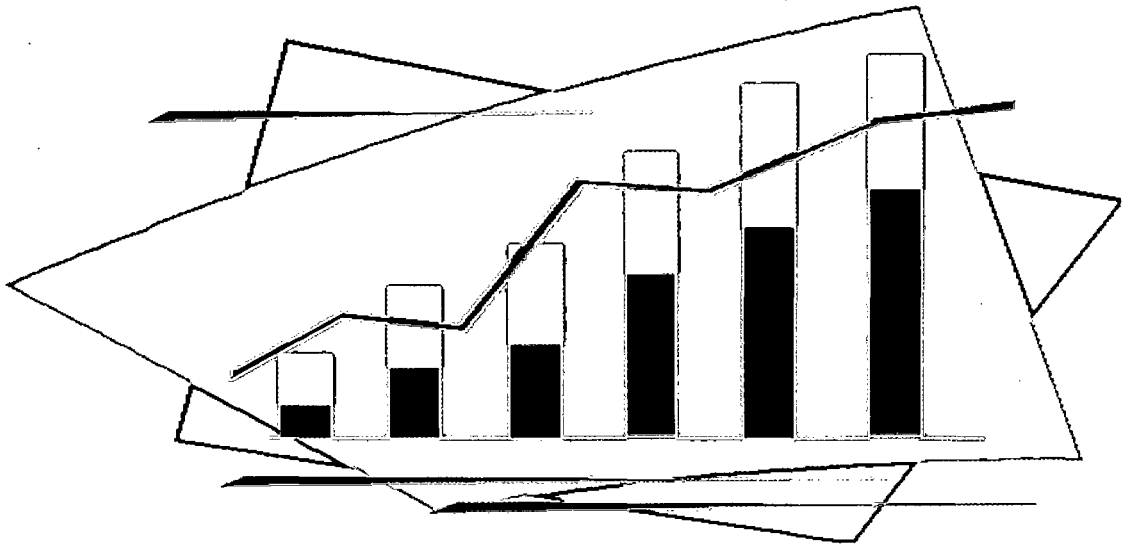


1. **Sólo se puede mejorar lo que se mide.**

La medición es una actividad fundamental en los procesos de mejora. Establecer indicadores proporciona una información muy útil para las empresas:

- Medir significa identificar indicadores que nos permitan evaluar la capacidad de nuestros procesos, de nuestros consumos, de la satisfacción de los clientes.
- Medir nos permite conocer “donde estamos”, el punto de partida, pero también nos permite conocer tendencias, “hacia dónde vamos”.

- Medir nos permite establecer objetivos, y nos permite planificar como llegar a ellos.



3.3 SISTEMA DE GESTION DE LA CALIDAD ISO 9001:2000

Uno de los sistemas de calidad mas implantados a nivel internacional, son los basados en la norma ISO 9001:2000.

- Es una norma que establece los requisitos necesarios para implantar un Sistema de Gestión de la Calidad.
- Está orientada a procesos, su medición y mejora.
- Pretende asegurar la calidad y mejorar la satisfacción del Cliente.
- Es certificable por una entidad certificadora.

Este tipo de sistemas aporta una serie de beneficios a las empresas:

- ***Un lenguaje común, una identidad, una cultura:***

Se trata de que las personas que trabajan en el restaurante compartan una misma visión de la calidad, de la forma de trabajar, del servicio al cliente, crear una masa crítica de personas que trasladan la “forma de ser” del restaurante, al resto.

- ***Transparencia:***

Si un cliente, o un hotel con el que ha concertado, le preguntará sobre como mantiene “la cadena de frío”, o gestiona la reclamación de un cliente, ¿podría mostrárselo?, no contárselo, ¿podría mostrarle como lo hace?

- ***Conocimiento colectivo:***

El que más sabe, es el que más podrá aportar. Esto le permitirá gestionar el conocimiento en su empresa, y que sea compartido por el resto del personal.

- ***Menor tiempo adaptación personal nuevo:***

Tener bien definidos y documentados sus procesos, permitirá que las personas que se incorporen conozcan “como funciona” su restaurante, como queremos que hagan las cosas, y eso facilitará su proceso de aprendizaje.

- ***Una “certificación” o “marca” externa:***

No solo lo hacemos bien, sino que alguien nos dice que es así, una tercera parte que “certifica” que cumplimos los requisitos de la norma, y los estándares de calidad que hemos definido. Es una marca de garantía al mercado.

Por otra parte, en las empresas, y en especial en las empresas de servicios, existe lo que se denomina “variabilidad”, esto es, a veces no siempre se obtiene el mismo resultado, realizando las mismas actividades, ya sea por diferentes personas o, incluso, por las mismas personas.

Esta provoca errores, insatisfacción del cliente, reprocesos, pérdidas de tiempo y, por tanto, mayores costes.

¿Cómo podemos reducir la variabilidad en nuestro restaurante? La respuesta es mediante la sistematización y normalización de nuestros procesos. Ambos conceptos nos permitirán obtener siempre el mismo resultado, con la ventaja de que su repetición nos permitirá aprender y actuar sobre él, mejorándolo. ¿Cómo cree que trabajan los mejores restauradores y los principales restaurantes del mundo? Con creatividad, innovación, y sobre una base de procesos claros, y sistematizados.

La Sistematización es la primera actividad a la hora de definir cualquier proceso. Para sistematizar un proceso debemos descomponerlo en fases, tareas o actividades relacionadas, claras y bien definidas (tarea a, tarea b, tarea c,.....) que, en un secuencia lógica ($a + b + c = \text{proceso}$), permitan Normalizarlo, esto es, que sea realizado siempre igual por las personas de la organización, por tanto reproducible n veces, en el tiempo.

Podemos considerar que, un proceso o un conjunto de procesos sistematizados y normalizados, constituyen una Metodología (una “forma de trabajar”). Trabajar con una metodología tiene la ventaja de que sabemos que hay al final, (resultados que vamos a obtener) y el camino para obtenerlo.

Por otra parte, la metodología nos ayudará a conseguir una gran reusabilidad (concepto fundamental desde el punto de vista de la rentabilidad), de los resultados obtenidos, pues al presentarse de igual forma, al ser sistemáticos, pueden ser usados (mejor relación esfuerzo - coste) por otras personas diferentes, (talento), a las que lo realizaron inicialmente, creándose una espiral de aprendizaje y de mejora.

Las principales actividades para la implantación de un Sistema de Gestión de la Calidad son:

1. Identificación, análisis, modelado y medición de los procesos
2. Documentación del sistema
3. Implantación
4. Verificación interna

5. Revisión del Sistema por la Dirección
6. Auditoría de Certificación

3.4 SISTEMA DE GESTION MEDIOAMBIENTAL ISO 14001: 2004

El medioambiente es un aspecto que empieza a preocupar a la sociedad, y esta preocupación se ve reflejada en la decisión de compra de muchos clientes, no sólo de clientes finales, sino también de las empresas, y de las administraciones.

El sector de la restauración no será ajeno a esta inquietud, y aquellos que sepan incorporar a su gestión, criterios medioambientales, se estarán adelantando a futuros requisitos legales, y expectativas del mercado.

Hay muchas formas de abordar los aspectos medioambientales, desde una buena gestión de residuos, (sólidos urbanos, aceites usados, peligrosos), consumos eficientes (agua, electricidad, gas), uso de energías renovables (instalaciones solares), o uso de tecnología (detectores de presencia, reguladores de temperatura).

Aquellas empresas que quieran avanzar en su gestión medioambiental, pueden aplicar la norma internacional ISO 14001:2004:

- Es una norma que establece los requisitos para la implantación de un Sistema de Gestión Medioambiental.
- Constituye una guía para el comportamiento medioambiental, basado en el cumplimiento de la legislación y normativa aplicable, y la mejora continua.
- Ayuda a que una organización controle las actividades, los productos y los procesos que causan, o podrían causar, impactos medioambientales y, así, minimiza los impactos medioambientales de sus actividades.

- Es certificable por una entidad certificadora, al igual que en los sistemas de calidad. Es ya común que las empresas aborden proyectos de implantación de sistemas integrados de calidad y medioambiente, pues simplifica el proceso y reduce costes, incluidos los costes de certificación.

Las actividades principales para implantar un sistema de gestión medioambiental son:

1. Revisión Medioambiental Inicial
2. Elaboración de un Programa Medioambiental
3. Desarrollo de la documentación y procesos medioambientales
4. Implantación
5. Verificación interna
6. Revisión por la Dirección
7. Auditoría de Certificación

3.5 MARCA Q CALIDAD RESTAURACION

A principios de la década de los 90, las empresas turísticas españolas comenzaron a percibir que las ventajas competitivas sobre las que se sustentaban sus negocios, y que habían convertido el sector turístico español en un referente tanto a nivel nacional como internacional, se estaban reduciendo considerablemente.

La aparición de nuevos destinos turísticos con características similares y precios iguales o, en ocasiones, más asequibles estaba dando como resultado la reestructuración de ciertos flujos turísticos que hasta esas fechas se dirigían principalmente a destinos españoles consolidados.

Las empresas detectaron la necesidad de definir una serie de estrategias no consideradas hasta el momento y que se basaban en la diferenciación del producto ofertado al cliente, siempre tomando como referente la calidad del mismo.

Surgieron así los Planes de Calidad Turística que, con el paso del tiempo, evolucionaron hasta convertirse en el Sistema de Calidad Turística Española (SCTE). En este contexto se crea el ICTE, el Instituto para la Calidad Turística Española, organismo privado, independiente, sin ánimo de lucro, y reconocido, que se constituye como entidad de certificación de Sistemas de Calidad especialmente creados para empresas turísticas.

La Marca Q, el elemento más visible de todo el Sistema, cuya denominación genérica es 'Calidad Turística Española', y es común a cualquier actividad relacionada con los servicios o productos turísticos.

El ICTE administra y gestiona en exclusiva dicha Marca emitiendo en su caso la correspondiente actualización para su uso y vigilando la adecuada utilización. La Marca de Calidad Q cumple con una serie de características aportando prestigio, diferenciación, fiabilidad y rigor a los establecimientos turísticos certificados. Algunas de las ventajas que aporta dicha Marca son:

Beneficios para el Cliente:

1. Garantía de calidad de los productos y servicios ofrecidos por los establecimientos certificados.
2. Participación del cliente en la mejora continua del establecimiento certificado (tratamiento de quejas, reclamaciones, sugerencias y sistemas de encuestas).
3. Mayor confianza en la profesionalidad del personal.
4. Adecuación de los servicios a las expectativas y necesidades del cliente.
5. Aporta mayor seguridad al cliente en la elección del establecimiento al ser este certificado.

Ventajas para las empresas

1. Mejora de la gestión empresarial, que se refleja en la excelencia del producto y por tanto consigue ser una estrategia de diferenciación ante la competencia.
2. Aumento de la formación del personal, lo que supone un refuerzo de la motivación de éste y contribuye a su integración.
3. Disposición de una herramienta de gestión específica para el sector turístico, adaptada de forma continua.
4. Mayor satisfacción del cliente, debido a que el Sistema de Calidad permite conocer las expectativas de éste.
6. Inmersión en un proceso de mejora continua del establecimiento.
7. Reconocimiento por parte del sector turístico, operadores y clientes.
8. Utilización de la “Q” como instrumento de promoción y comercialización Desde el año 2006, se ha creado un nuevo escenario para la Marca Q de Calidad para el sector de la restauración, con la publicación de la serie de normas UNE 167000:2006 (llamadas anteriormente Norma Q de restaurantes), y con la posibilidad de que varias entidades auditoras acreditadas puedan auditar dichas normas.

La serie de normas UNE 167000, está compuesta por las siguientes normas:

167001 Requisitos de Dirección

167002 Requisitos de Mantenimiento de Instalaciones y Equipos

167003 Requisitos de Aprovisionamiento y Almacenaje

167004 Requisitos de Higiene

167005 Requisitos de Sala

167007 Requisitos de Transporte

167008 Requisitos de Bar

167009 Requisitos de Cocina

167010 Requisitos de Cocina Central

167011 Requisitos de Vocabulario

Las empresas, del sector de la restauración, que pueden ser certificadas por dichas normas son:

- Restaurantes.
- Restauración comercial: bares y cafeterías.
- Restauración en comedores colectivos, atendidos por restaurantes en concesión.
- Restauración civil vinculada al transporte.
- Servicios de restauración a domicilio.
- Empresas de banquetes y eventos especiales.
- Cocinas centrales.

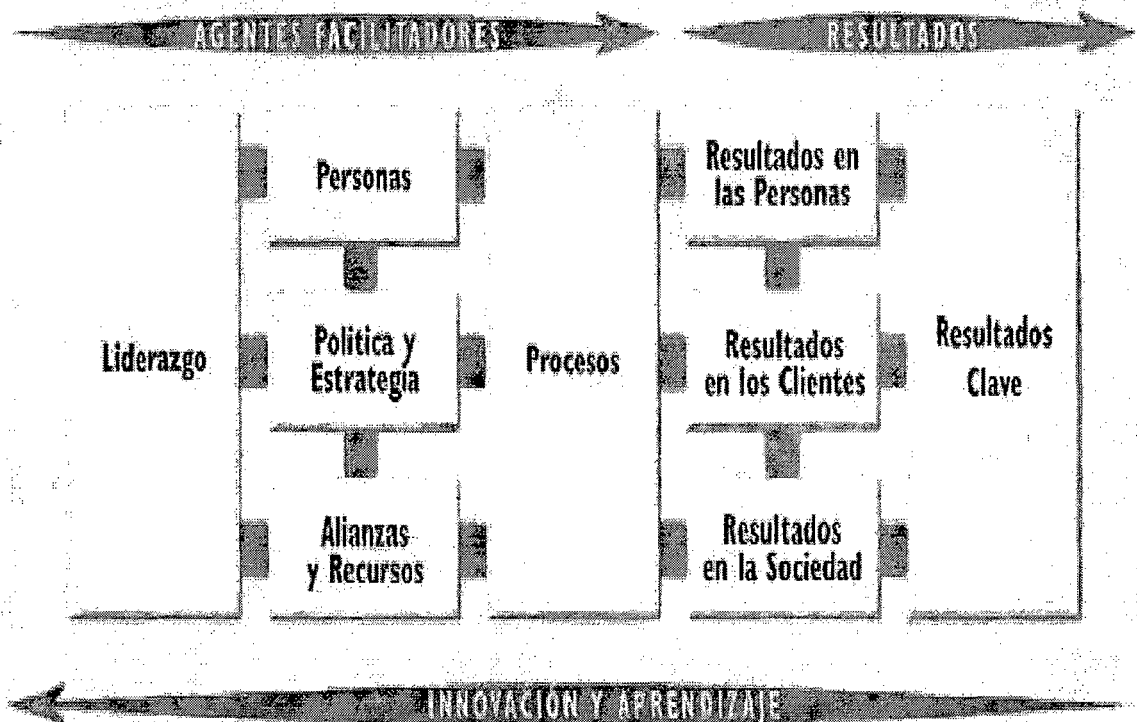
El tipo de prestación que realiza la empresa, es lo que determina que le apliquen unas normas u otras.

3.6 MODELO EFQM DE EXELENCA

La EFQM, (European Foundation for Quality Management), es la Fundación Europea para la Gestión de la Calidad, es una organización sin ánimo de lucro creada en 1988 por iniciativa de 14 empresas europeas, líderes en Calidad de Gestión (BT, Bosch, Bull, Ciba-Geigy, Dassault, Electrolux, Fiat, KLM, Nestlé, Philips, Olivetti, Renault, Sulzer y Volkswagen).

Actualmente, está formada por más de 900 miembros (distintos países europeos y sectores), y es la propietaria del Modelo EFQM de Excelencia y es la responsable de gestionar el Premio Europeo a la Calidad.

El Modelo EFQM es un modelo para aquellas empresas maduras, que quieren avanzar en su gestión en aspectos como el liderazgo, las políticas y estrategias, o los resultados en los clientes, las personas, o la sociedad.



¿Es suficiente que una empresa obtenga beneficios, o muchos beneficios, para considerarse una empresa excelente? No necesariamente. En un contexto económico de crecimiento global, todas las empresas crecen, ganan cuota y obtienen beneficios, las excelentes y las que no lo son. Por tanto, no es suficiente, aunque si condición necesaria.

Podemos considerar la “excelencia empresarial” como un estado más elevado de lo que conocemos como “calidad certificada” que muchos de ustedes conocen o, en términos de la EFQM, como:

Las “prácticas sobresalientes en la gestión de la organización y el logro de resultados, basados en conceptos fundamentales tales como: el liderazgo, la orientación al cliente, orientación hacia los resultados, los procesos, la implicación de las personas, la mejora continua, las alianzas y la responsabilidad social”.

Los resultados empresariales son, de forma general, consecuencia de una serie de acciones planificadas, dentro de un sistema de gestión apropiado.

¿Y cómo se consigue ese modelo de gestión?

Una forma es a través de un modelo: el Modelo EFQM de Excelencia Empresarial. El Modelo EFQM es una herramienta que permite a las empresas establecer el sistema de gestión más apropiado para su organización, mediante la comparación con los criterios que indica el Modelo. Este Modelo es el fruto de la experiencia y de las mejores prácticas que, miles de organizaciones, llevan a cabo en toda Europa.

No es un Modelo infalible, ni prescriptivo, porque la excelencia es un logro que cada empresa alcanza por diferentes caminos, aunque todos ellos comparten una serie de valores, conceptos y orientaciones fundamentales asociadas a la excelencia.

CAPITULO IV.

TECNICAS PRÁCTICAS DE APLICACIÓN DE HERRAMIENTAS CALIDAD,

EN LAS AREAS DE RESTAUNRANTES

4.1 PLANIFICACION DE UN RESTAURANT PARA SU APERTURA

Al planear la puesta en marcha de distintos servicios de alimentos y bebidas en los establecimientos de restaurantes, es necesario previamente un estudio de factibilidad que dé a conocer las reales posibilidades de desarrollo y mantenimiento del negocio. (Lopez, 1994)

Para ello, es imprescindible tener en consideración los siguientes aspectos dentro del estudio de viabilidad: Investigación y desarrollo de mercado, aspectos económicos, organización de estructuras, planificación.

4.2 INVESTIGACION, ESTUDIO Y DESARROLLO DEL MERCADO

El estudio del mercado debe formularse mediante un plan estratégico que nos permita conocer los siguientes aspectos.

Tipo de Clientela

Referido al establecimiento de restaurante, puede diferenciarse al cliente alejado del cliente procedente del exterior que solicita los servicios del mismo o bar por razones tales como: eventos especiales, por el atractivo de la oferta, por la proximidad del establecimiento, por razones de imagen o por circunstancias ocasionales.

Demanda Potencial

La demanda Potencial en cada una de las diferentes formas de servicio de restaurantes, vendrá ocasionalmente por la definición propia del establecimiento, Hotelero.

Resulta fácil comprender que el Hotel vacacional se originara la demanda por el servicio de media pensión o pensión completa diferenciándose totalmente del

Hotel de paso o ciudad que será nula o en un pequeño porcentaje, mientras que se originara en gran medida por eventos especiales, tales como banquetes, convenciones, etc.

La demanda surge como consecuencia de diversos factores:

Modas y actividades de los clientes, innovaciones de la oferta, productos que satisfagan las necesidades del cliente, características del tipo de comida y bebida, preferencia en los atributos y extensión del producto (comida y bebida), conocimiento del producto, ventajas competitivas que proporciona el producto. **(Di Muro Perez, 1999).**

Zona de Ubicación.-

El estudio de la zona de situación del establecimiento permite conocer el futuro desenvolvimiento del negocio y el tipo de clientela potencial.

4.3 ANALISIS DE COMPETENCIAS DE RESTAURANTES

La competencia representativa para el establecimiento que sea desea establecer, como puede ser.

- ✓ Restaurantes en la zona de características similares.
- ✓ Restaurante de estructura diferente, pero que puede ser competencia por encontrarse en la zona.
- ✓ Restaurantes fuera del área próxima que puede representar una competencia.
- ✓ Su producto. Comida y bebida; instalaciones decoración, ambientación.

Aspectos Económicos.-

La investigación que se requiere en la dotación de cada uno de los distintos servicios exige minucioso estudio y distribución acorde con el presupuesto referido a cada capítulo de instalaciones básicas, mobiliario, decoración, equipo, etc. **(Lundberg, 1986).**

Este presupuesto debe de ir en concordancia con las ventas que por dicha actividad se pueden realizar, teniendo en cuenta los gastos y resultados que esta puede generar como son: Costos de materia prima, gastos de personal, suministros varios, mantenimiento, reposición, gastos generales, etc.

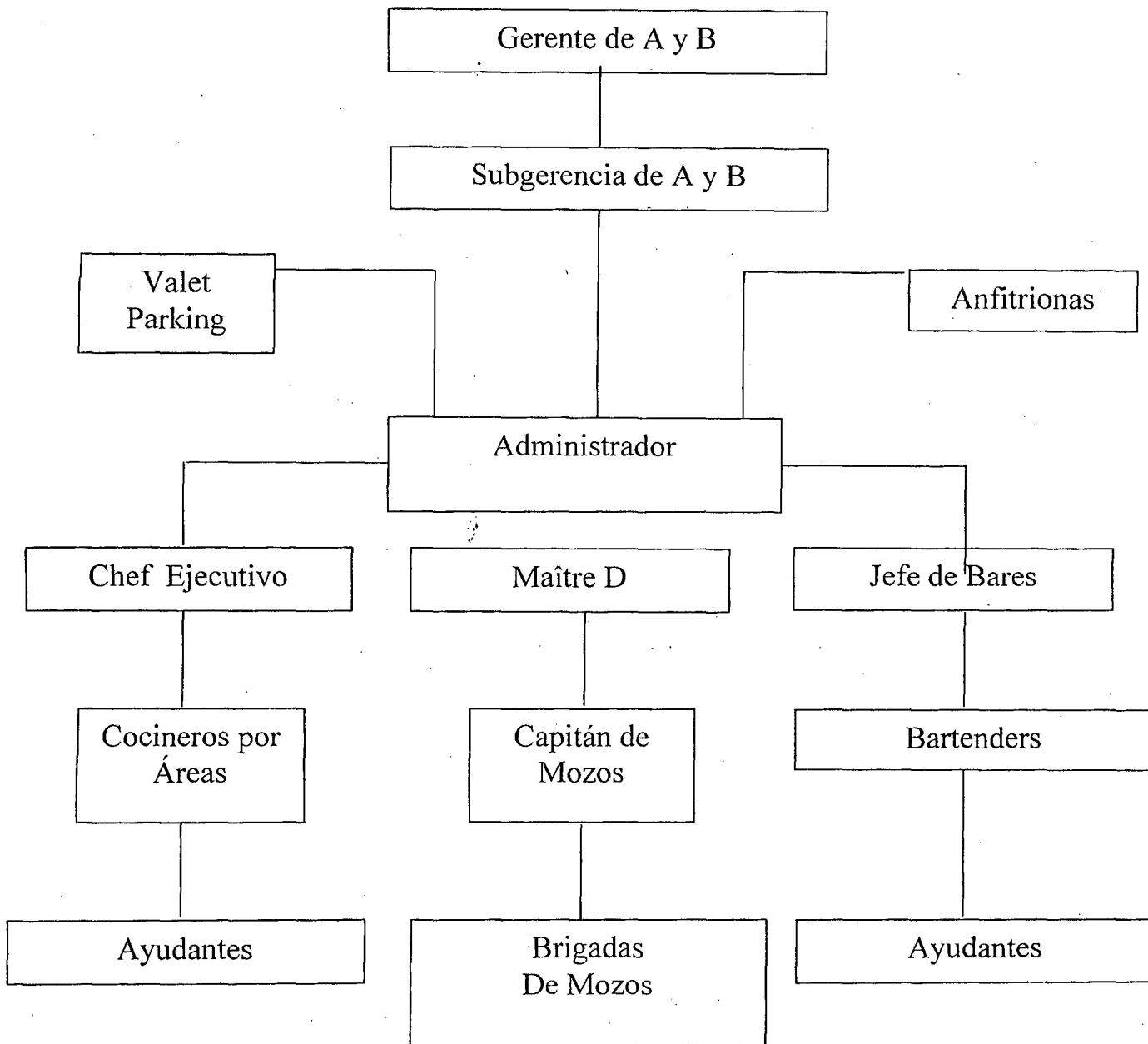
Organización de Estructuras y Capacidad de Construcción.-

En los aspectos determinantes del establecimiento, tendremos presente:

- ✓ Características del cliente clave.
- ✓ Rasgos del restaurante. Tamaño, número de comensales, zona de acceso.
- ✓ Decoración, mobiliario y utensilios.
- ✓ Presentación de la mesa: mantelería, cubertería, cristalería, vajilla y decoración.
- ✓ Forma de servicio: Elaboración a la vista del cliente, auto selección del cliente de mesa, servicio: cubiertos por almuerzo o cena.
- ✓ Costo de la comida
- ✓ Determinación del precio.

4.4 EL PERSONAL DEL RESTAURANTE

ORGANIGRAMA DE 4 TENEDORES DE LUJO



Fuente: Elaboración Propia

4.4.1 El personal del Restaurante según su categoría se compone de:

1. *Gerente de Comidas y Bebidas*

El gerente de Alimentos y Bebidas debe tener amplios conocimientos en este campo por lo general este cargo lo ocupa un Maitre por lo que este domina las áreas principales y rara vez lo ocupa un Chef por lo que este se limita solo a elaborar platillos.

Deberá contar con estudios superiores por lo que además creara o elaborara estrategias de venta, saber sobre recursos humanos y nociones de Contabilidad. Reporta al Gerente Administrativo y gerente general sobre la conducción del establecimiento. Por lo general cuenta con un asistente o Sub gerente.

2. *Administrador.-*

El administrador igual que el Gerente de alimentos y bebidas debe tener amplios conocimientos en esta área, por lo que este cargo lo ocupa un maître debido a que este domina las áreas principales. (Cerra, 1985).

Deberá contar con estudios superiores debido a que elabora estrategias de venta, saber sobre recursos humanos y nociones de contabilidad. Reporta al Gerente General sobre la buena conducción del establecimiento. Por lo general cuenta con un asistente o sub Administrador.

3. *El Maitre'd o Capitán de Mozos.-*

En el restaurant existe también una amplia variedad de puestos, cuyo orden jerárquico se inicia con el capitán de mozos conocido también con la expresión francesa de Maître de Hotel, Cuando el puesto lo ocupa una dama, se le denomina con la expresión inglesa de HOSTESS o simplemente MESERA.

El capitán de mozos es la persona que labora dentro del restaurante o salón comedor del Hotel y se encarga, entre otras cosas, de dar la bienvenida a los comensales y asignarles la mesa más conveniente a sus necesidades. También es el encargado de mantener el buen funcionamiento del restaurante o salón comedor, así como de supervisar el trabajo del personal a su cargo.

De la buena coordinación que logre con sus compañeros de trabajo, subordinados y superiores, dependerá en gran parte de la imagen de calidad, servicio y atención que cada huésped y/o cliente tenga del restaurante y hotel.

¿Cuál es el perfil del Maître o Capitán de Mozos?

Debe contar con las siguientes características:

Personales:

- Amabilidad.
- Cortesía.
- Atención Personalizada.
- Presentación y Postura excelente.
- Puntualidad y honestidad.
- Don de Mando,

De Relaciones Humanas:

- Buen Fisonomista
- Discreto
- Trato Fino

Técnicas y Experiencias:

- Tener Conocimiento sobre Gastronomía.
- Tener Conocimientos sobre Hotelería
- Dominar otro Idioma además del Español

Funciones Laborales:**➤ *Conocimientos Diarios:***

Debe conocer los platillos que integran la carta del menú, la carta de vinos y licores y la repostería. También debe saber la manera de preparar cada platillo que aparezca en la carta, así como los ingredientes y guarniciones que acompañan a los mismos.

El capitán de Mozos debe consultar el tablero de la lista de huéspedes, instructivos de grupos, memorándums, órdenes de eventos y banquetes, coordinar directamente con su jefe superior para mantener al tanto y a la vez informar al personal a su cargo sobre entradas, salidas, llegadas de grupos, eventos especiales, etc. Y con toda esta información coordinar la preparación del salón.

En algunos casos debe consultar con el Chef y con el gerente de alimentos y bebidas para conocer las sugerencias del día, o bien para formar las cartas del menú y tratar asuntos sobre estrategias de venta.

4. Colaboradores de Otras Áreas vinculadas al Comedor.-***Chef Ejecutivo.-***

El jefe de cocina deberá estimar con suficiente antelación el total de alimentos requeridos de acuerdo al movimiento o servicio y preparar la orden de compra de acuerdo a las necesidades.

Además su principal función será la de supervisar todas las elaboraciones de alimentos para todas las ocasiones que se requiere tanto en el Hotel o Restaurante.

Jefe de Bar.-

El bartender es el personal encargado es el encargado de la mezcla, preparación y presentación de las bebidas o cocteles en todo restaurant, con las cuales deberá estar familiarizado.

Su relación con los mozos del restaurant es muy estrecha, en virtud de que muchos de los clientes solicitan bebidas que el Barman les proporciona por conducto de los meseros, a cambio del vale correspondiente.

Tendrá a su cargo el control de los licores, vinos, champagnes y bebidas no alcohólicas, así como guarniciones necesarias para el adecuado desarrollo de su trabajo.

Anfitrionas o Hostess.-

Es la persona Encargada de recibir a los comensales algunos restaurantes la consideran como Maitre de Hotel pero es considerado erróneo salvo que cumpla con los mismos requisitos y conocimientos que este, recibiendo las ordenes directas del Maitre o del Administrador del Establecimiento.

Valet Parkig.-

Colaboradores encargados del Parqueo de los autos fuera del establecimiento o en la cochera que proporciona la empresa de C y B, estos empleados reciben órdenes directas del Administrador.

5. Colaboradores de Mantenimiento

El personal de alimentos del área de alimentos y bebidas es la persona que trabaja dentro del Restaurante donde mantiene limpias las instalaciones, equipo, maquinaria y utensilios de trabajo.

Las instalaciones donde sirven alimentos y bebidas en un restaurante, ofrecerán a la clientela un buen panorama sobre la calidad que estos tienen en su presentación, limpieza, hábitos y técnicas del personal. Estos requisitos completan el cuadro de lo que el cliente juzga en nuestros restaurantes, bares snack, etc. Referentes a la limpieza e higiene.

Perfil del Puesto.-

➤ Personales.-

Puntualidad, orden, observador, precaución, ahorrativo detallista, limpio y respetuoso.

➤ De Relaciones Humanas.-

Saber mantener buenas relaciones de trabajo con sus compañeros y jefes. Estar consientes de lo que su labor representa con respecto a la higiene.

➤ Técnica y Experiencia.-

-Manejo de maquina lava vajilla, lava vasos y pulidora de plaque, aplicación uso de productos de limpieza.

-Manejo de utensilios de limpieza (cepillos, fibras, etc.), normas y políticas del restaurante, relaciones humanas y de trabajo, normas de higiene y seguridad.

➤ Funciones.-

En sus actividades diarias de trabajo, el personal de mantenimiento lleva a cabo una serie de funciones que a continuación se detalla:

- ❖ Limpia a fondo las instalaciones, equipo y maquinaria de la cocina
- ❖ Limpia las instalaciones y mobiliario del restaurante.
- ❖ Limpia a fondo las instalaciones de salones para banquetes y pule el plaque.
- ❖ Opera maquinaria y equipo de limpieza.
- ❖ Almacena Loza, Cristalería, Plaque y utensilios de Cocina
- ❖ Mantiene limpia el área de recepción de mercaderías mediante la aplicación de productos de limpieza.

4.4.2 Salud, Sanidad y Seguridad Personal.-

Tanto la Sanidad como la seguridad tienen importancia crítica en los restaurantes. Sin las condiciones sanitarias correctas, los clientes y el personal pueden enfermarse. Las infecciones provocadas por falta de sanidad alimentaria son problemas alarmantes, los restaurantes deben tomar toda clase de precauciones para asegurarse de que las cocinas, comedores y sanitarios estén limpios. (Sholz, 1990).

Las leyes locales y estatales requieren frecuentemente que los empleados de restaurantes obtengan certificados de salud que aseguren que estén libres de enfermedades contagiosas. Como el personal de un hospital, los miembros del personal de un restaurante deben estar conscientes en particular de su higiene personal, pues tienen gran responsabilidad hacia el público.

Higiene Personal.-

Los gérmenes se transmiten fácilmente y la manera más efectiva para evitar convertirse en contaminador es conservarse tan limpio como pueda. Aunque sea siempre pulcro e inmaculado en su vida personal, en el restaurante debe serlo aun mas. La mayoría de nosotros nos permitimos días ocasionalmente en las cuales no somos tan cuidadosos como deberíamos en nuestro aseo porque estamos cansados o nos sentimos bien. Pero, cuando se trabaja en un restaurante ya no se tiene ese derecho, pues se debe considerar al público.

El Cuerpo.-

No hay sustituto del baño diario para sentirse realmente fresco. Un baño de tina o ducha, utilizando un jabón que no esté demasiado perfumado, es esencial para verse y sentirse de verdad limpio.

Cabellos.-

El cabello aseado depende de muchos factores lavados y cepillados frecuentemente de cabeza son importantes. Hay muchos productos contra problemas de cabello, caspa, pelos volantes, encrespamiento.

Cuidado de los Pies.-

Un mesero o mesera, sus pies merecen y necesitan más atención de las que les daría si fuera secretaria. Para pasar largas horas sobre sus pies, debe tener zapatos cómodos y adecuados con tacones bajos.

Una buena Postura.-

La buena postura lo hará verse y sentirse mucho mejor, un buen modo de corregir su postura es pararse erguido, pero relajado. Cuando existe adecuado equilibrio, la frente y el mentón estarán en línea recta de arriba abajo, sin que aquella sobresalga más que este.

Ropa Apropriada.-

Es muy importante, tanto para sus clientes como para la propia moral de usted, tener buena apariencia en su trabajo. Es más difícil parecer eficiente si viste uniforme mal ajustado y roto o manchado, quizá con cinturón de otro color.

El Uniforme para el Servicio.-

Los uniformes pueden ser proporcionados o lavados por el restaurante, si es así, usted no tiene ningún problema, excepto hallar el uniforme de la talla apropiada y asegurarse de que sea enviado regularmente a la lavandería.

El Calzado.-

Sus zapatos pueden ser proporcionados por el restaurante, pero muy frecuentemente son responsabilidad del mesero o la mesera. En los comedores formales con frecuencia se requiere que los meseros calcen zapatos y calcetines negros.

Maquillaje.-

Aunque el uso de maquillaje es algo personal que varía de persona a persona, se deberá recordar que jamás debe ser exagerado. Los colores naturales son siempre mejores durante el día, por la noche usted puede acentuar su maquillaje, pero evitando colores brillantes, ya que el ajetreo propio del trabajo hará que se encuentre rápidamente con parte de la sombra de ojos corrida o el cabellos resbalándose por la frente, mientras usted suda y corre.

4.5 CONDICIONES MINIMAS EN RESTAURANTES DE 4 TENEDORES.

La denominación y clasificación de cada uno de los establecimientos vendrá determinada por la diversificación y características de la oferta, dependiendo en gran medida de la categoría, capacidad y situación del establecimiento hotelero.

Sin pretender efectuar una clasificación exhaustiva, se contemplan de forma generalizada las distintas unidades de servicio que puedan cubrir este tipo de demanda:

Restaurante o comedor de Hotel

Grill o Restaurante de especialidades

Servicio de banquetes

Restaurant buffet

Restaurante bar piscina

Bar Principal-piano bar

Cafetería snack

Café Shop

Discoteca

Restaurante o Comedor de Hotel.-

Se define como tal al comedor destinado de forma fundamental a la prestación de servicios de menú del día o de la casa. El comedor de menú atenderá a todos aquellos huéspedes que hayan contratado media pensión o pensión completa, bien sea a través de una agencia de viajes o directamente con el establecimiento al hacer la reserva; también se atenderá a aquella clientela que sin haber concertado la manutención en su totalidad o parte de la misma, prefiere esta alternativa en lugar de comer a la carta.

Grill – Restaurantes de especialidades.-

Son frecuentes los establecimientos hoteleros que, con independencia del comedor del menú de pensión, disponen del restaurante o Grill a la carta, donde existe una oferta más sugestiva y variada, ya sea de cocina regional o de especialidades.

Se diferencia del anterior tanto porque dispone de múltiples alternativas de elección y el servicio es más calificado, como por la elaboración racionamiento o trinchado de platos a la vista del cliente.

Restaurante de Banquete (Servicios Especiales).-

Como consecuencia de la gran demanda existente en el servicio de banquetes, son muchos los establecimientos de restaurantes que no solo ofrece distintas alternativas de servicio, si no que debido al importante volumen de ingresos que generan y a la especial dedicación que requieren para su planificación, organización, ventas y contratación de los diversos salones han constituidos

como entidad propia el “Departamento de Banquetes” dedicado exclusivamente este menester.

Servicio de Buffet.-

En determinados restaurantes se proporciona el servicio de buffet como una manera rápida y fácil de servir a gran cantidad de personas simultáneamente. En este servicio, los clientes llenan sus platos por sí mismos, sirviéndose de grandes recipientes que contienen diversas clases de viandas.

Restaurant- Bar Piscina.-

Es frecuente en los establecimientos hoteleros vacacionales o con dotación de instalaciones deportivas, la disponibilidad de una oferta que, aunque reducida y sencilla resulta sugestiva para el huésped que prefiere disfrutar del aire libre con prendas ligeras y deportivas y ante la incomodidad que le represente pasar por el comedor con ropa formal.

Bar Principal Piano-Bar.-

Es un punto de encuentro para asuntos de negocios o trabajo, de ellas derivara la denominación, situación, decoración, estilo capacidad, ambientación y horario de apertura en las distintas versiones de bar principal, coctel bar y también el numero de ellos con que puede estar dotado el hotel.

Cafetería.-

Este tipo de establecimiento es propio de los Hoteles pequeños clasificados en el pasado como hoteles residenciales, que al no disponer de restaurant, proporcionan como servicios complementarios al alojamiento una oferta de comidas y bebidas de fácil elaboración, para consumir en la propia barra o en servicio de mesas dispuestas para ello.

Coffe Shop.-

La disponibilidad de este servicio en el establecimiento hotelero, con independencia de oferta de restaurante, este encaminado a cubrir la demanda cuando este permanece cerrado o durante corto tiempo disponible al huésped que requiere un servicio más rápido.

Discoteca.-

Definida por su animación musical, sirve como complemento a otra serie de celebraciones, como son bodas, convenciones, etc. A la vez que resulta el lugar de diversión para el cliente alojado, también es una atracción para clientes del exterior y puede originar un importante volumen de ingresos.

DISCUSION

En España dadas sus normas que son exigentes se pone en práctica sobre lo que es o son las herramientas de calidad en los servicios de restauración como lo menciona la **cámara nacional de comercio y navegación de Málaga (MALAGA 2007)**.

En el Perú según el **MINCETUR** según su reglamento de **Restaurantes DECRETO SUPREMO N° 025-2004-MINCETUR** se asume la categorizaciones del mismo con sus respectivos requisitos mínimos para el funcionamiento de este servicio dentro de las cuales según los resultados obtenidos en alguno de estos no se cumplen (**Mincetur, 2003**).

La priorización de la actividad Turística en el destino de amazonas ha traído consigo una serie de externalidades positivas y negativas en la ciudad de Chachapoyas y en las comunidades cercanas a los entes de motivación comercializados en este departamento. La ciudad de Chachapoyas por ser capital de departamento y estar ubicada en un punto estratégico para desplazamiento de los turistas a los diversos circuitos turísticos se ha convertido en el actual centro de distribución turístico que busca satisfacer las necesidades de la demanda.

Dentro de la prestación de servicios se encuentra el de alimentos y bebidas ofertados en Chachapoyas a través de restaurantes, cafeterías, bares y otros establecimientos.

El negocio de la restauración ha crecido de manera espontanea, no planificada y en muchos casos sin el conocimiento previo de sus propietarios en cuanto a la administración, operación y gestión de estas empresas con estándares de calidad. (**DIRCETUR-Chachapoyas**).

Como último Punto sobre la Administración de las herramientas de calidad el mismo personal no cuenta con la suficiente capacitación o no son profesionales en el área así como no conocen sobre las tecnologías de restauración, mucho menos sobre las herramientas que en la actualidad se usa como parte de los procesos de desarrollo y

evolución del servicio de restauración; ya que estos son necesarios e indispensables para mejorar el producto turístico de amazonas así como también la imagen de prestación de servicios.

Solo cabe decir que las contrastaciones del informe, se podrán analizar cuando en verdad exista un restaurante que brinde los servicios de calidad, aplicando las normas existentes de calidad y gestión del mismo, ya que esto traerá como consecuencia que los demás establecimientos corrijan este detalle que no existe en la actualidad.

CONCLUSIONES

- ❖ El turismo Es una de las actividades económicas mas dinámicas y competitivas a nivel mundial, los destinos turísticos que reaccionen con mayor oportunidad las expectativas de los turistas serán lo que cuenten con mejores oportunidades en los mercados. (BAEZ, 1998).
- ❖ Las herramientas de calidad aplicadas al servicios de restauración son necesarias e indispensables ya que con esto se mejorara el producto ofrecido
- ❖ La aplicación de estas medidas traerá como consecuencia mayor afluencia de comensales y por ende mayores utilidades.
- ❖ Las capacitaciones servirán para que las personas encargadas o dueñas de estos establecimientos conozcan a la perfección las áreas que tiene su propio negocio con sus respectivas funciones así como su propio personal.

RECOMENDACIONES

- ❖ Capacitar en forma permanente a los prestadores de Servicios- Restaurantes sobre las herramientas de Calidad para su aplicación en el orden organizacional y funcional.

- ❖ Evaluación y control permanente, para garantizar la aplicación de las técnicas de tecnologías en los restaurantes y el cumplimiento de las normas y bases de gestión de la calidad.

- ❖ Coordinación multisectorial para el cumplimiento de todas las herramientas de calidad como proceso de sistematización en los servicios.

BIBLIOGRAFIA

- 1.- BAEZ, Sixto. (1989) “Hotelería” Edit. CECSA. México.
- 2.-CERRA, Javier (1985) “Tecnología de Servicios”. Edit. PARANINFO. España.
- 3.-DE LA TORRE, Francisco (1984) “Administración Hotelera” 1er y 2do curso Edit. Trillas. México.
- 4.-DI MURO, Luis (1999) “Recepción Hotelera” Edit. Trillas. México
- 5.- GRAY, Williams (1985) “Hoteles y Hoteles” Edit. Trillas. México.
- 6.- LUNDERG,D.e. (1986) “Organización y Administración de Hoteles y Restaurantes” CENTRUM. España.
- 7.- LOPEZ, Asunción (1994) “Hostelería” Edit. PARANINFO. España.
- 8.-LATINA. Gerad (1996) “Administración Moderna de Hoteles y Moteles” Edit. Trillas.
- 9.-MONTAÑO, Josefina (1996) “Administración de Riesgos en Hotelería” Edit. Trillas. México.

10.-SCHOLZ, Willians (1996) “Administración Lucrativa de Hoteles y Moteles” Edit. CECSA. México.

Monografías y Trabajos:

- 1.- Alta Escuela De Cocina – Instituto De Loa Andes.
- 2.-Atencion y Servicio Al Cliente – Grupo Alcobar
- 3.-Encilopedia De Hotelería Y Turismo Tomo V- Lambertine Leonie Comblence.
- 4.-El Placer De La Cocina – Editorial Grijalbo.
- 5.-Lo que todo Turista Necesita Saber pero teme preguntar- Raúl Muñoz Ortiz/Editorial Diana.
- 6.-Manual de Capacitación de Alimentos y Bebidas-Hotel Marriot.
- 7.-Manual de Servicio de Comedor- Instructor Alejandro Guerra/ Cadena Pastipizza.
- 8.-Manual Operativo de Comedor y Bar-Instructor Alejandro Guerra/Pollerias Rokys.
- 9.-Manual de Servicios- Hotel Pardo.
- 10.-Pasion por el Vino- Cristina Vallarino/E Wong.
- 11.-Tu Propio Negocio- Fasciculo del Comercio.

Páginas Web:

- 1.- <http://www.mincetur.gob.pe>.
- 2.- <http://www.vitonica.com>.
- 3.- <http://www.sectur.gob>

ANEXOS

Anexo 1

REQUISITOS CUATRO TENEDORES
Dependencias e Instalaciones de Uso General
Un ingreso principal y otro de servicio
Servicios higiénicos generales independientes para damas y caballeros con inodoros, urinarios, lavatorios con agua fría y caliente, secador eléctrico
Estar de espera y bar con área mínimo equivalente al 25% del área del comedor, independiente de los ambientes de comedor
Recepción, donde además se ubicará el servicio telefónico, servicios higiénicos diferenciados y otras instalaciones de atención inicial de comensales
Comedor con mesas separadas una de otra por un espacio de 50 cm.
Vajilla de buena calidad
Cubiertos de metal plateado
Juego de vasos y copas de vidrio tipo cristal
Manteles y servilletas de tela
Carta de platos variada con diversas especialidades culinarias
Carta de licores y otra de vinos en español y al menos en un idioma extranjero
Servicio telefónico para el comedor, bar y cocina
Telemúsica en todas las instalaciones del establecimiento
Sistema de climatización
Áreas de fumador y no fumador
Detector, alarma y extintor de incendios
Instalaciones de Servicio
Cocina con área equivalente al 20% del área de comedor
Distribución interna adecuada del oficio, almacén, bodega general y cámaras frigoríficas y de congelación, disponiendo de agua fría y caliente
Campanas extractoras de acero inoxidable
Comedor, vestuario y servicios higiénicos con agua fría y caliente para el personal de servicio
Personal
Personal de recepción
Mozos en cantidad adecuada
Jefe de comedor
Capitán de mozos
Jefe de cocina
Personal subalterno en cantidad adecuada

ANEXO 2

Términos y Definiciones de Alimentos y bebidas GLOSARIO DE RESTAURANTE Y BAR

Termino	Definición
"BEHIND YOU"	Cuando va detrás de una persona, dígaselo para avisarle de su presencia.
COCKTAIL	Una bebida con dos o más bebidas alcohólicas
COMING AROUND/CORNER	Lo que una persona podría decir cuando va a dar vuelta por una esquina "ciega" de operación para que los demás sepan que va llegando.
COVER	Un cliente
Deuce	Un grupo de dos, o mesa para dos
"86"	Un término que se usa para informar al personal de servicio que la cocina o el bar se agoto algún artículo de comida o bebida
Expeditor	Es la persona que trabaja en el pasillo y arma las comidas sobre los platos y los adorna para los meseros
FORECAST	El número de clientes que se predice para un periodo determinado de servicio
HIGHBALL	Una combinación de cualquier marca de licor y un mezclador
IN THE WEEDS	Una frase usada por los miembros del personal para informarle a alguien que está demasiado ocupado para dar un buen servicio.
SERVICE BRIEFING	Una pequeña reunión diaria para informar al personal cuales son los especiales del día, los grupos
MIXER	Una bebida no alcohólica, que se agrega a una bebida alcohólica
P.O.S	Punto de Venta- Caja Registradora
PARTY	Un grupo determinado de clientes.
REACH IN	Un pequeño refrigerador normalmente atarax de los bares
RED LINING	Los encargados de bar "red line"
SPLASH	Una pequeña cantidad de cualquier mezcla
STATION	Su área particular de trabajo
STRAIGHT UP	Cualquier bebida o licor servida sin hielo o habiéndose colocado
TALL DRINK	Cualquier bebida servida en un vaso más alto que un vaso normal
TASTE PANEL	Le brinda al personal la oportunidad de ver y probar la comida ofrecida en el menú o un especial del día
"THE FLOOR"	El frente de la casa donde los clientes son acomodados y atendidos
USE RECORD	Una cámara grande de refrigeración, localizada generalmente en la cocina.
WALK IN	Una cocina grande de refrigeración, localizada generalmente en la cocina.

ANEXO 3

GLOSARIO CULINARIO

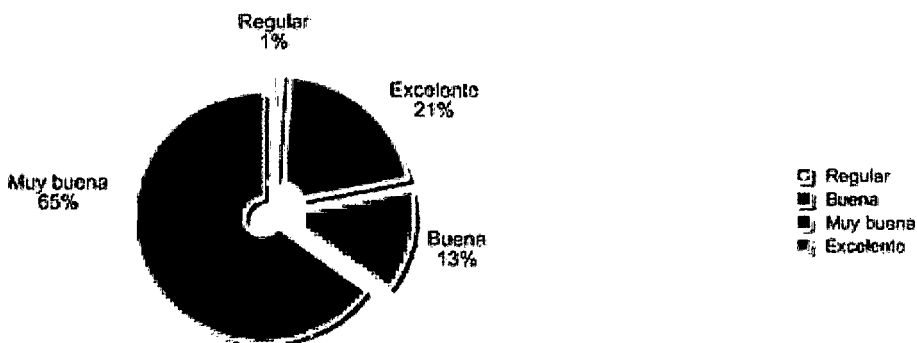
Termino	Definición
AL DENTE	Una expresión italiana para cocinar que se usa para describir alimentos en particular pastas y arroz que se cocina hasta que este firme al morder pero no blando
AUN GRATIN	Dorar al horno o Salamandra. También se aplica a aquellos platos preparados con salsa y migajas de pan y horneados
AU JUS	Un término para platos de carne con propio jugo
BAIN MARIE	Un baño de Agua usado para cocinar alimentos suavemente rodeando el contenedor de cocción con agua hirviendo
BEHIND YOU	Cuando vas detrás de una persona
B.E.O	Orden de un evento de banquete
BISQUE	Se da nombre a una sopa espesa
BLANCH	Es sumergir un articulo, comúnmente vegetales en agua hirviendo.
BOUILLON	Es un término francés para sustancias o caldo usado como base de sopas y salsas.
CARA,ELIZE	Es disolver azúcar lentamente hirviéndola sin revolver, hasta que tome un color café.
CHOWDER	Una sopa consistente y sabrosa hecha de una variedad de alimentos y a menudo con una base de leche y siempre conteniendo papas.

Anexo 4

Resultados de encuestas aplicada por AHORA en la ciudad de lima a los restaurantes de 5, 4 tenedores

1. Resultados de Valoración Global

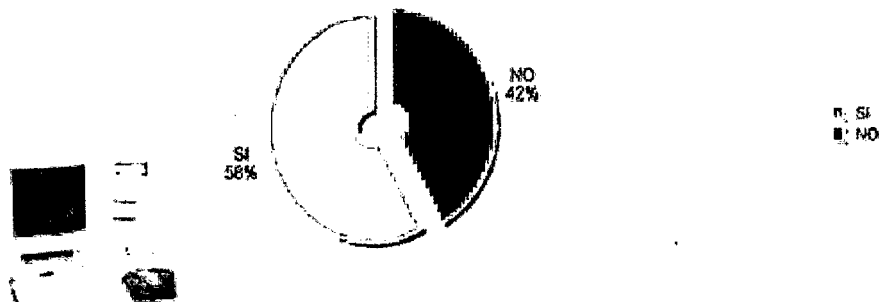
Valoración de la Calidad por los Restaurantes



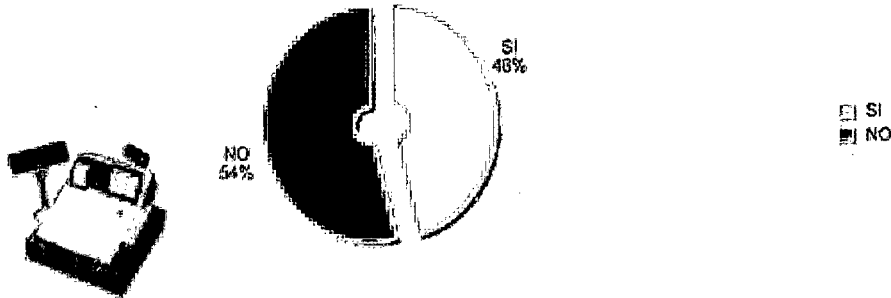
La valoración de la calidad ofrecida, realizada por los empresarios del sector, es muy positiva, calificándose como Excelente en un 21%, y de muy buena o buena, en un 78%.

2. Resultados de Infraestructura y la Organización

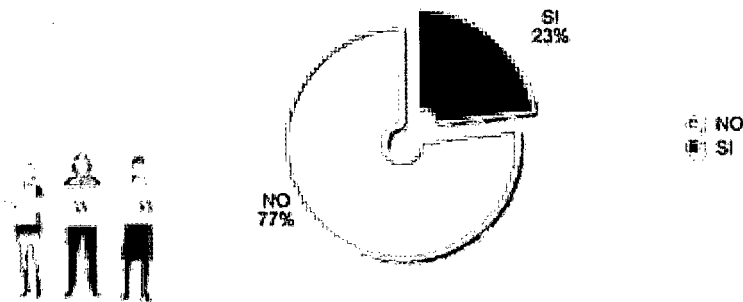
Restaurantes con Ordenador PC



Porcentaje de Restaurantes con TPV

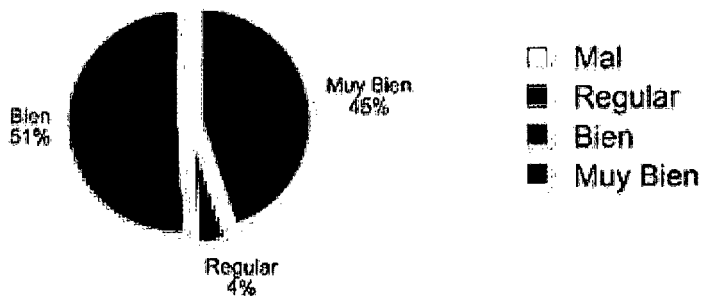


Porcentaje de Restaurantes con Página Web

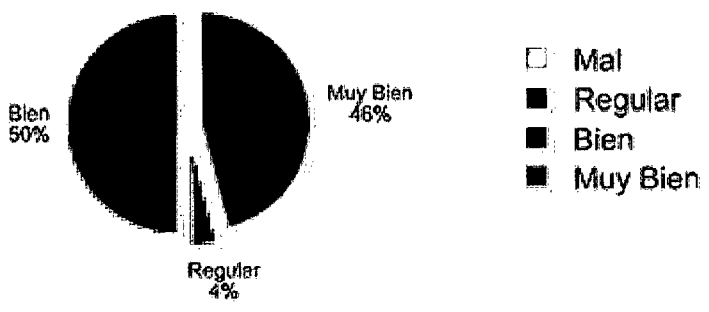


Casi la mitad de los restaurantes encuestados posee una Terminal de Punto de Venta (TPV), o un ordenador, o ambos. Sólo un 23% de los restaurantes posee una página web. Una amplia

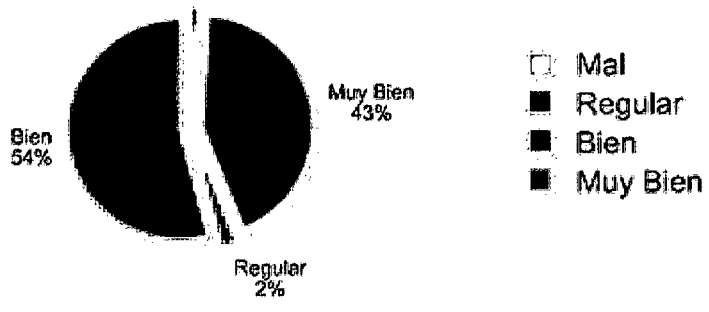
Estado de aseos



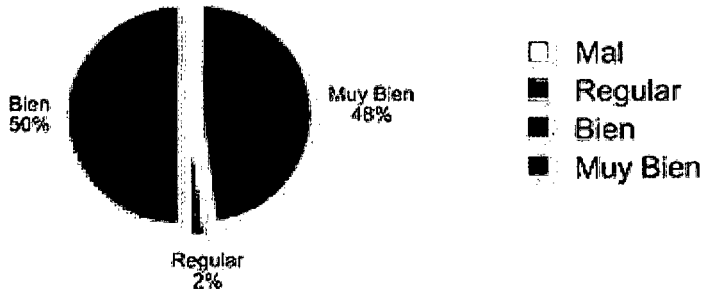
Estado decoración



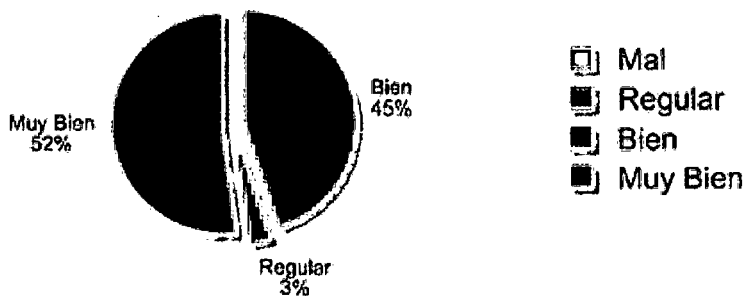
Estado mobiliario



Estado iluminación

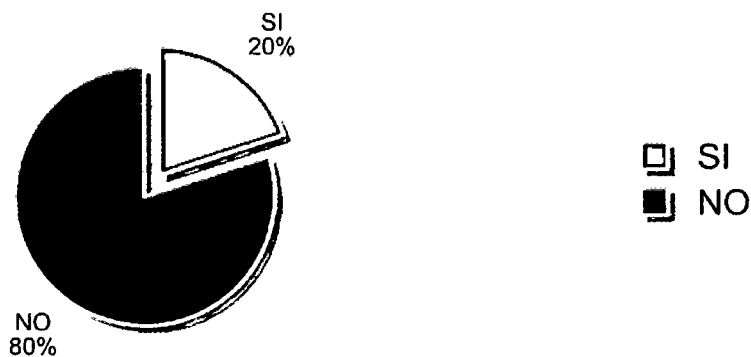


Estado ventilación

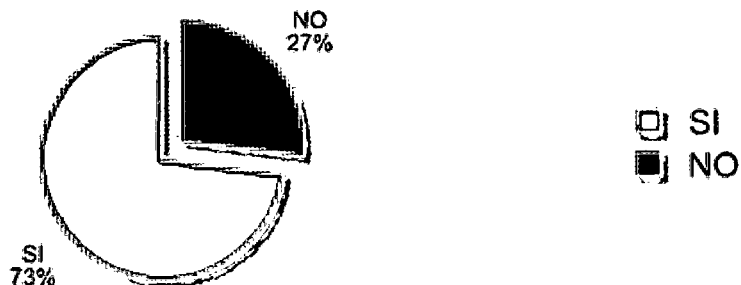


3. Resultados en relación a la Organización

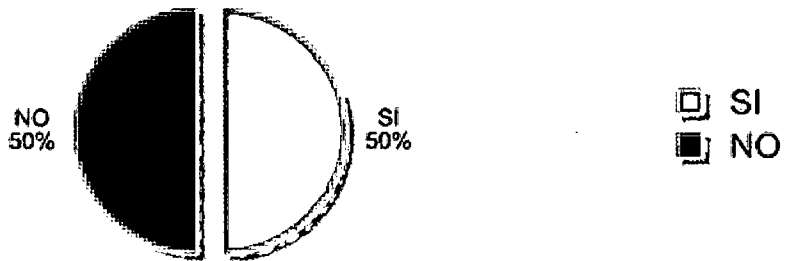
% Restaurantes con Organigrama



Restaurantes con Funciones del personal definidas



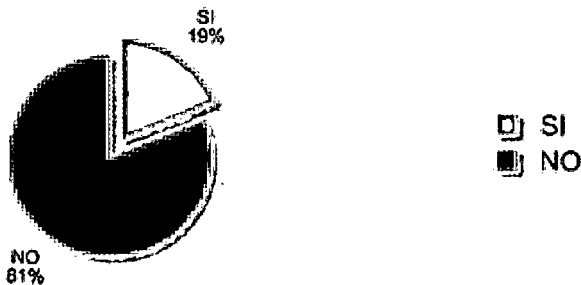
Restaurantes con una Política de Calidad



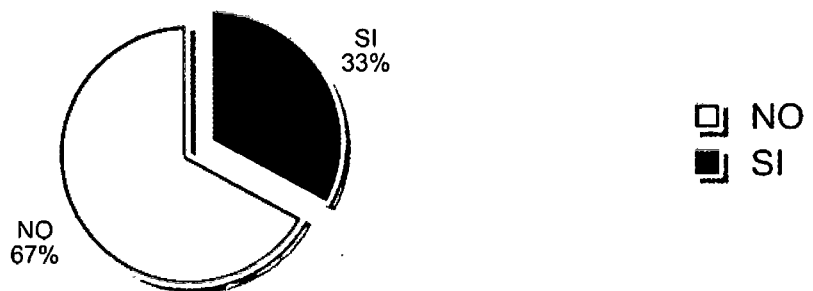
Sólo un 20% de los restaurantes posee un Organigrama, aunque un 73% ha definido las funciones y responsabilidades del Personal (no necesariamente documentadas). La mayoría de los Restaurantes carece de Planificación (visión). Sólo un 50% de los encuestados afirma tener una Política de Calidad (no necesariamente documentada).

4. Resultados de Gestión de las Personas y Formación

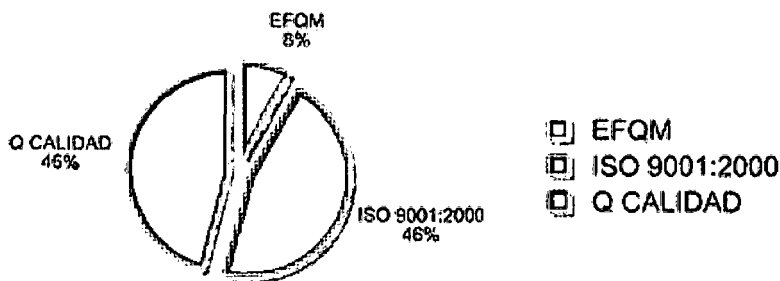
¿Existe movilidad funcional?



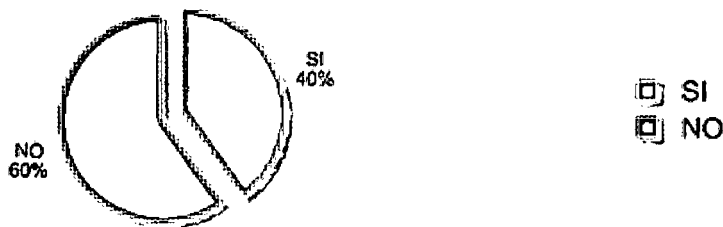
¿Conoce los sistemas de calidad a aplicar en Restaurantes?



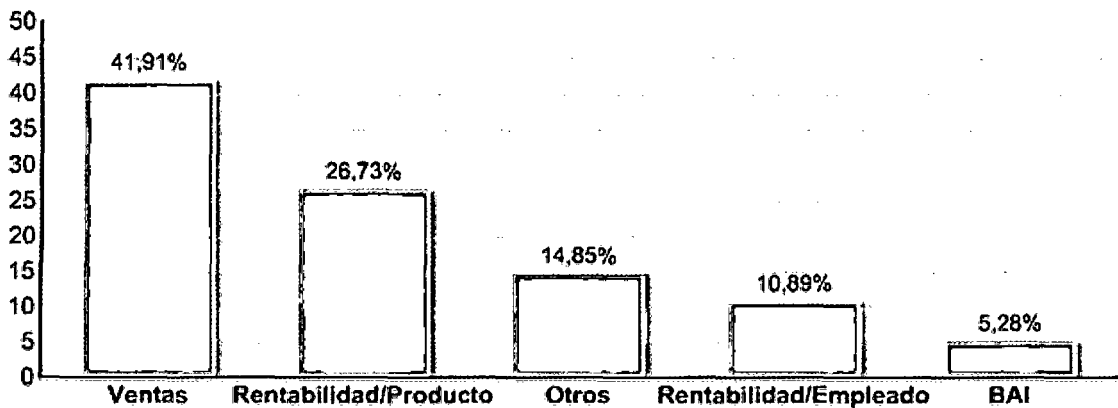
¿Que Sistema de Calidad conoce?



¿Implantaría un Sistema de Calidad?



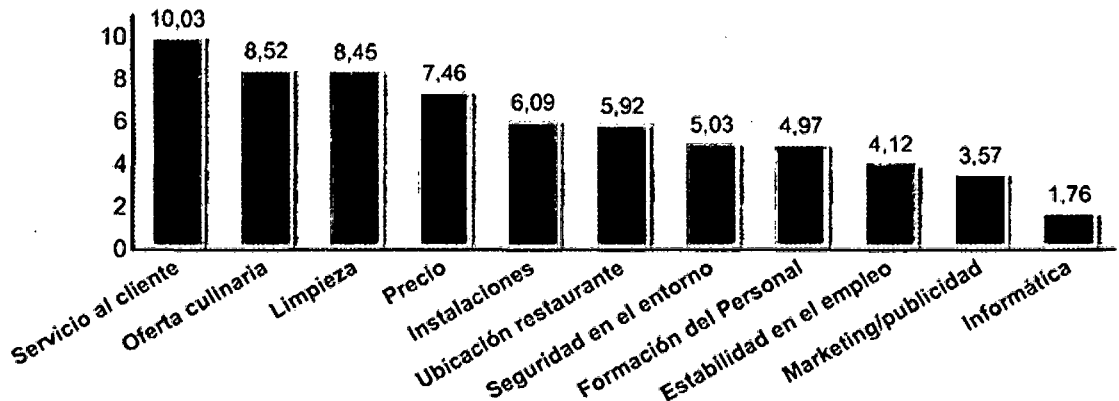
% Indicadores relacionados con los resultados económicos



La formación más solicitada por los empresarios es la que hace referencia a la Atención al Cliente, la Seguridad e Higiene y la relacionada con la Cocina.

5. Resultados Priorización de Aspectos que influyen en la competitividad de un Restaurante

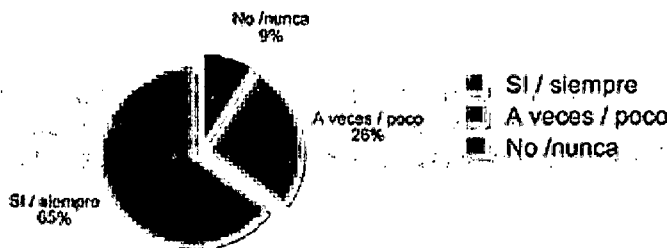
Aspectos que influyen en la Competitividad de los Restaurantes



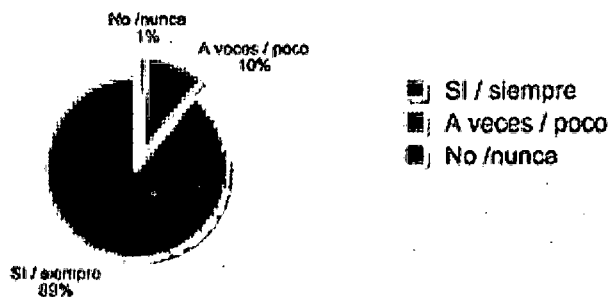
Desde el punto de vista de los empresarios, el factor que más influye en la competitividad de los Restaurantes es el Servicio al Cliente, seguido de la Oferta Gastronómica, la Limpieza y el Precio. Los aspectos menos valorados son la Informática, y el Marketing y la Publicidad.

6. Resultados de Buenas Prácticas Generales

Reuniones Periódicas Dirección - Personal



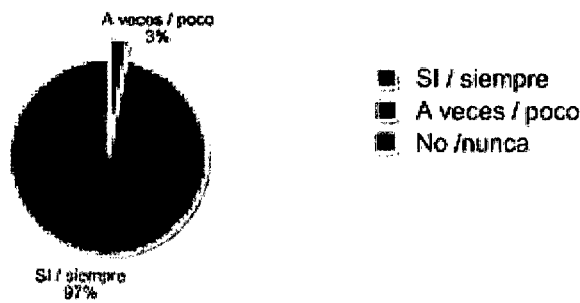
¿Aplica Personal Plan Seguridad Interno?



Conocimiento del Personal ante casos de Accidentes

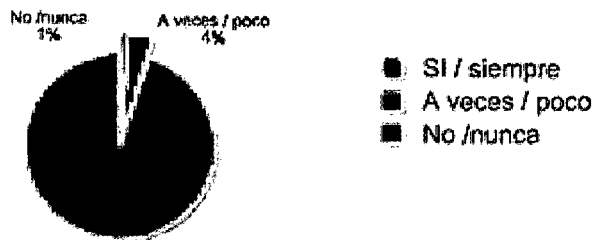


Comunicación a los nuevos empleados sus responsabilidades y obligaciones

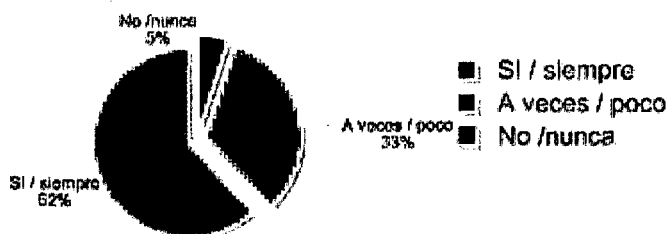


7. Resultados de Buenas Prácticas Servicio al Cliente

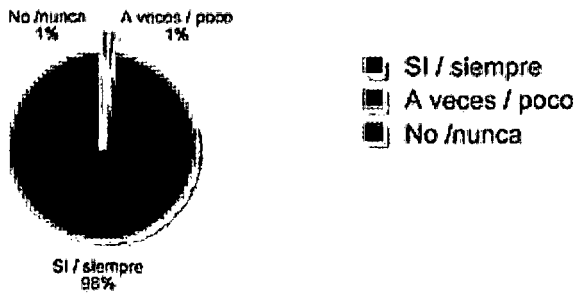
¿Se recibe al cliente diligentemente?



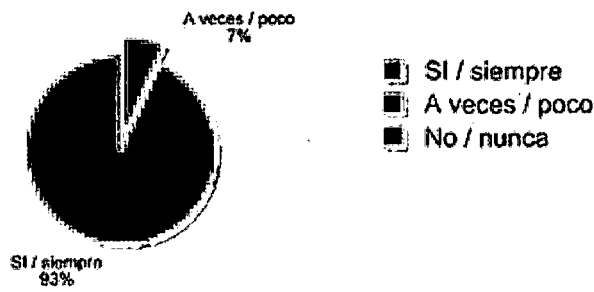
¿Se acompaña al cliente a la mesa?



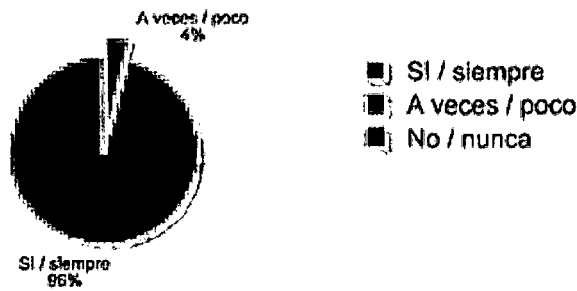
Entrega inmediata de la carta



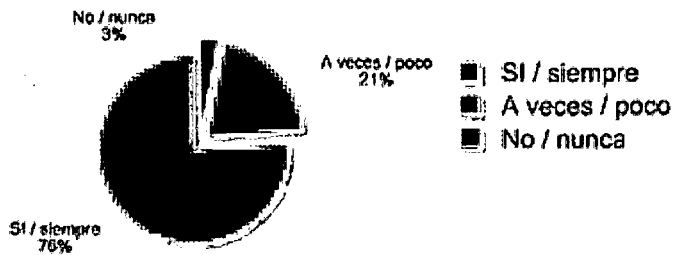
¿Se toma la comanda con agilidad?



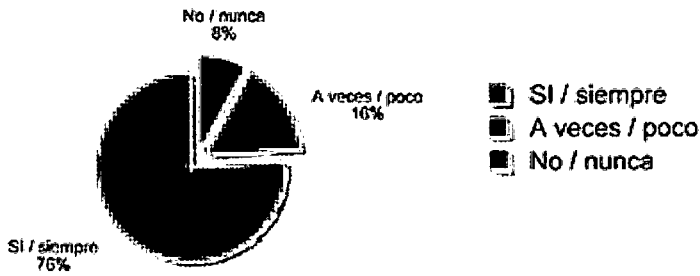
¿Se asesora al cliente?



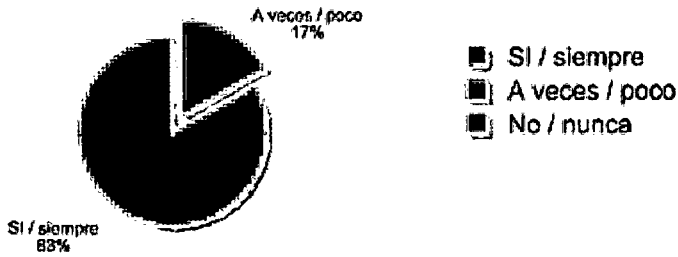
¿Se manipula el vino observado por el cliente?



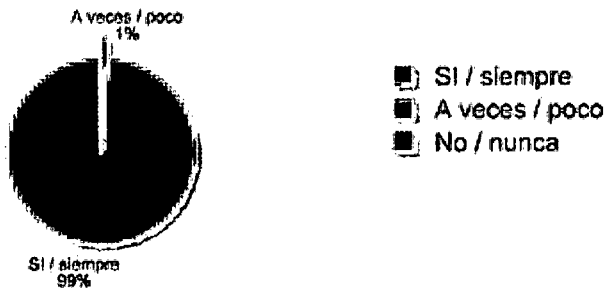
¿Se sirve el vino siguiendo un procedimiento correcto?



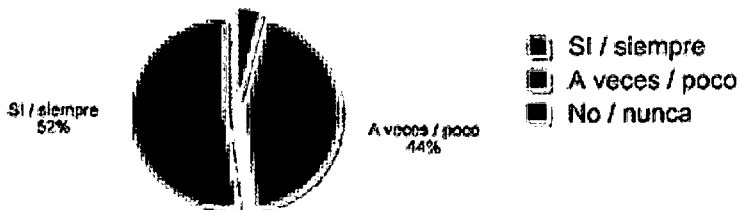
¿Se emplean elementos que mejoran el servicio?



¿Se dispone de todos los complementos en mesa?

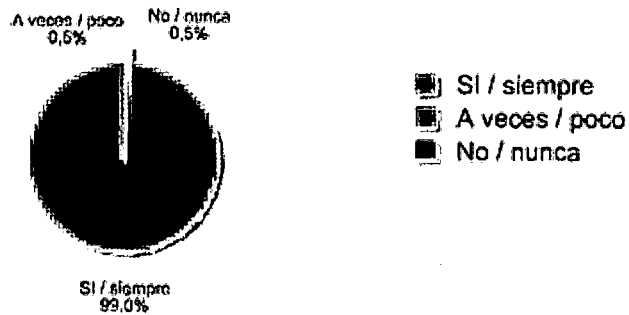


¿Se monta la sala sin clientes?



8. Resultados de Buenas Prácticas Cocina

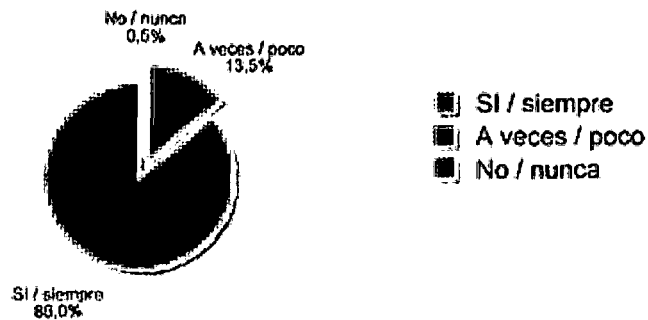
¿Se cuida la higiene del personal en cocina?



¿Se cumple la normativa de seguridad?

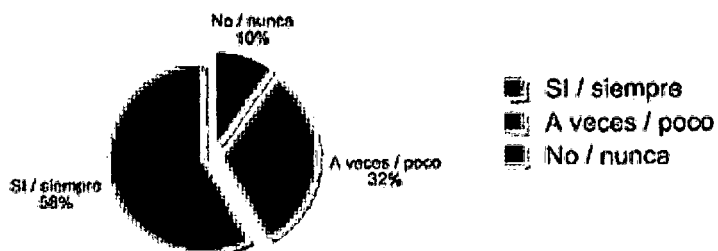


¿Se procura que los platos sean atractivos?

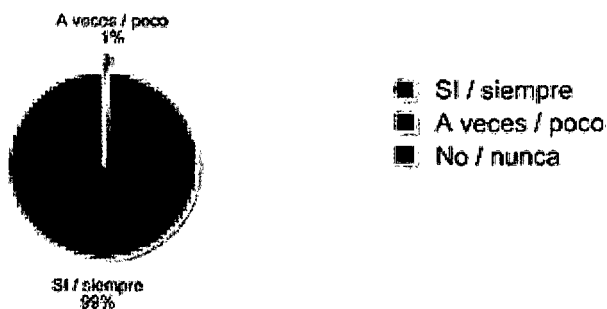


9. Resultados de Buenas Prácticas Gestión de Recursos

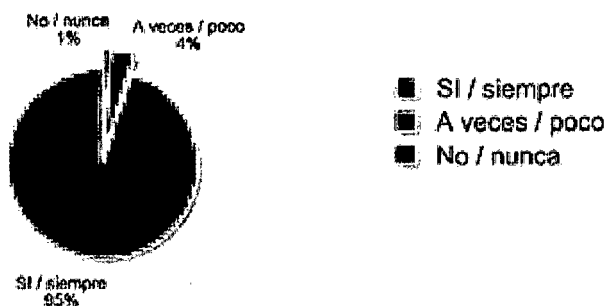
¿Se hace inventario periódico del almacén?



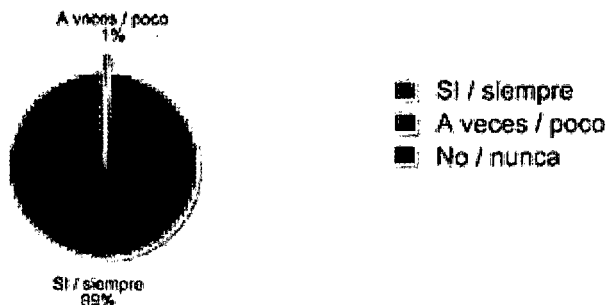
¿Disponen de la cantidad de utensilios suficiente?



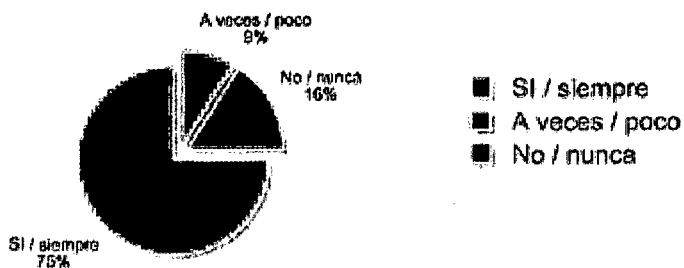
¿Tienen mantelerías en cantidad suficiente?



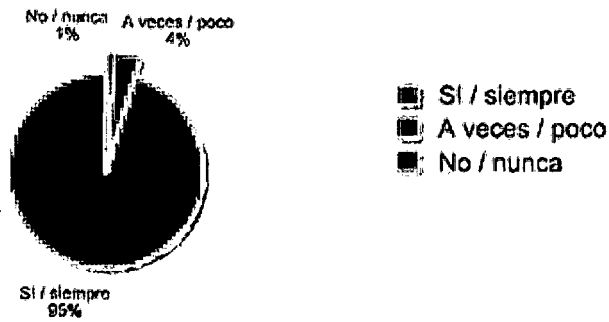
¿Tienen cartas en cantidad suficiente?



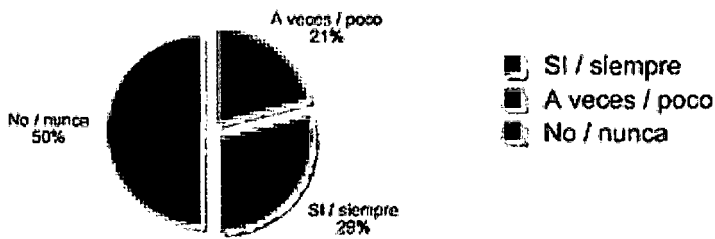
¿Existe un proceso de recepción de pedidos?



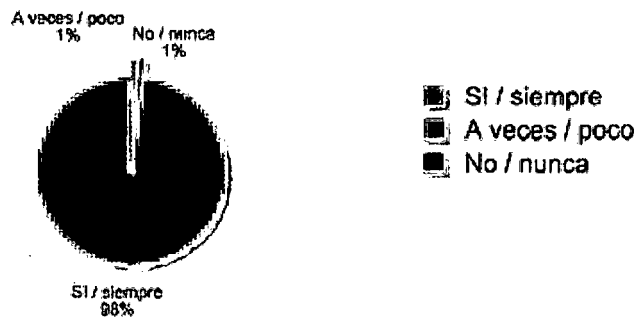
¿Se verifica la caducidad y temperatura de los productos recepcionados?



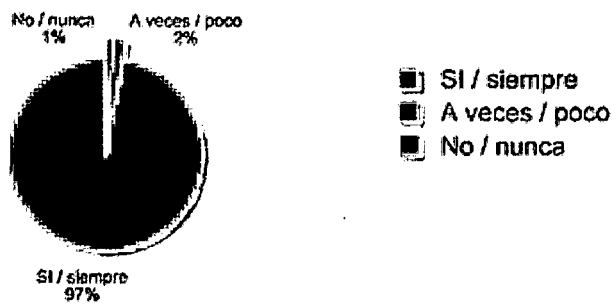
¿Se reflejan las incidencias por escrito?



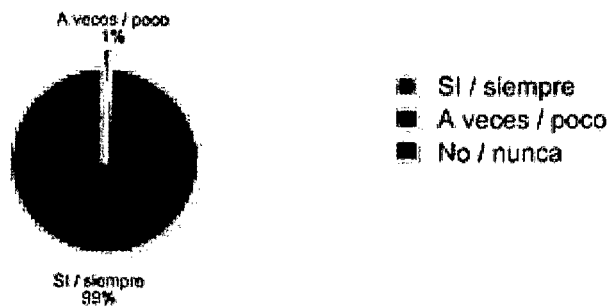
Proveedores con registro sanitario



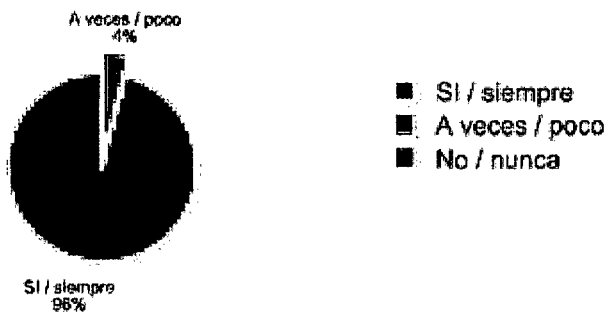
¿Existe una buena comunicación y cooperación entre sala y cocina?



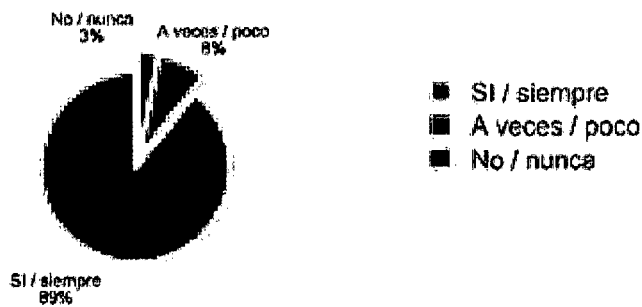
¿Existe seguridad en la limpieza y desinfección?



¿Se gestionan adecuadamente las averías?

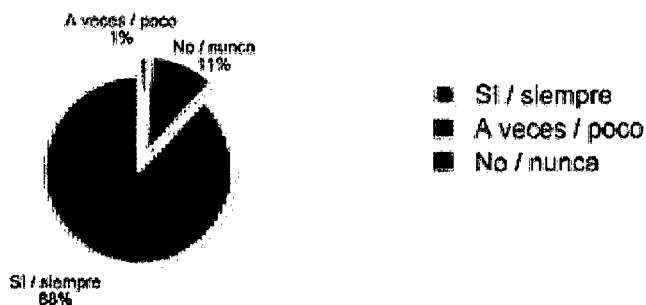


¿Habla el WC por sí solo del establecimiento?

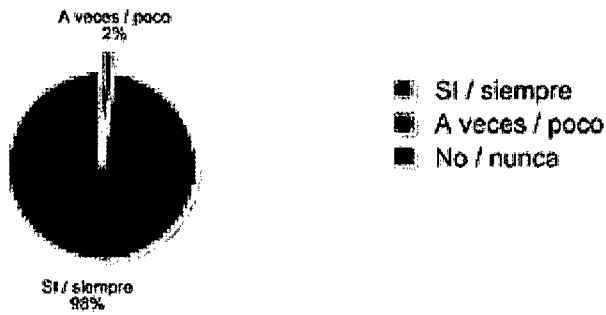


10. Resultados de Buenas Prácticas del Análisis de Peligros y Puntos de Control Crítico (APPCC)

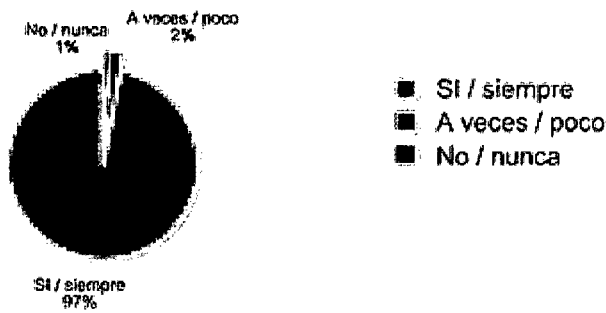
¿Se emplean vitrinas refrigeradas?



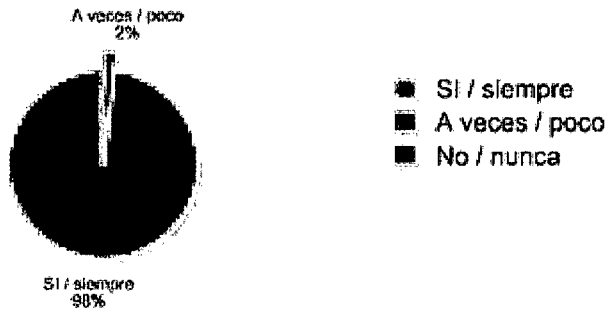
¿Se evita el contacto del hielo con las manos?



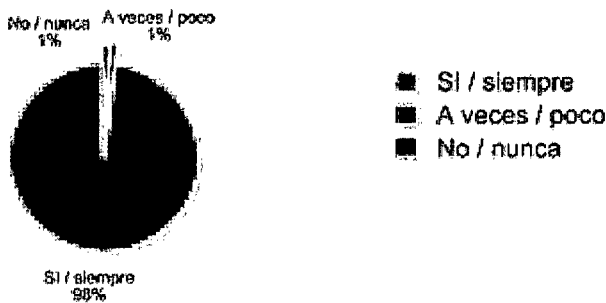
¿Se controla la Tª de la zona de manipulación?



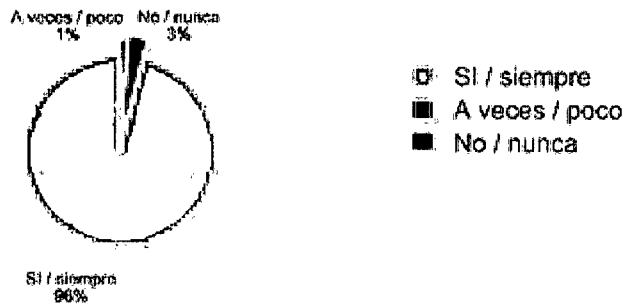
¿Se controla la Tª en las cámaras?



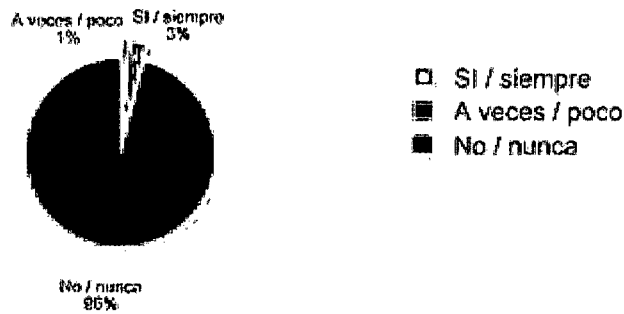
¿Se garantiza una correcta ventilación en la cocina?



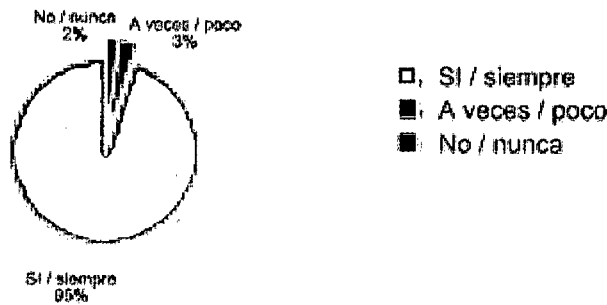
¿Se aplica un método adecuado de descongelación de alimentos?



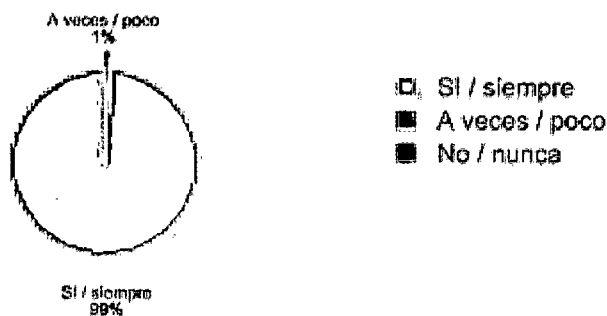
¿Se vuelve a congelar las comidas una vez descongeladas?



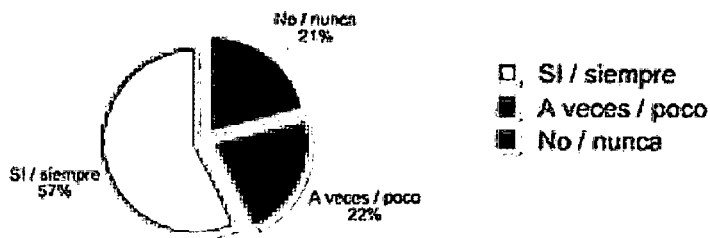
¿Se conservan en frío los alimentos elaborados?



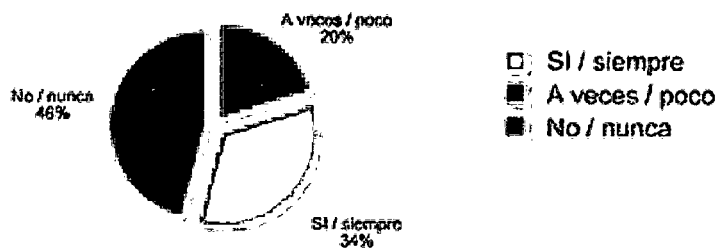
¿Se aplica la T° de congelación adecuada?



¿Se etiquetan los alimentos conservados en cámara?



¿Se realiza un encandallo por cada plato de la carta?



¿Se elabora una receta o ficha de plato por cada uno de los platos?

