

# **UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI**

## **UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS AGROPECUARIAS Y RECURSOS NATURALES**



### **CARRERA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO**

#### **TESIS DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO EN ECOTURISMO**

##### **TEMA:**

“ELABORACIÓN DEL MANUAL DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS PARA EL LABORATORIO DE SERVICIOS DE LA CARRERA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO DE LA UTC.

##### **AUTORES:**

- Mayra Janeth Pillajo Chilig
- Gabriela Carolina Pilaguano Caiza

**DIRECTOR :** ING. PAÚL FUENTES

**LATACUNGA- ECUADOR**

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Nosotras, Gabriela Carolina Pilaguano Caiza y Mayra Janeth Pillajo Chilig, declaramos bajo juramento que el presente trabajo es de nuestra auditoría; que no ha sido presentado para ningún grado o calificación y que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

Por el cual hacemos constar la investigación de grado titulado:  
**“ELABORACIÓN DEL MANUAL DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS PARA EL LABORATORIO DE SERVICIOS DE LA CARRERA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO DE LA UTC.”**

Latacunga, ..... del 2013

Atentamente,

.....  
Gabriela Carolina Pilaguano Caiza  
C.I. 172014628-9

.....  
Mayra Janeth Pillajo Chilig  
C.I. 171707597-0

## **INFORME DEL DIRECTOR**

En calidad de Director de Tesis con el tema: “**ELABORACIÓN DEL MANUAL DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS PARA EL LABORATORIO DE SERVICIOS DE LA CARRERA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO DE LA UTC.**”, presentado por los postulantes Gabriela Carolina Pilaguano Caiza y Mayra Janeth Pillajo Chilig, como requisito previo a la obtención del Título de Ingeniero en Ecoturismo, de acuerdo con el reglamento de títulos y grado, considero que el documento mencionado reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometidos a la presentación y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Latacunga, .....del 2013

.....  
Ing. Paúl Fuentes  
**DIRECTOR DE TESIS**

## **APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TESIS**

En calidad de miembros de tribunal de grado aprueban el presente informe de investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi – Unidad Académica de Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales, por cuanto, los postulantes Pilaguano Caiza Gabriela Pilaguano y Pillajo Chilig Mayra Janeth con el tema de tesis:: **“ELABORACIÓN DEL MANUAL DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS PARA LABORATORIO DE SERVICIOS DE LA CARRERA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO DE LA UTC”**, ha considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los meritos suficientes para ser sometido al acto de defensa de tesis.

Por lo antes expuesto, se autoriza realizar los empastados correspondientes, según la normativa institucional.

.....  
Ing. Jessy Guerrero  
**PRESIDENTE**

.....  
Ing. Milton Sampedro  
**OPOSITOR**

.....  
Ing. Luis Tobar  
**SECRETARIO**

## *AGRADECIMIENTO*

*Mis fieles agradecimientos a la Universidad Técnica de Cotopaxi, Unidad Académica de Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales, por la oportunidad que nos ha brindado para profesionalizarnos.*

*Al culminar esta investigación quiero expresar mi profundo y eterno agradecimiento al Ing. Paul Fuentes docente de la Universidad Técnica de Cotopaxi y director de tesis, por brindarme el soporte técnico y científico.*

*Al tribunal de Tesis: Ing. Jessy Guerrero, Ing. Milton Sampedro e Ing. Luis Tobar por brindar el soporte técnico para la culminación de la investigación.*

*A todos quienes en determinado momento me brindaron su ayuda en el transcurso de mi vida estudiantil y aportaron desinteresadamente para la culminación del presente trabajo.*

*Mayra y Gaby*

## DEDICATORIA

*Dedicamos este trabajo principalmente a Dios, por habernos dado la vida y guiado siempre por el camino correcto y a nuestra familia, por su incondicional apoyo a nuestros sueños e ilusiones, permitiéndonos el haber llegado hasta este momento tan importante de nuestra formación profesional.*

*Al culminar una nueva etapa de nuestras vidas, con mucho cariño dedicamos este trabajo:*

*A nuestros padres:*

*Mayra: Francisco Pillaño*

*Gaby: Patricio Pilaguano*

*Elvia Chilig*

*María Caiza*

*Trabajo, que refleja el esfuerzo y sacrificio que nos brindaron en cada momento, para hacer de nosotras un ser humano digno de representar a nuestra patria y honrar a nuestra Familia.*

*A todos los compañeros de aula por compartir momentos significativos a Danilo, Oscar, Daniel, Jorge, Lautaro, William, Magy, Miriam, Vero.*

*Con cariño,*

*Mayra y Gaby*

# ÍNDICE

<i>Resumen Ejecutivo</i> .....	<i>i</i>
<i>Abstract</i> .....	<i>ii</i>
<i>Justificación</i> .....	<i>iii</i>
<b>PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA:</b> .....	<b>12</b>
Objetivo general: .....	13
Objetivos específicos .....	13
1.- MARCO TEÓRICO.....	17
1.1.- ¿Qué es un Manual?.....	17
1.1.1. <i>Definición</i> .....	17
1.1.2. <i>Tipos de manuales</i> .....	17
1.2. <i>Gastronomía</i> .....	18
1.2.1. <i>Definición</i> .....	18
1.2.2. <i>Gastrónomo</i> .....	19
1.2.3. <i>Historia de la Gastronomía</i> .....	19
1.2.4. <i>Gastronomía de Ecuador</i> .....	24
1.2.5. <i>El buffet</i> .....	25
1.2.6. <i>Camarero</i> .....	26
1.2.7.- <i>Cocina</i> .....	29
1.3.- <i>Coctelería</i> .....	30
1.3.1. <i>Definición</i> .....	30
1.3.2. <i>Historia</i> .....	30
1.3.3. <i>¿Qué es un bartender?</i> .....	31
1.3.4. <i>Diferencias de coctelería</i> .....	33
1.3.5. <i>Elementos de la Coctelería</i> .....	34
1.3.6. <i>Clasificación</i> .....	39
1.3.7. <i>Tipos de Preparación</i> .....	40
1.3.8. <i>Decoración</i> .....	41
1.3.9. <i>Composición de un coctel</i> .....	42
1.3.10. <i>Tipos de cocteles</i> .....	42

1.4. El Servicio.....	44
1.4.1. Definición.....	44
1.4.2. Servicio al Cliente .....	45
1.4.3. Importancia.....	45
1.4.4. Elementos básicos al momento de prestar un servicio. ....	46
1.4.5. Reglas para prestar un buen servicio. ....	49
1.4.6. Características del servicio.....	49
1.4.7. Tipos de Servicio. ....	55
1.4. 8.- Calidad en el Servicio.....	57
1.4.9. El Cliente. ....	59
1.4.10. Pasos a seguir para satisfacer las necesidades de nuestros clientes.....	60
1.4.11.- Tipos de cliente.....	60
1.4.11.3.- Clientes Complacidos, satisfechos e Insatisfechos. ....	61
1.4.12. - Tipos de clientes que reclaman. ....	62
1.4.13.- Clientes Pasivos. ....	62
1.4.14.- Clientes Voceros.....	62
1.4.15. Clientes Irritados. ....	62
1.4.16.- Clientes Activistas. ....	63
1.5. Montaje de Mesas.....	63
1.5.1. Forma de tomar el material para el montaje. ....	63
1.5.2. Pasos para el montaje.....	64
1.5.3. Tipos de montaje según el servicio:.....	67
1.6.- Relación entre calidad y servicio. ....	68
1.6.2.-Necesidades personales. ....	69
1.6.3.-Experiencias anteriores. ....	69
1.6.4.-Comunicación externa. ....	69
2.- NORMAS Y REGLAMENTOS .....	71
2.1.- La norma ISO 9000:2000 en empresas de servicios. ....	71
2.1.1.- Enfoque basado en procesos. ....	72
2.1.2.- La calidad en los servicios como lograr la satisfacción de los clientes. ....	72
2.1.3.- Propiedades de los servicios.....	73
2.1.4.- Categoría de los servicios.....	73

2.1.5.- <i>Medidas de calidad del servicio.</i> .....	75
2.1.6.- <i>Propiedades de los servicios.</i> .....	75
2.1.7.- <i>Como medir la calidad en el servicio.</i> .....	76
2.1.8.- <i>Como proveer las necesidades de los clientes.</i> .....	76
2.1.9.- <i>Elementos tangibles asociados al servicio.</i> .....	77
2.1.10.- <i>Otras medidas de calidad del servicio.</i> .....	77
Fuente: <a href="http://www.monografias.com/trabajos12/calser/calser.shtml">http://www.monografias.com/trabajos12/calser/calser.shtml</a> . ....	78
2.2.11.- <i>Servicios a prueba de fallas.</i> .....	78
2.2.- <b>Capítulo II. Reglamento de Actividades Turísticas.</b> .....	81
2.2.1.- <i>Del procedimiento para la prestación de servicios materiales a través de la iniciativa privada.</i> .....	81
2.2.2.- <i>Reglamento.</i> .....	82
2.2.4.- <i>Nacional de Modernización del Estado.</i> .....	83
2.2.5.- <i>Capítulo II. De las disposiciones Transitorias.</i> .....	84
2.2.6.- <i>Actividad: Alojamiento:</i> .....	85
2.2.7.- <i>Actividad: Alimentos y Bebidas.</i> .....	86
2.3.- <b>ISO 22000: 2005 Seguridad Alimentaria.</b> .....	86
2.4.- <b>ISO 22000 Seguridad Alimentaria.</b> .....	87
2.4.1.- <i>Gestión de sistemas.</i> .....	87
2.4.2.- <i>¿Para quién es significativo?</i> .....	87
2.5.- <b>Ministerio de Salud.</b> .....	88
2.5.1.- <i>Principios Generales de Higiene de los Alimentos.</i> .....	88
2.6.- <b>Norma sanitaria para el funcionamiento de restaurantes y servicios afines.</b> .....	91
2.6.1.- <i>Resolución ministerial n° 363-2005/minsa.</i> .....	91
2.8.- <b>Capítulo III de las Bebidas Alcohólicas y no Alcohólicas.</b> .....	94
2.9.- <b>Título IV de la salud, higiene y Capacitación del Personal.</b> .....	95
2.8.1.- <i>Condiciones generales del personal de manipulación.</i> .....	97
2.9.- <b>Normas ISO 14000 Gestión Ambiental.</b> .....	98
2.9.1.- <i>Su justificación:</i> .....	99
2.10.- <b>Normas para la Atención al Cliente.</b> .....	100
2.10.1.- <i>Requerimientos Generales.</i> .....	100
2.10.2.- <i>Relación presencial con el cliente.</i> .....	101

2.11.- Normas en el Servicio de los Vinos. ....	103
2.11.1.- <i>Desarrollo.</i> .....	104
2.11.2.- <i>Recepción de la Solicitud de Reserva.</i> .....	105
2.11.3.- <i>Recepción del cliente en el Comedor.</i> .....	105
2.11.4.- <i>Tomar nota del Menú.</i> .....	106
2.11.4.- <i>Realización del Servicio.</i> .....	107
2.11.5.- <i>Normas de Servicio.</i> .....	108
2.11.6.- <i>Normas en el Servicio de los Vinos.</i> .....	109
2.11.7.- <i>Despedida.</i> .....	110
2.11.8.- <i>Archivo.</i> .....	111
2.11.9.- <i>Formatos y Referencias</i> .....	111
2.12.- Normas para el personal. ....	112
2.12.1.- <i>La amabilidad la refleja:</i> .....	113
2.12.2.- <i>Imagen personal cuidada.</i> .....	113
2.13.- Título I Principios Generales de Higiene de los Alimentos. ....	116
3.- PRESTACIÓN DE SERVICIOS PARA EL ÁREA DE GASTRONOMÍA .....	121
3.1.- Introducción.....	121
3.1.1.- <i>Objetivo.</i> .....	122
3.1.2.- <i>Definiciones.</i> .....	122
3.1.3.- <i>Desarrollo del área de Gastronomía.</i> .....	124
3.1.4.- <i>Limpieza de las áreas.</i> .....	126
3.1.5.- <i>Presentación correcta e higiene del personal.</i> .....	127
3.1.6.- <i>Capacitación sanitaria.</i> .....	131
3.1.7.- <i>Operaciones previas al servicio.</i> .....	137
3.2.- Presentación:.....	144
3.2.1.- <i>Introducción.</i> .....	145
3.2.2.- <i>Objetivo:</i> .....	145
3.2.3.- <i>Definiciones</i> .....	146
3.2.4.- <i>DESARROLLO DEL AREA DE COCTELERÍA.</i> .....	147
3.2.5.- <i>Importancia del bar.</i> .....	149
3.2.6.- <i>Clases de bares.</i> .....	149
3.2.7.- <i>Mobiliario del bar.</i> .....	150

3.2.8.- Útiles básicos para hacer un cóctel. ....	151
3.2.9.- Equipamiento y Utensilios necesarios del bar. ....	151
3.2.10.- Tipos de cristalería utilizados en el servicio de cócteles. ....	154
3.2.11.-Partes del cóctel. ....	156
3.2.12.- Tipos de preparación. ....	157
3.2.14.-El arte de preparar el coctel. ....	160
3.3.- PRESTACIÓN DE SERVICIOS PARA EL ÁREA DE ATENCIÓN AL CLIENTE. ....	167
3.3.1.- Introducción.....	167
3.3.2.- Definiciones: .....	169
3.3.3.- DESARROLLO DEL AREA DE ATENCION AL CLIENTE. ....	169
3.3.5.- Servido de las comidas: .....	179
3.3.6.- Modalidades del Servicio.....	180
3.3.7.- Llegada del Cliente.....	182

<b>INDICE DE CUADROS</b>		
<b>Cuadro N° 1</b>	ELEMENTOS DE SERVICIO AL CLIENTE	<b>Pág. 48</b>
<b>Cuadro N°2</b>	PRINCIPIOS DE LA GESTIÓN DE CALIDAD	<b>Pág. 73</b>
<b>Cuadro N° 3</b>	MAPA DE PROCESOS PARA LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS	<b>Pág. 80</b>
<b>Cuadro N° 4</b>	ENFOQUE BASADO EN PROCESOS	<b>Pág. 81</b>

<b>INDICE DE TABLAS</b>		
<b>Tabla N° 1</b>	MODELO PARA LA MEDIDA DE LA CALIDAD DEL SERVICIO	<b>Pág. 79</b>
<b>Tabla N° 2</b>	HOJA DE OCUPACIÓN.	<b>Pág. 109</b>

## RESUMEN

El trabajo de investigación se ha realizado con el propósito de determinar los problemas que existen en la atención al cliente y las alternativas de solución a los mismos, contando con la información bibliográfica relacionada con las buenas prácticas de manufactura e higiene del personal, plantear un Manual de prestación de servicio para mejorar la productividad y atención al cliente. Para esta investigación se determina primeramente los objetivos que permiten establecer hacia dónde se quiere llegar. Con el fin de tener el conocimiento necesario de los temas a investigar, se realiza la investigación bibliográfica que sirve de base para estructurar el marco teórico, considerando principalmente los aspectos relacionados con la elaboración de un manual de prestación de servicios.

Tener un Manual es uno de los principios fundamentales para toda empresa, aún más cuando cuenta con una variedad de funciones y equipos de trabajos distintos, variados y, sobretodo, eminentemente importantes tanto individualmente como integralmente.

El manual, llena todos los requisitos para ser útiles dentro de la empresa, debido a que garantiza que todos tengan acceso a la misma información, y nadie tenga la oportunidad de trabajar a su gusto, apoyándose en excusas de que es porque creía, pensaba, se imaginaba, sino que sepa muy bien cómo debe ser la correcta ejecución de sus funciones o procedimientos, y que cada quien conozca bien sus funciones, y reconozca las limitaciones correspondientes. Las empresas que no tienen manuales, muchas veces se rigen a base de la improvisación mecánica, en la que cada cual ejecuta una decisión dependiendo de las circunstancias, las personas, las ideas que se les vienen a la mente de pronto; y todo esto ocurre sin ser planeado.

## **ABSTRACT**

This research work has been conducted with the aim of identifying the problems that exist in the customer service and the alternative solutions to the same, with the bibliographic information related to good manufacturing practices and personnel hygiene, pose a Manual service delivery to improve productivity and customer service. For this investigation is first determined that establish goals where you want to go. In order to have the necessary knowledge of the issues to investigate, research is conducted bibliographic structure is the basis for the theoretical framework, primarily considering aspects related to the development of a services manual.

Having a manual is one of the fundamental principles for all companies, even when it has a variety of functions and different work teams, varied and above all eminently important both individually and integrally.

The manuals, fulfill all the criteria to be useful within the company, because it ensures that everyone has access to the same information, and nobody has the opportunity to work at your ease, relying on excuses that is because I thought, I thought, imagined, but you really know how to be the proper performance of its functions or procedures, and that everyone is familiar with their duties and recognize the corresponding limitations. Companies that do not have manuals often based governing mechanical improvisation, in which each performs a decision depending on the circumstances, the people, the ideas that they come to mind at once, and all this happens without being planned.

## **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA:**

El país cuenta con potencial productivo en turismo y gastronomía y su fortalecimiento y crecimiento socio-económico tanto a nivel regional como nacional, dependen en gran medida de un recurso humano cualificado y calificado, capaz de responder integralmente a la dinámica del sector; a la vez impactando positivamente la productividad, la competitividad, la equidad y el desarrollo del país.

El servicio de alimentos y bebidas, es de especial importancia para el desarrollo de la actividad turística en nuestro país. Este servicio se enfrenta cada día a un consumidor más exigente, hecho que obliga a ofrecer servicios de mejor calidad, que respondan a las necesidades de turistas nacionales y extranjeros, garantizando la calidad sanitaria e inocuidad de los alimentos y bebidas.

La Universidad Técnica de Cotopaxi, cada ciclo intenta optimizar y poner toda su dedicación y empeño en el cumplimiento oportuno de un proceso de rendición de cuentas exhaustivo y transparente, que permita a los órganos de control del Estado, de la sociedad y por ende de la comunidad universitaria, la observación del impacto social y calidad de gestión académica-administrativa que viene desarrollando el equipo rectoral.

El proyecto surge como respuesta a la necesidad que existe dentro de la universidad Técnica de Cotopaxi la misma que busca resolver, dinamizar y fortalecer los conocimientos del alumnado mediante el manual de prestación de servicios de gastronomía y coctelería ya que sería de gran ayuda para el nivel educativo; complementando su aprendizaje a la vez con prácticas técnicas relacionadas a la materia.

# **OBJETIVOS**

## **Objetivo general:**

- Elaborar un manual de prestación de servicios del laboratorio Servicios, mediante un estudio técnico para la enseñanza-aprendizaje de la carrera de ingeniería en ecoturismo.

## **Objetivos específicos**

- Establecer una investigación bibliográfica, mediante la utilización de métodos y técnicas, para la obtención de la base datos.
- Aplicación de la normativa en servicios del Laboratorio de Servicios a través de la adaptación de una metodología para la realización del manual.
- Elaborar el manual de prestación de servicios del laboratorio de Servicios, mediante la estructuración técnica, para el uso adecuado del mismo.

## JUSTIFICACIÓN

La implementación del Laboratorio de Servicios de la carrera de ingeniería en ecoturismo de la Universidad Técnica de Cotopaxi fue creada por la razón de que no existe un lugar en el cual los estudiantes de la carrera puedan complementar su aprendizaje de forma práctica.

Para ello se ha elaborado un manual el cual brinde un respaldo y sea guía para sus prácticas de aprendizaje y de conocer las técnicas de prestación de servicio que debe poseer el laboratorio el cual ayudará a aumentar el nivel de conocimiento tanto teórico como práctico permitiendo mejorar las aptitudes y actitudes del alumnado, alcanzando así los objetivos planteados.

El manual de prestación de servicios ayudará al desarrollo y funcionamiento del laboratorio gastronómico ya que la universidad por ende la carrera de ecoturismo tienen un lugar apropiado donde los estudiantes puedan poner en práctica lo aprendido en las aulas, tomando en cuenta que la práctica es una de las bases principales en el campo profesional.

El manual de prestación de servicios está constituido por el montaje y desmontaje de mesas, atención al cliente, normas y reglamentos para sus prácticas.

## INTRODUCCIÓN.

La Universidad Técnica de Cotopaxi - Unidad Académica de Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales de la carrera de Ingeniería en Ecoturismo tiene como objetivo promover los niveles de conocimiento de los estudiantes y así formar profesionales críticos, responsables, y bien capacitados.

Para lo cual se ha puesto a disposición de los estudiantes y personal administrativo como instrumento inicial la creación del laboratorio de Servicios, complementándolo con la elaboración de manuales; para lo cual se los ha estructurado de forma sistemática, técnica, didáctica y práctica, los cuales se convierten en una herramienta indispensable dentro del Laboratorio.

Dado que en el mercado se prestan una gran cantidad de servicios con sus respectivas complejidades hacia la atención del cliente, se realiza este trabajo con una previa conceptualización de la prestación del servicio, las normas y reglamentos (salud, calidad, alimentación, higiene) vigentes en el estado ecuatoriano, para luego adentrarse con especial énfasis en la elaboración de los manuales de servicios y la prestación de servicios.

El objetivo del presente manual es dar soporte y apoyo en aquellos aspectos relacionados con el servicio al cliente desde el punto de vista tanto logístico como de calidad y de gestión al cliente .Se desarrollan los principales aspectos relacionados con el servicio al cliente sus elementos, importancia y las buenas prácticas actuales.

De esta forma se pretende contribuir al mejoramiento y calidad del aprendizaje de los estudiantes, propiciando un encuentro practico de los mismos con las obligaciones y buenas prácticas de manipulación de alimentos, contribuyendo a la prestación de servicios de calidad que respondan a las necesidades de los clientes.

La prestación del servicio es una función que se viene desarrollando bajo normas y procedimientos basados en el cumplimiento de las disposiciones reglamentarias establecidas a nivel nacional. Sin embargo, este proceso requiere de un Manual en el que se establezcan los mecanismos de su operación, así como la orientación de los programas para dar cumplimiento a la normatividad, dentro de un proceso de vinculación del estudiante con su entorno social.

Este manual por medio de elementos teórico prácticos, servirá de herramienta para que los estudiantes y personal administrativo reciban la atención y calidad en el servicio que se merecen, mejorando por ende la imagen de la institución.

El manual se aplicó normas y reglamentos que se debe cumplir en las tres áreas de coctelería, gastronomía y atención al cliente al momento de realizar la práctica, el mismo que ayudará a fortalecer los conocimientos adquiridos en clase.

# CAPITULO I

## 1.- MARCO TEÓRICO.

### 1.1.- ¿Qué es un Manual?

#### *1.1.1. Definición.*

Es el conjunto de orientaciones o instrucciones con el fin de guiar o mejorar la eficacia de las tareas a realizar. Es decir un libro en el que se compendia lo más sustancial de una materia y que sea de fácil entendimiento.

#### *1.1.2. Tipos de manuales.*

- **Organización:** resume el manejo de una empresa en forma general.
- **Departamental:** legislan el modo en que deben ser llevadas a cabo las actividades realizadas por el personal.
- **Política:** sin ser formalmente reglas en este manual se determinan y regulan la actuación y dirección de una empresa en particular.

- **Procedimientos:** este manual determina cada uno de los pasos que deben realizarse para emprender alguna actividad de manera correcta.
- **Técnicas:** estos manuales explican minuciosamente como deben realizarse tareas particulares, tal como lo indica su nombre, da cuenta de las técnicas.
- **Bienvenida:** su función es introducir brevemente la historia de la empresa, desde su origen, hasta la actualidad. Incluyen sus objetivos y la visión particular de la empresa.
- **Finanzas:** tiene como finalidad verificar la administración de todos los bienes que pertenecen a la empresa.
- **Calidad:** es entendido como una clase de manual que presenta las políticas de la empresa en cuanto a la calidad del sistema. Puede estar ligado a las actividades en forma sectorial o total de la organización.

## **1.2. Gastronomía.**

### ***1.2.1. Definición.***

Es el estudio de la relación del hombre con su alimentación y su medio ambiente o entorno. Siendo la conjunción de aspectos culinarios con aspectos culturales que hacen a cada sociedad o comunidad. Es por esto que la gastronomía no es simplemente un conjunto de técnicas o métodos de cocción sino también la relación que los individuos establecen con el medio que los rodea, del cual obtienen sus recursos alimenticios, el modo en que los utilizan y todos aquellos fenómenos sociales o culturales que tienen que ver con la consumición de las preparaciones culinarias.

### ***1.2.2. Gastrónomo.***

Es la persona que se ocupa de esta ciencia. A menudo se piensa erróneamente que el término gastronomía únicamente tiene relación con el arte culinario y la cubertería en torno a una mesa. Sin embargo ésta es una pequeña parte del campo de estudio de dicha disciplina: no siempre se puede afirmar que un cocinero es un gastrónomo. La gastronomía estudia varios componentes culturales tomando como eje central la comida.

### ***1.2.3. Historia de la Gastronomía.***

La historia, de la cocina se inicia cuando se empieza a utilizar el fuego para preparar los alimentos, que resultan así más fáciles de comer y más digestibles, y más agradables en cuanto a una temperatura adecuada para el cuerpo. Hace 400 000 años a la cocción de los alimentos por parte del hombre de Pekín, y primeras combinaciones de alimentos.

Otro paso de suma importancia fue la agricultura, que permitió al ser humano planificar su fuente de recursos alimenticios, creando excedentes para épocas de escasez. En paralelo, la domesticación de animales y el surgimiento de la ganadería propiciaron otra gran fuente de alimentos, de más fácil alcance que la dependencia de la caza y la pesca.

En el Antiguo Egipto se inventaron procedimientos para elaborar pan con levadura, así como vino y cerveza.

#### ***1.2.3.1.- Antigua Roma.***

En la Antigua Roma la cocina evolucionó de la frugalidad de la época republicana, basada en vegetales, legumbres y cereales, a la riqueza de la época imperial, donde se

importaban numerosos alimentos de países extranjeros, con gran influencia de la cocina griega.

Los romanos practicaron la avicultura y la piscicultura, así como la elaboración de embutidos, y perfeccionaron las técnicas relacionadas con el vino y el aceite. Solían cocinar con especias y hierbas aromáticas, y les gustaba la mezcla de dulce y salado. También dieron mucha importancia a la presentación de la comida y al ceremonial del acto de comer, siendo famosos los fastuosos banquetes que organizaban los ricos y nobles romanos. Igualmente, existieron numerosos tratadistas que estudiaron el arte de la cocina, como Lúculo y Marco Gavio Apicio, autor del célebre recetario *Apitii Celii de Re Coquinaria libridecem*, muy valorado en el Renacimiento.

#### ***1.2.3.2.- Edad Media.***

Herederas de la cocina griega y romana fueron la bizantina y la árabe: de la primera destacó su repostería, así como la elaboración de quesos y el gusto por los rellenos y la carne picada; la segunda recogió todas las influencias anteriores, junto las derivadas de Persia y el Oriente, mientras que en España (al-Andalus) desarrolló nuevos productos agrícolas, como el arroz, la caña de azúcar, la granada y la berenjena. La cocina árabe influyó en buena medida en la gastronomía medieval, aunada a la rica tradición grecorromana.

A pesar de las épocas de intensa hambruna, en el Medievo fue muy valorada la gastronomía, desarrollándose en gran medida la literatura gastronómica, con tratados como *The forme of Cury*, escrito por el cocinero de Ricardo II de Inglaterra; *Daz Buch vonguter Spise*, obra anónima editada en Alemania; *Le Viandier*, del francés Guillaume Tirel, apodado Taillevent; y *Libre del Coch*, del catalán Robert de Nola.

### ***1.2.3.3.- Renacimiento.***

En el Renacimiento se revitalizó la cultura clásica, llegando la gastronomía a altas cotas de refinamiento y sofisticación. Destacó la cocina veneciana, que gracias a su comercio con Oriente favoreció la importación de todo tipo de especias: pimienta, mostaza, azafrán, nuez moscada, clavo, canela, etc. Un factor determinante para una nueva gastronomía fue el descubrimiento de América, de donde llegaron nuevos alimentos como el maíz, la patata, el tomate, el cacao, los frijoles, el cacahuete, el pimiento, la vainilla, la piña, el aguacate, el mango, el tabaco, etc.

En el Barroco empezó a destacar la gastronomía francesa, que adquirió unas elevadas cotas de calidad de las que aún goza hoy día. El cultivo de las artes culinarias en Francia fue favorecido por los Borbones, especialmente por Luis XIV, monarca de gran paladar; sin embargo, estas delicias culinarias estaban reservadas a la aristocracia, mientras que la mayoría de la población solía pasar hambre. Entre los tratados gastronómicos de la época conviene resaltar el del español Francisco Martínez Montañón, titulado *Arte de cocina, pastelería, bizcochería y conservería* (1611).

### ***1.2.3.4.- Edad Moderna.***

La Revolución Francesa marcó un punto de inflexión en la gastronomía europea, que se extendió a nivel popular, siendo un acervo común de todos los estamentos sociales, y no sólo los privilegiados. Surgieron los restaurantes, se extendió el uso de la conserva de alimentos (proceso favorecido por la Revolución Industrial), y proliferó la literatura gastronómica, no ya en simples recetarios, sino en obras de investigación y divulgación, de teoría y ensayo, como la *Fisiología del gusto* de Brillat-Savarin (1826), o *Le Grand Dictionnaire de Cuisine* de Alexandre Dumas (1873); también apareció entonces la crítica gastronómica, con publicaciones como la *Guía Michelin*.

En el siglo XX ha tenido una especial relevancia la industria conservera y la elaboración de alimentos precocinados, así como la tendencia a la comida rápida (con productos como hamburguesas y Frank furts) y los preparados para microondas.

En sentido inverso, ha surgido una nueva preocupación por los alimentos sanos y equilibrados, que han favorecido el surgimiento de nuevos productos que destacan sus cualidades nutricionales. También hay que destacar la revalorización de la cocina regional, favorecida por el avance de los medios de transporte y el auge del turismo, que conllevó el retorno a una cocina natural y sencilla, hecho que marcó el punto de arranque de la nouvelle cuisine, que aúna la tradición y la sencillez con los nuevos adelantos y un cierto afán de innovación y experimentación. Como cocineros de relevancia se podría citar a: Auguste Escoffier, Joël Robuchon, Paul Bocuse, Heston Blumenthal, Donato de Santis, Karlos Arguiñano, Juan María Arzak, Ferran Adrià, Santi Santamaría, etc.

#### ***1.2.3.5.- Edad Contemporánea.***

Cuando hablamos de los orígenes de la cocina contemporánea todos pensamos en Francia y por lo general en la Nouvelle Cuisine de los años 60 del S.XX. Pocas veces entendemos que este movimiento culinario no sería posible sin toda una renovación, un cambio radical de concepción, que tuvo lugar en el S.XIX y a comienzos del S.XX. Pero aun cuando lo hacemos hay un nombre que nos viene a la cabeza por encima de cualquier otro: Auguste Escoffier, el creador de una nueva forma de entender lo culinario como negocio, de gestionar el restaurante y de cientos de recetas que hoy son considerados clásicos franceses y de la alta cocina internacional.

Es cierto que Escoffier tuvo la inmensa suerte de poder combinar su indiscutible genio para la cocina con los avances de su época, especialmente en cuanto a conservación y transporte de las materias primas, lo que le permitió trabajar en

terrenos hasta entonces impensables. Pero no es menos cierto que todos esos logros apoyados en los avances de su época no pueden entenderse sin el precedente, mucho menos conocido pero al menos igual de trascendental, de Antonin Careme, sin duda la figura clave en el paso de la cocina del antiguo régimen a la contemporánea.

Careme es, además, un personaje tan irremediabilmente francés que hasta podría pasar por una caricatura en la que se mezclan los tópicos con personajes de novelas de Victor Hugo. Tal vez venga de ahí la veneración que se tiene hacia su figura en el país vecino. Como decía, todo en la vida de Careme es más propio de un dramón decimonónico que de lo que nos puede parecer real: nacido en un barrio humilde a orillas del Sena y en medio de entre 15 y 25 hermanos (depende de las fuentes), su padre, estibador, se lo llevó a comer a una taberna cuando tenía diez años. Y allí mismo, después de explicarle lo dura que es la vida y los apuros de la familia, lo abandonó. Al poco tiempo ya trabajaba como marmitón (supongo que podríamos traducirlo como pinche) en la taberna La Fricasee du Lapin y antes de los 16 años ya era famoso en Paris por sus habilidades, hasta tal punto que a esa edad lo contrató Chez Bailly, el repostero más conocido de Francia. En su taller se especializó en repostería y, especialmente, en el servicio de grandes banquetes y, tras pasar por algún otro negocio, a los 21 años era dueño de su propia pastelería, situada en la Rue de la Paix.

A lo largo de la década siguiente debió ir puliendo sus habilidades sociales y aprovechando las oportunidades de codearse con la gente adinerada para la que servía banquetes, ya que lo siguiente que se sabe es que hacia 1805 trabajaba asiduamente para Talleyrand -primero ministro y luego Gran Chambelán de Napoleón- y que en 1814 está trabajando para el Zar Alexander I, por entonces establecido en Paris.

Después vino un peregrinaje que le hace estar al servicio del Príncipe de Gales (futuro Jorge IV) en Londres, Lord Steward (embajador británico en Viena), Lord Stairs (embajador británico en Paris), el Príncipe Sterhazy (embajador austríaco en Paris) y el Barón Rothschild antes de retirarse a los 47 años de edad para pasar los tres últimos años de su vida dedicándose a escribir.

Pero es que, además, Careme se adelantó en más de 150 años a la Nouvelle Cuisine en cuestiones como su reivindicación del recetario tradicional (algunos dirían ahora de la cocina del terruño). Y, aún más, le sacó casi dos siglos de ventaja, con las lógicas diferencias y limitaciones, a la cocina molecular que hoy está tan de moda y que nos suena tan moderna al proponer el estudio analítico de algunas recetas tradicionales como el Potau Feu. Por primera vez se proponía el estudio científico de la cocina.

Así que tenemos al primer Star Chef, al compilador del recetario clásico francés y al gran renovador del mismo, al precursor de algunos detalles de la Nouvelle Cuisine y de la relación ciencia/cocina. Y pese a todo el gran público, incluso aquel que es capaz de situar a Escoffier o a Brillat-Savarin, suele saber muy poco o casi nada sobre él.

#### ***1.2.4. Gastronomía de Ecuador.***

La gastronomía del Ecuador es una variada forma de preparar platos, que se ve enriquecida por las aportaciones de las diversas regiones que componen el país, esto se debe a que dentro del país se encuentran cuatro regiones naturales (costa, andes, Amazonía e insular) las cuales tienen diferentes costumbres y tradiciones. En base a las regiones naturales del país se subdividen los diferentes platos típicos e ingredientes principales. La cocina ecuatoriana está fuertemente influida a lo largo de su historia por los pueblos que conquistaron su territorio: (incas y españoles) y por migrantes que han llegado al país (principalmente chinos); naciendo de esa variación

y combinación la Comida Criolla, que debe su nombre asimismo en alusión a la mezcla de razas y culturas ocurridas con el nacimiento del mestizaje y la llegada de los españoles que trajeron consigo la flora y fauna doméstica como los animales e ingredientes o componentes de la ya gastronomía mediterránea que unida a la indígena nativa formó lo que denominamos por hoy en América Latina como “Comida Criolla”.

### ***1.2.5. El buffet.***

Que es y cuando se hace: Es una comida con autoservicio “Self-service”. El propio comensal es quien debe servirse. A diferencia de otro tipo de comidas (como el lunch o el cóctel que se toman de pie) el “buffet” se toma sentado. Una de las ventajas, es que permite una gran libertad a las personas para moverse y sentarse donde lo deseen. En muchos restaurantes, existe un “buffet” para cada tipo de comida. Especifican desayuno “buffet”, comida “buffet” o cena “buffet”.

El “buffet” cuenta habitualmente con dos módulos principales: uno donde se dispone la comida y los cubiertos, generalmente, y otro donde se colocan las bebidas, la cristalería, la vajilla y las servilletas. En muchos hoteles y restaurantes cuentan con una “isleta” central donde se dispone todo en un solo bloque, y debemos recoger todo (comida, cubiertos, vajilla, etc.) “circulando” alrededor de la misma, eligiendo los platos que deseemos. Nunca se deben llenar los platos demasiado, y es mejor levantarse para repetir del plato que queramos. El “buffet” puede ser frío, caliente o mixto (platos fríos y calientes). Los alimentos presentados deben ser sencillos de servir y de comer. Seguramente no encontrará en “buffet” caracoles, sopas y platos un poco engorrosos de servir o de transportar.

Como característica principal, podemos indicar que aquí se permite servir varios alimentos en un mismo plato. A la hora de servirse, utilice los cubiertos que hay en las bandejas, y no utilice sus propios cubiertos.

Uno de los principales “problemas” que nos solemos encontrar cuando nos vemos en un “buffet” es como movernos. Si las mesas se encuentran pegadas a la pared debemos empezar por la parte izquierda e irnos desplazando hacia la derecha. Por el contrario, si la mesa se encuentra en el centro (la “isleta” comentada anteriormente de muchos hoteles y restaurantes), debemos empezar por la derecha e irnos desplazando hacia la izquierda hasta completar toda la vuelta. Una pista de dónde empezar, nos la pueden dar las servilletas y los cubiertos, que suele indicar el punto de comienzo del “buffet.

### ***1.2.6 Camarero.***

Un camarero, mozo o mesero, es la persona que tiene como oficio atender a los clientes de un establecimiento de hostelería, proporcionándoles alimentos, bebidas, y asistencia durante la estancia. Un camarero, suele controlar un rango de varias mesas en establecimientos grandes o todas las mesas si es un lugar pequeño.

#### ***1.2.6.1. Historia.***

Antiguamente, el camarero era un criado de mucha distinción en casa de los grandes, que mandaba sobre todo lo perteneciente a su cámara. Otros camareros eran:

- **Camarero mayor.** En la casa real de Castilla se llamaba así al jefe de la cámara del rey hasta que se introdujeron el estilo y los nombres de la casa de Borgoña.

- **Camarera mayor.** La señora de más autoridad entre las que servían a la reina. Debía ser grande de España y entre otras muchas preeminencias tenía la de mandar a todas la que servían en palacio.
  
- **Camarero de las armas.** El que estaba encargado del cuidado y conservación de las sillas, guarniciones y demás objetos propios de la caballeriza.

#### ***1.2.6.2.- Camarero de hotel y restaurante.***

Los camareros de hotel suelen ir uniformados con distinta apariencia según la hora del día. Por la mañana, pueden vestir camisa y pajarita, para la cena, pueden vestir un chaleco, mientras que un jefe de sección usaría corbata en lugar de pajarita. En algunas zonas turísticas, es común que el camarero hable un idioma extra (generalmente inglés) para entender a la clientela. En hoteles que sirven las comidas en buffet, los camareros actúan sirviendo las bebidas y retirando platos usados, al tiempo que controlan la existencia de género en las bandejas del bufé para avisar a cocina si hay necesidad de elaborar más cantidad de un mismo plato. Al terminar el horario de comedor, los clientes deben desalojar el lugar y los camareros suelen entrar en la cocina para repasar y secar con un lita los platos y cubiertos que han salido del lavavajillas. En la terraza o salón del hotel, sirven bebidas a rangos de mesas, controlando limpieza de ceniceros y retirado de material usado mediante un protocolo.

Un camarero profesional, hace uso de técnicas para un mejor desarrollo de su trabajo; aprovecha los viajes entre bar y mesas para llevar siempre la bandeja llena, bien sea de bebidas para servir, al dirigirse hacia las mesas, o bien con material usado al dirigirse a la barra. Un camarero experto conoce técnicas para aumentar la producción, pudiendo provocar situaciones y llegar a hacer discretas preguntas a los clientes en el momento de la toma de comanda. Asimismo, mantienen un paso

constante, pausado pero alargado, lo que aparenta serenidad y les permite avanzar con rapidez y elegancia. El camarero ha de ser agradable y educado para que los clientes estén a gusto y en un futuro repitan.

La camarera de pisos es la o el profesional que se dedica a mantener en perfecto estado de limpieza y orden las habitaciones de un hotel. Normalmente así sea de más o menos categoría el establecimiento estos camareros estarán más especializados o menos, llegando incluso a haber varios camareros de pisos en una misma planta.

#### ***1.2.6.2.- Indumentaria básica.***

La indumentaria puede variar considerablemente según lugar o empresa y en algunos países el uniforme usual suele ser algo así como:

- Camisa blanca de manga larga.
- Pajarita o corbatín.
- Pantalón de pinza negro.
- Calcetines negros.
- Zapatos negros (de vestir).
- Aseado, afeitado, pelo ordenado, uñas cortas y manos limpias.
- Debe llevar placa identificativa.
- No accesorios.

- Chaqueta negra sin mangas.

### ***1.2.6.3.- Herramientas.***

Por lo general, suelen llevar consigo herramientas básicas como un sacacorchos o un abridor y bolígrafo. En determinados lugares pueden añadirse elementos extra como un lito un comandero o un TPV así como un delantal o un brazalete indicando ser jefe de sección. Algunos establecimientos hacen uso del pago al contado por parte del camarero de las consumiciones que solicita al barman: los clientes pagan al camarero las bebidas al contado, el camarero devuelve el cambio al cliente en el acto y cada nueva comanda de bebidas solicitadas al barman, debe abonarlas antes de partir con ellas para servir las a los clientes, obligándose a llevar un fondo en moneda para las operaciones de pago con el cliente. Al terminar la jornada, el camarero entrega el fondo al barman o jefe de bar.

### ***1.2.7.- Cocina.***

Compete a este departamento entre otras funciones, la transformación de la materia prima en producto terminado, así como también el control de dichos productos. La relación que existe con restaurante es la de suministrar los diferentes manjares que son preparados en este departamento, los mismos que deberán ser entregados al restaurante previa la presentación de una minuta o comanda, la misma que es elaborada por el personal de servicio.

## **1.3.- Coctelería.**

### ***1.3.1. Definición.***

Es una preparación a base de una mezcla de diferentes bebidas en diferentes proporciones, que contiene por lo general uno o más tipos de bebidas alcohólicas junto a otros ingredientes, generalmente jugos, frutas, miel, leche o crema, especias.

### ***1.3.2. Historia.***

El origen del coctel nos habla de tiempos muy lejanos. Basta con recordar el hidromel o aguamiel de los romanos, coctel que resulta de la mezcla de vino cocido y miel. Igualmente, la resina de los griegos era el resultado de mesclar especias y jugos de frutas. Aunque el origen del término coctel se pierde en las historias, anécdotas e imaginación, algunas de las versiones más simpáticas son:

Cocktail proviene del francés antiguo “coquetel”, palabra que en el siglo XVIII se refería a una mezcla de licores que se servía en una huevera y era oriunda de la región de Burdeos.

Cocktail, o “cola de gallo”, proviene del inglés empleado en la época de la guerra de Secesión para referirse a la mezcla de licores de abigarrados colores y efectos sorprendentes.

Según una leyenda americana, se cuenta que un cabaretero, habiendo perdido su gallo de cola coloreada, ofreció a quien lo encuentre un brebaje de múltiples bebidas. En América Central se cuenta que los propietarios de los gallos vencedores en los combates recibían como trofeo la cola del vencido y brindaban "on the cock'stail", es decir en honor a la cola del gallo.

Durante la gran prohibición norteamericana, los *barman*, verdaderos brujos de la coctelería, mezclaron ingredientes, añadieron jugos de frutas, especias y hierbas, aromáticas para matizar la mala calidad de los licores elaborados en la clandestinidad.

Fue así como surgieron recetas de nombres sonoros, que dieron la vuelta al mundo y se quedaron a vivir entre nosotros. Algunos son: Pussy Foot, Bloody Mary, Side Car, Alexander, Daiquiri, Tom Collins.

### ***1.3.3. ¿Qué es un bartender?***

Persona que atiende un bar o cantinero, pero con conocimientos (de herramientas, cristalería, cada una de las bebidas con las cuales trabaja y conocimientos de sala).

También debe tener conocimientos en la parte de cafetería y brindar un excelente servicio para maximizar las ganancias, también debe tener conocimientos de ventas.

#### ***1.3.3.1. Cualidades de un bartender.***

- Simpático.
- Prolijo.
- Limpio en sus herramientas y en su aspecto higiénico.
- Educado.
- Rápido, activo, ágil, seguro, atento con muy buena memoria.
- Con conocimiento.

- Tomar la coctelería con amor (en esto se diferencia un bartender exitoso a uno mediocre.
- Ética profesional.
- Dentro de las funciones de un bartender está la ética profesional.

**a) Justicia:** se debe atender a todos por igual, evitando privilegios que puedan ocasionar problemas.

**b) Diplomacia:** no olvidar que tenemos una profesión en la cual estamos siempre expuestos al público.

- Una sonrisa un buen saludo producirán un mejor acercamiento hacia el cliente.

“NO HAY UNA SEGUNDA OPORTUNIDAD PARA CAUSAR UNA PRIMERA BUENA IMPRESIÓN.

**Discreción:** se dice que el bartender es como el psicólogo del bar por lo tanto no perder la confianza que nos brinda un cliente.

- No solo con los clientes, también con los compañeros de trabajo.
- A la hora de corregir algo hagámoslo en privado.

**a) Venta sugerida:** sugerir al cliente un producto extra al que consume.

- b) **Sobreventa:** es vender un producto adicional que el cliente no tenía pensado consumir.

#### ***1.3.4. Diferencias de coctelería.***

Dentro de la coctelería se puede diferenciar en dos grupos la coctelería clásica y la coctelería moderna basando esta diferencia en las técnicas para realizar el servicio.

- a) **Coctelería moderna:** surge tras la demanda de un servicio diferente en un lugar donde el bartender no cuenta con el tiempo suficiente como para atender un cliente como en coctelería clásica.

Se pueden ver en bares, discos, clubs siendo el servicio más informal y empleando técnicas de manejo de herramientas no utilizadas en coctelería clásica, por ejemplo *flair*: es el arte de impresionar, son técnicas que utilizamos durante nuestro trabajo para captar la atención del cliente y de esta manera lograr mayor consumo.

Dentro de estas técnicas podemos destacar trucos de magia, juegos con botellas o tan solo llevar vestimenta llamativa.

- b) **Coctelería clásica:** es la rama de la coctelería que utiliza técnicas que denotan conducta y seriedad frente al cliente.

Se puede apreciar en hoteles, restaurantes donde el bartender cuenta con más tiempo para realizar su trabajo.

- c) **Uniforme del bartender:** el uniforme es según el lugar donde trabaje, como ya sabemos hay dos tipos de coctelería por lo tanto el uniforme no será el mismo para cada una de ellas.

- Hay que partir de la base que en ambos casos es fundamental la higiene, tanto de la ropa como personal, (uñas cortas, pelo corto y en caso de tenerlo largo prolijamente atado, afeitado y poco o nada de perfume).
- *En la coctelería clásica* el uniforme sería pantalón negro, camisa blanca, chaleco, moño y zapatos negros de Zuela alfa.
- *En la coctelería moderna* el uniforme sería la vestimenta que identifique el lugar de trabajo, zapatos suela alfa.

Nos apoyaremos de un mandil cual es un delantal pequeño con bolsillos donde colocaremos distintos tipos de utensilios para facilitar el trabajo (destapador, encendedor, bolígrafo, libreta, medicinas) para dar un buen servicio eficiente y rápido.

### ***1.3.5. Elementos de la Coctelería.***

#### ***1.3.5.1. Tipos de coctelera.***

- Coctelera de dos cuerpos.
- Coctelera de tres cuerpos.
- Coctelera Boston o huevo.

#### ***1.3.5.2. Mezclar bebidas de diferente densidad y enfriarlas.***

Su función es mezclar y enfriar dos o más bebidas que por las características de estas necesitan de un batido energético, todas cumplen la misma función pero se recomienda la de acero inoxidable.

#### ***1.3.5.3. Materiales:***

Acero inoxidable, plástico, vidrio, aluminio, bronce, plata, oro.

Se recomienda de acero inoxidable porque esta no trasmite su aroma.

- **Coctelera de dos cuerpos:** consta de un vaso y su tapa por lo tanto nos valemos de un colador de gusanillos para servir el coctel.
- **Coctelera de tres cuerpos:** consta de un vaso un colador desmontable y la tapa.
- **Boston o huevo:** consta de dos vasos uno de acero inoxidable y el otro de vidrio que calza uno dentro del otro. Esta coctelera tiene la ventaja de tener más recorrido para que se mezclen y se enfríen los cócteles.

#### ***1.3.5.4. Pasos para realizar un coctel***

- Lo primero que debemos colocar dentro de la coctelera es el hielo, estos serán los encargados de mezclar y enfriar el coctel.
- Luego colocaremos las bebidas a utilizar siguiendo un orden (de mayor a menor graduación alcohólica).

- El batido lo realizaremos tomando la coctelera con el pulgar de la mano derecha sobre la tapa y el dedo meñique de la mano izquierda en la base y apretamos con seguridad.
- Batimos enérgicamente sobre el hombro derecho a una altura no superior a la cabeza y sintiendo que el hielo golpea abajo y arriba de la coctelera.
- Nos daremos cuenta que el coctel está listo porque la coctelera se empaña.
- Lo que nunca debemos colocar dentro de una coctelera son bebidas efervescentes.
- El uso de la coctelera no termina cuando servimos el coctel sino cuando queda limpia y lista para volver a utilizar.

#### ***1.3.5.4.1.- Colador de gusanillos.***

Esta herramienta se utiliza en el caso que tengamos una coctelera de dos cuerpos la función es retener el hielo las semillas y la pulpa de los jugos y a diferencia de los coladores desmontables este permite pasar la espuma que se genera por el batido. Este debe permanecer en la hielera para que se mantenga frío y no le transmita calor al coctel.

#### ***1.3.5.4.2.- Vaso de composición o mezclador.***

Se utiliza en coctelería clásica para mezclar y enfriar bebidas que por sus características no necesitan un batido enérgico. Nos valemos de una cuchara de refrescar que es la encargada de mezclar y enfriar el coctel.

*Coctel refrescado, pasos para elaborarlo.*

1. Colocar hielo en el vaso de composición (ayudado por pinza).
- 2.-Colocar hielo en la cristalería.
- 3.-Refrescar la cristalería con la cuchara de refrescar y luego refrescar el vaso de composición. La cuchara ya no se retira del vaso de composición.
- 4.-Sacar el líquido excedente del vaso de composición ayudándonos del colador plano.
- 5.-Colocar las bebidas dentro del vaso de composición en el orden ya mencionado de mayor a menor graduación alcohólica.
- 6.-Retirar el hielo de la cristalería llevando dicha cristalería hasta la hielera y nos ayudamos de una pinza para retirarlo.
- 7.-Refrescamos el coctel.
- 8.-Con la ayuda del colador plano, servimos el coctel escanceando al final para que la última gota del coctel caiga dentro de la cristalería.
- 9.-Decorar con una decoración acorde.

***1.3.5.4.3.- Generalmente se refresca la cristalería.***

- **Hot drink:** son cócteles calientes que en su composición pueden llevar café, chocolate o aguas ardientes flambeadas.

- **Shooters:** por lo general son aguas ardientes y se sirven en vaso shoot tequila, ginebra.

#### *1.3.5.4.4.- Planilla de stock.*

- **Bebidas:** son las bebidas que tenemos para trabajar en el bar (todas).
- **Stock inicial:** es con la cantidad que contamos para comenzar a trabajar  
reposición 1: es la primera vez que debemos reponer algún material o bebida que se nos termine.
- **Reposición 2.** Es la segunda vez que debemos reponer algún material.
- **Roturas:** bebidas que se nos puedan romper en la noche por una caída o algún otro motivo.
- **Invitaciones:** invitar a un cliente que ha consumido en buena forma en nuestro bar.
- **Consumo interno:** es el consumo del personal de nuestra barra.
- **Traspaso:** es cuando debemos traer alguna bebida de otra barra a la nuestra o de la nuestra a otra barra.
- **Stock final:** es el total de materiales y bebidas que nos quedan después de cerrar nuestro bar.
- **Consumo:** es lo vendido en todo el horario de trabajo.

- **Perdidas:** es la cantidad de bebida obsequiada por el dueño del local o ya sea por nosotros a un amigo, un familiar, etc.

### ***1.3.6. Clasificación.***

#### ***1.3.6.1.- Cócteles Aperitivos.***

Sus fórmulas están compuestas de frutas que se caractericen por ser cítricas; tales como la maracuyá, el kiwi, la mandarina, la naranja, el limón, la toronja o pomelo y las uvas. Estos cócteles deben ser cortos y poco dulces.

#### ***1.3.6.2.- Cócteles digestivos:***

Sus fórmulas están compuestas por sabores dulces y son cortos. La principal función de estos cócteles es que facilitan la digestión de los alimentos. Se pueden preparar a base de jarabe de cereza, granadina, melocotón, fresa, tamarindo, crema de leche y helados.

#### ***1.3.6.3.- Cócteles reconstituyentes:***

Son aquellos que contienen elementos nutritivos como puede ser salsa de tomate, un ejemplo claro es el Bloody Mary.

#### ***1.3.6.4.- Cócteles de media tarde:***

Son aquellos que se sirven entre comidas.

#### ***1.3.6.5.- Cócteles refrescantes:***

Generalmente son aquellos que emplean zumos de frutas sin contenido alcohólico alguno.

#### ***1.3.6.6.- Cócteles de invierno:***

Son aquellos que utilizan licores de alta graduación alcohólica apropiada para esa época del año. Se pueden preparar con otros productos calóricos como el chocolate, el café, etc.

### ***1.3.7. Tipos de Preparación.***

La división más clara se centra en si se sirven secos o alargados (con agua u otro líquido), de esta forma se tiene los "soft drinks" o los "long drinks". El instrumento imprescindible para su elaboración es la coctelera. La diversidad de los cócteles es muy grande y pueden, no obstante, dividirse en:

#### ***1.3.7.1.- Directo:***

Cuando los ingredientes se mezclan directamente en la copa, dentro de estos tenemos la subcategoría de posse-café, que son las mezclas por capas, por ejemplo el B'52.

#### ***1.3.7.2.- Refrescado:***

Se pone hielo en la copa y se mezclan los ingredientes en la coctelera con la ayuda de un removedor o una cuchara bailarina.

#### ***1.3.7.3.- Batido:***

Preparación clásica en coctelera, por ejemplo el Pink Panther.

#### ***1.3.7.4.- Licuaditos:***

Preparación en licuadora.

#### ***1.3.7.5.- Frozen:***

Son los cocteles preparados en la licuadora con hielo molido, para obtener una consistencia parecida a la de un helado, por ejemplo: daiquiri o margarita.

#### ***1.3.7.6.- Flambeado:***

Son las combinaciones en cuya preparación se prende fuego.

### ***1.3.8. Decoración.***

La decoración de los cócteles debe ser estimulante y atractiva, jamás extravagante. En general los cócteles refrescantes con base en frutas permiten más elementos decorativos que los otros tipos de bebidas.

Se recomienda disponer siempre de cerezas marrasquino, aceitunas, guindas, limones, naranjas y otras frutas de temporada. En cambio, las manzanas, peras y bananos son productos oxidantes y requieren de rápida manipulación para evitar que se oscurezcan; para minimizar este efecto es necesario humedecerlas con un poco de zumo de limón.

### ***1.3.9. Composición de un coctel.***

De acuerdo con el reglamento de competencias de la International Bartenders Association, un coctel no puede contener más de cinco productos, incluidos los usados para decoración. Normalmente incluye un destilado de base, el cual es el elemento preponderante; dos licores para dar color y endulzarlo a la vez que rebajarlo; puede, además, llevar gotas de limón, de amargo o de algún colorante y una fruta como decoración. En el caso de los tragos largos, uno de los elementos es soda, refresco o jugo de fruta. Todo esto es enfriado en la coctelera o vaso mezclador mientras se prepara. En algunos casos se ponen trocitos de hielo en el vaso en que se presenta.

El contenido normal de un coctel es de tres onzas (85 el). Algunos cocteles, especialmente los refrescantes, pueden tener 6 ó más onzas. Pero, en cualquier caso, el contenido de licor de un coctel es de 2 a 2-1/2 onzas; esto incluye el destilado de base más los licores o vinos usados como complemento para "modificar" el aguardiente. Con el hielo que se derrite al mezclar o batir, las gotas o chorritos de aromatizantes o saborizantes y la fruta que se use como decoración se completan las 3 onzas del coctel. En los tragos largos, los cubos de hielo y la soda, refrescos o jugos alargan el trago a 6, 8 o 10 onzas.

### ***1.3.10. Tipos de cocteles.***

#### ***1.3.10.1.- Aperitivos cortos:***

Pisco Sour, Pichuncho, Chilean, Manhattan, Side Car, Daikiri, Dama Blanca, Roto Sour, Negroni, Bitter Batido, toda la línea de los Martini, Goteado, etc.

### ***1.3.10.2.- Cocktail:***

Incluye todos los aperitivos cortos más Alexander, Vaina, Aramayo, Juanito Rosado, Periodista, Cerrito, Reina Gitana, Farellones, Portillo, Puerto Varas, etc.

### ***1.3.10.3.- Bajativos:***

Whisky, Cognac, Fernet, Pisco y todos los licores dulces como: Menta, Cacao, Cherry, Apricot, Anis, etc. En general los bajativos se pueden tomar en estado natural o frío. También se pueden servir sobre hielo molido.

#### **➤ Algunos bajativos combinados:**

Fernet con Menta, Whisky con triple Sec, Pisco con Manzanilla, etc.

### ***1.3.10.4.- Aperitivos Largos:***

Tom Collins, Bitter a la Francesa, Bloody Mary, Campary, Vodka Naranja, John Collins, etc.

### ***1.3.10.5.- Tragos Largos:***

Combinados: Pisco, Cuba Libre, Chufly, Palomita, Jote, Gin con Gin, Vodka Tónica, etc. Preparados: Ladrillo, Primavera, Sangria, Leche de Tigre, Planters Punch, etc.

### ***1.3.10.6.-Tragos de Fantasía:***

Creaciones Personales, Cocktail de erizos, Arco Iris, etc.

### ***1.3.10.7.-El jaibol.***

Es la bebida favorita de muchos y ¡resulta tan simple de preparar! Para hacer un jaibol se usa, prácticamente, cualquier bebida alcohólica ligada con agua, soda, gingerale, o cualquier refresco carbonatado.

## ***1.4. El Servicio.***

### ***1.4.1. Definición.***

Es algo que va más allá de la amabilidad y de la gentileza. Es un valor agregado para el cliente, y en ese campo el cliente es cada vez más exigente. “Una mercancía comercializable aisladamente; o sea un producto intangible que no se toca, no se coge, no se palpa, generalmente no se experimenta antes de la compra pero permite satisfacciones que compensan el dinero invertido en la realización de deseos y necesidades de los clientes”.

Los servicios son acciones, procesos y ejecuciones que nosotros efectuamos para fidelizar a nuestros clientes, se debe entender al servicio no solo a las empresas que engloban en este sentido, pues en una empresa de productos el servicio forma parte de este producto por ejemplo en una compañía de cosméticos se entrega el producto pero el servicio se lo puede percibir en el empaque, calidad del producto, el contacto que hay entre vendedor cliente, es por ello que la mayoría de veces nos encontramos con la frase los bienes ofrecen un servicio.

### ***1.4.2. Servicio al Cliente***

El tener un enfoque bien definido hacia el cliente y una orientación hacia el servicio constituye un reto para toda organización, el servicio que se ofrece a los clientes es importante siempre y actualmente constituye un elemento básico para el éxito o fracaso de muchas empresas, ya que una relación cordial entre el proveedor y el cliente y sobre todo una relación comprensiva ante cualquier tipo de reclamo conforman una ventaja competitiva.

### ***1.4.3. Importancia.***

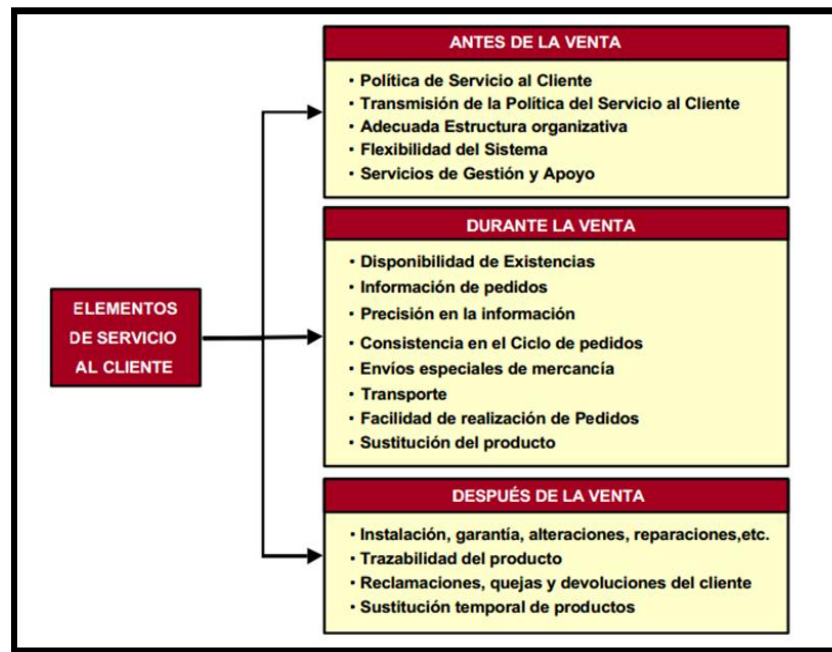
Es importante hablar del servicio, pues este se encuentra implícito en cualquier actividad comercial por ejemplo en el caso de que acudamos a una tienda esperamos recibir el mejor servicio, sea en rapidez, amabilidad, etc.; lo mismo ocurre cuando visitamos una página virtual esperamos que esta sea rápida, de fácil comprensión que nos ofrezca garantía y confidencialidad en el momento del pago, en definitiva esperamos que “se nos trate como un rey” pues una mala experiencia hace que la percepción sobre dicho establecimiento decaiga, y genera lo que se conoce como “comunicación boca a boca”, y los empresarios saben que esto representa una pérdida para la institución.

El servicio va más allá de la cortesía y la amabilidad se lo considera como un valor agregado para el cliente, debemos tener presente que el cliente es cada vez más exigente en este sentido, los clientes buscan a empresas en donde se pueda depositar confianza, credibilidad aunque muchas veces no lo notemos los cliente evalúan constantemente la calidad en el servicio, la manera como lo perciben. Si una empresa no da importancia a este aspecto no será competitiva o lo que es peor no podrá permanecer en el mercado.

La experiencia de vivir un mal servicio es la causa principal de la pérdida de clientes cuántos de nosotros en determinado momento nos encontramos con un mal servicio ya sea que no nos atienden pronto por que la vendedora se encuentra conversando por teléfono, leyendo y cuando se pide que se nos atienda lo hace de manera descortés o ni siquiera le presta atención.

#### 1.4.4. Elementos básicos al momento de prestar un servicio.

**Cuadro N° 1**  
**ELEMENTOS DE SERVICIO AL CLIENTE**



**Fuente:** <http://www.google.com.ec/search?q=elementos+del+servicio+al+cliente-consumidorclientesolidari.html%3B676%3B571>.

**Elaborado por:** Mayra Pillajo y Gabriela Pilaguano.

La parte fundamental al momento de prestar un servicio se encuentra en la interacción este debe ser cortés y amable transmitirle que es bien recibido y que estamos gustosos con su llegada, pero como dijimos anteriormente este no es

suficiente para dar un buen servicio, para ellos debemos orientarnos a nuestros clientes mediante los siguientes elementos:

#### ***1.4.4.1.-Respeto.-***

El cliente debe ser tratado respetuosamente ya que este interpretará la cortesía, confidencialidad, privacidad que se le ofrezca, es importante que el proveedor del servicio mantenga un contacto de cara a cara con el cliente para que la relación sea más estrecha.

#### ***1.4.4.2.-Entender la situación del cliente.-***

Los colaboradores deben tratar al cliente de manera individual pues eso demostrará el interés por entender sus necesidades y su situación, el cliente desea que se lo escuche, que se le explique sus inquietudes, es decir atención personalizada.

Proporcionar información completa y veraz.- Se deberá tener precaución en ella pues brindar una información errónea o equivocada causará malestares a nuestros clientes debemos eliminar de nuestra mente la frase “el cliente no se va a dar cuenta”.

#### ***1.4.4.3.-Equidad.-***

Las personas merecemos ser tratados por igual, todos pagamos por algo que esperamos recibir, los clientes en muchas ocasiones se quejan de que los empleados ofrecen tratamiento especial a sus amigos, o aquellas personas de una clase social alta este es una realidad que la percibimos todos los días.

#### ***1.4.4.4.-Confiabledad.-***

El servicio debe ser prometido con exactitud y seriedad, la confiabilidad no es solo cuestión de actitud sino también de procedimientos, en caso de que exista una queja la empresa debe atender el reclamo de la manera más oportuna pues este es un derecho de todos los clientes.

#### ***1.4.4.5.-Rapidez.***

La atención deberá realizarse sin demoras innecesarias pero no con precipitación. Ya que el servicio es el resultado de una interacción entre vendedor y comprador, todo error siendo altamente visible, es siempre “oficial”, como consecuencia, es muy importante estar listo para aplicar acciones correctivas.

#### ***1.4.4.6.- Seguridad.***

Aquí intervienen aspectos tangibles como intangibles entre los primeros encontramos las instalaciones físicas, equipos, personal, mientras que en el último se encuentran los conocimientos que poseen los empleados es decir la habilidad para transmitir seguridad.

- **Obtención de resultados en el primer contacto.-** Que el cliente obtenga lo que desee, a esto se le traduce como la voluntad de ayudar a los clientes, debemos recordar que el objetivo estratégico de un buen servicio es mantener una relación de por vida.

La clave fundamental al momento de prestar un buen servicio se ve reflejado en obtener cada día más clientes además de ello mantenerlos satisfechos, esto hará que nuestro servicio se convierta en nuestra mejor referencia.

### ***1.4.5. Reglas para prestar un buen servicio.***

Para prestar un buen servicio se encuentran las siguientes reglas:

#### ***1.4.5.1.-Regla de Platino.***

Debemos actuar con nuestros clientes como consultores, asesorar sobre los que ellos requieren o necesitan, no obligar o manipular a nuestros clientes para que compren dicho producto y/o servicio por que definitivamente los gustos de los clientes no serán igual al de los empleados.

#### ***1.4.5.2.-Regla de oro.***

Se rige básicamente en “Tratar a los demás como te gusta a ti que te traten” “Las personas que dirigen las empresas es decir los líderes conciben al servicio como la clave del éxito pues saben que constituyen la parte integral del futuro de la organización, fundamentalmente el servicio es la mejor estrategia para generar beneficio seguida de sus políticas de precio, portafolio de productos, etc., la búsqueda de ofrecer un buen servicio no es una tarea fácil, se debe lograr cada día, semana, mes y año y debe estar en un constante análisis, tampoco se debe pensar que ofrecer un buen servicio es la solución de los problemas.

### ***1.4.6. Características del servicio.***

#### ***1.4.6.1. Los servicios son más intangibles que tangibles.***

Se entiende por intangibilidad que no puede ser tocado palpado, ni tampoco puede ser definido fácilmente. Por ello el servicio es el resultado de un esfuerzo o un trabajo,

por el contrario un producto es un objeto es algo que si es tocable; pero no existe una regla general que demuestre que un servicio vendido puede ser tangible.

Los servicios pueden ser consumidos pero no pueden ser poseídos. Esto se debe a que los servicios son ejecuciones o acciones en lugar de productos, básicamente esta es la diferencia principal entre un producto y un servicio. El valor que le demos al servicio dependerá de la experiencia personal.

#### ***1.4.6.2. Los servicios son menos estandarizados y uniformes.***

Significa que dos servicios nunca serán idénticos o iguales esto se debe a varias razones la primera es que nuestros clientes tienen demandas diferentes, perciben el servicio de manera única de hecho desde el punto de vista de los clientes a menudo los empleados son el servicio; la segunda radica en que los empleados por más que se esfuerzan jamás prestarán un servicio igual o semejante este puede dar impresiones distintas a dos clientes en un mismo día, dependiendo de las necesidades o de la hora de la venta ya que si el uno fue en la mañana, cuando el vendedor está relajado sin presiones será una buena impresión pero sí en cambio está va en la tarde en donde ya se encuentra fatigado la imagen del servicio será diferente, por ello es necesario dar capacitación a las personas que estarán encargadas en brindar servicios a nombre de nuestra empresa.

En vista de que los servicios se basan en personas o equipos ellos son los que prevalecen por ello es difícil que el servicio pueda ser realizado eternamente de forma uniforme y estandarizada.

#### ***1.4.6.3. Perecederos.***

Este se refiere a que los servicios no se pueden almacenar, preservar y revenderse es decir no se pueden realizar en otro momento, por ejemplo en el corte de cabello que este lo realice equívocamente no podrá regresarlo, pero lo que si podrá es diseñar estrategias para recuperar la buena disposición de su cliente en caso de que ocurra un problema, en definitiva si se prestó inadecuadamente un servicio no se puede revisar. La producción y consumo del servicio se realizan en el mismo momento: No es posible crear un almacén de servicios.

#### ***1.4.6.4. Inseparabilidad.***

En los servicios la producción y el consumo son parcial o totalmente simultáneos. A estas funciones muchas veces se puede agregar la función de venta, esta inseparabilidad también se da con la persona que presta el servicio.

#### ***1.4.6.5. Los servicios no pueden ser protegidos por patentes.***

Puesto que pueden ser copiados y es muy difícil que puedan ser protegidos, por ello es de vital importancia que el servicio se diferencia de los demás.

#### ***1.4.6.6. Acciones tangibles para los cuerpos de las personas.***

Es decir que para la entrega del servicio es preciso que el cliente se encuentre presente de forma física, para recibir el servicio. Como por ejemplo el que una

persona se vaya a realizar algún tipo de operación es necesario que se encuentre presente; esto viene a ser un procesamiento de personas.

#### ***1.4.6.7. Acciones tangibles para los bienes y otras posesiones físicas.***

En este caso también se necesita que esté presente el objeto que debe ser procesado pero ya no el cliente. Como por ejemplo: el arreglo de una casa o la reparación de un artefacto eléctrico; esto vendría a ser un procesamiento de posesiones.

#### ***1.4.6.8. Acciones Intangibles dirigidas a las mentes de las personas.***

Consiste en que el cliente se encuentre presente mentalmente, por ejemplo puede estar conectada por medio de señales de difusión o sistemas de telecomunicación; esto es procesamiento del estímulo.

#### ***1.4.6.9. Acciones Intangibles dirigidas a activos intangibles.***

Como por ejemplo la banca de inversiones. Comprensión de la Naturaleza de las acciones del servicio.

#### ***1.4.6.10. Significados de servicio al cliente.***

No existe un acuerdo total sobre lo que es el servicio al cliente ya que el mismo tiene algunos significados como:

- Las diligencias que se deben realizar para entregar correctamente en el tiempo y con el precio justo el producto o servicio.
- La relación que se da entre el cliente y el proveedor al momento de prestar el servicio.
- La provisión de servicios de reparación y mantenimiento post-venta.
- El servicio al cliente según el autor Francés Gaither Inches lo considera como “Todas las actividades que unen a una organización con sus clientes”<sup>10</sup> en esta definición se enfatiza que el servicio al cliente es una gama de actividades que en conjunto originan una relación. También puede ser considerada como las actividades secundarias que realiza una empresa para optimizar la satisfacción que reciba el cliente de sus actividades principales.

Para ello debemos preguntar qué servicios se ofrecerán y como lo vamos a hacer, la primera se refiere en determinar cuáles son los servicios que el cliente exige o demanda mediante el cuestionario, observación, grupos focales.

La última pregunta que se refiera a cómo lo vamos a ofrecer, qué actitudes van a tomar nuestros colaboradores, precio, si se le va a ofrecer un servicio gratuito por un año o determinado tiempo por la compra de un determinado producto, un elemento clave del servicio al cliente se encuentra en la capacitación humana de todo el personal con énfasis a quienes se involucren directamente con el cliente pues de ellos depende que el cliente regrese o no.

Tanto el cliente interno (colaboradores) como externo deben sentirse cómodos en la organización en el caso de que un cliente interno sea tratado mal como podemos esperar que ellos traten bien a nuestros clientes externos.

Como lo hemos señalado anteriormente el servicio enfocado al cliente debe:

- Centrar todos sus procesos al cliente.
- Orientar toda la gestión al concepto de creación de valor para los clientes (los clientes, siempre, han comprado valor y sólo valor).
- Incorporar una cultura de servicio adquiriendo así la empresa una mejora constante en sus servicios.
- Utilizar el servicio como distintivo de la empresa convirtiéndose en un elemento diferenciador acompañado de una fuerte ventaja competitiva.
- Desarrollar nuevas medidas cuyo objetivo será el de establecer nuevos criterios y sistemas para la medición del desempeño de la empresa, sus diferentes áreas y personas, permitiendo así relacionar directamente la satisfacción de los clientes con los objetivos financieros y las mediciones operativas.
- Manejar efectivamente las tecnologías.- Aprovechando al máximo las tecnologías que se nos presente con el objeto de mejorar las relaciones con nuestros clientes, entre ellos diseños de páginas web, correo electrónico, CRM (Customer Relationship Management, se entiende como la Gestión de Relación con clientes).El servicio al cliente radica en la filosofía, las actitudes y los comportamientos de cada uno de los empleados que van desde el portero hasta el presidente.

### ***1.4.7. Tipos de Servicio.***

Es la forma de orientar o prestar el servicio generalmente de alimentos a la mesa del cliente, prima en esto el gusto y conocimiento del cliente, el criterio del Maître, la habilidad y conocimiento por parte del personal de servicio para su correcto desarrollo.

Hay varios tipos de servicio de los cuales unos tienen lineamientos generales y se toman como universales y otros son modificaciones de alguno de estos, tales se consideran como modificaciones o propios de un medio particular.

#### ***1.4.7.1.- El servicio americano:***

Significa un servicio desempeñado por un mesero, con los platos y los entremeses servidos en la cocina según órdenes individuales. Los platos se disponen y llevan en bandejas hasta la mesa auxiliar de servicio. Generalmente, aunque esta tendencia puede estar cambiando, las comidas y las bebidas se sirven por la derecha, teniendo en cuenta que la pieza principal del plato debe quedar frente al cliente en la parte de abajo del plato y el logotipo o decoración también al frente del cliente pero en la parte superior.

Los platos se levantan por la derecha. Las mesas que estén contra la pared se sirven en la forma más conveniente para el cliente. Tal vez la característica que distingue este servicio americano inmediatamente es su rapidez. Se considera el servicio menos formal de los existentes, se basa en que los alimentos vienen servidos y presentados desde la cocina en el plato a servir al cliente. Para retirar los platos se hace por el lado derecho, a excepción del plato del pan y la mantequilla. Las bebidas se sirven y retiran por la derecha.

#### ***1.4.7.2.- Servicio francés:***

Aquí los alimentos vienen sobre “plaqués” o fuentes y son presentados y ofrecidos al cliente por la izquierda, para que éste se sirva la cantidad que estime conveniente.

La principal característica de este servicio es que todo su menú es elaborado en presencia del cliente. Los ingredientes se traen de la cocina y se les muestran al cliente para su inspección y el maître los prepara delante del comensal. Se precisa gran habilidad del personal para presentar eficientemente este tipo de servicio. Los camareros deben estar familiarizados con los ingredientes del menú y los métodos de preparación. El servicio francés es muy caro y requiere de un menú de alto precio. De igual modo requiere de vajillas de excelente categoría para causar una excelente impresión.

#### ***1.4.7.3.- Servicio Ingles.***

Tipo de servicio en el que los manjares se sirven de cocina en fuentes con todos los elementos bien colocados; el camarero, que previamente habrá colocado el plato vacío por la derecha del cliente, llevará la fuente en el brazo izquierdo sirviendo de la fuente al plato por la izquierda del comensal. El camarero para realizar éste servicio se ayuda de una cuchara y un tenedor trincherero en forma de pinzas. Es de extrema importancia que el camarero adopte una postura correcta para no molestar al cliente ni tampoco fatigarse innecesariamente. Para ello puede colocar la pierna izquierda más adelantada que la derecha, inclinándose lo necesario para realizar el servicio de forma correcta y no manchar al comensal. Este servicio es también llamado tipo familiar.

#### ***1.4.7.4.- Servicio a la rusa o Gueridon.***

Algunos atribuyen su origen al príncipe ruso Alexander Kurakin quien dicen que fue la primera persona en utilizar este método de servicio a comienzos del siglo XIX.

El servicio en gueridon (que es una pequeña mesa auxiliar móvil con diversos elementos) es un servicio bastante exclusivo, poco utilizado actualmente, salvo en establecimientos de alto standing o de categoría superior. La exclusividad que requiere en cuanto a personal, dedicación de tiempo y materiales le hace poco rentable en la mayor parte de los establecimientos de hostelería.

El servicio gueridon incluye entre sus labores trinchar, cortar, trocear, rebanar, lonchar, flambear, pelar y, en general, cualquier tipo de preparación de platos al instante. Podemos decir, que es una pequeña cocina donde se realizan ciertos platos o preparaciones especiales para los clientes.

#### ***1.4. 8.- Calidad en el Servicio.***

Ofrecer calidad en el momento de la entrega del servicio constituye la mejor publicidad que se puede ofrecer a nuestros clientes y como todos sabemos el objetivo de toda publicidad es el de vender, convencer, construir una marca para el futuro.

Algunos aspectos que intervienen en la calidad el servicio son:

##### ***1.4.8.1.-Elementos tangibles.***

Son aquellos que se refieren al aspecto físico de la empresa tanto equipos como la presentación del local, imagen del personal, si estos aspectos tangibles se encuentran

eficientemente estructurados puede provocar que el cliente realice su primera actividad comercial con la organización.

#### ***1.4.8.2.-Cumplimiento de promesas.***

Se refiere al hecho de realizar oportunamente y eficazmente el servicio acordado para ello la empresa deberá contar con procesos claramente identificados y definidos pues a la vista de los clientes estos son muy importantes en la entrega de servicio, si se cumple cabalmente esto puede hacer que el cliente regrese a la organización.

#### ***1.4.8.3.- Actitud de servicio.***

Las empresas con frecuencia no superan este aspecto, pues los clientes perciben falta de actitud de servicio por parte de los empleados, y este es el factor que los clientes consideran el más importante en el momento de la evaluación del servicio.

#### ***1.4.8.4.-Ineficaz y Desagradable.***

Aquí se encuentra el servicio en el cual se combinan la baja competencia técnica, productiva y el mal trato al cliente, básicamente se maneja bajo la frase “Somos incompetentes y no nos importa ser antipáticos”.

#### ***1.4.8.5.-Ineficaz y Agradable.***

Aquí las empresas dan un mejor servicio tratan al cliente como rey con el objeto de no mostrar su incompetencia técnica o productiva. Su lema es “Lo hacemos mal pero somos encantadores”.

#### ***1.4.8.6.-Eficaz y Desagradable.***

Se sitúan las empresas que son altamente eficaces ya sea en sus procesos, su meta es alcanzar estándares de calidad técnica pero como desventaja es que ellos no se enfocan al cliente y eso no les permite ser líderes. Su frase es: “Somos muy eficientes pero muy antipáticos”.

#### ***1.4.8.7.-Eficaz y Agradable.***

Se encuentran las empresas que son líderes en el mercado que mantienen el equilibrio entre el servicio y sus procesos técnicos y productivos; son organizaciones en el que su objetivo principal es el cliente porque saben que de él depende su rentabilidad, saben enfrentar a su competencia, hablan de liderazgo su lema es “Hacemos nuestro trabajo con la máxima calidad”.

### ***1.4.9. El Cliente.***

- El éxito de una empresa depende fundamentalmente de la demanda de sus clientes. Ellos son los protagonistas principales y el factor más importante en el juego de los negocios.
  
- Existen múltiples perspectivas desde donde definir a la calidad en el servicio. Para el usuario la calidad implica satisfacer sus necesidades y deseos. Esto quiere decir que la calidad depende de la forma en la cual el servicio responde a las preferencias del cliente. También puede decirse que brindar un óptimo servicio de calidad es aportar valor al usuario.

### ***1.4.10. Pasos a seguir para satisfacer las necesidades de nuestros clientes.***

#### ***1.4.10.1.-Atención al público.***

Toda persona que trabaja dentro de una empresa y toma contacto con el cliente, la misma aparece identificada como si fuera la organización misma.

#### ***1.4.10.2.-La comunicación efectiva.***

Cuando nos comunicamos con alguien no solamente emitimos un mensaje, también recibimos una respuesta y nuevamente comunicamos ante esa respuesta. Todo ello se realiza con palabras, gestos, pensamientos y sentimientos.

#### ***1.4.10.3.-Excelencia.***

La excelencia es sorprender al cliente dándole más de lo que se le prometió.

### ***1.4.11.- Tipos de cliente.***

Es importante que los mercadólogos conozcan los tipos de clientes que tienen en su empresa ya que está en juego aspectos tales como la reputación de la empresa, satisfacción del cliente, lealtad.

#### ***1.4.11.1.- Clientes Actuales.***

Son aquellos que realizan sus compras de manera periódica o lo hicieron de forma reciente y por ende genera ventas de manera actual y permite tener una determinada participación en el mercado. Dentro de este tipo de cliente se encuentra:

#### ***1.4.11.2.- Clientes Activos e Inactivos.***

Los primeros son aquellos que realizan sus compras de manera actual o lo hicieron en un período corto de tiempo, en cambio los inactivos constituyen aquellos que realizaron sus compras hace un tiempo atrás lo que se deduce que acudieron a la competencia o que están insatisfechos con la empresa.

#### ***1.4.11.3.- Clientes Complacidos, satisfechos e Insatisfechos.***

El primero son aquellos que percibieron el servicio de manera positiva superando sus expectativas, el cliente satisfecho en cambio se encontraba al mismo nivel que el de su expectativa pero pueden dejar la empresa, y por último el cliente insatisfecho son los que percibieron el servicio por debajo de sus expectativas.

#### ***1.4.11.4.- Clientes altamente influyentes, regular, de influencia a nivel familiar.***

Los clientes altamente influyentes se caracteriza por influir en un grupo de personas grandes ya sea de manera positiva o negativa, los de influencia regular en cambio ejercen influencia en grupos más reducidos atraer este tipo de clientes es menos costoso que el anterior; y por último como su nombre lo indica poseen un grado de influencia en un entorno familiar y amigos.

#### ***1.4.12. - Tipos de clientes que reclaman.***

Este se refiere al tipo de personas que reclaman ante una falla en el servicio y/o producto se encuentra los siguientes:

#### ***1.4.13.- Clientes Pasivos.***

Son aquellos que consideran que reclamar se contrapone con sus valores o normas personales y por lo tanto es menos probable que emprendan cualquier tipo de acción ante una falencia tampoco comunicaran a sus proveedor o a terceras personas ni emitirán comentarios negativos.

#### ***1.4.14.- Clientes Voceros.***

Aquí se encuentran los clientes que reclaman de manera activa ante el proveedor del servicio pero como contrapartida ellos no emitirán comentarios negativos, ni tampoco se cambian a la competencia, ellos piensan que el reclamar da como resultado beneficios sociales y por lo mismo no dudan en realizarlo, a este tipo de clientes se les debe considerar como el mejor amigo de la empresa ya que brindan una segunda oportunidad a la empresa.

#### ***1.4.15. Clientes Irritados.***

Estos consumidores tienden a difundir comentarios negativos ante familiares y amigos y no brindan una segunda oportunidad a la empresa por lo que la abandonan y acuden a su competencia.

#### ***1.4.16.- Clientes Activistas.***

Estos consumidores reclaman ya que piensan que este se ajusta a sus normas personales y se debe tener mucho cuidado con este tipo de clientes pues estos reclaman al proveedor, difundirán las fallas encontradas ante terceras personas al igual que ha conocidos y familiares.

### **1.5. Montaje de Mesas.**

Es la operación que requiere de una secuencia de pasos y movimientos por parte del personal del comedor, que aplicados en forma técnica dan como resultado simetría en la mesa. Estas formas de montaje se ven en las diversas formas de servicio dependiendo del estilo del restaurante o establecimiento.

#### ***1.5.1. Forma de tomar el material para el montaje.***

Cada elemento se deberá manipular o tomar en una forma adecuada con el fin de no dejar huellas o grasa en las superficies ya brilladas. La elegancia de un salón comedor se proyecta en la calidad de su mobiliario, de su material y del impacto visual de las mesas y el entorno decorativo.

El montaje de las mesas debe presentar unas mesas con sus elementos ordenados y dispuestos en forma simétrica que reflejen la organización del buen servicio. Esta operación requiere una secuencia de pasos y movimientos por parte del personal de ayudantes de mesa y meseros que aplicados en forma técnica dan como resultado un trabajo ordenado, seguridad en el proceso, orden y simetría de la mesa. Otro aspecto es la productividad del personal del servicio que logra el montaje total en menores lapsos de tiempo.

### ***1.5.2. Pasos para el montaje.***

Se debe tener en cuenta que todos los materiales se deben manipular o tomar en la forma adecuada a fin de no dejar huellas o grasa en las superficies brilladas. La forma correcta de coger cada elemento será la siguiente:

#### ***1.5.2.1.-Fase I.***

##### ***1.5.2.1.1.-Mantel.***

Colocarlo doblado en el centro de la mesa, el mesero se coloca al frente de un lado de la mesa y abre el mantel en forma rectangular. La línea central de planchado debe quedar mirando hacia el mesero, introducir los dedos pulgar encima y luego el dedo índice, luego dedo corazón y luego dedo anular sujetando por pliegues el mantel.

Se lleva el mantel hasta el extremo opuesto de donde está ubicado, suelta los dedos anulares para liberar la parte del mantel, dejándolo caer 35 cm, desde el borde de la mesa; luego trae la línea media del planchado del mantel hasta el centro de la mesa, libera el mantel de los dedos pulgares, sujetando el ultimo pliegue entre los dedos índice y anular se hala el mantel hacia el extremo opuesto se suelta y se deja caer, finalmente, se revisa que el mantel quede uniforme por todos lados.

##### ***1.5.2.1.2.-Cubremantel, sobremantel o tapa:***

Se procede igual a la operación anterior pero en forma esquinada.

- **RECUERDE:** El mantel y el cubremantel, jamás deben colocarse abriéndolo y dejándolos caer a manera de globo.

### ***1.5.2.2.-Fase II.***

#### ***1.5.2.2.1.-Plato base:***

Se toma el plato en su superficie de abajo con la palma de la mano, dedos abiertos y se sujeta con la almohadilla que se forma más abajo del dedo pulgar, este dedo debe ir recto, jamás debe introducirse en el plato. El borde del plato debe quedar a 1 cm de la orilla del tablero de la mesa frente a la silla.

Si el plato tiene logotipo o monograma se colocara en forma tal que quede en posición de lectura para el cliente.

#### ***1.5.2.2.2.-Cubertería:***

Esta se debe tomar por el mango tratando de no colocar las yemas de los dedos sobre la superficie. Los cubiertos se colocan en el orden en que han de usar, de afuera hacia adentro en ambos sentidos.

Colocar el cuchillo clásico y la cuchara (esta se coloca a la hora del almuerzo), a la derecha del plato base, ligeramente separado del plato base, el cuchillo con el filo hacia adentro y la cuchara como primer servicio, el mango debe ir a 1 cm del borde de la mesa.

El tenedor se ubica al lado izquierdo del plato base, ligeramente separado, con los dientes hacia arriba, y el mango a un cm del borde de la mesa. El cubierto para postre se coloca en la parte superior arriba del plato base con el mango hacia la derecha la cuchara y el tenedor con el mango hacia la izquierda.

### ***1.5.2.3.-Fase III.***

Colocar el plato para pan a 5 cm. aproximadamente de distancia del tenedor y el borde de la mesa. La pala mantequera se coloca encima del plato para el pan, en su borde derecho.

### ***1.5.2.4.-Fase IV.***

#### ***1.5.2.4.1.- Cristalería:***

Se ubican a la derecha de la parte superior del plato. Si son muchas se puede disponer formando un triángulo o hacia el centro del plato de cada persona y se ordena de derecha a izquierda en el orden en que se van a usar, por ejemplo copa vino blanco, vino tinto, agua. Cuando se sirve champaña esta copa se sitúa detrás de las otras tres. Cuando se ofrece agua solamente se coloca la copa para agua a 1 cm. Delante y frente a la punta del cuchillo. Todas las copas se deben tomar por el tallo.

### ***1.5.2.5.-Fase V.***

#### ***1.5.2.5.1.- Decoración:***

Ubicarlo al centro de la mesa, se recomiendan arreglos florales sencillos y bajitos para que no interfieran con la visualización de los clientes al sentarse. Las flores con aromas acentuados no son recomendables, porque interfieren con el olor de los alimentos.

### ***1.5.2.6.-Fase VI.***

#### ***1.5.2.6.1.-Servilleta:***

Debe pinzarse y colocarla doblada sobre el plato base. Si se hacen decoraciones debe manipularse la servilleta con guantes y se ubican sobre el plato base o dentro de la copa para agua.

#### ***1.5.2.6.2.-Petite Menage:***

Se colocan centrados en la mesa al lado de la decoración asignada, generalmente no se acostumbra colocar y se llevan a solicitud del cliente (saleros, pimenteros, aceiteros, especias).

### ***1.5.3. Tipos de montaje según el servicio:***

#### ***1.5.3.1.-Bodas, quinceañeros:***

Se montan mesas rectangulares o redondas. Para una boda la torta se coloca en un lugar donde se pueda tener mejor vista, y se monta una mesa principal para el número de personas que haya indicado el cliente, frente a la misma se montaran las mesas del resto de los invitados.

#### ***1.5.3.2.-Coctel:***

Este tipo de servicio el montaje no tiene complicaciones; pues solo se montan algunas salitas o sillas si el cliente lo desea, un bar desde donde servir las bebidas y si es tipo buffet una mesa para este servicio, se deben colocar ceniceros de pie.

### ***1.5.3.3.-Desayunos, almuerzos y cenas sentados:***

Se siguen los mismos pasos anteriores, teniendo en cuenta el menú ofrecido y el tipo de servicio que se va a prestar si es plato servido o tipo buffet, también se tiene en cuenta la solicitud del cliente, el horario de servicio etc.

De acuerdo al menú se determinan las necesidades de la cubertería que puede ser mixta: clásica y especializada. En la colocación de las mesas y sillas debemos tener como norte la mesa principal o la atracción principal, deben colocarse simétricamente, estar limpias y perfectamente equilibradas y paralelas con los bordes de la mesa.

## **1.6.- Relación entre calidad y servicio.**

Calidad como satisfacción de las expectativas del cliente. “un producto o servicio será de calidad cuando satisfaga o exceda las expectativas del cliente. En años recientes se le ha puesto especial importancia a los deseos y necesidades de los clientes con el fin de brindarles lo que ellos realmente desean y necesitan.

La evolución de la gestión de la calidad ha pasado de una perspectiva centrada en la producción a una más integrada a la dimensión del mercado. Se enfoca hacia el exterior de las organizaciones, por lo que estará especialmente expuesta a los cambios del mercado. La base en este tipo de calidad es encontrar los factores y expectativas que llevan a un cliente a comprar determinado producto. Es decir, se deben tomar en cuenta todos aquellos factores que influyen en la calidad del producto o servicio esperado. Algunos de los más importantes según Ruiz-Olalla (2001) son los siguientes:

### ***1.6.1.-Comunicación boca a boca.***

La opinión que se forma el potencial cliente depende de lo que oye decir sobre él a otros consumidores.

### ***1.6.2.-Necesidades personales.***

Las características y circunstancias personales de cada cliente modifican las expectativas que se pueden llegar a crear.

### ***1.6.3.-Experiencias anteriores.***

Las expectativas que tienen los clientes que no han utilizado nunca el servicio no suelen ser las mismas que las de aquellos que ya han experimentado con el uso de ese servicio o con otro de características similares.

### ***1.6.4.-Comunicación externa.***

Se refiere a los mensajes directos e indirectos que lanzan las empresas a sus clientes, de los cuales merece la pena destacar el precio.

**a)** Es a partir de que se toma en cuenta al cliente y sus expectativas, cuando se dice que el factor se convierte en un elemento indispensable en la formación de la imagen de una empresa.

**b) Calidad como valor con relación al precio.** “tanto precio como calidad deben ser tenidos en cuenta en un mercado competitivo ya que la calidad de un producto no puede ser desligada de su costo y de su precio”. Se puede decir que existe un

trasfondo en el concepto de calidad como valor, ya que bajo una perspectiva económica, el precio es el primer determinante en la elección del consumidor. Ya sea que el cliente busque un precio económico o elevado, dependiendo del poder adquisitivo que posea. Sin embargo, en general se puede decir que el precio de un artículo o servicio es un valor tanto tangible como intangible ya que este determina una situación social de status.

c) **Calidad como excelencia.** Esta definición es la más integradora y puede ser aplicada a productos, servicios, procesos y a la empresa en su conjunto. Este concepto se aplica a los productos que obtienen los máximos estándares de calidad en todo lo que los integra o compone. Se dice que llegado a este punto los productos y servicios no sólo tiene que ser aptos para el uso que se le ha asignado, sino que, además tienen que igualar e incluso superar las expectativas que los clientes ha depositado en ellos. El objetivo consiste en satisfacer a los clientes desde el principio hasta el fin. Esta nueva concepción de calidad es lo que se conoce como Calidad Global. Se puede decir entonces que la calidad en los servicios es tan importante como la calidad tangible de los productos. De hecho en muchos casos la atención al cliente se ha convertido en punto esencial para las empresas, sobre todo, cuando ésta depende de la lealtad de los mismos.

Para estudiar la evolución de la calidad del servicio en la historia se debe tomar en cuenta la evolución que ha tenido la mercadotecnia de servicios. La mercadotecnia de servicios estudia la forma en que los servicios interactúan en las formas comerciales de los países. Dentro de ésta podemos encontrar tres etapas fundamentales en su desarrollo “Gatear (antes de 1980), correr por todas partes (1980-1985) y caminar erguidos (de 1986 a la fecha)” (Love lock, 1997, p. 77). Con esto nos damos cuenta de qué tan joven es la incursión que se tiene en el marketing de servicios.

## CAPITULO II

### 2.- NORMAS Y REGLAMENTOS

Normas que se aplicaran en el manual de prestación de servicios como un respaldo para desarrollar las actividades dentro del laboratorio de servicios.

#### 2.1.- La norma ISO 9000:2000 en empresas de servicios.

Cuadro N°2

##### PRINCIPIOS DE LA GESTIÓN DE CALIDAD



Fuente: <http://www.slideshare.net/charoampuero/principios-de-calidad-8463926>.

Elaborado por: Mayra Pillajo y Gabriela Pilguano

### ***2.1.1.- Enfoque basado en procesos.***

La nueva norma trae un enfoque basado en procesos lográndose con esto garantizar la eficiencia y eficacia del SGC (Sistema de Gestión de Calidad) al poder articularse de esta forma procesos, actividades y tareas relacionadas entre sí, conllevando esto a la satisfacción del cliente.

### ***2.1.2.- La calidad en los servicios como lograr la satisfacción de los clientes.***

#### ***2.1.2.1.-Servicio:***

“Una contribución al bienestar de los demás” y “mano de obra útil que nos proporciona un bien tangible”. (James Harrington).

#### ***2.1.2.2.-Procesos de servicios:***

Generación de un bien intangible que proporciona bienestar a los clientes.

#### ***2.1.2.3.-Organización de servicios:***

Aquella que, dentro de los resultados con la interacción de sus clientes, se caracteriza por “desarrollar transacciones en beneficio de éstos” que “proporcionan conocimientos o información a sus clientes”.

### ***2.1.3.- Propiedades de los servicios.***

- Los servicios, son intangibles.
- Los servicios se prestan por única vez.
- Los servicios se producen y consumen en forma simultánea.
- En el proceso de prestación de servicio juega un papel importante el cliente.
- Para garantizar la calidad en la prestación del servicio hay que planificar la prestación de este con bastante anterioridad.
- La prestación del servicio es muy personal, es decir la calidad casi está determinada por un servicio que se presenta de manera personal.
- La prestación del servicio se caracteriza por la transacción directa.
- En esta intervención intervienen una cantidad elevada de procesos.

### ***2.1.4.- Categoría de los servicios.***

- Servicios educativos.
- Servicios de hotelería.
- Servicios de transporte.

- Servicios bancarios.
  
- Servicios públicos.
  
- Servicios de mantenimiento.
  
- Servicios de salud.
  
- Servicios de turismo.
  
- Servicios de seguridad.
  
- Servicios de envío de correo.
  
- Servicios de comunicación.
  
- Servicios gubernamentales.
  
- Compañía de seguros.
  
- Restaurantes.

### ***2.1.5.- Medidas de calidad del servicio.***

Retroalimentación en la prestación del servicio:

Los procesos deben poseer una retroalimentación permanente en la que los efectos generen información sobre las causas; de esta forma existiría retroacción entre acción y conocimiento en la prestación del servicio.

### ***2.1.6.- Propiedades de los servicios.***

- Los servicios son intangibles.
- Los servicios se prestan por única vez.
- Los servicios se producen y consumen de forma simultánea.
- En el proceso de prestación de servicio juega un papel importante el cliente.
- Para garantizar la calidad en la prestación del servicio hay que planificar la prestación de este con bastante anterioridad.
- La prestación del servicio es muy personal, es decir, la calidad casi está determinada por un servicio que se presta de manera personal.
- La prestación del servicio se caracteriza por transacciones directas.
- En esta prestación intervienen una cantidad elevada de procesos.

### ***2.1.7.- Como medir la calidad en el servicio.***

- Prontitud en el servicio.
  
- Puntualidad en la entrega.
  
- Cumplimiento en el tiempo del ciclo del servicio.
  
- Exactitud en el cumplimiento del compromiso.
  
- Relación beneficio costo.
  
- Personal calificado para el servicio adquirido.
  
- Cumplimiento de los plazos acordados.
  
- Amabilidad y buen trato en la prestación del servicio.
  
- Servicio asociado a lo pactado.

### ***2.1.8.- Como proveer las necesidades de los clientes.***

- Cuestionarios para obtener información.

- Buzón de sugerencia o reclamos.
  
- Experimentar ser cliente.
  
- Necesidades de los clientes a través de los incidentes.
  
- Entrevistar a grupos de clientes.

#### ***2.1.9.- Elementos tangibles asociados al servicio.***

- La utilización de tecnologías duras.
  
- La mejora de métodos de trabajo en una forma sistémica.
  
- La combinación de los elementos anteriores.

#### ***2.1.10.- Otras medidas de calidad del servicio.***

- Formación del personal para conocer los procedimientos a seguir.
  
- Plan de acción para situaciones imprevistas.
  
- Trasmitir a la dirección las necesidades detectadas de los clientes.

➤ Mejora continua.

**Tabla N°1**  
**MODELO PARA LA MEDIDA DE LA CALIDAD DEL SERVICIO**

<b>Modelo para la Medida de la Calidad de Servicio</b>	
<b>DIMENSIÓN</b>	<b>ASPECTO</b>
<b>ELEMENTOS TANGIBLES</b>	Equipamiento de aspecto moderno Instalaciones físicas visualmente atractivas Apariencia integral de los colaboradores Elementos tangibles atractivos
<b>FIABILIDAD</b>	Cumplimiento de promesas Interés en la resolución de problemas Realizar el servicio inmediatamente Concluir en el plazo prometido Ser asertivo
<b>CAPACIDAD DE RESPUESTA</b>	Colaboradores comunicativos y asertivos Colaboradores rápidos Colaboradores dispuestos a ayudar Colaboradores que respondan Colaboradores creativos y recursivos
<b>SEGURIDAD</b>	Colaboradores que transmiten confianza Clientes seguros con su proveedor Colaboradores amables Colaboradores bien formados
<b>EMPATÍA</b>	Atención individualizada al cliente Horario conveniente Atención personalizada de los colaboradores Preocupación por los intereses de los clientes Comprensión por las necesidades de los clientes

**Fuente:** <http://www.monografias.com/trabajos12/calser/calser.shtml>.

**Elaborado por:** Mayra Pillajo y Gabriela Pilaguano.

### ***2.2.11.- Servicios a prueba de fallas.***

Se puede definir el concepto del método “a prueba de fallas” como aquel que nos permite “prevenir que los errores humanos inevitables se convierten en un servicio defectuoso” a través de dispositivos automáticos e indicadores que permitan detectar la existencia de algún problema.

En la prestación de servicios, tiene en cuenta tanto las actividades del cliente como las del producto.

Los errores del cliente pueden afectar directamente los resultados del servicio, haciéndose necesario la implantación de las técnicas a prueba de fallas.

Cuadro N°3

MAPA DE PROCESOS PARA LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS



Fuente: <http://www.google.com.ec/search?q=Mapa+de+Procesos+para+la+Prestaci%C3%B3n+de+Servicios>.

Elaborado por: Mayra Pillajo y Gabriela Pilaguano

Cuadro N°4

ENFOQUE BASADO EN PROCESOS



Fuente: <http://www.slideshare.net/Gpmejia/iso-9000-de-2000>.

Elaborado por: Mayra Pillajo y Gabriela Pilaguano.

## **2.2.- Capítulo II. Reglamento de Actividades Turísticas.**

### ***2.2.1.-Del procedimiento para la prestación de servicios materiales a través de la iniciativa privada.***

**Art. 12.- Principio General.-** Sin perjuicio de las potestades que hayan sido transferidas a las instituciones del Régimen Seccional Autónomo en virtud de las obligaciones constitucionales y legales de descentralización, en los términos establecidos en este Reglamento, el ejercicio de todas las atribuciones de naturaleza material que le corresponden al Ministerio de Turismo es objeto de prestación a través de la iniciativa privada, previo el cumplimiento de los procedimientos y condiciones establecidas en la Ley de Contratación Pública, la Ley de Consultoría, la Ley de Modernización del Estado y sus Reglamentos en lo que fuere aplicable, y particularmente en las normas contenidas en este Reglamento. Sin embargo del ejercicio de potestades materiales a través de la iniciativa privada y de la descentralización de potestades en materia turística, en todos los casos, el Ministerio de Turismo se reservará para sí, el control de cumplimiento de los objetivos que persigue el Estado derivados de los contratos y convenios que se desprenden de la aplicación de este artículo.

**Art. 13.- Limitación.-** No son objeto de ejercicio a través de la iniciativa privada las potestades de expedición de normas jurídicas secundarias, normas técnicas y de ser del caso normas de calidad y el otorgamiento de derechos, la expedición de autorizaciones administrativas en general y la potestad sancionadora.

No es objeto de ejercicio a través de la descentralización ni desconcentración la expedición de normas jurídicas y de calidad, potestad privativa del Ministerio de Turismo el que la ejercerá a nivel nacional. Las normas que se expidan contrariando esta disposición no tendrán ninguna eficacia y el Ministerio de Turismo estará

obligado a arbitrar las medidas que sean menester para que se disponga la pérdida de su vigor. Las potestades descentralizables, las condiciones y procedimientos son aquellas establecidas en este.

### ***2.2.2.- Reglamento.***

**Art. 14.- Actividades específicas cuyo ejercicio puede ser contratado con la iniciativa privada.-** De acuerdo a lo establecido en el Artículo 18 de la Ley de Turismo, el Ministerio de Turismo podrá contratar con la iniciativa privada la prestación de los siguientes servicios técnicos y administrativos:

- a. La determinación de la clasificación y categoría que le corresponde a cada establecimiento;
- b. La verificación del uso de los bienes turísticos exentos de impuestos;
- c. La calificación de proyectos turísticos que se acojan a los beneficios tributarios;
- d. Los centros de información turística;
- e. La determinación pericial de las inversiones para efectos tributarios; y,
- f. Otros que resuelva el Ministerio de Turismo, excepto aquellos que se transfieran a los gobiernos provincial y cantonal producto del proceso de descentralización de competencias.

**Art. 15.- Representantes en el proceso.-** El proceso de ejercicio de potestades técnicas y administrativas que le corresponde al Ministerio de Turismo, a través de la

iniciativa privada será dirigido y coordinado por el Ministro de Turismo y para tal efecto se utilizará cualquier instrumentos administrativo vigente en la legislación tales como autorizaciones administrativas de cualquier naturaleza, contratos, concesiones, entre otras.

Las personas naturales que intervengan en los procesos correspondientes deberán ser capaces de ejercer derechos y contraer obligaciones conforme la legislación nacional. Los representantes de las personas jurídicas nacionales deberán justificar dicha condición con el nombramiento debidamente registrado en el Registro Público competente.

Las personas jurídicas extranjeras que participen en los referidos procesos deberán tener un apoderado que justifique dicha condición así como la existencia legal de la persona jurídica a la que representa conforme la legislación nacional. Igualmente la condición de apoderado deberá justificarse por la inscripción en el Registro Público competente.

#### ***2.2.4.- Nacional de Modernización del Estado.***

**Art. 23.- Tasas por servicios técnicos y administrativos.-** De conformidad con lo que dispone el Art. 17-A, de la Ley de Modernización del Estado, el Ministerio de Turismo, a través de un acuerdo ministerial y los Organismos Seccionales Autónomos a quien se ha descentralizado la competencia podrán establecer el pago de tasas por los servicios de control, inspecciones, autorizaciones, permisos, licencias u otros de similar naturaleza, a fin de recuperar los costos en los que incurrieren para este propósito, sean estos prestados por sí mismo o a través de la iniciativa privada en los términos contenidos en este Reglamento. Para la determinación de las tasas referidas en este artículo, deberá el Ministerio de Turismo, preparar por sí o a través de una contratación especializada un documento técnico que justifique el monto y

este deberá ser consultado con los organismos establecidos en la Ley y este Reglamento para tal efecto.

El mismo procedimiento de justificación técnica y de consulta previa a la Federación Nacional de Cámaras Provinciales de Turismo -FENACAPTUR procede en el caso de que el Ministerio adopte, a través de un acuerdo ministerial, un cuadro donde conste las tarifas de las tasas según los servicios técnicos y de administración que preste por sí mismo o prevea prestar a través de la iniciativa privada.

### ***2.2.5.- Capítulo II. De las disposiciones Transitorias.***

**PRIMERA.-** Las Normas Técnicas y Reglamentos Especiales por actividad y por modalidad que se han determinado en este Reglamento con el objeto de regular la actividad turística a nivel nacional será formulada, consultada y expedida, por el Ministerio de Turismo, a través de acuerdo ministerial, en un plazo no mayor a 24 meses, contados a partir de la publicación de este Reglamento General, en el Registro Oficial.

**SEGUNDA.-** Mientras se expiden los Reglamentos Especial y Normas Técnicas referidas en la disposición transitoria primera de este Reglamento, se utilizará para todos los efectos legales consiguientes, la siguiente tipología de las actividades turísticas:

## **2.2.6.- Actividad: Alojamiento:**

### **2.2.6.1.- Clase: Hotelero.**

#### **SUBTIPO:**

a.1.1 Hoteles.

a.1.2 Hoteles Residencias.

a.1.3 Hoteles Apartamentos (Apart - Hoteles).

a.1.4 Hostales.

a.1.5 Hostales Residencias.

a.1.6 Pensiones.

a.1.7 Moteles.

a.1.8 Hosterías.

a.1.9 Cabañas.

a.1.10 Refugios.

a.1.11 Paradores.

a.1.12 Albergues.

### ***2.2.7.- Actividad: Alimentos y Bebidas.***

#### **TIPO:**

b.1 Restaurantes.

b.2 Cafeterías.

b.3 Fuentes de Soda.

b.4 Drives Inn.

b.5 Bares.

### **2.3. -ISO 22000: 2005 Seguridad Alimentaria.**

Es el sistema de gestión en materia de seguridad alimentaria - inocuidad aplicable a la cadena de abastecimientos de alimentos. ISO 22000 se deriva de los sistemas de gestión relacionados HACCP e ISO 9001:2008 | ISO 15161 conducentes a certificación Sistema de Gestión en Seguridad Alimentaria, sectores de alimentos y bebidas.

ISO 22000 establece los requisitos internacionales para seguridad en la cadena de alimentos, desde el agricultor hasta llegar al consumidor. Por tanto, aplica a toda la cadena de alimentos incluyendo transporte, restaurantes, elaboradores, fabricantes de utensilios y equipos, agentes químicos de sanidad, comidas, sector agrícola, etc., inclusive alimentos para mascotas. La intención de ISO 22000 es armonizar las variantes de control alimentario.

## **2.4.- ISO 22000 Seguridad Alimentaria.**

ISO 22000 es una norma internacional que define los requisitos de un sistema de gestión de la Seguridad Alimentaria que abarca a todas las organizaciones de la cadena alimentaria ‘de la granja a la mesa’.

La norma combina elementos clave comúnmente reconocidos para garantizar la Seguridad Alimentaria en la cadena alimentaria, por ejemplo:

Comunicación interactiva.

### ***2.4.1.- Gestión de sistemas.***

Control de riesgos para la Seguridad Alimentaria mediante programas de requisitos esenciales y planes de análisis de riesgos y puntos críticos de control mejora y actualización continua del sistema de gestión de la Seguridad Alimentaria.

### ***2.4.2.- ¿Para quién es significativo?***

ISO 22000 es una norma verdaderamente internacional para cualquier empresa de la cadena alimentaria, incluidas las organizaciones interrelacionadas, como los fabricantes de equipo, material de envasado, productos de limpieza, aditivos e ingredientes.

ISO 22000 también se dirige a las compañías que buscan integrar el sistema de gestión de la calidad, por ejemplo, ISO 9001, y el sistema de gestión de la Seguridad Alimentaria.

El uso de esta norma asegura que los participantes cuenten con un sistema de seguridad de los alimentos establecido y aceptado en todo el mundo, en las siguientes áreas.

Procesamiento de Productos Perecederos de Animales (carne, aves, huevos, productos lácteos, pescado).

Procesamiento de Productos Perecederos Vegetales (frutas y vegetales – frescos, enfriados, congelados y conservados).

Procesamiento de Productos Estables (empaques sellados herméticamente y estables a temperatura ambiente, galletas estables a temperatura ambiente, botanas, aceites, bebidas, pasta, harina, sal, azúcar).

## **2.5.- Ministerio de Salud.**

### **TITULO I**

#### **2.5.1.- Principios Generales de Higiene de los Alimentos.**

##### **De los establecimientos de alimentos.**

**Artículo 5.-** Establecimientos de alimentos son los recintos en los cuales se producen, elaboran, preservan, envasan, almacenan, distribuyen, expenden y consumen alimentos y aditivos alimentarios.

**Artículo 6.-** La instalación, modificación estructural y funcionamiento de cualquier establecimiento de alimentos deberá contar con autorización del Servicio de Salud correspondiente.

**Artículo 7.-** Al solicitar la autorización para la instalación de un establecimiento, el interesado deberá presentar, según corresponda.

- a) autorización municipal de acuerdo a plano regulador;
- b) plano o croquis de planta e instalaciones sanitarias a escala de la misma;
- c) croquis de los sistemas de eliminación del calor, olor o vapor y sistema de frío;
- d) descripción general de los procesos de elaboración;
- e) materias primas que empleará;
- f) rubros a los que se destinará;
- g) sistemas de control de calidad sanitaria con que contará;
- h) tipos de alimentos que elaborará;
- i) sistema de eliminación de desechos.

**Artículo 8.-** La autorización será válida por un plazo de tres años contados desde su otorgamiento y se entenderá automáticamente prorrogada por períodos iguales y sucesivos a menos que el propietario o representante legal comunique su voluntad de

no continuar sus actividades antes del vencimiento del término original o de sus prórrogas.

**Artículo 9.-** La autorización sólo podrá emitirse previa inspección del establecimiento y la solicitud de autorización deberá ser resuelta por el Servicio de Salud correspondiente dentro del plazo de treinta días hábiles contados desde que el requirente complete los antecedentes exigidos para ello. En dicho período deberán practicarse todas las visitas, inspecciones, análisis y otras actuaciones o diligencias necesarias para decidir sobre su aceptación o rechazo.

**Artículo 10.-** Para aquellos establecimientos que el Ministerio de Salud determine, la autorización podrá emitirse sin practicar una inspección previa.

**Artículo 11.-** Desde el inicio de su funcionamiento, el interesado deberá aplicar las prácticas generales de higiene en la manipulación incluyendo el cultivo, la recolección, la preparación, la elaboración, el envasado, el almacenamiento, el transporte, la distribución y la venta de alimentos, con objeto de garantizar un producto inocuo y sano.

**Artículo 12.-** Los establecimientos de alimentos no podrán utilizarse para un fin distinto de aquel para el que fueron autorizados.

**Artículo 13.-** La autoridad sanitaria deberá enrolar los establecimientos y para este efecto llevará un registro en el que se indicará el rubro o giro, su ubicación y el nombre del propietario.

## **2.6.- Norma sanitaria para el funcionamiento de restaurantes y servicios afines.**

### ***2.6.1.- Resolución ministerial n° 363-2005/minsa.***

#### **TITULO I**

#### **GENERALIDADES.**

##### **Artículo 1°.- Objetivos de la Norma Sanitaria**

- a) Asegurar la calidad sanitaria e inocuidad de los alimentos y bebidas de consumo humano en las diferentes etapas de la cadena alimentaria: adquisición, transporte, recepción, almacenamiento, preparación y comercialización en los restaurantes y servicios afines. Establecer los requisitos sanitarios operativos y las buenas prácticas de manipulación que deben cumplir los responsables y los manipuladores de alimentos que laboran en los restaurantes y servicios afines. Establecer las condiciones higiénicas sanitarias y de infraestructura mínimas que deben cumplir los restaurantes y servicios afines.

##### **Artículo 2°.- Aplicación de la Norma Sanitaria.**

De conformidad con el artículo 6° del Reglamento sobre Vigilancia y Control Sanitario de Alimentos y Bebidas, aprobado por Decreto Supremo N° 007-98-SA, la vigilancia sanitaria de los alimentos y bebidas que se comercializan en los restaurantes y servicios afines y, la verificación del cumplimiento de lo dispuesto en la presente Norma Sanitaria, está a cargo de la Autoridad Sanitaria Municipal. La vigilancia sanitaria se sustentará en la evaluación de riesgos, las buenas prácticas de

manipulación de alimentos y el programa de higiene y saneamiento, la misma que será ejercida por personal profesional calificado y capacitado en estos aspectos.

### **Artículo 3°.- Cumplimiento de la Norma Sanitaria.**

Los establecimientos destinados a restaurantes y servicios afines deben ser de uso exclusivo para la preparación y expendio de alimentos y bebidas, de acuerdo a las disposiciones de la presente Norma Sanitaria. Los establecimientos de esta naturaleza que ya vienen funcionando deben adecuarse a lo dispuesto por dicha Norma Sanitaria.

### **Artículo 29°.- De las Modalidades de Servicio al Consumidor.**

Cualquiera que sea la modalidad de servicio al consumidor, incluso las que no se indican en este Artículo, se sujetarán estrictamente a los Principios de Higiene, las Buenas Prácticas de Manipulación, las Temperaturas de Seguridad y demás requisitos higiénico sanitarios que se establecen en la presente Norma Sanitaria. En las preparaciones destinadas a la modalidad de “Menú” debe aplicarse el Principio de las Temperaturas de Seguridad y condiciones estrictas de higiene, completándose el servido de raciones en un periodo máximo de 3 horas. En la modalidad de “Autoservicio” debe protegerse los alimentos mediante el uso de medias campanas sobre la mesa de servido, las cuales impiden el acercamiento excesivo del comensal a los alimentos y por lo tanto su posible contaminación con cabellos, saliva, ropa, etc.

En la modalidad de “Autoservicio” en la cual las raciones son servidas por un manipulador, la protección de los alimentos debe ser mayor, teniendo en cuenta que no hay contacto con el consumidor. En todos los casos las preparaciones tendrán utensilios exclusivos para su servido que aseguren su manipulación correcta. Durante la exhibición de los alimentos vía autoservicio se aplicará en forma estricta el Principio de las Temperaturas de Seguridad. En la modalidad de “Servicio a

Domicilio” deben cumplirse las siguientes condiciones higiénicas del transporte de las comidas:

- a) Uso de envases desechables de primer uso que contengan las preparaciones.
- b) Las salsas de fabricación industrial deben estar en sus envases originales.
- c) Debe aplicarse el Principio de Temperaturas de Seguridad, para lo cual se utilizarán contenedores térmicos para su transporte en el caso de tiempos mayores a 1 hora.
- d) Los contenedores deben tener cierre hermético y mantenerse cerrados con un sistema de seguridad que no permita la manipulación a personas no autorizadas.
- e) Distribuir los alimentos en el contenedor evitando la contaminación cruzada entre éstos.

#### **Artículo 30°.- Atención al Consumidor.**

El área de atención al consumidor, según las modalidades del servicio, debe tener su mobiliario y mantelería en buen estado de conservación e higiene. Si la modalidad lo requiere, se colocarán recipientes para basura con bolsas plásticas y tapas de vaivén que se mantendrán en buen estado de conservación e higiene, no permitiendo que los residuos rebasen su capacidad. Se promoverá la higiene de manos de los comensales como medida sanitaria, a través de mensajes educativos y de elementos de uso individual como toallitas o gel desinfectante, entre otros.

## **2.8.- Capítulo III de las Bebidas Alcohólicas y no Alcohólicas.**

### **Artículo 31°.- De las Bebidas No Alcohólicas.**

Las bebidas no alcohólicas envasadas (jugos, refrescos, gaseosas o similares) se servirán en sus envases originales; en el caso del uso de equipos surtidores o dispensadores, se servirán en vasos desechables o vasos de vidrio limpios. Dichos equipos se mantendrán en buen estado de conservación e higiene. Los licuados, batidos, cremoladas o similares se servirán en vasos limpios y los utensilios complementarios como adornos, sorbetes u otros deben ser de primer uso y de material desechable.

### **Artículo 32°.- De las Bebidas Alcohólicas.**

Las bebidas alcohólicas que se sirvan en restaurantes y servicios afines deben ser de procedencia formal y tener autorización de expendio, registro sanitario y fecha de vencimiento cuando corresponda. Asimismo, los licores importados deben tener registro sanitario, información en el rótulo consignada en idioma español, fecha de vencimiento cuando corresponda y, las restricciones o advertencias para su consumo, de ser el caso. Las mezclas, cócteles y similares deben prepararse con insumos de procedencia formal y aplicándose los Principios Generales de Higiene y las Buenas Prácticas de Manipulación.

### **Artículo 33°.- De la manipulación de las Bebidas.**

Los manipuladores de las bebidas no alcohólicas y alcohólicas deben observar todas las recomendaciones de salud, higiene personal y presentación que se establecen en la presente Norma Sanitaria. El lavado de manos es esencial antes de toda preparación así como el uso de utensilios para el hielo y otros insumos. El Bar debe contar con un

lavadero provisto de agua potable y que esté conectado a la red de desagüe y, con un recipiente adecuado para la eliminación de residuos.

## **2.9.- Título IV de la salud, higiene y Capacitación del Personal.**

### **Artículo 34°.- Salud del Personal.**

La administración del restaurante o servicios afines es responsable del control médico periódico de los manipuladores de alimentos que trabajan en dichos establecimientos. No debe permitirse que aquellos que padecen enfermedades infectas contagiosas, diarreas, heridas infectadas o abiertas, infecciones cutáneas o llagas, continúen con la manipulación de los alimentos, hasta que se verifique el buen estado de su salud.

### **Artículo 35°.- Higiene y Hábitos del Personal.**

Los manipuladores de alimentos deben mantener una esmerada higiene personal, especialmente en el lavado de manos, de la siguiente forma:

- a) Antes de iniciar la manipulación de alimentos.
- b) Inmediatamente después de haber usado los servicios higiénicos.
- c) Después de toser o estornudar utilizando las manos o pañuelo.
- d) Después de rascarse la cabeza u otra parte del cuerpo.
- e) Después de manipular cajas, envases, bultos y otros artículos contaminados.

- f) Después de manipular alimentos crudos como carnes, pescados, mariscos.
- g) Después de barrer, trapear pisos, recoger y manipular los recipientes de residuos, limpiar mesas del comedor, tocar dinero y, todas las veces que sea necesario. Los manipuladores de alimentos también deben observar hábitos de higiene estrictos durante la preparación y servido de los alimentos, tales como, evitar comer, fumar o escupir. Ellos deben tener las uñas recortadas, limpias y sin esmalte y, sus manos estarán libres de objetos o adornos personales como joyas, relojes u otros.

#### **Artículo 36°.- Vestimenta.**

Los manipuladores de alimentos (del área de cocina) deben usar ropa protectora de color blanco que les cubra el cuerpo, llevar completamente cubierto el cabello y tener calzado apropiado. Toda la vestimenta debe ser lavable, mantenerla limpia y en buen estado de conservación, a menos que sea desechable. El resto del personal debe usar ropa protectora mantenida en buen estado de conservación e higiene. Los operarios de limpieza y desinfección de los establecimientos deben usar delantales y calzados impermeables.

#### **Artículo 37°.- De la Capacitación Sanitaria.**

La capacitación sanitaria de los manipuladores de alimentos es responsabilidad de la administración del establecimiento y tiene carácter obligatorio para el ejercicio de la actividad, pudiendo ser brindada por las Municipalidades, entidades públicas y privadas, o personas naturales especializadas. Dicha capacitación debe efectuarse por lo menos cada seis meses mediante un programa que incluya los Principios Generales de Higiene, las Buenas Prácticas de Manipulación de Alimentos y Bebidas, entre otros. La capacitación del Equipo de Autocontrol Sanitario a que se refiere el Artículo 42° de la presente Norma Sanitaria, debe incluir los siguientes temas:

- a) Contaminación de Alimentos y Enfermedades de Transmisión Alimentaria relacionadas a alimentos preparados.
- b) Principios Generales de Higiene.
- c) Buenas Prácticas de Manipulación de Alimentos y Bebidas.
- d) Programas de Higiene y Saneamiento.
- e) Bases del sistema HACCP aplicado a Restaurantes o Servicios Afines.
- f) Aplicación de las Fichas de Evaluación Sanitaria de Restaurantes.
- g) Cumplimiento de la presente Norma Sanitaria.

### ***2.8.1.- Condiciones generales del personal de manipulación.***

- Poseer el carné de manipulador o documento acreditativo de tener en trámite su expedición después de haber completado los requisitos exigidos.
- Lavarse las manos con agua caliente y jabón o detergente adecuados Tantas veces como requieran las condiciones de trabajo y siempre antes de incorporarse a su puesto, después de una ausencia o de haber realizado actividades ajenas a su cometido específico. Lavado de manos entre una actividad y otra cuando se están manipulando distintos alimentos dentro de la cocina.

- Mantener la higiene en su aseo personal y utilizar en estado de limpieza adecuado la indumentaria y los utensilios propios de la actividad que desempeña y de usos exclusivo para su trabajo.
- En los casos en que exista lesión cutánea que pueda estar o ponerse en contacto directa o indirectamente con los alimentos, al manipulador afectado se le facilitará el oportuno tratamiento y una protección con vendaje impermeable, en su caso.
- El manipulador aquejado de enfermedad de transmisión por vía digestiva o que sea portador de gérmenes deberá ser excluido de toda actividad directamente relacionada con los alimentos hasta su total curación clínica y bacteriológica y la desaparición de su condición de portador. Será obligación del manipulador afectado, cuando sea consciente o tenga sospecha de estar comprendido en alguno de los supuestos contemplados en el párrafo anterior, poner el hecho en conocimiento de su inmediato superior a los efectos oportunos.

## **2.9.- Normas ISO 14000 Gestión Ambiental.**

La norma ISO 14000, no es una sola norma, sino que forma parte de una familia de normas que se refieren a la gestión ambiental aplicada a la empresa, cuyo objetivo consiste en la estandarización de formas de producir y prestar de servicios que protejan al medio ambiente, aumentando la calidad del producto y como consecuencia la competitividad del mismo ante la demanda de productos cuyos componentes y procesos de elaboración sean realizados en un contexto donde se respete al ambiente. Establecen herramientas y sistemas enfocados a los procesos de producción al interior de una empresa u organización, y de los efectos o externalidades que de estos deriven al medio ambiente.

La ISO 14000 no es una ley en el sentido que nadie se exige ser registrado sin embargo, nadie obliga a nadie a comprar sus productos y servicios, pero se debe estar preparado si en el otro país se ha declarado ISO 14000 como requisito para hacer negocio.

### ***2.9.1.- Su justificación:***

La Globalización Económica hace que los procesos productivos en el ámbito mundial estén estandarizados, cualquier Compañía que quiera incursionar en un mercado extranjero para ser aceptado debe cumplir con los Estándares Internacionales y estar certificada con el cumplimiento de una norma ISO.

La preocupación por la protección de la salud de los humanos y la responsabilidad ambiental, han sido preocupaciones prioritarias para las naciones industrializadas en el mundo en los último treinta años. Esto llevo la preocupación al plano internacional de la ONU dictándose en consecuencia conferencias en torno al tema ambiental, de esta manera se fueron estructurando una serie de normas, no solamente para la estandarización de la calidad, sino ya tocando un tema más delicado como lo es actualmente el medio ambiente.

Es por esta razón que nosotros los Administradores de Empresas, como futuros empresarios y directores, debemos conocerlas, estudiarlas y enseñarlas, es decir, servir de "multiplicadores" de las normas que nos van a ayudar, sino a salvar nuestro medio ambiente, por lo menos si a minimizar el impacto negativo que miles de industrias están teniendo sobre él.

## **2.10.- Normas para la Atención al Cliente.**

### ***2.10.1.- Requerimientos Generales.***

La amabilidad refleja la predisposición a atender de manera inmediata al cliente

Se debe mantener una imagen de interés en el cliente que se fundamente en:

- Mantener un control visual en la zona de contacto con el cliente.
- Evitar realizar trabajos paralelos o jugar con objetos.
- Asentir regularmente cuando el cliente habla.
- Contestar las preguntas y si no se saben las respuestas realizar el esfuerzo de buscar la información.
- Anotar los datos proporcionados por el cliente cuando la complejidad (por ejemplo un apellido, una dirección, una hora...) o la importancia (siempre en el caso de una queja) lo aconseje.
- En cualquier caso se prioriza la atención al cliente presencial.
- Se mantendrá el nivel físico con el cliente cuando este está de pie.

El personal que se dirige a clientes que se encuentran sentados deberá mantenerse de pie.

- Cuando el personal está en situación de espera se mantendrá a la vista del cliente, evitando apoyarse en elementos decorativos, paredes o mobiliario. Se

evitará meterse las manos en los bolsillos y, en la medida de lo posible, cruzarse de brazos.

### ***2.10.2.- Relación presencial con el cliente.***

El personal es accesible para el cliente lo que quiere decir que:

- Se encuentra siempre a la vista del cliente.
- En caso de que exista un mostrador o barra se intentará, en la medida de lo posible, no dar la espalda al cliente.
- Se mantiene una observación constante de su área de actuación y de los clientes que en ella se encuentran.
- Cuando un cliente se dirige a cualquier empleado, independientemente de que no se trate de su área de actuación, este le atenderá con amabilidad verificando que el cliente satisface su demanda, o lo atiende una persona competente cuando no se trata de su área de actuación.
- Se deberá primar la rapidez en la atención al cliente presencial.

El personal dejará los trabajos que pudiera estar realizando, siempre que esto sea posible, cuando un cliente se dirige a él. En caso de que no fuera posible se pedirán disculpas y se intentará atenderlo con la mayor celeridad.

- En caso de estar ocupado cuando llega un cliente con otro cliente, presencial o por teléfono, se realizará una indicación gestual de identificación y se mantendrá el contacto visual con el cliente en espera.

En caso de que se esté ocupado con otro empleado se pospondrá el asunto hasta que se verifique la necesidad del cliente.

En caso de estar atendiendo al teléfono si se presenta un cliente, y la llamada no procede de otro cliente, se pospondrá o se mantendrá en espera.

- El personal deberá primar la discreción y evitará conversaciones o llamadas personales que puedan ser oídas por el cliente.
- Cualquier problema de trabajo entre el personal deberá ser resuelto sin perder la compostura y manteniendo tonos de voz y un vocabulario correcto.
- Si se debe interrumpir a un empleado que está atendiendo a un cliente, previamente se solicitará la autorización del cliente.
- Si por cualquier motivo se tuviera que dejar al cliente, se solicitarán disculpas, intentando que un compañero se ocupe lo más rápidamente del. En caso de que el cliente decidiera esperara se intentará volver lo antes posible.
- En caso de estar realizando una gestión que requiere una espera del cliente se mantendrá como mínimo el contacto visual durante el desarrollo de la misma.

Cuando la espera prevista sea excesiva (más de 5 minutos) se ofrecerá un lugar de espera donde el cliente pueda sentarse.

- La relación con los clientes será siempre de “Usted”.

### **2.10.2.1.-Servicio Bar.**

- El personal del establecimiento procurará emplear el nombre del cliente sal menos una vez a lo largo del servicio siempre y cuando el cliente se lo proporcione. Cuando sean clientes habituales dará señales de reconocimiento y utilizará su nombre siempre que sea posible para personalizar la atención ofrecida.
- La entrega de las bebidas será inmediata y las de alimentos no se demorará más de 2 o 3 minutos, tras la entrega de la consumición siempre que su preparación no conlleve más tiempo, en cuyo caso se deberá informar al cliente del tiempo aproximado de entrega.
- Se sirve siempre los productos a granel con pinzas o cucharas exclusivas para cada producto. En el caso de los frutos secos éstos se miden con un recipiente.
- Las bebidas frías, y especialmente las cervezas, se sirven siempre con posavasos.
- Cuando se sirven tapas frías o calientes, se colocan en recipientes adecuados.
- Los cubitos de hielo que van a estar en contacto con bebidas o alimentos no se deben manipular con las manos.

### **2.11.- Normas en el Servicio de los Vinos.**

- No mover la botella en el traslado desde la bodega al comedor.
- Presentar la botella al cliente que la solicitó.

- Apoyarla en la mesa para abrirla con la etiqueta mirando hacia el cliente (siempre que sea posible).
- Con la navaja del sacacorchos cortar, alrededor de 1 cm por debajo de la boca de la botella, la cápsula del corcho.
- Sacar el corcho despacio, procurando no mover la botella.
- Durante el servicio no tocar con el cuello de la botella la copa del cliente.
- No servir más de la mitad de la copa de vino.

### ***2.11.1.- Desarrollo.***

Todo el personal de restaurante ha de seguir ciertas normas básicas de atención al cliente, desde la acogida del cliente hasta su despedida:

- Proporcionar al cliente en todo momento un trato amable, formal y respetuoso.
- Aspecto personal cuidado.
- Prevenir y anticiparse a las quejas de los clientes.
- Mantener una postura corporal correcta, no hablar entre sí y evitar formar grupos a la vista del cliente.

### ***2.11.2.- Recepción de la Solicitud de Reserva.***

El personal de recepción del RESTAURANTE recibirá, por parte del cliente, las solicitudes de reserva, a través de las vías que la Gerencia disponga (imprescindible la vía telefónica, y sería interesante contar con una página web desde donde se pudieran realizar).

Dicho personal revisará la Hoja de ocupación, comprobando la existencia de las plazas necesarias para cubrir el servicio solicitado, y comunicará al cliente la disponibilidad del RESTAURANTE o la imposibilidad de prestar el servicio a la hora solicitada, proponiendo en este caso alternativas al cliente en cuanto a horario o a fecha.

### ***2.11.3.- Recepción del cliente en el Comedor.***

El personal de servicio debe tener en cuenta las prácticas que se enumeran a continuación a la hora de recibir al cliente en las instalaciones:

- Ayudarlos, si traen paquetes, abrigos, carteras... para dejar éstos en el guarda ropas o en lugar apropiado.
- Alguien debe estar, siempre, cerca de la entrada del comedor o pendiente de la misma.
- Informar y formar a todo el personal de comedor para recibir, si fuera necesario.

- Acercarse a los clientes, cuando llegan, con una actitud de bienvenida, de cierta alegría, como si se tratase del anfitrión que recibe a sus invitados.
- Siempre que sea posible, utilizar el nombre del cliente que hizo la reserva.

Proponer distintas opciones de mesa, si es posible y después de saber cuántos comensales son:

- Acompañar al cliente hasta la mesa.
- Retirar la silla y ayudarlo a acomodarse, si es necesario.
- Dejar unos breves momentos para que los clientes ocupen su sitio en la mesa.
- Preguntar al cliente si se encuentra a gusto.
- Entregar las cartas por la derecha, empezando por la señora o señor de más edad, seguir por las señoras y después por los hombres por edades (aproximadamente). Terminar siempre por el anfitrión.
- Referirse a los platos del día o sugerencias y retirarse.
- En caso de que alguno de los componentes de la oferta gastronómica no esté disponible, se debe informar al cliente antes de la toma de pedido.

#### ***2.11.4.- Tomar nota del Menú.***

- No atosigar, sino ayudar al cliente en la elección de los platos, tratando de conciliar sus preferencias gastronómicas con lo que nos interesa vender.
- Si el cliente está decidido desde un principio, no forzarle a cambiar.

➤ Prestar máxima atención al cliente mientras se está hablando con él.

➤ Sin forzar la venta, podremos agregar palabras como:

"Han traído hoy..."

"Acaban de hacer..."

"Estamos en temporada de..."

➤ Por el contrario nunca debemos de utilizar frases como:

"La merluza que preparamos es fresca, no es congelada..."

"No se lo recomiendo..."

"No sé si queda..."

"Nos quedan sólo dos raciones de ayer..."

La toma de comanda al cliente debe realizarse en el mínimo tiempo posible y nunca más allá de diez minutos transcurridos desde que el cliente se ha sentado a la mesa y dispone de la oferta gastronómica en curso para realizar su elección, a menos que el cliente solicite más tiempo.

#### ***2.11.4.- Realización del Servicio.***

El personal, durante la realización del servicio al cliente en el RESTAURANTE, ha de seguir ciertas normas:

- Realizar un servicio fiable y sin cometer errores, especialmente en la toma de comandas del cliente y atención fiel de las mismas.
- Tener capacidad de respuesta, pudiendo atender satisfactoriamente los imprevistos (derramamientos de comida, etc.).
- Prestar el servicio con prontitud y diligencia, estando constantemente pendiente del cliente.
- Garantizar que los platos y bebidas son servidos a la temperatura adecuada o de acuerdo a las peticiones del cliente.
- Evitar generar ruidos, durante el desarrollo de su trabajo, que puedan molestar a los clientes.
- Conocer y practicar cuando corresponda instrucciones específicas acerca de la limpieza durante el servicio.
- Poner a disposición del cliente cartas y menús en los idiomas más utilizados habitualmente por los clientes.
- Comprobar que cartas o menús están debidamente actualizadas y conservadas.

#### ***2.11.5.- Normas de Servicio.***

- Servir y retirar por la derecha (siempre que se pueda).
- Estar pendientes del servicio de bebidas.
- No comenzar a retirar hasta que no hayan terminado todos los clientes.

- Utilizar siempre un plato para transportar cubiertos.
- No introducir los dedos en las copas para retirarlas.
- Estar pendiente de los complementos (vinagreras, salsas...).
- No situarse excesivamente cerca de los clientes. Se ha de respetar su intimidad.
- No dar conversación al cliente mientras come. Si pregunta algo, responder rápido y retirarse.
- Cuando un cliente llama, acudir, no pasar de largo diciendo que ya se volverá o que otra persona le atenderá porque no es su mesa.

### ***2.11.6.- Normas en el Servicio de los Vinos.***

- No mover la botella en el traslado desde la bodega al comedor.
- Presentar la botella al cliente que la solicitó.
- Apoyarla en la mesa para abrirla con la etiqueta mirando hacia el cliente (siempre que sea posible).

- Con la navaja del sacacorchos cortar, alrededor de 1 cm por debajo de la boca de la botella, la cápsula del corcho.
- Sacar el corcho despacio, procurando no mover la botella.
- Durante el servicio no tocar con el cuello de la botella la copa del cliente.
- No servir más de la mitad de la copa de vino.

### ***2.11.7.- Despedida.***

Se trata de un complemento importantísimo después de una buena comida.

Después de pagar la cuenta, se deberá estar pendiente del momento en el que el cliente demuestra intención de marcharse.

#### ***2.11.7.1.- Entonces se deberá:***

- Retirar las sillas a los clientes, con especial atención y cuidado a las personas mayores.
- Acompañar al cliente hacia la puerta.
- Entregarles sus abrigos y paquetes, si los han traído.

- Ayudar a las personas de edad.
- Agradecer su presencia ofreciendo de nuevo los servicios del RESTAURANTE para una próxima vez.

### **2.11.8.- Archivo.**

Toda la documentación resultante de la estancia de los clientes serán archivados por el personal de recepción del restaurante.

### **2.11.9.- Formatos y Referencias**

**Tabla N°2**

#### **HOJA DE OCUPACIÓN.**

HOJA DE OCUPACIÓN				FECHA:
Nº RESERVA	MESA	NOMBRE Y APELLIDOS	Nº PERSONAS	OTROS DATOS

**Fuente:** <http://www.google.com.ec/search?newwindow=1&biw=1440&bih=738&tbm=isch&sa=1&q=hoja+de+ocupacion+al+cliente&oq=hoja+de+ocupacion+al+cliente>

**Elaborado por:** Mayra Pillajo y Gabriela Pilaguano

**NOTA:** La hoja de ocupación está diseñada para realizar el pedido del cliente como por ejemplo el número de reserva, el número de mesas, sus nombres –apellidos, fecha y número de personas.

- 1.- Esfuérzate en conocer al cliente y sus necesidades, se capaz de ponerte en su lugar.
- 2.- Considera tu imagen personal como parte del servicio.
3. Muestra disponibilidad por atender y ayudar a los clientes.
4. Ten una actitud positiva y muéstrate cortés.
5. No digas NO, busca una solución.
6. Escucha con atención y exprésate con claridad.
7. Convierte las quejas en oportunidades para mejorar.
8. Respeta a tus compañeros y trabaja en equipo.
9. Interésate en aprender y mejorar habilidades y conocimientos.
10. Conoce bien el destino en el que te encuentras.

### **2.12.- Normas para el personal.**

- Emplea las fórmulas de cortesía definidas por la empresa.

- Ten un trato amable con los clientes.

### ***2.12.1.- La amabilidad la refleja:***

- La predisposición a atender de manera inmediata al cliente.
- El tono de voz y el ritmo de transmisión (relajado y con un ritmo suficiente que no refleje ni prisas ni ansiedad).
- La capacidad para escuchar (se trata de que el cliente pueda expresar todo aquello que desea y que se realice un esfuerzo de comprensión).
- La capacidad para realizar preguntas que faciliten lo que el cliente quiere comunicar.
- La capacidad de controlar la agresividad.
- La capacidad de sonreír.
- La capacidad de utilizar el idioma del cliente.

### ***2.12.2.- Imagen personal cuidada.***

El personal acude a su puesto de trabajo aseado y viste un uniforme (si está estipulado) en perfecto estado, trasladando una imagen de profesionalidad, orden y pulcritud en el servicio. Adoptan unos códigos estéticos determinados: los hombres bien afeitados y peinados y las mujeres sin excesos de joyas, perfumeo maquillaje.

## Gráfico N°1

### ATENCIÓN AL CLIENTE



**Fuente:**<http://www.google.com.ec/search?newwindow=1&biw=1440&bih=738&tbm=isch&sa=1&q=atencion+al+cliente&oq=atencion+al+cliente>.

**Elaborado por:** Mayra Pillajo y Gabriela Pilaguano

**Artículo 1.-** Este reglamento establece las condiciones sanitarias a que deberá ceñirse la producción, importación, elaboración, envase, almacenamiento, distribución y venta de alimentos para uso humano, con el objeto de proteger la salud y nutrición de la población y garantizar el suministro de productos sanos e inocuos.

Este reglamento se aplica igualmente a todas las personas, naturales o jurídicas, que se relacionen o intervengan en los procesos aludidos anteriormente, así como a los establecimientos, medios de transporte y distribución destinados a dichos fines.

Para la aplicación del presente reglamento regirán las definiciones y requisitos que su texto establece.

**Artículo 2.-** Alimento o producto alimenticio es cualquier sustancia o mezclas de sustancias destinadas al consumo humano, incluyendo las bebidas y todos los ingredientes y aditivos de dichas sustancias.

Materia prima alimentaria es toda sustancia que para ser utilizada como alimento, precisa de algún tratamiento o transformación de naturaleza química, física o biológica.

**Artículo 3.-** Todos los alimentos y materias primas, deberán responder en su composición química, condiciones microbiológicas y caracteres organolépticos, a sus nomenclaturas y denominaciones legales y reglamentarias establecidas.

La producción, distribución y comercialización de los alimentos y materias primas transgénicos, deberán ceñirse, para su autorización, a las normas técnicas que dicte sobre esta materia el Ministerio de Salud.

La autorización será otorgada mediante resolución por el Servicio de Salud competente.

**Artículo 4.-** Corresponderá a los Servicios de Salud el control sanitario de los alimentos y velar por el cumplimiento de las disposiciones relativas a esta materia del Código Sanitario y del presente reglamento, todo ello de acuerdo con las normas e instrucciones generales que imparta el Ministerio de Salud.

## **2.13.- Título I Principios Generales de Higiene de los Alimentos.**

### **Párrafo I**

#### **De los establecimientos de alimentos.**

**Artículo 5.-** Establecimientos de alimentos son los recintos en los cuales se producen, elaboran, preservan, envasan, almacenan, distribuyen, expenden y consumen alimentos y aditivos alimentarios.

**Artículo 6.-** La instalación, modificación estructural y funcionamiento de cualquier establecimiento de alimentos deberá contar con autorización del Servicio de Salud correspondiente.

**Artículo 7.-** Al solicitar la autorización para la instalación de un establecimiento, el interesado deberá presentar, según corresponda.

- a) Autorización municipal de acuerdo a plano regulador;
- b) Plano o croquis de planta e instalaciones sanitarias a escala de la misma;
- c) Croquis de los sistemas de eliminación del calor, olor o vapor y sistema de frío;
- d) Descripción general de los procesos de elaboración;
- e) Materias primas que empleará;
- f) Rubros a los que se destinará;

- g) Sistemas de control de calidad sanitaria con que contará;
- h) Tipos de alimentos que elaborará;
- i) Sistema de eliminación de desechos.

**Artículo 8.-** La autorización será válida por un plazo de tres años contados desde su otorgamiento y se entenderá automáticamente prorrogada por períodos iguales y sucesivos a menos que el propietario o representante legal comunique su voluntad de no continuar sus actividades antes del vencimiento del término original o de sus prórrogas.

**Artículo 9.-** La autorización sólo podrá emitirse previa inspección del establecimiento y la solicitud de autorización deberá ser resuelta por el Servicio de Salud correspondiente dentro del plazo de treinta días hábiles contados desde que el requirente complete los antecedentes exigidos para ello. En dicho período deberán practicarse todas las visitas, inspecciones, análisis y otras actuaciones o diligencias necesarias para decidir sobre su aceptación o rechazo.

**Artículo 10.-** Para aquellos establecimientos que el Ministerio de Salud determine, la autorización podrá emitirse sin practicar una inspección previa.

**Artículo 11.-** Desde el inicio de su funcionamiento, el interesado deberá aplicar las prácticas generales de higiene en la manipulación incluyendo el cultivo, la recolección, la preparación, la elaboración, el envasado, el almacenamiento, el transporte, la distribución y la venta de alimentos, con objeto de garantizar un producto inocuo y sano.

**Artículo 12.-** Los establecimientos de alimentos no podrán utilizarse para un fin distinto de aquel para el que fueron autorizados.

**Artículo 13.-** La autoridad sanitaria deberá enrolar los establecimientos y para este efecto llevará un registro en el que se indicará el rubro o giro, su ubicación y el nombre del propietario.

## **CAPITULO III**

### **MANUAL DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS**

#### **INTRODUCCIÓN**

El presente manual de servicios está a disposición de la Carrera de Ingeniería en Ecoturismo de la Universidad Técnica de Cotopaxi están estructurados de forma sistemática, técnica, didáctica y práctica, los cuales se convierten en una herramienta indispensable dentro del Laboratorio de Servicios.

El manual de prestación de servicios abarca tres áreas que son la de coctelería y gastronomía y atención al cliente tienen como finalidad dar lineamientos necesarios a los usuarios de la Carrera de Ingeniería en Ecoturismo para brindar servicios de calidad, los cuales estén acorde a las necesidades y exigencias del consumidor final.

El manual están diseñados y elaborados según normas y reglamentos de calidad, higiene, alimentación y salud vigentes en el estado Ecuatoriano, lo cual viene a fortalecer y enriquecer el presente Manual.

Con los elementos antes mencionados, los estudiantes de Ingeniería en Ecoturismo obtendrán los conocimientos necesarios para brindar un adecuado y pertinente servicio en las áreas de gastronomía y coctelería.

## Diagrama N° 1

### PASOS PARA LA ATENCIÓN AL CLIENTE



**Fuente:**<http://www.google.com.ec/search?newwindow=1&biw=1440&bih=738&tbn=isch&sa=1&q=diagrama+de+flujo>.

**Elaborado por:** Mayra Pillajo y Gabriela Pilaguano

## 3.- PRESTACIÓN DE SERVICIOS PARA EL ÁREA DE GASTRONOMÍA

### 3.1.- Introducción

Gráfico N°2.

#### INTRODUCCIÓN

FUENTE: [http://es.scribd.com/doc/21658943/Manual-de-Buenas-Practicas-de-Manipulacion-](http://es.scribd.com/doc/21658943/Manual-de-Buenas-Practicas-de-Manipulacion-de-Alimentos-Para-Restaurantes-y-Servic)



de-Alimentos-Para-Restaurantes-y-Servic.

**Elaborado por:** Mayra Pillajo y Gabriela Pilaguano

El Manual de Gastronomía busca ser una guía para quienes conforman la Universidad Técnica de Cotopaxi de la carrera de Ecoturismo básicamente vinculadas en el sector académico mediante la implementación de procedimientos y procesos orientados a la calidad del servicio.

Adicionalmente brinda pautas para que los estudiantes conozcan y apliquen técnicas en las que puedan desarrollar un programa de calidad que incluya: montaje de mesas.

Esperamos que los conceptos y herramientas brindadas en este Manual sean de utilidad para complementar y ampliar el nivel de conocimientos técnicos de los estudiantes.

### ***3.1.1.- Objetivo.***

- Lograr que los estudiantes conozcan y apliquen herramientas que le permitan establecer y desarrollarse técnicamente, para medir su desempeño, y buscar la mejora continua en sus procesos.

### ***3.1.2.- Definiciones.***

- **Gastronomía:** es el estudio de la relación del hombre con su alimentación y su medio ambiente o entorno.
- **Cocina:** conjunto de platos que cocina una persona determinada o que son típicos de un lugar.
- **Alimentos:** producto, natural o elaborado, que toman los seres vivos y que proporciona al organismo las sustancias nutritivas y la energía que necesitan para vivir.
- **Montaje de mesas:** es la distribución de las mesas así como su decoración.

- **Restaurante:** Establecimiento donde se preparan y se sirven comidas según un menú o a la carta, a precios definidos por el establecimiento.
- **Menú:** Modalidad que tiene varias opciones de refrigerio completo, las cuales se preparan en grandes cantidades y se sirven en un horario de atención definido.
- **Bufete:** Es un servicio en el cual los manjares están dispuestos en mesas decoradas.
- **Camarero:** es la persona que tiene como oficio atender a los clientes de un establecimiento de hostelería, proporcionándoles alimentos, bebidas, y asistencia durante la estancia.
- **Manipulador:** persona que influye en otra o interviene en un asunto para conseguir un fin determinado.

**Gráfico N° 3.**

### **INTERPRETACIÓN DE LAS DEFINICIONES**



**FUENTE:** <http://www.google.com.ec/search?q=IMAGENES+DE+GASTRONOMIA>.

**Elaborado por:** Mayra Pillajo y Gabriela Pilaguano.

### **3.1.3.- Desarrollo del área de Gastronomía.**

#### **3.1.3.1.- Que es un negocio gastronómico:**

**Gráfico N° 4.**

#### **GASTRONOMÍA**



**FUENTE:** <http://es.scribd.com/doc/21658943/Manual-de-Buenas-Practicas-de-Manipulacion-de-Alimentos-Para-Restaurantes-y-Servic>.

**Elaborado por:** Mayra Pillajo y Gabriela Pilaguano

En el campo de la actividad gastronómica debe ser interpretado como el análisis y evaluación de un proyecto competitivo de un emprendimiento existente o a desarrollar por una empresa en el mercado que permite maximizar la rentabilidad para un empresario y la plena satisfacción de la demanda.

Un cliente necesita los siguientes puntos para satisfacer las necesidades de alimentación y son:

- Lugar seguro.

- Con parqueadero vigilado.
- Con una decoración acorde a la categoría del lugar.
- Ambiente agradable.
- Limpieza a todo nivel.
- Cordialidad en los empleados.
- Variedad en los alimentos y bebidas.
- Calidad en los alimentos y bebidas.

El servicio de una comida puede llevarse a cabo de maneras diferentes, dependiendo de una serie de factores como son:

- Categoría del establecimiento.
- Carta o menú que ofrece.
- Espacio físico de que dispone.
- El tiempo disponible para la comida.
- Cantidad de clientes que se espera recibir.

### ***3.1.4.- Limpieza de las áreas.***

#### ***3.1.4.1.- Limpieza de las áreas donde se prepara la comida.***

##### ***3.1.4.1.1.- Limpiar.***

Es la acción de quitar la suciedad, restos de comida, grasa u otras materias consideradas como perjudiciales para la salud.

##### ***3.1.4.1.2.- Desinfectar.***

Es la acción de eliminar a los microbios por medios mecánicos, físicos o químicos.

**Gráfico N° 5.**

### **LIMPIEZA Y DESINFECCIÓN**

**FUENTE:** <http://es.scribd.com/doc/21658943/Manual-de-Buenas-Practicas-de-Manipulacion-de-Alimentos-Para-Restaurantes-y-Servic>.

**Elaborado por:** Mayra Pillajo y Gabriela Pilaguano

### ***3.1.4.2.- Cómo limpiar platos y utensilios?***

Es importante tener en cuenta que:

- Una desinfección sin una limpieza previa, no es efectiva.
- La limpieza debe de ser realizada con detergentes adecuados, autorizados sanitariamente, y que existen detergentes con acción desinfectante.

### ***3.1.5.- Presentación correcta e higiene del personal.***

#### ***3.1.5.1.- Presentación correcta del Manipulador de Alimentos.***

**Gráfico N°6.  
PRESENTACIÓN CORRECTA**



**FUENTE:**<http://es.scribd.com/doc/21658943/Manual-de-Buenas-Practicas-de-Manipulacion-de-Alimentos-Para-Restaurantes-y-Servic>.

**Elaborado por:** Mayra Pillajo y Gabriela Pilaguano

- Cuerpo, manos y cabello limpios.
- Bañarse diariamente.
- Uñas cortas y sin esmalte.
- Uso obligatorio de delantal o mandil.
- Si el manipulador de alimentos tiene barba debe cubrirse.
- No usar pulseras, relojes, anillos u otros accesorios.

#### ***3.1.5.2.- Higiene para el personal.***

La higiene en la manipulación de los alimentos es un principio en el que el personal desempeña un papel muy importante, ya que potencialmente constituye un portador directo de muchos microorganismos.

#### **Gráfico N° 7. HIGIENE DEL PERSONAL**



**FUENTE:** <http://es.scribd.com/doc/21658943/Manual-de-Buenas-Practicas-de-Manipulacion-de-Alimentos-Para-Restaurantes-y-Servic>.

**Elaborado por:** Mayra Pillajo y Gabriela Pilaguano.

### ***3.1.5.3.- Reglas básicas de higiene personal***

#### ***3.1.5.3.1.- Baño diario:***

Todo el personal que esté involucrado en la manipulación de los alimentos deberá presentarse bañado o se bañará en la empresa antes de iniciar las labores.

#### ***3.1.5.3.2.- Ropa y calzado:***

El personal asistirá a su trabajo con ropa y calzado propios. Para efectuar sus labores en el sitio de trabajo deberá portar uniforme limpio, completo y en buen estado, preferiblemente de color claro; y únicamente lo usará dentro del restaurante.

En el caso del uniforme del personal de cocina, éste debe constar de:

- Gorra (que cubra toda la cabeza).
- Chaqueta clara.
- Delantal de tela o plástico claros.
- Guantes de plástico, en caso necesario.
- Pantalón (preferentemente de color claro).
- Calzado para usar solamente en el trabajo.

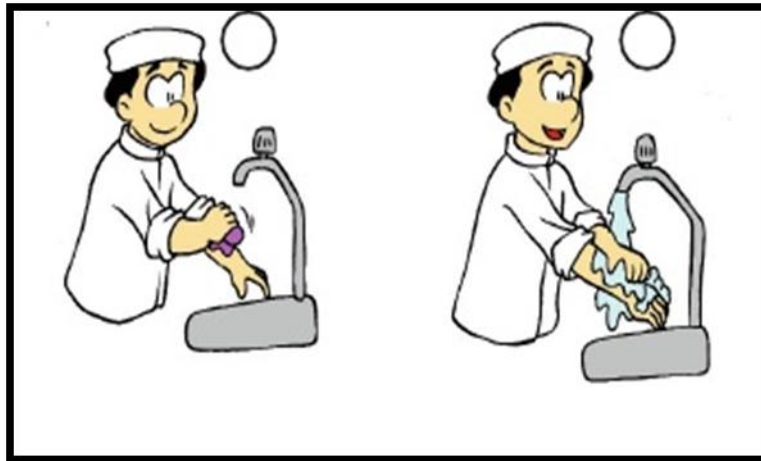
#### ***3.1.5.4.- Malos hábitos que se deben evita.***

Los manipuladores de alimentos deben seguir estrictas normas para evitar los malos hábitos:

- No fumar, comer, beber, masticar chicle o escupir en áreas de preparación de alimentos (a excepción de los chef que prueban las comidas de manera apropiada).
- Evitar toser y estornudar sobre los alimentos.
- No utilizar uñas largas o con esmaltes porque esconden gérmenes y desprenden partículas en el alimento.
- No Manipular los alimentos o ingredientes con las manos en vez de utilizar guantes y utensilios como tenazas, papel film, etc.
- No utilizar anillos, esclavas, relojes, aros u otros elementos que además de esconder bacterias pueden caer en los alimentos o en los equipos causando un problema de salud al consumidor.

- No utilizar la vestimenta como paño para limpiar o secar.

**Gráfico N° 8.**  
**HIGIENE DEL PERSONAL**



**FUENTE:** <http://es.scribd.com/doc/21658943/Manual-de-Buenas-Practicas-de-Manipulacion-de-Alimentos-Para-Restaurantes-y-Servic>.

**Elaborado por:** Mayra Pillajo y Gabriela Pilaguano.

### ***3.1.6.- Capacitación sanitaria.***

Todo el personal debe estar entrenado en las Buenas Prácticas de Manipulación, a fin de crear una cultura de salubridad de la comida en los restaurantes y servicios afines. La administración del restaurante es responsable de la capacitación sanitaria de los manipuladores de alimentos, la cual tiene carácter obligatorio y debe efectuarse por lo menos cada seis meses, mediante un programa que incluya los Principios Generales de Higiene, Buenas Prácticas de Manipulación de Alimentos y Bebidas.

**Gráfico N° 9.**  
**BUENAS PRÁCTICAS DE MANIPULACIÓN (BPM)**



**FUENTE:** <http://es.scribd.com/doc/21658943/Manual-de-Buenas-Practicas-de-Manipulacion-de-Alimentos-Para-Restaurantes-y-Servic>.

**Elaborado por:** Mayra Pillajo y Gabriela Pilaguano

***3.1.6.1.- Higiene y manipulación de los alimentos por sectores.***

***3.1.6.1.1.- La Higiene y manipulación de los alimentos se divide por áreas que a continuación las mencionaremos.***

- Área de recepción.
- Área de almacenamiento.
  
- Área de preparación.
  
- Área de cocción.
  
- Área de distribución.

**Gráfico N° 10.**

## ÁREAS DE CONSERVACIÓN DE ALIMENTOS



**FUENTE:** <http://www.google.com.ec/search?q=imAgenes+de+conservacion+de+alimentos&source>.

**Elaborado por:** Mayra Pillajo y Gabriela Pilaguano

### ***3.1.6.2.- Área de Recepción:***

- Se debe verificar lo recibido, de acuerdo a lo pedido mediante formularios.
- El área de recepción, los implementos y equipos deben estar completamente limpios y ordenados antes y después de la recepción de los alimentos.
- Se eliminara la basura y desperdicios cada vez que se reciban alimentos.

### ***3.1.6.3.- Área de almacenamiento:***

- Todos los alimentos deben guardarse en envases limpios.
- Almacene a 15 cm del piso y alejados de las paredes.
- Mantenga limpias y seca el área de almacenamiento.

- Nunca almacene productos químicos cerca de los alimentos.
- Se debe almacenar de acuerdo a las características físico-químicas
- No almacenar alimentos crudos con cocidos.
- Practique PEPS, Primeras Entradas, Primeras Salidas.
- Ponga etiquetas y fechas a todos los alimentos almacenados.
- Compruebe siempre la temperatura de refrigeradores y congeladores.
- Revisar periódicamente el estado sanitario de los alimentos.
- Separar y eliminar las frutas y verduras deterioradas.
- Los alimentos que se reciben en fundas, paquetes, enlatados y frascos se ordena en estanterías.
- Los cereales, harinas, azúcar, se almacenan a temperaturas de 10 a 12 °C.

#### ***3.1.6.3.1.-Leche, productos lácteos y huevos.***

- LECHE en los mismos envases a temperaturas de 6 a 8 °C.
- La leche en polvo de 6 a 8 meses en un lugar seco y fresco.
- Los quesos maduros de 2 a 7°C, máximo cuatro semanas.
- La mantequilla se almacena en su propio envase, no contacto con luz y aire.

**Gráfico N° 11.**  
**LECHE, PRODUCTOS LÁCTEOS Y HUEVOS**



**FUENTE:** <http://es.scribd.com/doc/21658943/Manual-de-Buenas-Practicas-de-Manipulacion-de-Alimentos-Para-Restaurantes-y-Servic>.

**Elaborado por:** Mayra Pillajo y Gabriela Pilaguano

#### **3.1.6.3.2.- Carnes.**

- Deben separarse según su especie.
- Previa limpieza.
- Evitar contacto con productos cocidos.
- Rechazar si presentan modulaciones o parásitos visibles.
- Carnes crudas se almacenan a una temperatura menor a 5 °C.
- Carnes molidas se almacenan a una temperatura menor a 2 °C. y en bandejas de metal anticorrosivo.
- Vísceras a 1-2 °C.

- Pollo a 4°C.
- Las carnes en congelación se mantienen a -12 a -18, por tres meses.

#### **3.1.6.4.- Área de preparación.**

Mantener las características organolépticas (características físicas), digestibilidad y valor nutritivo.

- Área de preparación de vegetales.
- Área de preparación de frutas.
- Área de preparación de carnes.
- Área de repostería.

**Gráfico N° 12.**

#### **PREPARACIÓN DE ALIMENTOS**



**FUENTE:** <http://es.scribd.com/doc/21658943/Manual-de-Buenas-Practicas-de-Manipulacion-de-Alimentos-Para-Restaurantes-y-Servic>.

**Elaborado por:** Mayra Pillajo y Gabriela Pilaguano

### ***3.1.6.5.- Área de cocción.***

#### ***3.1.6.5.1.- Tipos de cocción.***

- Asar
- Estofar
- Freír
- Baño maría
- Al vapor
- Hervir

### ***3.1.7.- Operaciones previas al servicio.***

Antes de comenzar el servicio se realizarán un conjunto de operaciones previas para que en el momento de abrir el comedor esté todo preparado y en condiciones para poder ofrecer al cliente un servicio rápido y esmerado.

Este trabajo lo realizan aquellas personas que ha designado el encargado de la brigada, y suelen ser jefes de rango con sus respectivos ayudantes.

El montaje del comedor podemos diferenciarlo en dos partes, según las funciones que realizan las personas que están encargadas del mismo.

Una parte, que sería la preparación y repaso del material y otra el montaje de las mesas.

1.- Se rectificara de que la mesa y sillas se encuentre en perfecto estado es decir equilibrado.

2.- Cambio de mantelería y la respectiva colocación de los platos, cubertería, cristalería, menaje.

### ***3.1.7 .1.- Pautas y gustos que se debe tomar en cuenta previo a la atención del cliente.***

#### ***3.1.7.1.1.- Reservas.***

- Chequear detalladamente las reservas del día antes de la apertura del establecimiento.
- No dejar que el teléfono suene más de tres veces.
- Es importante la forma de presentación a través de vocalización, estilo pausado, palabras concretas y corteses.
- La información es fundamental en cuanto a la ubicación del establecimiento, los platos que ofrece (especialidades), horarios de apertura y cierre del local.
- Registrar la mesa asignada e informar claramente las formas de pago

**Gráfico N° 13.**

## ATENCIÓN AL CLIENTE



FUENTE: <http://es.scribd.com/doc/21658943/Manual-de-Buenas-Practicas-de-Manipulacion-de-Alimentos-Para-Restaurantes-y-Servic>.

**Elaborado por:** Mayra Pillajo y Gabriela Pilaguano

### ***3.1.7.1.2.- Estacionamiento.***

- Estar atentos a la llegada de los vehículos.
- Estar debidamente identificados como personal del establecimiento
- Tener teléfonos asociados (grúas, mecánicos) que puedan ofrecer el servicio en caso de emergencia.

### ***3.1.7.1.3.- Bienvenida.***

- Se sugiere respetar lo horarios de apertura y cierre del establecimiento.
- Se debe dar importancia para que se encuentre una moza o mozo para dar la bienvenida.

- Se debe mantener una actitud atenta y relajada.
- Es aconsejable saludar con preferencia a los clientes habituales.
- En caso de haber situaciones especiales (niños, bebés, personas discapacitadas) preguntar si necesitan de algún elemento facilitador para su estancia.
- Se recomienda contar con un espacio para guardar ropa.
- Junto con la bienvenida es aconsejable dar el nombre de la persona que los recibe y los acompaña.

#### ***3.1.7.1.4.- Tiempos de espera.***

Si los comensales deben esperar se debe tener preparado:

- 1.- Ofrecer un lugar cómodo para la espera.
- 2.- Tener preparado bocaditos para el cliente.
- 3.- Proporcionar un ambiente acogedor y relajado para evitar la sensación de aburrimiento o cansancio por la espera.

**Gráfico N° 14.**

**TIEMPO DE ESPERA**



**FUENTE:** IMÁGENES PRELIMINARES.

**Elaborado por:** Mayra Pillajo y Gabriela Pilaguano

***3.1.7.1.5.- A la mesa.***

- Respetar los gustos del cliente.
- El ambiente del lugar debe estar bien iluminado, sin excesos de ruidos, con temperaturas moderadas, libre de insectos, pisos no resbaladizos.
- Diferenciar a los clientes que no son fumadores de los que lo son para distribuirlos correctamente.
- Tratar de identificar a los clientes que buscan un lugar más íntimo.
- Señalar la ubicación de la toilette.
- Actuar con propiedad al ayudar a sentarse a la mesa las clientas.

### ***3.1.7.2.- Pautas técnicas del servicio a la mesa.***

- Se recomienda que no se encuentren a la vista del cliente platos y vasos sucios amontonados.
- Cuidar que los arreglos florales se mantengan frescos, agradables pero no molestos.
- Tener en cuenta que los platos y vasos no posean rastros de suciedad, gotas de humedad o deterioro del mismo.

#### ***3.1.7.2.1.- Salida.***

- Cuando el comensal no posee vehículo propio, ofrecer un servicio de taxis que sea de confianza del establecimiento.
- Acompañar la salida del cliente, ayudando con sus abrigos.
- Aprovechar el camino con el comensal preguntándole por ejemplo:

*¿Fue todo de su agrado?*

*¿Se sintió cómodo en nuestro establecimiento?*

*¿L e gustaría hacernos algún comentario?*

- Estar atentos al dar un saludo de despedida al cliente como:

*"Esperamos que haya tenido una agradable estancia con nosotros"*

*"Deseamos que Haya sido todo de su agrado y contar con su presencia nuevamente"*

# PRESTACIÓN DE SERVICIOS PARA EL ÁREA DE COCTELERÍA

## 3.2.- Presentación:

Gráfico N° 15.

PRESENTACIÓN



FUENTE: <http://dionisiosacolyte.blogspot.es/img/cocteles.pdf>.

Elaborado por: Mayra Pillajo y Gabriela Pilaguano

Son muchas las personas que se encuentran dentro del mundo de los licores; pero son muy pocas las que realmente disfrutan hacerlo y aprovechan al máximo del incalculable placer del coctel.

Actualmente la coctelería es una de las técnicas más profesionalizadas del sector ya que su elaboración requiere una serie de conocimientos, técnicas y destrezas muy concretas.

Para lo cual ponemos a la disposición el Manual de Coctelería el cual va a enriquecer y complementar el nivel y conocimiento de los beneficiados. *Tengamos en cuenta la premisa que existe en los bares "toda mezcla de licores genera un coctel"*

### **3.2.1.- Introducción.**

El presente manual está dirigido al conocimiento de técnicas utilizadas en el bar aplicando sus secretos, resaltando las situaciones en que se encuentra un bartender en los momentos en que ejecuta la preparación de un cóctel considerando también procedimientos, métodos y proporciones exactas.

Este trabajo académico ejecutado por los estudiantes de la Universidad Técnica de Cotopaxi - Carrera de ingeniería Ecoturismo pone a la disposición de los estudiantes y personal administrativo tomando en cuenta que su contenido son de vital importancia en la obtención de conocimientos necesarios para realizar nuevas creaciones de cocteles con un sabor equilibrado, color característico y decoraciones vistosas importantes para la aceptación del público consumidor existen en el mercado.

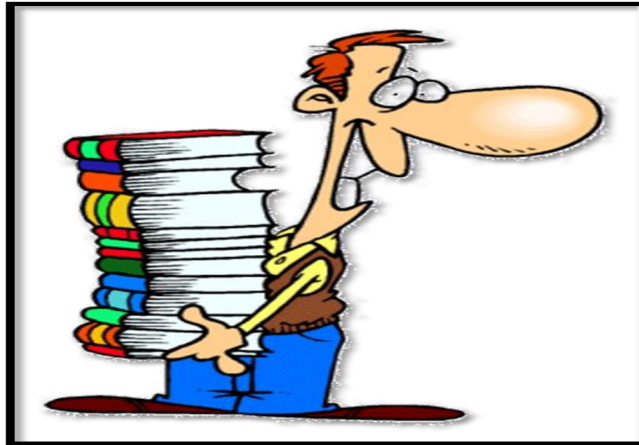
### **3.2.2.- Objetivo:**

Conseguir que los alumnos obtengan los conocimientos necesarios para realizar nuevas creaciones de cócteles con un sabor equilibrado, color característico y decoraciones vistosas importantes para la aceptación del público consumidor.

### **3.2.3.- Definiciones**

**Gráfico N° 16.**

#### **DEFINICIONES**



**FUENTE:** IMÁGENES PRELIMINARES.

**Elaborado por:** Mayra Pillajo y Gabriela Pilaguano

#### **3.2.3.1.- Coctelería:**

Es una preparación a base de una mezcla de diferentes bebidas en diferentes proporciones, que contiene por lo general uno o más tipos de bebidas alcohólicas junto a otros ingredientes jugos, frutas, miel, leche o crema, especias.

#### **3.2.3.2.- Bar:**

Desempeña las funciones de preparación y servicio de bebidas con o sin alcohol, puras o combinadas, su servicio será tanto en barra, como en la sala, así como el control de los ingredientes a usar.

### **3.2.3.3.- *Bebida:***

Cualquier sustancia o mezcla de sustancias destinadas al consumo humano, elaboradas con agua tratada incluyendo las bebidas alcohólicas.

## **3.2.4.- *DESARROLLO DEL AREA DE COCTELERÍA***

### **3.2.4.1.- *Definición:***

Es una preparación a base de una mezcla de diferentes bebidas en diferentes proporciones, que contiene por lo general uno o más tipos de bebidas alcohólicas junto a otros ingredientes, generalmente jugos, frutas, miel, leche o crema, especias.

### **3.2.4.2.- *El coctel a través del tiempo***

El origen del coctel nos habla de tiempos muy lejanos. Basta con recordar hidromel o aguamiel de los romanos, coctel que resulta de la mezcla de vino cocido y miel.

Igualmente, la resina de los griegos era el resultado de mesclar especias y jugos de frutas. Aunque el origen del término coctel se pierde en las historias, anécdotas e imaginación, algunas de las versiones más simpáticas son:

Cocktail proviene del francés antiguo “coquetel”, palabra que en el siglo XVIII se refería a una mezcla de licores que se servía en una huevera y era oriunda de la región de Burdeos.

Cocktail, o “cola de gallo”, proviene del inglés empleado en la época de la guerra de Secesión para referirse a la mezcla de licores de abigarrados colores y efectos sorprendentes.

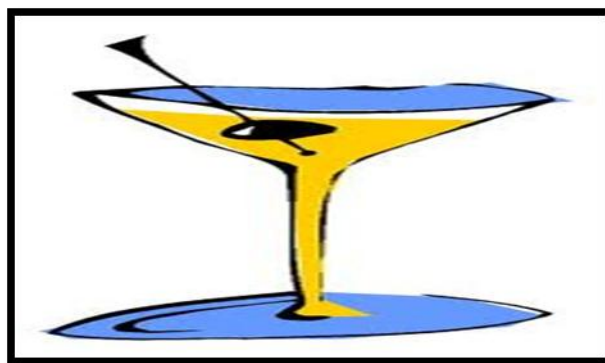
Según una leyenda americana, se cuenta que un cabaretero, habiendo perdido su gallo de cola coloreada, ofreció a quien lo encuentre un brebaje de múltiples bebidas. En América Central se cuenta que los propietarios de los gallos vencedores en los combates recibían como trofeo la cola del vencido y brindaban "on the cock'stail", es decir en honor a la cola del gallo.

Durante la gran prohibición norteamericana, los *barmen*, verdaderos brujos de la coctelería, mezclaron ingredientes, añadieron jugos de frutas, especias y hierbas, aromáticas para matizar la mala calidad de los licores elaborados en la clandestinidad.

Fue así como surgieron recetas de nombres sonoros, que dieron la vuelta al mundo y se quedaron a vivir entre nosotros. Algunos son: Pussy Foot, Bloody Mary, Side Car, Alexander, Daiquiri, Tom Collins.

**Gráfico N° 17.**

**COCTELERÍA**



**FUENTE: IMÁGENES PRELIMINARES.**

**Elaborado por:** Mayra Pillajo y Gabriela Pilaguano

### ***3.2.5.- Importancia del bar.***

El bar dentro de un establecimiento hotelero requiere de una esmerada dedicación y organización para el desarrollo integral de su éxito, porque es una de las principales fuentes de ingreso, que se logra a través de la venta de cócteles y demás bebidas. Será necesario mencionar la participación de un verdadero bartender para su supervisión y control.

**Gráfico N° 18.**

#### **CLASES DE BARES**



**FUENTE:** <http://dionisiosacolyte.blogspot.es/img/cocteles.pdf>.

**Elaborado por:** Mayra Pillajo y Gabriela Pilaguano

### ***3.2.6.- Clases de bares.***

Solo existen dos clases: Bar Familiar y Bar Profesional.

### ***3.2.6.1.- Bar familiar.***

El más sencillo de todos. Se encuentra normalmente en los hogares, en un pequeño espacio destinado a este fin.

El stock de bebidas es mínimo, difícilmente de más de una docena de botellas y los utensilios con que cuenta son los indispensables.

El anfitrión improviso mezclando licores que normalmente no se beben puros por sus efectos o el sabor.

### ***3.2.6.2.- Bar profesional.***

Es el bar abierto al público, con montaje e instalaciones apropiadas. Está dotado de un amplio surtido de bebidas, y equipos, cristalería y utensilios apropiados para el trabajo eficiente y un buen servicio. Requiere de profesionales con técnicas muy depuradas para su atención y administración.

### ***3.2.7.-Mobiliario del bar.***

- Sillas.
  
- Mesas.
  
- Banquitos.
  
- Auxiliares.
  
- Barra.

### ***3.2.8.- Útiles básicos para hacer un cóctel.***

Los útiles fundamentales en el proceso de elaboración de cócteles son:

- la coctelera.
- el vaso mezclador y,
- los goteros.

### ***3.2.9.- Equipamiento y Utensilios necesarios del bar.***

#### ***3.2.9.1.- Coctelera.***

Podemos encontrar dos tipos de coctelera según su forma. *La coctelera de tres cuerpos*, formada por el vaso, el cubre vaso (con unos orificios para dejar pasar la bebida) y el cubre boca o tapón.

*La coctelera de dos cuerpos o Boston* está compuesta por dos vasos, normalmente uno de ellos es metálico y el otro de cristal grueso. Éstos irán colocados uno dentro de otro.

Los materiales con los que se realizan las cocteleras son, normalmente, el acero inoxidable, la alpaca o la plata

Es usada para mezclar las bebidas con hielo antes de servirse.

Los beneficios son dobles, uno es que obviamente sirve para mezclar los ingredientes de una bebida y la otra, y posiblemente más importante, es que permite enfriar la bebida. Esta puede ser básicamente de dos tipos:

**Gráfico N° 19.**

**UTENSILIOS DE UN BAR**



**FUENTE:** <http://dionisiosacolyte.blogspot.es/img/cocteles.pdf>.

**Elaborado por:** Mayra Pillajo y Gabriela Pilaguano.

***3.2.9.2.- La coctelera de estilo europeo:***

Consiste en un contenedor, que puede ser de metal o combinado con vidrio, con una capacidad aproximada de medio litro. Tiene una abertura arriba que permite introducir las bebidas y un pico que se usa para servir.

***3.2.9.3.- La coctelera americana:***

Consiste de dos vasos de igual tamaño, donde se echa el líquido, para luego cerrarse por el medio.

Esta es generalmente de metal, o un vaso de metal y el otro de vidrio.

#### ***3.2.9.4.- Vaso mezclador.***

Es un recipiente de cristal de gran tamaño; se usa para bebidas que no deben ser agitadas, sino mezcladas. También se puede emplear un vaso plástico o una jarra de boca ancha.

#### ***3.2.9.5.- Cuchara mezcladora.***

Es el accesorio que acompaña al vaso mezclador. Se trata de una cuchara de metal con mango largo y cuerpo redondeado, que termina en un pequeño pilón que puede usarse para macear determinados ingredientes, como las hojas de menta. Se puede remplazar por cualquier cuchara de mango largo.

#### ***3.2.9.6.- Colador de coctel.***

También llamado “strainer”, tiene forma circular, rodeado por un resorte en espiral. Especialmente diseñado para ajustarse en el tope de la coctelera y colar la bebida en el vaso.

El resorte alrededor de su borde tiene como función la de no dejar pasar los cubitos de hielo, las pulpas y las pepitas de las frutas en el momento de vaciar el coctel en la copa. Se puede suplir por un colador metálico pequeño, según el tamaño del vaso mezclado.

#### ***3.2.9.7.- Licuadora.***

Se utiliza para preparaciones bien mezcladas y espumosas. También se usa para la “frozen cocktails” (cocteles con hielo picado).

### **3.2.9.8.- Vaso medidor (Jigger).**

Aunque el barman profesional calcula a ojo las cantidades de alcohol que va a mezclar, el aficionado deberá ayudarse de la copa adecuada para medir la cantidad de líquido.

### **3.2.9.9.- Ralladorres.**

Normalmente se utilizan dos, uno para la nuez moscada y otro para la cáscara de las frutas agrias.

### **3.2.9.10.-Misceláneos.**

Finalmente se necesitan cucharas para revolver, agitadores y otros elementos de cocina como cuchillos, bowls, etc. Finalmente hay cosas, una licuadora o picadores de hielo por ejemplo, que son muy útiles aunque no fundamentales.

## **3.2.10.- Tipos de cristalería utilizados en el servicio de cócteles.**

La cristalería para el servicio del cóctel es variada, pero la más básica se compondría de la copa de cóctel, el vaso *highball* o *tumbler*, vaso *on the rocks* (también conocido como *oldf ashioned*), vaso *collinsy* las copas tipo *sour*.

### **3.2.10.1.- La copa de cóctel.**

Se utiliza preferentemente para servir martinis, manhattans y cócteles en general. Debe tomarse por la base al presentarla al cliente.

**Gráfico N° 20.**  
**COCTELES**



FUENTE: **IMÁGENES PRELIMINARES.**

**Elaborado por:** Mayra Pillajo y Gabriela Pilaguano.

**3.2.10.2.- El vaso highball o tumbler:**

Es un vaso de boca ancha que permite incluir más elementos decorativos para la presentación final. Es uno de los más utilizados en el servicio de coctelería.

Es muy popular para bebidas como *whisky*, ron, ginebra y vodka, ya que éstas, normalmente, suelen servirse acompañadas de hielo y agua, soda u otra bebida.

**3.2.10.3.- Los vasos on the rocks.**

Son bajos y de boca ancha. Son ideales para bebidas con hielo.

**3.2.10.4.-Los vasos Collins.**

Son indispensables para los tragos largos, de tal forma que cuanto más alto sea el vaso, mejor. El diseño debe estrecharse por el centro.

### ***3.2.10.5.- La copa sour.***

Se usa principalmente para los cócteles que reciben el mismo nombre (cócteles sour).

## ***3.2.11.-Partes del cóctel.***

Un coctel se compone es esencia de tres partes:

### ***3.2.11.1.- Base:***

Alcohol principal y licores que le acompañen en proporciones importantes.

### ***3.2.11.2.- Mixer:***

Normalmente es un elemento no alcohólico que utilizamos para disminuir la carga (concentración) de alcohol, modificar su sabor y, en algunos casos, decorar.

### ***3.2.11.3.-Decoración:***

Usaremos siempre frutas que guarden coherencia con los ingredientes de la receta, salvo petición expresa de ésta, como algo excepcional. Evitaremos cosas como sombrillitas, guacamayas, luces de bengala, juguetitos, etc.

#### ***3.2.11.4.- El contenido normal.***

De un coctel es de tres onzas (85 el). Algunos cocteles, especialmente los refrescantes, pueden tener 6 ó más onzas. Pero, en cualquier caso, el contenido de licor de un coctel es de 2 a 2-1/2 onzas; esto incluye el destilado de base más los licores o vinos usados como complemento para “modificar” el aguardiente.

Con el hielo que se derrite al mezclar o batir, las gotas o chorritos de aromatizantes o saborizantes y la fruta que se use como decoración se completan las 3 onzas del cóctel.

En los tragos largos, los cubos de hielo y la soda, refrescos o jugos alargan el trago a 6, 8 o 10 onzas.

#### ***3.2.12.- Tipos de preparación.***

La división más clara se centra en si se sirven secos o alargados (con agua u otro líquido), de esta forma se tiene los “soft drinks” o los “long drinks”.

El instrumento imprescindible para su elaboración es la coctelera.

La diversidad de los cócteles es muy grande y **pueden, no obstante, dividirse en:**

##### ***3.2.12.1.- Directo:***

Cuando los ingredientes se mezclan directamente en la copa, dentro de estos tenemos la subcategoría de puosse-café, que son las mezclas por capas, por ejemplo el B’52.

### **3.2.12.2.- *Refrescado:***

Se pone hielo en la copa y se mezclan los ingredientes en la coctelera con la ayuda de un removedor o una cuchara bailarina.

### **3.2.12.3.- *Batido:***

preparación clásica en coctelera.

### **3.2.12.4.- *Licuditos:*** preparación en licuadora.

### **3.2.12.5.- *Frozen:***

Son los cocteles preparados en la licuadora con hielo molido, para obtener una consistencia parecida a la de un helado, por ejemplo: daiquiri o margarita.

**3.2.12.6.- *Flambeado:*** son las combinaciones que en su preparación se prende fuego.

## **3.2.13.-*Decálogo del Barman.***

1. El barman es un artista y la coctelería un arte que se nutre de espíritu, sabor, aroma y color.
2. La misión del barman es alegrar, no embriagar.
3. Haz del cliente un amigo y no del amigo un cliente.
4. No ofrezcas nunca una copa sin una sonrisa.

5. Habla lo necesario, no escuches lo ajeno y olvida las confidencias del amigo.
6. Sé el más limpio, el más elegante, el más cordial, el más fino, en todo momento y en todo lugar.
7. No hagas trampas con las bebidas ni juegues con la confianza de tus amigos: sírveles siempre lo mejor.
8. Sé paciente con los que te ayudan en el bar, enséñales tu oficio con amor. No los engañes.
9. Lleva encendida la solidaridad profesional y no permitas que nadie la quebrante.
10. Siente el orgullo de ser Barman, pero merécelo.

**Gráfico N° 21.**

**DECÁLOGO DEL BARMAN**



**FUENTE:** IMÁGENES PRELIMINARES.

**Elaborado por:** Mayra Pillajo y Gabriela Pilaguano

### ***3.2.14.-El arte de preparar el coctel.***

1. Utilizar siempre buenas bebidas.
2. Ajustarse estrictamente a la fórmula y a la dosificación indicada por su creador.
3. Cumpliendo con este requisito se obtienen colores armónicos, efectos estéticos agradables, y perfumes y sabores que cumplen los propósitos del creador: deleitar.
4. Utilizar siempre el modelo de vaso o copa que el creador de la fórmula indica. No solamente es el recipiente adecuado, sino también tiene la capacidad exacta que debe beberse, de acuerdo con la graduación de sus distintos componentes.
5. Para el aficionado. No hacer caso al criterio de los amigos o invitados que siempre aconsejan: "Un chorrito de esto o aquello, para cambiar o mejorar el gusto". Cada fórmula es definitiva y producto de la experiencia de su creador.
6. Seguir fielmente las indicaciones accesorias: refrescado, batido, etc., ya que ellas indican con la inclusión del hielo, la temperatura que debe tener el coctel.

A veces el exceso de frío es producido por el exceso de hielo, que torna aguachento el coctel.

**Gráfico N° 22.**

**BARMAN**



**RECUERDA QUE:**

No debes dejar un coctel en el vaso mezclador pues el hielo se derretirá

**Elaborado por:** Mayra Pillajo y Gabriela Pilaguano

### ***3.2.15.- Preparación de los cócteles.***

Las fórmulas de los cócteles son esenciales; éstas deben respetarse en cuanto a medidas e ingredientes.

La preparación y servicio mejorará con la experiencia, pero es fundamental seguir los procedimientos correctos para conseguir el producto deseado.

### ***3.2.16.- Normas para la preparación de los cocteles***

A la hora de elaborar un coctel debemos centrarnos en cuatro aspectos fundamentales.

- Ingredientes.
- Cantidades.
- Batido o mezcla.
- Presentación

#### ***3.2.16.1.- Ingredientes:***

El principio básico es atenerse a la receta correspondiente, respetando estrictamente lo ingredientes y cantidades establecidas en la misma.

En general un coctel debe llevar:

- Una bebida alcohólica destilada (ginebra, whisky, ron) como ingrediente principal.
- Una o dos licores para aportar dulzor y color al conjunto.
- Un poco de limón u otro elemento cítrico o amargo.
- Un elemento decorativo comestible (fruta, aceituna, hierbabuena)
- Uno de los ingredientes fundamentales, en casi todos los casos es el hielo que se incluye para refrescar y en ocasiones suavizar, la bebida resultante.

### **3.2.16.2.- Cantidades:**

Hay que ser muy cuidadoso al momento de dosificar las cantidades, vienen expresadas en cc o ml – onzas (oz) correspondiente a 30ml.

### **3.2.16.3.- Batido o mezcla:**

El batido es la acción básica para que se mezclen entre si los distintos ingredientes que componen el coctel.

### **3.2.16.4.- Presentación:**

El servicio del coctel culmina con presentación y decoración adecuada; siempre es conveniente adornar un coctel antes de servirlo.

### **3.2.16.5.- Decoración.**

Los elementos empleados para la decoración pueden ser de dos tipos:

- Comestibles:
  
- No comestibles

### **3.2.16.6.- Adornos comestibles:**

*Forman el grupo más numeroso entre ellos tenemos:* Frutas, cortezas de frutas, aceitunas y cebollitas, tiras de apio, escarchado, hierbas aromáticas, especias y esencias, colorantes.

### **3.2.16.7.- Adornos no comestibles:**

Flores, agitadores y palillos, pajitas o sorbetes, otros adornos (diseños variados: desde las clásicas sombrillas hasta sofisticados diseños de animales, hojas)

### **3.2.16.8.- Medidas estándar.**

Es importante controlar el tipo de medidas que se utilizan para la elaboración de cócteles.

Las unidades de medida más usuales son los mililitros y las onzas. La equivalencia es la siguiente:

- 30 ml equivalen a 1 onza.
  
- 20 ml equivalen a 2/3 de onza.
  
- 15 ml equivalen a 1/2 onza.

La cuchara de bar sirve como instrumento medidor.

Cuando en una receta se mencionen las medidas para la elaboración de cócteles, entenderemos que éstas hacen referencia al vaso en el que se servirá ese combinado.

Cuando se mencione el término golpe o *dash*, interpretaremos que equivale a una gota que sale del pico que tienen algunas botellas en la estación central. Un golpe equivale a 0,9ml (0/32 onzas).

### **3.2.17.- Normas de seguridad e higiene en el servicio.**


Tomando en cuenta que todas las normas aplicables al servicio de restaurante-bar en cuanto a higiene y seguridad son igual para el servicio de coctelería.

- Al realizar el cóctel a la vista del cliente, es muy importante que todos los utensilios estén limpios. Una fórmula impecablemente realizada que se presente en una copa sucia, provoca que el trabajo elaborado no haya servido de nada.
- Cuando realicemos los cócteles ante el cliente, se espera del camarero un aspecto cuidado, aseado y pulcro. De nada va a servir lo bien que se haga el cóctel si no se tiene especial cuidado con la imagen personal.
- El arte de la coctelería exige precisión, práctica y concentración. Ésas son las claves para una fórmula bien hecha. Aunque los elementos que se encuentran alrededor puedan provocar cierta distracción, es necesario aprender a concentrarse en el trabajo.
- Es fundamental revisar y limpiar los utensilios de la estación central constantemente, ya que está expuesta ante el público y no puede tener un fallo. No sólo es por motivos higiénicos, sino que una coctelera mal lavada puede conservar olores o sabores que contaminen las mezclas. Los utensilios deben estar en perfecto estado de uso. Un cuchillo mal afilado o una copa rasgada pueden dar lugar a un accidente.
- La zona de trabajo estará libre de obstáculos para poder moverse con agilidad en el espacio destinado a la coctelería. El trabajo se suele desarrollar rápido y con diversos elementos para hacer el cóctel. Si hay algún obstáculo en el suelo o sobre la barra, puede provocar algún tipo de accidente o de daño.
- La zona de trabajo debe estar siempre recogida y lista para el siguiente servicio.

- No se pueden ir acumulando utensilios o ingredientes que ya se han usado. Todo tiene que estar en orden para seguir el servicio sin interrupciones.

**Gráfico N° 23.**

**MEDIDAS ESTANDAR**



*Es importante recordar  
que en un coctel no se  
debe incluir más de*

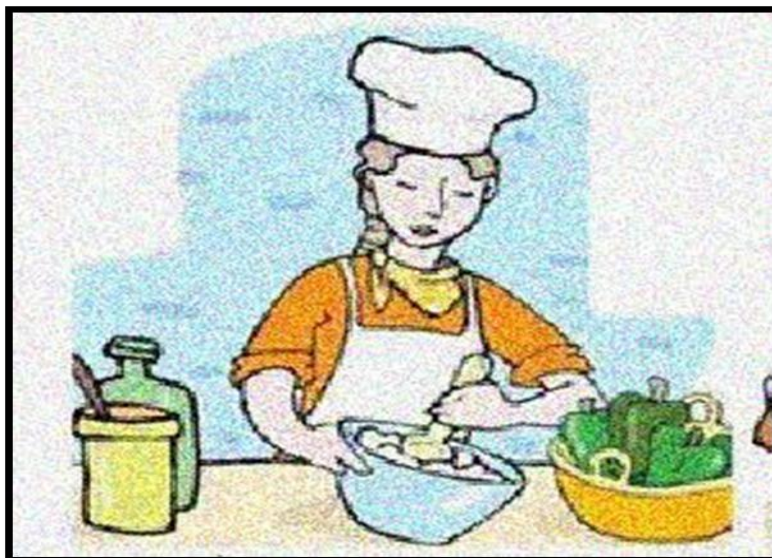
**ELABORADO POR:** Mayra Pillajo y Gabriela Pilaguano

### **3.3.- PRESTACIÓN DE SERVICIOS PARA EL ÁREA DE ATENCIÓN AL CLIENTE.**

#### ***3.3.1.- Introducción***

**Gráfico N° 24.**

## INTRODUCCIÓN



**FUENTE:** IMÁGENES PRELIMINARES.

**Elaborado por:** Mayra Pillajo y Gabriela Pilaguano

La prestación de servicios es importante para el desarrollo de la actividad turística, este servicio se enfrenta cada día a un consumidor más exigente, hecho que obliga a ofrecer servicios de mejor calidad, que respondan a las necesidades de turistas nacionales y extranjeros, garantizando la calidad sanitaria y la satisfacción de sus necesidades.

Por ello el presenta manual tiene como objetivo poner a disposición del personal administrativo y estudiantes de la UTC el cual permitirá mejorar el nivel de cocimientos y así poder brindar un mejor servicio y de calidad.

### **3.3.2.- Definiciones:**

- **Calidad:** Grado de armonía entre la expectativa del cliente y la realidad del servicio y/o producto recibido.
- **El servicio de alimentos y bebidas:** Son las actividades de prestación de servicios gastronómicos, bares y similares, de propietarios cuya actividad económica esté relacionada con la producción, servicio y venta de alimentos y/o bebidas para consumo.
- **Servicio:** es un bien intangible, que lo que persigue es satisfacer una o varias necesidades de los clientes o consumidores.
- **Higiene personal:** Los hábitos de buena higiene que incluyen limpieza del cuerpo, cabellos y dientes, vestir ropa limpia y lavarse las manos con regularidad, especialmente cuando se manejan comidas y bebidas.

### **3.3.3.- DESARROLLO DEL AREA DE ATENCION AL CLIENTE.**

#### **3.3.3.1.- Almacenamiento de equipos y utensilios**

Una vez limpios y desinfectados los equipos y utensilios, deben tomarse las siguientes precauciones para el almacenamiento y protección de los mismos: La vajilla, cubiertos y vasos deben guardarse en un lugar cerrado, protegido del polvo e insectos. Los vasos, copas y tazas deben guardarse colocándolos hacia abajo.

Los equipos y utensilios, limpios y desinfectados deben guardarse en un lugar aseado, seco a no menos de 20cm del piso, alejados de drenajes de aguas residuales o recipientes de residuos. Los equipos que tienen contacto con las comidas y que no van a utilizarse inmediatamente deben cubrirse.

Se debe limpiar y desinfectar los cajones y/o estantes antes de almacenar los cubiertos y utensilios, los cuales deben ser almacenados con los mangos hacia arriba para que los empleados los tomen de los mangos ya que el servicio prestado a través de restaurantes es de vital importancia para el desarrollo de la actividad turística.

### **3.3.3.2.- Manipulación de vajillas y utensilios**

En el servido de los alimentos se emplearán utensilios exclusivos de esta actividad, previamente lavados y desinfectados. En caso que éstos se caigan al suelo, no se utilizarán nuevamente antes de lavar y desinfectar. Antes de poner los utensilios sobre la mesa o tocar la comida, el personal encargado deberá haber efectuado el respectivo lavado de manos.

Los cubiertos y utensilios se tomarán por el mango, colocándolos de tal manera que los mozos tomen los mangos y no la superficie que tiene contacto con los alimentos; los platos se tomarán por debajo o por los bordes; los vasos por sus bases y las tazas por debajo o por las asas.

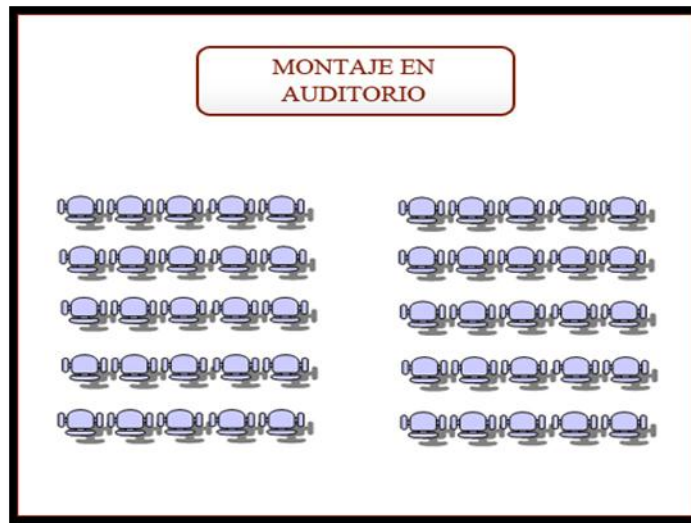
### **3.3.4.- Tipos de Montajes.**

Tipos de montajes así como sus características:

#### **3.3.4.1.- Montaje tipo Auditorio:**

El montaje tipo auditorio es ideal para conferencias, congresos y asambleas, entre otros. Es el tipo de montaje que mayor capacidad de personas proporciona a las salas y se recomienda para eventos que esperan una alta participación.

**Gráfico N° 25.**  
**MONTAJE EN AUDITORIO**



**FUENTE:** <http://ninfajimenez.wikispaces.com/file/view/Monateje+anexo.pdf>.

**Elaborado por:** Mayra Pillajo y Gabriela Pilaguano

#### ***3.3.4.1.1.- Auditorio convencional.-***

Cuando las sillas están dispuestas para una junta tipo auditorio la separación entre los lados de las sillas se denomina “espacio” mientras que la que existe enfrente de cada silla respecto a la siguiente se llama distancia. El espacio y la distancia varían según la capacidad del salón y el número de personas que se acomodarán.

La primera hilera de sillas debe estar separada 1.85 mts. Del borde de la mesa de oradores. En los salones con asientos para 400 personas, el pasillo central debe medir 1.50 metros de ancho en salones más pequeños puede medir 1.20 metros.

Cuando las sillas e han colocado para indicar el lugar exacto del pasillo central el arreglo del auditorio de juntas puede proseguir, y cuando un salón se ha dispuesto a su total capacidad, el espacio entre las sillas no puede ser menor de cinco centímetros, mientras que entre el centro de una silla y el centro de otra, la distancia no puede ser menor de 84 cm.

En salones más grandes se recomienda disponer un pasillo que cruce a la mitad con un ancho de 1.52 m. A 1.85 m.

#### ***3.3.4.1.2.- Auditorio semicircular con pasillo central.-***

La plataforma y las mesas de oradores pueden ser las mismas que se utilizan en el arreglo convencional. Al acomodar las sillas, la orilla de su borde anterior (que indica el ancho del pasillo), debe estar unos 3.56 m. alejado de la orilla frontal de la mesa de oradores. El pasillo central se forma colocando las primeras sillas de cada lado y dejando un espacio de 1.50 m. la primera hilera debe colocarse cuidadosamente, de manera que el arreglo final quede presentable.

En la mesa de oradores se debe colocar un soporte vertical y atar en él una cuerda como si fuera un transportador, para medir la colocación de la primera hilera de sillas; el resto de las sillas, se dispondrá de manera que igualen esa primera fila. Los pasillos laterales deben tener siempre el mismo ancho. Este tipo de colocación no se recomienda para audiencias que absorban toda la capacidad del salón, porque se desperdicia mucho espacio.

#### ***3.3.4.1.3.- Auditorio semicircular con bloque central y a las curvas.-***

La mesa principal puede permanecer igual que en la disposición convencional. El salón debe arreglarse con un bloque central sólido con 8 o 10 sillas por hilera, con espacio para un pasillo de 1.20 m. a cada lado de dicho bloque. Se debe curvar las alas y cuidar que el ancho de los pasillos laterales sea uniforme a lo largo del salón.

#### ***3.3.4.1.4.- Auditorio en forma de V.-***

La mesa de oradores se coloca como se muestra, las primeras dos sillas, que indican el ancho del pasillo, deben estar separadas unos 3.66 m. de la orilla de la mesa principal.

Las sillas se disponen en una línea inclinada hacia la mesa principal, formando un ángulo de 30 grados.

Este tipo de disposición no se utiliza con frecuencia; se originó durante la segunda guerra mundial, cuando los símbolos y emblemas de V (por la victoria) se aplicaban a la colocación de las mesas. Este arreglo también se emplea para juntas con el auditorio distribuido en forma de V.

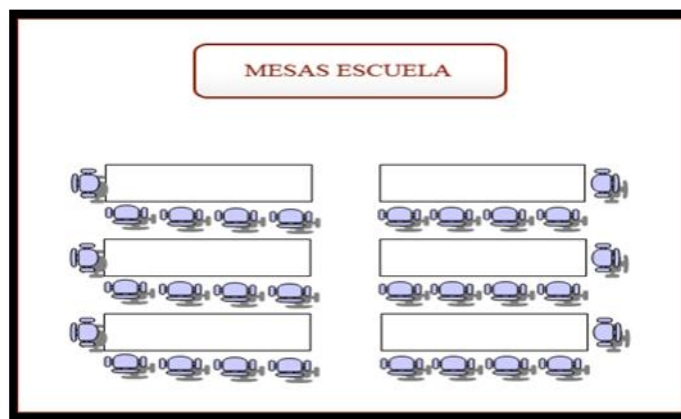
#### ***3.3.4.2.- Montaje tipo escuela:***

En forma de aula. En la mayoría de las convenciones los hoteles proporcionan mesas de 1.82 m. por 46 cm., que son las mejores para la disposición en forma de aula.

Deben alinearse en hileras de dos o tres, a cada lado de un pasillo central amplio. La distancia entre el centro de cada mesa, una enfrente de la otra, no debe ser menor de un metro.

Los artículos de escritorio, el agua fría y los ceniceros se disponen como ya se describió.

**Gráfico N° 26.**  
**MONTAJE TIPO ESCUELA**



**FUENTE:** <http://ninfajimenez.wikispaces.com/file/view/Montaje+anexo.pdf>.

**Elaborado por:** Mayra Pillajo y Gabriela Pilaguano

### **3.3.4.3.- Montaje en Herradura en U y en I:**

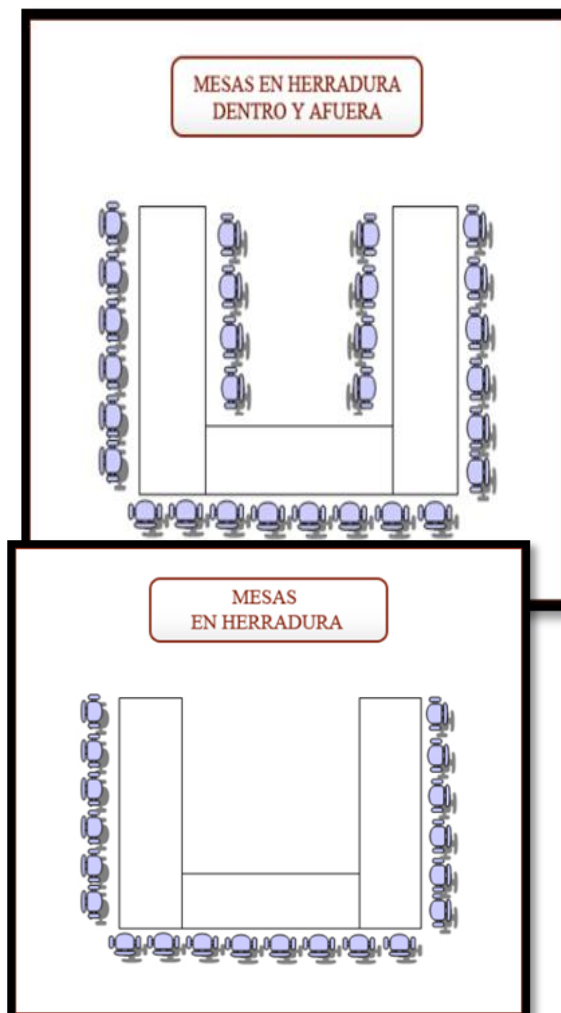
Mesa de juntas en forma de herradura: Se trata de una distribución similar a la de la forma de U, pero la unión de la mesa de la cabecera y las “patas” de la U se hace con una sección curva. Las sillas se colocan en la línea continua alrededor de la mesa y los demás elementos se distribuyen como en el arreglo en U. Las mesas en forma de

U se colocan con combinaciones de mesas regulares de 1.82 m. por 76 cm., 1.22 m. por 66 cm. O 2.44 m. por 76 cm.

El tamaño de la mesa depende de la asistencia esperada; por regla general, se requieren 61 cm. De mesa por persona. Ciertos grupos de científicos y profesionales solicitan más espacio para extender sus carpetas y documentos, pero ellos detallan las especificaciones. La cubierta de las mesas o carpetas deben colgar hasta el piso en los cruces, y en las “patas” de la U los pliegues de las carpetas deben estar centrados y formar una línea continua en toda la extensión de la mesa. Montaje en forma de I: Mesas rectangulares, dándoles la longitud deseada y teniendo siempre en cuenta las zonas de paso para los comensales y para el servicio.

**Gráfico N° 27.**

**MONTAJE TIPO HERRADURA**



FUENTE: <http://ninfajimenez.wikispaces.com/file/view/Monatje+anexo.pdf>.

Elaborado por: Mayra Pillajo y Gabriela Pilaguano

### 3.3.4.4.- Montaje en E y en T:

En forma de E. en esta variante se utiliza el mismo procedimiento que en la anterior, pero debe cuidarse que queden 1.22 m. de espacio entre los respaldos de las sillas dentro de las "patas" de la "E" para entrar y salir fácilmente. Las hojas de papel, los lápices, el agua fría y los ceniceros se distribuyen de la misma manera que en la mesa en forma de U.

En forma de T. como mesa de cabecera se coloca una de 1.82 m. por 76 cm., lo bastante larga como para ubicar al número de personas esperado. Desde el centro de la mesa, extendida a lo largo del salón se coloca otra de doble ancho (1.52 m) tan larga como se necesite. Los artículos de escritorio, el agua fría y los ceniceros se disponen igual que en la mesa en U.

### 3.3.4.5.- Montaje en espiga:

Se trata de mesas rectangulares, dispuestas de forma que se asemeja a una espiga de trigo.

Gráfico N°

TIPO



28  
MONTAJE  
ESPIGA

**FUENTE:** <http://ninfajimenez.wikispaces.com/file/view/Monatje+anexo.pdf>.

**Elaborado por:** Mayra Pillajo y Gabriela Pilaguano.

#### **3.3.4.6.- Montaje para buffet y banquete:**

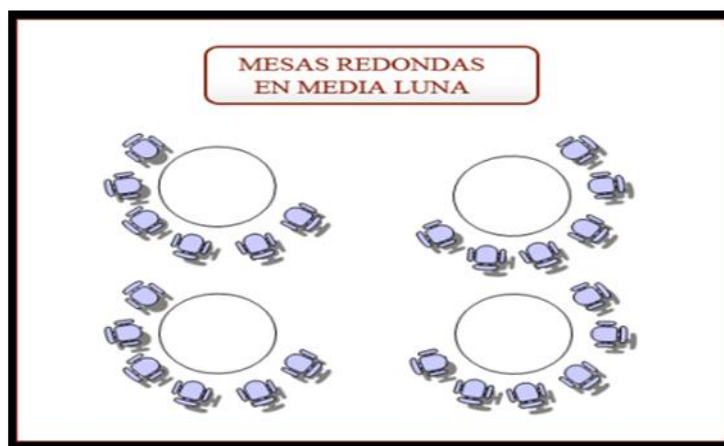
El montaje tipo banquete se recomienda para presentaciones o shows donde se vayan a servir alimentos. El montaje cena-baile cuenta con una pista de baile y es ideal para eventos en donde se ofrezca música a los asistentes.

#### **3.3.4.7.- Montaje de Media Luna o Mesas Redondas:**

Mesas redondas. Para todas las reuniones de scouts y en algunas convenciones de estudiantes se solicitan mesas redondas de 1.70 m. de diámetro. Estos grupos siguen una tradición establecida; por lo común empiezan con una sesión general y posteriormente se dividen en grupos de discusión en mesas individuales, varias veces durante el día.

Se debe verificar con los comités si será necesario colocar ceniceros. Otra razón para utilizar mesas redondas en las juntas, es facilitar su arreglo rápido para efectuar las comidas.

**Gráfico N° 29**  
**MONTAJE MEDIA LUNA**



**FUENTE:** <http://ninfajimenez.wikispaces.com/file/view/Monateje+anexo.pdf>.

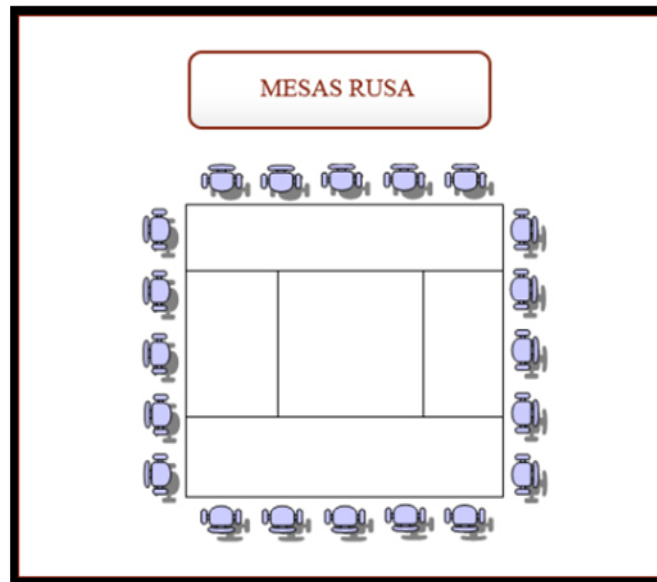
**Elaborado por:** Mayra Pillajo y Gabriela Pilaguano.

### **3.3.4.8.- Montaje Tipo Ruso o Imperial:**

Los montajes imperial y ruso son ideales para reuniones o sesiones de trabajo en las que se requiera la interacción activa de los asistentes.

**Gráfico N° 30.**

## MESA TIPO RUSO



**FUENTE:** <http://ninfajimenez.wikispaces.com/file/view/Monatje+anexo.pdf>.

**Elaborado por:** Mayra Pillajo y Gabriela Pilaguano.

### ***3.3.5.- Servido de las comidas:***

La persona encargada de servir a los comensales deberá observar rigurosa higiene personal, en especial las manos (uñas cortas y limpias) y evitar malos hábitos de higiene.

### ***3.3.6.- Modalidades del Servicio.***

#### ***3.3.6.1.- Menú:***

Debe aplicarse el principio de las Temperaturas de Seguridad y condiciones estrictas de higiene, el servido de raciones deberá concluirse en un periodo máximo de 3horas.

#### ***3.3.6.2. Autoservicio:***

Dan a los clientes la oportunidad de elegir que desean comer, sin embargo debe protegerse los alimentos mediante el uso de medias campanas sobre la mesa del servido, ubicadas a una altura apropiada entre la comida y la boca y nariz de los clientes, las cuales impiden el acercamiento excesivo del comensal a los alimentos y por lo tanto su posible contaminación con cabellos, saliva, ropa, etc.

#### ***3.3.6.3. Autoservicio en la cual las raciones son servidas por un manipulador de alimentos:***

La protección de los alimentos debe ser mayor, teniendo en cuenta que no hay contacto con el consumidor, asimismo, se encargará de recomendar a los clientes que tomen platos y cubiertos limpios (tenedores, cuchillos, cucharas) cuando vuelvan a servirse en la barra de comidas.

#### ***3.3.6.4. Servicio a Domicilio:***

Deben cumplirse las siguientes condiciones higiénicas para el transporte de las comidas:

- El contenido de las preparaciones estarán en envases desechables de primer uso.
- Las salsas de fabricación industrial deberán estar en sus envases originales.
- Se deberá aplicar el principio de temperaturas de seguridad, para lo cual se utilizará contenedores térmicos para su transporte en el caso de tiempos mayores a 1 hora.
- Los contenedores deberán tener cierre hermético y mantenerse cerrados con un sistema de seguridad que no permita la manipulación a personas no autorizadas. Se distribuirá los alimentos en el contenedor evitando la contaminación cruzada entre éstos.

#### **3.3.6.5. Servicios de mesa.**

En el momento de abrir el comedor de un hotel o el salón de un restaurante todo el personal del mismo debe estar dispuesto para comenzar el servicio. Esto quiere decir que cada jefe de rango con su ayudante estarán en posición correcta y guardando la compostura debida, esperando la llegada de los clientes.

Ya hemos hablado de la primera impresión que recibe el cliente cuando entra en un establecimiento hostelero, pero debemos insistir, por su importancia, en este punto.

Cuando decimos que el personal debe estar en posición correcta y guardando la compostura debida no sólo nos referimos a la posición física de erguidos, sin recostarse en aparadores, sillas, etcétera, sino también en cuanto se refiere a conversaciones en voz alta, gestos bruscos, etc., que dan al establecimiento un tono de poca seriedad.

Pero estas recomendaciones no sólo deben tenerse en cuenta en estos momentos, sino durante todo el servicio. Todas las órdenes que cualquier superior transmita, muchas veces si se está atento al trabajo, con una simple mirada o comunicándose en voz baja, es suficiente para cumplir lo que nos mandan.

No olvidar que estos detalles influyen de manera considerable en el concepto que el cliente pueda formar del personal y, en definitiva, del establecimiento.

### **3.3.7.- Llegada del Cliente.**

La entrada del cliente en el restaurante es el momento indicado para que éste comience a sentirse a gusto en nuestro establecimiento. Por esta razón, siempre deberá haber alguien que lo reciba; normalmente, esta misión corresponde al primer maître de hotel o a la persona que éste designe. Si por cualquier circunstancia no hubiese nadie en esos momentos, un jefe de rango se encargará de éstas funciones, pero en ningún caso el cliente se debe encontrar solo cuando llega.

Después de saludarlo, cortésmente, dando la impresión de que nos sentimos muy satisfechos con su presencia, le ofreceremos una mesa, acompañándole hasta la misma, aceptando, siempre que sea posible, cualquier sugerencia que el cliente nos haga respecto al lugar que desea ocupar. Al llegar a la mesa indicada, el jefe de rango, si el servicio lo permite, ayudará al maître a retirar las sillas si son varios clientes, con el fin de facilitarles su entrada en la mesa, arrimando las sillas de nuevo en el instante de sentarse.

El ayudante se hará cargo de abrigos, paquetes, etc., llevándolos al guardarropa o colocándolos en una silla cerca de la mesa. A continuación, el jefe de rango y su 23 ayudante se retirarán, con el fin de preparar lo necesario para comenzar el servicio de la mesa y esperar que el maître tome la comanda de los manjares.

#### **4.- CONCLUSIONES:**

- Un aspecto fundamental fue la experiencia contraída al realizar un trabajo en equipo para lo cual cabe destacar la profunda satisfacción que esto nos generó, sin dejar de agradecer al personal profesional y a sus colaboradores por darnos la oportunidad de aprender a trabajar con una modalidad diferente a la que se venía empleando habitualmente en la Universidad.

- Damos por concluido nuestro trabajo de investigación ya que se logró conocer la importancia que tiene la creación y desarrollo de un manual de prestación de servicios dentro del laboratorio, obteniendo así una guía capaz de ser utilizado por estudiantes y personal administrativo el cual proporcione conocimientos avanzados a través de la práctica.
- La normativa está estructurada con lineamientos claros, leyes y reglamentos vigentes en el estado ecuatoriano; imprescindible para enfrentar la complejidad de los nuevos conocimientos que se desarrollan en un mundo cada día más globalizado y competitivo.
- Se da como respuesta al objetivo número tres, que es de vital importancia el estudio del montaje de mesas y la prestación de un buen servicio ya que son la base que complementan al desarrollo de la actividad turística para así obtener como resultado final un servicio de calidad y promover al éxito de la empresa para lo cual hemos brindado datos puntuales para su respectivo uso.

## **5.-RECOMENDACIONES:**

- Se recomienda a los futuros estudiantes la colaboración, y adecuado manejo de los implementos existentes dentro del laboratorio ya que es una forma de complementar su estudio y mejorar el nivel de conocimientos y preparación para su vida profesional.

- Se deberá impulsar acciones que pretendan una actualización a largo plazo de datos con el fin de proporcionarles a los estudiantes una información puntual.
- Es de vital importancia llevar un control y manejo de los implementos de laboratorio mediante fichas, y debidamente firmadas antes de su uso.

## **6.- BIBLIOGRAFÍA**

### **6.1. LIBROS**

- ALBRECHT, Karl (1998). Servicio al cliente interno. Madrid: Ediciones Paidós Ibérica. Pág. 105.
- Enciclopedia estudiantil LEXUS, Edición 1998, dirección Editorial Sacramento Nieto, Impreso en España- printed in Spain. Pág .65- 108, 350.
- COCINA ECUATORIANA, Martha Riofrio Cevallos; Lexus Editoriales, impreso y encuadernado por Grafos S.A. Arte sobre papel Barcelona edition 2008, pag. 90- 115.
- RIBERA, Carmen Elena, COCTELES, MCMXCVI, Educar Editores, S.A. Bogotá, D.C- Colombia, Edición 2005, pág. 43.
- BRINKMAN, Rick; KIRSHNER, Rick (2006). Amarás a tus clientes. Madrid: Ediciones Empresa Activa. Pág. 150.
- OCEANO CONSISO Diccionario de Sinónimos y Antónimos, Océano Grupo Editorial; Impreso en España, pág. 55.
- NUTRICIÓN Y PREVENCIÓN SALUD Y COCINA, Arquetipo Grupo Editorial impreso en Colombia en DVINNI S.A. Bogotá D.C. enero 2007. Pág. 15-33.
- BALLARD, Jim; FINCH, Fred; BLANCHARD, Ken (2005). Cliente manía. Nunca es demasiado tarde para construir una empresa centrada en el cliente. Caracas: Grupo Editorial Norma. Pág. 203
- LARSON W. William (2004) “Mejorar la atención al cliente”, Editorial Prentice Hall. Pág. 88.

- ALET, Joseph (2004): “Como obtener clientes leales y rentables” Editorial Gestión 2000, 3era Edición. Pág. 200.
- BRINKMAN, Rick; KIRSHNER, Rick (2006). Amarás a tus clientes. Madrid: Ediciones Empresa Activa. Pág. 150.
- IDEAS DISEÑO Y DECORACIÓN, B.T. Internacional Holding Limited, Lexus Editorial; impreso en España. Pág. 75-80.

## **6.2. LINKOGRAFIAS:**

- COCTELERÍA [Fecha de consulta: 20 de enero del 2013], disponible en :  
<http://coctelesmontufar.blogspot.com/2010/01/historia-de-la-cocteleria.html>.
- HISTORIA Y EVOLUCIÓN DE LA GASTRONOMÍA. [Fecha de consulta: 6 de marzo del 2013], disponible en:  
<http://es.scribd.com/doc/53667740/Historia-y-Evolucion-de-la-Gastronomia>.
- COCINA [Fecha de consulta: 28 de marzo del 2013], disponible en:  
<http://www.historiacocina.com>.
- MONTAJE DE MESAS [Fecha de consulta: 11 de abril del 2013], disponible en:  
<http://mesabar1.blogspot.com/2010/07/normas-generales-para-el-montaje-de.html>.
- BARES Y RESTAURANTES MESAS [Fecha de consulta: 15 de abril del 2013], disponible en:  
<http://guiadejaen.com/bares-y-restaurantes/>

- BPM [Fecha de consulta: 22 de abril del 2013], disponible en:  
<http://es.scribd.com/doc/21658943/Manual-de-Buenas-Practicas-de-Manipulacion-de-Alimentos-Para-Restaurantes-y-Servic>.
- RESTAURANTES [Fecha de consulta: 21 de mayo del 2013], disponible en:  
[http://files.iwj.gethifi.com/workers-center-network/health-safety/salud\\_y\\_seguridad\\_en\\_la\\_industria\\_de\\_restaurantes.pdf](http://files.iwj.gethifi.com/workers-center-network/health-safety/salud_y_seguridad_en_la_industria_de_restaurantes.pdf).
- Normativa alimentación [Fecha de consulta: 25 de mayo del 2013], disponible en:  
[http://www.impm.upel.edu.ve/documentos/asesoria\\_juridica/leyes/ley\\_alimentacion\\_para\\_trabajadores.pdf](http://www.impm.upel.edu.ve/documentos/asesoria_juridica/leyes/ley_alimentacion_para_trabajadores.pdf).
- COCTELERÍA [Fecha de consulta: 15 de enero del 2013], disponible en :  
[http://cocteleriacreativa.com/esp/documents/detail/112/Manual\\_basico\\_de\\_Cocteleria\\_Creativa\\_aplicado\\_Parte\\_I](http://cocteleriacreativa.com/esp/documents/detail/112/Manual_basico_de_Cocteleria_Creativa_aplicado_Parte_I).
- REGLAMENTO DE CALIDAD [Fecha de consulta: 3 de junio del 2013], disponible en:  
[http://www.sunass.gob.pe/normas\\_legales\\_reglamento\\_calidad.php](http://www.sunass.gob.pe/normas_legales_reglamento_calidad.php).
- NORMATIVA DE SEGURIDAD [Fecha de consulta: 1 de junio del 2013], disponible en:  
[http://www.bsigroup.es/certificacion-y-auditoria/Sistemas-de-gestion/estandares-esquemas/Seguridad-y-Salud-Laboral\\_OHSAS\\_18001/](http://www.bsigroup.es/certificacion-y-auditoria/Sistemas-de-gestion/estandares-esquemas/Seguridad-y-Salud-Laboral_OHSAS_18001/)
- BPM [Fecha de consulta: 1 de junio del 2013], disponible en:  
<http://www.aserca.gob.mx/artman/uploads/04-04--buenas-practicas-de-manufactura.pdf>.

➤ CALIDAD AL CLIENTE [Fecha de consulta: 6 de febrero del 2013],  
disponible en:

<http://www.monografias.com/trabajos-pdf/calidad-enfocada-cliente/calidad-enfocada-cliente.pdf>.