



“Responsabilidad con pensamiento positivo”

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

TRABAJO DE TITULACIÓN

CARRERA: Ingeniería en Administración Hotelera y Turística.

TEMA: Diseño de un manual de estándares de calidad y atención al cliente dirigido a restaurantes de lujo ubicados en el centro histórico del distrito metropolitano de Quito.

AUTOR: Henry Paul Cárdenas Hinojosa.

TUTOR: Msc. Anibal Fuentes.

AÑO 2014

DEDICATORIA

A mis padres, quienes han sido un pilar fundamental para poder llegar a esta instancia de mis estudios, puesto que ellos siempre han estado presentes para apoyarme moral y psicológicamente, siendo mi mayor motivación para no rendirme.

A mi padre Leónidas Cárdenas, por estar a mi lado apoyándome y aconsejándome en este largo camino.

A mi madre Judith Hinojosa, por hacer de mi una mejor persona cada día a través de sus consejos y enseñanzas.

A mi hermano Diego Cárdenas, por estar siempre presente y por su incondicional cariño.

A ustedes por siempre mi corazón y gratitud.

AGRADECIMIENTO

A mi familia fuente de apoyo constante e incondicional en toda mi vida y más aun en los momentos difíciles, en especial quiero expresar mi más grande agradecimiento a mis padres por ser ejemplo de lucha y de arduo trabajo.

A todos, mis amigos y amigas que me han brindado su valiosa amistad, compartiendo nuestros logros y fracasos pero siempre apoyándonos.

A la UISRAEL, y a mis estimados profesores, que, a lo largo de mi carrera, me han transmitido sus conocimientos forjando en mí un profesional de éxito.

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor Asesor del Proyecto de Grado: “DISEÑO DE UN MANUAL DE ESTÁNDARES DE CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE DIRIGIDO A RESTAURANTES DE LUJO UBICADOS EN EL CENTRO HISTÓRICO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO” presentado por el señor Henry Paul Cárdenas Hinojosa, para optar por el título de: “Ingeniero en Administración hotelera y turística”.

Certifico que dicho proyecto ha sido revisado en todas sus partes y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometidos a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Quito, a los 25 días del mes de Agosto 2014

MSC. Aníbal Fuentes

Tutor - Asesor

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

AUTORÍA DE TESIS

Yo, HENRY PAUL CÁRDENAS HINOJOSA declaro bajo juramento que el trabajo aquí desarrollado es de mi autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún proyecto de grado aquí o en otra institución o calificación profesional y es absolutamente original, auténtico y personal; y que además he consultado fielmente las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

A través de la presente declaración cedo todos los derechos de propiedad intelectual Correspondiente a este trabajo al Universidad Tecnológica Israel (UTECI) para el aprovechamiento de futuras generaciones.

En la ciudad de Quito, a los 25 días del mes de Agosto del 2014.

Henry Paul Cárdenas Hinojosa

171854722-5

RESUMEN EJECUTIVO

El exigente mercado que visita el Distrito Metropolitano de Quito y prefiere el servicio de lujo, ha motivado la realización del presente trabajo con la finalidad de diseñar un manual de estándares de calidad y atención al cliente dirigido a restaurantes de lujo ubicados en el centro histórico de Quito, con esto se busca ofrecer un servicio inigualable, de excelente calidad para potencializar la actividad turística de la zona.

Los capítulos que conforman el presente trabajo de investigación fueron realizados bajo el lineamiento teórico-práctico indispensable para el levantamiento de información, análisis de datos y la elaboración de la propuesta.

Como punto de partida se fundamenta teóricamente lo que es y cómo surge el servicio de restauración definiendo su importancia, su categorización y los parámetros que se toman en cuenta para la misma.

Posteriormente el estudio de mercado que se realiza permite determinar la situación actual de los restaurantes de lujo, el servicio que brindan así también se identifica diversas opiniones sobre la categorización de los restaurantes en el país y se verifica la aceptabilidad de la creación de un manual con estándares de calidad en servicio y atención para implementar en los restaurantes de la ciudad.

La propuesta abarca el diseño de un manual de estándares de calidad y atención al cliente dirigido a restaurantes de lujo ubicados en el centro histórico de Quito, así como los requerimientos necesarios para el correcto desarrollo del servicio de restauración de lujo o cinco tenedores.

ABSTRACT

The demanding market visiting the Metropolitan District of Quito and prefers luxury service, has led to the realization of this work in order to design a manual quality standards and customer directed to fancy restaurants located in the historic center Quito, with that seeks to provide unparalleled service, excellent quality to potentiate tourism in the area.

The chapters of this research were conducted under the essential theoretical and practical guideline for information gathering, data analysis and preparation of the proposal.

As a starting point the theoretical foundations of what it is and how service restoration arises defining its importance, its categorization and parameters are taken into account in the same.

Later market research being done to determine the current status of fancy restaurants, the service they provide and diverse opinions on the categorization of restaurants in the country is also identified and acceptability of the creation of a manual is verified quality standards in service and attention to implement in restaurants in the city.

The proposal covers the design manual standards of quality and customer service aimed at fancy restaurants located in the historic center of Quito, as well as the requirements for the proper development of the catering or five-star luxury.

INDICE GENERAL

A. PRELIMINARES

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
APROBACIÓN DEL TUTOR	iv
AUTORÍA DE TESIS	v
RESUMEN EJECUTIVO	vi
ABSTRACT	vii
B. CONTENIDO	ix

B. CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	1
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	1
Planteamiento del problema	1
OBJETIVOS	2
Objetivo General	2
Objetivos Específicos	2
JUSTIFICACIÓN	3
Justificación Metodológica	3
Justificación Práctica	3
Justificación Teórica	4
HIPÓTESIS	4
CAPITULO I	5
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	5
1.1. MARCO TEÓRICO	5
1.1.1. Restaurantes	5
1.1.1.1. Historia	6
1.1.1.2. Clasificación de los restaurantes	7
1.1.1.3. Restaurantes de lujo (5 tenedores)	14
1.1.2. Estándares de calidad	19
1.1.2.1. Normas ISO	19
1.1.2.2. Norma ISO 9000-2000	26
1.2. MARCO CONCEPTUAL	29
1.3. MARCO REFERENCIAL	31
1.3.1. Manual de calidad Turística para restaurantes	32
1.3.2. Manual de calidad Turística para la Mariscal	33

1.4. MARCO LEGAL	34
1.4.1. La resolución N°172.	34
1.4.2. Código de ética mundial del turismo	34
CAPITULO II	35
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	35
2.1. MACRO ENTORNO	35
2.1.1. Factor Geográfico	35
2.1.2. Factor Demográfico	38
2.1.3. Factor Económico	41
2.1.4. Factor Político	44
2.1.5. Factor Cultural	45
2.1.6. Factor Social	45
2.2. MICRO ENTORNO	48
2.2.1. Introducción	48
2.2.2. Quito antecedente	48
2.2.3. Desarrollo de actividades de Restauración en Quito	50
2.3. AMBIENTE INTERNO	51
2.4. INVESTIGACIÓN EXPLORATORIA	53
2.4.1. Interpretación de resultados	53
CAPITULO III	55
PROPUESTA	55
3.1. OBJETIVOS	55
3.1.1. Objetivo General	55
3.1.2. Objetivos Específicos	56
3.2. MISIÓN	56
3.3. VISIÓN	57
3.4. POLÍTICAS Y ESTRATEGIAS	58
3.5. DESARROLLO DEL MANUAL	59
3.5.1. Diseño	59
3.5.1.1. Primera fase:	60
3.5.1.2. Segunda fase:	63
3.5.1.3. Tercera fase:	64
3.5.1.4. Cuarta fase:	93
3.5.1.5. Quinta fase:	95
3.5.1.6. Sexta fase:	95
3.5.1.7. Séptima fase:	96
3.6. PRESUPUESTO	97
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	98
CONCLUSIONES	98
RECOMENDACIONES	99

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 1 _____	5
Título: Restaurante _____	5
Imagen 2 _____	7
Título: Restaurantes en la antigüedad _____	7
Imagen 3 _____	8
Título: Clasificación de los restaurantes _____	8
Imagen 4 _____	10
Título: Clasificación de los restaurantes según el tipo de establecimiento _____	10
Imagen 5 _____	12
Título: Clasificación de los restaurantes según el tipo de servicio _____	12
Imagen 6 _____	14
Título: Restaurante de lujo _____	14
Imagen 7 _____	19
Título: Esquema de un restaurante de lujo _____	19
Imagen 8 _____	32
Título: Manual de calidad turística para restaurantes _____	32
Imagen 9 _____	33
Título: Manual de calidad turística para restaurantes _____	33
Imagen 10 _____	36
Título: Relieve en el Ecuador _____	36
Imagen 11 _____	37
Título: Hidrografía en el Ecuador _____	37
Imagen 12 _____	38
Título: Flora y fauna en el Ecuador _____	38
Imagen 13 _____	39
Título: Distribución poblacional según relación de edades _____	39
Imagen 14 _____	39
Título: Distribución poblacional según géneros _____	39

Imagen 15 _____	41
Título: Distribución poblacional según idiomas _____	41
Imagen 16 _____	49
Título: Distribución de visitantes en las ciudades más visitadas del mundo __	49
Imagen 17 _____	50
Título: Consolidado catastral 2013 “Restaurantes de lujo” _____	50
Imagen 18 _____	51
Título: Restaurante la octava de Corpus _____	51
Imagen 19 _____	52
Título: Restaurante la Theatrum _____	52
Imagen 20 _____	52
Título: Restaurante la Belle Epoque _____	52
Imagen 21 _____	55
Título: Esquema de objetivos _____	55
Imagen 22 _____	57
Título: Desarrollo de la misión _____	57
Imagen 23 _____	58
Título: Desarrollo de la visión _____	58
Imagen 24 _____	59
Título: Fases del manual _____	59
Imagen 25 _____	61
Título: Ejemplo de la hoja de reserva _____	61
Imagen 26 _____	75
Título: Montajes de mesa _____	75
Imagen 27 Título: Principio de armonía _____	91
Imagen 28 _____	92
Título: Punto focal _____	92

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	_____	35
Título: Antecedentes del Ecuador	_____	35
Tabla 2	_____	42
Título: Producto interno bruto	_____	42
Tabla 3	_____	43
Título: Inflación	_____	43
Tabla 4	_____	47
Título: Desempleo, Sub-empleo y Ocupación Plena	_____	47
Tabla 5	Título: Ingresos vs Canasta familiar _____	47
Tabla 6	Título: Antecedente de Quito Autor _____	49
Tabla 7	_____	56
Título: Planteamiento de la misión	_____	56
Tabla 8	_____	57
Título: Planteamiento de la Visión	_____	57
Tabla 9:	_____	67
Título: Medidas de mesas y sillas	_____	67
Tabla 10	_____	84
Título: Calendario de limpieza	_____	84
Tabla 11	_____	97
Título: Presupuesto de impresión	_____	97

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO 1 _____	102
<i>Modelo de la entrevista a representantes de establecimientos de restauración</i> _____	102
ANEXO 2 _____	103
<i>Modelo de la entrevista a profesionales especializados en el área hotelera y turística</i> _____	103
ANEXO 3 _____	104
<i>Entrevistas realizadas a representantes de establecimientos.</i> _____	104
ANEXO 4 _____	109
<i>Entrevistas realizadas a profesionales del área turística y hotelera.</i> _____	109
ANEXO 5 _____	114
<i>Proforma de precios imprenta</i> _____	114

INTRODUCCIÓN

El turismo en los últimos años ha crecido considerablemente, y Quito, su capital acoge a miles de turistas anualmente siendo un destino turístico importante para el mercado. El Distrito Metropolitano de Quito ofrece una gran variedad de facilidades turísticas, muchas de estas facilidades brindan servicios excelentes pero otras necesitan estándares de calidad para llegar a la excelencia como la restauración que es un punto fundamental de mejora continua.

Quito ofrece una gran variedad de restaurantes entre ellos los restaurantes de lujo, los cuales podrían marchar en mejores condiciones, ofertando un servicio de calidad inmejorable si se contaría con parámetros pre-establecidos de atención al cliente y si se incluyera las mejoras que el mercado día a día requiere.

La presente investigación busca proporcionar un documento que sirva como base a los restaurantes de lujo o restaurantes de cinco tenedores y sea una herramienta que les posibilite llevar a cabo tanto un servicio de calidad como de atención al cliente y de esta manera llegar a la excelencia en la restauración.

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

Planteamiento del problema

La ciudad de Quito siendo un destino turístico importante y representativo a nivel latino americano, ofrece una alta gama de servicios turísticos entre ellos el servicio de restauración, es así que la Carita de Dios cuenta con amplia variedad de restaurantes muchos de ellos categorizados como establecimientos de lujo, mismos que presentan varias falencias dentro del sistema de prestación de servicios y atención al cliente, entre las falencias más representativas se encuentra: la falta de personal suficiente para brindar un servicio adecuado, además que el personal existente no está totalmente capacitado y organizado para cumplir sus labores, pero en si la problemática más trascendental es que no se cumple adecuadamente con los estándares internacionales de servicio.

Esta situación se da por la inadecuada organización interna de los establecimientos de restauración provocada por la ineficiente administración de los mandos altos y medios, por otro lado el incumplimiento de estándares internacionales se debe al insuficiente control ejercido por las diversas autoridades, y el poco interés de los involucrados en este tipo de negocios.

De continuar esta problemática dentro del Distrito Metropolitano de Quito los restaurantes de lujo dejarán de ser una opción para los distintos comensales, además que no se podrá generar una demanda internacional adecuada, teniendo como resultado barreras de desarrollo para los diversos establecimientos de restauración de Quito, principalmente por la inconformidad e insatisfacción en las personas que prefieren este tipo de establecimientos.

Para evitar el servicio poco profesional de los restaurantes de lujo del Distrito Metropolitano de Quito, se debe establecer lineamientos y estándares dirigidos a los restaurantes de lujo, para así mejorar la atención al cliente y dar un servicio de calidad, mediante el diseño de un manual de estándares de calidad y atención al cliente dirigido a restaurantes de lujo ubicados en centro histórico del Distrito Metropolitano de Quito

OBJETIVOS

Objetivo General

Diseñar un manual de estándares de calidad y atención al cliente dirigido a restaurantes de lujo ubicados en centro histórico del Distrito Metropolitano de Quito.

Objetivos Específicos

- Determinar que son los restaurantes de lujo y cuáles son las características representativas de los mismos para fundamentar teóricamente el estudio.
- Establecer la situación actual del país y del centro histórico del D.M.Q. en cuanto a restaurantes de lujo y la aplicación de modelos de gestión de calidad para generar un diagnóstico que permita visualizar la realidad actual del servicio de restauración.

- Estipular los parámetros que influyen en el diseño de un manual de estándares de calidad y atención al cliente dirigido a restaurantes de lujo ubicados en el centro histórico del Distrito Metropolitano de Quito.

JUSTIFICACIÓN

Justificación Metodológica

En el desarrollo de la presente investigación se aplicarán dos tipos de metodologías:

Exploratoria.- Se empleará mencionada metodología por medio de la investigación de cada parámetro existente dentro de la normativa ISO para su posterior aplicación y adaptación al sistema de restauración del centro histórico del DMQ.

Descriptiva.- Será aplicada por medio de la explicación clara y concisa de cada uno de los resultados obtenidos en la investigación general.

Justificación Práctica

A pesar de que la ciudad de Quito es considerada como un destino turístico representativo a nivel latinoamericano, presenta grandes y notables falencias en diferentes áreas, siendo una de estas la Restauración, puesto que no se presta un adecuado servicio a los comensales.

Por medio del diseño del manual de estándares de calidad y atención al cliente dirigido a restaurantes de lujo ubicados en centro histórico del Distrito Metropolitano de Quito se busca mejorar dicha prestación, por medio de la instauración de estándares de calidad que permitan a los establecimientos prestar un servicio acorde y de primera a cada uno de los visitantes y aficionados de los mismos.

Justificación Teórica

Para el adecuado desarrollo de la presente investigación se aplicará herramientas tales como manuales de estándares de calidad entre ellos el Manual de Calidad Turística para Restaurantes del Gobierno Regional del Cuzco desarrollado en el 2009 y también el Manual de calidad Turística para la Mariscal elaborado por ZET (zona especial turística de la Mariscal) y Quito turismo, en el año 2013, los mismos que ayudarán a expandir el conocimiento sobre atención al cliente para posteriormente mejorar la calidad del servicio en los restaurantes del Distrito Metropolitano.

HIPÓTESIS

Por medio de la creación e implementación de un manual de estándares de calidad y atención al cliente dirigido a restaurantes de lujo ubicados en centro histórico del Distrito Metropolitano de Quito se podrá mejorar el nivel de servicio prestado en dichos establecimientos y posteriormente posicionarlos como servicio turísticos de alta calidad.

CAPITULO I

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

1.1. MARCO TEÓRICO

1.1.1. Restaurantes

Según el diccionario de la real academia de la lengua un restaurante está definido como un lugar público donde el comensal o visitante paga determinada cantidad de dinero por el servicio de alimentación adquirido, es decir la comida y bebida, el servicio se debe efectuar en el establecimiento para que el mismo sea completo.

Hoy en día, debido a la gran demanda existe una gran variedad de modalidades de servicio y tipos de cocina, los mismos que pueden ser visitados en compañía de familia o amigos ya sea para compartir un momento ameno o simplemente para realizar una comida de negocios en un ambiente agradable.



Imagen 1

Título: Restaurante

Autor: Anónimo

Fuente: www.ideas4all.com

1.1.1.1. Historia

La palabra restaurante proviene del francés “restaurants” que significa “restaurativo”.

Otra versión del origen de esta palabra radica en Francia, en la cual, un mesonero llamado Boulanger, al inaugurar lo que se podría considerar como la primera casa de comidas, puso un eslogan en la entrada, que rezaba en latín: *"Venite ad me vos qui stomacho laboratis et ego restaurabo vos"* que al castellano, se traduce como: *"Venid a mí todos los de estómago cansado y yo os lo restauraré"*. De la última palabra del eslogan se derivaría este término que años más tarde represento una gran industria.

Como se mencionó anteriormente, el término “RESTAURANTE” es de origen francés, y fue utilizado por primera vez en París, al designar con este nombre un establecimiento fundado alrededor de 1765, en el que se servían diferentes bebidas y comidas pero como algo distinto a las posadas, tabernas y casas de comida de la época. Su éxito fue inmediato y numerosos Restaurantes fueron abiertos.

En dichos restaurantes los comensales eran atendidos por camareros y mayordomos que habían abandonado sus empleos. Después de la revolución Francesa en 1789, la aristocracia arruinada, no pudo mantener su numerosa servidumbre, y muchos sirvientes desocupados fundaron o se incorporaron a éste nuevo tipo de casa de comidas que surgía en gran número.

En otros países como Inglaterra específicamente en Londres, el Restaurante, tal como se conoce hoy, data de las últimas décadas del siglo XIX, cuando pequeños establecimientos con éste nombre, comenzaron a competir con los establecimientos hoteleros ofreciendo abundante comida, elegantemente servida y a precios razonables. En Londres el primer Restaurante abrió sus puertas en 1873.

En España y otros países de habla Castellana, también comenzó a propagarse el nombre de “RESTAURANTE”, como un tipo de establecimiento que se dedicaba en especial a servir comidas.

El primer Restaurante de Estados Unidos se llamó DELMONICO'S, siendo ubicado en la ciudad de Nueva York. Este establecimiento servía comidas y bebidas y, además poseía una cajera, fue el primero de una cadena de doce establecimientos.

Entre 1880 y 1890, FRED HARVEY y JOHN R. THOMPSON fueron los primeros en establecer las grandes cadenas de Restaurantes.

Para dar respuesta a la alta demanda de los numerosos Restaurantes, en las grandes ciudades se vieron en la obligación de crear escuelas especiales donde se impartía una enseñanza profesional para preparar personal práctico en las distintas tareas de estos establecimientos, desde personal como: Cocineros, Camareros, Empleados de escritorio, etc., hasta personal superior como Maitres, Chefs y Gerentes.



Imagen 2

Título: Restaurantes en la antigüedad

Autor: Anónimo

Fuente: www.3.bp.blogspot.com

1.1.1.2. Clasificación de los restaurantes

Los restaurantes pueden clasificarse de muchas formas, pero las más representativas son:

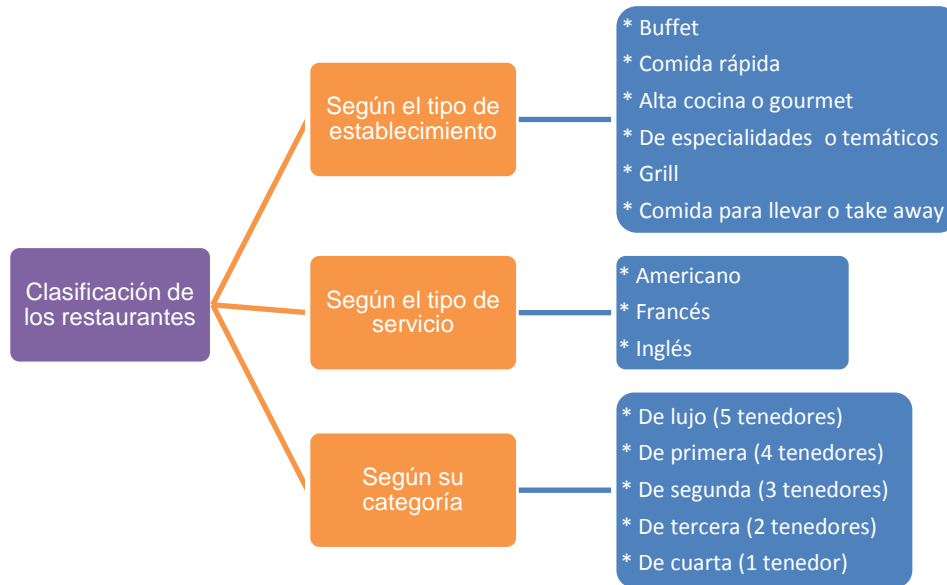


Imagen 3

Título: Clasificación de los restaurantes

Autor: El autor

Fuente: www.islascanarias-restaurante.com

- **Según el tipo de establecimiento**

Existen diferentes tipos de establecimientos que se caracterizan por la calidad y características tanto de la comida como del establecimiento, estos son:

- * Restaurante buffet
- * Restaurante de comida rápida
- * Restaurantes de alta cocina o gourmet
- * Restaurantes de especialidades o temáticos
- * Grill
- * Comida para llevar o take away

Restaurante buffet.-

Es posible que cada uno de los comensales pueda escoger de una gran variedad de platos cocinados y dispuestos para el autoservicio. A veces se paga una cantidad fija y otras veces por cantidad consumida (peso o tipos de

platos), es una forma rápida y sencilla de servir a grandes grupos de persona.

Restaurante de comida rápida.-

Restaurantes informales donde se consume alimentos simples y de rápida preparación como hamburguesas, papas fritas, pizzas, pollo, entre otros.

Restaurantes de alta cocina o gourmet.-

Son Restaurantes muy elegantes, los alimentos son de gran calidad y servidos a la mesa, los pedidos son "a la carte" o pueden ser escogidos de un "menú", debido a que los alimentos son cocinados al momento y estos suelen demorar un poco.

El costo va de acuerdo al servicio y la calidad de los platos, en todos estos Restaurantes existen saloneros o meseros que generalmente son dirigidos por un Maître, la elegancia, el servicio, la decoración, la ambientación, la comida y las bebidas son cuidadosamente escogidos.

Restaurantes de especialidades o temáticos.-

Son clasificados por el tipo de comida ofrecida. Los más comunes son según origen de la cocina, siendo los más populares en todo el mundo: La cocina italiana y la cocina china, así también cocina mexicana, cocina japonesa, cocina española, cocina francesa, cocina peruana, cocina colombiana, cocina tailandesa, restaurantes espectáculo, entre otros. También se engloban restaurantes con temas específicos tales como música, deportes, entre otros.

Grill.-

Tipo de restaurante orientado a la cocina americana donde se sirve carnes, pescados y mariscos a la plancha y a la parrilla. El servicio debe ser rápido y eficiente en estos establecimientos, y la decoración muchas veces se orienta en el estilo Oeste Americano.

Comida para llevar o take away.-

Son establecimientos que ofertan una variedad de primeros platos, segundos, y una variedad de aperitivos, que se exponen en vitrinas frías o calientes, según su condición.

El cliente elige la oferta y se confecciona un menú a su gusto, ya que la oferta se realiza por raciones individuales o como grupos de menús.

Dentro de los take away se puede encontrar establecimientos especializados en un determinado tipo de producto o en una cocina étnica determinada. Al igual que los fast food, la vajilla y el menaje que se usa son recipientes desechables

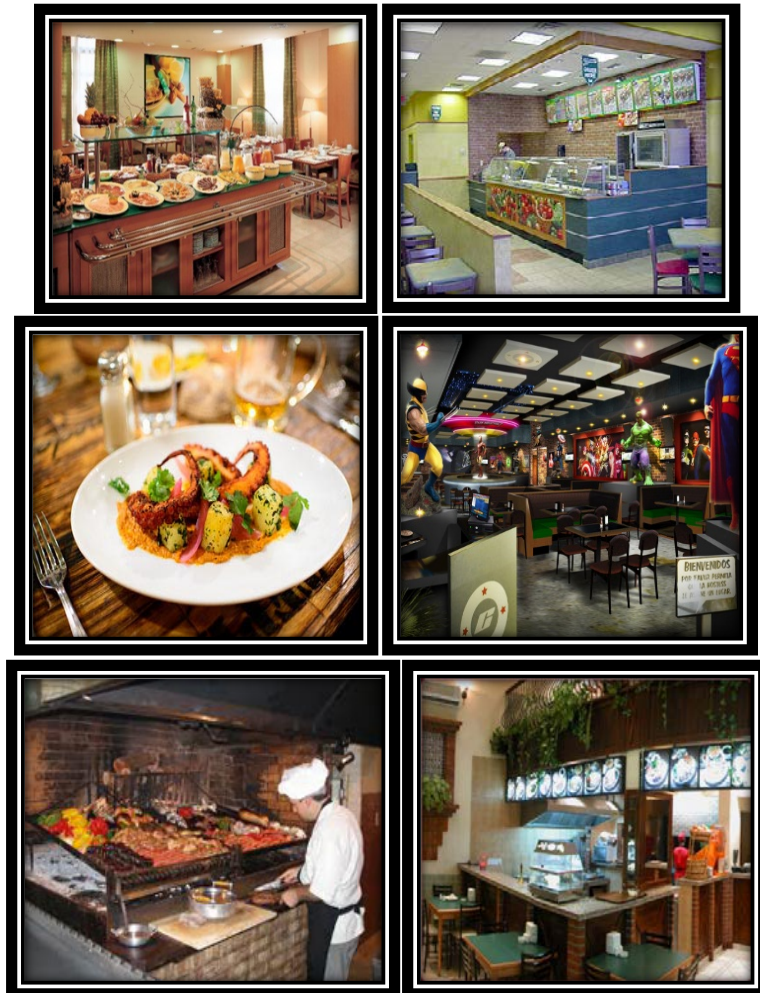


Imagen 4

Título: Clasificación de los restaurantes según el tipo de establecimiento

Autor: Anónimo **Fuente:** www.restaurantesoriginales.com

- **Según el tipo de servicio**

En muchos establecimientos de restauración se toma como principal enfoque el tipo de servicio que se ofrece al comensal, los más representativos son:

- * Servicio Americano
- * Servicio Francés
- * Servicio Ingles

El servicio americano.-

En la mayoría de los Restaurantes estadounidenses, el servicio es bastante sencillo, tal vez la característica que distingue este servicio americano inmediatamente es su rapidez, la comida se prepara en la cocina y un mesero(a) la lleva a la mesa de los comensales.

El servicio francés:

Este se lo encontrará en Restaurantes donde se sirve un clásico menú francés y que se sirve a una sofisticada clientela. La principal característica de este servicio es que todo su menú es elaborado en el Restaurante en presencia del cliente.

Los ingredientes se traen de la cocina y se indica al cliente para su inspección y el maître los prepara delante del comensal. 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 calidad para causar una excelente impresión.

Servicio inglés:

Consiste en presentar los alimentos en estilo bufett o autoservicio, donde los mismos clientes eligen el menú a consumir, existen 2 o más auxiliares de mesa tras el mesón de los alimentos para colaborarle al cliente a su servicio.



Imagen 5

Título: Clasificación de los restaurantes según el tipo de servicio

Autor: Anónimo

Fuente: www.media03.tvtrip.es

- **Según su categoría**

Al igual que hoteles que se clasifican por estrellas, los Restaurantes a su vez se clasifican por tenedores, esta categorización se basa en varios conceptos tales como: las instalaciones, los servicios, el menú, y el servicio de los camareros en las mesas, este último considerado uno de los criterios más valorados.

Según las normas internacionales de categorización instauradas los restaurantes se clasifican en:

- * Restaurantes de cuarta (un tenedor)
- * Restaurantes de tercera (dos tenedores)
- * Restaurantes de segunda (tres tenedores)
- * Restaurantes de primera (cuatro tenedores)
- * Restaurantes de lujo (cinco tenedores)

Restaurantes de cuarta (un tenedor).- Son restaurantes bastante sencillos cumplen las reglamentaciones más básicas tales: Comedor independiente de la cocina, cubertería inoxidable, vajilla de loza y vidrio, cristalería sencilla, servilletas de tela o papel, servicios sanitarios decorosos, personal perfectamente aseado, carta sencilla.

Restaurantes de tercera (dos tenedores).- Son lugares un poco más elaborados y cuentan con: Comedor con superficie adecuada a su capacidad, teléfono inalámbrico, mobiliario apropiado, cubertería inoxidable, vajilla de loza o vidrio, cristalería sencilla y mantelería con servilletas de tela o papel, servicios sanitarios independientes para damas y caballeros, cocina con fregadero con agua caliente, cámara frigorífica o nevera, despensa y extractor de humos, personal de servicio uniformado al menos con chaqueta blanca, carta sencilla.

Restaurantes de segunda (tres tenedores).- El servicio se más especializado y las facilidades son más específicas: Entrada para los clientes independiente de la del personal de servicio, guardarropa, teléfono inalámbrico para el uso del cliente, comedor con superficie adecuada a su capacidad, mobiliario de calidad, servicios sanitarios independientes para damas (incluye niños) y caballeros, cocina con cámara frigorífica, despensa, almacén fregaderos, ventilación al exterior, carta en consonancia con la categoría del establecimiento, personal de servicio debidamente uniformado, cubertería de acero inoxidable.

Restaurantes de primera (cuatro tenedores).- Son establecimientos sofisticados especializados en el buen trato al cliente: Entrada para los clientes independiente de la del personal, sala de espera, guardarropa (en países fríos), teléfono inalámbrico, comedor con superficie adecuada a su capacidad, aire acondicionado, calefacción y refrigeración, mobiliario y decoración de primera calidad, servicios sanitarios independientes para damas y caballeros, cocina con cámara frigorífica separada para pescados y carnes, horno, despensa, almacén, bodega, fregaderos y ventilación exterior, personal de servicio debidamente uniformado, cubertería de acero inoxidable.

Restaurantes de lujo (cinco tenedores).-Este tipo de establecimientos debe tener una organización eficaz, regidas por normas y procedimientos, además, debe contar con políticas internas y externas para su manejo.

1.1.1.3. Restaurantes de lujo (5 tenedores)

Los Restaurantes de este tipo son adornados generalmente con maderas muy finas, las mesas y las sillas deben estar acorde a la decoración; alfombras de muy buena calidad, la música en vivo o ambiental debe ser suave, las luces deben ser graduables y el aire acondicionado debe ser controlado por termómetro.



Imagen 6

Título: Restaurante de lujo

Autor: Anónimo

Fuente: www.espaciolujo.com

Los alimentos y las bebidas tienen obligatoriamente que ser de la más alta calidad, la higiene debe reinar en todas las áreas como por ejemplo: en el salón, la cocina, los baños y, por último, el personal debe estar debidamente uniformado.

El personal de servicio además de estar capacitado para cada función debe ser entrenado periódicamente para garantizar un servicio eficiente y elegante. Además se deberá contar con:

- ✓ Entrada para los clientes independiente de la del personal de servicio
- ✓ Guardarropa y vestíbulo o sala de espera.
- ✓ Comedor con superficie adecuada a su capacidad.

- ✓ Teléfono en cabinas aisladas y teléfono inalámbrico para el servicio al cliente.
- ✓ Servicios sanitarios con instalaciones de lujo, independientes para damas y caballeros.
- ✓ Decoración en armonía con el rango del establecimiento.
- ✓ Cocina equipada con almacén, bodega, cámara frigorífica, despensa, oficina, hornos, gratinador, parrilla para pescados y carnes, fregaderos, extractores de humos y olores.
- ✓ Carta con variedad de platos de la cocina nacional e internacional
- ✓ Carta de vinos amplia y modificada periódicamente.
- ✓ Personal debidamente uniformado.
- ✓ Cubertería de plata.

Debido a la alta categoría y nivel de normalización de los restaurantes de lujo estos deben contar con los siguientes espacios físicos, cabe recalcar que los mismos deben ser obligatorios y estandarizados para que el establecimiento pueda estar ubicado en dicha categorización:

Puerta Principal.- Cerca de la entrada se deberá colocar un mueble tipo aparador más conocido como “podium” donde permanece el libro de reservas y un teléfono con un timbre discreto, para la toma de reservas y mensajes.

Es el área donde se recibe al cliente, si el Restaurante dispone de una hostess (anfitriona) ella deberá permanecer allí durante todo el servicio para recibir y despedir a los clientes y sólo se desplazará para conducirlos hasta sus mesas.

En todo caso el Maitre nunca descuidará la puerta aunque se desplace por el salón para supervisar las mesas. La puerta nunca deberá quedar sola y si a la hostess se le presentase una emergencia, el Maitre nombrará provisionalmente un supervisor o cualquiera de los miembros del personal de servicio.

Bar y sala de espera.- Los Restaurantes de primera categoría y de lujo deben disponer de un bar o una pequeña sala de espera cerca de la entrada para

cuando no haya mesas disponibles y los clientes tengan que esperar, mientras toman un jugo o un cóctel.

En países fríos, los Restaurantes disponen también en esta área de un guardarropa, que servirá de uso para los clientes durante su estadía en el establecimiento, protegiendo así las diferentes vestimentas extras que utilizan para el frío y la nieve.

Tanto en el bar como en la sala de espera se acostumbra presentar la carta a los clientes para tomarle el pedido y cuando haya mesas disponibles sentarlos según el orden de llegada. En este caso se notifica a la cocina que dichos clientes están en orden de espera para que solo hagan marchar la comanda y luego notificar por supuesto, cuando ya estén sentados.

Sala o Comedor.- Área donde están ubicadas las mesas para el servicio a los clientes. El comedor se divide por “estaciones o rangos” para facilitar el servicio y se nombra un camarero a cargo de cada estación (jefe de rango o camarero piso), cada camarero tendría un ayudante o según lo disponga la administración.

Baños.- Los baños o aseos deben estar en un extremo del salón, lo ideal es que haya una puerta de acceso común, tanto para el de las damas, como para el de los caballeros. Esta puerta debe dar acceso a una pequeña sala donde estén las dos puertas de los baños.

Salones privados.- Se puede destinar parte de salón para algún reservado independiente, modalidad que cada día se utiliza más por la clientela de Restaurantes. Es aconsejable que este salón esté separado del principal por una cortina o puerta corrediza para mayor privacidad.

Office.- La comunicación entre la cocina y el salón de servicio resulta ideal cuando se respeta un pasillo entre ambos, con suficiente anchura para que sirva de cámara aislante de ruidos y temperatura.

Las puertas deberán ser dos en la entrada de cocina y dos en la entrada del comedor, estableciendo una dirección de entrada y otra de salida; ésta debe tener una ventana de cristal, que permita ver, si alguien por error, circula en sentido contrario.

En el Office generalmente se encuentra la oficina del Maître, algunas veces el bar servicio o la cajera, y es el área donde los camareros almacenan la mayor parte del material de trabajo.

La cocina y sus áreas.- Se podría decir que la cocina es una de las áreas principales puesto que ahí se desarrollan los platillos para los comensales.

La cocina es la zona industrial de un Restaurante, cuenta con personal dirigido por un “Chef” o “Jefe de Cocina” asistido por un “Sous Chef”, seguido de los jefes de partida, cocineros y ayudantes, así también los encargados de la limpieza de la cocina y el lavado de los materiales para el servicio llamados “Stewards”, dirigidos por un Chef Stewards, el cual se reporta al Chef Ejecutivo.

Entre las principales zonas que conforman la cocina del restaurante están:

- ✓ **Cocina caliente.-** Es el área donde se encuentran las estufas, los diferentes tipos de parrilla, freidores, baño de María, etc.

- ✓ **Cocina fría.-** (Pantry) y despensa.- Donde se preparan todos los platos fríos, tales como ensaladas y fiambres. También se encuentra allí las cámaras para conservar los vegetales y las cámaras frigoríficas para almacenar los productos que se emplearán en la cocina caliente, tales como las carnes, pescados y mariscos.

- ✓ **Área de café.-** Es el lugar donde están ubicadas las cafeteras y máquinas de café. Se encuentra generalmente muy cerca del Office y allí se debe montar un Mise-En-Place para los distintos tipos de café.

- ✓ **Pastelería o repostería.-** Sitio donde se preparan la mayor parte de los postres que se sirven en un Restaurante.

- ✓ **Panadería.-** Regularmente la panadería, pastelería y heladería comparten una misma área, con un mismo encargado, pero en los grandes restaurantes por su magnitud, se hace necesario manejar estos por separado.

- ✓ **Área de entrega de comandas y recepción de pedidos.-** “El Pase”, es como se le acostumbra llamar, es donde los camareros entregan la comanda y reciben los platos. Regularmente habrá un supervisor de cocina llamado ocasionalmente Chef de partida, responsable de recibir y cantar la comanda, para de esta forma hacer marchar los alimentos, siempre debe existir un supervisor a cargo del “pase”, él será el intermediario entre los camareros o el camarero cocina y los cocineros de las diferentes áreas. Él también avisa cuando deben salir los platos, los supervisa al salir y los entrega personalmente a los camareros a cargo de transportarlos al comedor.
En establecimientos donde funcione un sistema computarizado, el pedido se digitará desde la estación de servicio y se recibe en cocina mediante un impresor instalado en esta área.
Los platos donde serán servidos los manjares calientes, se tienen previamente calentados, manteniéndolos en la mesa caliente, la cual está prevista de una lámpara con luz infrarroja. Al momento de salir los platos, también se colocan allí, hasta que vayan por ellos los camareros.

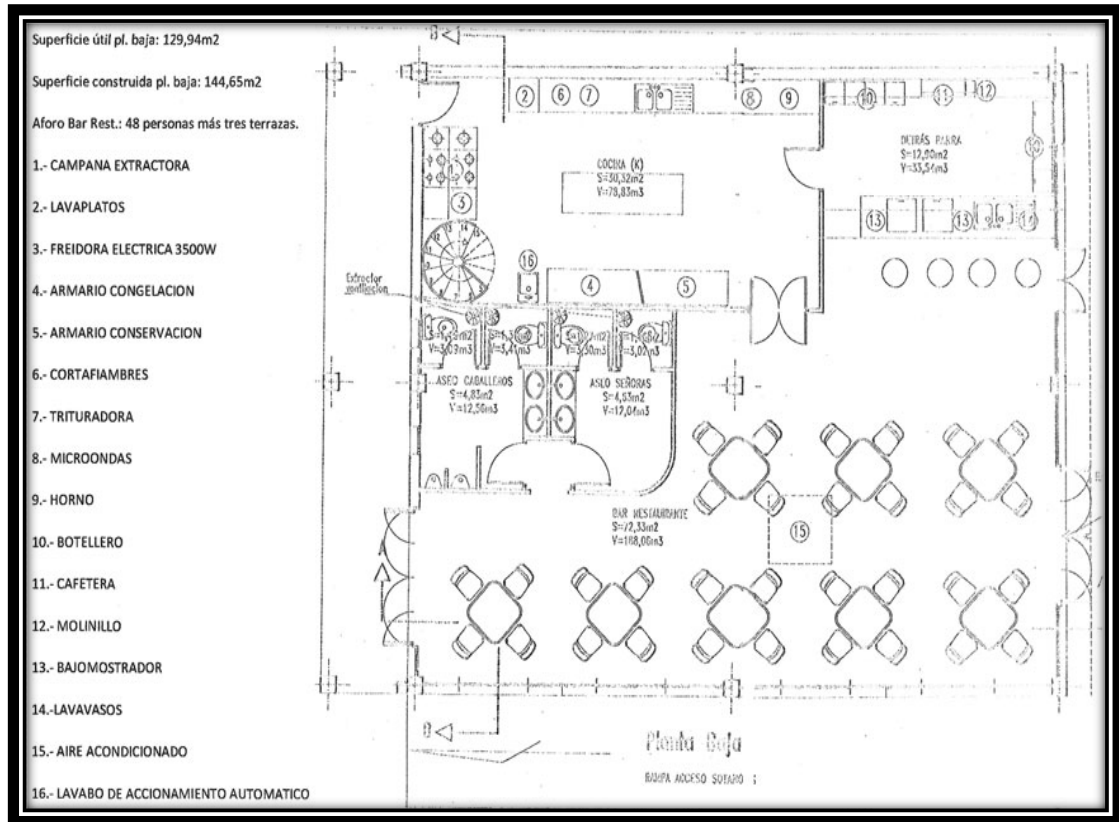


Imagen 7

Título: Esquema de un restaurante de lujo

Autor: Anónimo

Fuente: www.oportunidadnegocioenventa.com

1.1.2. Estándares de calidad

Los estándares de calidad son normas y protocolos internacionales que deben cumplir productos de cualquier índole para su distribución y consumo por el cliente final. Los estándares más representativos y utilizados tanto a nivel nacional como internacional son las normas ISO.

1.1.2.1. Normas ISO

Las normas ISO son parámetros de estándares de calidad que permiten el desarrollo de las diferentes actividades de manera óptima, están aplicadas a diferentes áreas de las industrias tales como: servicio, gestión de calidad, gestión ambiental desarrollo de tecnologías y productos, entre otras.

Antecedentes

La Organización Internacional para la Estandarización, ISO por sus siglas en inglés (International Organization for Standardization), es una federación mundial que agrupa a representantes de cada uno de los organismos nacionales de estandarización, que tiene como objeto desarrollar estándares internacionales que faciliten el comercio internacional.

Cuando las organizaciones tienen una forma objetiva de evaluar la calidad de los procesos de un proveedor, el riesgo de hacer negocios con dicho proveedor se reduce en gran medida, y si los estándares de calidad son los mismos para todo el mundo, el comercio entre empresas de diferentes países puede potenciarse en forma significativa.

Durante las últimas décadas, organizaciones de todos los lugares del mundo se han estado preocupando cada vez más en satisfacer eficazmente las necesidades de sus clientes, pero las empresas no contaban, en general, con literatura sobre calidad que les mostrara de qué forma, exactamente, podían alcanzar y mantener la calidad de sus productos y servicios.

De forma paralela, las tendencias crecientes del comercio entre naciones reforzaba la necesidad de contar con estándares universales de la calidad. Sin embargo, no existía una referencia estandarizada para que las organizaciones de todo el mundo pudieran demostrar sus prácticas de calidad o mejorar sus procesos de fabricación o de servicio.

Teniendo como base diferentes antecedentes sobre normas de estandarización que se fueron desarrollando principalmente en Gran Bretaña, la ISO creó y publicó en 1987 sus primeros estándares de dirección de la calidad: los estándares de calidad de la serie ISO 9000.

Con base en Ginebra, Suiza, esta organización ha sido desde entonces la encargada de desarrollar y publicar estándares voluntarios de calidad, facilitando así la coordinación y unificación de normas internacionales e incorporando la idea de que las prácticas pueden estandarizarse tanto para beneficiar a los productores

como a los compradores de bienes y servicios. Particularmente, los estándares ISO 9000 han jugado y juegan un importante papel al promover un único estándar de calidad a nivel mundial.

TIPOS DE NORMAS ISO

Las series de normas ISO relacionadas con la calidad constituyen lo que se denomina familia de normas, las que abarcan distintos aspectos relacionados con la calidad:

ISO 9000: Sistemas de Gestión de Calidad:

En la actualidad es utilizada en más de 120 países y requieren de sistemas documentados que permitan controlar los procesos que se utilizan para desarrollar y fabricar los productos.

Estos tipos de sistemas se fundamentan en la idea de que hay ciertos elementos que todo sistema de calidad debe tener bajo control, con el fin de garantizar que los productos y/o servicios se fabriquen en forma consistente y a tiempo.

Las ISO 9000 no definen cómo debe ser un Sistema de Gestión de Calidad de una organización, sino que ofrecen especificaciones de cómo crearlo e implementarlo; éste será diferente en función de las características particulares de la organización y sus procesos.

Las normas se revisan cada 5 años para garantizar la adecuación a las tendencias y dinámica del contexto mundial, en el año 2000 cobraron vigencia los cambios propuestos para las ISO 9000, los que se tradujeron en las actuales Normas ISO 9000 versión 2000, de la misma que quedaron conformadas por tres grandes apartados:

- ISO 9000:2000
Sistemas de Gestión de Calidad: Principios y vocabulario.
- ISO 9001:2000
Requisitos de los Sistemas de Gestión de Calidad, y las
- ISO 9004:2000

Recomendaciones para llevar a cabo las mejoras de calidad

Entre las características más importantes de esta serie están:

- La orientación hacia el cliente
- La gestión integrada
- El énfasis en el proceso de negocios
- La incorporación de la Mejora Continua
- La medición de la satisfacción del cliente

**ISO 10000: Guías para implementar Sistemas de Gestión de Calidad/
Reportes Técnicos:**

Guía para planes de calidad, para la gestión de proyectos, para la gestión de efectos económicos de la calidad, para aplicación de técnicas estadísticas en las Normas ISO 9000. Requisitos de aseguramiento de la calidad para equipamiento de medición, aseguramiento de la medición.

ISO 14000: Sistemas de Gestión Ambiental de las Organizaciones:

Las ISO 14000 son normas internacionales que se refieren a la gestión ambiental de las organizaciones. Su objetivo básico consiste en promover la estandarización de formas de producir y prestar servicios que protejan al medio ambiente, minimizando los efectos dañinos que pueden causar las actividades organizacionales.

Los estándares que promueven las normas ISO 14000 están diseñados para proveer un modelo eficaz de Sistemas de Gestión Ambiental (SGA), facilitar el desarrollo comercial y económico mediante el establecimiento de un lenguaje común en lo que se refiere al medio ambiente y promover planes de gestión ambiental estratégicos en la industria y el gobierno.

Un SGA es un sistema de gestión que identifica políticas, procedimientos y recursos para cumplir y mantener un gerenciamiento ambiental efectivo, lo que

conlleva evaluaciones rutinarias de impactos ambientales y el compromiso de cumplir con las leyes y regulaciones vigentes en el tema, así como también la oportunidad de continuar mejorando el comportamiento ambiental.

Sus características generales son:

- Son estándares voluntarios y no tienen obligación legal.
- Tratan mayormente sobre documentación de procesos e informes de control.
- Han sido diseñadas para ayudar a organizaciones privadas y gubernamentales a establecer y evaluar objetivamente sus SGA.
- Proporcionan, además, una guía para la certificación del sistema por una entidad externa acreditada.
- No establecen objetivos ambientales cuantitativos ni límites en cuanto a emisión de contaminantes.
- No fijan metas para la prevención de la contaminación ni se involucran en el desempeño ambiental a nivel mundial, sino que establecen herramientas y sistemas enfocados a los procesos de producción de una empresa u otra organización, y de las externalidades que de ellos deriven al medio ambiente.
- Los requerimientos de las normas son flexibles y, por lo tanto, pueden ser aplicadas a organizaciones de distinto tamaño y naturaleza.

En cuanto a la familia ISO 14000 de estándares referidos a la gestión ambiental está constituida por las siguientes normas:

- ISO 14000
Guía a la gerencia en los principios ambientales, sistemas y técnicas que se utilizan.
- ISO 14001
Sistema de Gestión Ambiental. Especificaciones para el uso.
- ISO 14010
Principios generales de Auditoría Ambiental.
- ISO 14011

Directrices y procedimientos para las auditorías

- ISO 14012
Guías de consulta para la protección ambiental. Criterios de calificación para los auditores ambientales.
- ISO 14013/15
Guías de consulta para la revisión ambiental. Programas de revisión, intervención y gravámenes.
- ISO 14020/23
Etiquetado ambiental
- ISO 14024
Principios, prácticas y procedimientos de etiquetado ambiental
- ISO 14031/32
Guías de consulta para la evaluación de funcionamiento ambiental
- ISO 14040/4
Principios y prácticas generales del ciclo de vida del producto
- ISO 14060
Guía para la inclusión de aspectos ambientales en los estándares de productos

Esta familia de normas fue aprobada por la Organización Internacional para la Estandarización (ISO) en septiembre de 1996, la versión oficial en idioma español fue publicada en Mayo de 1997.

Para la certificación ISO 14000, se debe realizar una auditoría ambiental que caracterice adecuadamente los contaminantes y que sitúe a la organización frente a las normas ambientales de cumplimiento obligatorio, ya sean nacionales, provinciales o municipales.

Con los resultados obtenidos en esta auditoría se puede comenzar a tomar medidas correctivas para encuadrar el establecimiento dentro de la legislación vigente, y sólo después de ello se puede comenzar a trabajar para obtener la calificación, desarrollando un buen SGA. (Una empresa puede optar por pedir la

certificación si es que previamente implementó por su propia cuenta un SGA, o llamar a una consultora para que ésta realice un diagnóstico y le ayude a diseñarlo según los estándares exigidos por las ISO),

Para lograr una gestión ambiental certificada, las organizaciones deben:

- Definir su política ambiental
- Desarrollar una cultura de preparación y actuación ambiental
- Detectar los aspectos ambientales relacionados con sus procesos e identificar sus impactos significativos
- Establecer metas para la implementación de mejoras en su gestión ambiental. Definir roles y responsabilidades, efectuar las acciones correctivas y preventivas correspondientes
- Llevar a cabo controles objetivos del progreso o deficiencias en la gestión ambiental (evaluar el sistema a través de auditorías internas)
- Crear sistemas eficaces de documentación ambiental, definir los registros necesarios y los procedimientos para su mantenimiento.
- Cumplir con leyes y regulaciones ambientales
- Desarrollar un plan de comunicaciones para el personal y directivos, de forma que todos estén informados de los avances en la gestión medioambiental
- Establecer un procedimiento de auditoría y certificación de sistemas de gestión ambiental por tercera parte y guías para la evaluación de productos y etiquetado.

El proceso de certificación tiene una duración aproximada de entre 12 y 18 meses, dependiendo de la complejidad de los procesos involucrados, la peligrosidad del establecimiento industrial, la dispersión geográfica de la empresa y las mejoras a implementar, entre otras variables.

El certificado ISO 14000 es válido por tres años y obliga a revisiones anuales o semestrales que sólo implican un chequeo de algunos aspectos de la norma. Para la recertificación se requiere una revisión completa de la norma.

Entre los Organismos Certificadores se pueden nombrar: IRAM (Instituto Argentino de Normalización), B.V.Q.I. (Bureau Veritas Quality International), D.N.V. (Det Norske Veritas), ABS (Aspects Certification Services Ltd.), D.Q.S. (Asociación Alemana para Certificación de Sistemas de Gestión), AENOR (Asociación Española de Normalización y Certificación), T.U.V CERT entre otros.

1.1.2.2. Norma ISO 9000-2000

El sistema de gestión de calidad propuesto por la norma ISO 9000:2000 se basa en 8 principios:

1. Enfoque al cliente:

Las organizaciones dependen de sus clientes y por lo tanto deberían comprender las necesidades actuales y futuras de los clientes, satisfacer sus requisitos y esforzarse en exceder las expectativas.

2. Liderazgo:

Los líderes establecen la unidad de propósito y la orientación de la organización. Ellos deberían crear y mantener un ambiente interno, en el cual el personal pueda llegar a involucrarse totalmente en el logro de los objetivos de la organización

3. Participación del personal:

El personal, a todos los niveles, es la esencia de una organización y su total compromiso posibilita que sus habilidades sean usadas para el beneficio de la organización.

4. Enfoque basado en procesos:

Un resultado deseado se alcanza más eficientemente cuando las actividades de los recursos relacionados se gestionan como un proceso.

5. Enfoque de sistema para la gestión:

Identificar, entender y gestionar los procesos interrelacionados como un sistema, contribuye a la eficacia y eficiencia de una organización en el logro de sus objetivos.

6. Mejora continua:

La mejora continua del desempeño global de la organización debería ser un objetivo permanente de ésta.

7. Enfoque basado en hechos para la toma de decisión:

Las decisiones eficaces se basan en el análisis de los datos y la información.

8. Relaciones mutuamente beneficiosas con el proveedor:

Una organización y sus proveedores son interdependientes, y una relación mutuamente beneficiosa aumenta la capacidad de ambos para crear valor.

Para la aplicación de las normas ISO 9000-2000 se distinguen o aplican cuatro grupos de procesos:

1) Responsabilidad de la dirección

- Compromiso de la dirección
- Enfoque al cliente
- Política de calidad
- Planificación
- Responsabilidad, autoridad y comunicación
- Revisión de la dirección

2) Gestión de los recursos

- Recursos humanos
- Infraestructura
- Ambiente de trabajo

3) Realización del producto

- Planificación de la realización del producto
- Procesos relacionados con el cliente
- Diseño y desarrollo
- Compras
- Producción y prestación del servicio
- Control de los dispositivos de seguimiento y medición

4) Medición, análisis y mejora

- Seguimiento y medición
- Control del producto no conforme
- Análisis de datos
- Mejora

Mientras que las dimensiones de evaluación que normalmente se utilizan, en los modelos de excelencia, son tres:

- Enfoque: se refiere a la filosofía de diseño de los sistemas, los métodos, principios y conceptos que son empleados para alcanzar el propósito de calidad en cada uno de los temas de evaluación. Al analizar este aspecto, la evaluación se habrá tomado en cuenta:
 - ✓ El grado en que se oriente hacia la prevención más que la corrección.
 - ✓ El grado en que se enfoque hacia la mejora de los procesos, más que a la corrección de los productos.
 - ✓ El grado en que se fomente la toma de decisiones basadas en información y datos, más que en opiniones.
 - ✓ El grado en que se busca estimular la autoevaluación por parte del personal, más que la inspección o supervisión.
 - ✓ El grado en que los procesos se orientan primordialmente a lograr la satisfacción del cliente (procesos eficaces).
 - ✓ El grado en que se trabaja en la mejora de la eficiencia de los procesos.
 - ✓ El grado en que se enfoque hacia contar con procesos sistemáticos e integrales, buscando propiciar la mejora continua.
- Implantación: se refiere al nivel de aplicación del enfoque e incluye:

- ✓ El alcance con que se han introducido apropiada y efectivamente los principios de calidad en todas las áreas, funciones y actividades de la organización.
 - ✓ La práctica sistemática y rutinaria de los principios de calidad, en todas las actividades e interacciones “clientes – proveedor”, tanto al interior como al entorno de la organización (clientes, proveedores y la sociedad en general)

- Resultados: son los logros derivados de la Implantación y el Enfoque de los sistemas en la organización. Incluyen información cuantitativa, cualitativa, comparación de parámetros e impactos de los logros. Se toma en cuenta la calidad de los resultados, o sea los niveles alcanzados, como también la duración de los resultados, o sea la tendencia. Se consideran los siguientes aspectos:
 - ✓ Nivel de calidad alcanzada, comparándolos con los competidores líderes, tanto nacionales como mundiales.
 - ✓ Tendencias de mejora continua y rapidez de dichas mejoras
 - ✓ Impacto que dichos logros han tenido en la posición competitiva, participación en los mercados, retención de los clientes y rentabilidad de la organización.
 - ✓ Mejora de calidad de la vida de sus empleados y trabajadores.
 - ✓ Mejora y desarrollo de sus proveedores
 - ✓ Mejora del bienestar de los consumidores.
 - ✓ Mejora en el entorno social y en el medio ambiente.

1.2. MARCO CONCEPTUAL

- ✓ **Calidad.-** Es la percepción que el cliente tiene en base a determinado producto o servicio, es una fijación mental del consumidor que asume conformidad con dicho producto o servicio y la capacidad del mismo para satisfacer sus necesidades. (Rodolfo, 2009)

- ✓ **Carta.-** Es un instrumento a través del cual el cliente seleccionará qué va a consumir, se podría decir que el menú es el órgano de comunicación entre el restaurante y el cliente, por lo tanto debe promover un encuentro entre las preferencias o gustos del cliente y la oferta del local. (Hill, 1993)
- ✓ **Categorización.-** Jerarquía de una persona o cosa en una clasificación según su importancia o grado (Castañeda, 2006)
- ✓ **Comensal.-** Persona que come con otras en la misma mesa. (Hill, 1993)
- ✓ **Cubertería.-** Conjunto de cucharas, tenedores, cuchillos y utensilios semejantes para el servicio de mesa. (Gray, 2006)
- ✓ **Dirección.-** Es la encargada de planificar, organizar, dirigir y controlar, todas aquellas actividades que conlleven al buen funcionamiento operativo administrativo en general de la Institución (Castañeda, 2006)
- ✓ **Eficacia.-** Es la capacidad de alcanzar el efecto que espera o se desea tras la realización de una acción. (Jiménez Abad, 2008)
- ✓ **Eficiencia.-** Se refiere al uso racional de los medios para alcanzar un objetivo predeterminado (es decir, cumplir un objetivo con el mínimo de recursos disponibles y tiempo). (Castañeda, 2006)
- ✓ **Estándar.-** Sirve de patrón, modelo o punto de referencia para medir o valorar cosas de la misma especie. (Castañeda, 2006)
- ✓ **Gestión de calidad.-** Es el conjunto de normas correspondientes a una organización, vinculadas entre sí y a partir de las cuales es que la empresa u organización en cuestión podrá administrar de manera organizada la calidad de la misma. La misión siempre estará enfocada hacia la mejora continua de la calidad. (Jiménez Abad, 2008)

- ✓ **Gourmet.-** Persona que es aficionada a comer bien y que aprecia y disfruta la buena comida. (Hill, 1993)
- ✓ **Hostess.-** Mujer que tiene por oficio atender a los pasajeros de aviones o de trenes prestándoles servicios para su comodidad y seguridad. (Quesada, 2006)
- ✓ **Maître.-** Es un camarero responsable de planificar, organizar, desarrollar, controlar y gestionar las actividades que se realizan en la prestación del servicio, tanto en comida como en bebidas. (Gray, 2006)
- ✓ **Mejora continua.-** Es un concepto del siglo XX que pretende mejorar los productos, servicios y procesos por medio del reconocimiento de cada proceso y posterior análisis y optimización. (Sanchez, 2010)
- ✓ **Menaje.-** Conjunto de utensilios de cocina y de servicio de mesa. "copas de cristal de bohemia, vasos, manteles de hilo bordados, cuberterías de plata, licoreras: todo lo más refinado en menaje estaba en la mesa" (Hill, 1993)
- ✓ **Posada.-** Establecimiento modesto con habitaciones para alojar huéspedes de paso o forasteros. (Perez, 2009)
- ✓ **Taberna.-** Establecimiento en el que se venden y consumen bebidas alcohólicas, especialmente vino, cerveza o licor, y a menudo comidas o aperitivos. (Perez, 2009)
- ✓ **Vestíbulo.-** Área de descanso para el público (Hill, 1993)

1.3. MARCO REFERENCIAL

Para el adecuado desarrollo de la presente investigación se utilizarán como referencia dos investigaciones realizadas previamente, la primera denominada

“Manual de calidad Turística para restaurantes” y la segunda “Manual de calidad Turística para la Mariscal”

1.3.1. Manual de calidad Turística para restaurantes

El manual de calidad turística para restaurantes fue desarrollado por el gobierno regional del Cuzco en el año 2009, por medio de este se buscaba lograr el mejoramiento de calidad de cada uno de los servicios relacionados con la actividad turística, ya que cada servicio representa diferentes puntos de afectación hacia los clientes que a futuro podrían generar relegación de las facilidades.

El objetivo de la aplicación del manual es:

Orientar a las empresas dedicadas al rubro de la restauración (restaurantes), sobre cómo establecer acciones estandarizadas dentro del servicio ofrecido, que permita una relación de valor con sus clientes en base al empleo de herramientas y criterios mínimos de calidad.

Una vez aplicado el manual se mejoraron los diferentes puntos enfocados en el mismo y se dio paso a una mejora sustancial.

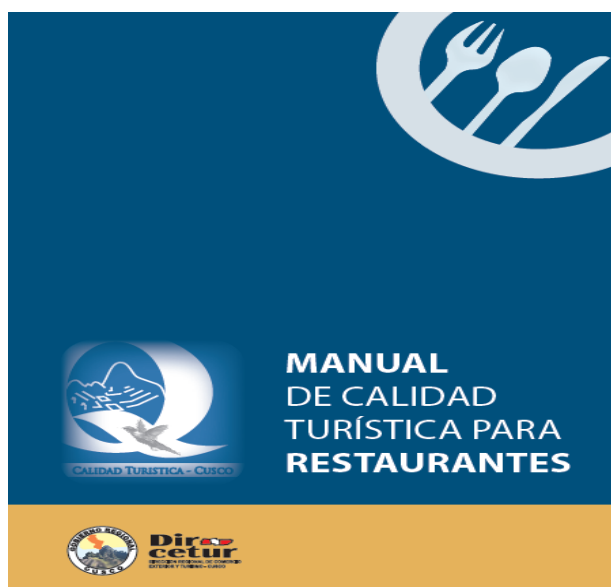


Imagen 8

Título: Manual de calidad turística para restaurantes

Autor: Gobierno regional del cusco

Fuente: Dirección nacional del Comercio y Turismo Exterior del Cusco.

1.3.2. Manual de calidad Turística para la Mariscal

El manual fue desarrollado por la ZET (zona especial turística de la Mariscal) y Quito turismo, en el año 2013, por medio de dicho manual, se busca socializar los parámetros técnicos de funcionamiento para los establecimientos turísticos de la zona.

El objetivo de la aplicación del manual es:

Determinar cada uno de los parámetros técnicos de funcionamiento de los establecimientos de servicios turísticos ubicados en la zona turística La Mariscal, para poder convertir al Distrito Metropolitano de Quito en un destino de calidad; ya que esta zona representa una de las principales fuentes turísticas a nivel local.



Imagen 9

Título: Manual de calidad turística para restaurantes

Autor: Quito turismo

Fuente: www.quito-turismo.gob.ec

1.4. MARCO LEGAL

Debido a que la presente investigación está directamente enfocada en los restaurantes de lujo o cinco tenedores se aplicaran como fundamentos legales las siguientes normativas y resoluciones:

- ✓ Resolución N° 172 (CETUR)
- ✓ Código de Ética mundial del turismo (OMT)

1.4.1. La resolución N°172.

Esta resolución fue expuesta por la corporación ecuatoriana de turismo, en la cual se expone que todo establecimiento de alimentación o restaurante, categorizado como “De lujo” o “Cinco tenedores” está obligado a prestar y presentar tanto alimentos como servicios de primera calidad, mismos que deben cumplir con todos los estándares de calidad tanto nacionales como internacionales, aplicando de preferencia normas y estándares ISO.

1.4.2. Código de ética mundial del turismo

En el código de ética mundial del turismo expuesto por la OMT (Organización Mundial del Turismo) en el Artículo 7, se expone que todas las empresas ligadas con la actividad turística, en este caso “La Restauración” están obligadas a prestar servicios aptos y óptimos en cuanto al desarrollo de las diferentes actividades, desde el momento de selección de materia prima hasta el final del servicio.

CAPITULO II

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

2.1. MACRO ENTORNO

La presente investigación tomara lugar en la República del Ecuador, analizando cada una de las características del país; geográficas, demográficas, políticas, económicas, sociales, culturales y tecnológicas fundamentadas directamente en la inclusión social.

2.1.1. Factor Geográfico

Nombre:	Ecuador
Capital:	Quito
Extensión:	283 561 km ²
Población:	15 836 100
Provincias:	24 provincias
Moneda:	Dólar
Idioma:	Español



Tabla 1

Título: Antecedentes del Ecuador

Autor: El Autor

Fuente: Ecuador provincias y capitales, Rivera V. Oswaldo, (2005)

El Ecuador, se encuentra ubicado al sur del continente americano limitando al norte con Colombia, al sur y al este con Perú, y al oeste con el océano Pacífico y atravesado de norte a sur por la Cordillera de los andes, se encuentra políticamente dividido en 24 provincias, 221 cantones y 1.500 parroquias (Rivera, 1995).

Ecuador es el país más densamente poblado de Sudamérica y el quinto del continente, posee la mayor cantidad de biodiversidad por metro cuadrado a nivel mundial. Debido a su ubicación sobre la línea ecuatorial terrestre su territorio está fraccionado imaginariamente en dos hemisferios: hemisferio norte y hemisferio sur y a su vez dividido en dos espacios distantes entre sí, el territorio continental conformado por las 3 regiones naturales costa, sierra y amazónica, el territorio insular o Galápagos ubicado al noroeste de América del Sur a 1000 kilómetros de distancia de la región costa en el Océano Pacífico (Rivera, 1995).

- **Relieve**

El Ecuador se encuentra conformado por 3 unidades de relieve: la llanura costera al norte del Golfo de Guayaquil, la Cordillera de los Andes en el centro del país y la llanura amazónica. El punto más alto del Ecuador es el volcán Chimborazo, con 6 313 msnm y cuya cima es el lugar más lejano al núcleo de la tierra debido a la silueta elíptica del planeta (Rivera, 1995).



Imagen 10

Título: Relieve en el Ecuador

Autor: Anónimo

Fuente: www.geodelecuador.blogspot.com

- **Hidrografía**

Debido al gran número de ríos que cruzan el territorio ecuatoriano ha sido denominado como el país con más ríos por metro cuadrado del mundo, en su

territorio se puede encontrar el paso de uno de los ríos más extensos del planeta el río Amazonas (Rivera, 1995).

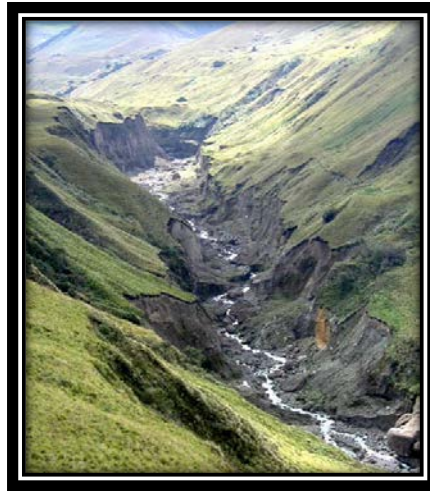


Imagen 11
Título: Hidrografía en el Ecuador
Autor: Anónimo
Fuente: www.ecuaworld.com.ec

- **Clima**

En el país se puede encontrar una variedad de climas pero debido a su ubicación geográfica existe únicamente dos estaciones: invierno y verano, en la Costa y en el Oriente, la temperatura oscila entre los 20 °C y 33 °C, mientras que en la sierra suele estar entre los 3 °C y 26 °C, las islas Galápagos tienen un clima más bien templado y su temperatura oscila entre 22 y 32 °C.

La calidad del aire es muy buena por la presencia de grandes bosques naturales, parques nacionales y la selva amazónica, el 20% del país es reserva ecológica.

- **Flora y fauna**

El país posee una gran diversidad de fauna y flora por lo que se encuentra dentro de la lista de países mega diversos debido a la existencia de innumerables bosques con diferentes ecosistemas en los cuales se presenta un alto grado de endemismo es decir: especies únicas de la zona, los animales emblemáticos del país son la tortuga Galápagos y el Cóndor andino.

Lamentablemente en los últimos años debido al desconocimiento de las personas el país ha entrado y encabezado las listas del libro rojo, un documento mundial donde se encuentran inventariadas todas las especies tanto de flora como fauna en peligro de extinción o ya extintas. (Rivera, 1995)

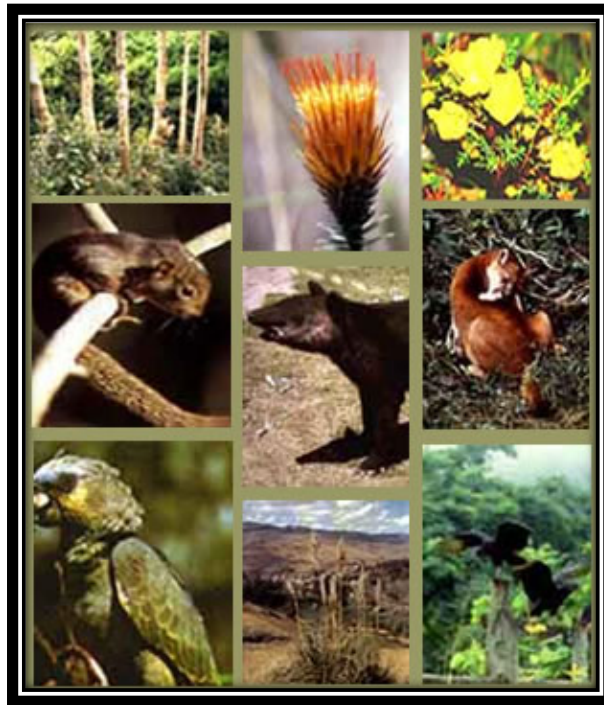


Imagen 12

Título: Flora y fauna en el Ecuador

Autor: Anónimo

Fuente: www.visitaecuador.com

2.1.2. Factor Demográfico

Según el Instituto Ecuatoriano de Estadística y Censo (INEC) para octubre del 2013 en el Ecuador habitan 15 836 100 personas aproximadamente.

En el año 2013 el Ecuador llegó a ser el cuarto país con más aceleración de envejecimiento de Latinoamérica tras Chile, Uruguay y Argentina (INEC, 2010) Mientras que censos realizados en 2010 demuestran que:

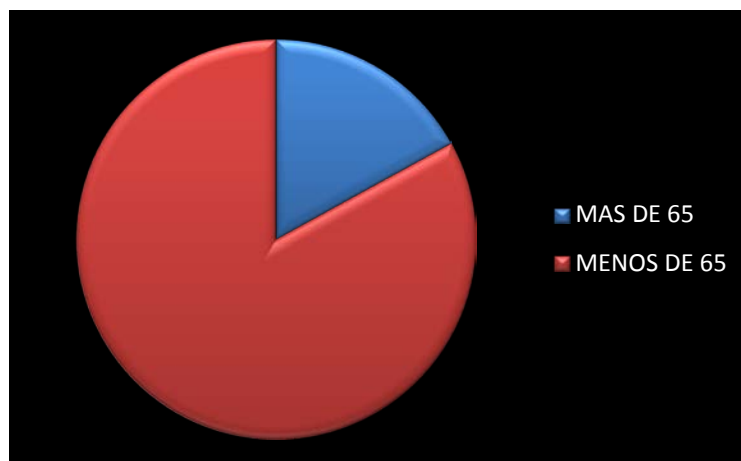


Imagen 13

Título: Distribución poblacional según relación de edades

Autor: El Autor

Fuente: Instituto Ecuatoriano de Estadística y Censos (2010)

Más del 17% de la población pasa de los 65 años y más del 40% de la población es adulta-media. La edad promedio está entre los 27,3 y los 35,8 años mientras que la esperanza de vida en Ecuador bordea los 79,9 años para los varones y los 82,9 años para las mujeres, en 2011

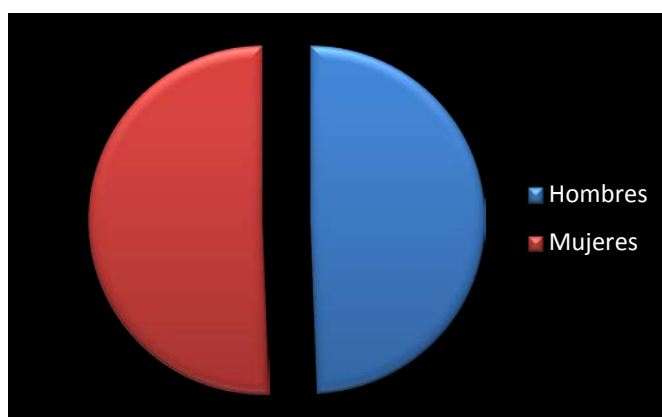


Imagen 14

Título: Distribución poblacional según géneros

Autor: El Autor

Fuente: Instituto Ecuatoriano de Estadística y Censos (2010)

Así mismo, en lo referente al género de la población adulta, se puede establecer que alrededor del 49,4% se encuentra compuesta por hombres, y un 50,6% por mujeres, estas cifras varían aún más a favor de las mujeres en las

provincias de la sierra, mostrando de todas formas la existencia de un mayor número de mujeres

Aproximadamente el 78% de la población reside en los centros urbanos, mientras que el resto se desenvuelve en el medio rural, la misma está en constante disminución puesto que muchas zonas se están declarando urbanas y porque cada vez más personas emigran a zonas urbanas en busca de mejores oportunidades.

Ecuador es el séptimo país más poblado de Sudamérica, y el noveno más poblado de 33 países en Latinoamérica aunque en el censo de 2010 la natalidad bajó recientemente a 1,8 hijos por mujer, siendo este un comportamiento típico en los países con una economía creciente y cada vez más desarrollado.

Quito su capital cuenta con 2.342.191 habitantes en su aglomeración urbana y 2.560.354 habitantes en su área metropolitana. Guayaquil se presenta como la ciudad más poblada del Ecuador, llegando a tener 2.710.915 de habitantes en su aglomeración urbana y 3.015.574 en su área metropolitana (INEC, 2010),

Según las proyecciones entregadas por el INEC para 2013, uno de cada 3 ecuatorianos vive en Quito o Guayaquil; ambas ciudades sumadas engloban una población de 5,1 millones de habitantes.

- **Idioma**

El idioma oficial y de relación intercultural es el español, con sus peculiaridades y modismos propios de cada zona o región, el quichua, el shuar, el tsáfiqui y demás idiomas ancestrales son de uso oficial para los pueblos indígenas (INEC, 2010)

Según el censo realizado en el 2010, el 94% de la población habla español, el 4,8% habla alguna lengua nativa conjuntamente con el español y el 1,1% hablan sólo una lengua nativa.

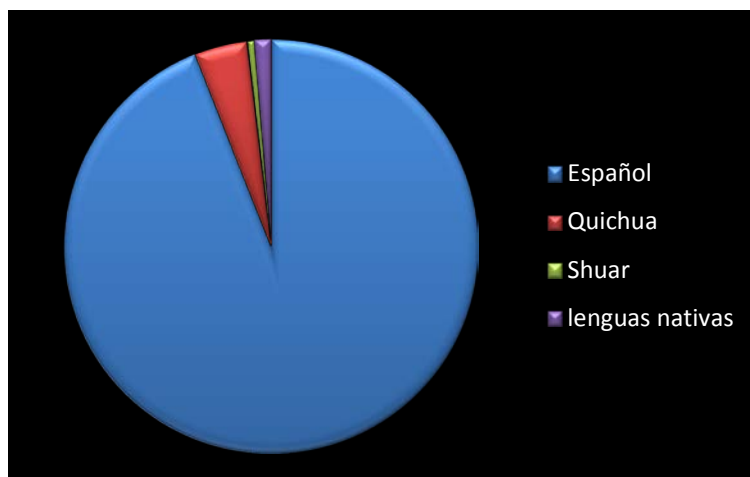


Imagen 15

Título: Distribución poblacional según idiomas

Autor: El Autor

Fuente: Instituto Ecuatoriano de Estadística y Censos (2010)

De las 13 lenguas nativas que fueron contabilizadas por el mencionado Censo, el quichua, hablado por el 4,1% de la población, es la más difundida. La segunda lengua nativa es el shuar, hablado por el 0,55% de la población (INEC, 2010).

2.1.3. Factor Económico

Es importante realizar un estudio económico del país para determinar el estado y el riesgo de inversión tanto para nacionales como para extranjeros, el Ecuador ha presentado una tasa de crecimiento económico de 5,2% interanual, según los datos del Banco Central del Ecuador.

Este crecimiento es relativamente nuevo, ya que se ha dado en los últimos años, gracias a las políticas de estado constituidas por el actual presidente del país el Economista Rafael Correa Delgado. (BCE, 2013)

- **Producto Interno Bruto (PIB)**

El Producto interno bruto es un término económico que se utiliza para expresar el valor monetario de la producción final de bienes y servicios del país en un periodo de tiempo determinado.

Este se da por medio de la identificación de los sectores que aportan mayormente al desarrollo económico del país, es decir petróleo, explotación minera, piscicultura, etc., aunque en el último año el desarrollo turístico del país se ha elevado notablemente (BCE, 2013).

FECHA	VALOR
Enero-31-2012	84 039.90 millones de USD
Enero-31-2011	76 769.70 millones de USD
Enero-31-2010	67 513.70 millones de USD
Enero-31-2009	62 519.70 millones de USD
Enero-31-2008	61 762.60 millones de USD

Tabla 2

Título: Producto interno bruto

Autor: El Autor

Fuente: Banco Central de Ecuador. 2013

El Ecuador tuvo un crecimiento del PIB del 3,5% en el primer trimestre del año 2013 siendo uno de los mayores afluentes el sector petrolero llegando al 4.2% y la economía no petrolera con el 84.7%, en enero del 2012.

El PIB tiene un valor de 84 039.90, en relación al año 2011 con un valor de 76 769.70. (BCE, 2013)

- **Inflación**

La inflación es determinada por el incremento de los precios en los bienes y servicios con relación a la moneda, durante un periodo de tiempo lo que significa que cuando el precio sube la moneda no alcanza a comprar bienes y servicios. (BCE, 2013)

FECHA	VALOR
Agosto-31-2013	2.27 %
Julio-31-2013	2.39 %
Junio-30-2013	2.68 %
Mayo-31-2013	3.01 %
Abril-30-2013	3.03 %
Marzo-31-2013	3.01 %
Febrero-28-2013	3.48 %
Enero-31-2013	4.10 %
Diciembre-31-2012	4.16 %
Diciembre-31-2011	5.41 %

Tabla 3
Título: Inflación
Autor: El Autor

Fuente: Banco Central de Ecuador. 2013

Es decir que la inflación refleja la disminución del poder adquisitivo de la moneda: una pérdida del valor real del medio interno de intercambio y unidad de medida de una economía. Una medida frecuente de la inflación es el índice de precios, que corresponde al porcentaje anualizado de la variación general de precios en el tiempo.

2.1.4. Factor Político

A pesar de que en los últimos años la ciudad de Quito ha llegado a posicionarse como uno de los principales destinos turísticos a nivel mundial no solo por su riqueza cultural, sino también natural.

Aún no ha desarrollado políticas generales y aplicadas directamente al servicio tanto en restaurantes como en servicio, a pesar de eso se puede determinar las políticas turísticas instauradas que dan paso a mejorar la actividad de los restaurantes, más aun cuando la presente investigación está directamente ubicada en el Centro Histórico del D.M.Q. y este es uno de los principales lugares turísticos del Ecuador.

Cabe recalcar que el sistema de categorización actual muestra grandes deficiencias a la hora de categorizar cada uno de los establecimientos de restauración, ya que estos están catalogados como de lujo únicamente cuando se encuentran dentro de centros comerciales sin tomar en cuenta si el servicio o estándares de calidad son desarrollados acorde a un estándar internacional.

- **Políticas turísticas**

En los últimos años se ha desarrollado fuertemente la actividad turística del país, tanto de forma interna como externa, esto se ha logrado dar de la mano de la campaña turística "Ecuador ama la vida"

Una campaña fuerte y sólida encargada de promocionar cada uno de los destinos tanto naturales como culturales, con dicha campaña el país alcanzo diversos reconocimientos entre los más representativos están:

- ✓ El mejor del mundo para visitar concedido por la Asociación estadounidense de operadores turísticos.
- ✓ El mejor destino en Latinoamérica y entre los 10 mejores del mundo para visitar en 2013 otorgado por la editorial Lonely Planet. considerada la biblia de los turistas.

- ✓ El mejor destino verde a nivel mundial en 2012 conferido por World Travel.
- ✓ El “Paraíso para jubilados retirados” otorgado por International Living.

2.1.5. Factor Cultural

Ecuador es uno de los países latinoamericanos con el menor conocimiento y aplicación de cultura de servicio, razón por la cual son muy pocos los restaurantes en los que se aplican estándares de calidad, sin importar que estos hayan sido catalogados o clasificados como de lujo o cuatro tenedores.

Estos estándares tampoco se aplican hacia los consumidores, mismo que muchas veces no saben solicitar el servicio adecuado por el cual pagaron.

2.1.6. Factor Social

La situación social es el conjunto de variables que se encuentran en varios sectores de la sociedad, dados por el crecimiento de la misma y provocando conflictos entre quienes poco o nada tienen y aquellos que cuentan con algo o mucho más.

Entre las posibles variables que se pueden analizar para el estudio social la presente investigación se enfocara en aquellas que afectan directamente la economía familiar.

- **PEA**

La población económicamente activa (PEA) son todas aquellas personas que están en edad de trabajar y se encuentran ocupados o buscando trabajo.

(cesantes) y quienes lo buscan por primera vez (Aspirantes).

Jun. 2013	4,89	46,92	46,25
-----------	------	-------	-------

Tabla 4

Título: Desempleo, Sub-empleo y Ocupación Plena

Autor: El Autor

Fuente: Instituto Ecuatoriano de Estadística y Censos (INEC) 2013

El Ecuador en la actualidad es uno de los países que muestra la menor tasa de desempleo de América llegando a dar mejores estándares de vida a los habitantes.

- **Ingresos vs Canasta familiar**

En el país hay dos tipos de canastas, la básica familiar y la vital. En la primera se incluyen 75 productos, y la segunda contiene 73 productos.

FECHA	VITAL
Sep. 2012	432,71
Oct. 2012	434,70
Nov. 2012	434,04
Dec.2012	431,32
Ene. 2013	435,47
Feb. 2013	436,27
Mar. 2013	436,27
Abr. 2013	437,87
May. 2013	436,97
Jun. 2013	435,70
Jul. 2013	436,33
Ago. 2013	437,18

Tabla 5 Título: Ingresos vs Canasta familiar

Autor: El Autor

Fuente: www.ecuadorencifras.com

Uno de los indicadores para mirar la calidad de vida de las personas, es la capacidad adquisitiva de sus ingresos respecto a la canasta básica familiar.

2.2. MICRO ENTORNO

2.2.1. Introducción

El enfoque de la presente investigación radica principalmente en el turismo interno ya que este ha presentado un crecimiento razonable en los últimos años, debido en su mayoría a la fuerte promoción realizada tanto por parte de cada uno de los gobiernos seccionales como del gobierno en general, sobre todo del Ministerio de Turismo en todos los medios de comunicación, radio, televisión prensa escrita, internet, etc. Además tomando en cuenta que el estándar de vida económica de los habitantes del país ha mejorado notablemente y estos ya tienen las posibilidades de asistir a dichos establecimientos.

Otro factor importante es que, el nivel de turistas que ingresan al Ecuador ha aumentado más aun en el centro histórico del DMQ, puesto que este es uno de los principales puntos de llegada de turistas y a su vez alberga el mayor número de restaurantes de lujo o cinco tenedores existentes en la ciudad.

2.2.2. Quito antecedente

Nombre: San Francisco de Quito

Extensión: 421.498 has. (4.215 km²)

Población: 2.342.191 habitantes en su aglomeración urbana y 2.560.354 habitantes en su área metropolitana.



Tabla 6 Título: Antecedente de Quito Autor: El Autor **Fuente:** Quito patrimonio cultural de la humanidad, Peralta Evelia, 2003

San Francisco de Quito, es la capital de Ecuador y la segunda ciudad más poblada, está ubicada en la provincia de Pichincha, en las coordenadas 0°13'23" Sur y 78°30'45" Oeste, de las laderas orientales del volcán activo Pichincha, la altitud promedio de la ciudad es de 2 800 msnm. (Peralta, 2003)

La ciudad está políticamente dividida en 32 parroquias, y a su vez subdivida subdividen en barrios.

Debido a su trascendencia e importancia histórica y cultural fue la primera Ciudad del mundo en ser declarada como "Patrimonio cultural de la humanidad" en noviembre de 1978, después de un largo proceso se convirtió en uno de los principales destinos turísticos a nivel mundial además de ser el principal punto de partida de todos los visitantes que ingresan al país.

En la primera mitad del año 2012, la ciudad aumento el número de turistas un 19%, es decir casi cinco veces más que la media mundial que llego apenas al 4%, esto a su vez le permitió llegar a superar en un 26,3% el crecimiento de ciudades como Bogotá que logro el 24,8% y Tokio el 24,2% además de haber obtenido el tercer lugar entre las 20 ciudades más visitadas del mundo, logrando convertirse en los últimos años en una potencia turística de gran importancia tanto nacional como internacional (Peralta, 2003).

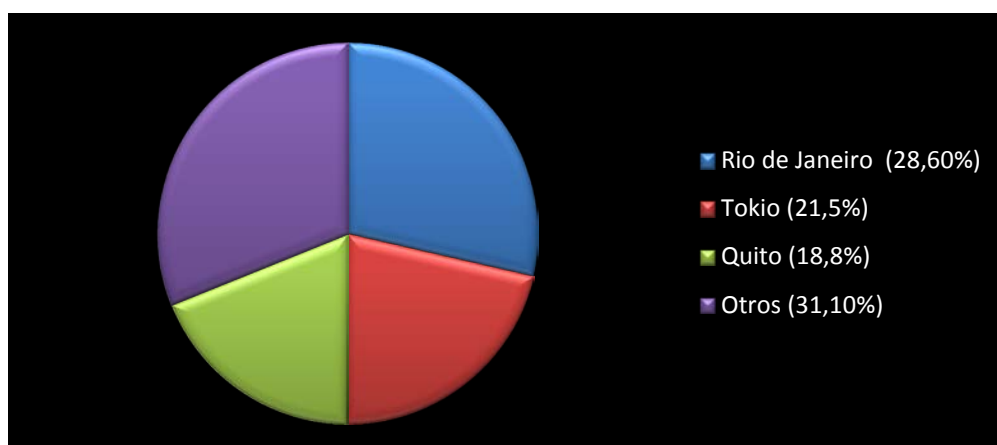


Imagen 16

Título: Distribución de visitantes en las ciudades más visitadas del mundo
Autor: El Autor **Fuente:** Organización mundial de turismo (O.M.T)

2.2.3. Desarrollo de actividades de Restauración en Quito

En cuanto al desarrollo de las actividades de restauración en el distrito metropolitano de Quito, la reglamentación es bastante deficiente, ya que los restaurantes para ser catalogados como de primera categoría y lujo deben estar ubicados dentro de centros comerciales, a pesar de que el servicio y las instalaciones que estos brindan no cumplen con las reglamentaciones expuestas por la OMT “Organización Mundial del Turismo”, dicho caso se puede observar claramente en el documento catastral consolidado nacional del MINTUR “Ministerio de Turismo”.

REGISTRO	NOMBRE	TELEFONO	MAIL	DIRECCION	PROVINCIA	CANTON	PARROQUIA	
12707	1701802657	CRATER NEBBIA EL	2389132	mb@elcrater.com	MITAD DEL MUNDO MIRADOR DEL PULULAHUA	PICHINCHA	QUITO	SAN ANTONIO
13610	1701576738	BRICIOLA LA	6014447	farmani@interactive.net.ec	VIA LACTEA S/N (TRAS RESERVORIO AGUA POTABLE)	PICHINCHA	QUITO	CUMBAYA
14921	1701509310	PANIFICADORA AMBATO (AMERICA)			AMERICA N34-108 Y RUMIPAMBA	PICHINCHA	QUITO	QUITO
14928	1701509306	ZOMA GOURMET	450530		DE LOS GRANADOS E13-97 Y JOSE QUERI	PICHINCHA	QUITO	QUITO
17102	1701507698	CONCHITAS DE LA MACHALA	2593459	priscilapaula65@hotmail.com	MACHALA N58-168 Y RAFAEL PORTILLA	PICHINCHA	QUITO	QUITO
17629	1701507079	COFFEE & TOFFEE	2543821		CALAMA E8- 28 Y DIEGO DE ALMAGRO	PICHINCHA	QUITO	QUITO
18244	1701505234	SAN TELMO	3331943	santelmo@new-access.net	PORTUGARL 440 Y FRANCISCO CASANOVA	PICHINCHA	QUITO	QUITO
18524	1701501260	RINCON DE FRANCIA	2554668	reservaciones@rincondelfrancia.com	ROCA 779 Y 9 DE OCTUBRE	PICHINCHA	QUITO	QUITO
18525	1701501261	RINCON LA RONDA	2540459	laronda@uio.satnet.net	BELLO HORIZONTE 400 Y D.DE ALMAGRO	PICHINCHA	QUITO	QUITO
18526	1701501264	TERRAZA DEL TARTARO LA	2527987		VEINTIMILLA 1106 Y AMAZONAS PISO 12	PICHINCHA	QUITO	QUITO
18527	1701501265	TGI FRIDAY'S	2264641	info@tgifridays.ec	C.C.QUICENTRO SHOPPING	PICHINCHA	QUITO	QUITO
18528	1701501266	TORO PARTIDO EL	2501841		CARRION 845 Y 9 DE OCTUBRE	PICHINCHA	QUITO	QUITO
19961								
19962								
19963								
19964								
19965								
19966								
19967								
19968								
19969								
19970								
19971								

Imagen 17

Título: Consolidado catastral 2013 “Restaurantes de lujo”

Autor: El Autor

Fuente: Ministerio de turismo 2013

Como se puede observar en la imagen anterior no entran en dicha categoría los restaurantes que poseen todos los servicios y únicamente están catalogados lo que se encuentran dentro de centros comerciales o son franquicias.

2.3. AMBIENTE INTERNO

Debido a su ubicación estratégica, el centro histórico del Distrito Metropolitano de Quito se ha convertido en uno de los principales destinos turísticos y culinarios a nivel nacional, aquí se encuentran ubicados los principales restaurantes considerados de lujo.

Para el desarrollo de la presente investigación se han tomado en cuenta tres restaurantes representativos y tradicionales ubicados en el centro histórico del DMQ, estos son:

- La octava de corpus



Imagen 18

Título: Restaurante la octava de Corpus

Autor: El Autor

Fuente: El Autor

- Theatrum restaurante & vinos bar



Imagen 19

Título: Restaurante la Theatrum

Autor: El Autor

Fuente: El Autor

- Hotel plaza grande “Restaurante La belle Epoque”



Imagen 20

Título: Restaurante la Belle Epoque

Autor: El Autor

Fuente: El Autor

2.4. INVESTIGACIÓN EXPLORATORIA

En el desarrollo de la investigación exploratoria se aplicaron dos tipos de entrevistas (**VER ANEXO 1 Y 2**).

Las primeras realizadas a representantes de los restaurantes antes seleccionados, cabe recalcar que dichos restaurantes son los más representativos e importantes de esta categoría, no solo por su tiempo de funcionamiento, sino también por los galardones alcanzados por medio de la aplicación de normas de calidad (**VER ANEXO 3**).

Y las demás entrevistas realizadas a profesionales del área tanto hotelera como turística, mismos que darán su punto de vista en relación al desarrollo de las actividades de restauración y el manejo de las mismas a nivel nacional y como esto incide en cada una de las actividades de dicha área (**VER ANEXO 4**).

2.4.1. Interpretación de resultados

Una vez realizadas las entrevistas a Jaime Burgos dueño del Restaurante Octava de Corpus, a Patricio Zaldumbide del Restaurante Theatrum y a Estefany Rayson gerente del Hotel Plaza Grande del Restaurante La Belle Epoque representantes de establecimientos de restauración, y a Mario Jiménez chef ejecutivo del colegio de Gastronomía de la Universidad San Francisco experto del área, se ha llegado a diferentes conclusiones:

- A pesar de que se ha visto avances notables en cuanto al desarrollo e implementación de estándares de calidad en los establecimientos de restauración, falta mucho trabajo por realizar, puesto que no todos los establecimientos siguen las normas de calidad impuestas ya que las mismas no están claras en cuanto a ciertos parámetros.
- El sistema de categorización utilizado a nivel nacional para los establecimientos de restauración no es adecuado ni maneja parámetros internacionales y provoca un alto nivel de inconformidad en los actores del sector.

- Por medio de la creación de un manual de gestión de calidad y atención al cliente se puede mejorar el sistema de restauración tanto a nivel local como nacional, puesto que este daría pautas de cómo mejorar el servicio a los clientes.

CAPITULO III

PROPUESTA

3.1. OBJETIVOS

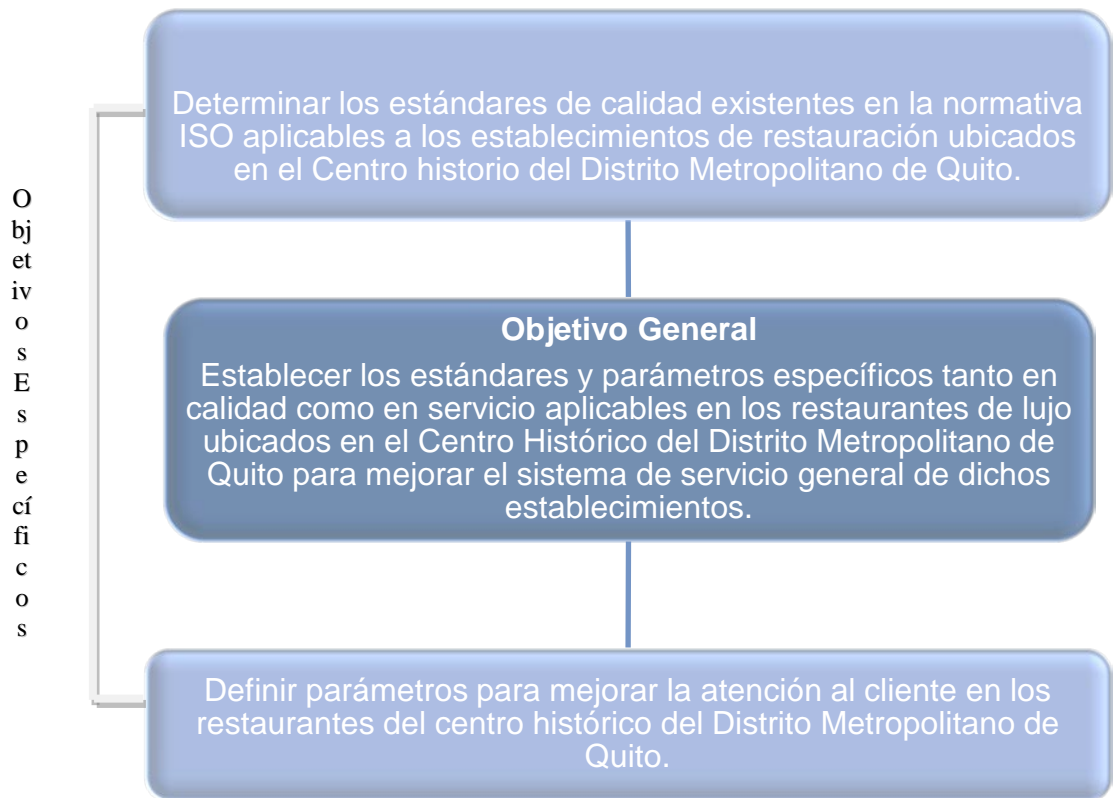


Imagen 21

Título: Esquema de objetivos

Autor: El Autor

Fuente: El Autor

3.1.1. Objetivo General

Establecer los estándares y parámetros específicos tanto en calidad como en servicio aplicables en los restaurantes de lujo ubicados en el Centro Histórico del Distrito Metropolitano de Quito para mejorar el sistema de servicio general de dichos establecimientos.

3.1.2. Objetivos Específicos

- Determinar los estándares de calidad existentes en la normativa ISO aplicables a los establecimientos de restauración ubicados en el Centro histórico del Distrito Metropolitano de Quito.
- Definir parámetros para mejorar la atención al cliente en los restaurantes de lujo ubicados en el centro histórico del Distrito Metropolitano de Quito.

3.2. MISIÓN

Pregunta	Indicador	Solución
¿Qué hago?	Actividad	Establecer los parámetros aptos y aplicables tanto de calidad como de servicio al cliente.
¿Cómo?	Herramienta	Por medio de estándares establecidos por la normativa ISO.
¿Con qué?	Recursos	Un manual de gestión de calidad.
¿Con quién?	Talento Humano	Restaurantes de Lujo
¿Para qué?	Fin	Mejorar el sistema de restauración a nivel local para mejorar la oferta turística de la Ciudad.
¿Para quién?	Clientes	Restaurantes de lujo
¿Dónde?	Espacio	Distrito Metropolitano de Quito

Tabla 7

Título: Planteamiento de la misión

Autor: El Autor

Fuente: El Autor

Mejorar los parámetros de gestión de calidad en los restaurantes de lujo ubicados en el centro histórico del Distrito Metropolitano y a su vez la oferta turística de la ciudad, por medio de la aplicación, de estándares de calidad apta y aplicable en la normativa ISO para dichos establecimientos.

Imagen 22

Título: Desarrollo de la misión

Autor: El Autor

Fuente: El Autor

3.3. VISIÓN

Pregunta	Respuesta
¿Cuál es mi meta?	Mejorar la oferta turística existente en el Centro histórico del Distrito Metropolitano de Quito
¿Cómo?	Implementación de estándares de calidad de la normativa ISO en cada uno de los establecimientos de restauración de la ciudad.

Tabla 8

Título: Planteamiento de la Visión

Autor: El Autor

Fuente: El Autor

Mejorar la oferta turística existente en el centro histórico del Distrito Metropolitano de Quito, por medio de la aplicación de estándares de calidad de la normativa ISO

Imagen 23
Título: Desarrollo de la visión
Autor: El Autor
Fuente: El Autor

3.4. POLÍTICAS Y ESTRATEGIAS

Para la adecuada implementación del manual de gestión de calidad cada uno de los establecimientos deberá contar con las siguientes características

- Estar catalogado como restaurante de lujo.
- Contar con todas las facilidades de los restaurantes de lujo, expuestas por la organización mundial del turismo “OMT”.
- Constante capacitación que abarque cada una de las áreas de desarrollo de procesos del establecimiento.
- Mantener toda la documentación en regla.
- Contar dentro del sistema consolidado nacional o Catastro turístico

Puesto que para el adecuado desarrollo de la presente planificación se buscara y se realizara alianzas estratégicas con instituciones especializadas en el desarrollo de actividades turísticas, además de apoyo gubernamental.

Los establecimientos que accedan al programa de mejora de gestión de calidad recibirán un reconocimiento como establecimientos ISO de calidad turística, que los facultara para brindar servicio de calidad, respetando cada una de las normativas ISO ya establecidas y de esta manera podrán ser promocionados en las principales revistas turísticas del país.

3.5. DESARROLLO DEL MANUAL

3.5.1. Diseño

Para mejor comprensión y manejo del manual este será dividido en siete fases que son: (VER ANEXO 5)

- Primera fase: La Reserva
- Segunda fase: El Recibimiento al Cliente
- Tercera fase: Uso del Servicio por parte del Cliente
- Cuarta fase: El Pago del Servicio
- Quinta fase: La Despedida al Cliente
- Sexta fase: Manejo Documentario y Reportes
- Séptima fase: Seguimiento a la Calidad del Servicio

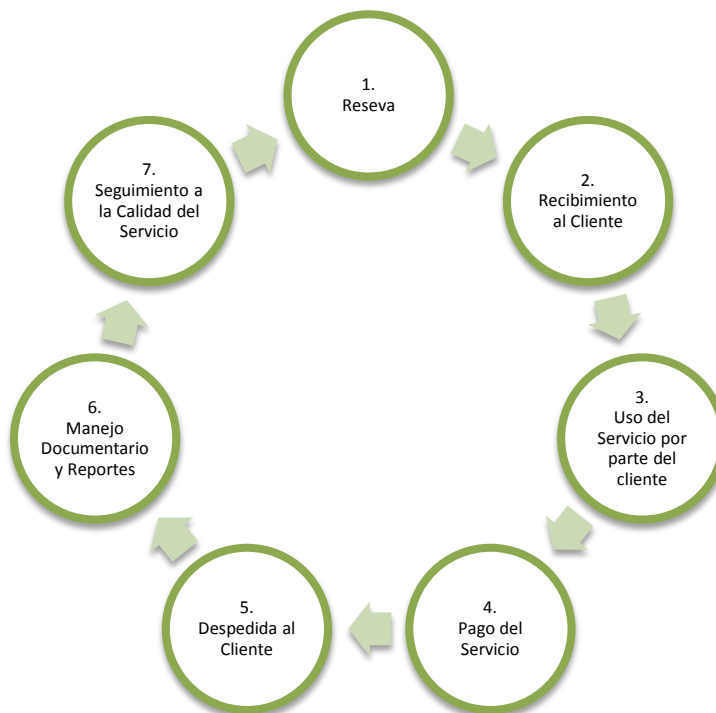


Imagen 24
Título: Fases del manual
Autor: El Autor

Fuente: Manual de calidad turística para restaurantes

3.5.1.1. Primera fase:

En la primera fase del manual se desarrollara el tema de la reserva, puesto que este servicio es el punto de partida del proceso de atención al cliente.

Hay que tomar en cuenta que el presente manual está dirigido a restaurantes de lujo, razón por la cual el proceso de reserva es primordial, además de necesario para que el cliente acceda al establecimiento.

Para realizar una reserva es importante tomar algunas consideraciones como, el llenado de una ficha o de un libro de reservas (que puede ser remplazado por un cuaderno con las características de la ficha de reservas), que contenga los siguientes datos:

- Fecha y hora de la toma de reserva.
- Datos de la persona que reserva.
- A nombre de quién se realiza la reserva (puede ser para una empresa o una persona en particular).
- Día y hora del evento.
- Número de personas.
- Menú sugerido (ya sea por la persona que reserva o a sugerencia del local).
- Servicios adicionales que desee el cliente.
- Datos de la persona que pagará los servicios del restaurante (número telefónico, dirección, etc.)
- Nombre y firma de quien tomó la reserva.



Es importante que la persona que toma la reserva repita todos los datos que fueron tomados, esto se realiza para un mejor entendimiento y a su vez para evitar inconvenientes de último momento, que puedan generar malestar o inconformidad en los clientes, ya que ellos son la razón de ser de la empresa y un cliente inconforme dará mala fama: “Un cliente conforme representa 3 clientes más, mientras que un cliente inconforme representa 10 clientes menos”

Fecha:.....Hora:.....
Nombre de la persona que llama:.....
Teléfono:.....
Nombre de quien pagará la cuenta:.....
Teléfono:.....
Almuerzo:..... Cena:..... Otro:.....
Número de personas:.....
Menú pre-establecido:..... A la carta:.....
.....
.....
.....
Otros Servicios:.....
Nombre de quien recibió la reserva:
.....

Imagen 25
Título: Ejemplo de la hoja de reserva
Autor: Anónimo
Fuente: www.hoteles.com

En el proceso de reserva intervienen dos importantes factores que son:

- **La comunicación telefónica**

Es importante considerar que la mayoría de reservas por no decir todas se realizan vía telefónica por lo cual hay que tomar en cuenta las siguientes recomendaciones:

- La comunicación al teléfono debe ser de manera cortés, agradable y sobre todo clara. Al contestar se recomienda el siguiente diálogo:

1° Saludo (buenos días/buenas tardes/buenas noches)

2° Nombre del establecimiento (Restaurante “XX”)

3° Nombre de la persona que atiende la llamada.

4° La persona encargada debe conocer bien todas las características del local, los servicios que brinda, el menú del local, las alternativas de servicios y sobre todo, los precios.

“Al final de la comunicación el cliente debe quedar satisfecho.”



- **El contrato del servicio**

El contrato de servicio es el mecanismo de formalización mediante el cual se garantiza el cierre de una venta y el compromiso de brindar el servicio al usuario final.

En cuanto a las normas y procedimientos que deben de seguirse al celebrar un contrato de servicio, se debe tomar en cuenta lo siguiente:

- Toda negociación de tarifas especiales deberá contar con el respaldo documentado de un acuerdo formal firmado y aprobado por la gerencia, en caso de pactarse una tarifa especial para una reserva, ésta se respetará a la hora del cobro respectivo.

- En caso de trabajar con agencias de viaje, hacerles llegar el tarifario de ventas, con las tarifas vigentes (confidenciales y publicadas), ya sea por periodos estacionales o por todo el año, así mismo, la política de reservaciones, de pagos y de promociones, previamente establecidas. Si se produce variaciones de tarifas, alcanzar de inmediato las tarifas actualizadas.
- Informar detalladamente al cliente sobre los costos del servicio para de esta manera evitar malos entendidos y clientes inconformes.

3.5.1.2. Segunda fase:

El Recibimiento al Cliente.- Se dice que la primera impresión es la que cuenta, y es algo a considerar de manera prioritaria. En restauración esta situación no es ajena, para ello se debe tomar en cuenta lo siguiente:

- Todos los clientes que van a un restaurante deben recibir un saludo de bienvenida a su llegada acompañado de una sonrisa, este primer contacto ayuda a establecer una comunicación y entendimiento entre el cliente y el personal.
- Un cliente puede recibir un saludo como señal de bienvenida, una sonrisa o una afirmación con la cabeza o quizá un movimiento de la mano, cuando todo el personal está ocupado, más si es un cliente regular o conocido. El cliente entenderá que el personal está ocupado y que en esta ocasión no podrá saludarlo de la manera usual, lo importante es que sepan que han sido percibidos y que no están siendo ignorados.
- Los meseros, deberán procurar reconocer a los clientes frecuentes por su nombre o apellido, haciéndolos sentir importantes.
- La ayuda hacia las damas para que tomen asiento es importante más aun considerando la edad, y luego a los caballeros de la misma manera, esto si ellos lo permiten. (El tema de la edad es por criterio, que el tiempo de experiencia nos permite conocer).

- Cuando sea posible, los clientes deben ser escoltados a la mesa y ser ubicados. Esto no sólo crea una buena impresión, también ayuda a maximizar los arreglos de ubicación.

3.5.1.3. Tercera fase:

Uso del Servicio por Parte del Cliente.- Los clientes que visitan un establecimiento buscan relajarse y sentirse mejor que en su propia casa. Los clientes desean vivir una fantasía, sin preocuparse de las compras, de cocinar, de la limpieza de la vajilla, y otros que se generan en casa.

En ese sentido el restaurante deberá estar impecable, sobre todo limpio y agradable. Esta es una tarea que corresponde a todo el personal y requiere constancia.

Para ello hay que considerar los siguientes puntos:

- Condiciones optimas de un restaurante:
- Montaje del restaurante.
- Mise en place o montaje de mesas.
- La carta.
- El pedido.
- Pedido y consumo del plato.
- Presentación y consumo del plato.
- Pedido de la bebida.
- Uso de los servicios higiénicos



Condiciones óptimas de un restaurante

- El restaurante debe estar limpio en todo momento; antes y durante el servicio es decir, hasta el final. A nadie le agrada estar en espacios sucios menos con la presencia de basura o moscas, ya que es la basura la que atrae insectos.
- El lugar debe contar con una buena iluminación. Reponer siempre que haya un foco dañado, sino da la sensación de abandono del local.
- Si este dispone de ventanales, deben estar limpios y provistos de cortinas.
- La temperatura de su restaurante debe ser agradable, y estar libre de olores. NO se deben apreciar olores penetrantes provenientes de la cocina o lo que es peor de los baños.
- No debe existir saturación de mesas y sillas que molesten al pasar tanto a los comensales como a los trabajadores.
- Evitar ruidos desagradables de vajillas y cristalería; evitar arrojar los materiales de trabajo durante el servicio.
- En lo referente a la decoración: cuadros, floreros, tapizados, objetos típicos, etc. se procurará no llenar el lugar ni recargarlo en exceso, pues lo único que se consigue es dar sensación de pesadez creando malestar en el cliente.
- Todos los elementos decorativos del local: plantas, cuadros, otros, deberán estar limpios y mantener un estilo.
- Limpiar continuamente los pisos de todas las áreas del restaurante.
- Si tiene espejos, manténgalos limpios, así como todas las ventanas.
- NO utilizar vajilla y cristalería rajadas o despostillada.
- Mantener ordenada, limpia y en buen estado su mantelería.
- Descartar las mesas y sillas que están en mal estado o rotas.
- Si tiene un reloj en el restaurante, que esté a la hora exacta.
- Es importante que el restaurante esté adecuado para recibir a personas con discapacidad, es decir que debería contar con rampas,

servicios especiales, y personal capacitado para atender a este tipo de clientes.



Montaje del restaurante

Antes de la apertura y llegada de los clientes al local, se debe tener todo listo y en su lugar, a esto se denomina Mise en Place; entre las recomendaciones principales están:

➤ **Mesas y sillas.-**

Las mesas y sillas, deberán guardar estrecha relación con la decoración del establecimiento y estarán en armonía con el tipo de decoración. Los contrastes en el mobiliario de un establecimiento causan una sensación desagradable.

MESAS	SILLAS
Altura: 75 cm.	Del piso al asiento: de 40 a 43 cm
Ancho 2 comensales: 80 cm X 80 cm	El espaldar: de 45 a 60 cm
Ancho 4 comensales: 90 cm X 90 cm	El asiento: de 40 por 40 cm

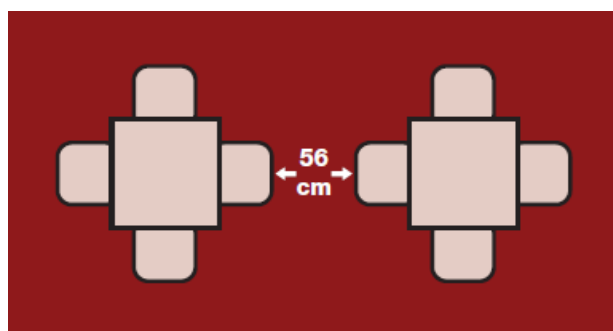
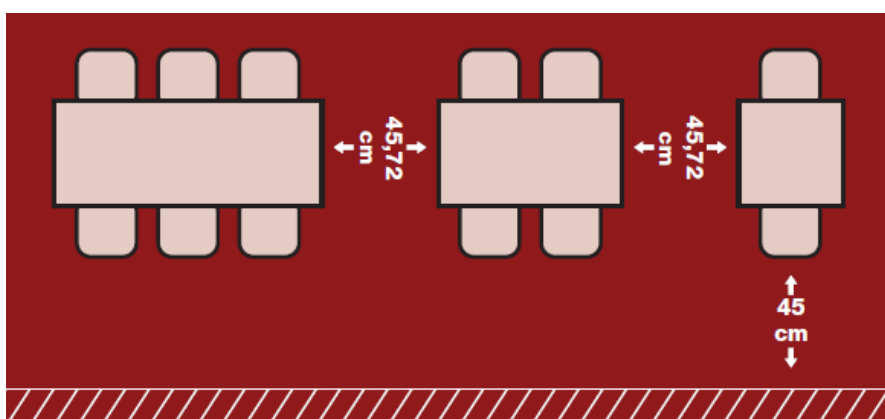


Tabla 9:
Título: Medidas de mesas y sillas
Autor: Anónimo
Fuente: www. hoteleria.com

Al momento de distribuir las mesas y sillas se debe evitar:

- Sillas muy juntas o muy alejadas.
- Mesas cerca de los baños.
- El espacio que debe haber entre mesa y mesa incluidas las sillas es mínimo de 60 cm. para dejar pasar a los demás clientes y al personal de servicio.



➤ Mantelería

Una vez que las mesas estén situadas y el suelo esté perfectamente limpio, se puede proceder al vestido o tendido de las mesas, que consiste en tres pasos.

PASO 1.- Se procede a colocar el mantel, considerando los siguientes puntos de referencia:

- Los manteles deben estar limpios y bien planchados.
- Al momento del tendido, el mantel no debe ser maltratado puesto que se pueden ocasionar arrugas o manchas.
- La caída de los manteles en referencia de los bordes de la mesa debe ser entre 50 a 60 cm. por los lados.
- Los colores de los manteles deben guardar armonía con la decoración del restaurante.
- Los manteles una vez utilizados no deben servir como secadores o limpiadores.
- No poner manteles que estén estropeados o relativamente rotos.
- Para la atención de compromisos reservar manteles de calidad, esto realzará la presentación del local.



PASO 2.- Una vez colocado el mantel se procede a la colocación del cubremantel, llamado comúnmente “cubre” o “NAPERÓN”; para lo cual hay que tomar en cuenta las siguientes recomendaciones:

- El propósito de los naperones es proteger los manteles para que no sean manchados.
- Debe estar perfectamente planchado y después doblado para que al ser estirado no queden marcas y puedan ser tendidos simétricamente.
- En algunos establecimientos se prefiere que estos cubres caigan ligeramente por los bordes de la mesa, pero sin llegar a las mismas medidas del mantel. Este criterio radica en proteger más el propio mantel y evitar que los bordes del cubre sean obstáculo durante la comida y el servicio.
- Lo verdaderamente importante es que el cubre debe quedar bien estirado, sin arrugas ni marcas.



PASO 3 O LIMPIEZA DE MESAS.- La limpieza de las mesas se realiza en varios momentos:

- Antes de la llegada de los clientes, como parte de la Mise en Place.

- Finalizando el servicio sea éste del desayuno, almuerzo o cena.
- Cada vez que se retira un cliente.

1.) Para mesas con manteles:

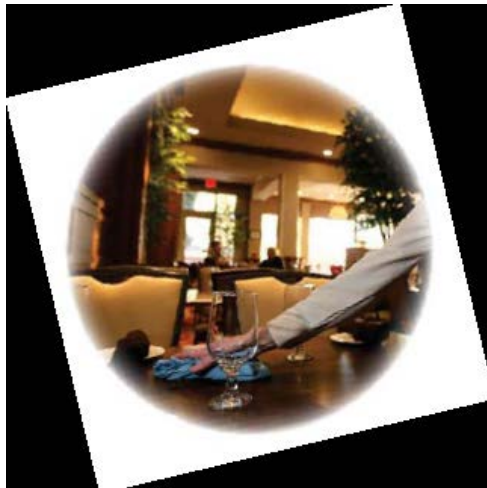
- Utilizar manteles limpios y bien planchados.
- Se recomienda cambiar los cubre manteles (naperones) después de cada dos usos, para ello hay que retirar los utensilios y levantar el naperon desde los bordes. No esparcir las migas en el suelo.

2.) Para mesas con protector de vidrio:

- Limpiar después de cada uso, utilizando para ello paños absorbentes y productos para vidrio.
- Esparcir el producto para vidrio sobre el paño y no directamente al vidrio, esto evitará que el rocío del aspersor afecte al cliente.

3.) Para mesas de madera u otra superficie:

- Utilizar durante el servicio productos de limpieza, acorde a la superficie.
- Utilizar cera de madera al finalizar la jornada, para que el aroma no afecte al cliente. La cera conserva la madera por más tiempo, aparte que realza el brillo.
- Asegurarse de que las mesas estén firmes, es desagradable e incómodo utilizar una mesa inestable.



➤ **Las servilletas.**

La servilleta es una pieza de tela o papel que usa cada comensal para limpiarse los labios y las manos, es decir tiene propósitos higiénicos.

Para el adecuado uso de las servilletas se deberán seguir las siguientes recomendaciones:

- Deberán estar limpias y bien planchadas.
- El color de las servilletas deberá ser acorde al de los manteles.
- Una vez sucias no deben ser utilizadas como secadores ni como servilletas de servicio.
- Las servilletas estándares en el servicio de restaurante son de tela y de 50 x 50 cm. de medida.
- Las servilletas de Papel, tienen el mismo objetivo que las de tela, es decir de higiene para el cliente.



➤ **La vajilla**

El local debe garantizar que la vajilla, los cubiertos y la cristalería estén limpios. Antes de servir la mesa, hay que PULIR toda la vajilla.

Pulir no sólo consiste en verificar que esté limpia, sino también en comprobar su brillo natural. Si no lo tuviera, se tendrá que repasar con paños de algodón adecuados que no desprendan pelusas, y si existiera alguna mancha producida por el agua del tren de lavado, se intentará eliminar humedeciendo la pieza con vapor de agua o con agua caliente, limón o un chorro de vinagre.

En caso de que esta mancha no saliese, se devolverá la pieza a la cocina donde será sometida a un nuevo lavado.



Recomendaciones:

- La vajilla deberá ser hotelera, es decir completamente blanca, de no contar con ésta, se debe utilizar vajilla de un solo tipo o diseño
- La vajilla picada, rajada o rota NO debe ser utilizada.
- Cuidar la vajilla especialmente al momento del lavado, que es cuando generalmente se estropea.

➤ Pulido de la cubertería

El sistema de pulido consiste en calentar agua en un recipiente donde quepa una buena cantidad de piezas. Esta agua debe tener una temperatura entre 30 y 50°C.

Seguidamente se agrega al agua un poco de vinagre de vino o limón. Las piezas se sumergen durante un minuto, se van sacando en pequeñas cantidades, se dejan escurrir un poco y se procede a su secado con el “lito” o servilleta de servicio.

El vinagre y el limón tienen el efecto de suavizante, por lo que las manchas producidas por el cloro del agua habrán desaparecido.

El pulido de cubertería que se realiza después de su lavado, tiene dos propósitos fundamentales:

- Que se garantiza la higiene a través de cubiertos limpios como una obligación.
- Se evita que sea el propio cliente quien tenga que limpiar los cubiertos antes de utilizarlos.



Recomendaciones:

- El pulido debe considerarse como vital, el brillo natural de cada pieza se debe apreciar a la perfección incluso en las separaciones existentes entre las puntas del tenedor, debiendo perfilarse como si fuese la primera vez que se usa.

- La presencia de manchas de cloro que quedan después del lavado, no deben apreciarse.
- Por razones de higiene y presentación son preferibles los cubiertos de diseño llano, sin alto ni bajo relieves.

➤ **Pulido de la cristalería**

El pulido de cristalería tiene el mismo objetivo que el de la cubertería, es decir la higiene. Este se realiza utilizando agua caliente en un recipiente, cuyo vapor servirá para dicho efecto. Se utilizará también la ayuda de un “lito” o servilleta de servicio. Es mejor pulir la cristalería ni bien ésta se ha lavado.

Recomendaciones:

- Pulir la cristalería con mucho cuidado, para evitar algún accidente de corte.
- Utilizar un solo diseño de cristalería
- Al lavar la cristalería poner más atención por su fragilidad.
- En caso de tener cristalería picada o rayada, hay que descartarla porque puede ocasionar accidentes de corte de labios del cliente o corte de manos del personal al momento de lavarlas, además de que causa una pésima impresión.
- Todos estos ejercicios de PULIDO se realizan con la anticipación debida según sea el horario de atención y apertura del local.
- Hay que recordar que su cliente merece higiene, y la misma da prestigio al local.

Mise en place o montaje de mesas

Se refiere a la forma de montar o presentar las mesas, se tiene básicamente dos tipos:

- **Mesa Formal**



Imagen 26

Título: Montajes de mesa

Autor: Anónimo

Fuente: www.restaurantes.com

Respecto a los elementos claves que debe llevar, encontramos:

- **El mantel:** No puede faltar. Podemos elegirlo en un color que armonice con la sala o, mejor aún, uno blanco, que es infalible. Debe estar muy bien planchado y se recomienda usar un bajo mantel para darle mejor caída y que no se resbale.
- **Plato base:** La especialista comenta que se dejó de usar por un tiempo, pero actualmente está vigente su uso como protocolo, y la finalidad es no dejar expuesto el mantel desnudo a los comensales durante la comida y los cambios de plato. El bajo plato puede ser de metal (dorado, plateado, en cobre, bronce...), de vidrio o de cerámica.
- **La vajilla:** Debe ser muy simple, de preferencia blanca. Encima del plato base se colocan los platos de la comida en orden de uso. De abajo hacia arriba van el plato principal, el plato de ensalada o entrada y el plato base de cada comensal.
El pan se sirve en cada plato.

Entre el plato base y el borde de la mesa debe haber aproximadamente dos dedos de distancia. Y entre los platos de los comensales, se sugiere una separación de entre 50 y 70 cm.

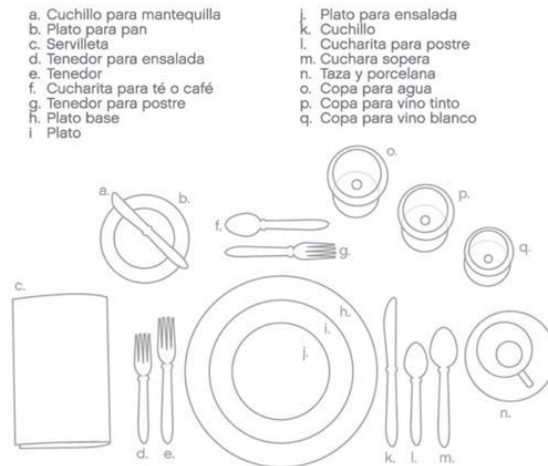
- **Los cubiertos:** A cada lado de los platos van posicionados los cubiertos, basándonos en la mano con que los tomamos y el orden en que los usaremos. Del lado izquierdo van los tenedores, comenzando por el tenedor de ensalada y/o entrada, y finalizando por el del plato fuerte junto al plato

Del lado derecho, de afuera hacia adentro, posicionamos la cuchara para la sopa y los distintos cuchillos que usaremos, con los filos mirando hacia dentro, comenzando por el de la entrada y terminando por el del plato fuerte. Al frente nuestro va la cuchara del postre. Cabe destacar que cada tipo de cubierto posee características específicas para el alimento que se consumirá, lo cual debe considerarse al montar la mesa, teniendo en cuenta el menú.

- **Las copas:** Hay dos estilos de posicionamiento el europeo y el americano. El primero es el que utilizamos más en México. La copa de vino tinto va colocada en línea con el cuchillo de carne y nos sirve como referencia para posicionar las demás; a la derecha de esta va la copa de vino blanco y a la izquierda la de agua. La de champaña es opcional y se pone formando un triángulo con las copas de vino. En una mesa no debe haber más de cuatro copas.
- **La servilleta.** En una mesa formal va a la izquierda del plato base (nunca sobre la vajilla), doblada con el pliegue apuntando hacia el comensal. En esta mesa la servilleta no lleva servilletero, aro ni arreglos de fantasía. La servilleta siempre es de tela.
- **Los arreglos o centro de mesa:** En una mesa formal o protocolaria no se deben usar colores fuertes ni chillantes, pues se debe mantener la simpleza y sobriedad. El adorno debe ser bajo, para no estorbar la vista entre comensales. De requerirse, se puede retirar al momento de la comida.

- **Las velas:** Ayudan a poner el toque elegante en una mesa formal, siempre que sea de noche. Jamás se utilizan de día.

MESA FORMAL



- **Mesa Casual**

Nos permite jugar más con colores y tendencias, pues no es protocolaria y puede basarse más en lo que está de moda. En este caso, los expertos sugieren el anaranjado como color predominante a juego con morado. La idea es combinar colores de moda en armonía con tu decoración.



En cuanto a los elementos que debe llevar, se sugiere.

- **El mantel:** No es obligatorio, puedes poner manteles individuales.
- **La vajilla:** Puede tener más colores y diseños. No se ponen tantos platos.
- **Los cubiertos:** De igual manera, basta con los que se usarán y por supuesto, puedes usar los del diario, no tienen que ser tan finos.
- **Los vasos:** Se usan más que las copas, a menos que se tome vino. De lo contrario, para beber agua se puede usar vasos bonitos
- **El servilletero:** Se vale poner un servilletero al centro de la mesa, y no se requieren servilletas de tela.

MESA CASUAL



La carta

La entrega de la carta se hace por la derecha con una buena postura, es decir sin agacharse, y que la carta esté en la correcta posición, lista para ser leída.

Para que el cliente realice el pedido de lo que desea consumir es preciso que usted tenga una CARTA o MENÚ bien establecido y compuesto el cual merece la atención de su parte.

- Tipo de Carta: Hay que considerar el tipo de comida que vende el establecimiento (criolla, regional, internacional, etc.), el tipo de cocina y personal con que se cuenta en relación con el equipo y la destreza del personal; además del tipo de área de servicio de alimentos y su capacidad en relación con el número de comensales que se atienden.
- Provisiones: Las verduras, frutas y otros de estación, así como la disponibilidad local de las provisiones.
- Balance: Los platos que prefiere el cliente, tomar en cuenta el aderezo, sabor y presentación.
- Valor alimenticio: Usar productos y métodos de preparación de alimentos que conserven las propiedades nutritivas naturales de las materias primas.
- Color: Los platos deben tener una presentación agradable a los ojos del cliente (todo entra por los ojos).
- Idioma: Si el establecimiento tiene clientes extranjeros la carta debe escribirse en español y/o idioma inglés para que puedan comprenderlo con facilidad. Se sugiere no poner más de 3 idiomas en una misma carta. Asegurarse que tenga una buena ortografía y el uso de términos correctos con una secuencia apropiada.
- Cantidad: No por colocar bastantes platos en su carta, se venderá más; el cliente no tiene el tiempo para leer tanto. Es importante considerar el tamaño del restaurante para la cantidad de platos que ofrece en el menú.
- Calidez: El menú debe tener algo de calidez como una buena bienvenida escrita al principio.
- Forma: Se debe tomar atención a la forma, diseño y material de la carta, generalmente ésta encierra el concepto del local.

El pedido o Comanda

De manera cotidiana, se realiza por duplicado: una copia va para la cocina, y la otra para realizar la mise en place de lo que pidió el cliente. Según la norma, se

realiza por triplicado: el primero que es el más legible va para la cocina, el segundo para la caja, y el tercero es para realizar la mise en place de lo que pidió el cliente.

Para tomar adecuadamente el pedido hay que tomar en cuenta.

Técnica del pedido:

- Presentación de la persona que va a tomar el pedido.
- Preguntar qué desea como entrada el cliente.
- Luego preguntar por el plato de fondo.
- Preguntar que desearía como bebida.
- De acuerdo a norma no se pregunta por el postre, salvo que el cliente desee solicitar.
- Dar lectura a todo el pedido a manera de verificar que todo el pedido esté correcto.



El pedido y la elaboración del plato

De acuerdo a la secuencia del servicio una vez que el cliente realiza el pedido de lo que desea comer; el área encargada de la elaboración de los platos es LA COCINA; hay que tener mucho cuidado para que los platos que salgan de la cocina cumplan con los requisitos mínimos de garantía en cuanto a higiene y salubridad. Para ello es necesario mencionar los siguientes puntos:

➤ Aptitudes del trabajador en cocina

La actividad dentro de la cocina depende de las capacidades personales de quien se dedica a ella, por esta razón será necesario mantener un trabajo y esfuerzo continuos, disponer de mucha entrega, voluntad, disciplina y rigor y sobre todo, aceptar los retos que el trabajo ofrece para lograr el éxito deseado. Por ello el trabajador en cocina debe adquirir cualidades por sí mismo y no como una obligación o norma de un puesto de trabajo, entre las principales aptitudes están:

- Compañerismo
- Puntualidad
- Adecuado uso del uniforme
- Disciplina
- Capacidad de asumir responsabilidades
- Organización en el trabajo
- Limpieza
- Vocación
- Aseo corporal
- Creatividad

➤ Importancia de la higiene

La Higiene, es la preservación de la salud propia y la de las personas que la rodean. La higiene del individuo se considera como higiene personal, y la higiene de la población es la higiene pública. La falta o la insuficiencia de higiene pueden ocasionar enfermedades como la salmonella, cólera, entre otros; e incluso la muerte.

El utillaje o utensilios, debe responder a un riguroso control y proceso de limpieza para evitar la contaminación de los alimentos.

Entre los principales puntos están:

- Los cuchillos tienen que guardarse en el mismo sentido y en un lugar práctico y cercano a la mesa de trabajo.
- Lavar los cuchillos después de su uso (con agua caliente más jabón desinfectante); y colocar lejos de todo riesgo de contaminación.
- Resulta fundamental mantener guardado siempre en el mismo lugar todo el utillaje de cocina con el objeto de establecer la organización en el trabajo (aspecto muy importante) y evitar pérdidas de tiempo buscando accesorios que se han dispuesto en lugares equivocados.
- El cuidado, el mantenimiento y la prolongación de la vida útil de toda maquinaria dependen en gran parte de su buen uso e higiene, por lo que es necesario e imprescindible una buena limpieza y revisión cotidiana.
- Se requiere también conocer correctamente el funcionamiento de toda la maquinaria con el objeto de prolongar su conservación, por tanto, ante cualquier duda sobre su uso o funcionamiento se debe consultar a un técnico especialista en la materia, ya que de lo contrario se puede averiar.
- La revisión de los equipos y la limpieza cotidiana (como un hábito) permite desempeñar un sistema de trabajo acorde con las normas higiénico-sanitarias; así una buena higiene llevada a cabo con productos desengrasantes y desinfectantes resulta primordial en cualquier sistema de trabajo de una cocina.



- Elaborar un calendario de limpieza de los espacios, maquinarias y utensilios de cocina; el cual debe ser cumplido de manera rigurosa:

PISOS (*)			
¿Cuándo?	¿Cómo?	¿Qué usar?	Efecto
Diario	Lavar con manguera Escobilla y agua	Combinación Detergente y Desinfectante	Limpieza Desinfección

PAREDES - PUERTAS			
¿Cuándo?	¿Cómo?	¿Qué usar?	Efecto
Diario	Lavar Secar	Combinación Detergente y Desinfectante	Limpieza Desinfección

VENTANAS - ESPEJOS			
¿Cuándo?	¿Cómo?	¿Qué usar?	Efecto
Apenas se ensucien	Lavar Secar	Limpiador de vidrios	Limpieza

MESAS DE TRABAJO			
¿Cuándo?	¿Cómo?	¿Qué usar?	Efecto
Después de usar	Lavar Secar	Combinación Detergente y desinfectante	Limpieza Desinfectar

EXTRACTOR O CAMPANA			
¿Cuándo?	¿Cómo?	¿Qué usar?	Efecto
Semanal	Lavar Secar	Limpiador de Hornos	Limpieza

HORNOS - PARRILLAS - PLANCHAS			
¿Cuándo?	¿Cómo?	¿Qué usar?	Efecto
Después de usar	Consultar Instrucciones de fabrica	Limpiador de Hornos	Limpieza

TABLA DE CORTAR CARNE Y TABLAS (**)			
¿Cuándo?	¿Cómo?	¿Qué usar?	Efecto
Después de usar	Lavar escobillar y secar	Combinación Detergente y Desinfectante	Limpieza Desinfección

REFRIGERADOR CONGELADOR			
¿Cuándo?	¿Cómo?	¿Qué usar?	Efecto
Semanal o apenas esté sucio	Lavar y secar	Combinación Detergente y Desinfectante	Limpieza Desinfección

CUBIERTOS UTENSILIOS			
¿Cuándo?	¿Cómo?	¿Qué usar?	Efecto
Después de usar	Lavar y secar	Lava vajilla	Limpieza

TUBERÍAS(*)			
¿Cuándo?	¿Cómo?	¿Qué usar?	Efecto
Semanal	Consultar al gasfitero	Ácidos Disolventes(*)	Limpieza

MANOS			
¿Cuándo?	¿Cómo?	¿Qué usar?	Efecto
Varias veces al día	Jabón	Jabones desinfectantes	Limpieza Desinfección

TACHOS DE BASURA			
¿Cuándo?	¿Cómo?	¿Qué usar?	Efecto
Después de vaciarlos	Lavar y escobillar	Desinfectante	Desinfección

Tabla 10

Título: Calendario de limpieza

Autor: Anónimo

Fuente: www.restaurantes.com

Higiene personal en la cocina: el manipulador de alimentos

Los manipuladores de alimentos son las personas que, por su actividad laboral, intervienen en la cadena alimentaria, desde la compra, el almacenamiento de insumos, la preparación, elaboración y venta de los alimentos. Para evitar que a consecuencia de una manipulación poco higiénica los alimentos puedan hacerse nocivos o perjudiciales para quien los consuma, es fundamental asegurar siempre

condiciones de higiene, suficientes y necesarias que garanticen su inocuidad, salubridad y buen estado (higiene alimentaria).

El manipulador de alimentos tiene que ser consciente de la gran responsabilidad de su actividad laboral y procurar que su higiene y todos los hábitos en su trabajo proporcionen la máxima asepsia posible (estado libre de infección). Por ello se debe prestar atención a:

- Manos:

Constituyen el principal vehículo de transmisión de bacterias. La periódica limpieza de las manos (con jabón y agua) ha de ser muy elevada: al incorporarse al trabajo, después de manipular alimentos, desperdicios o material sucio, así como cuando se toque el pelo, la nariz, la boca, objetos sucios y sobre todo, tras utilizar los servicios higiénicos. En cuanto al secado de las manos, debe hacerse con toallas de papel desechables, puesto que la toalla corriente de tela es un buen vehículo de transmisión de gérmenes.

- a). El empleo de guantes no representa una ventaja desde el punto de vista bacteriológico si no son debidamente lavados o cambiados después de cada uso.
- b). Uñas: requieren el mismo tratamiento de higiene que las manos; se tienen que mantenerlas muy limpias (con cepillos especiales), las uñas deben de estar cortas y sin barniz en el caso de las damas.
- c). Heridas y quemaduras: son una fuente importante de transmisión de gérmenes. En caso de producirse alguna herida en las manos o en otra parte que pueda repercutir en la manipulación de los alimentos, hay que protegerse con materiales sanitarios adecuados y no trabajar nunca con heridas al descubierto.



- Ropa de trabajo:
En todo momento utilizar ropa exclusiva que no proceda de otros ambientes con la finalidad de evitar los posibles agentes perniciosos provenientes del exterior.
 - a). La ropa ha de permanecer en perfecto estado de limpieza y sustituirse cuando deje de estar limpia.
 - b). El gorro forma parte del uniforme de trabajo: evita la caída del cabello y de la caspa absorbiendo el sudor, por lo que es obligatorio su uso.
 - c). El lito debe emplearse lo menos posible, pues en él se almacenan constantemente gérmenes.
 - d). Los zapatos tienen que ser cómodos, sin descuidar el uso al cual van destinados (zapatos de trabajo); no utilizar zapatillas o similares.



- Aseo corporal: las altas temperaturas y la actividad a la que está sometido un manipulador hacen que su cuerpo transpire más de lo normal, por lo que puede darse el caso de posibles transmisiones de gérmenes. Es necesario no descuidar el aseo corporal. También hay que prescindir de llevar elementos personales (anillos, relojes, pendientes, bolígrafos).



- Gestos cotidianos:
Habitualmente se realizan gestos inconscientes, como restregarse los ojos, rascarse la cabeza y tocarse la nariz que se deben desterrar, ya que pueden contaminar los alimentos.
 - a). Se debe controlar además los golpes de tos y los estornudos, que se dirigen a los alimentos o zonas de manipulación por medio de la nariz, garganta o boca en gotas de saliva donde se encuentran las bacterias.
 - b). No fumar: fumar puede ocasionar graves consecuencias en la manipulación de los alimentos debido a la posible caída de la ceniza sobre éstos o por el contagio de la saliva a las manos.
- Uso de los útiles de trabajo:
En todo momento deben emplearse utensilios en estado óptimo de limpieza; si se ensucian, han de limpiarse para un nuevo uso.

a). En la medida de lo posible se tiene que evitar el exceso de manipulación con las manos utilizando elementos tales como pinzas, cucharas o espumaderas.

- Estado de salud:

En los establecimientos donde se manipulan alimentos no pueden trabajar personas con enfermedades transmisibles o portadoras de microorganismos causantes de éstas.

a). El personal manipulador de alimentos tiene la obligación de informar a sus superiores de cualquier alteración de su salud que pueda contaminar los alimentos que manipula.

b). Un simple resfriado en el momento de su incubación puede transmitir bacterias a los alimentos y por ende a los clientes.

➤ Las zonas de manipulación de alimentos

Son las zonas de producción culinaria, es decir: las áreas de almacén, el área de producción y el área de desechos; las que deben estar en perfecto estado higiénico-sanitario para garantizar la manipulación.

Estas zonas deben estar debidamente distribuidas y señalizadas, según las necesidades y diseñadas con la mayor comodidad posible, previniendo las posibles fuentes de contaminación.

Las instalaciones tienen que estar acondicionadas de tal forma que garanticen la fluidez de los procesos de manipulación y elaboración, que abarcan desde la llegada de la materia prima, la preparación de los alimentos, y los desechos que se generan luego de su consumo.

Para el adecuado mantenimiento se debe tener en cuenta las siguientes recomendaciones:

- La bodega de alimentos debe tener un ambiente adecuado, es decir seco (la humedad favorece la descomposición de los alimentos) y bien ventilado (que ayude a controlar la temperatura interna).
- Se mantendrá siempre el ambiente ordenado y limpio.
- Se recomienda contar con parihuelas y anaqueles (estantes) por encima de los 20 cm. del piso, de material anticorrosivo o de plástico.
- Contar con estanterías lavables para productos no perecederos.
- Existirá un control de entradas y salidas de la materia prima, así como de las fechas de caducidad de las mismas, permitiendo una adecuada rotación del stock.
- Se contará con cámaras (o equipos) de refrigeración y congelación, y es recomendable separar los pescados de las carnes y los lácteos. Conservar las verduras y frutas aparte.



➤ Zonas de Producción

Sus paredes tienen que estar revestidas con baldosa blanca de fácil limpieza y los techos deben ser preferiblemente desmontables para no dificultar la limpieza y evitar la condensación de calor.

Respecto a los suelos, deben ser antideslizantes y no porosos, se debe disponer de sumideros de agua.



➤ Zonas de desechos o residuos

Son las zonas donde se depositan los desperdicios y basura generada en el día, por lo que deben encontrarse situadas lejos de las zonas de producción y almacén, para su correspondiente entrega a la empresa encargada de su recolección.

➤ Intoxicaciones e infecciones

Los gérmenes capaces de producir enfermedades en el hombre crecen a la temperatura del cuerpo humano, es decir, alrededor de 37°C; a medida que las temperaturas se desvían de este óptimo, la vida del germen se ve dificultada, cuando hay calor fuerte, éste mata a las bacterias, cuando hay frío inhibe y detiene el crecimiento de las bacterias pero el calor medio favorece su multiplicación y crecimiento, por ello es recomendable evitar la suciedad y la humedad.

Recomendaciones para evitar las intoxicaciones alimentarias

- Reducir al máximo los plazos entre la producción y el consumo de los alimentos.
- Evitar que las bacterias contaminen los alimentos (orden y limpieza continuos).

- No interrumpir nunca la cadena de frío.
- Sólo una correcta higiene permitirá ofrecer a sus clientes comidas garantizadas.

➤ Presentación y consumo del plato

Para la presentación del plato se debe ser lo más detallista posible, como resultado del buen trabajo que se realizó en la cocina, y de todas las consideraciones de salubridad que se emplearon.

Teniendo en cuenta siempre el principio de unidad, que dice “Los alimentos deben presentarse en armonía y unidad, mientras menos áreas de atención mejor resulta la presentación.”

Figura A



Figura B



Imagen 27 Título: Principio de armonía

Autor: Anónimo

Fuente: www.gastronomia.com

En la figura A, los componentes se encuentran distribuidos por todo el plato, éste puede estar lleno, pero la presentación no tiene unidad.

En la figura B los componentes se unen para resaltar que es un conjunto de alimentos y no tres componentes separados que se encuentran en el mismo plato.

Otro factor importante es el punto focal:

Figura A



Figura B



Imagen 27

Título: Punto focal

Autor: Anónimo

Fuente: www.gastronomia.com

En la figura A, no se encuentra un punto focal integrador, debido a una disposición no pensada.

La figura B muestra los mismos componentes dispuestos de manera tal que proporcionan un punto focal definido.

- Servicio al Cliente

El servicio es una ciencia y consta de varios parámetros para su adecuado desarrollo, es importante tomar en cuenta las siguientes recomendaciones:

- Saber SERVIR pero NO ser servil; no utilizar palabras como “patroncito”, “jefecito”, u otro parecido; suena a servil (esclavo).
- Capacidad de identificar y anticiparse a las necesidades de los clientes; es necesario conocer el perfil de los clientes que visitan el establecimiento, saber qué es lo que le gusta, saber cómo desean ser atendidos, cuáles son sus gustos.
- Tratar a todos los clientes por igual, ya sean locales, nacionales o extranjeros, evitar la discriminación. Ser amable con todos y por igual.

3.5.1.4. Cuarta fase:

El pago de lo consumido por parte del cliente se realiza sólo cuando éste lo solicita y es en ese momento cuando el cliente presenta sus quejas, aunque es normal que NO diga absolutamente nada acerca de algo que le pareció deficiente durante su estadía. Es ahí que la habilidad de los mozos/camareros entra en juego, preguntado al cliente de cómo estuvo el servicio para obtener información de cómo estamos realizando nuestro trabajo.

Es de importancia que al momento de entregar la cuenta al cliente, se le otorgue el tipo de documento que solicite:

- Factura, para lo cual se solicita el número de RUC así como la razón social de la empresa.
- Boleta, si lo desea a nombre de alguien.

La entrega de estos documentos al cliente permite también cumplir con las obligaciones tributarias, de lo contrario el establecimiento corre el riesgo de ser sancionado.

Finalmente hay que cerciorarse de tener siempre billetes pequeños y monedas para dar el vuelto.

Manejo de quejas y malestares

No hay que olvidar que una queja es algo bueno para la empresa, pues gracias a ellas se superan los errores del servicio sin pensar que todo lo que se hace está bien. Inevitablemente habrá que recibir quejas, por ello nunca hay que desentenderse de un cliente o persona que se queja y peor aún molestarse por una observación.

Para ello es necesario tener un conocimiento básico de cómo resolver y enfrentar las quejas.

- Al recibir una queja, primero se debe establecer exactamente cuál es la queja. Preguntando al cliente ¿Cuál es su queja?, ¿En qué se basa?

- Nunca hay que decir que una queja no es importante; pero hay que preguntar de manera que la otra persona reduzca la importancia.
- Demostrar siempre auténtico interés por la queja
- Escuchar activamente y dejar que el individuo se desahogue, consultando ¿Qué más le preocupa?, ¿Qué más quiere decir?
- Lo mejor es recibir la queja apuntando en un papel. Obliga a reducir la carga emocional y se dimensiona más objetivamente la queja.
- Si el cliente empieza a gritar, hay que llamar al superior y alejarse.
- Nunca entrar en argumento o discusión con el cliente. Cuanto más se discute, más se agrava el problema.
- Muchas empresas pecan de “ahondar” la gestión de las quejas. Dan la impresión de: “otra queja más”, “Ya sé de qué se va a quejar”, “Usted no es el único que se queja”, etc. Hay que evitar estas expresiones.
- No trasladar la negatividad puesto que repercute a otras áreas, y en última instancia repercute sobre toda la empresa.
- No intentar buscar “al culpable” al hablar con el cliente, buscar la **SOLUCIÓN!!!**
- Si no se puede solucionar en el momento debe comprometerse con algo concreto.
- Tratar de que la causa objetiva de la queja no vuelva a producirse en el futuro.
- Finalmente, si desea que los **CLIENTES** inconformes utilicen de nuevo los servicios del establecimiento, hay que recordar: Dar una disculpa sincera, dar una compensación que considere “justa”, mostrar la preocupación de la empresa por el usuario y su interés por ayudarlo(a) a cumplir con sus expectativas y resolver su problema, el ofrecimiento de una recompensa equivalente a las molestias que tuvo que soportar.
- Para evitar las quejas, simplemente hay que brindar el servicio prometido.

3.5.1.5. Quinta fase:

La Despedida al Cliente, Se debe acompañar al cliente hasta la salida del local, agradeciendo por su visita y manifestando que espera verlo en una próxima oportunidad.

Durante la despedida en caso el cliente no nos haya dado su opinión sobre el servicio, es el momento para preguntar alguna inquietud en cuanto al servicio así como de alguna sugerencia que nos pueda dar, así sabremos en qué podemos mejorar.

Agradecerle por el comentario, cualquiera que éste sea.

3.5.1.6. Sexta fase:

Manejo Documentario y Reportes.- El Restaurante deberá contar con todos los registros y reportes necesarios para poder monitorear la operación de servicio.

Los registros y reportes se deberán hacer ordenadamente ya sea a mano o sistematizados por computadora.

En el área de Gerencia contará mínimamente con:

- Reporte diario de producción.
- Cuaderno de inventarios (muebles y enseres, maquinaria y equipos).

En el área de cocina

- Cuaderno de almacén (para la entrada y salida de productos e insumos para la preparación de alimentos).
- Comandas de consumo (platos elaborados en el día)

En el área de Comedor y Caja:

- Comandas de consumo
- Facturas y boletas del día

3.5.1.7. Séptima fase:

Seguimiento a la Calidad del Servicio.- El seguimiento a la calidad comienza con la adecuada selección de los insumos, considerando el aspecto, color, aroma y textura cuando se trata de alimentos frescos.

Se debe realizar el adecuado almacenamiento y manipulación de los mismos que garantice su inocuidad (la inocuidad de un alimento es la garantía de que éste no causará perjuicio al consumidor cuando sea ingerido).

Además de ello, se debe evaluar el servicio que ofrece con referencia a la satisfacción de los clientes.

Una forma de averiguarlo es preguntando directamente al cliente, otra es analizando las COMANDAS de servicio ya que ellas contienen los datos o la información acerca del servicio.

Por ello un análisis de estas comandas nos debe llevar a conocer:

- Qué platos son los que más vendidos
- Qué platos son los que NO se venden, por tanto hay que deberán ser replanteados en la carta.
- Qué mesas son las que más ocupan los clientes.
- Qué mesas NO son ocupadas por los clientes, buscar las causas, puede ser que estén en una mala ubicación o estén cerca de los servicios higiénicos, etc.
- Cuál es la hora de mayor movimiento.
- Quienes son los que trabajan más, ya que en cada comanda figura el nombre del camarero que atendió la mesa.
- Toda esta información servirá para hacer el seguimiento a la calidad del servicio. Se deben realizar REUNIONES periódicas (cotidianas, semanales o mensuales) con todos los trabajadores, para hacer el análisis del servicio que se viene dando y de otras necesidades propias de la actividad.

- Los informes de cada trabajador son importantes en tanto éstos contribuyan en la mejora del servicio, ¡Los chismes NO valen!.

3.6. PRESUPUESTO

Se realizaran 100 manuales impresos con el diseño ya estipulado en papel couche de 150 gr tamaño A4 impresión a full color 20 páginas, para lo cual la Imprenta Servicios Publicitarios ha cotizado el pedido y aceptado mantener el precio acordado por un año (**VER ANEXO 6**).

N°	Concepto	Cantidad	Valor unitario	Valor total
1	Impresión y diseño de trípticos	100	35,00	350,00
			TOTAL	350,00

Tabla 11
Título: Presupuesto de impresión
Autor: El autor
Fuente: El autor

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

- Según la OMT “Organización Mundial del Turismo” los restaurantes de lujo representan el estándar más alto del mercado tanto en calidad como en servicio, es decir se encuentran posicionados en la punta de la cadena de servicio de restauración.
- A pesar de haber ganado diversos galardones en el área turística, el país aún debe trabajar en mejorar cada uno de los estándares de calidad, no solo al momento de ofrecer el servicio, sino también en cada uno de los pasos del proceso turístico, uno de los principales inconvenientes radica en el sistema nacional actual utilizado para la categorización de los restaurantes, puesto que este es deficiente y no respeta los estándares y parámetros establecidos por la OMT “Organización Mundial del Turismo”.
- Para el adecuado desarrollo y diseño de un manual de estándares de calidad y atención al cliente dirigido a hoteles de lujo es importante tomar en cuenta cada una de las fases del servicio, desde el ingreso de los clientes al establecimiento hasta un posterior seguimiento o fidelización del mismo, para determinar cuáles son los puntos críticos en los que se debe poner más atención para mejorar constantemente el servicio.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda a los restaurantes de lujo o cinco tenedores acoger el manual de estándares de calidad y de atención al cliente puesto que con el mismo se desea lograr un servicio de excelencia e inigualable para satisfacer a cada uno de los clientes que visitan su establecimiento.
- Se recomienda al Ministerio de Turismo plantear una recategorización de restaurantes, con el fin de establecer y definir los restaurantes de lujo que ofertan un servicio de calidad.
- Al Municipio de Quito se recomienda ejecutar mayor control y veeduría sobre los estándares y parámetros pre-establecidos en cada categorización del servicio de restauración.
- A clientes que requieren constantemente el servicio de restauración de lujo exigir estándares de calidad y un servicio personalizado de excelencia puesto que por el mismo están pagan altos costos.

BIBLIOGRAFÍA

Plan nacional del buen vivir. (2013-2017). Ecuador.

Acosta, A. (2010). *La migracion en el Ecuador*. Quito: LNS.

Añaños, E. (2009). *Psicologia y Comunicacion publicitaria*. Barcelona: Autonomia.

Artal, R. M. (2008). *España el ombligo del mundo*. Madrid: Foca.

BCE. (2013).

Castañeda, G. (2006). *Manual de calidad para pequeñas y medianas empresas*. Mexico: Universitaria.

Ferrer, E. (2006). *Los lenguajes del color* . USA.

Galarza, L. (2009). *Rumbo a carondelet*. Quito: Print Service.

Gray, A. (2006). *Temas de turismo*.

Hill, M. (1993). *Turismo y hostelería*.

INEC. (2010).

Jiménez Abad, C. E. (2008). *Promocion y venta de Servivios turisticos*.

LOD. (2008).

MAE. (2013).

Ministerio de Coordinación de Producción, E. y. (2013). *Rendición de cuentas*. Quito.

Ministerio de cultura. (2013). *Delegacion ministerio de cultura*.

Ministerio de turismo. (2014). *All you need is Ecuador*.

MINTUR. (2013).

MontanerJordi. (2009). *Diccionario Turismo*.

- Odón, F. (2007). *Miitos y errores en la elaboración de Tesis y Proyectos de Investigación. 3ra. Edición*. Caracas: Episteme.
- Peralta, E. (2003). *Quito patrimonio cultural de la humanidad*.
- Perez, P. (2009). *Sintesis e Historia de la Hoteleria*.
- Quesada, R. (2006). *Elementos Del Turismo*.
- Rivera, O. (1995). *Ecuador Provincias y Capitales*.
- Rodolfo, E. (2009). *Gestion de cambio*. Buenos Aires: Press.
- Sanchez, E. (2010). *Administracion de empresas en un enfoque interdisciplinario*. Madrid: Paraninfo.
- Secall, R. E. (2008). *Turismo y Religion*. Malaga.
- SECAP. (2012).
- SENAMI. (2008). Ecuador.
- Servicio de calidad de la atención. (2002). *La gestión por procesos*. Toledo: Sescam.
- Zaratiegui, J. (1999). La gestión por procesos: Su papel e importancia en la empresa. *Economía Industrial*, 88.

ANEXOS

ANEXO 1

Modelo de la entrevista a representantes de establecimientos de restauración



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL CARRERA DE HOTELERÍA Y TURISMO MODELO DE ENTREVISTA

Objetivo: Determinar la situación actual de los establecimientos de restauración existentes en el Centro histórico del D.M.Q.

Buenos días mi nombre es Henry Cárdenas soy estudiante de la Universidad Tecnológica Israel y actualmente me encuentro desarrollando mi proyecto final de titulación, que está enfocado en los estándares de calidad y atención al cliente de los restaurantes de lujo ubicados en esta zona.

Todos los datos obtenidos serán utilizados únicamente con fines académicos.

- 1.- Nombre del entrevistado(a)
- 2.- Nombre del establecimiento:
- 3.- Dirección del establecimiento:
- 4.- Reseña histórica del establecimiento:
- 5.- Aforo:
- 6.- Número de colaboradores:
- 7.- Aplicación de estándares de calidad cuales y hace cuanto
- 8.- Inconvenientes relacionados con el servicio
- 9.- Eventos extras realizados en el establecimiento

10.- Servicios que ofrece el establecimiento.

Muchas gracias

ANEXO 2

Modelo de la entrevista a profesionales especializados en el área hotelera y turística



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL CARRERA DE HOTELERÍA Y TURISMO MODELO DE ENTREVISTA

Objetivo: Determinar la situación actual de los establecimientos de restauración existentes en el Centro histórico del D.M.Q.

Buenos días mi nombre es Henry Cárdenas soy estudiante de la universidad tecnológica Israel y actualmente me encuentro desarrollando mi proyecto final de titulación, que está enfocado en los estándares de calidad y atención al cliente de los restaurantes de lujo.

Todos los datos obtenidos serán utilizados únicamente con fines académicos.

- 1.- Nombre del entrevistado(a)
- 2.- Área de desempeño laboral
- 3.- ¿Cómo cree usted que se desarrolla actualmente la actividad de restauración “restaurantes” en cuanto a estándares de calidad y atención al cliente?
- 4.- Cree usted que los restaurantes de lujo ubicados en el centro histórico del DMQ aplican algún tipo de estándar de calidad. ¿Cuál?
- 5.- Está usted de acuerdo con la actual categorización de los restaurantes de lujo, (ubicación dentro de centros comerciales).
- 6.- ¿Por qué cree usted que no son tomados en cuenta los restaurantes ubicados dentro de hoteles, a pesar de que cuentan con todos los servicios y estándares de calidad reglamentarios?

7.- Está usted de acuerdo en el diseño y aplicación de un manual de estándares de calidad que mejore el servicio y los estándares de calidad en los restaurantes de lujo, tanto dentro como fuera de hoteles y centros comerciales.

ANEXO 3

Entrevistas realizadas a representantes de establecimientos.

- **Entrevista 1**

1.- Nombre del entrevistado(a):

Jaime Burgos (Dueño del establecimiento)

2.- Nombre del establecimiento:

Octava de Corpus

3.- Dirección del establecimiento:

Calle Junín E2-164, Plaza de San Marcos

4.- Reseña histórica del establecimiento:

Vamos a cumplir nueve años de funcionamientos en los calles han pasado grandes personalidades, el nombre obedece más bien a un aspecto netamente turístico de las fiestas de Corpus Cristi.

Que constan de nueve días de los cuales el uno es religioso y los demás representan la creencia del pueblo en un aspecto más cultural y como esto incide en el pueblo, es por esto que nosotros hemos tomado el nombre en representación.

La ambientación obedece más bien a una decoración bastante ecléctica donde se combinan elementos del arte de la historia de la cultura local y externa también, incorporamos cierto tipo de gusto que están ahora de moda y que tienen tendencia en los visitantes Europeos.

5.- Aforo:

Actualmente tiene un aforo de 50, pero estamos buscando la reducción, ya que entramos en una competencia que nos obliga a disminuir nuestro aforo y aumentar el personalismo en el trato.

6.- Número de colaboradores:

Es diverso, a veces contamos con 4, 5 o 7 es bastante diverso.

7.- Aplicación de estándares de calidad ¿Cuáles? y ¿Hace cuánto?

Contamos con varias certificaciones.

- Distintivo Q.
- Smart voyayer
- De calidad interior por menaje, mantenimiento y movilidad interna de Austria
- Documentación especial por Lonely planet.
- Una certificación de Catena de la guía de vinotecas del mundo, porque nuestra caba no tiene etiquetas comerciales, es decir tiene verdaderas joyas de vino.

8.- Eventos extras realizados en el establecimiento

Eventos no, nuestra especialización es más básica en cena, porque es un espacio para deleitarse y disfrutar.

Eventos más cortos de poca asistencia que nos permite personalizar el trato.

- **Entrevista 2**

1.- Nombre del entrevistado(a):

Patricio Zaldumbide

2.- Nombre del establecimiento:

Theatrum restaurant y vinos bar

3.- Dirección del establecimiento:

Calle Guayaquil Manabí y esquina, teatro nacional sucre segunda planta

4.- Reseña histórica del establecimiento:

Este restaurante se apertura en noviembre del 2003, conjuntamente con la apertura del Teatro nacional Sucre, la reinauguración, fue concebido como un restaurante de alta gama de comida mediterránea, llevamos ya 11 años aquí en el centro histórico, fuimos de los pioneros en el centro histórico luego de la rehabilitación del centro histórico hecha por Paco Moncayo.

Fuimos algunos inversores que entramos acá, posteriormente algunos fueron cerrados.

5.- Aforo:

100 personas

6.- Número de colaboradores:

Contamos con 24 colaboradores: 2 socios, 1 jefe administrativo, 1 contadora, 2 en ventas, 7 en el área de cocina, 7 en servicio, 2 mensajeros y 2 porteros.

7.- Aplicación de estándares de calidad ¿Cuáles? y ¿Hace cuánto?

Manejamos un control de proveedores bastante estricto, en cuanto a la materia prima es producto fresco que trabaja con nosotros desde hace 10 años y la materia prima es de primera calidad y siempre es controlada tanto al momento de ingreso al establecimiento como luego de su conservación, así mantenemos una cadena de valor adecuada. En cuanto a reconocimientos tenemos:

- Pimes times awards
- We comended Quito.

En cuanto a servicio a clientes manejamos varios estándares que mejoran el servicio y personalizan el mismo como por ejemplo un aperitivo de cortesía y un sorbete que elimina los sabores del comensal y le permite percibir el siguiente platillo con su sabor natural.

8.- Eventos extras realizados en el establecimiento

Hemos hecho de todo, eventos en la plaza del teatro, e inclusive dentro del teatro, hemos atendido hasta eventos relacionados con la presidencia.

9.- Servicios que ofrece el establecimiento.

Desayunos

Servicio de cava.

Entre otros.

- **Entrevista 3**

1.- Nombre del entrevistado(a)

Estefany Rayson Gerente del Hotel Plaza Grande

2.- Nombre del establecimiento:

Restaurante La Belle Epoque

3.- Dirección del establecimiento:

Plaza de la Independencia, frente a la Iglesia de la Catedral y al Palacio Presidencial

4.- Reseña histórica del establecimiento:

El hotel lleva 7 años en funcionamiento, abrimos en enero del 2007, la idea fue recuperar el concepto del hotel “Mayestic”, el primer hotel de lujo en Quito durante los 30s y devolverle a Quito el hotel de lujo que tuvo en algún momento tanto en el área de hospedaje como de gastronomía.

Dentro del hotel tenemos 3 restaurantes “La cava de vinos del Claustro”, “La belle Epoque” y “Sana fe Plaza grande”. La belle Epoque actualmente se especializa en comida gourmet con productos ecuatorianos.

5.- Aforo:

65 personas

6.- Número de colaboradores:

1 capitán, 2 chicos meseros

7.- Aplicación de estándares de calidad ¿Cuáles? y ¿Hace cuánto?

Desde la apertura del hotel siempre se manejaron estándares muy altos, aplicados para el restaurante y el hotel a pesar de que no funcionan bajo el mismo paraguas, pero se aprovechó la experiencia para aplicarla en el restaurante.

Todo lo que es manejo de alimentos y bebidas, buenas prácticas de manufactura, servicio y cuidar todos los detalles, desde la vajilla que es importada y la cubertería de igual manera, el montaje de la mesa, etc.

8.- Eventos extras realizados en el establecimiento

Si claro realizamos cualquier tipo de eventos por ejemplo el sábado tuvimos una boda y ayer una comunión, podemos cerrar el establecimiento o un solo ambiente en caso de que los clientes lo soliciten.

9.- Servicios que ofrece el establecimiento.

Menús tematizados, Ambientar el establecimiento acorde el gusto de los clientes

ANEXO 4

Entrevistas realizadas a profesionales del área turística y hotelera.

- **Entrevista 1**

1.- Nombre del entrevistado(a)

Jaime Burgos

2.- Área de desempeño laboral

Dueño de la Octava de Corpus

3.- ¿Cómo cree usted que se desarrolla actualmente la actividad de restauración “restaurantes” en cuanto a estándares de calidad y atención al cliente?

Se han dado mejoras, ya existen normativas y se está controlando, se ven mejoras.

4.- Cree usted que los restaurantes de lujo ubicados en el centro histórico del DMQ aplican algún tipo de estándar de calidad. ¿Cuál?

Yo pienso que sí, la preparación de los alimentos, la manipulación de los mismos, las ambientaciones, etc.

5.- Está usted de acuerdo con la actual categorización de los restaurantes de lujo, (ubicación dentro de centros comerciales)

No absolutamente, porque no obedece ninguna normativa internacional y no son estandarizadas.

6.- ¿Por qué cree usted que no son tomados en cuenta los restaurantes ubicados dentro de hoteles, a pesar de que cuentan con todos los servicios y estándares de calidad reglamentarios?

Es muy distinta la comida de factura de un restaurante a tener la comida de la industria hotelera, no es lo mismo que hagamos dos lomos a que un hotel haga dos lomos.

7.- Está usted de acuerdo en el diseño y aplicación de un manual de estándares de calidad que mejore el servicio y los estándares de calidad en los restaurantes de lujo, tanto dentro como fuera de hoteles y centros comerciales.

De hecho debe haber una reglamentación y una normativa que equipare tanto calidad como precios.

- **Entrevista 2**

1.- Nombre del entrevistado(a)

Patricio Zaldumbide

2.- Área de desempeño laboral

Co-propietario “Theatrum restaurant y vinos bar”

3.- ¿Cómo cree usted que se desarrolla actualmente la actividad de restauración “restaurantes” en cuanto a estándares de calidad y atención al cliente?

Yo no percibo que hay un ente que haga esta categorización adecuadamente, ya que esta se realiza más por la adecuación del lugar y el menaje, los precios, realmente no existe un ente que tenga claro los parámetros de categorización.

4.- Cree usted que los restaurantes de lujo ubicados en el centro histórico del DMQ aplican algún tipo de estándar de calidad. ¿Cuál?

Sí, yo creo que hay en el centro histórico establecimientos de precio medio y alto que aplican estos estándares, una persona lo percibe apenas ingresa a estos establecimientos, pero considero que existen bastante establecimientos de precio mediano que no aplican ningún parámetro de control.

5.- Está usted de acuerdo con la actual categorización de los restaurantes de lujo, (ubicación dentro de centros comerciales)

No hay una normativa clara en la cual se pueda identificar la categorización de los restaurantes y no existen controles que justifiquen las categorizaciones.

6.- Porque cree usted que no son tomados en cuenta los restaurantes ubicados dentro de hoteles, a pesar de que cuentan con todos los servicios y estándares de calidad reglamentarios.

La verdad es que no lo comprendo ya que estos brindan servicio de gran calidad

7.- Está usted de acuerdo en el diseño y aplicación de un manual de estándares de calidad que mejore el servicio y los estándares de calidad en los restaurantes de lujo, tanto dentro como fuera de hoteles y centros comerciales.

Si siempre y cuando los cuales sean hechos por personas que conocen el sector, puesto que estos son procedimientos complicados y si son realizados por personas que desconocen el sector los hacen poco viables para los que sí.

- **Entrevista 3**

1.- Nombre del entrevistado(a)

Estefany Rayson

2.- Área de desempeño laboral

Restaurante La Belle Epoque

3.- ¿Cómo cree usted que se desarrolla actualmente la actividad de restauración “restaurantes” en cuanto a estándares de calidad y atención al cliente?

Yo creo que poquito a poco ya hemos empezado a tener una normativa, que va de la mano de Quito Turismo, pero aún falta desarrollar esta cultura.

4.- Cree usted que los restaurantes de lujo ubicados en el centro histórico del DMQ aplican algún tipo de estándar de calidad, cual.

Esto esta empezado apenas, pero se ve más en las áreas de seguridad y de manejo de materia prima, mas no en el desarrollo del servicio.

5.- Está usted de acuerdo con la actual categorización de los restaurantes de lujo, (ubicación dentro de centros comerciales)

No, es que no existe un parámetro adecuado para esto, o todos son de lujo o no y esto es aunque no se cumplan los estándares.

6.- ¿Por qué cree usted que no son tomados en cuenta los restaurantes ubicados dentro de hoteles, a pesar de que cuentan con todos los servicios y estándares de calidad reglamentarios.

Porque hay este concepto de que si tu vienes a un hotel es para descansar, y no le dan la oportunidad de los restaurantes existentes en el hotel.

7.- Está usted de acuerdo en el diseño y aplicación de un manual de estándares de calidad que mejore el servicio y los estándares de calidad en los restaurantes de lujo, tanto dentro como fuera de hoteles y centros comerciales.

Completamente, hay muchos detalles que se pueden cumplir por medio de la implementación de una herramienta como esta.

- **Entrevista 4**

1.- Nombre del entrevistado(a)

Mario Jiménez

2.- Área de desempeño laboral

Chef ejecutivo del Colegio de Gastronomía de la Universidad San Francisco de Quito

3.- ¿Cómo cree usted que se desarrolla actualmente la actividad de restauración “restaurantes” en cuanto a estándares de calidad y atención al cliente?

Yo trabaje en México y Estados Unidos muchos años antes estar aquí en Quito, pero creo que ha mejorado mucho el tema de los restaurantes en Quito, hay más controles.

4.- Cree usted que los restaurantes de lujo ubicados en el centro histórico del DMQ aplican algún tipo de estándar de calidad, ¿Cuál?

Estoy seguro, casi la mayoría, entre los que conozco sobresale el Theatrum.

5.- Está usted de acuerdo con la actual categorización de los restaurantes de lujo, (ubicación dentro de centros comerciales)

No del todo de acuerdo, creo que deberían hacer un mejor estudio de la categorización de los mismos, si debería hacerse un poco más de estudio en eso.

6.- ¿Por qué cree usted que no son tomados en cuenta los restaurantes ubicados dentro de hoteles, a pesar de que cuentan con todos los servicios y estándares de calidad reglamentarios?.

Eso tiene que ver mucho con el departamento de turismo, si tomamos como ejemplo Estados Unidos ahí los mejores restaurantes en los mejores hoteles, y aquí debería hacerse un estudio en cuanto a tema.

7.- Está usted de acuerdo en el diseño y aplicación de un manual de estándares de calidad que mejore el servicio y los estándares de calidad en los restaurantes de lujo, tanto dentro como fuera de hoteles y centros comerciales.

Totalmente, porque de esa manera todos los establecimientos se van alinear por ahí y se podría saber en qué categoría real se encuentra cada establecimiento.

ANEXO 5
Proforma de precios imprenta



**SERVICIOS
PUBLICITARIOS**
Express Digital

Quito D.M., 20 de Agosto de 2014

Sr. Henry Cardenas
Presente:

Nos complace presentar a ustedes, nuestra oferta de servicios que estamos seguros podrá satisfacer sus necesidades con la calidad y rapidez que ustedes necesitan.

CANT.	DESCRIPCIÓN	V. UNIT.	VALOR TOTAL
100	Folleto Impreso a full color en coucha de 150 gr.	\$35,00	\$ 3500,00

FORMA DE PAGO: contra entrega
TIEMPO DE ENTREGA: a convenir
PRECIOS NO INCLUYEN: IVA 12%

Seguros de poder brindarles un buen servicio y en espera de sus prontas noticias nos suscribimos.

Atentamente,

Michael Flores R.
Cel.: 0983410795

Asunción De 432
entre México y Venezuela
2553740
spexpressdigital@hotmail.com