



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE SALUD PÚBLICA
ESCUELA DE GASTRONOMÍA**

**“IMPLEMENTACIÓN DEL SERVICIO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS
A LA HABITACIÓN EN LA MASIÓN SANTA ISABELLA DE LA
CIUDAD DE RIOBAMBA”**

TESIS DE GRADO

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:

LICENCIADO EN GESTIÓN GASTRONÓMICA

MIGUEL SANTIAGO CHÁVEZ MARTÍNEZ

**RIOBAMBA – ECUADOR
2014**

CERTIFICACIÓN

La presente tesis ha sido revisada y se autoriza su presentación.

Lic. Jessica Robalino V.

DIRECTORA DE TESIS

CERTIFICACIÓN

Los miembros de tesis certifican que el trabajo de investigación titulada “Implementación del Servicio de Alimentos y Bebidas a la Habitación en la Mansión Santa Isabella de la Ciudad de Riobamba”; de responsabilidad del señor Miguel Santiago Chávez Martínez, ha sido revisada y autorizada para su publicación.

Lic. Jessica Robalino V.

DIRECTORA DE TESIS

Dra. Martha Avalos P.

MIEMBRO DE TESIS

Riobamba, 06 de Marzo del 2014

AGRADECIMIENTO

A la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Facultad de Salud Pública, Escuela de Gastronomía por la enseñanza impartida a lo largo de mi carrera profesional y por la oportunidad de pertenecer a tan prestigiosa institución.

Agradezco especialmente a mi Directora de Tesis la Lic. Jessica Robalino y a la Dra. Marta Avalos Miembro de tesis que con su paciencia y dedicación hicieron posible este trabajo de investigación, con quienes he trabajado conjuntamente.

DEDICATORIA

A mis padres y hermanos por su amor, trabajo y sacrificio en todos estos años, gracias a ustedes he logrado llegar hasta aquí y convertirme en lo que soy.

A ellos que siempre tuvieron una palabra de aliento en los momentos difíciles pero siempre estuvieron apoyándome y brindándome su amor, por eso les agradezco de todo corazón el que estén conmigo.

A mis abuelos que los quiero mucho, ellos me han apoyado moralmente y me han incentivado a seguir adelante a lo largo de mi vida.

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo implementar el servicio de alimentos y bebidas a la habitación en la Mansión Santa Isabella en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo. El estudio se desarrolló tomando en cuenta las características de una investigación de tipo descriptivo no experimental. Se receptó la información aplicando encuestas a todo el personal que trabaja en la Mansión Santa Isabella. Luego de la tabulación, análisis, e interpretación de datos, se obtuvo resultados con los cuales se determinó la aplicación de procesos adecuados en el servicio de alimentos y bebidas a la habitación mediante un manual de procedimientos. El trabajo de investigación se realizó a todos los empleados de la Mansión Santa Isabella, se tomó en cuenta el total de la población con el método del censo debido a la toma reducida de la muestra. El objetivo principal del manual es establecer procedimientos estandarizados para mejorar el servicio de alimentos y bebidas a la habitación con el fin de satisfacer las necesidades del cliente. El manual de procedimientos está dirigido a todo el personal que interviene en el servicio de alimentos y bebidas a la habitación, la información proporcionada permitirá un mejor desenvolvimiento del mismo. A su vez, este manual permitirá capacitar a futuros trabajadores que se desempeñen en la misma área en la Mansión Santa Isabella.

ABSTRACT

The present research work aimed to implement the room catering service at Santa Isabella Mansion in Riobamba city, Chimborazo province. The study was developed taking into account the characteristics of a descriptive non-

experimental research. The information was collected by applying surveys to the whole staff working at Santa Isabella Mansion. After the tabulation, analysis and interpretation of data, it was obtained some results that helped to determine the application of adequate processes in the room catering service through a procedures manual. The research work was applied to all the employees of Santa Isabella Mansion, it was taken into account the whole universo with the census method due to the small sample. The main objective of the manual is to set standard procedures in order to improve the room catering service to satisfy the customers´ needs. The procedure manual is directed to all staff contributing with the room catering service, the information provided will allow a better performance of it. Moreover, this manual will help to train future workers colaborating in the same área at Santa Isabella Mansion.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

I.	INTRODUCCIÓN	1
II.	OBJETIVOS.....	3
	A. OBJETIVO GENERAL	3
	B. OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	3
III.	MARCO TEORICO	4
	3.1. Introducción de Servicio.....	4

3.2. Servicio Hotelero.....	10
3.3. Servicios que ofrecen los alojamientos	17
3.4. El servicio de alimentos y bebidas a la habitación (room service).....	21
3.5. Montaje en el servicio de alimentos y bebidas en las Habitaciones.....	30
3.6. Servicio en la habitación	34
3.7. Cuando recoger una mesa en las habitaciones y su chequeo	38
3.8. Errores de este servicio.....	38
IV. METODOLOGÍA	40
A. LOCALIZACIÓN Y TEMPORALIZACIÓN.....	40
B. VARIABLES	40
C. TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	42
D. POBLACIÓN, MUESTRA O GRUPOS DE ESTUDIO	42
E. DESCRIPCIÓN DE PROCEDIMIENTOS	43
V. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	44
A. DIAGNOSTICO DE LOS PROCESOS ACTUALES.....	44
VI. CONCLUSIONES	68
VII. RECOMENDACIONES	69
B. PROCESOS PARA EL SERVICIO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS A LA HABITACIÓN.....	70
VIII. PROPUESTAS.....	71
C. MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	71

IX.	REFERENCIA BIBLIOGRÁFICAS	97
X.	ANEXOS	99

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	SERVICIO A LA HABITACIÓN	44
Tabla 2	IMPORTANCIA DEL SERVICIO A LA HABITACIÓN.....	46
Tabla 3	ATENCIÓN DEL SERVICIO A LA HABITACIÓN	48
Tabla 4	APRECIACIÓN DE LOS CLIENTES DEL SERVICIO A LA HABITACIÓN	50
Tabla 5	SERVICIO Y ATENCIÓN AL CLIENTE.....	52
Tabla 6	MENAJE Y EQUIPO PARA EL SERVICIO	54

Tabla 7 HORARIOS PARA EL SERVICIO A LA HABITACIÓN	56
Tabla 8 ESPACIO FÍSICO Y UBICACIÓN	58
Tabla 9 VALORES QUE SE PAGA POR EL SERVICIO A LA HABITACIÓN ..	60
Tabla 10 TIEMPOS DE ENTREGA Y RECORRIDOS	62
Tabla 11 CAPACITACIÓN SOBRE EL SERVICIO A LA HABITACIÓN.....	64
Tabla 12 PROCEDIMIENTO DEL SERVICIO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS ..	66

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1 SERVICIO A LA HABITACIÓN	44
GRÁFICO 2 IMPORTANCIA DEL SERVICIO A LA HABITACIÓN	46
GRÁFICO 3 ATENCIÓN DEL SERVICIO A LA HABITACIÓN.....	48
GRÁFICO 4 APRECIACIÓN DE LOS CLIENTES DEL SERVICIO A LA HABITACIÓN	50
GRÁFICO 5 SERVICIO Y ATENCIÓN AL CLIENTE	52
GRÁFICO 6 MENAJE Y EQUIPO PARA EL SERVICIO.....	54

GRÁFICO 7 HORARIOS PARA EL SERVICIO A LA HABITACIÓN.....	56
GRÁFICO 8 ESPACIO FÍSICO Y UBICACIÓN.....	58
GRÁFICO 9 VALORES QUE SE PAGA POR EL SERVICIO A LA HABITACIÓN	60
GRÁFICO 10 TIEMPOS DE ENTREGA Y RECORRIDO	62
GRÁFICO 11 CAPACITACIÓN SOBRE EL SERVICIO A LA HABITACIÓN ...	64
GRÁFICO 12 PROCEDIMIENTOS DEL SERVICIO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS	66

I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad los clientes son muy exigentes en el momento de escoger un establecimiento hotelero, ya que por llevar una vida ajetreada y estresada, al momento de descansar prefieren todas las comodidades y, más aún, cuando de satisfacer su paladar se trata.

Los hoteles ofrecen un servicio de alimentos y bebidas a la habitación como el desayuno, almuerzo, cena u otros, y entre sus variedades los snacks, picaditas, sánduches, etc, complementando con alguna bebida, esto con el fin de satisfacer las necesidades de los clientes. El servicio a la habitación es conveniente dentro de los hoteles ya que es una fuente muy importante de ingresos.

El Servicio a la Habitación es una prestación disponible en muchos hoteles donde los trabajadores llevan alimentos y bebidas u otros artículos a los huéspedes del hotel en sus propios cuartos, por lo general por una carga adicional. La importancia de este servicio es primordial, aunque generalmente se sirve a huéspedes en planes de viaje de negocios, que no quieren salir de sus habitaciones.

En la ciudad de Riobamba algunos establecimientos hoteleros no disponen de este servicio, a diferencia de otras ciudades del Ecuador como: Quito, Cuenca, Guayaquil siendo estas las principales ciudades del país.

La Mansión Santa Isabella establecimiento hotelero que viene funcionando ya varios años en la ciudad de Riobamba por la aceptabilidad de propios y extraños ha ido creciendo, tal es el caso que hoy en día se va a construir una nueva

edificación y por sugerencia y pedido de sus clientes tienen la necesidad de implementar el servicio de alimentos y bebidas a la habitación.

En este estudio se presenta la implementación del servicio de alimentos y bebidas a la habitación en la Mansión Santa Isabella ya que es un gran aporte para brindar un mejor servicio a sus clientes a cambio de tener una mayor rentabilidad, y con esto ser uno de los mejores hoteles en la ciudad de Riobamba.

II. OBJETIVOS

A. OBJETIVO GENERAL

- Implementar el servicio de alimentos y bebidas a la habitación en la Mansión Santa Isabella de la ciudad de Riobamba.

B. OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Determinar los procesos actuales del servicio a la habitación que se aplican en la Mansión Santa Isabella.
- Establecer los procesos adecuados para el servicio de alimentos y bebidas a la habitación.
- Elaborar un manual de procedimientos para el servicio de alimentos y bebidas a la habitación en la Mansión Santa Isabella.

III. MARCO TEORICO

3.1. Introducción de Servicio

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

El servicio va más allá de la cortesía y la amabilidad se lo considera como un valor agregado para el cliente, se debe tener presente que el cliente es cada vez más exigente en este sentido, los clientes buscan a empresas en donde se pueda depositar confianza, credibilidad aunque muchas veces se lo note los cliente evalúan constantemente la calidad en el servicio, la manera como lo perciben. Si una empresa no da importancia a este aspecto no será competitiva o lo que es peor no podrá permanecer en el mercado. La experiencia de vivir un mal servicio es la causa principal de la pérdida de clientes. En determinado momento es posible encontrarse un mal servicio ya sea que no sea atendido pronto por que la vendedora se encuentra conversando por teléfono, leyendo y cuando se pide que den atención lo hace de manera descortés.

3.1.1. El servicio

El servicio son organizaciones o personal destinado a satisfacer necesidades de personas.

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

3.1.2. Características del servicio.

- Los servicios son más intangibles que tangibles.

Se entiende por intangibilidad que no puede ser tocado palpado, ni tampoco puede ser definido fácilmente. Por ello el servicio es el resultado de un esfuerzo o un trabajo, por el contrario un producto es un objeto es algo que si es tocable; pero no existe una regla general que demuestre que un servicio vendido puede ser tangible.

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

- Los servicios son menos estandarizados y uniformes.

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

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

➤ Perecederos.

Este se refiere a que los servicios no se pueden almacenar, preservar y revenderse es decir no se pueden realizar en otro momento, pero lo que sí podrá es diseñar estrategias para recuperar la buena disposición de su cliente en caso de que ocurra un problema, en definitiva si se prestó inadecuadamente un servicio no se puede revisar.

La producción y consumo del servicio se realizan en el mismo momento: No es posible crear un almacén de servicios. En los servicios la producción y el consumo son parcial o totalmente simultáneos. A estas funciones muchas veces

se puede agregar la función de venta, esta inseparabilidad también se da con la persona que presta el servicio.

- Los servicios no pueden ser protegidos por patentes.

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

- Categorización de los procesos de servicio. Naturaleza de la actividad del servicio.

El servicio se lo define también como “hechos, actos o desempeños”, desde este punto de vista se debe evaluar el proceso del servicio para determinar si diferentes tipos de procesos dan por resultado distintos niveles de participación del cliente.

- Acciones tangibles para los cuerpos de las personas.

Es decir que para la entrega del servicio es preciso que el cliente se encuentre presente de forma física, para recibir el servicio. Como por ejemplo el que una persona se vaya a realizar algún tipo de operación es necesario que se encuentre presente; esto viene a ser un procesamiento de personas.

- Acciones tangibles para los bienes y otras posesiones físicas.

En este caso también se necesita que esté presente el objeto que debe ser procesado pero ya no el cliente.

- Acciones Intangibles dirigidas a las mentes de las personas.

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

3.1.3. Tipos de servicio

Basándonos en las variables trato al cliente y competencia técnica, podemos diferenciar cuatro tipos de servicio en las empresas:

El ineficaz y agradable.

El eficaz y agradable.

El ineficaz y desagradable.

El eficaz y desagradable.

El servicio al cliente está determinado por la filosofía, las actitudes y los comportamientos de cada uno de los empleados de la firma, desde el vigilante hasta el presidente

➤ Ineficaz y Desagradable:

En el cual se combinan la baja competencia técnica y el mal trato al cliente. Un ejemplo sencillo, imaginemos una heladería cuyas instalaciones no son muy aseadas y cuyos meseros tampoco lo sean, (bajo trato al cliente), pero que tal si a eso le sumamos que el sabor de su línea de helados no es sabroso y que se encuentran en estado casi líquido por mala utilización de sus congeladores, (incompetencia técnica). Así quién vuelve, eso sí sería tropezar dos veces con la misma piedra.

➤ **Ineficaz y Agradable:**

En el que las empresas con bajas competencias técnicas tratan como un rey al cliente y con ello esperan tapar el hueco de su incompetencia técnica. Supongamos que la heladería ha mejorado el aspecto de sus instalaciones y sus meseros y que ahora se distingue por su pulcritud y buen trato al cliente (agradables) y que siendo testigos de este cambio decidimos volver, pero cuando nos sirven nuestro helado, el sabor sigue siendo desastroso y la consistencia aun peor, son feos y aparte los sirven derretidos (ineficaz).

➤ **Eficaz y Desagradable**

Son altamente eficaces, saben realizar sus procesos, son eficientes pero por llegar a alcanzar altos estándares de calidad técnica, no se enfocan en el cliente y por ello no son líderes. Imagínate la heladería pero ahora con excelentes sabores, consistencias y variedad de productos, pero igual de desaseada que al comienzo.

➤ **Eficaz y Agradable**

Se encuentran las firmas que han encontrado el equilibrio perfecto entre sus competencias técnicas y su estrategia de servicio al cliente, son organizaciones que se enfocan en el cliente porque saben que es él de quien dependen, están conscientes de la fuerte competencia y sus perspectivas apuntan al liderazgo. En este cuadrante se ubicaría la heladería si mezclamos la pulcritud y buen trato del segundo cuadrante con los sabores. Consistencia y variedad de productos del tercero.

3.2. Servicio Hotelero

Cuando se habla de calidad en el Servicio Hotelero, se refiere a un concepto integral que tiene como centro de interés la satisfacción total del cliente. Si bien éste es un objetivo muchas veces difícil de alcanzar, su búsqueda garantiza que todos los sectores del hotel están logrando la adhesión y empatía del huésped. Y éste ya es un buen comienzo.

Al hablar de calidad en el Sector Hotelero, se debe distinguir entre calidad técnica y calidad subjetiva. En el primer caso se trata de la aquella calidad que se puede medir, que responde a las especificaciones de producción: un baño sucio, una canilla que gotea, un conserje que se demora en aparecer. En definitiva, se habla de datos reales, momentos concretos donde la atención decae y la calidad se resiente.

Cuando se refiere a la calidad subjetiva en el servicio Hotelero, se enfoca a la mirada del cliente, es decir, la verdadera dimensión de la calidad, cómo recibe el huésped, la atención. Esto sin duda es lo más importante ya que es la percepción del cliente la que finalmente define cómo se brinda el servicio. Un gran logro será entonces identificar los atributos fundamentales que el huésped utiliza para valorar la calidad de nuestra atención.

En el sector Hotelero la calidad es un valor complejo y significativo, ya que todo producto o servicio turístico, es intangible. Los elementos tangibles, son las pistas de calidad (el precinto de desinfección en el baño, un conserje que rápidamente asiste o que está cuando se lo necesita) que le indicarán al cliente si la calidad del hotel donde se hospeda es alta, mediana o baja. Seguramente

son muchas y diversas las pistas de calidad que el usuario o huésped valora. Por lo tanto, en la gestión correcta y óptima de la calidad en el sector hotelero, será necesario identificar cuáles son las principales pistas a las que presta atención el cliente.

En general, los principales indicadores de calidad que valora un huésped, son en un primer momento, los elementos tangibles: aspecto físico del hotel (limpieza, espacio, ambientación), presentación de los empleados. Pero también son importantes los datos subjetivos: la seguridad, es decir, sentirse atendido por gente que sabe, la cortesía y el trato por parte del personal, y finalmente, la empatía o sea, sentir que quien lo atiende se siente identificado con él y con lo que él verdaderamente necesita.

En este sentido es imprescindible para el sector hotelero contar con un sistema que provea información constante, clara, fluida y fidedigna y un seguimiento continuo de cada uno de los actores que intervienen en el servicio hotelero. Para corregir errores, valorar esfuerzos y subsanar situaciones problemáticas. Este es un gran paso hacia la concreción de ese objetivo siempre instalado en el horizonte que nos lleva a ser mejores cada día, en atención y servicio: la calidad.

Los hoteles presentan una posibilidad extraordinaria para dar servicio al cliente. Los “momentos de la verdad” vividos por el cliente en los hoteles son innumerables, y cada instante de su estadía es una prueba de fuego para la calidad del servicio que recibe.

Es que cuando un huésped se encuentra alojado en un hotel siempre está en una condición de alta sensibilidad. La situación que lo ha llevado hasta allí es, o una necesidad de descanso, de recreación, de dispersión, en el caso de un viaje de placer o vacaciones, o bien la necesidad de alojarse en otro lugar diferente a su hogar por algún motivo laboral o circunstancial. En ambas situaciones tiene una necesidad imperiosa de sentirse “como en su casa”, y hasta mejor que en su casa.

3.2.1. Coordinación departamental e interdepartamental

En la Hotelería, es difícil y casi imposible cumplir funciones y / o desarrollar algún procedimiento en forma independiente, sin que haya algún tipo de relación con otros departamentos.

Cuando un huésped solicita por ejemplo, un cambio de habitación, la solicitud puede ser realizada indistintamente a la Camarera, a un Botones o directamente a Recepción.

En cualquier caso, desde la respuesta inicial al desarrollo del procedimiento, se involucran distintos departamentos y el personal respectivo.

En este sentido se afirma que, el desarrollo de las actividades en un hotel, como por ejemplo, la realización de la Atención y el Servicio a los Huéspedes, son como para una máquina los engranajes principales para conseguir un preciso y correcto funcionamiento.

Por lo tanto podemos decir que Coordinación es: El Ordenamiento de las actividades que originan la Atención y el Servicio a los Clientes, tanto en una Sección o Departamento en particular, como cuando corresponde que varios de ellos interactúen para estos fines.

De allí que las fallas que puedan producirse, afectan considerablemente su normal funcionamiento.

3.2.2. Principios para conservar y satisfacer al cliente

Toda estrategia o táctica debe considerar valores que se apoyan en Principios .En este caso, se consideran diez principios para satisfacer y conservar clientes.

01.- Reconozca a su cliente. Personalizar la relación llamando al cliente por su nombre no siempre es posible, pero una relación cálida y sincera allana el camino.

02.- Procure que la primera impresión sea positiva .Los clientes juzgan la publicidad en base a sus convicciones previas y aceptan solo la información nueva que concuerda con sus ideas. Cambiar una primera impresión negativa es muy difícil, si no imposible.

03.- Cumpla las expectativas de su cliente. Los clientes esperan un ambiente sin problemas. Lo único que desean es satisfacer sus necesidades sin que les irriten.

04.- Reduzca el esfuerzo del cliente. Los clientes quieren hacer el menor esfuerzo posible para conseguir el servicio. Recuerde que están allí para relajarse.

05.- Facilite al cliente la toma de decisiones. El cliente puede no estar familiarizado con toda su oferta. Sus decisiones se pueden facilitar con sutileza,

como por ejemplo, colocando en la parte superior del carrito de postres un pastel flameado que atraiga su atención.

06.- Céntrese en la percepción del cliente. Sea o no exacta la percepción del cliente, para él es la realidad.

07.- Evite transgredir los límites tácitos del tiempo de espera. El tiempo parece cuatro veces más largo cuando se está esperando.

08.- Cree recuerdos que el cliente desee recordar. Lo que se vende en realidad son los buenos momentos y los recuerdos de dichos momentos. Cuando el cliente abandona el establecimiento se lleva con él los recuerdos y son los buenos recuerdos los que le hacen volver.

09.- Cuente con que el cliente recordará las malas experiencias. Cuente también con que el cliente *contará* estas malas experiencias, exagerándolas en cada narración. El resultado puede ser una mala impresión para quienes aún no ha visitado su establecimiento.

10.- Haga que sus clientes se sientan en deuda. El objetivo es conseguir que sus clientes abandonen su negocio sintiendo que han recibido tanto a cambio de su dinero que le deben otra visita.

La conclusión es: haga felices a sus clientes haciéndoselo todo fácil. A cambio un cliente satisfecho es un cliente que vuelve y que trae dinero y da sentido a la profesión de la hospitalidad.

3.2.3. Puntos fuertes de la atención y el servicio

Es indudable que hay establecimientos de hospedaje donde los puntos fuertes de la Atención y el Servicio, están determinados por características y particularidades de cada establecimiento.

Puede ser el área de Alojamientos, la de Alimentos y Bebidas, la de Eventos o las de Recreación.

De allí, que a veces se consideren clasificaciones de los Servicios, como: Básicos, Complementarios y Concertados.

En estos momentos, la hotelería moderna está tratando de potenciarlos como un conjunto o un todo, para hacer más atractiva cada oferta.

Lo anterior, también plantea requerimientos para ampliar el ámbito de conocimiento de los servicios por parte del personal y, a la vez, dominar y aplicar con mayor constancia y dinamismo las técnicas de atención y los procedimientos de servicio, optimizándolos constantemente.

3.2.4. Cómo puede ser creativo e innovador el personal en este sentido

Puede hacerlo incorporando pequeños detalles que hagan la diferencia con la atención y el servicio tradicional.

3.2.5. Desarrollo Práctico

Qué se necesita entonces para llevarlo a la práctica:

Se necesitan solo elementos que toda persona posee en sí misma y, que solo al igual que un mecanismo automático, la misma persona puede activarlos:

- Interés
- Voluntad
- Ánimo
- Intención
- Disposición
- Constancia
- Deseo
- Empeño
- Energía
- Perseverancia

Hay muchas y variadas relaciones como las anteriores en la Atención y prestación de Servicios en un Hotel, quizás en general no parezcan algo creativo o innovador, pero en la forma y en el fondo los aspectos que hacen la diferencia son las actitudes.

- La Presentación Personal
- La Cortesía y la Amabilidad
- La Expresión Verbal
- La Expresión Corporal y Gestual
- La Sonrisa Amable
- La Discreción
- La Disposición y Prontitud
- El Saber Escuchar
- A atención focal

3.3. Servicios que ofrecen los alojamientos

Es de suponer que el servicio más importante que ofrece cualquier alojamiento es el conocido como “habitación o cuarto”, pero no es el único, dado que existen otros que generan para el hotel tanto o más negocio que la venta de cuartos.

- Habitación
- Alimentos & Bebidas
- Business Centre
- Salones
- Casino
- Spa
- Restaurantes
- Otros

Obviamente que muchos de los servicios mencionados arriba son muy específicos y existirán siempre y cuando el hotel se encuentre especializado en ese servicio (caso de Casinos y Spa, por ejemplo)

3.3.1. Habitación

Constituye el servicio más conocido, y por el cual el hotel tiene razón de ser.

El servicio también se conoce como “de cuarto” y los tipos son:

SINGLE: para 1 persona

DOBLE: para 2 personas

TWIN: para 2 personas, camas separadas

TRIPLE: para 3 personas

CUADRUPLE: hasta 4 personas

Y luego otros tipos especiales:

STUDIO: un cuarto un poco más amplio

SUITE: posee un ante cuarto, mas espaciosa.

ADJOINING ROOMS: dos cuartos, uno al lado del otro.

CONNECTING ROOMS: dos cuartos conectados por una puerta

3.3.2. Alimentos y Bebidas

Junto con la habitación se puede optar o no por algún servicio de alimento, a lo que se denomina “plan de alimentación”.

Los planes más utilizados son:

EUROPEAN: Solo alojamiento, sin alimentación.

CONTINENTAL: Desayuno ligero incluido (café, infusión y tostadas)

BUFFET: Desayuno estilo americano, con mesas de autoservicio.

MAP (Modified American Plan) o HALF BOARD: Media pensión, es decir, desayuno y alzo o cena.

AP (American Plan) O FULL BOARD: Pensión completa: desayuno, alzo y cena.

ALL INCLUSIVE: Todas las comidas y bebidas incluidas, de manera ilimitada.

3.3.3. Business Centre

Aquellos hoteles de mayor categoría o que poseen una demanda mayoritariamente corporativa, suelen poseer un área llamada business centre, o “centro de negocios”, donde se provee servicios de comunicación, computadoras, y en algunos casos sala de reunión.

Este servicio varía de acuerdo con los hoteles, pudiendo o no encontrarse incluido en la tarifa del cuarto.

3.3.4. Salones

Son espacios físicos adecuados técnicamente para el desarrollo de encuentros de muy diversos tipos, que pueden reunir a gran cantidad de personas. Existen salones con capacidad desde diez personas hasta salones multitudinarios, capaces de albergar congresos, convenciones, seminarios, reuniones varias e incluso fiestas de casamiento y demás.

Los salones no son solo un negocio en sí mismo, dado que su alquiler tiene un precio, sino que también genera el consumo de otros servicios del hotel, sean cuartos, restaurantes y otros.

3.3.5. Casino

Aquellos hoteles que poseen uno encuentran en este servicio su mayor fuente de ingresos, superior al ingreso por cuartos.

El objetivo es que el cliente apueste, por lo cual el valor de los cuartos en este tipo de hoteles es inferior al de cualquier hotel de la misma calidad

3.3.6. Spa

Un servicio que se encuentra en franco crecimiento. Instalaciones preparadas especialmente con este fin y tratamientos regenerativos y de restablecimiento constituyen una oferta muy atractiva para un segmento de la demanda, relacionado a altos ingresos.

Los servicios de spa suelen ser abiertos a la comunidad, no solamente a las personas alojadas en ese hotel.

3.3.7. Restaurantes, cafés y bares

Estrictamente hablando son parte de Alimentos y Bebidas, pero nuestra diferenciación está relacionada con su carácter abierto, dado que pueden ser disfrutados también por la comunidad, no solo por las personas alojadas en el hotel en el que se encuentran radicados.

3.3.8. Room Service (Servicio de alimentos y bebidas a la habitación)

El servicio en el cuarto (room service) desempeña un papel importante en el departamento de alimentos y bebidas, en virtud de que muchos de los huéspedes del hotel prefieren que se les sirvan sus alimentos en la habitación. Este servicio se ha extendido considerablemente en la mayoría de los hoteles. Cada habitación esta provista de un menú, el cual, en algunos casos, es el mismo que se utiliza en el restaurant, aunque el primero suele ser más sencillo, para simplificar la preparación y el servicio.

Las horas picos para el servicio a la habitación son el mañana para el servicio de desayunos. En el afán de dar un servicio más eficiente a la demanda de desayunos, los hoteles han colocado en las habitaciones formas para ordenar el desayuno anticipadamente. Las formas indican la forma y la hora del servicio y se colocan en las manijas de las habitaciones en donde es recogidas en las primeras horas de la mañana. Sin embargo, muchas ordenes siguen siendo

trasmitidas por teléfono por lo que es necesario contar con toma ordenes, un cajero al igual que con personal de supervisión y servicio.

Puesto que la demanda de este servicio varía de acuerdo la ocupación del hotel, en ocasiones de alta ocupación se puede recurrir a personal de otras áreas de A&B o a personal eventual.

Las órdenes se llevan en ocasiones en carritos de servicio y en otras ocasiones únicamente en charolas.

3.4. El servicio de alimentos y bebidas a la habitación (room service)

3.4.1. Qué es el servicio de alimentos y bebidas a la habitación

El Servicio de Habitaciones (Room Service) es una prestación disponible en muchos hoteles donde los trabajadores del restaurant llevan alimentos y otros artículos a los huéspedes del hotel en sus propios cuartos, por lo general por una carga adicional. La importancia de este servicio es primordial, aunque generalmente se sirve a huéspedes en planes de viaje de negocios, que no quieren salir de sus habitaciones.

Este servicio implica la participación de muchos departamentos, la interrelación, así como la comunicación por parte de los departamentos participantes es de vital importancia, para satisfacer las necesidades del huésped.

3.4.2. Características especiales de este servicio.

Como su mismo nombre indica, es un servicio de comidas y bebidas propio sólo de los establecimientos hoteleros y que ofrece al cliente la posibilidad de tomar

en la misma habitación, el desayuno, el almuerzo y todo tipo de bebidas o refrescos.

Es un servicio complejo, porque se extiende normalmente a las 24 horas del día y, por otra parte debe tener la organización precisa para servir en un momento determinado un almuerzo completo o un café con leche, un whisky o un sándwich de jamón.

Al mismo tiempo es un servicio que requiere rapidez y discreción, por cuanto el cliente no desea esperar demasiado y no piensa en que hay unos pasos previos a la atención de su pedido, como es la misma distancia que existe entre su habitación y el bar-cafetería o la cocina, la tramitación de la orden de un departamento a otro, etc.

Y, como es lógico, el cliente está en su habitación y no desea intromisiones inesperadas; es decir, el camarero debe entrar con previo permiso del cliente y, además, no debe demorar demasiado su presencia en la estancia, ni mostrar interés excesivo en lo que pueda ver en la misma. Prontitud, delicadeza y discreción son tres factores a tener en cuenta en el servicio de habitaciones.

Por otra parte, la organización del servicio depende bastante de unos establecimientos hoteleros a otros. En algunos, existe en cada planta una "office", donde el camarero de piso tiene todo lo que puedan pedirle habitualmente los clientes y basta a éstos pulsar un timbre situado en la habitación para que el camarero acuda, tome nota de la petición del cliente y, tras disponerlo en el "office", lo sirva.

En otros casos este "office" es general para varias plantas, y desde el mismo se transportan los géneros en bandejas o carros hasta la planta correspondiente y la habitación del cliente, a través de un montacargas, que parte de este office general y se abre en el office de la planta en cuestión.

Otra opción es que el servicio de habitaciones dependa directamente del bar-cafetería y sean los empleados de esta sección los que atiendan también el "servicio a la habitación".

En cada supuesto, debe cumplirse unas normas administrativas internas, propias del establecimiento, para pasar nota del servicio a los distintos departamentos implicados en el mismo (bar-cafetería, facturación, cocina, departamento de pisos, etc.).

En los establecimientos donde el servicio de pisos es independiente, suele existir un maître encargado del mismo, a cuyo cargo se encuentran varios jefes de rango y ayudantes.

3.4.3. Formas de recibir la solicitud del cliente.

En este punto también hay varias posibilidades, y cada establecimiento tiene las suyas propias. Por lo general, hay cuatro formas:

A través del teléfono. El cliente llama a la centralita y la misma telefonista le toma nota de la comanda, que después pasa al departamento correspondiente. O bien, la telefonista pone al cliente en comunicación con el departamento y como última opción la de que el cliente llame directamente al servicio de habitaciones, marcando el número correspondiente, que figura en el teléfono de su habitación, en cuyo caso le atiende un camarero.

Por nota en conserjería. En algunas ocasiones, el cliente, al solicitar la llave de su habitación por la noche, deja encargado la hora en que desea que se le despierte y el servicio de desayuno que desea le sea servido en la habitación.

Por nota escrita en la puerta de la habitación. Muchos establecimientos disponen de unos impresos que el cliente rellena con el desayuno que desea y la hora en que lo quiere, y, a continuación lo sitúa en la empuñadura de su puerta por la parte de afuera. El camarero que atiende el servicio de noche recoge todas las notas, donde consta también el número de habitación y, según la hora a que debe servirse el desayuno, lo sirve él mismo, o bien trasmite las notas al camarero que vaya a ocupar el turno siguiente.

Por llamada directa al camarero de pisos. Este supuesto es aplicable especialmente a los establecimientos de cierta categoría, donde las habitaciones tienen un timbre que al pulsar enciende una luz en el office del piso u office general. El camarero que se encarga de atender esa habitación se dirige personalmente a la misma, llama antes de entrar y toma nota directamente de los deseos del cliente.

Ya hemos dicho al comenzar que el servicio de pisos funciona las 24 horas del día: debemos añadir, para completar este dato, que a pesar de ello el servicio de desayuno tiene un horario limitado, que suele ser de 7:00 a 10:00 u 11:00 de la mañana y el servicio de almuerzos que cubre entre la 1: 00 y las 4:00 de la tarde generalmente. El resto del día y de la noche, el servicio de pisos atiende las solicitudes de bebidas, sánduches y en general, lo que se pueda entender como servicio de bar cafetería.

3.4.4. Normas para el servicio de habitaciones.

- Comprobar el número de la habitación
- Ser puntual en el servicio
- No entrar nunca en la habitación sin permiso del cliente
- Servir los manjares en bandejas, mesas rodantes o carro
- Si el establecimiento es de categoría, servir las viandas bajo campanas.
- Pedir el desayuno en cafetería o prepararlo en el momento adecuado, a fin de que llegue en perfectas condiciones (temperatura de las bebidas y buen estado de los alimentos).
- Comprobar, antes de servir, si las particularidades son correctas (por ejemplo: huevos poco hechos, agua con hielo, etc.).

3.4.5. Recogida del servicio.

Las normas para la recogida del servicio son varias, pero nunca se deber hacer antes de que transcurra un tiempo prudencial. De todas formas, lo más habitual es dejarlo y retirarlo cuando se arregle la habitación, o bien solicitar del cliente que llame cuando desee su retirada.

Una vez que se ha recogido el servicio, se desmonta la bandeja o carro, enviando todos los enseres al departamento que corresponda.

3.4.6. Aspectos generales:

El servicio de las habitaciones tiene aspectos que lo diferencian del servicio normal de los Restaurantes, algunos de ellos son:

- A) Entrar a las habitaciones ocupadas por huéspedes.
- B) Transporte de alimentos sobre mesas rodantes
- C) Grandes distancias que recorren los alimentos.
- D) Tomar las órdenes por teléfono.

El personal que en room-service trabaje debe ser auto disciplinados, poseer una técnica depurada, moralidad, educación y discreción.

3.4.7. Composición de la brigada.

Se compone por:

- A) Responsable o Maître
- B) Capitanes
- C) Dependientes
- D) Mochilas.

a) responsable o maître

Coordina y supervisa como realizar el trabajo.

Planifica horarios y francos.

Coordina con el chef los menús.

b) capitanes.

Toman pedidos por teléfono.

Supervisa el pedido antes de llevarlo a la habitación.

Se traslada a las habitaciones en caso necesario.

El Responsable y los Capitanes estarán familiarizados con los menús, platos especiales, sugerencias, listas de bebidas actualizadas periódicamente para su consulta e inmediata explicación de quienes lo soliciten.

La brigada debe estar distribuida tomando en cuenta la mayor afluencia de huéspedes, los fines de semana; normalmente el desayuno es el horario de mayor trabajo, normalmente se presta servicios las 24 horas. Por la madrugada dos dependientes serán suficientes.

c) dependientes.

Hacen la tarea diaria según su turno.

Reciben de los capitanes los pedidos y lo sirven.

Los dependientes trabajarán individualmente, aunque también lo pueden hacer en pareja, uno haciendo de cocina y preparando las mesas y el otro subiendo a las habitaciones.

d) mochilas.

Hacen la tarea diaria

Ayudan al dependiente en el servicio de las mesas.

Retiran de las habitaciones, pasillos, los servicios usados y lo trasladan al fregadero.

3.4.8. Tarea diaria.

El dependiente del servicio a la habitación más que ningún otro necesita crear condiciones que le permita realizar un trabajo continuando una vez que el mismo empiece. Cada uno de los componentes de la brigada hará su tarea de acuerdo a su puesto y a su responsabilidad:

1. Preparación de menús, hojas de control de servicios, tarjeta de control de insumos.
2. Preparación y limpieza de saleros, pimenteros, azucareras, pomos de salsas, etc.
3. Control y aprovisionamiento de manteles, servilletas y paños.
4. Surtir los aparadores con todo lo necesario para el montaje de mesas y bandejas (copas, platos, cubiertos, etc.)
5. Montaje de mesas.
6. Aprovechamiento de hielo.
7. Limpieza y preparación de termos y mecheros.
8. Aprovechamiento de alcohol y estopa.

3.4.9. Obligaciones periódicas.

- A) Limpieza y engrase de las mesas.
- B) Revisar bisagras de las tapas de las mesas
- C) Limpieza de las mesas
- D) Engrase y limpieza de las ruedas.

(Después de usadas las mesas de room-service, se alinearán y no se utilizarán para otros fines).

E) Limpieza general del Departamento.

3.4.10. El pedido.

1. Se levantara el auricular diciendo: Servicio a las habitaciones y saludaremos de acuerdo a la hora del día.

2. Se pedirá el número de la habitación y debe repetirse.

3. Si lo solicita, le leerá la carta de precios, contestando a las preguntas y usando siempre las normas de cortesía.

4. Se comenzara a tomar la orden repitiendo cada uno de los alimentos que el usuario ordene, y al finalizar se leerá la orden completa.

5. Al escribir el pedido en un talonario, se hará igual que en un restaurante.

6. Los pedidos se hacen por triplicado.

A) Uno se quedará en el Departamento, el mismo servir al mochila para completar el montaje de la mesa y al capitán para supervisarla y se guardar para cualquier comprobación.

B) Otro para la cocina, para que marche la comida.

C) El tercero lo utiliza el dependiente para hacer el cheque, controlar la orden al sacarla de la cocina y montar la mesa.

3.4.11. Las frases más usuales al tomar el pedido por teléfono son:

➤ El saludo de acuerdo a la hora del día, Servicio a las habitaciones.

- Me permite tomarle la orden
- Qué desea ordenar por favor
- Seleccionó ya usted, su pedido
- Prefiere ordenar ahora
- Me permite sugerirle algo
- Cómo lo desea usted
- Le gustaría ordenar algún cóctel de bar
- Desea ordenar algo más
- Será usted atendido a la mayor brevedad posible
- Gracias.

3.4.12. El Capitán en la habitación:

El capitán se trasladará a las habitaciones:

1. Cuando se trate de casos especiales y lo solicite el huésped, tomando la orden de la misma forma que en el restaurante.
2. Si es necesario estar presente, observar y ayudar al dependiente a la hora de servir el pedido.

3.5. Montaje en el servicio de alimentos y bebidas en las Habitaciones

Para facilitar que los pedidos salgan con la mayor rapidez posible y garantizar su pronta entrega se montara la mayor cantidad posible de mesas.

Si normalmente se sirven 25 habitaciones en el desayuno y 15 en el almuerzo o comida, se montará esa cantidad, se contara con ella o se crearán las condiciones para hacerlo con la mayor brevedad posible a medida que estas retornen.

3.5.1. Para desayuno.

1. Mantel
2. Plato de postre, este plato servir para comer la fruta o de base para el jugo o cereal.
3. Cuchillo y tenedor de asado y cuchara de postre.
4. Copa o vaso
5. Platico para mantequilla
6. Salero y pimentero.
7. Azucarera.
8. Taza para café con leche.
9. Florero.
10. Periódico del día.
11. Servilleta.

3.5.2. Para el almuerzo o comida:

1. Mantel
2. Cubiertos de asado
3. Copa o vaso.
4. Plato de mantequilla.
5. Salero y pimentero.
6. Azucarera.

7. Servilleta

El cenicero en ninguno de los casos se coloca, ya que en la habitación los hay, el florero y periódico solamente es en el desayuno.

En muchas montas se adiciona la jarra para agua.

3.5.3. Las bandejas:

Se utiliza para:

1. Cargar el servicio usado a los fregaderos
2. Llevar los alimentos y bebidas de la cocina o bar al Departamento.
3. En servicios simples como:
 - a) Cócteles de bar.
 - b) Botellas de bebidas
 - c) Bolos con hielo
 - d) Café
 - e) Bocaditos y refrescos.
4. Se le coloca a la bandeja un paño o doile.

3.5.4. El calentador:

Las mesas para el servicio a las habitaciones están provistas en la base de su estructura de un aditamento que permite insertar firmemente el calentador, cuyo uso es imprescindible

1. Debe estar limpio y preparado su mechero
2. En el calentador se situarán todos los alimentos calientes.
3. Los alimentos fríos se colocarán sobre la superficie de la mesa.

4. El calentador debe quedar bien ajustado a su base para evitar accidentes.

3.5.5. Los termos:

Este utensilio tiene muchas aplicaciones, prácticas en el servicio de líquidos fríos o calientes.

Se utiliza para:

A) Llevar el café

B) Bebidas calientes.

De usarse para llevar leche se lavará bien y si es posible se utilizar nada más que para este fin.

Las demás infusiones como son el té, etc. se llevaran en teteras y el agua caliente en cafeteras.

El agua helada para las comidas, para cuando solicite el usuario se llevara en jarras. Se tendrá especial cuidado en la limpieza de su tapa que tiende a coger mal olor.

3.5.6. Libro de control de mesas y bandejas en el servicio:

En este libro u hoja el capitán llena el control de las órdenes anotando:

A) Número de la habitación

B) Hora de la toma de la orden

C) Si se utiliza bandeja o mesa.

D) Nombre o número del dependiente

E) Hora de salida del pedido

3.5.7. Tarjeta de control de insumos:

En esta tarjeta se anotan todos los insumos que se utilizan en los servicios a las habitaciones y se sitúa en la mesa o bandeja.

3.6. Servicio en la habitación

Después de haber sido revisada la mesa por el capitán, y haber llegado al piso se rodara la mesa cuidadosamente, sin correr aminorando de esta forma el molesto ruido de platos y cubiertos.

La puerta se tocara de forma discreta, para no molestar a los demás usuarios, además los huéspedes nos estarán esperando.

Si está colgado en la puerta un aviso de "no moleste" se debe llamar al huésped desde el teléfono del piso para decirle que su pedido espera.

3.6.1. Forma de entrar a la habitación:

1. Saludando agradablemente y hablando en voz baja; según la hora del día.
2. Se pedirá permiso para pasar y al mismo tiempo
3. Se entrará de espalda, tirando de la mesa suavemente sin extender la vista hacia lugares que no nos interesen, diciendo:

- Por favor, dónde desea que le sitúe la mesa

3.6.2. Servicio simple:

1. Al colocar la mesa en el local indicado se abren las tapas asegurándolas firmemente; se colocan los utensilios que estén sobre la mesa en los lugares que correspondan y se colocan las sillas necesarias.

2. Se abre el calentador y se le enseñan los alimentos que contiene y se cierra.
3. Se entrega el cheque diciendo por favor, tenga la bondad. Se sabe que el huésped tiene crédito, se le ofrece un lápiz para que lo firme. Al recibir el importe o la cuenta firmada se le da las gracias.
4. La cuenta firmada se entregará al cajero.

3.6.3. Servicio completo.

Para este servicio habitualmente, además de la mesa con los cubiertos otra mesa con los alimentos y bebidas, ésta se utilizar como auxiliar.

1. Se coloca la mesa con los cubiertos en la sala o lugar apropiado y se colocan las sillas.
2. Se coloca la mesa auxiliar en un lugar cercano.
3. Si es necesario se llevar un reverbero.
4. Se ayuda a sentar a los usuarios y se comienza a servir igual que en un restaurante.
5. Si el servicio tiene vino se traer la cesta o cubeta.
6. Este servicio a veces requiere la ayuda del Capitán.
7. La cuenta se presentara igual que en el restaurante, con el escrito hacia abajo. Cuando es crédito se le pondrá el lápiz sobre la bandeja.

3.6.4. El periódico:

El periódico se coloca doblado sobre la mesa después de montada.

En el almuerzo o comida, se le lleva al usuario cuando él lo ordene.

3.6.5. Las flores:

Se colocarán sobre la mesa en un florero muy pequeño y bajito para mayor estabilidad.

Se usarán en el desayuno y en el almuerzo o comida cuando se utilice mesa auxiliar.

3.6.6. La carta de precios:

El ordenamiento de los alimentos en estas cartas es el mismo que se emplea en un restaurante; no son tan extensas como aquellas y la cantidad de platos es más limitada.

Los platos que se incluyen son mayormente sencillos, de fácil elaboración y se pueden hacer en el momento.

- Cuando no hay cartas de precios impresas, los menús del día se leen por el Capitán al tomar la orden. Estos menús por lo regular son cortos y funcionales.

- Se tendrá atención en los pedidos para niños y enfermos, como son leche caliente, sopas coladas, alimentos bien cocinados, sin sal, etc.

- Se tendrá atención a las solicitudes de platos que no aparecen en la carta y no acarrear dificultad en la cocina.

- El desayuno, almuerzo y comida se imprimirá en una sola carta, en las que estén separadas; el desayuno del almuerzo y la comida, la merienda y la lista de bebidas.

En ella se especifica los horarios de servicio de cada una.

- En los Hoteles de turismo extranjero, las Cartas se imprimen en dos o tres idiomas y en cantidad suficiente toda vez que los huéspedes acostumbren a llevárselo.

- Las cartas en las habitaciones se sitúan en un lugar visible de la habitación y cerca del teléfono.

- Al final de la carta se debe señalar el recargo que normalmente se hace por este servicio.

3.6.7. Servicio de alimentos y bebidas.

- Para el servicio de cócteles y otros licores se emplean recipientes similares a pequeñas garrafas con vista a evitar que estos se derramen durante el trayecto. Si la bebida se sirve fría, la copa se lleva llena de hielo trapeé, al llegar a la habitación se vacía ésta y se vierte el cóctel o licor en ellas.

- Los vinos blancos, champanes, sidras y similares se llevarán en una cubeta con hielo, esta sobre un plato con un paño o servilleta de papel.

- Todas las botellas se llevarán cerradas, abriéndose posteriormente en la habitación.

- Cuando se han pedido helados es necesario un segundo viaje para llevarlos.

Después de llevada la mesa y calculado el tiempo que el usuario demoraría en comerse los alimentos, se lleva el helado.

Se debe servir en una coctelera con hielo.

Los platos calientes se cubren con tapaderas, ya vayan plateados o en fuentes.

3.6.8. Como realizar el servicio que falta:

Si faltara algún servicio se llamar nuevamente a la habitación utilizando las siguientes frases:

Perdone Ud. se me ha quedado tal o más cual cosa en la habitación

¿Me la puede entregar?

-Si

-Gracias.

En caso de que la gestión no dé el resultado apetecido se le comunica al capitán, que él sabrá actuar al efecto.

3.7. Cuando recoger una mesa en las habitaciones y su chequeo

El capitán es el encargado de mandar a sacar el servicio a una habitación, esto lo hará después de haber llamado al huésped o comprobar en la hoja de control el tiempo que la mesa ha permanecido en la habitación.

Al recoger la mesa el departamento o mochila fuera de la habitación tomara la tarjeta de control y chequeara las piezas anotadas.

3.8. Errores de este servicio.

1º) El teléfono del servicio a la habitación, al que habitualmente llama el cliente, a veces se encuentra descolgado porque hay mucho trabajo y no da tiempo a coger llamadas o se tarda mucho en cogerlo.

2º) Las personas que atienden al teléfono no hablan los idiomas de los clientes habituales.

3º) El personal que atiende el servicio a la habitación, no son amables ni educados porque les molesta hacer este servicio.

4º) Que el contenido de lo que solicita el cliente hay errores y como consecuencia tiene que volver a cambiar estos productos equivocados, por lo que se demora el desayuno.

5º) Que el tiempo que transcurre desde la llamada del cliente hasta que recibe el Desayuno, sea excesivo, que pase más de media hora esperando el desayuno.

6º) Que la calidad de los productos no sea la adecuada, debido a la demora por ejemplo que el zumo de naranja tenga ese pozo en el fondo del vaso o que las tostadas estén poco hechas, etc.

7º) Que no se informe al cliente con amabilidad y los posibles cambios del contenido solicitado o la demora en el servicio.

8º) Que el camarero que realice el servicio no sea amable.

9º) Que se demore en excesivo la retirada del servicio utilizado por el cliente.

10º) Que se demore en excesivo la retirada en los pasillos de las habitaciones, los restos de desayunos depositada por los clientes, al retrasar la retirada de la habitación de los servicios por parte del personal del hotel.

IV. METODOLOGÍA

A. LOCALIZACIÓN Y TEMPORALIZACIÓN

La presente investigación se llevó a cabo en la Mansión Santa Isabella de la ciudad de Riobamba, Provincia de Chimborazo y tuvo una duración de seis meses.

B. VARIABLES

1. Identificación

- servicio de alimentos y bebidas a la habitación

2. Definición

El Servicio de Habitaciones (Room Service) es una prestación disponible en muchos hoteles donde los trabajadores del restaurant llevan alimentos y otros artículos a los huéspedes del hotel en sus propios cuartos, por lo general por una carga adicional. La importancia de este servicio es primordial, aunque generalmente se sirve a huéspedes en planes de viaje de negocios, que no quieren salir de sus habitaciones.

Este servicio implica la participación de muchos departamentos, la interrelación, así como la comunicación por parte de los departamentos participantes es de vital importancia, para satisfacer las necesidades del huésped.

3. Operacionalización

VARIABLE	INDICADOR	ESCALAS	
SERVICIO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS A LA HABITACIÓN	SERVICIO	ATENCIÓN AL CLENTE	MUY BUENO
			BUENO
			MALO
		SATISFACIÓN DEL CLIENTE	SATISFECHO
	INSATISFECHO		
	INSTALACIONES	Nº DE METROS ASIGNADOS (COMPARTIDOS)	BODEGA
			PRODUCCIÓN
			ALMAC. DE MATERIA PRIMA
	MENAJE Y EQUIPO MENOR	PROPIO DEL SERVICIO A LA HABITACIÓN	
		COMPARTIDO	
		Nº DE PIEZA * HUESPED	
	HORARIOS DE ATENCION	TRES TURNOS	7h00 - 15H00
			15H00 - 23H00
			23H00 - 7H00
	ESPACIO FÍSICO Y UBICACIÓN (COMPARTIDA)	BODEGA	
		COCINA CALIENTE	
		COCINA FRÍA	
		INDEPENDIENTE	
	TALENTO HUMANO	INDEPENDIENTE	
		COMPARTIDO	
PRECIOS	SIMILARES A LOS DEMÁS SERVICIOS		
	RECARGADOS ENTRE 1% AL 10%		
TIEMPO DE ENTREGA Y RECORRIDOS	5 MIN		
	8 MIN		
	10 MIN		
	ENTRE 10 Y 20 MIN		
	MAS DE 20 MIN		

C. TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

La presente investigación es de tipo descriptivo no experimental y de corte transversal por el tiempo de duración de la misma que se desarrolló en un periodo de tiempo determinado.

D. POBLACIÓN, MUESTRA O GRUPOS DE ESTUDIO

El trabajo de investigación se realizó a todos los empleados de la Mansión Santa Isabella.

PERSONAL	NÚMERO DE PERSONAS
Propietario	1
administrador	1
Cocineros	3
Ayudantes de cocina	3
Meseros	3
Mensajero	1
Cajero	1
TOTAL	13

Se trabajó con el total de la población con el método del censo debido al tamaño reducido de la muestra.

E. DESCRIPCIÓN DE PROCEDIMIENTOS

Los procedimientos que se utilizaron se basaron en las siguientes etapas:

- Para la investigación bibliográfica, se recopiló información de bibliotecas, internet, con el objetivo de seleccionar conceptos teóricos fundamentales relacionados con el tema de investigación, que sirvieron para la construcción de la investigación y para interpretación de resultados.
- La guía de observación permitió realizar un análisis situacional de cada una de las áreas de la Mansión Santa Isabella para determinar el cumplimiento de los procesos del servicio a la habitación.
- Las encuestas sirvieron de base para obtener información sobre el personal de la Mansión y determinar la necesidad de la implementación de un manual de procedimientos de alimentos y bebidas a la habitación.
- Esta investigación permitió mejorar la calidad del servicio, apuntando al cumplimiento de los procesos empleados las actividades cotidianas y alcanzar los objetivos formulados en la presente investigación.

V. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

A. DIAGNOSTICO DE LOS PROCESOS ACTUALES

Encuesta dirigida a los trabajadores de la Mansión Santa Isabella de la ciudad de Riobamba.

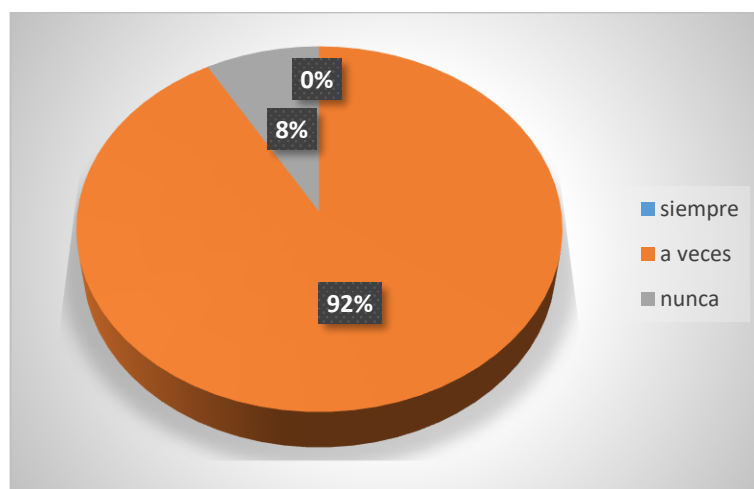
Pregunta 1: ¿La Mansión Santa Isabella cuenta con el servicio de alimentos y bebidas a la habitación?

Tabla 1 SERVICIO A LA HABITACIÓN

DETALLE	# DE PERSONAS	PORCENTAJE
Siempre	0	0%
A veces	11	92%
Nunca	1	8%
TOTAL	12	100%

Fuente: Encuesta al personal del Hotel.
Realizado por: Miguel Chávez

GRÁFICO 1 SERVICIO A LA HABITACIÓN



Fuente: Encuesta al personal del Hotel.
Realizado por: Miguel Chávez

Análisis

En la actualidad, muchos hoteles ofrecen el servicio de alimentos y bebidas a sus clientes como complemento por su alojamiento. Generalmente este servicio tiende a satisfacer diferentes tipos de clientes y sus numerosas necesidades. El Servicio de alimentos y bebidas a la habitación es una prestación disponible en muchos hoteles donde los trabajadores del restaurante llevan alimentos y otros artículos a los huéspedes del hotel en sus propias habitaciones, por lo general esto implica una carga adicional. La importancia de este servicio es primordial, aunque generalmente se sirve a huéspedes en planes de viaje de negocios, que no quieren salir de sus habitaciones.

Este servicio implica la participación de muchos departamentos, la interrelación, así como la comunicación por parte de los mismos es de vital importancia, con la finalidad de dar un buen servicio al huésped.

En el caso de la Mansión Santa Isabella el 92% de los encuestados indican que a veces cuentan con el servicio de alimentos y bebidas a la habitación, mientras que el 8% responde que nunca han puesto a disposición este servicio.

Los resultados confirman la necesidad de establecer un servicio eficiente pero sobre todo permanente de alimentos y bebidas a la habitación, es necesario tomar en cuenta que al ser parte de la cuenta de presentación del hotel, se constituirá en un servicio que captura la atención del cliente.

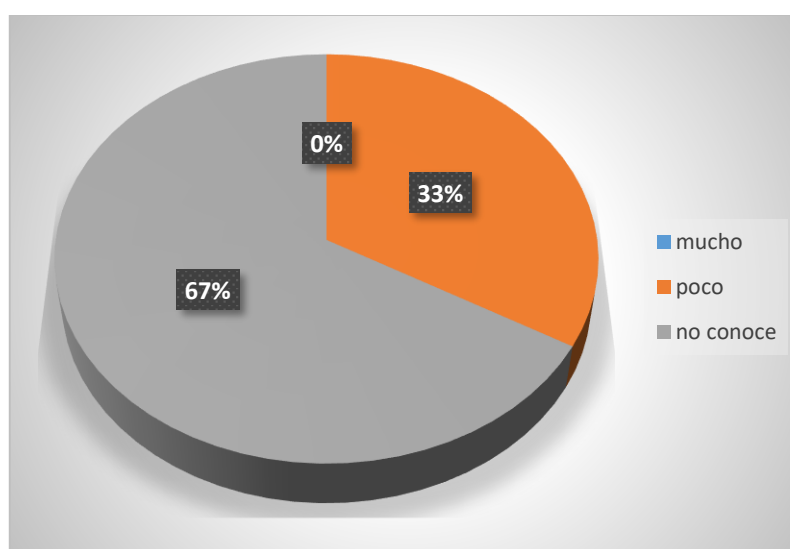
Pregunta 2: ¿Conoce sobre la importancia que tiene el brindar servicio de alimentos y bebidas a la habitación?

Tabla 2 IMPORTANCIA DEL SERVICIO A LA HABITACIÓN

DETALLE	# DE PERSONAS	PORCENTAJE
Mucho	0	0%
Poco	4	33%
No conoce	8	67%
TOTAL	12	100%

Fuente: Encuesta al personal del Hotel.
Realizado por: Miguel Chávez

GRÁFICO 2 IMPORTANCIA DEL SERVICIO A LA HABITACIÓN



Fuente: Encuesta al personal del Hotel.
Realizado por: Miguel Chávez

Análisis

Es tal la importancia del servicio a la habitación en un hotel, ya que debe tener asignado un perfil y una descripción de cargo exclusivo para la persona que vaya a desempeñar esta actividad. Habilidades y conocimientos administrativos,

técnicos, comerciales, humanos y gastronómicos en este último se refiere a manejo de términos y preparaciones que le faciliten la explicación del menú, estos son algunos los atributos que debe reunir.

En la Mansión Santa Isabella el 67% de las personas encuestadas no conocen sobre la importancia de servicio de alimentos y bebidas a la habitación y el 33% restante conoce poco sobre este servicio.

Con los resultados obtenidos al momento de realizar esta actividad no lo hacen de la manera adecuada ya que no saben qué tan influyente en el crecimiento económico de un hotel el brindar un buen servicio a la habitación, y las personas que poco conocen no lo hacen completamente y eso trae consigo molestias en los clientes que como resultado traen muchos problemas y pérdidas de materia prima, tiempo, mano de obra y lo más importante el prestigio del establecimiento se ve deteriorado y lógicamente esto se refleja en el crecimiento económico de la misma.

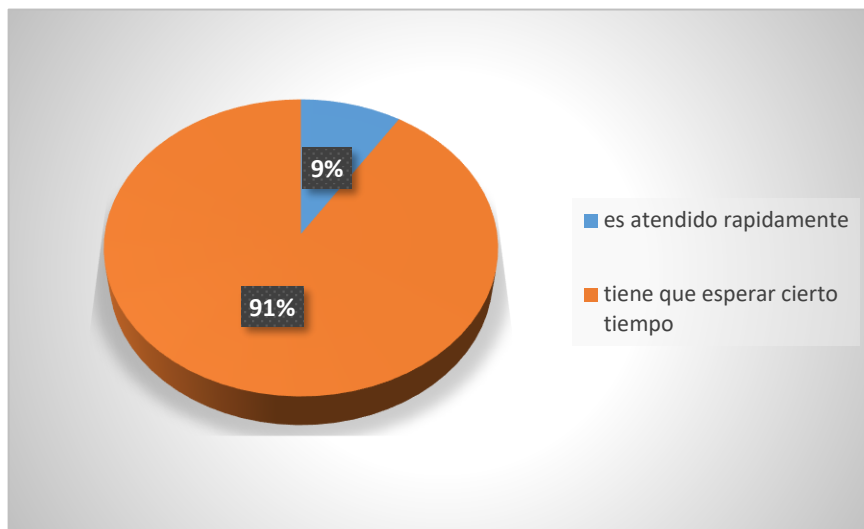
Pregunta 3: Cuando un cliente se hospeda en el hotel y solicita el servicio de alimentos o bebidas a la habitación:

Tabla 3 ATENCIÓN DEL SERVICIO A LA HABITACIÓN

DETALLE	# DE PERSONAS	PORCENTAJE
Es atendido rápidamente	1	9%
Tiene que esperar cierto tiempo	11	91%
TOTAL	12	100%

Fuente: Encuesta al personal del Hotel.
Realizado por: Miguel Chávez

GRÁFICO 3 ATENCIÓN DEL SERVICIO A LA HABITACIÓN



Fuente: Encuesta al personal del Hotel.
Realizado por: Miguel Chávez

Análisis

Los establecimientos que ofrecen el servicio de alimentos y bebidas tienen la obligación de dar un buen servicio al cliente por lo que tienen que contar con personal responsable y capacitado para que pueda dar un servicio de calidad,

con en este caso el servicio a la habitación debe tener un buen servidor por lo que puede tener muchas responsabilidades diferentes. El personal encargado de dicha actividad suele reponer artículos, tomar pedidos y entregar los mismos a cada habitación del hotel.

Los huéspedes del hotel podrán llamar al personal de servicio de habitación para hacer un pedido. El servidor tomará el pedido de comida y entregará a la cocina. Después de que el personal de la cocina prepara los alimentos, el encargado luego procede a colocarlo en el carro y entregar el pedido a la habitación.

El 91% de los resultados obtenidos menciona que el cliente tiene que esperar un cierto tiempo el cliente y el 9% afirma que es atendido inmediatamente, para el servicio a la habitación hay que seguir un sin número de pasos y cumplir con procedimientos necesarios para tener como resultado un buen servicio, el tiempo de espera por parte de los clientes influye notablemente en los niveles de satisfacción del mismo. Si una empresa hotelera tienen como meta ofrecer un servicio de alimentos y bebidas a la habitación debe tener como objetivo primordial el ofrecer un servicio de calidad, eficaz y eficiente que garantice por sobre todas las cosas la satisfacción del huésped y su seguro retorno.

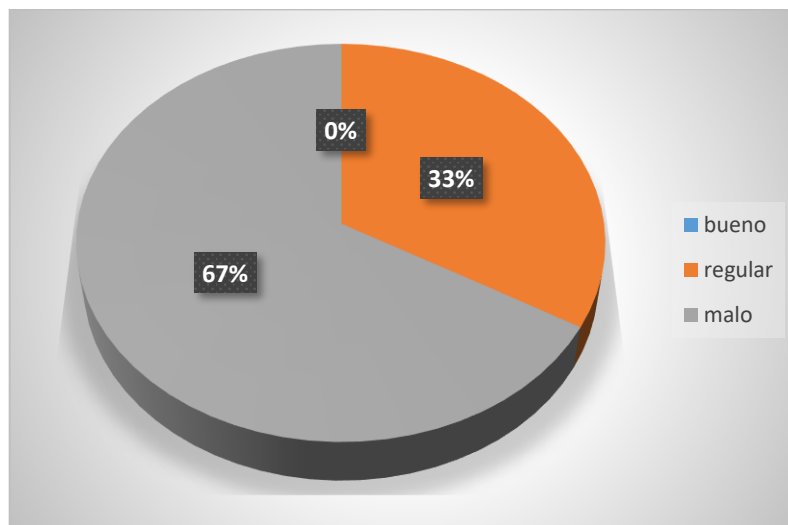
Pregunta 4: ¿Qué apreciaciones ha recibido por parte de los clientes en cuanto al tiempo de espera y el servicio a la habitación que ofrece el hotel?

Tabla 4 APRECIACIÓN DE LOS CLIENTES DEL SERVICIO A LA HABITACIÓN

DETALLE	# DE PERSONAS	PORCENTAJE
Bueno	0	0%
Regular	4	33%
Malo	8	67%
TOTAL	12	100%

Fuente: Encuesta al personal del Hotel.
Realizado por: Miguel Chávez

GRÁFICO 4 APRECIACIÓN DE LOS CLIENTES DEL SERVICIO A LA HABITACIÓN



Fuente: Encuesta al personal del Hotel.
Realizado por: Miguel Chávez

Análisis

El servicio a las habitaciones es un sistema operativo de servicio de comida que entrega lo que el cliente desee consumir. Este nivel de servicio, así como el determinar las preferencias de los clientes, eleva sus niveles de satisfacción como también el captar nuevos niveles. Las técnicas que se utilizan en un hotel

pequeño o grande deben ser igual a las técnicas que se aplica en los mejores hoteles del mundo.

Para llegar a dar un buen servicio al cliente, se tendrá que demostrar fuertes habilidades hacia la gente, ya que siempre estará en contacto con los mismos y en ocasiones se tendrá que recibir a los huéspedes, contestar los teléfonos y responder a una gran variedad de preguntas sin perder el profesionalismo, pero sobre todo la cordialidad.

En los resultado obtenidos se observa que el 67% de los trabajadores responden que el servicio brindado a los huéspedes es malo lo cual no solo causa mucha molestias sino preocupación pues, un cliente insatisfecho no regresa y su insatisfacción se refleja en el no recomendar al hotel a otros clientes.

Por otra parte el 33% señala que el servicio es regular, resultados que demuestran la necesidad de buscar mecanismos que puedan mejorar los niveles de satisfacción de los consumidores.

El resultado que demuestra la encuesta realizada en cuanto a las apreciaciones de los clientes en cuanto al tiempo de espera y servicio a la habitación indica que se debe mejorar notablemente, para alcanzar una total excelencia

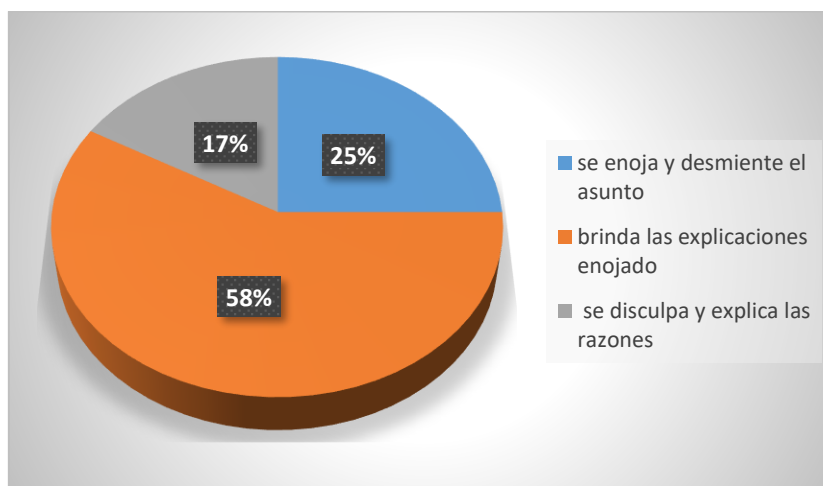
Pregunta 5: Si un cliente que se hospeda en el hotel, se queja del servicio de alimentos y bebidas, Ud.:

Tabla 5 SERVICIO Y ATENCIÓN AL CLIENTE

DETALLE	# DE PERSONAS	PORCENTAJE
Se enoja y desmiente el asunto	3	25%
Brinda las explicaciones enojado	7	58%
Se disculpa y explica las razones	2	17%
TOTAL	12	100%

Fuente: Encuesta al personal del Hotel.
Realizado por: Miguel Chávez

GRÁFICO 5 SERVICIO Y ATENCIÓN AL CLIENTE



Fuente: Encuesta al personal del Hotel.
Realizado por: Miguel Chávez

Análisis

En los establecimientos hoteleros es de gran importancia contar con el servicio de alimentos y bebidas para llenar las expectativas de sus clientes y ofrecer un

servicio completo a la hora de atenderlos. En los hoteles pequeños, muchas de las veces no realizan este servicio tan importante ya que piensan que solo se trata de servir, pero en realidad se trata de un servicio importantísimo que se debe tener mucho cuidado para que no existan errores y así satisfacer a los clientes.

El 58% de los encuestados manifestaron que cuando el huésped se queja del servicio de alimentos y bebidas ellos brindan las explicaciones en ocasiones enojados, muchas veces la forma de los reclamos les lleva a no saber cómo actuar frente a la circunstancias, cometiendo graves errores al momento de trato al cliente. Por otra parte el 25% de los encuestados se pronunciaron que se enojan y desmienten lo sucedido mientras que el 17% se disculpa y explica las razones del mal momento. Siendo esta última la forma correcta de dirigirse al cliente.

El servicio de alimentos y bebidas es una base importante en la operación de un hotel, al grado de que el ingreso generado por esta fuente es de gran rentabilidad. Se debe considerar que siempre en primer lugar está las necesidades del cliente, su importancia radica en la multifuncionalidad del servicio. El personal debe ser altamente capacitado para desempeñar con eficiencia y rapidez, las diversas funciones comprendidas dentro del concepto de servicio.

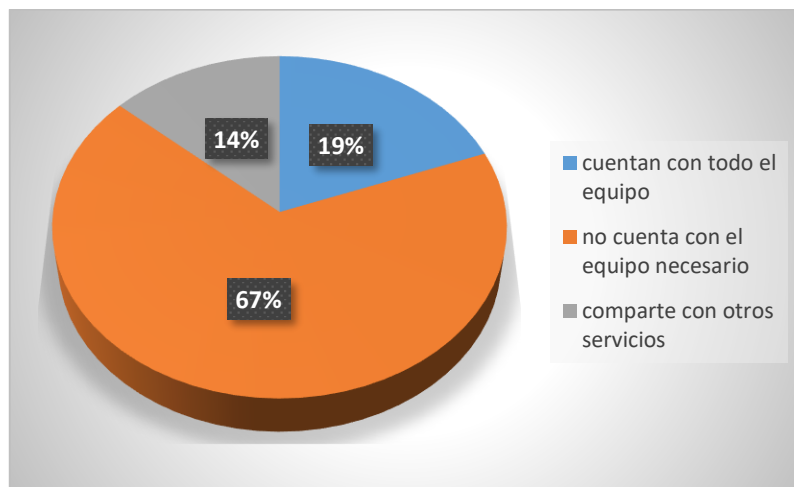
Pregunta 6: ¿Cuentan con el menaje y equipo menor que es utilizado para el servicio a la habitación?

Tabla 6 MENAJE Y EQUIPO PARA EL SERVICIO

DETALLE	# DE PERSONAS	PORCENTAJE
Cuenta con todo el equipo	2	14%
No cuenta con el equipo necesario	7	67%
Comparten con otros servicios	3	19%
TOTAL	12	100%

Fuente: Encuesta al personal del Hotel.
Realizado por: Miguel Chávez

GRÁFICO 6 MENAJE Y EQUIPO PARA EL SERVICIO



Fuente: Encuesta al personal del Hotel.
Realizado por: Miguel Chávez

Análisis

En todo establecimiento de alimentos y bebidas es importante que cuenten con el equipo necesario para una mejor presentación y servicio hacia el cliente, esto garantiza menor tiempo de espera y mayores niveles de satisfacción. El menaje

y equipo menor en el servicio a la habitación es de real importancia ya que su objetivo principal es las preparaciones.

El 67% de los encuestados se pronuncia diciendo que no dispone con el equipo necesario. El 19% opina que cuenta con todo el equipo y el 14% cree que comparten con otros servicios el menaje y equipo menor.

La Mansión Santa Isabella tiene la necesidad de implementar el presupuesto necesario para la adquisición de menaje y equipo menor para fortalecer la presentación, imagen y servicio a los clientes.

Se debe tener en cuenta que los alimentos con los niveles sensoriales atraen al paladar y garantiza el consumo. La agilidad en la entrega de pedidos a las habitaciones, calidad en cada uno de los productos es la prioridad en aquellas empresas que trabajan por mejorar los estándares de calidad.

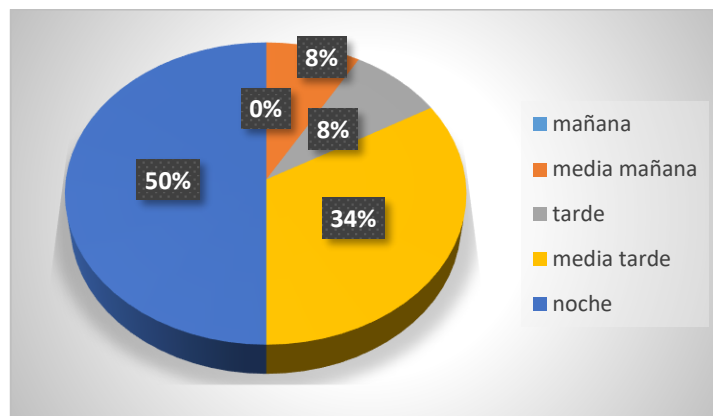
Pregunta 7: ¿Cuáles son los horarios con los que se cubre los requerimientos de servicio de alimentos y bebidas a la habitación?

Tabla 7 HORARIOS PARA EL SERVICIO A LA HABITACIÓN

DETALLE	# DE PESONAS	PORCENTAJE
Mañana	0	0%
Media Mañana	1	8%
Tarde	1	8%
Media tarde	4	34%
Noche	6	50%
TOTAL	12	100%

Fuente: Encuesta al personal del Hotel.
Realizado por: Miguel Chávez

GRÁFICO 7 HORARIOS PARA EL SERVICIO A LA HABITACIÓN



Fuente: Encuesta al personal del Hotel.
Realizado por: Miguel Chávez

Análisis

En la mayoría de establecimientos que ofrecen el servicio de alimentos y bebidas, los horarios establecidos son acorde a la demanda de clientes existentes, es decir tienen relación con el tiempo de permanencia del mismo. También es importante fortalecer personal cuando lo amerite, sean estos cuando

existan mayor afluencia de clientes, eventos y en feriados el personal que ingresa como refuerzo en épocas altas deben garantizar una formación especializada en temas innovadores, que permitirá mejorar la imagen organizacional.

Según la encuesta realizada el 50% cubre los requerimientos del servicio a la habitación en la noche, el 34% a la media tarde, el 8% en la tarde y el restante 8% en la media mañana.

Según estos resultados la mayor afluencia de clientes que pide el servicio a la habitación es en la noche, por lo que gran parte de los huéspedes son ejecutivos que prefieren mantenerse en la habitación. Otro porcentaje de clientes que piden el servicio es en la media tarde, estos son pedidos pequeños que pueden ser picaditas o bebidas. También manifestaron que el servicio a la habitación no lo realizan en la mañana porque el desayuno es parte del paquete del hospedaje.

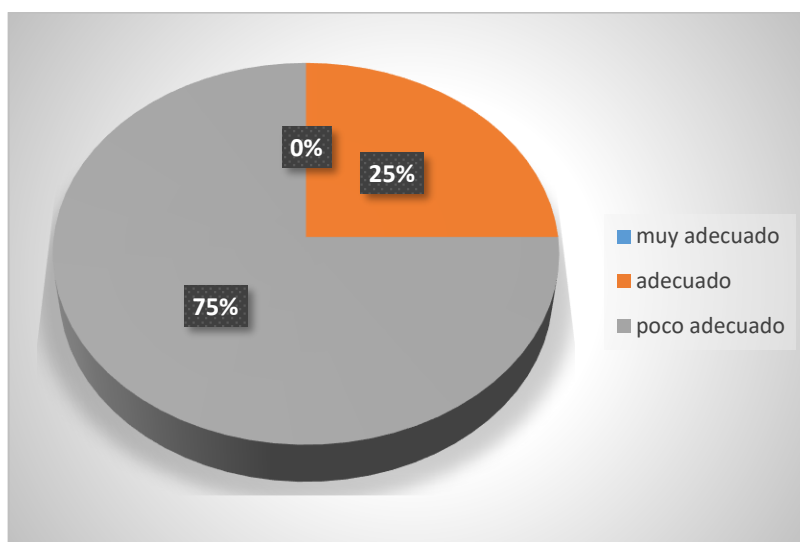
Pregunta 8: ¿Cómo es el espacio físico y ubicación para brindar el servicio a la habitación?

Tabla 8 ESPACIO FÍSICO Y UBICACIÓN

DETALLE	# DE PERSONAS	PORCENTAJE
Muy adecuado	0	0%
Adecuado	3	25%
Poco adecuado	9	75%
TOTAL	12	100%

Fuente: Encuesta al personal del Hotel.
Realizado por: Miguel Chávez

GRÁFICO 8 ESPACIO FÍSICO Y UBICACIÓN



Fuente: Encuesta al personal del Hotel.
Realizado por: Miguel Chávez

Análisis

Generalmente en establecimientos de alimentos y bebidas deben contar con espacio adecuado para poder realizar el trabajo de una manera adecuada, ordenada y segura para tener buenos resultados, debe estar ubicado en una

zona estratégica abasteciendo así a los diferentes servicios de forma rápida para la satisfacción de los huéspedes.

Las órdenes del servicio a la habitación son recibidas en una oficina especializada, ubicada junto a la cocina de producción. La oficina de servicio de habitaciones incluye áreas de almacenamiento de los elementos de servicio tales como carros de ruedas y cubiertas de placas de acero, así como estantes para botellas y material de vidrio utilizado en el servicio de habitación. Y en los refrigeradores se utilizan para almacenar bebidas de servicio de habitación, tales como jugos, soda y leche.

El 75% de las personas encuestadas piensan que el espacio y ubicación es poco adecuada y el 25% restante opina que es adecuado. Es importante considerar la opinión del personal, pues, sus experiencias en el trato con el cliente, pueden proporcionar información que canalizada correctamente pueden servir para mejorar el servicio.

Los empleados manifestaron que disponen del espacio físico, pero está mal distribuido y mal ubicado algunos equipos y zonas, por lo que necesitan de una reestructuración sencilla para mejorar este servicio, pues tal como se halla actualmente trae complicaciones al momento de ingresar la comanda, al igual que a la salida, del pedido teniendo como resultado pérdida de tiempo y clientes insatisfechos.

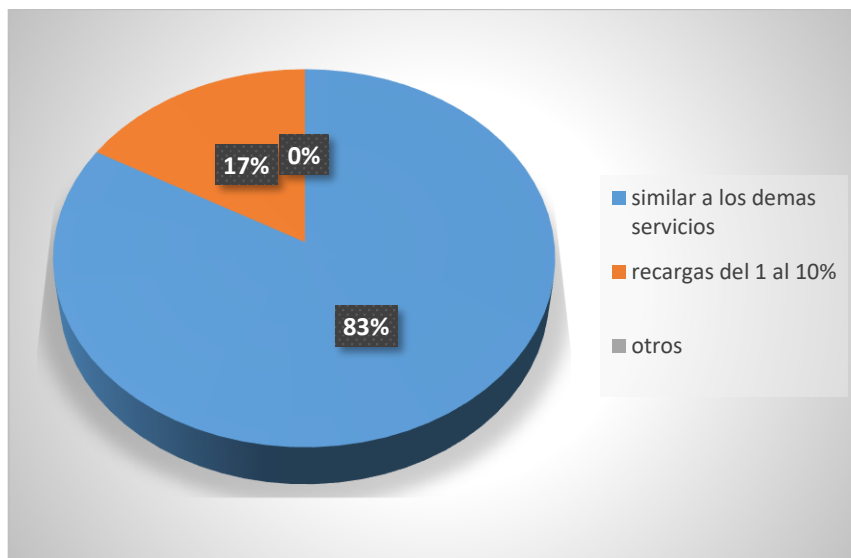
Pregunta 9: ¿Cuál es el valor a pagar del servicio a la habitación?

Tabla 9 VALORES QUE SE PAGA POR EL SERVICIO A LA HABITACIÓN

DETALLE	# DE PERSONAS	PORCENTAJE
Similar a los demás servicios	10	83%
Recargas del 1 al 10%	2	17%
Otros	0	0%
TOTAL	12	100%

Fuente: Encuesta al personal del Hotel.
Realizado por: Miguel Chávez

GRÁFICO 9 VALORES QUE SE PAGA POR EL SERVICIO A LA HABITACIÓN



Fuente: Encuesta al personal del Hotel.
Realizado por: Miguel Chávez

Análisis

Los clientes o huéspedes pagan para tener un buen servicio y más aún si agregan o piden un servicio adicional, éste debe ser excelente y de calidad por lo que en todo establecimiento hotelero se recarga un porcentaje lo adicional.

En el servicio a la habitación se debe cobrar un extra, este va en un rango de 1% a 10% según la calidad de servicio que esté dando el establecimiento.

Por lo tanto si la Mansión Santa Isabella tiene como objetivo entregar un mejor servicio que le genere mayores ingresos en condiciones favorables, es necesario que exista un mejoramiento constante de sus procesos, precios y productos.

Es importante realizar estudios periódicos de mercado sobre los costos del servicio y el movimiento de los competidores para poder mantenerse como una institución líder en el mercado.

Según los resultados obtenidos el 83% son similares a los demás servicio, el 17% responde que se recarga del 1% al 10% adicional por el servicio prestado.

En la Mansión Santa Isabella rara vez se está cobrando un valor adicional por realizar el servicio a la habitación, esto se debe al no saber los procesos y no poder dar un excelente servicio, peor aún este establecimiento hotelero no cobra un extra al realizar este servicio.

Inclusive por el desconocimiento de procesos han preferido limitar su servicio únicamente de hospedaje. Se debe considerar que el servicio adicional de alimentos y bebidas puede generar mejores ingresos a la empresa hotelera.

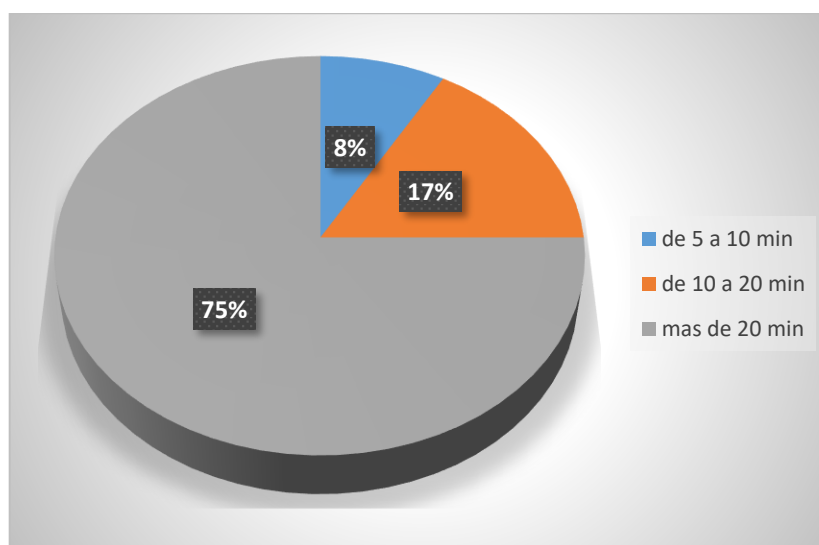
Pregunta 10: ¿Cuánto se demora en el tiempo de entrega y recorrido de los alimentos hacia la habitación?

Tabla 10 TIEMPOS DE ENTREGA Y RECORRIDOS

DETALLE	# DE PERSONAS	PORCENTAJE
De 5 a 10 min	1	8%
De 10 a 20 min	2	17%
Más de 20 min	9	75%
TOTAL	12	100%

Fuente: Encuesta al personal del Hotel.
Realizado por: Miguel Chávez

GRÁFICO 10 TIEMPOS DE ENTREGA Y RECORRIDO



Fuente: Encuesta al personal del Hotel.
Realizado por: Miguel Chávez

Análisis

Los clientes deben ser atendidos de manera rápida para un servicio de calidad y que no exista ningún inconveniente al momento de ser atendidos. Es por ese

motivo que no se puede dejar pasar por alto el tema del tiempo de espera y recorrido de entrega del pedido al cliente.

Los tiempos de espera en el servicio de alimentos y bebidas a la habitación son bien amplios ya que es por la demora de las preparaciones y a este tienen que cargarle la trayectoria del recorrido hacia la habitación, es por esta razón que se le hace un poco molesto esperar a los huéspedes, por lo que un cliente impaciente solo puede esperar cinco minutos. Por otro lado si las preparaciones fuesen rápidas se lo llevaría inmediatamente o a su vez si solo fuese alguna bebida se lo haría de igual manera.

De los resultados obtenidos el 75% de los encuestados manifestaron que la entrega del pedido al cliente se lo realiza 20 minutos después, el 17% respondieron que tardan alrededor de 10 a 20 minutos en servir la orden y el 8% piensan que la entrega de los pedidos se realiza de 5 a 10 minutos.

En su gran mayoría coinciden que el tiempo de espera es demasiado largo por lo que no es aceptable por ningún tipo de huésped ya que se tarda mucho al momento de entregar la orden, pero cuando el cliente solicita bebidas o snack es atendido inmediatamente pero sin ningún proceso adecuado por lo que siente insatisfacción debido al tiempo correcto.

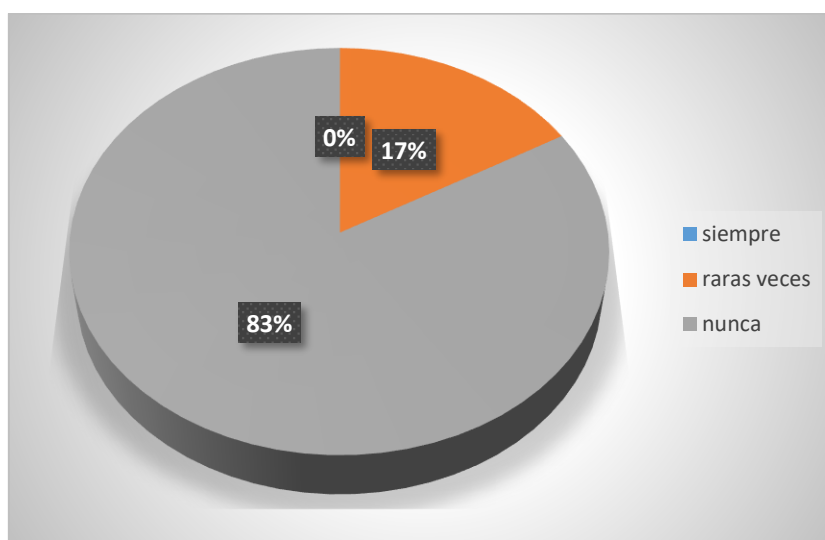
Pregunta 11: ¿Ha recibido capacitación en este tipo de servicios de alimentos y bebidas a la habitación?

Tabla 11 CAPACITACIÓN SOBRE EL SERVICIO A LA HABITACIÓN

DETALLE	# DE PERSONAS	PORCENTAJE
Siempre	0	0%
Raras veces	2	17%
Nunca	10	83%
TOTAL	12	100%

Fuente: Encuesta al personal del Hotel.
Realizado por: Miguel Chávez

GRÁFICO 11 CAPACITACIÓN SOBRE EL SERVICIO A LA HABITACIÓN



Fuente: Encuesta al personal del Hotel.
Realizado por: Miguel Chávez

Análisis

Es importante contar con un sistema de capacitación y motivación que involucre a todo el personal que interviene en el proceso puesto que debe existir una clara definición de tareas y responsabilidades, para ser previsible los resultados y

reducir constantemente la cantidad de problemas y sobre todo el número de clientes insatisfechos.

La implementación de procesos de capacitación para mejorar el servicio a la habitación, permitirá un mayor control de gastos y resultados reflejaran el grado de satisfacción de los clientes y en los puntos críticos se podrá rectificar aquellos aspectos susceptibles que necesita ser superados.

Al mejorar la calidad del servicio a la habitación se podrá lograr que el personal cambie y optimice los recursos que poseen, además de mejorar la actitud y relación con los clientes, estos son los factores esenciales para lograr una atención y servicio de calidad al cliente.

El 83% de los encuestados nunca han recibido una capacitación acerca del servicio de alimentos y bebidas a la habitación, ha sido participe de un proceso similar, mientras un 17% afirma que rara vez, por lo que se considera necesaria la implementación de un sistema de capacitación para el personal que labora en la Mansión Santa Isabella.

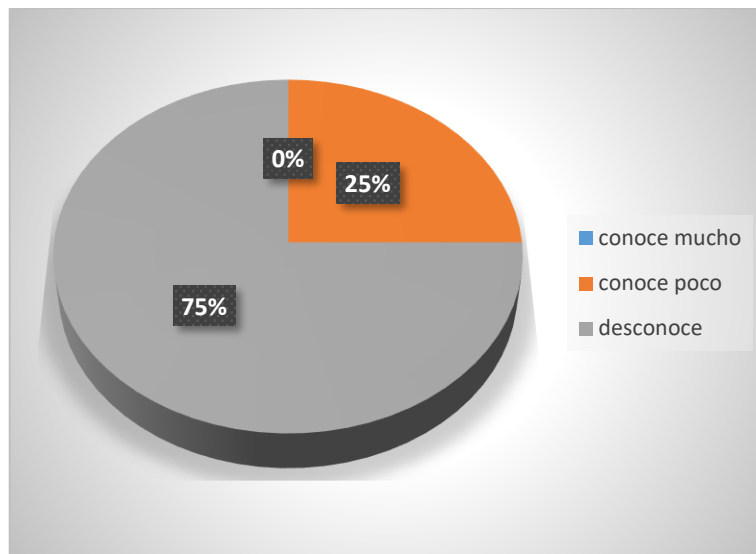
Pregunta 12: ¿Conoce los procedimientos adecuados al momento de realizar el servicio de alimentos y bebidas a la habitación?

Tabla 12 PROCEDIMIENTO DEL SERVICIO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

DETALLE	# DE PERSONAS	PORCENTAJE
Conoce mucho	0	0%
Conoce poco	3	25%
Desconoce	9	75%
TOTAL	12	100%

Fuente: Encuesta al personal del Hotel.
Realizado por: Miguel Chávez

GRÁFICO 12 PROCEDIMIENTOS DEL SERVICIO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS



Fuente: Encuesta al personal del Hotel.
Realizado por: Miguel Chávez

Análisis

El cliente es la persona más importante al momento de ser atendido, por lo tanto todo servicio que se realice se debe seguir un proceso adecuado ya que no se

trata de sonreírle en todo momento, la idea es tener una buena comunicación que permita saber qué desea, cuándo desea y cómo desea recibir atención.

Es por eso muy importante cumplir con todos los procesos que tiene relación con el servicio a la habitación, ya que a veces tiene algo de complejidad, el mismo requiere tener contacto con otros departamentos el manejo adecuado de equipos, utensilios y personal capacitado para poder cumplir con este servicio.

La encuesta realizada demostró que el 75% de los encuestados desconoce sobre los procedimientos del servicio a la habitación, mientras que el 25% conoce poco, situación que refleja la necesidad urgente de promover procesos de capacitación del personal, sobre todo si el hotel tiene como meta inmediata el contar con un servicio adicional a las habitaciones.

Con los resultados obtenidos la Mansión Santa Isabella no está garantizando una atención de calidad, es necesario que todo el personal que va a intervenir en el servicio a la habitación conozca sobre los procesos.

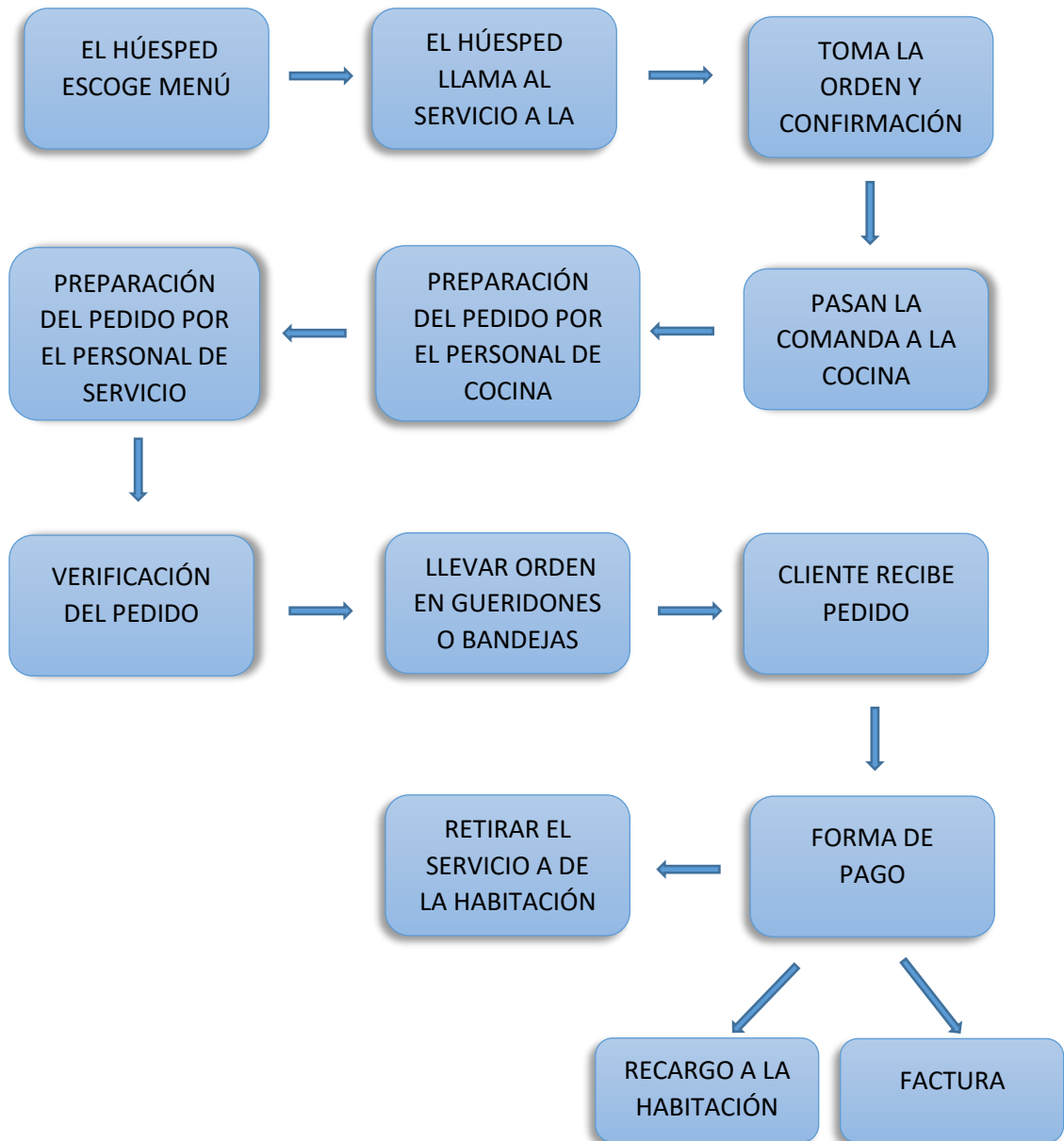
VI. CONCLUSIONES

- Este establecimiento hace todo lo posible para satisfacer las necesidades de los clientes, pero se ha podido constatar que no es lo suficiente para agrandar al cliente pues el mismo demanda una mejor atención en el servicio a la habitación.
- Al analizar los procesos existentes en la Mansión Santa Isabella se determinó que los procedimientos que se aplican en el servicio a la habitación son inadecuados por lo que provocan mal estar en los clientes ya sea por el tiempo, de espera por el trato recibido por la ausencia de servicios adicionales.
- Mediante la investigación realizada se pudo apreciar que los tiempos de entrega y recorrido tardan demasiado, esto es por lo que no cuentan con el menaje y equipo necesario para realizar este servicio.
- Se determina que en la Mansión Santa Isabella tiene la necesidad urgente de implementar el servicio de alimentos y bebidas a la habitación, pues los clientes son cada vez más exigentes y requieren de servicios de calidad.
- Con este estudio se demuestra que es necesario la implementación de un sistema de capacitación para que mejore la atención y el servicio a la habitación en la Mansión Santa Isabella.

VII. RECOMENDACIONES

- Se recomienda que la Mansión Santa Isabella brinde un buen servicio a la habitación, manteniendo los estándares de calidad.
- El personal debe tener el conocimiento necesario para poder cumplir correctamente con los procedimientos del servicio a la habitación.
- Es importante promover programas de capacitación en servicio al cliente dirigido al personal que labora en la Mansión Santa Isabella.
- Se recomienda determinar de manera oportuna las necesidades de los clientes para poder satisfacerlo y poder mantener su fidelidad hacia el establecimiento.
- Para mejorar la atención y servicio es necesario implementar un manual con todos los procesos y conocimientos del servicio a la habitación para que se capacite al personal de la Mansión Santa Isabella.

B. PROCESOS PARA EL SERVICIO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS A LA HABITACIÓN



Realizado por: Miguel Chávez

VIII. PROPUESTAS

C. MANUAL DE PROCEDIMIENTOS

MANUAL DE PROCEDIMIENTOS PARA EL SERVICIO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS A LA HABITACIÓN DE LA MANSIÓN SANTA ISABELLA

I. INTRODUCCIÓN

La Mansión Santa Isabella es un hotel boutique, ubicado en una hermosa casa colonial restaurada en el centro de Riobamba. Es la inspiración de una pareja Inglés / ecuatoriana y sus familiares. El hotel pone énfasis en un servicio cálido, personalizado, lleno de historia. Calidez y confort moderno en un entorno clásico, es su carta de presentación asegurando de que todos sus huéspedes disfruten de Riobamba y sus alrededores, pero sobre todo logrando su total satisfacción y como también su retorno y la recomendación de los servicios a otros visitantes.

El Hotel, una casona antigua de arquitectura andaluz con más de un siglo de existencia, posee el balance perfecto entre modernismo y tradición: la decoración, pinturas, rocas y flores, armonizan cada rincón de nuestro espacio.

Cuenta con habitaciones de lujo conectadas por pasillos y balcones llenos de hermosas flores y plantas propias de la región. Ambientes ejecutivos y familiares y forman parte del mismo, glamour en cada una de sus habitaciones matrimoniales, simples, dobles o triples.

El deleite es el lema del restaurante, se ofrecen platillos sanos con sabor exquisito, preparaciones nacionales e internacionales, por otra parte está el bar denominado “La Cueva del Cura” que se encuentra ubicado debajo de la casa, donde se podrá disfrutar de un buen ambiente, muy adecuado, elegante y donde el visitante podrá degustar las más exquisitas preparaciones a base de licor como también una diversidad de cocteles que forman parte de la carta del restaurante.

A. SERVICIO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS A LA HABITACIÓN

El servicio a la habitación de la Mansión Santa Isabella es un área que se dedica al servicio de atención a los huéspedes que no deseen acudir a establecimientos fuera del hotel por motivos de reuniones de negocios, comodidad, privacidad, etc. Este departamento cuenta con un personal profesional y orientado al servicio. Este nivel de servicio, eleva su satisfacción a nuevos horizontes.

Es primordial que el personal a cargo del servicio se sienta comprometido con la empresa cumpliendo con los estándares de calidad para ello tomara en cuenta todos los lineamientos necesarios para lograr el objetivo propuesto.



II. OBJETIVO

- Mejorar el servicio de alimentos y bebidas a la habitación con el fin de satisfacer las necesidades del cliente mediante el cumplimiento de procedimientos estandarizados.

III. USO DEL UNIFORME

El uniforme del establecimiento debe de estar siempre limpio, bien planchado y con la botonadura completa. El calzado debe encontrarse bien lustrado y es recomendable el tacón de goma. Las recomendaciones especiales para los empleados son:

Para hombre:

- Camisa blanca manga larga.
- Corbatín
- Chaleco negro.
- Pantalón negro.
- Zapato de presentación.



Para mujer:

- Blusa blanca con corbatín.
- Chaleco negro.
- Pantalón negro.
- Zapato negro para mujer.

III. SERVICIO EN BANDEJA O GUERIDÓN

3.1. SERVICIO EN BANDEJAS

El montaje de bandejas para el servicio a la habitación se realizará en función del pedido de los clientes, en cualquier caso la bandeja debe de estar montada de la siguiente manera:



- Vestida con un cubre bandejas.

- Portar todos los materiales necesarios (cubiertos, servilletas, platos, copas, etc.) Para el servicio y consumo de lo solicitado por el cliente/a. Se debe tener estricto cuidado en que se encuentre todo el equipo y menaje para el servicio

- Los platos calientes se transportan a la habitación con campanas apilables y tan pronto para evitar que los alimentos cambien sus características sensoriales .

- Además el camarero/a deberá llevar en la bandeja la comanda con el pedido del cliente/a, debidamente cumplimentada para su firma y posterior facturación. .

3.2. SERVICIO EN GUERIDÓN

En estos carros se debe llevar todo el material y complementos para desarrollar el posterior servicio. Están provistos de ruedas en sus cuatro patas y cuentan con dos medias lunas abatibles en cada extremo del carro para aumentar su tamaño o convertirlo en mesa. En este caso el camarero entra con el carro en la habitación y procede a su adaptación.



Para el montaje de este tipo de servicios, el personal tendrá preparado bandejas o carros para atender las diferentes ofertas del establecimiento.

IV. PROCESOS PARA EL SERVICIO A LA HABITACIÓN

4.1. TOMA DEL PEDIDO

En la Mansión Santa Isabella, quien se encarga de tomar el pedido será el personal de recepción, para el efecto se tomará en cuenta los siguientes aspectos.



1. El recepcionista levantará el auricular saludando de acuerdo a la hora del día, por ejemplo: buenos días
- ¿En qué le puedo servir?



2. El cliente responderá: que desea el servicio a la habitación y el recepcionista procederá a atenderle de la forma más cordial y prestando mucha atención.



3. Solicitará el número de habitación, el mismo que será confirmado.
- Se le tomará la orden, culminando una frase concluyente como: ¿desea ordenar algo más? y una frase de cortesía: gracias por su pedido



4. En caso de que el cliente no haya seleccionado ninguna bebida se le ofrecerá preguntando lo siguiente: ¿le gustaría algo de beber?
- Al finalizar se le debe confirmar su pedido repitiendo cada opción solicitada con la mayor cortesía.



5. Se despedirá cordialmente con frases como: Que tenga un buen día en(tiempo) llegará su pedido. Es un placer atenderlo.
- Gracias

La orden tomada se hace por triplicado. La una copia se pasará a cocina, la otra al personal del servicio a la habitación (servicio) y la última se queda en recepción para facturar y cobrar. Debe ser escrita con letra totalmente legible para evitar cualquier tipo de confusión.

4.2. PREPARACIÓN DEL PEDIDO

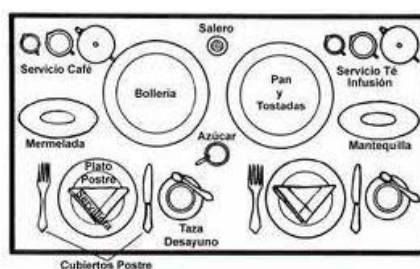
4.2.1 DESAYUNO

En el desayuno se tiene un mise en place establecido por lo que se sirve el mismo a todos los huéspedes ya sea en el restaurant o en las habitaciones. Consta de huevos revueltos, frutas de temporada, leche, agua, jugo, pan, mantequilla.

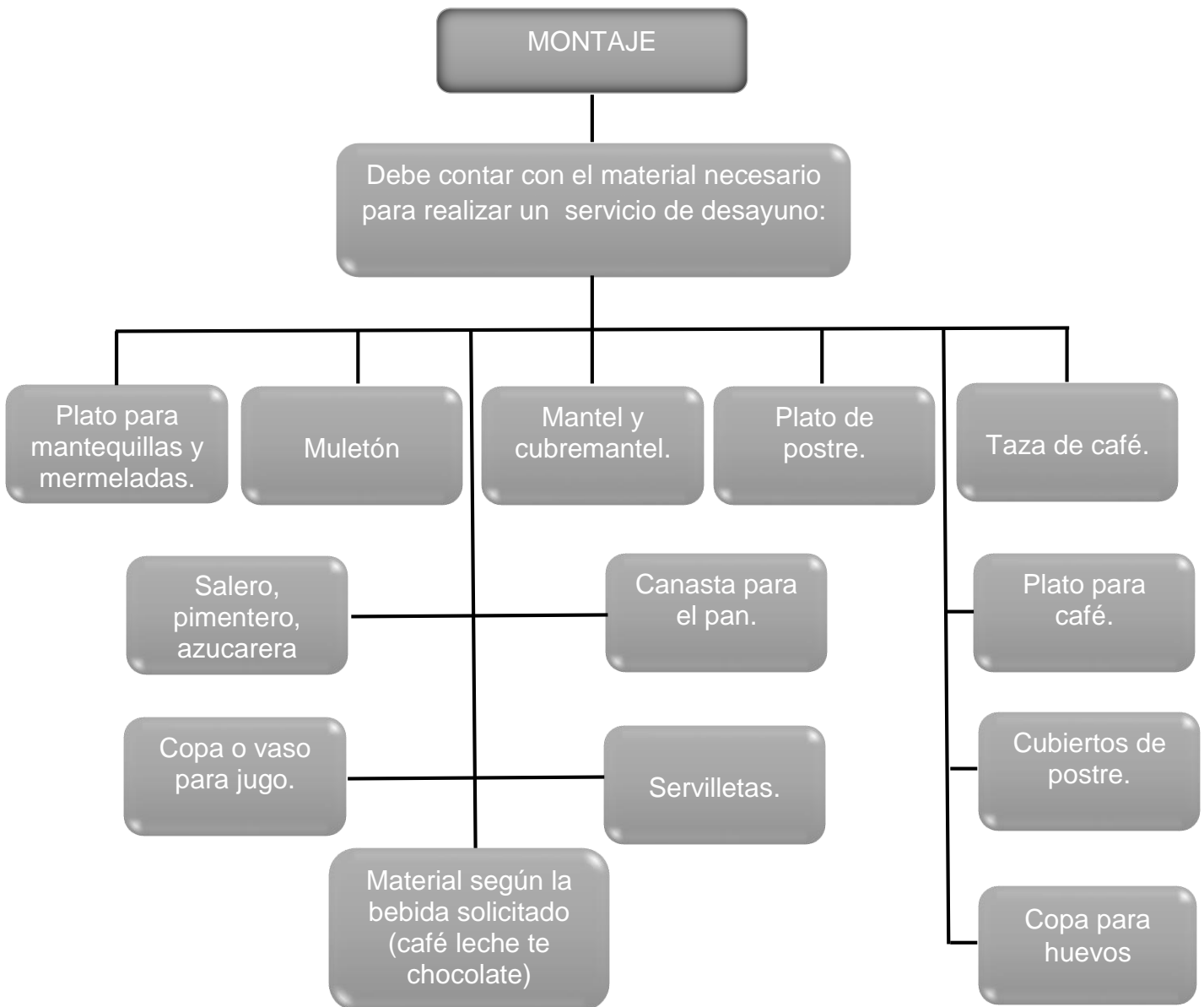
En algunos casos piden opciones diferentes, por lo que se lo realiza en ese momento y se lo sirve.

En este caso el camarero entra con el carro o la bandeja a la habitación, si es en carro procede a la adaptación como mesa, elevando las dos medias lunas para aumentar su tamaño. Los carros deben ir con su respectiva mantelería, mantel y cubremantel y si es en bandeja se lo servirá donde el cliente lo desee, este servicio es más simple pero requiere de mucha atención.

Servicio de desayuno en bandeja



El mise en place y la dotación de material necesario para realizar un servicio de desayuno en carro es el siguiente:









Realizado por: Miguel Chávez

4.2.2. ALMUERZO U OTRA COMIDA

El servicio a la habitación se debe realizar cuidadosamente al momento de cumplirlo, ya que es motivo de muchas quejas por parte de los clientes si no se cumple con sus expectativas. Por esta razón, es necesario coordinar entre los departamentos que intervienen en este servicio: restaurante, cocina, pisos y recepción el cumplimiento de las actividades que corresponde a cada uno y de la forma más oportuna.

El mise en place y el equipo necesario para realizar un servicio del almuerzo u otra comida es el siguiente:

-  Mantel
-  Cuchillo y tenedor de asado y cuchara de postre.
-  Copa o vaso
-  Plato trincherero con campana para platos calientes
-  Plato para postre
-  Salero y pemintero
-  Azucarera
-  Servilleta

4.3 LLEVAR EL SERVICIO



El mesero debe revisar la mesa que servirá, llevará a la habitación que corresponda cuidadosamente, evitando tropezones y el molesto ruido de platos y cubiertos. El carro debe ser empujado desde la parte trasera para tener mejor control sobre el mismo.

Si en la puerta está colgado el aviso de "no moleste" se debe llamar al huésped desde el teléfono del piso para decirle que su pedido espera, si no hay ningún aviso, golpee la puerta de forma discreta, para no molestar a los demás usuarios.



4.3.1. INGRESO A LA HABITACIÓN



Se ingresará saludando agradablemente y hablando en voz baja; según la hora del día.



Se pedirá permiso para pasar



Se entrará de espalda, tirando de la mesa suavemente sin extender la vista hacia lugares que no interesen, diciendo: Por favor, ¿dónde desea que le sitúe la mesa?



Se preguntará si desea algo más o si le puede ayudar en algo más que necesite el cliente.



También se debe preguntar cuándo desea que se retire el pedido.



Se despedirá de forma cordial: Con permiso, hasta luego, un placer atenderlo.

4.4. RECOGIDA DEL SERVICIO

Las normas para la recogida del servicio son varias, pero nunca se deber hacer antes de que transcurra un tiempo prudencial. De todas formas, lo más habitual es dejarlo y retirarlo cuando se arregle la habitación, o bien solicitar el cliente que llame cuando desee su retirada.

Una vez que se ha recogido el servicio, se desmonta la bandeja o carro, enviando todos los enseres al departamento que corresponda.

4.5. FORMA DE PAGO

4.5.1. RECARGO A LA HABITACIÓN

Cuando el cliente pide que la cuenta se cargue a la habitación, se cobrará de forma total al momento de salir del establecimiento y se entregará una sola factura.



4.5.2. FACTURA

Se tendrá que tomar los datos del cliente para llenar la factura y llevarle la cuenta a la habitación para que cancele en ese momento.

V. MATERIALES Y UTENSILIOS DEL SERVICIO

Son el conjunto de instrumentos, muebles y equipos especiales que se encuentran dentro de un restaurante, de los cuales dispone el personal que en el labora para la realización de sus tareas.

5.1. BANDEJAS



5.2. CALENTADORES

Las mesas para el servicio a las habitaciones están provistas en la base de su estructura de un aditamento que permite insertar firmemente el calentador, cuyo uso es imprescindible



Realizado por: Miguel Chávez

5.3. TERMOS

Este utensilio tiene muchas aplicaciones, prácticas en el servicio de líquidos fríos o calientes.

Se utiliza para:

- A) Llevar el café
- B) Bebidas calientes.



De usarse para llevar leche se lavará bien y si es posible se utilizar nada más que para este fin.

Las demás infusiones como son el té, etc. se llevarán en teteras y el agua caliente en cafeteras.

El agua helada para las comidas, para cuando la solicite el usuario se llevará en jarras. Se tendrá especial cuidado en la limpieza de su tapa que tiende a coger mal olor.

5.4. PERIÓDICO

El periódico se colocará doblado sobre la mesa después de montada, en el almuerzo o comida, se lo llevará al usuario cuando lo ordene.



5.5. FLORES



Se colocarán sobre la mesa en un florero muy pequeño y bajito para mayor estabilidad.

Se usarán en el desayuno y en el almuerzo o comida cuando se utilice mesa auxiliar.

5.6. LENCERÍA

Conjunto de piezas confeccionadas con diferentes tipos de telas, variados colores y tamaños, que se utilizan para realizar el servicio dentro de un restaurante.

Muletón: estas piezas son elaboradas generalmente de material absorbente como pana, lana o fieltro. Son utilizados para proteger la mesa y el mantel, al mismo tiempo sirve para amortiguar los ruidos de los platos y cubiertos y evitar que el mantel se deslice. El muletón es usualmente fijado a la mesa con cauchos diagonales ubicado en cada esquina del mismo.



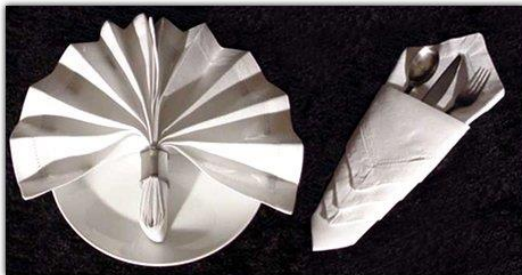


Manteles: Generalmente son elaboradas en lino u otro tipo de tela, la calidad y colores va de acuerdo al tipo y decoración del restaurante. El tamaño es determinado por las dimensiones de las mesas del restaurante.

Cubremantel o Sobremantel: Estas son piezas elaboradas en los mismos tipos de tela de los manteles, y su finalidad es proteger al mantel, su tamaño es acorde con la mesa que se ha de cubrir.



Servilletas: Estas son elaboradas en tela y son para uso exclusivo de los



clientes; sus medidas varían entre 35 y 50 cms por cada lado de acuerdo a la política de la gerencia. Esta nunca se debe colocar con la mano (se puede

colocar un guante o con pinza) ya que se puede contaminar la servilleta con gérmenes o bacterias y luego estas pasarían al cliente cuando la pasa por su boca.

Lito (pañó de servicio): Son piezas rectangulares de tela para uso exclusivo del personal de servicio. Se utilizan para sujetar utensilios y también como protector para las manos en caso de transportar útiles calientes.




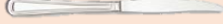
5.7. CARROS



En estos carros se debe llevar todo el material y complementos para desarrollar el posterior servicio. Están diseñados de ruedas en sus cuatro patas y cuentan con dos medias lunas abatibles en cada extremo para aumentar su tamaño o convertirlo en mesa. En este caso el camarero entra el carro en la habitación, y procede a su adaptación.

5.8. CUBERTERÍA


Son el conjunto de piezas elaboradas de diferentes materiales, formas y tamaños, que se emplean en el restaurante para el consumo de los diferentes platos que se ofrecen.

NOMBRE	DESCRIPCIÓN	GRÁFICO
TENEDOR	Tiene cuatro dientes, sirve para trinchar cárnicos y otros alimentos.	
TENEDOR PARA POSTRE	Es pequeño, con tres dientes, se usa para postres de consistencia blanda como tortas, flanes y similares.	
CUCHARA PARA POSTRE	Es un poco más grande que la de café, se ubica para porcionar postres blandos y recoger los almibares o líquidos que lo acompañen.	
CUCHARA PARA SOPAS, CREMAS, CALDOS, CONSOMÉ	Es semigrande y se utiliza para el consumo de sopas, cremas, consomé etc.	
CUCHARA PARA CAFÉ	Se usa para revolver el azúcar en la taza de café, té o chocolate, se monta especialmente en el servicio de desayunos.	
CUCHILLO PARA CARNES	Con sierra en el borde principal, mango normal, se usa para corte de cárnicos en general res, cerdo, aves, cordero etc.	

5.9. CUBERTERÍA ORTOPÉDICA

Es el conjunto de piezas confeccionadas con diferentes tipos de materiales (cerámica, porcelana, barro, etc.), y de varias formas y tamaños empleadas en un restaurante para servir los alimentos.

Las principales piezas que se utilizan en un servicio son:

NOMBRE	DESCRIPCIÓN	GRÁFICO
PLATO HONDO	En este se sirve sopas, potajes, y arroces. Su tamaño es de 22 a 24 cms aproximadamente.	
PLATO MANTEQUILLERO	Se utiliza para servir porción de mantequilla y/o mermelada, su tamaño es de 8 cms de diámetro.	
PLATO PARA PASTAS	Tiene las mismas medidas del plato hondo pero sin borde a manera de tazón.	

**PLATO
TRINCHERO**

Se emplea como plato base o para el servicio de platos fuertes, carnes o guisos, su tamaño varía entre 26 y 31 cms.



NOMBRE	DESCRIPCIÓN	GRÁFICO
PLATO FUERTE	Se sirven los alimentos principales como cárnicos y vegetales.	
PLATO PARA PAN	Es más pequeño que el de postres y se utiliza para colocar el pan que acompaña el menú, tiene 14 cms de diámetro	
TAZA PARA CONSOMÉ, CREMAS, BISQUE	Generalmente está provisto de dos asas. Debe poseer plato base, tiene una capacidad de 320 cms cúbicos.	
PLATO PARA FRUTA	Su tamaño es de 18 cms de diámetro, se utiliza para servir postres en general, acompañamientos especiales como ensaladas, arroz, frutas y varios.	
PLATO PARA POSTRE O ENSALADA	Es semi hondo y tiene un diámetro de 18 cms	

Otros: Plato para café o té, taza para café o té, Bandejas ovaladas, redondas y rectangulares, ensaladeras, lecheras, cafeteras, azucareras, copa para huevos, salseras, etc.

5.10. CRISTALERÍA

En este grupo se encuentra el material necesario para el servicio de bebidas. Su diseño y estilo obedecen a las características clásicas de acuerdo a las diferentes bebidas, de formas y tamaños variados.



En nuestro idioma hay diferencia entre vidrio y cristal. Un buen cristal tiene un timbre sonoro. El vidrio suena opaco. La diferencia entre vidrio y cristal se puede apreciar porque el cristal es más transparente y no tiene burbujas. Esta se divide en tres grupos principales: copas, vasos, jarras.

VI. LO QUE NO SE DEBE HACER

- El teléfono del servicio a la habitación, al que habitualmente llama el cliente, a veces se encuentra descolgado porque hay mucho trabajo y no da tiempo a la atención de llamadas o se tarda mucho en hacerlo.
- Las personas que atienden al teléfono no hablan los idiomas de los clientes habituales.
- El personal que atiende el servicio a la habitación, no es amable ni educado, razón por la cual les molesta cumplir con este servicio.
- Si el contenido de lo que solicita el cliente tiene errores y como consecuencia debe volver a cambiar estos pedidos equivocados, esto no debe ser la razón de la demora del pedido.
- El tiempo que transcurre desde la llamada del cliente hasta que recibe la orden, no debe ser excesivo, es decir que no pase más de media hora esperando el pedido.
- La calidad de los productos debe ser las adecuadas, debido a la demora por ejemplo, el zumo de naranja tenga ese pozo en el fondo del vaso o que las tostadas estén poco hechas, etc.
- Se debe informar al cliente con amabilidad alguna situación y los posibles cambios del contenido solicitado o la demora en el servicio.
- Evitar que el camarero que realice el servicio no sea amable, recuerde que la amabilidad atrae al cliente.
- Que se demore en exceso la retirada del servicio utilizado por el cliente.

VII. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Room service: servicio a la habitación. Este servicio consiste en ofrecer al cliente la opción de poder tomar el desayuno, almuerzo o cena en la habitación sin tener que desplazarse al comedor.

Servicio: Con origen en el término latino *servitium*, la palabra **servicio** define a la **actividad y consecuencia de servir** (un verbo que se emplea para dar nombre a la condición de alguien que está a disposición de otro para hacer lo que éste exige u ordena).

Huéspedes: con origen en el latín *hospes*, la palabra **huésped** describe al **individuo** que se encuentra **alojado u hospedado en un hogar ajeno o en la habitación de un hotel.**

Menú: El menú (del francés menu) es una especie de documento ofrecido en los restaurantes en el que se muestra a los clientes una secuencia o lista de posibles opciones disponibles para un cliente.

Comanda: La comanda es el papel en el que el mesero anota lo que ordena un cliente. Es un soporte, sobre todo si no tiene el restaurante un sistema computacional, hay que anotar todo con dos copias ya que una copia es para la caja, otra para la cocina o barra, y otra se la queda el mesero. Con esto se debe de hacer una conciliación al final del día para que cuadre lo que el mesero comando, lo que salió de barra o de cocina y lo que se cobró.

Mise en place: no quiere decir más que “cada cosa en su lugar”, o sea, que antes de disponerse a preparar cualquier plato, debemos tener preparado todo lo necesario, tanto lo referente a los utensilios necesarios para cocinar (cazuelas,

platos, cubiertos, batidoras) como los ingredientes (lavados, cortados, pesados, precocidos).

Insumos: es un concepto económico que permite nombrar a un bien que se emplea en la producción de otros bienes. De acuerdo al contexto, puede utilizarse como sinónimo de materia prima o factor de producción.

Por sus propias características, los insumos suelen perder sus propiedades para transformarse y pasar a formar parte del producto final. Puede decirse que un insumo es aquello que se utiliza en el proceso productivo para la elaboración de un bien. El insumo, por lo tanto, se utiliza en una actividad que tiene como objetivo la obtención de un bien más complejo o diferente, tras haber sido sometido a una serie de técnicas determinadas.

Muletón: es una tela afelpada y gruesa confeccionada en algodón o lana que se coloca bajo el mantel.

El muletón es una pieza del servicio de mesa que se coloca sobre la superficie de la mesa y bajo el mantel. Su función es la de proteger la mesa de golpes, evitar que los platos calientes dañen la madera y aumentar la sensación de confortabilidad durante la comida. También amortigua los ruidos que se puedan producir con la vajilla, evita que el mantel resbale y absorbe los líquidos derramados.

El muletón se coloca ajustado a la superficie de la mesa y sujetado a la misma con cintas o gomas. No debe ser mayor que el tamaño del mantel ni tampoco excesivamente grueso. Su uso se considera imprescindible cuando el mantel es calado para impedir que se vea la mesa.

IX. REFERENCIA BIBLIOGRÁFICAS

1. **Bachs, E.** Enciclopedia Práctica Profesional de Turismo, Hoteles y Restaurantes. Barcelona: Océano 2003.

2. **Torre, F.** Administración Hotelera Segundo Curso Alimentos y Bebidas. 2ª. ed. México: Trillas 2000.

3. **Sánchez, E.** Manual de Administración y Gastronomía. 3ª. ed. México: Trillas 2012.

4. **Blasco, A.** Manual de gestión de Producción de Alojamiento y Restauración. España: Síntesis 2010.

5. **SERVICIO A LA HABITACIÓN (CARACTERÍSTICAS)**
<http://www.monografias.com>
2013-01-10

6. **SERVICIOS (HABITACIÓN)**
<http://www.axorhoteles.com>
2013-01-11

7. **SERVICIO A LA HABITACIÓN (ERRORES)**
<http://es.scribd.com>
2013-01-15

8. **DEPARTAMENTOS - HOTEL (SERVICIO)**
<http://www.slideshare.net>
2013-01-16

9. ALIMENTOS Y BEBIDAS (SERVICIO)

<http://dspace.ups.edu.ec>

2013-11-07

10. SERVICIO HOTELERO (CALIDAD)

<http://creadoresdesoft.com>

2013-11-09

11. HOTELERIA MODERNA (IMPORTANCIA)

<http://www.emagister.com>

2013-11-18

12. SERVICIO HOTELERO (PROCESOS)

<http://www.emagister.com>

2013-11-25

13. SERVICIO AL CLIENTE (CLASIFICACIÓN)

<http://www.slideshare.net>

2013-12-05

14. MONTAJES DE MESAS (DESAYUNOS – MERIENDAS)

<http://restauracion.wikispaces.com>

2013-12-16

15. SERVICIOS - HABITACION (CLASIFICACION)

<http://www.segittur.esf>

2014-01-14

16. SERVICIOS - HABITACION (EQUIPOS)

<http://mesabar1.blogspot.com>

2014-01-21

X. ANEXOS

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE SALUD PÚBLICA

ESCUELA DE GASTRONOMÍA

Encuesta aplicada al personal que labora en la Mansión Santa Isabella

OBJETIVO: Implementar el servicio de alimentos y bebidas a la habitación en la Mansión Santa Isabella.

Indicaciones: A continuación se presentan varias preguntas relacionadas con su trabajo diario. Marque con una X la respuesta que usted considere adecuada.

1. ¿La Mansión Santa Isabella cuenta con el servicio de alimentos y bebidas a la habitación?
 Siempre A veces Nunca
2. ¿Conoce sobre la importancia que tiene el brindar servicio de alimentos y bebidas a la habitación?
 Mucho Poco No conoce
3. Cuando un cliente se hospeda en el hotel y solicita el servicio de alimentos o bebidas a la habitación:
 Es atendido rápidamente Tiene que esperar cierto tiempo.
4. ¿Qué apreciaciones ha recibido por parte de los clientes en cuanto al tiempo de espera y el servicio a la habitación que ofrece el hotel?
 Bueno Regular Malo
5. Si un cliente que se hospeda en el hotel, se queja del servicio de alimentos y bebidas, Ud.:
 Se enoja y desmiente el asunto Brinda las explicaciones enojado
 Se disculpa y explica las razones
6. ¿Cuentan con el menaje y equipo menor que es utilizado para el servicio a la habitación?
 Cuentan con todo el equipo No cuentan con el equipo necesario.
 Comparten con otros servicios

7. ¿Cuáles son los horarios con los que se cubre los requerimientos de servicio de alimentos y bebidas a la habitación?
- 7 am – 15h00 pm 7 am – 19h00 pm 15h00 – 23h00 pm
8. ¿Cómo es el espacio físico y ubicación para brindar el servicio a la habitación?
- Muy adecuado Adecuado Poco adecuado
9. ¿Cuál es el valor a pagar del servicio a la habitación?
- Similar a los demás servicios Recargas de 1% a 10% Otro
10. ¿Cuánto se demora en el tiempo de entrega y recorrido de los alimentos hacia la habitación?
- De 5 a 10 min De 10 a 20 min Más de 20 min
11. ¿Ha recibido capacitación en este tipo de servicios de alimentos y bebidas a la habitación?
- Siempre Raras veces Nunca
12. ¿Conoce los procedimientos adecuados al momento de realizar el servicio de alimentos y bebidas a la habitación?
- Conoce mucho conoce poco desconoce