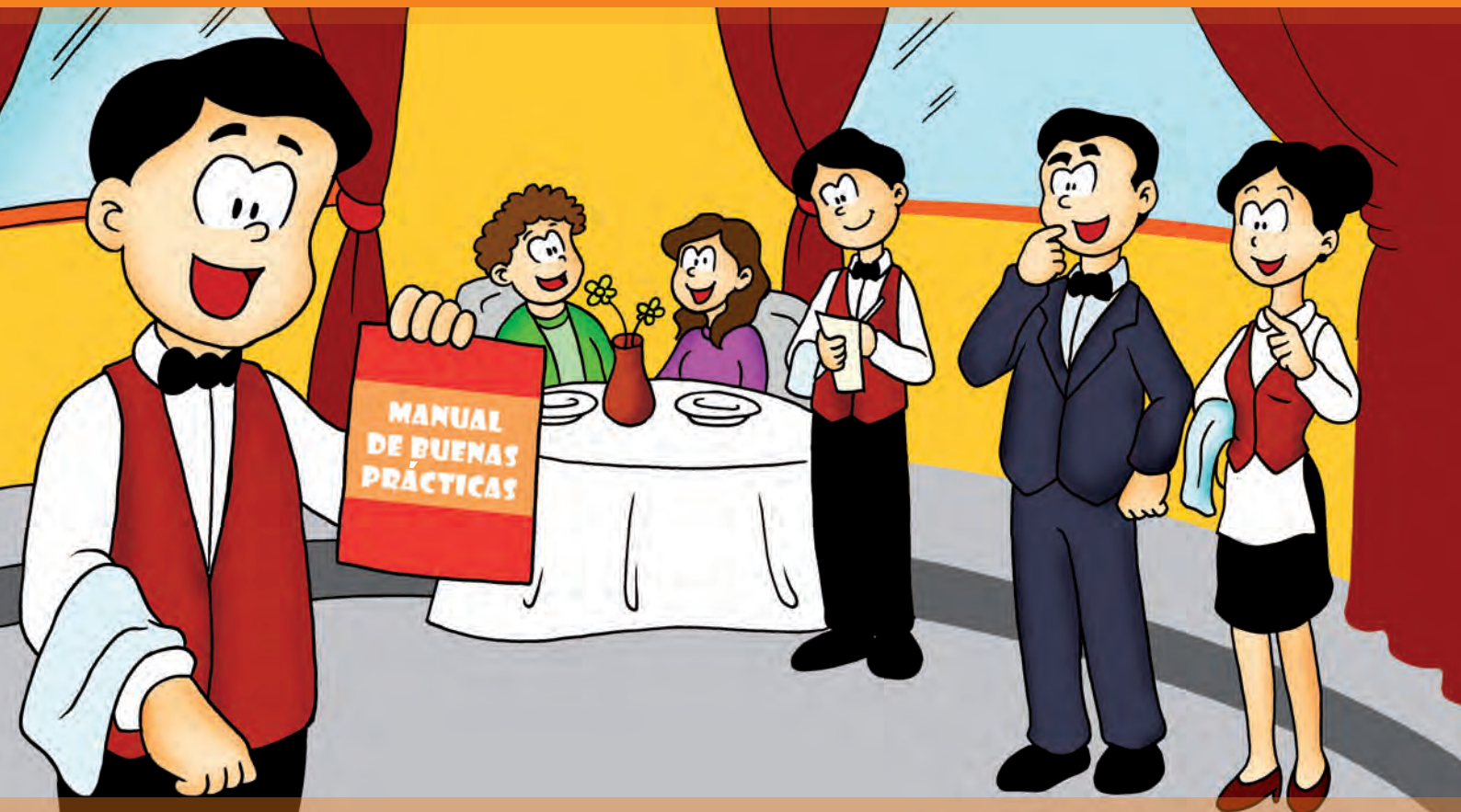


Manual de Buenas Prácticas “Desarrollo de Habilidades y Destrezas para la Atención de Clientes en Restaurantes”



Gestión de Servicio



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

Viceministerio de
Turismo

Lima-Perú, 2013

CALTUR

Plan Nacional de
Calidad Turística del Perú

Manual de Buenas Prácticas de Gestión de Servicio “Desarrollo de Habilidades y Destrezas para la Atención de Clientes en Restaurantes”

Lima - Perú
2013

Supervisión y financiamiento:
Dirección Nacional de Desarrollo Turístico

Edición:
Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

Elaboración de contenidos:
Promotora Miraflores S.A.C., Instituto Le Cordon Bleu Perú (LCBP)

Diseño e Impresión:
GMC Digital SAC. / gmclom@hotmail.com

Publicación efectuada en el marco del Plan Nacional de Calidad Turística del Perú - CALTUR del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo
Calle Uno Oeste N° 50
Urb. Córpac, San Isidro
Lima - Perú

Hecho el Depósito Legal en la Biblioteca Nacional del Perú N° 2013-04878
Lima, marzo 2013

HABILIDADES Y DESTREZAS PARA LA ATENCIÓN DE CLIENTES EN RESTAURANTES”

M. B. P. DE GESTIÓN DE SERVICIO “DESARROLLO DE HABILIDADES Y DESTREZAS PARA LA ATENCIÓN DE CLIENTES EN RESTAURANTES”



C O N T E N I D O

Prólogo.....	8
Introducción.....	10
1. Sumilla.....	12
2. Objetivos.....	14
2.1. Objetivos generales.....	15
2.2. Objetivos específicos.....	16
3. Perfil del colaborador.....	17
3.1. Protocolo de servicio al ingreso de un restaurante.....	18
3.1.1. El saludo.....	18
3.1.2. La despedida.....	20
3.2. Personales.....	21
3.3. Relaciones humanas.....	21
3.4. Técnicas y experiencias.....	22
3.5. Presentación personal.....	22
3.6. Higiene personal.....	22
3.7. Uniforme.....	22
3.8. Adornos y joyas.....	22
4. Estructura orgánica de un restaurante.....	23
5. Jefe de salón / Supervisor de servicio / Maître.....	27
5.1. Objetivos.....	28
5.2. Funciones.....	28
5.3. Labores de apertura.....	29
6. Capitán / Mesero / Jefe de sector.....	31
6.1. Objetivos.....	32
6.2. Funciones y responsabilidades.....	33
6.3. Capacidades.....	34
7. Asistente mesero / Corredor / Runner.....	35
7.1. Objetivos.....	36
7.2. Funciones y responsabilidades.....	
7.3. Capacidades.....	

8. Mobiliario y equipamiento	37
8.1. Mesas.....	41
8.2. Sillas.....	41
8.3. Estaciones de servicio.....	42
8.4. Mesas auxiliares / Gueridon.....	42
8.5. El carro de flambear.....	43
8.6. Los anafres o samobares.....	43
8.7. La cocinilla o cafetera.....	43
8.8. Menaje.....	44
8.9. Mantelería.....	46
8.10. Cubertería.....	46
8.11. Cristalería.....	47
8.12. Vajilla.....	48
9. Mise en place.....	50
9.1. Limpieza de salón y mobiliario.....	50
9.2. Repaso de material.....	50
9.3. Pulido de cristalería.....	50
9.4. Cubertería.....	50
9.5. Vajilla.....	51
9.6. Misceláneos.....	51
9.7. Carros de flambear y otros.....	52
10. Montaje de mesas.....	55
11. Tipos de desayuno.....	58
11.1. Carta de desayuno.....	60
12. El azafate.....	60
12.1. Los 3 tipos básicos.....	60
12.2. Recomendaciones de uso.....	60
12.3. Habilidades en el manejo.....	
12.4. Recomendaciones de higiene.....	

13.	Servilleta.....	61
13.1.	Manejo y doblado de servilletas.....	62
14.	La comanda.....	63
15.	Sistemas informáticos para establecimientos en A y B.....	65
16.	Concepto de negocio.....	67
17.	Servicio de calidad.....	69
18.	Aprendiendo el servicio de excelencia.....	71
19.	Equipo de trabajo.....	73
20.	Reclamos y quejas.....	75
21.	La boleta o factura.....	78
22.	Sistemas de cobro.....	81
22.1.	Contado.....	82
22.2.	Tarjeta de crédito.....	82
22.3.	Tarjeta de débito.....	82
22.4.	Cargo en cuenta.....	82
22.5.	Bonos.....	82
23.	Menú a la carta.....	83
24.	Menú de degustación.....	85
25.	El Vino.....	87
25.1.	Vino blanco.....	88
25.1.1.	Vino blanco (La Vendimia).....	88
25.1.2.	Estrujado.....	88
25.1.3.	Desfangado.....	89
25.1.4.	Fermentación.....	89
25.1.5.	Descube.....	89
25.1.6.	Trasiegos.....	89
25.1.7.	Clarificación.....	89
25.1.8.	Estabilización.....	89
25.1.9.	Embotellado.....	89
25.1.10.	Cepas para elaborar vinos blancos.....	89

25.2.	Vinos tintos.....	89
25.2. 1.	Vendimia.....	90
25.2. 2.	Despallado y estrujado.....	90
25.2. 3.	Fermentación.....	90
25.2. 4.	Fermentación malo láctico.....	90
25.2. 5.	Trasiegos, clarificación y filtración.....	90
25.2. 6.	Cepas para elaborara vinos tintos.....	90
25.3.	Elaboración de vinos rosados.....	90
25.4.	Elaboración de vinos espumosos.....	90
25.4. 1.	Cepas para elaborar vinos espumosos.....	91
25.5.	Crianza de los vinos.....	91
25.6.	Vinos de mesa.....	92
25.6. 1.	Jóvenes.....	92
25.6. 2.	Crianza.....	92
25.6. 3.	Reserva.....	93
25.6. 4.	Gran Reserva.....	93
26.	La enología y el maridaje.....	94
26.1.	Vinos tintos.....	95
26.2.	Vinos blancos y rosados.....	96
26.3.	Vinos espumosos.....	96
27.	El Pisco.....	97
27.1.	Denominación de origen.....	99
27.2.	Variedades.....	99
27.2. 1.	Pisco puro.....	99
27.2. 2.	Pisco aromático.....	99
27.2. 3.	Pisco mosto verde.....	99
27.2. 4.	Pisco acholado.....	99
27.3.	Tipos de cepas para la elaboración de piscos.....	99
27.3. 1.	Uvas aromáticas.....	99
27.3. 2.	Uvas no aromática.....	99
28.	Tipos de sacacorchos.....	100
28.1.	Técnica correcta para descorchar un vino.....	102

PRÓLOGO



El turismo es para nuestro país un motor de desarrollo socioeconómico, inclusión social y de reducción de la pobreza, es por ello que estamos comprometidos, sector público y privado, para sensibilizar a todos los peruanos sobre la importancia de su desarrollo.

En este sentido, el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo - MINCETUR viene desarrollando un conjunto de programas y proyectos para dar prioridad a la participación del turismo en la economía del país. Es una meta que se debe considerar junto con el aprovechamiento y la conservación de los valores socioculturales y medioambientales que constituyen la ventaja competitiva del Perú.

Los turistas son cada vez más exigentes y están a la búsqueda de nuevos productos y destinos turísticos, por ello es importante que las empresas mejoren permanentemente sus servicios e innoven los programas que ofrecen a los turistas.

Para mejorar la prestación de los servicios turísticos venimos impulsando el desarrollo de las estrategias y acciones del Plan Nacional de Calidad Turística del Perú - CALTUR, buscando sensibilizar a los prestadores de servicios turísticos sobre la importancia de la calidad.

Es así como una de las herramientas que se viene promoviendo para sensibilizar a los prestadores de servicios turísticos sobre la importancia de mejorar la gestión de sus negocios, son las buenas prácticas, como un paso previo para sentar las bases de una cultura de calidad. En este sentido, el Manual de Buenas Prácticas de Gestión de Servicio para Desarrollo de Habilidades y Destrezas para la Atención de Clientes en Restaurantes tiene como finalidad poner a disposición de las empresas, principalmente organizadas como MYPES, una variedad de procedimientos, técnicas operativas y habilidades prácticas para resultados eficaces en la prestación del servicio a los clientes.

Invitamos a todas las personas inmersas en esta actividad a revisar y aplicar las recomendaciones contenidas en el presente Manual y participar de las acciones que el MINCETUR viene impulsando para promover servicios turísticos de calidad.

José Luis Silva Martinot
Ministro de Comercio Exterior y Turismo

INTRODUCCIÓN



El “Manual de Buenas Prácticas de Gestión de Servicio para Desarrollo de Habilidades y Destrezas para la Atención de Clientes en Restaurantes”, se constituye en un instrumento básico para contribuir al diseño e implementación de programas que permitan a las empresas, principalmente organizadas como MYPES, brindar un servicio de calidad, que supere las expectativas de los clientes.

Por ello, en el presente Manual se recopilan y sistematizan de manera práctica un conjunto de recomendaciones que les permitirán a las empresas que prestan el servicio de atención al cliente en restaurantes, sentar las bases para la implementación de un programa de calidad para la mejora de sus servicios.

Este manual proporciona una variedad de procedimientos, técnicas operativas y habilidades prácticas para resultados eficaces, asimismo funciones y obligaciones para lograr un manejo óptimo, un control total del área de salón, se dotará de todos los principios básicos del servicio y sus procedimientos así como también, la importancia del servicio al cliente.

Por este motivo, es necesario lograr que este servicio sea cada vez más competitivo, propiciando que las empresas implementen cambios y asuman una cultura de servicio, sólo que no las diferencie, sino también les permita incrementar su competitividad en el mercado, respondiendo a las necesidades de los turistas nacionales y extranjeros.

Para ello, las empresas necesitan desarrollar una gestión exitosa, es decir una gestión sostenible que contemple una visión global del mercado, de la competencia y de las necesidades y capacidades internas de la empresa, y que brinde importancia tanto a los activos intangibles (imagen, calidad de servicio, organización interna de la empresa, reserva y/o venta y prestación de servicios) como a los activos tangibles (ubicación de la oficina administrativa, embarcaciones, equipamiento, etc.)

El presente Manual resalta la importancia de la demanda turística nacional y extranjera, la obligación de cumplir con las disposiciones de la normativa vigente y la necesidad de poseer una estructura organizacional adecuada a un plan estratégico definido, en el cual la estrategia sea comprendida y ejecutada por todo el equipo humano de la empresa, ya que sin esto las acciones perderían efectividad y sentido.

Es preciso, señalar que, la información contenida en el Manual, deberá ser considerada como una guía genérica; pues las empresas enfrentan limitaciones y características particulares dependiendo del lugar donde prestan sus servicios, por lo que deberán hacer las adecuaciones correspondientes de acuerdo con sus realidades específicas. La aplicación de los conceptos vertidos deberá incluir una adaptación -de los mismos- por la gerencia o por quien tiene la responsabilidad de dirigir la empresa de acuerdo a las pautas establecidas.

1

SUMILLA



1 | SUMILLA

Este manual proporciona una variedad de procedimientos, técnicas operativas y habilidades prácticas para resultados eficaces, asimismo funciones y obligaciones para lograr un manejo óptimo y control total del área de salón y se dotará de todos los principios básicos del servicio y sus procedimientos así como también la importancia del servicio al cliente.

2

OBJETIVOS



2 | OBJETIVOS

2.1 Objetivos generales

- Hacer conocer al personal de servicio los objetivos del estado como ente responsable del turismo receptivo e interno.
- Concientizar al personal de todos los ámbitos del turismo que la calidad de servicio brindada generará mayores ingresos de divisas para el país.
- Establecer estándares en la atención al cliente brindando un servicio óptimo y de calidad.
- Conocer e interiorizar la misión y visión de la empresa así como sus valores.
- Capacitar y enseñar todos los procesos de atención en el área de salón, paso a paso, adquirir todos los conocimientos técnicos así como de habilidades para la optimización del servicio y lograr estándares efectivos para el establecimiento de expendio de comidas.
- Dar a conocer las responsabilidades y obligaciones de cada colaborador del área de comedor y atención al cliente.
- Estimular y consolidar en el colaborador las actitudes, cualidades, habilidades y técnicas que tienen como objetivo la satisfacción total del cliente.

2.2 Objetivos específicos

- Lograr que el colaborador conozca los conceptos y aplique las técnicas adecuadas, organización, planeación, control operativo y ser capaz de operar cada punto específico.
- Lograr en el colaborador un amplio frente al cliente, estricto control de las labores del personal teniendo como punto de partida el liderazgo.
- Que el colaborador sea capaz de analizar, discernir, y tomar decisiones en situaciones poco usuales, teniendo en cuenta que lo más importante es el servicio al cliente.



3

PERFIL DEL COLABORADOR



3

PERFIL DEL COLABORADOR

Los colaboradores de establecimientos de servicios en Alimentos y Bebidas se deben caracterizar por su trabajo eficiente, mostrando siempre una actitud proactiva, amical, calidez en la atención y para ello es necesario formar y fortalecer sus capacidades (conocimientos, habilidades, valores) para que ese desenvolvimiento sea proyectado a los clientes.

El colaborador debe entender que es la extensión del propietario, por tanto debe identificarse con la empresa y mostrar cortesía.

Asimismo, debe mantener el contacto visual, al momento de atender al público eso demuestra seguridad, confianza.

3.1 Protocolo de servicio al ingreso de un restaurante

3.1.1 El saludo

El saludo debe desarrollarse con postura de respeto, se recomienda realizar una ligera venia hacia los visitantes en el momento del ingreso al

restaurante, es imprescindible mantener una sonrisa durante el proceso de recepción y atención al cliente.



▣ Frases de saludo:

- Buenas tardes, bienvenidos a “.....”, mi nombre es “.....” y estoy a sus órdenes.
- Buenas tardes, bienvenidos a “.....”, mi nombre es “.....” y gustosamente voy a atenderlos, por favor permítanme acompañarlos a una mesa.
- Buenas tardes, bienvenidos a “.....”, mi nombre es “.....” y gustosamente voy a atenderlos, por favor permítanme entregarles la carta.

En caso que el cliente haya realizado una reserva con anterioridad, se recomienda tener conocimiento del nombre del cliente y saludarlo con su nombre:

- Buenas tardes señor....., bienvenido a “.....”, mi nombre es “.....” y estoy a sus órdenes.

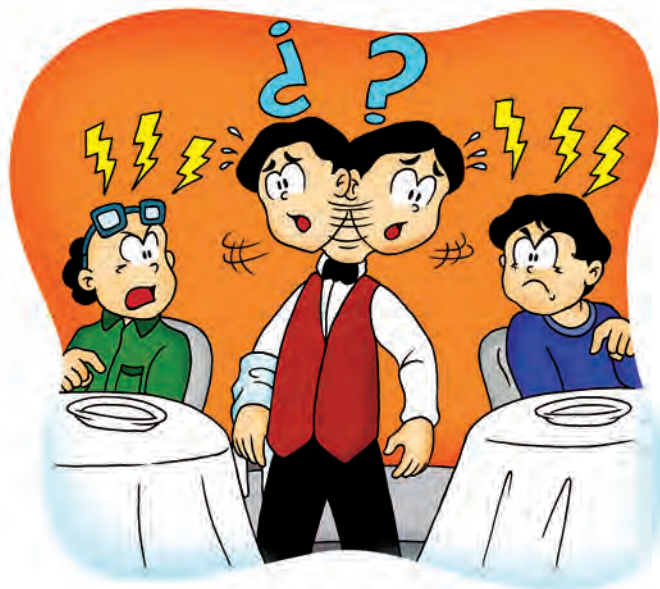
En caso que el cliente represente un grado o categoría de especial atención, el saludo debe ser:

- Buenas tardes, bienvenidos a “.....”, mi nombre es “.....” y tendré el honor de atenderlos, por favor permítanme acompañarlos a una mesa.
- Buenas tardes, bienvenidos a “.....”, mi nombre es “.....” y tendré el honor de atenderlos, por favor permítanme entregarles la carta.

En caso que el cliente se encuentre ubicado en una mesa y el mozo se acerque a la misma debe indicar lo siguiente:

- Buenas tardes, permítanme presentarme, mi nombre es “.....” y gustosamente voy a atenderlos, por favor puedo hacerles entrega de la carta?.
- Buenas tardes, permítanme presentarme, mi nombre es “.....” y gustosamente voy a atenderlos, por favor puedo tomar sus pedidos?.

Al momento de hacer contacto con el cliente se le debe prestar toda la atención, no se debe mostrar signos de apresuramiento ni atender a otros clientes a la vez.



□ Ceda el paso:

A la persona de mayor edad, o el hombre a la mujer, ante una puerta o paso, si el ingreso tiene una puerta, debe sostenerla con la mano para mantenerla abierta.

Al momento de ceder el paso, en primer lugar ingresa la persona de mayor jerarquía o precedencia, sino, primero ingresan los niños, luego las damas y por último los caballeros, las normas de etiqueta establecen que las personas de mayor edad tienen mayor precedencia.



3.1.2 La despedida

La despedida debe desarrollarse con postura de respeto, se recomienda realizar una ligera venia a los visitantes en el momento de la despedida, es imprescindible mantener una sonrisa en todo momento hasta la salida de los clientes.

□ Frases de despedida:

- Muchas gracias por visitarnos y esperamos que regresen pronto, tengan ustedes muy buenas tardes.
- Ha sido un placer tenerlos esta tarde, esperamos que regresen pronto, buenas tardes.

En caso que el cliente represente un grado o categoría de especial atención, la despedida debe ser:

- Ha sido un honor contar con su visita y esperamos que regresen pronto, buenas tardes.

Y recuerde que la mejor etiqueta es el buen humor.

3.2 Personales



ASPECTOS POSITIVOS	ASPECTOS NEGATIVOS
Receptivo, Predispuesto	Indiferente, Insensible
Atento, Observador	Distraído, Despistado
Proactivo, Fortalecido, Fresco	Pasivo, Inactivo, Parado
Presencia, Correctamente Uniformado	Descuidado, Mal Presentado
Buena Higiene, Presentación Impecable y Buena Postura.	Desaseado, Postura de Cansancio
Honesto, Justo y Razonable	Deshonesto, Imprudente, Incorrecto
Carismático, Sociable	Huraño, Agrio
Eficiencia, Vocación de Servicio	Desidia
Discreto	Desleal
Puntual	Impuntual, Irresponsable

3.3 Relaciones humanas

- Buen fisionomista, moderado y sensato.
- Tono de voz adecuado.
- Información profesional, exacta y práctica.
- Agilidad en las respuestas.
- Vocabulario positivo.
- Anticiparnos a sus expectativas (proactivo).
- Ponerse en lugar del cliente (empatía).
- Disfrutar de sus labores y consciente de su trabajo.
- Reconocer que él representa la imagen de la empresa.

3.4 Técnicas y experiencias

- Conocimiento total de los productos y la descripción de los mismos.
- Conocer todos los procedimientos del servicio.
- Tener habilidades para las ventas y ser persuasivo.
- Conocimiento de etiqueta y protocolo.
- Criterio para manejo de reclamos y quejas.
- Conocimiento de Buenas Prácticas de Manipulación.



3.5 Presentación personal

La imagen del colaborador debe ser impecable y pulcra ya que a través de él refleja la imagen del establecimiento y de nuestro país.

3.6 Higiene personal

- Personal femenino debe llevar el cabello

recogido. En caso de usar esmalte de uñas, este debe ser de una tonalidad muy suave. Y si lleva maquillaje, este debe ser sobrio.

- Personal masculino con cabello corto, bien peinado, afeitado a diario y colonia muy suave.



3.7 Uniforme

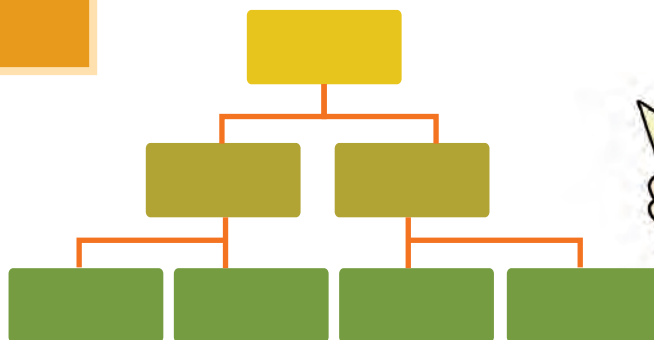
- Uniforme limpio, planchado y medias color negro.
- Zapatos limpios, en buen estado y negros.
- Terno, chaleco, delantal ó mandil, corbata, marbetes y distintivos bien colocados.

3.8 Adornos y joyas

- Prohibido uso de piercing.
- Aretes sencillos, reloj pulsera, anillo de matrimonio o compromiso.
- Esmalte de uñas sobrio y lápiz labial suave.

4

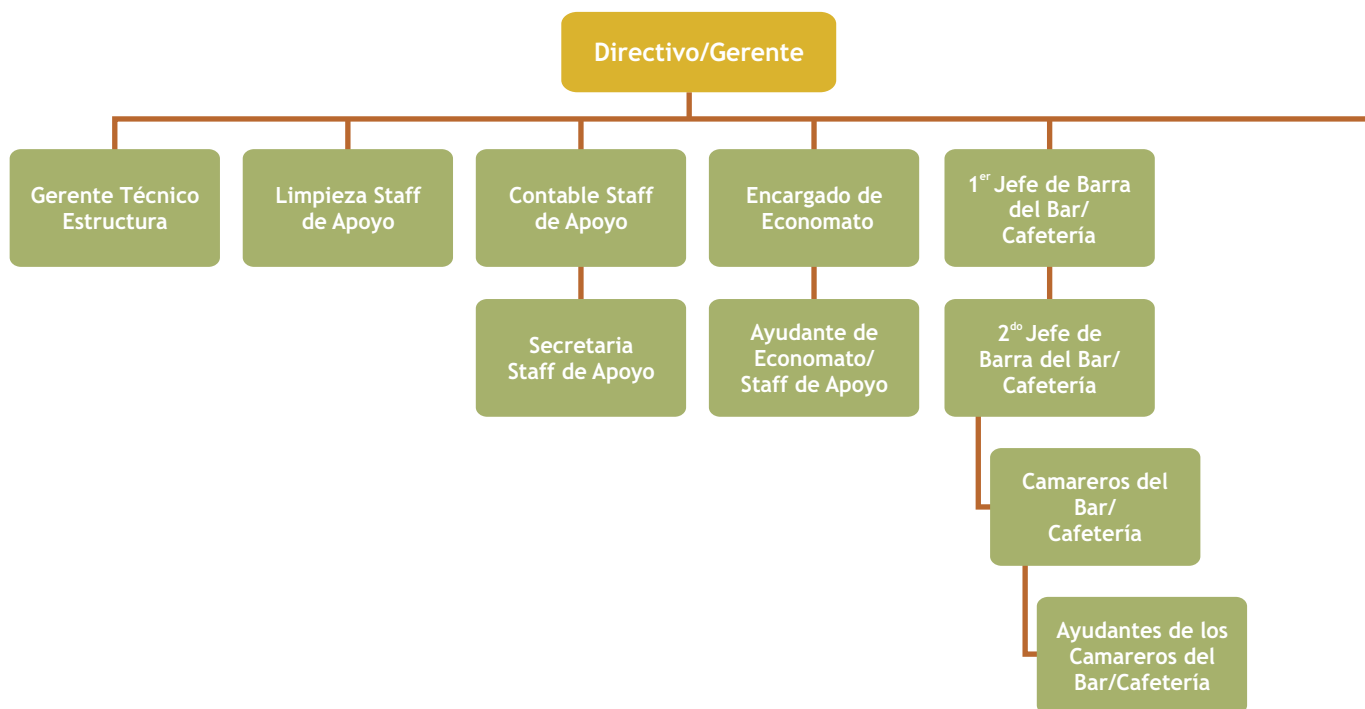
ESTRUCTURA ORGÁNICA DE UN RESTAURANTE



4

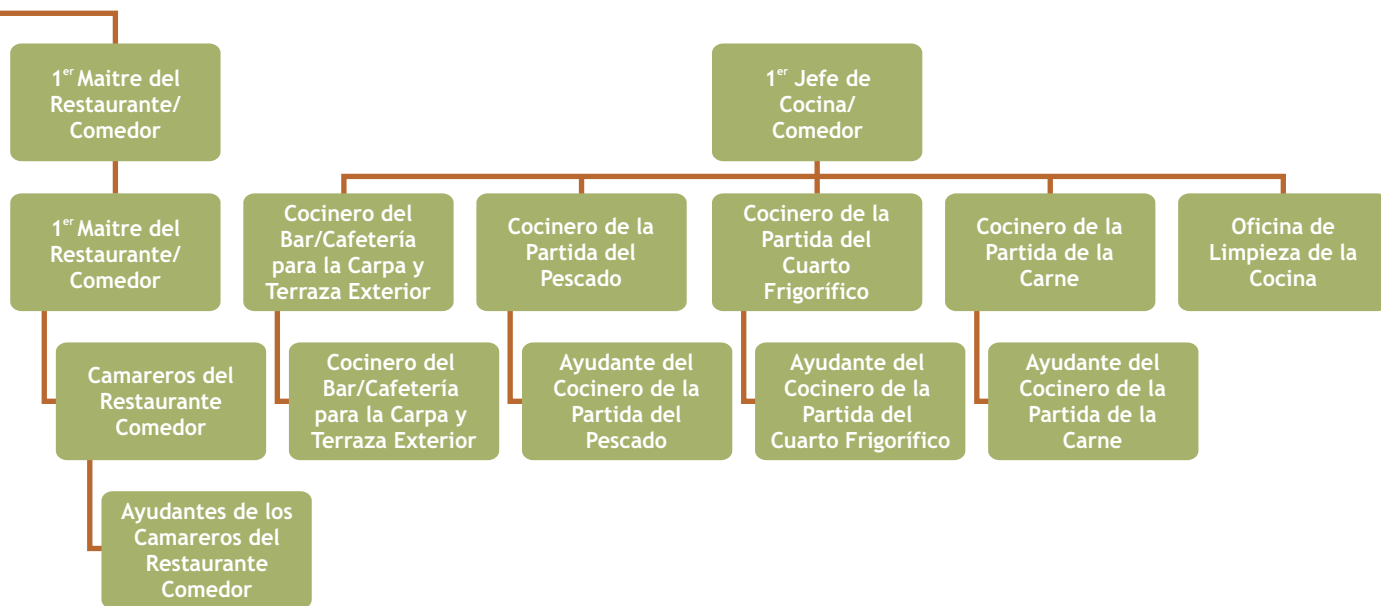
ESTRUCTURA ORGÁNICA DE UN RESTAURANTE

Organigrama N°1

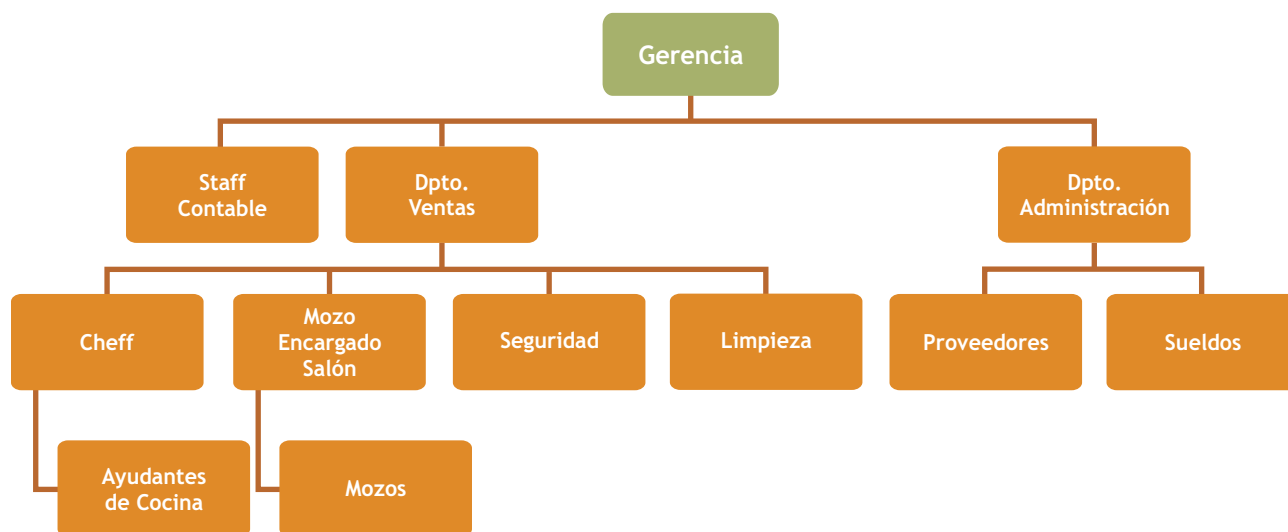


HABILIDADES Y DESTREZAS PARA LA ATENCIÓN DE CLIENTES EN RESTAURANTES”

M. B. P. DE GESTIÓN DE SERVICIO “DESARROLLO DE HABILIDADES Y DESTREZAS PARA LA ATENCIÓN DE CLIENTES EN RESTAURANTES”



Organigrama N°2



5

JEFE DE SALÓN, SUPERVISOR DE SERVICIO, MAITRE



5

JEFE DE SALÓN, SUPERVISOR DE SERVICIO, MAITRE

5.1 Objetivos

Supervisar la calidad del servicio a los clientes y las labores del personal de sala con los estándares establecidos por la empresa, así como los resultados de venta de los productos considerando los intereses de la empresa.

5.2 Funciones

- Cumple y hace cumplir el **Reglamento Interno** así como las **Normas y Políticas** de la empresa.
- Realiza “**Check list de Imagen Personal**” previa al servicio e informa en el **Acta de Incidencias** sobre el incumplimiento de los estándares.



- Elabora el “**Inventario de Menaje**” cada 15 días y entrega a la administración para el pedido respectivo.
- Coordina con la Anfitriona la distribución de la sala en función de las reservas optimizando el espacio físico.
- Verifica la labor de cada uno de sus colaboradores y el buen desarrollo de la misma, ya que informa los avances y faltas del personal de salón.
- Coordina con el Chef o Jefe de Cocina para realizar planes de venta y ofertar la carta, menús, sugerencias del chef, etc.
- Organiza y distribuye el trabajo de los colaboradores del salón en función de los distintos sectores que son parte de las necesidades del servicio.
- Capacita al personal de servicios y da las instrucciones de ventas a diario.
- Se reúne diariamente con el Personal de servicio previa a la operación dando las indicaciones de venta, distribución, etc.
- Elabora el pedido de menaje con la “**Orden de Requerimiento de Suministros**”, de acuerdo al “**Inventario de Menaje**”, según **Política del establecimiento**.



5.3 Labores de apertura

- Enciende el aire acondicionado según criterio asegurando que la temperatura sea óptima y agradable.

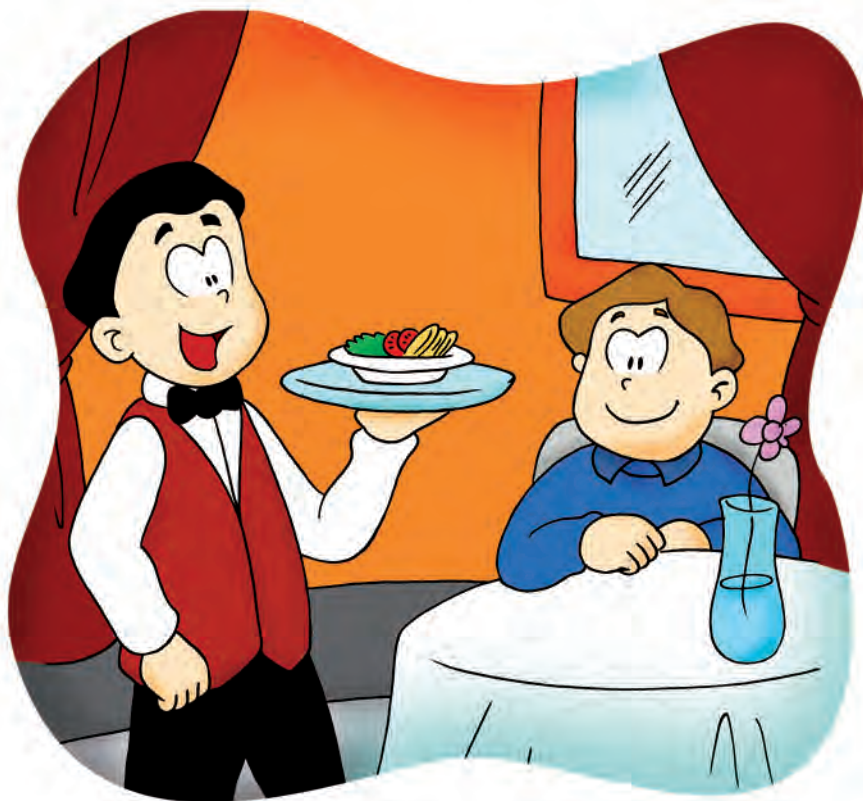
- Enciende la música y televisores según los estándares de la empresa.
- Verifica la iluminación y elabora **Orden de Trabajo** en caso de luminarias quemadas.
- Verifica la distribución de las mesas y su distribución según plano establecido.
- Supervisa que los pisos, paredes, vidrios exteriores, techos y baños estén en perfecto estado y limpios.
- Informar sobre las reservaciones de grupos de más de 10 pax al Jefe de Cocina para anticipar los platos a vender.
- Revisar información de clientes frecuentes o clientes corporativos.



- Planear disposiciones de mesa de acuerdo con las reservaciones de grupos.
- Revisar la lista de menaje de cada estación para un óptimo servicio.
- Reunirse con el equipo para informar sobre clientes especiales, los rubros especiales del menú y las especialidades del día.

6

CAPITÁN, MESERO, JEFE DE SECTOR



6 | CAPITÁN, MESERO, JEFE DE SECTOR

6.1 Objetivos

Atender a los clientes de manera personalizada, cordial, amable y eficiente ofreciendo los mejores productos con ética y otorgando un servicio de excelencia.

6.2 Funciones y responsabilidades

- Cumple y hace cumplir el **Reglamento Interno** así como las **Normas y Políticas** de la empresa.
- Es responsable de un sector del salón y responsable directo de su área.
- Coordina con el Jefe de Salón todas las indicaciones que se tomarán para el desarrollo del trabajo durante la jornada.
- Reunirse con el Jefe de Salón y con el Chef antes de cada servicio para sugerir platos.
- Realiza la limpieza de salón, bases de mesa, sillas y tableros según indicaciones del Jefe de Salón.
- Recepciona y atiende a los clientes en ausencia de la anfitriona.
- Recibe, acomoda, sugiere, vende con ética y toma la orden de cócteles y platos, teniendo en cuenta la satisfacción de los clientes e intereses de la empresa.
- Encomienda labores al corredor según las necesidades de la operación.
- Atiende y soluciona **Reclamos y Quejas** en ausencia del Jefe de Salón de acuerdo a lo establecido por la empresa.



- Realiza el montaje de sus mesas de acuerdo a los estándares.
- Verifica que esté lista su estación para la atención y que la cristalería, cubertería, etc., estén en buenas condiciones y las cantidades requeridas.
- Verifica que las órdenes o pedidos coordinen con la cuenta a llevar.
- Solicita al cliente previo a la pre-cuenta el Ticket de Valet Parking para entregarle a la anfitriona o Personal Externo de Valet Parking.
- Responsable que cada mesa de su sector o rango esté con el set up (*) establecido por el Jefe de Salón.
- Mantener una actitud de cooperación y espíritu de equipo al trabajar con el personal de su área, para ayudar a lograr nuestras metas comunes de aumentar la satisfacción y los márgenes de utilidad.

6.3 Capacidades

- Capacidad de interactuar diariamente con los clientes.
- Conocimiento de Técnicas de Comedor, Etiqueta y Protocolo.
- Conocer todos los componentes de los platos y cócteles de las cartas así como las técnicas aplicadas a cada producto.
- Tener conocimiento sobre algunos platos a sugerir fuera de carta en coordinación con el chef o administración.



(*) “set up”: “preparar su estación o área”

7

ASISTENTE DE MESERO, CORREDOR, RUNNER



7 ASISTENTE DE MESERO, CORREDOR, RUNNER

7.1 Objetivos

Trasladar las bebidas y los alimentos de las áreas de producción de manera rápida y segura asistiendo a los meseros en la atención de los clientes. Recoger el servicio terminado de los clientes y asistir a los meseros dentro de la sala en función a las necesidades de éste.

7.2 Funciones y responsabilidades

- Cumple y hace cumplir el **Reglamento Interno** así como las **Normas y Políticas** de la empresa.
- Reporta al Capitán teniendo siempre en cuenta que su labor es tan importante como la que realiza el mesero, su trabajo está sujeto directamente a la supervisión de éste.
- Verifica que su estación esté en perfecto estado y tenga las cantidades necesarias de menaje para iniciar las labores.
- Realiza el pulido y repaso de la cristalería, cubertería, vajilla y otros utensilios de la mesa de acuerdo a los estándares.



- Toma las órdenes de los clientes en la ausencia del capitán y comunica a éste posteriormente de la orden realizada.
- Traslada los servicios solicitados por los clientes desde la cocina o del bar al comedor, ayudando al Capitán en el servicio de éstos.
- Recoge los platos sucios y los traslada hasta el área de lavado.
- Retira vasos, jarras, botellas vacías y los traslada al bar.
- Coloca el piqueo del día en cada una de las mesas constatando que ésta se encuentre caliente y en óptimo estado.

- Mantener una actitud de cooperación y espíritu de equipo al trabajar con el personal de su área, para aumentar la satisfacción y los márgenes de utilidad.

7.3 Capacidades

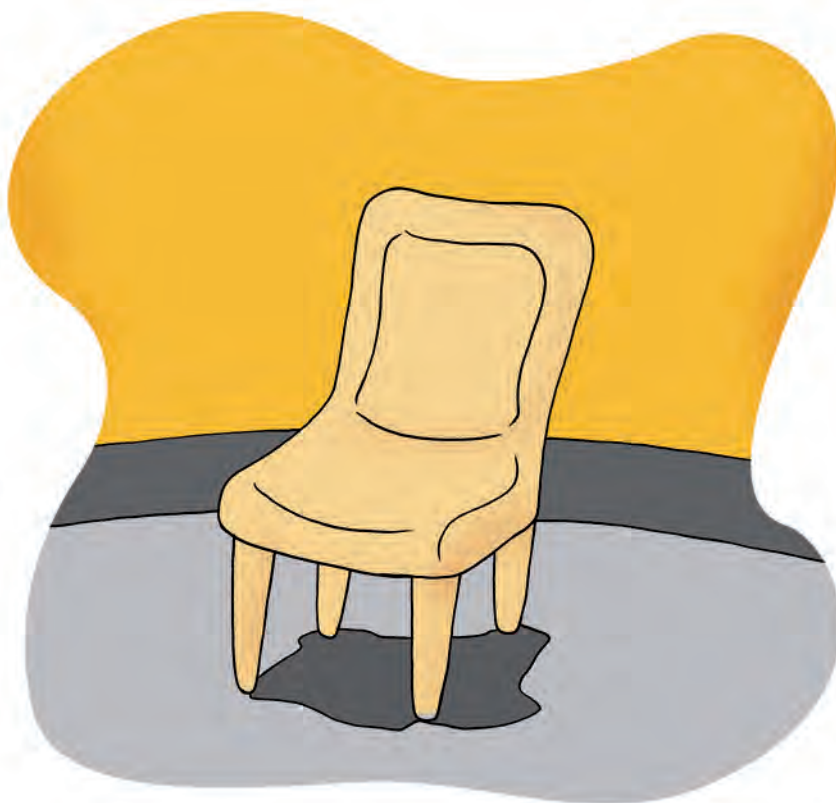
- Capacidad de trabajar bajo presión y control emocional.
- Destreza y habilidad en el manejo de zafate, traslado de bebidas y platos.



- Servir vinos o bebidas desde jarras, botellas o decantadores.
- Capaz de interactuar eventualmente con los clientes-colaboradores.

8

MOBILIARIO Y EQUIPAMIENTO



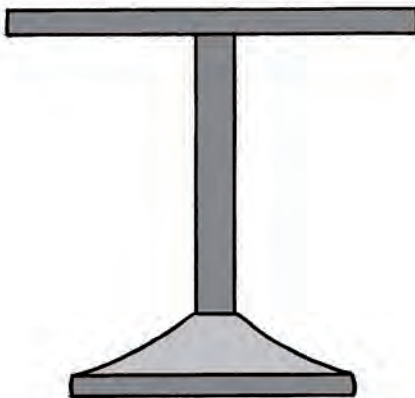
8

MOBILIARIO Y EQUIPAMIENTO

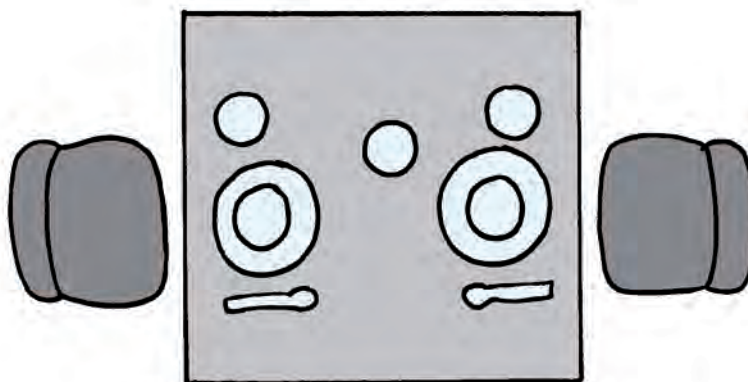
Se entiende por mobiliario y equipamiento de comedor a todos aquellos muebles destinados para el uso de los clientes y el personal de comedor, éstos deben ser de buena calidad y debe guardar armonía con la decoración del comedor. La mayor parte de los restaurantes de lujo en nuestro medio usan como materiales en la confección de su mobiliario maderas nobles, bronce, cristal, plaqué etc., los cuales deben ser lo más operativo posible para el buen desarrollo de las labores del personal de comedor. A continuación veremos todas las características y especificaciones que debe tener cada elemento dentro del salón.

8.1 Mesas

Parte esencial en la prestación de servicio, pueden ser de diferentes tamaños y formas las hay cuadradas, rectangulares y redondas, pueden ser confeccionadas con diferentes materiales tales como madera, tableros aglomerados, mármol o granito. En la elección hay que tener en cuenta el aprovechamiento al máximo de la capacidad del salón, si son redondas éstas no pueden ser acopladas y por consiguiente es posible perder clientes por no contar con mesas cuadradas, los establecimientos deben tener a disposición



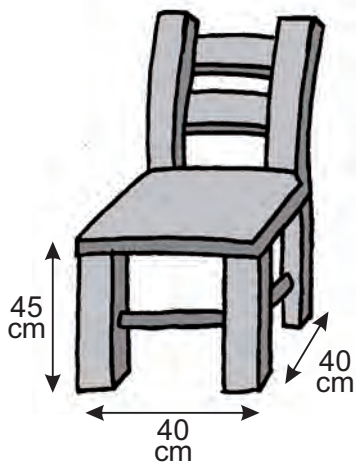
Mesa con base redonda



Montaje de mesa cuadrada para 2 pax

8.2 Sillas

Pieza muy importante dentro del comedor ya que otorga el confort de permanencia y brinda la comodidad para pasar una velada agradable; para elegir las hay que tomar en cuenta que guarde armonía entre el mobiliario y la categoría del local, a esto se debe sumar una de las características principales de la silla, ésta debe ser de un modelo ergonómico adecuado, que permita la estancia del cliente sentado durante períodos de tiempo más o menos largos. Su construcción debe ser con materiales resistentes al uso y siempre tener en cuenta su fácil limpieza y conservación. Su altura aproximadamente es de 0.45 m., evitándose aquellas que tengan un respaldar excesivamente alto o con grandes brazos, pues dificultan en gran medida el trabajo del personal.



**Silla ergonómica
(con las medidas adecuadas)**

8.3 Estaciones de servicio



Auxiliares de sala hechos de acuerdo con la decoración del salón, su función principal es la de asistir al personal de sala, utilizándose además como pequeños almacenes para los materiales de uso cotidiano dentro del comedor. La mayor parte de éstos son hechos de madera y deben estar en consonancia con la decoración general del salón. Estas deben contar con sistema de cajonería y tener distribución interna con puertas para mantener todos los elementos de servicio en orden y a disposición del personal. En estos muebles se dispondrá de vajilla, cristalería, mantelería, alcuza, etc.; aquí también se colocará la cubertería esta debe de mantener un orden ya conocido por todos los empleados, de no serlo así se perdería demasiado tiempo en verificar cada uno de los cajones. En estas estaciones se acostumbra a colocar todo lo referente al servicio tales como:

- Cristalería
- Vajilla
- Mantelería
- Cubertería

8.4 Mesas auxiliares / Gueridón



Tienen como misión facilitar el servicio del personal de sala, suelen estar hechas de madera ligera, para poder ser transportado fácilmente, de forma cuadrada o rectangular y de dimensiones menores que las mesas de los clientes. En alguno de los casos las patas tienen ruedas con freno para una mejor movilidad.

8.5 El carro de flambeo

Utilizado para preparar los platos de comida elaborados frente al cliente por el Maître, consta de una hornilla pequeña (rechaud) en la que se coloca la sartén con la cual se va a trabajar, éstas suelen tener como combustible un pequeño balón de gas, tienen una ala abatible lateral para

augmentar el tamaño de la superficie, posee unos compartimientos para colocar botellas de licor necesario para flambeo, aquí también se tiene los ingredientes tales como salsa inglesa, aceite de oliva, mantequilla, pimienta en molinillo, sal etc., y licores como Cognac, Brandy, Cointreau, Grand Marnier, whisky y algún otro aguardiente que sirva para hacer este trabajo. Entre los platos más famosos se encuentran el Lomo al whisky, Pollo Madrás, Chateau-briand, Crepes Suzette, Fresas a la pimienta, etc.



8.6 Los anafres o samobares

Equipos para el servicio de buffet, sirven para mantener los alimentos calientes en baño maría, son hechos de materiales como acero inoxidable o plaqué, suelen calentarse con combustible para evitar accidentes. Estos equipos deben ser llenados con agua caliente para ahorrar el combustible ya que éstos son costosos, en su interior están equipados con távolas de acero inoxidable en la cual se traslada los alimentos desde la cocina para su reposición.



8.7 La cocinilla o cafetera

Está siempre colocada a la hora del desayuno en la mesa de buffet su función más importante es la de mantener el café y la leche caliente para que el cliente se sirva a la medida que el desee. Está hecha mayormente en acero inoxidable, su abastecimiento de energía es eléctrico y mantiene una temperatura que no lo hace llegar a una evaporación rápida. En la mesa de buffet la presentan en dos tipos unas son directas, el café

es pasado en la misma máquina, y en el otro caso el café es abastecido en jarras de vidrio, aluminio o acero. Las dos cumplen la misma función y mantienen el mismo tipo de servicio, *self service*.



8.8 Menaje

Se entiende por menaje a todos los utensilios y accesorios que son utilizados por los clientes y por el personal de comedor para brindar el servicio de atención, se debe de tomar en cuenta que todo el menaje sea adecuado para el servicio que se va a brindar, debe poseer características propias ya que estas dan al establecimiento una personalidad que lo diferenciará de la competencia.

Entre las características propias de cada establecimiento se destacan:

- Diseñado para otorgar al cliente la máxima comodidad y brinde facilidades al personal de comedor.

- En su confección se debe utilizar material de fácil limpieza y conservación, se debe tomar en cuenta la durabilidad de los mismos, así como la elegancia que debe transmitir.
- Debe lograr una armonía con la categoría del establecimiento, la decoración es importante para lograr un equilibrio perfecto.
- Tomar en cuenta al momento de la compra, que elegir los diseños y medidas estandarizadas es importante para facilitar la reposición de los mismos en caso de pérdidas o roturas.

8.9 Mantelería

Para la elección de la mantelería se debe tomar en cuenta muchas características tales como la estética, la duración del material, los colores y la textura de la tela a utilizar. Otra de las características es la durabilidad y conservación de sus colores originales, se tendrá en cuenta el tipo de lavado que se le brindará. Se buscará una tela donde las manchas salgan rápidamente, si es blanca hay que tener en cuenta que se le pueda echar cloro o lejía para tenerlos siempre blancos e impecables, éstos deben ser absorbentes, no encogerse, tener una buena caída así como su desgaste debe ser mínimo, en el uso de su confección se usan telas como el algodón, borlón, orlón, telas sintéticas etc., el restaurante debe de tener manteles de distintos formatos y medidas, en función de los tipos de mesas existentes.

Materiales usados frecuentemente:

- **Algodón.-** Fibra vegetal natural ideal para mantelería fina, resistencia mediana al trabajo comercial. Textura suave, buena caída y apariencia.
- **Polyester.-** Telas tejidas con hilos sintéticos que tienen como característica resistente a las arrugas, textura, muy resistente, estética, buena caída, retención de color, fácil lavado y planchado, asimismo es muy resistente a los daños biológicos como hongos e insectos.
- **Orlón.-** Fibra acrílica de polímeros hecha por la compañía norteamericana Du Pont, muy resistente al trabajo institucional ya que difícilmente retiene la suciedad.
- **Dacrón.-** Denominación comercial de una fibra sintética innovadora hecha a base de poliésteres, comercializada por Du Pont.
- **Muletones.-** Hecha con tela gruesa y su finalidad es la de proteger de golpes la superficie de la mesa, evitar el ruido de las roturas, absorber un posible derrame de líquidos a los clientes, el confort de la mesa y muchos otros aspectos. Los muletones se confeccionan con elástico en las puntas para que éste sea sujetado y así no corra el mantel ya que éste se adhiere al mismo, y debe ser de color blanco.
- **Manteles.-** La dimensión de los manteles deben ser mayores que las de las mesas para los cuales están destinados se tiene que tener en cuenta que deben ser 50 cm. más grande que las mesas ya que su caída debe ser de 25 cm. por lado, por lo que para una mesa cuadrada de 0.90 x 0.90 m,

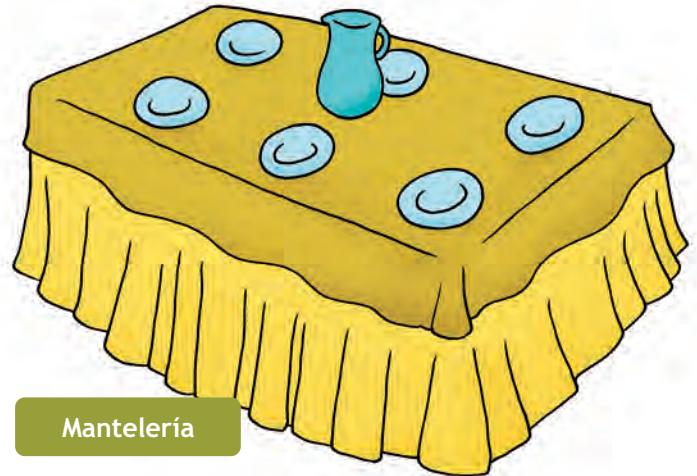
su medida debe ser de 1.40 x 1.40 m. Asimismo es de buen gusto que los manteles puedan tener el anagrama grabado del restaurante en el centro del mantel.

- **Cubre manteles o puntas.-** Se tiene que tomar como punto de partida los manteles ya que éstos tienen que ser del mismo material, la misma calidad, pudiendo ser del mismo color o el de un contraste sobrio. Las dimensiones del cubre mantel serán de unos 10 ó 20 cm. mas que las de las mesas, ya que su caída es de unos 5 o 10 cm. Su función fundamental es la de proteger al mantel de las posibles mancha durante el servicio, este debe ser cambiado cada vez que un cliente termine sus servicio. Deben ser cambiadas. El personal de comedor tiene que mantener un stock considerable para no tener problemas a la hora del servicio.

- **Servilletas.-** Se confeccionan con el mismo material de los manteles, pueden ser del mismo color o de preferencia blancos, ya que éstos reflejan mayor higiene, éste puede tener el anagrama grabado en la esquina, su forma debe ser cuadrada, las medidas debe ser de 0.50 x 0.50 m o 0.40 x 0.40 m como mínimo y hay que cuidar en extremo su perfecta limpieza y planchado.

- **Faldines.-** Estos son hechos de una tela ligera o fuerte que se coloca alrededor de las mesas de buffet para darle un toque de elegancia y evitar que se vean las bases de la mesa que muchas veces se encuentran en mal estado, los colores van acorde con la mantelería, en particular poseen pliegues. Estos deben ser de fácil

colocación debiendo tener un sistema de **velcro**. Tiene una caída aproximada de 0.70 m.



Mantelería

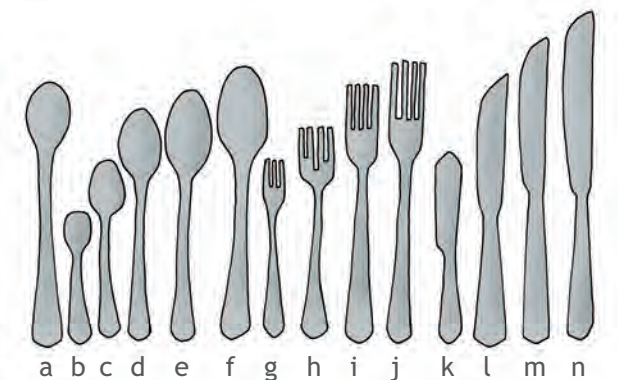
- **Andarín.-** Es un paño confeccionado con el mismo material que el de los manteles, éste debe ser de color blanco su función es la de proteger al mozo o camarero de las fuentes o platos calientes. El andarín debe ser parte del uniforme del camarero ya que siempre lo debe de tener a la mano para evitar contratiempos en la colocación de platos. Este accesorio debe ser cambiado cuantas veces sea posible ya que tiene que estar impecable y planchado.

- **Muletilla.-** Plato o fuente al que se le coloca una servilleta de tela en forma de bolsillo que sirve para trasladar los cubiertos a la mesa y cambiar los que no se van a usar. Es importante por la higiene, la comodidad, elegancia, etc.

su medida debe ser de 1.40 x 1.40 m. Asimismo es de buen gusto que los manteles puedan tener el anagrama grabado del restaurante en el centro del mantel.

8.10 Cubertería

La cubertería dentro del servicio de restauración es sin duda alguna, uno de los accesorios más importantes dentro del comedor ya que éste entra en contacto físico directo, pudiendo transmitir sensaciones placenteras así como también desagradables; éstos tienen que guardar relación con todo el menaje del salón. Sus características deben ser tomadas en cuenta a la hora de la adquisición ya que de esto va a depender del presupuesto que se tenga para este rubro, los hay de acero inoxidable, plaqué y plata, su estilo debe ser considerado muy en cuenta, la durabilidad de sus material, el mantenimiento, el lavado y los insumos que se usarán para su limpieza y éstos deben ser comprados en relación a nuestras necesidades.



Cubertería

- a.- Cuchara para cappuccino, té helado o algún postre en copa larga.
- b.- Cuchara para café express.
- c.- Cuchara para té o infusiones.
- d.- Cuchara para café americano o café con leche.
- e.- Cuchara para postre.
- f.- Cuchara para sopa.
- g.- Tenedor para piqueo o crustáceos.
- h.- Tenedor de pescado.
- i.- Tenedor de entrada o postre.
- j.- Tenedor de fondo o de mesa.
- k.- Paleta de mantequilla o mermelada.
- l.- Paleta o cuchillo de pescado.
- m.- Tenedor de entrada.
- n.- Tenedor de fondo.

8.11 Cristalería

Conjunto de piezas de cristal, cristalino o vidrio compuesto por vasos, copas etc. que como elemento importante en la mesa debe estar relacionado con la imagen del establecimiento dependiendo el tipo de restaurante y el segmento al que va dirigido.

- **Vidrio.-** Material inorgánico duro, frágil, transparente compuesto de arena de sílice, carbonato de sodio y caliza cocido a 1,500 ° C.
- **Cristalino.-** Vidrio cuya base que sirve para su fabricación contiene 9% de plomo, el verdadero cristal contiene entre 18% y 24%, es el plomo el que le da brillo y los reflejos característicos del cristal.

- **Cristal.-** Material microporoso y muy transparente, con características más apropiadas para beber vinos, aguardientes etc. debe ser liso y llano para apreciar las características del producto. El diseño de la copa influye sobre los aromas y sabor del vino al ser agitado por la superficie microporosa.



Clasificación de copas de vino

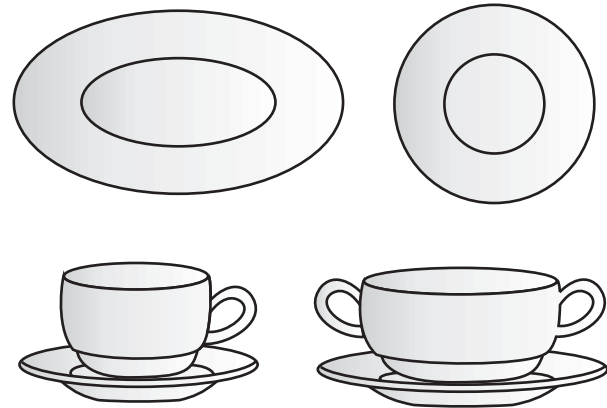
8.12 Vajilla

Conjunto de utensilios que se utilizan en el servicio de mesa para servir, trasladar y permitir al cliente ingerir sus alimentos, la elección se realiza considerando el presupuesto, forma durabilidad, color, tamaño, personalidad, calidad etc. La cantidad de vajilla se debe pedir tomando en cuenta la rotación de comensales, tipos de plato, número de pax, tipo de restaurante, etc.

- **Porcelana.-** Material cerámico blanco, no poroso, duro, no lo raya el acero compuesta de arcilla blanca, caolín y feldespato. Su cocción se realiza a entre los 700° y 1450 ° grados. La

personalización se realiza con óxidos metálicos antes de la tercera cocción. Hay 2 clases: La dura o verdadera se hace con caolín y feldespato, la blanda se compone de arcilla y vidrio molido.

- **Loza.-** Terracota esmaltada o barnizada, de pasta fina, porosa, absorbente y opaca. El color varía después de la cocción, alcanzando gran dureza y resistencia. El impermeabilizado se logra con un barniz que contiene silicio, plomo etc. Todos estos molidos antes de su cocción se realiza entre 750 y 850 grados.



Vajilla de salón

9

MISE EN PLACE



9 | MISE EN PLACE

Palabra francesa que significa *puesta a punto*, esta palabra es muy usada en el mundo de la restauración, se utiliza para designar a todas las operaciones previas al servicio, como su nombre lo indica poner a punto los equipos, mobiliario, accesorios y menaje necesarios para la correcta prestación de servicio.

Este proceso, aunque sencillo, es de vital importancia en las empresas de servicio de alimentación, ya que nos permite estar preparados para atender las posibles variaciones de los flujos de la demanda, evita la improvisación, y lo que es más importante, facilita el posterior desarrollo de las labores de todos los empleados evitando así pérdidas de tiempo innecesarias.

Para lograr un buen mise en place se dan algunas sugerencias básicas, estas ayudarán a mantener siempre un trabajo ordenado, limpio y sin malos ratos:

9.1 Limpieza del salón y mobiliario

En la mayor parte de los establecimientos este trabajo lo realiza el personal de limpieza, pero éste debe ser supervisado por el maître o jefe de salón, debe ser revisado los pisos o alfombras, mesas, sillas, estaciones, macetas, techos, lámparas, faroles, ventanas etc. Poniendo énfasis en los baños que son la imagen de la limpieza y aseo del establecimiento.

9.2 Repaso de material

Esta operación permite preparar todo el material para el servicio, verificando posibles deficiencias en la limpieza. Hay que reiterar que todo el material que sale al salón debe ser previamente repasado, evitando así que llegue al cliente en mal estado, toda esta labor se realiza dependiendo el tipo de material que se trate.

9.3 Pulido de cristalería

El repaso de la cristalería se realiza en un recipiente con agua muy caliente, cada copa es tomada por la base y se empaña con el vapor de agua, procediéndose posteriormente al pulido de la copa con un paño limpio y que no emita pelusas (bayeta), una vez repasada se coloca boca abajo para su posterior utilización, ya sea en el montaje de la mesa o para las estaciones de servicio.

9.4 Cubertería

El primer paso consiste en ordenar las piezas por tipos después del proceso de lavado, una vez ordenados, se toman las piezas y se colocan en agua caliente con un poco de vinagre para retirar todos los residuos minerales del agua, luego se repasa con un paño limpio, seco y libre de pelusas, logrando eliminar los restos de grasa, detergente, agua, cal o alguna mancha dura de salir, hay que tener en cuenta los restos de comida entre las púas de los tenedores. En el caso de los cubiertos de plaqué se procede a seleccionar las piezas manchadas por el uso y posteriormente se le aplicará el abrillantador respectivo (Tarnishield de 3M) posteriormente se procederá al enjuague y se realizará el mismo proceso que el anterior. En ambos casos una vez pulidos se colocará por tipo de cubiertos para su traslado al salón.

9.5 Vajilla

En este procedimiento se tiene que tomar mucho empeño ya que en los hoteles o restaurantes de gran envergadura utilizan máquinas lavavajillas y en muchos de los casos el lavado no es tan bueno como parece sino que en muchas ocasiones es deficiente, ya que los lavadores no ponen el empeño necesario para esta faena por la presión de trabajo, se debe supervisar uno por uno, limpiándolo con un paño limpio y seleccionando los sucios para un lavado más a fondo, éste debe ser hecho a mano. Una vez limpios se procede a apilarlos para su posterior traslado al área de despacho, estaciones o al salón para el servicio de buffet. No olvidar y tener siempre presente que los

platos y de salir un plato sucio con alimentos al salón es una irresponsabilidad del encargado de dicha labor.

9.6 Misceláneos

En este rubro se pueden considerar los saleros, pimenteros, porta sachets, alcuzas, etc. Todos estos elementos son importantes para el desempeño de las labores en el comedor, se debe hacer la verificación y limpieza periódica, para ello se debe vaciar todos los contenidos y volverlos a rellenar, su limpieza se debe realizar con alcohol para su desinfección y eliminación de grasas. En el caso de los floreros éstos deben cambiarse de agua como mínimo una vez al día ya que de caerse en la mesa el cliente se llevará más de una sorpresa.

9.7 Carros de flambear y otros

En función al tipo de carro éste debe ser limpiado diariamente, tiene que tomarse en cuenta los materiales que se han usado en su confección, mayormente usar la silicona o lustra muebles para la madera y para el plaqué o acero un abrillantador el cual debe ser biodegradable ya que en éstos se preparan o se trasladan alimentos. Estos carros de servicio deben ser verificados si cuentan con todos los utensilios e ingredientes que se utilizarán durante el día.

10

MONTAJE DE MESAS



10

MONTAJE DE MESAS

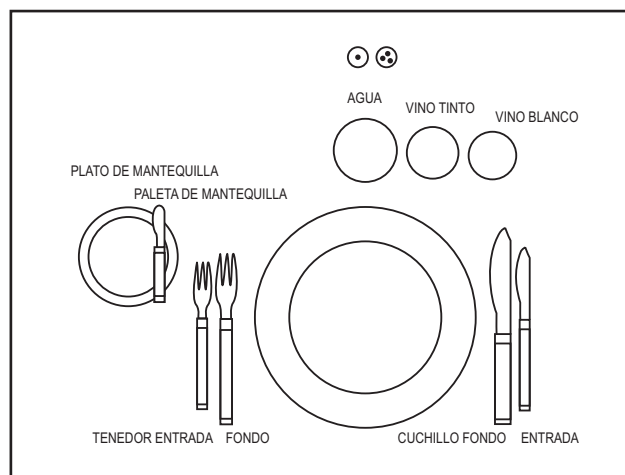
Para el montaje de las mesas, el personal de salón está en la obligación de tomar una serie de consideraciones, las cuales sirven como parámetros establecidos para el manejo del comedor, a continuación se da los más usados:

- Elección de la capacidad, tipos de mesa y colocaciones de éstas dentro de la sala en función de las reservas existentes y de la demanda prevista, para un mayor aprovechamiento del espacio disponible. Hay que considerar que un restaurante puede disponer de varios formatos de mesas (redondas, cuadradas o rectangulares)
- Alineación correcta de las mesas, procurando hacer coincidir sus esquinas y que el espacio entre ellas sea siempre el mismo. La correcta colocación de las mesas en el salón es más importante de lo que en su principio puede parecer, ya que por un lado facilita el trabajo del personal y por otro ofrece una sensación de orden, armonía y eficacia.

- Entre mesa y mesa hay que dejar un espacio suficiente para favorecer el paso del personal, facilitando así el servicio. Esta distancia está en función de la categoría del establecimiento, pero como norma general se establece entre 1,2 y 1,5 m. Este espacio entre mesas facilita el trabajo del personal, pero además permite tener al cliente su propia intimidad en la mesa, sin necesidad de oír la conversación del cliente de la mesa de al lado.
- Hay que intentar no ubicar mesas o sillas en lugares muy reducidos donde el cliente se encuentre incómodo. En estos casos, es preferible no montar esa mesa o montarla con una posición menos.
- Chequear correctamente el nivel de las mesas, teniendo en cuenta los movimientos constantes de éstas.

Una vez que se han tenido en cuenta estos aspectos, el siguiente paso consiste en el montaje de las mesas, para lo cual se comienza por la colocación del mulotón en caso de tenerlo si no lo hubiese colocar el mantel como primer paso.

Este debe quedar totalmente centrado, haciendo coincidir las esquinas con las patas de las mesas. En caso que el mantel disponga de anagrama, se debe colocar en el centro de la mesa y usualmente orientado hacia la entrada del comedor, posteriormente se coloca el cubre mantel. Una vez colocada la mantelería, se procede a colocar el plato base, vajilla, cubertería y cristalería respectivamente.



Montaje de mesas

11

TIPOS DE DESAYUNO



11

TIPOS DE DESAYUNO

11.1 Carta de desayuno

Se usa en las cafeterías de los hoteles o en cafeterías especializadas, como características debe ser bien explícita y de fácil entendimiento ya que en las mañanas los clientes no gozan de mucho tiempo para ver los detalles y el contenido de los mismos. Aquí se debe considerar ítems de porciones ya que los clientes muchas veces desean comer solo una porción de tostadas con mantequilla y mermelada con un jugo o café. Esta debe ser traducida para dar facilidad al huésped y los contenidos de cada uno de los desayunos (continental, americano, buffet, criollo o dietético etc.) Cabe resaltar que por estudios de conducta y comportamiento de los clientes de restaurantes el servicio más delicado de atender es el desayuno así como el servicio de

Carta de Desayuno

Desayuno Continental

Croissant o pastelería danesa
Mantequilla y mermelada
Café, té o leche

Continental Breakfast

Croissant and pastry
Butter and jam
Coffee, tea or milk

Desayuno Americano

Jugos de fruta de la estación
Ensalada de frutas
Dos huevos a la orden
Cesta de panes de la casa
Croissant y pastelería danesa
Mantequilla y mermelada
Café, té o leche

American Breakfast

Fresh fruit juice
Fruit salad
Two eggs any style
Basket of assorted bread
Croissant and pastry
Butter and jam
Coffee, tea or milk

Cesta de Panes

Cesta surtida
Tostadas
Mantequilla y mermelada

Basket of Bread

Assorted basket
Toasts
Butter and jam

Huevos

Dos huevos al gusto
Huevos con tocino o jamón
Omelette de jamón o queso
Huevos rancheros

Eggs

Two eggs any style
Eggs with bacon or ham
Omelette with ham, cheese
Mexican ranch eggs

Cereales

Corn flakes
Avena con leche y frutas

Cereals

Corn flakes/Rice krispie
Oatmeal's with milk&fruits

Fiambres y Quesos

Jamón (porción)
Tocino (porción)
Salchichas (porción)
Quesos (porción)

Cold Cuts & Cheese

Ham (portion)
Bacon (portion)
Sausage (portion)
Cheese (portion)

Bebidas

Jugos naturales
Café, té o leche

Soft Drinks

Fresh fruit juice
Coffee, tea or milk

12

EL AZAFATE



12 | EL AZAFATE

Herramienta básica en las operaciones y de uso obligatorio en el área de Alimentos y Bebidas, especialmente en restaurantes, servicio de pisos (Room Service), bares, etc. También llamada bandeja, charola etc. Se debe caracterizar por ser muy ligero pero fuerte al impacto físico y con sistema de ventilación en el apilamiento. Estas deben ser de material antideslizante y resistente (fibra de vidrio prensada con bordes reforzados de aluminio y superficie antideslizante).

Marcas: Cambro, Vollrath, Rubbermaid, etc.

12.1 Los 3 tipos básicos

- **Jumbo:** Regularmente se utiliza para el traslado de platos apilados cubiertos con campanas o protectores de acero inoxidable y mayor volumen de éstos.
- **Rectangular:** De uso común en el restaurante ideal para el traslado de pocas unidades de platos.
- **Circular o redondo:** Ideal para la atención en bares, cafés etc. Para el traslado de cocteles y bebidas.

12.2 Recomendaciones de uso

- El manejo de los azafates debe realizarse con la técnica adecuada para evitar algún daño físico o accidente laboral.
- Considerar la resistencia del azafate y el peso a trasladar ya que puede ocasionar daño en el colaborador o con los clientes.

12.3 Habilidades en el manejo

- El peso debe ser distribuido equitativamente y se debe colocar la cristalería en la parte central para obtener el equilibrio adecuado.
- Los azafates con peso deben trasladarse de preferencia con la mano derecha ya que normalmente es la más fuerte, considerando que al momento de servir las bebidas ingresan por el lado derecho.

- Los azafates deben ser trasladados conjuntamente con las tijeras o burros que ayudan como mesa de apoyo para evitar cargar y servir a la vez.

12.4 Recomendaciones de higiene

- Regularmente los azafates se encuentran sucios debido a la función que cumple, de traslado y recojo de menaje, motivo por el cual se debe poner énfasis en su limpieza y desinfección; sobretodo evitar colocar menaje sucio con limpio específicamente platos servidos evitando así la contaminación cruzada.
- El lavado, enjuague y desinfección debe ser realizada diariamente al término del servicio o cuando éste lo requiere, dejándolos secar verticalmente para evitar la proliferación de bacteria que producen mal olor.
- Nunca se debe colocar cubiertos limpios directamente sobre la superficie.
- No debe lavarse en máquina de lavado ya que la temperatura deteriora la superficie antideslizante.

13

SERVILLETA



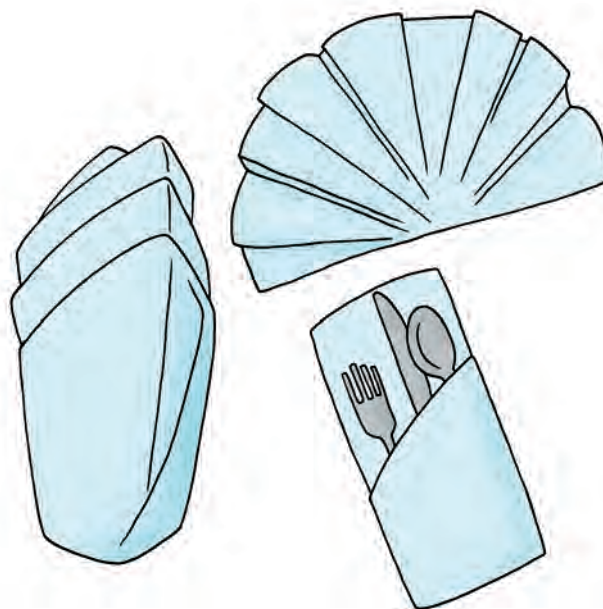
13

SERVILLETA

Elemento importante en los restaurantes tanto para la presentación de la mesa como para la limpieza de boca y manos de los clientes, ésta debe ser hecha íntegramente en algodón puro o mezcla de 70% de poliéster o algún derivado y 30% de algodón ya que éste le otorga una textura suave y sedosa. Las medidas deben estar en promedio de 0.40 hasta 0.50 m. dependiendo de la categoría del establecimiento, el material debe tener un porcentaje de algodón para que le brinde la suavidad necesaria.

13.1 Manejo y doblado de servilletas

- Las servilletas en la mesa otorgan distinción y elegancia, la decoración en el doblado de éstas es importante ya que adicionan a su vez una mayor personalidad al montaje.
- Los diseños en el doblado y presentación deben ser simples y con líneas bien definidas, tomando en cuenta una servilleta impecable, consistente y suave al tacto.
- Esta labor debe ser siempre hecha sobre una superficie limpia y con las manos



Doblado de servilletas

14

LA COMANDA



15

SISTEMAS INFORMÁTICOS PARA ESTABLECIMIENTOS EN A Y B



15

SISTEMAS INFORMÁTICOS PARA ESTABLECIMIENTOS EN A Y B

Los softwares para restaurantes se utilizan para el control y administración de todo tipo de negocios dedicados a la producción y atención de alimentos y bebidas.

Consta de dos módulos un **Front Desk** y un **Back**

Office, sumada su practicidad y entorno visual lo hacen muy amigable y el más solicitado cumpliendo con todas las disposiciones gubernamentales y tributarias del país.

VENTAJAS:

- Control integral y precisión en la emisión de cuentas.
- Otorga mayor rentabilidad por la información fidedigna.
- Control exacto del movimiento de los productos a vender.
- Control y seguimiento de anulaciones y/o alteraciones en las cuentas.
- Fácil de usar con operaciones rápidas y simples.
- Mejora constante en los procesos de control.
- Pantalla de toque sensible (touch screen).
- Plano integral de distribución del salón y de fácil entendimiento.
- Acorde con leyes tributarias y disposiciones legales vigentes.
- Control de estado de mesas (libres, ocupadas, reservadas, etc.)
- Incremento garantizado en su utilidad neta.
- Fidelización de clientes mediante data de consumo.
- Administración detallada de cuentas en general.
- Reporte e informes sobre ventas por ítems, mesero, hora, etc.
- Cuentas por cobrar, cuentas corrientes y líneas de consumo a clientes VIP.
- División de cuentas por artículos consumidos.
- Control de pagos por tipos de tarjeta de crédito y/o canjes de consumo.
- Control de consumos de empleados, invitaciones, cuenta casa, etc.
- Control de propinas por mesero y retenciones.
- Liquidación de cajero, cortesías, invitaciones, cuentas casa, etc.
- Estadística y ranking de venta de platos valorizado.
- Registro de ventas, cuentas por cobrar.
- Estadístico diario, semanal, anual, etc.

16

CONCEPTO DEL NEGOCIO



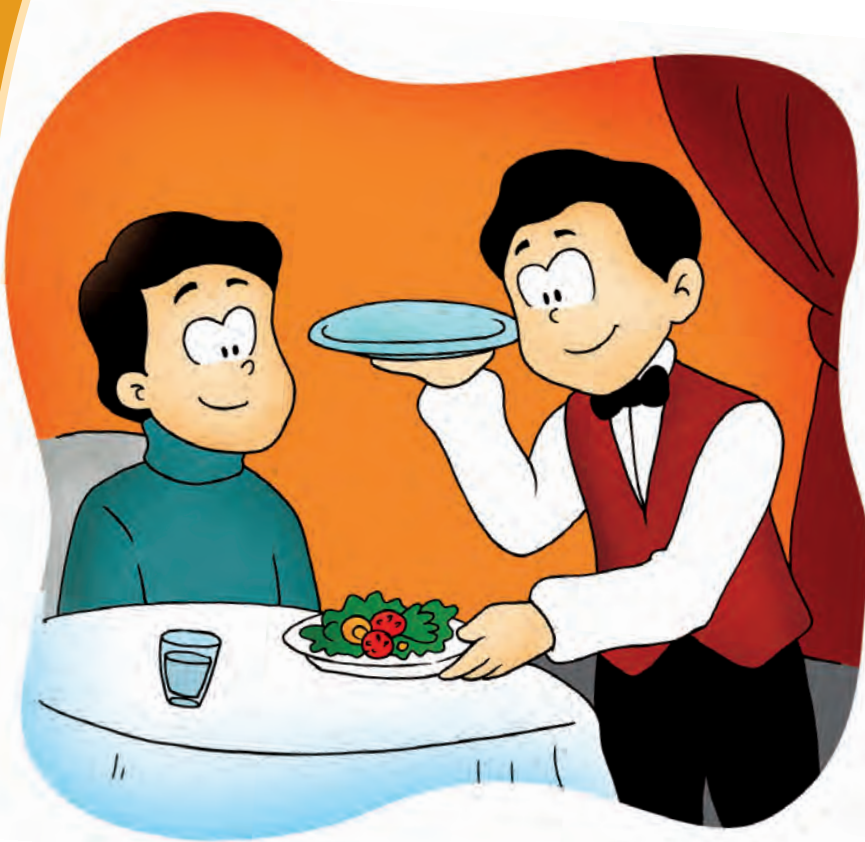
16

CONCEPTO DEL NEGOCIO

La mayor parte de establecimientos cuentan con un concepto definido respecto a sus productos y servicios, éste servirá para identificar el tipo de servicio que nosotros debemos brindar, debe conocerse el tipo de producto que vendemos, segmento socio económico, etc.

17

SERVICIO DE CALIDAD



17

SERVICIO DE CALIDAD

Aquello que pretende sobrepasar las expectativas del cliente, de modo que quede completamente satisfecho. El objetivo es hacerlo sentir bien, importante y valioso. Dar una atención de excelencia implica en primer lugar tener una actitud básica de servicio de calidad que junto a la ejecución correcta de los procedimientos, permite ir más allá de la total satisfacción de las necesidades del cliente. Porque, por muy exquisito que sea el plato, no tiene el mismo sabor si el mesero lo deja bruscamente en la mesa o bien si le pregunta con cortesía si lo prefiere con una salsa adicional, mientras lo coloca sobre la mesa con suavidad.

18

APRENDIENDO EL SERVICIO DE EXCELENCIA



18

APRENDIENDO EL SERVICIO DE EXCELENCIA

Lo primero es conseguir esta actitud básica de atención. Las herramientas primordiales consisten en estar atento, ser cortés y con una actitud de servicio. Además, hay que cuidar de tener mucho tacto y dar sugerencias útiles, siempre con un tono de voz agradable. Empleando el sentido común, se deben de buscar las mejores respuestas para todas las situaciones, ya sean normales o conflictivas. El supervisor y todo el equipo deben de identificar con claridad “situaciones difíciles” que ocurren durante el servicio. Es posible que en el bar demore la preparación de un cóctel o que los meseros sean demasiado lentos para trasladarlos, en cualquiera de los casos se debe tener en cuenta que su solución radica en una actitud básica positiva, en una ejecución correcta de los procedimientos de servicio y en la consideración de la imagen que se desea proyectar.

Es de vital importancia que, en la búsqueda del *servicio de calidad*, participen absolutamente todos los que trabajan en la empresa. No basta que el personal de comedor pueda atender excelente cuando en la puerta hay un valet parking que recibe a los clientes de manera desagradable. Para ésto se requiere de una cadena de gentileza y buena disposición, la que crea de inmediato un clima positivo. Por tal motivo la mejor forma de servir no constituye un esfuerzo, sino que se hace con espontaneidad. Igualmente es importante que esta actitud básica de atención se refleje en el interior de la empresa, de esta manera, un colaborador que se encuentra a gusto, que siente que se le respeta, está en condiciones de reflejar una excelente imagen frente al cliente.

19

EQUIPO DE TRABAJO



19

EQUIPO DE TRABAJO

La entrega de un servicio de calidad resulta muy positiva para el equipo laboral, pues todos trabajan mejor, todos proyectarán esta actitud entre los compañeros, éste a su vez ayuda a que se olviden los conflictos y las rivalidades. Por supuesto, el trabajar en un buen clima organizacional repercute positivamente en la eficiencia y rendimiento de los colaboradores. Y también este clima favorable se traduce en la disposición al buen trato en el hogar. Un colaborador que aplica el servicio de calidad, lleva esa mentalidad a su casa, con lo que se mejoran las relaciones familiares. Un colaborador que trabaja con desorden, deshonestidad, ineficiencia y es conflictivo llevará todas estas cargas a su hogar, el cual lo convertirá en un empleado con temor a ser despedido o descubierto y a su vez será su trabajo mediocre. Para lograr esto, debe realizarse un esfuerzo común, deben de estar todos involucrados;

no es difícil por ejemplo, desarrollar pequeñas metas que se vayan aproximando al servicio de calidad: un día la preocupación recae en permanecer alegres y sonrientes: mañana en cuidar que el tono de voz sea agradable.

Claro que es imposible entregar una buena atención de un día para otro. En algunos establecimientos las metas se conseguirán antes que en otros, según como hayan estado acostumbrados a trabajar habitualmente. Lo importante es el deseo de querer cambiar teniendo en cuenta la revisión de los estándares y la calidad de la atención, así lograremos un ***servicio de calidad***.

20

RECLAMOS Y QUEJAS



20 | RECLAMOS Y QUEJAS

Sin lugar a dudas son las situaciones más desagradables con las que puede encontrarse el colaborador, siendo además uno de los puntos que más negativamente influyen en la imagen de la cadena. Por estas razones es importante que usted sepa solucionar los posibles problemas o incluso los reclamos. **Recuerde que los Reclamos y Quejas sirven como retroalimentación para un mejoramiento a corto y mediano plazo.**

Es fundamental la respuesta de la persona que recibe en primer lugar la queja del cliente, ya que de su serenidad, capacidad de escucha, persuasión, etc., depende en gran medida que esa queja termine o no en un reclamo oficial.

Aunque es prácticamente imposible enumerar las distintas situaciones conflictivas y las posibles soluciones, a continuación se establecen una serie de normas básicas de actuación que permitirán al personal enfrentarse a la situación de una manera efectiva y satisfactoria para el cliente y para la empresa:

1. **Jamás hay que ignorar las quejas.** Si el cliente decide quejarse, es porque en la mayoría de los casos considera que tiene razón esperando una respuesta satisfactoria.

2. Demostrar respeto al cliente. El cliente debe ver que lo que está diciendo es importante para el colaborador y de hecho lo es. No hay que olvidar que lo que interesa es conocer la opinión y las posibles faltas que habitualmente se cometen durante el servicio, para que de esta manera se puedan corregir fácilmente.

3. No hay que reaccionar con agresividad. En la mayoría de los casos esa reacción se produce por que la persona que recibe la queja del cliente la considera como algo personal.

4. Escuchar atentamente al cliente. Lo único que el cliente desea es que se le escuche con atención, pero escuchar atentamente no solo significa oír, sino hay que demostrarle que se le está escuchando. Esto se consigue mostrando una atención visual, utilizando expresiones como (si, okey, diga, muy bien o incluso realizando movimientos de la cabeza denotando sorpresa).

5. Examinar los hechos. Hay que hacerlo detenidamente, intentando ponerse en lugar de cliente es decir practicar la empatía.

6. Descubrir las expectativas del cliente. Es necesario intentar que es lo que el cliente quiere que se haga para solucionar el problema. En muchos casos la mejor manera de solucionarlo es preguntándose lo directamente.

7. Decidir lo que se va a hacer. Hay que hacérselo saber al cliente y ofrecerle varias alternativas posibles para solucionar el problema. Quizás el cliente considere que la

mejor alternativa no es en la que se había pensado.

8. Iniciar la acción y seguirla. Siempre que se comience la acción es conveniente que la persona que ha recibido la queja le haga el seguimiento respectivo, sobre todo si la solución no depende de él; de esta manera se asegura de que el problema se va a solucionar.

9. Jamás hay que discutir con un cliente en público. Si el cliente está muy nervioso y alterado, es posible que se produzca una discusión frente al resto de los clientes. Esta situación debe evitarse siempre, ya que la imagen del establecimiento se vería muy afectada. Aun estando seguros de tener la razón, es conveniente suavizar la situación y evitar las discusiones. Otra salida puede ser invitar al cliente a pasar a un área más privada para tratar el caso.

10. Si la solución final no está en las manos del colaborador. Hay que avisar a un superior, en ocasiones en que el colaborador que recibe la queja no tiene las atribuciones necesarias para solucionar ese problema, en función de las responsabilidades fijadas por la dirección. En este caso, se avisa a la persona responsable de sala, normalmente el Jefe de Salón, Asistente de Administrador o Administrador.

Estas normas básicas permiten, en una gran parte de los casos, solucionar las quejas y reclamos de los clientes sin necesidad de que opten por realizar un reclamo oficial a la Gerencia General, Facebook, Blogs o a los organismos competentes del estado.

21

LA BOLETA O FACTURA



21 | LA BOLETA O FACTURA

La boleta o factura es el documento que el restaurante entrega al cliente como justificante de pago de los servicios consumidos; en la boleta no es obligatorio colocar el nombre del cliente. En la factura es obligatorio colocar el número de RUC (11 Dígitos) y nombre de la empresa o persona natural así como la dirección si es necesario. Los datos del establecimiento son: nombre comercial, dirección, teléfono, número de factura y categoría del establecimiento; en la descripción de los servicios consumidos por el cliente, se debe especificar la cantidad y el precio unitario.

Los establecimientos como restaurantes, hoteles, cafés etc. en los precios de venta está incluido el Impuesto General a las Ventas 19% obligatorio y el porcentaje de servicios establecido por la empresa que tiene como tope el 13% según Decreto Ley.

El proceso de facturación se puede realizar de manera manual, mecánica o sistematizada a través de sistemas que:

- a) Permita una mayor fiabilidad en todos los cálculos matemáticos de proceso, eliminando posibles errores humanos.
- b) Posibilite la realización de todo tipo de correcciones o modificaciones en las facturas, mejorando la presentación de éstas al cliente.
- c) Facilite la elaboración de todo tipo de informes y resúmenes de producción, liberando al personal de un costoso trabajo administrativo.
- d) Simplifique todo el proceso administrativo de control de economatos, consumos de los distintos departamentos, etc.

La Factura (*)

RESTAURANTE LOS CÁNTAROS
Av. Los Rosales 455 - LA MOLINA

R.U.C. 20504712459

FACTURA

002- N° 0000250

Factura 002-0000250

Fecha:
Cliente:
Dirección:
RUC:

Pedido:
Fecha de vencimiento:

Forma de pago: **CONTADO**

CANT.	DESCRIPCIÓN	P. UNIT.	IMPORTE

SON:

PRECIO NETO	IGV 19%	SERVICIO 8%	PRECIO VENTA
-------------	---------	-------------	--------------

(*) Modelo de comprobante de pago

22

SISTEMAS DE COBRO



22 | SISTEMAS DE COBRO

Cuando se solicita la cuenta de los servicios consumidos en el establecimiento, el cajero cierra la cuenta de la mesa y la pasa al Capitán o Mesero para que la revise antes de presentarla, el cual a su vez se la entrega al cliente para su cobro. Una vez que el cliente recibe la cuenta, hay varias formas de cancelar el importe de la misma:

22.1 Contado

El cliente hace efectivo el pago de la cuenta cancelando en efectivo soles o dólares.

22.2 Tarjeta de crédito

Puede ser cancelada con tarjeta Visa, American Express, Diner's, Master Card, Ripley, Saga y otras permitidas.

22.3 Tarjeta de débito

Pago que se realiza directamente de una cuenta de ahorros o cuenta sueldo. Visa Electrón, Maestro, Cirrus, etc.

22.4 Cargo en cuenta

El cliente no abona la cuenta, sino que simplemente la firma con cargo a su habitación, estas cuentas deben pasarse al departamento de facturación del hotel para que sea anotada en la cuenta general del cliente.

22.5 Bonos

Algunas empresas dan a sus colaboradores bonos para consumo en restaurantes afiliados, éstos son como dinero en efectivo. SODEXO, EFECTIBONO, etc.

23

MENÚ A LA CARTA



23

MENÚ A LA CARTA

Utilizado en la mayor parte del mundo consiste en la presentación de los platos de forma ordenada en la cual hay entradas frías y calientes, sopas, ensaladas, pastas, carnes, postres, etc. donde el cliente tiene la opción de escoger los platos que el desea. Destaca por tener los precios impresos en la que se incluye el IGV 19% y los Servicios.

Recuerden que el menú o carta es la principal **herramienta de marketing**, por eso es importante conocer el íntegro de la carta para la explicación del cliente.

24

MENÚ DE DEGUSTACION



24 | MENÚ DE DEGUSTACIÓN

Consiste en una variedad de platos en pequeñas porciones, en la cual el cliente puede degustar de una variedad mayor de opciones y no estar limitado solamente a uno o dos platos. Asimismo, tiene un valor de venta fijo en la cual muchas veces incluye el vino como parte del maridaje.

25 EL VINO



25 | EL VINO

Producto obtenido de la fermentación del jugo de la uva (*vitis vinífera*) llamado mosto. Para obtener una buena uva hay que tener en cuenta diversos factores, como las características del suelo, la vid, el clima, la variedad que se cultiva y el proceso de elaboración que se le sigue.

25.1 Vino blanco

La fermentación se lleva a cabo sin la presencia de hollejos, para que no le aporte color. El estrujado se debe llevar a cabo cuidadosamente para evitar que las rasgaduras de los hollejos y de las pepitas liberen sustancias que disminuyan la calidad del vino.

25.1.1 La Vendimia

Proceso de recolección del fruto de la vid en el momento óptimo para la elaboración de un vino de calidad, normalmente entre los meses de febrero y marzo en el caso de Perú, cuando las uvas han alcanzado el punto óptimo de maduración y presentan un equilibrio entre la concentración de azúcares, ácidos orgánicos, sustancias aromáticas y materias colorantes.

25.1.2 Estrujado

Proceso de romper la piel para que salgan la pulpa y el jugo, debe hacerse con mucho cuidado para evitar que las pepitas aporten sabores desagradables.

25.1.3 Desfangado

Se realiza para eliminar las partículas en suspensión que presentan los mostos tales como hojas, cáscaras, etc. esta operación es imprescindible para obtener un vino de calidad. El vino obtenido a partir de esta técnica presenta mayor frescor, acidez, finura y mejora su estabilidad.

25.1.4 Fermentación

Los azúcares de la uva se transforman en alcohol por medio de la levadura, este proceso dura aproximadamente tres semanas. La levadura *saccharomyces cerevisiae* es una de las levaduras resistentes al anhídrido sulfuroso, y según avanza la fermentación se convierte en la levadura predominante en el mosto, se lleva a cabo en tanques cilíndricos y cerrados que se colocan horizontal o verticalmente y son de acero inoxidable o de fibra de vidrio.

25.1.5 Descube

Proceso en el cual se eliminan las levaduras muertas que ya cumplieron su función.

25.1.6 Trasiegos

Consiste en pasar el vino de un depósito a otro unas tres veces en el primer semestre con el fin de limpiarlo y retirar todas las partículas y desechos.

25.1.7 Clarificación

Añadir un clarificante con el fin de eliminar las partículas, estas proteínas arrastran consigo la materia colorante y los taninos, de manera que quede más suave y menos astringente. También se realizan con claras de huevo.

25.1.8 Estabilización

Precipitar los cristales del vino para evitar que éste llegue a la botella.

25.1.9 Embotellado

La etapa final de la elaboración es el colocar el vino en sus respectivas botellas el cual también es etiquetado.

25.1.10 Cepas para elaborar vinos blancos

Chardonnay, Sauvignon Blanc, Riesling, Pinot Blanc, Pinot Grigio, Pinot Noir, Semillón, Chenin Blanc, Aligote, Colombard, Gewurztraminer, Moscatel, Verdejo, Ugni Blanco, Trebbiano, Xarel.lo, Albariño, Garnacha Blanca, etc.

25.2 Vinos tintos

Elaborado con uvas tintas, la principal característica del proceso de obtención es que los hollejos no se separan del mosto sino que se dejan fermentar junto a él durante un tiempo determinado. Esto se hace porque los hollejos que contienen la materia colorante y son los responsables de aportar color al vino tinto.

25.2.1 Vendimia

Se realiza más tarde que la de los blancos, ya que se requiere mayor alcohol.

25.2.2 Despalillado y estrujado

Es la separación de las uvas de la parte sólida del racimo lo que se efectúa por medio de maquinaria, ya que éste aporta la astringencia, absorbe el alcohol, aporta sabores y ocupa volúmenes en los depósitos.

25.2.3 Fermentación

Se realiza con la pulpa de la fruta y la piel que es la que transmite color. La temperatura de fermentación en los tintos es más elevada que los blancos, aproximadamente a unos 25° C, en la fermentación el azúcar se convierte en alcohol y gas carbónico que empuja hacia la superficie los sólidos del mosto.

25.2.4 Fermentación malo láctica

Esto sucede cuando acaba la fermentación alcohólica, consiste en la transformación del ácido málico en ácido láctico y dióxido de carbono, mejorando el sabor debido a que disminuye la acidez, aquí el vino ya está listo y se procede a la limpieza.

25.2.5 Trasiegos, clarificación y filtración

Estos procesos se hacen igual que los vinos blancos. Una vez filtrado y clarificado, el vino se almacena en tanques antes de ser embotellado.

Los vinos que se van a consumir como jóvenes, una vez limpios y clarificados, están listos para el embotellado.

25.2.6 Cepas para elaborar vinos tintos

Cabernet Sauvignon, Merlot, Shiraz o Syrah, PinotNoir, Tempranillo, Gamay, Zinfandel, Sangiovese, Cabernet Franc, Garnacha Tinta, Barbera, Malbec, Pinotage, etc.

25.3 Elaboración de Vinos Rosados

Este se realiza con iguales procesos que los anteriores pero a diferencia que la piel es dejada aproximadamente entre 12 a 24 horas o más dependiendo del tono que se le desea otorgar se puede utilizar uvas tintas, blancas y en algunos casos rosadas.

25.4 Elaboración de Vinos Espumosos

Todos aquellos vinos que tienen burbujas es decir anhídrido carbónico proveniente de una segunda fermentación. Este método fue descubierto por Dom Perignon en el siglo XVII llamado método Champenoise o Tradicional. Presentan una proporción de anhídrido carbónico en su composición, por lo cual al descorchar la botella y escanciar el vino en la copa se desprende este gas dando lugar a la formación de espuma. El gas carbónico queda retenido en la botella debido a que en el proceso de obtención de estos vinos se lleva a cabo una segunda fermentación en botella, por lo que el anhídrido carbónico formado durante este proceso queda disuelto en el vino.

Las uvas pueden ser tintas o blancas, por lo que es necesario que el mosto no fermente con el hollejo para no captar color y obtener un vino de calidad. El mosto fermenta y se obtiene un vino blanco de 10-11° % Vol. A continuación se lleva a cabo el “coupaje” o mezcla de vino con otros vinos seleccionados de cosechas anteriores, con el fin de que los vinos base obtenidos todos los años tengan unas características similares. En la segunda fermentación se añade azúcar al vino base, la cantidad debe ser la suficiente como para producir la cantidad de espuma deseada ya que un exceso puede romper la botella.

25.4.1 Cepas para elaborar vinos espumosos

En Francia (Champagne) PinotNoir, PetitMenier, Chardonnay, en España (Cava) Macabeo, Xarel.lo. Parellada, Chardonnay, PinotNoir, Monastrell, etc. en Italia (Spumanti) Moscato Blanco. Prosecco. Pinot Blanco, etc.

25.5 Crianza de los Vinos

La mayor parte de los grandes vinos se someten al proceso de crianza para conseguir una calidad superior, la madera aumenta la complejidad y calidad de los vinos, especialmente de los tintos. No obstante, no todos los vinos pueden mejorar con este proceso. El enólogo determina si el vino es apto para envejecer o no y en que medida. Algunos vinos son adecuados para envejecerlos unos pocos años (vinos de crianza), otros se desarrollan durante mas tiempo (vinos de reserva o gran reserva). Cuando un vino presenta características adecuadas para ser envejecido no es embotellado sino que se le introduce en barricas.

Los vinos deben permanecer un tiempo en madera, que se suele completar con un tiempo en botella. Este proceso es el que siguen los más importantes vinos tintos y unos pocos blancos. La crianza, en barrica y botella, tiene como objetivo conseguir la armonía entre la acidez, que proporciona frescor, el cuerpo, que proporciona untuosidad al paladar, los aromas que deben ser persistentes y complejos, los taninos y pigmentos, que conforman la estructura y el color.

La crianza debe desarrollar plenamente las características del vino. Dado que el contenido en azúcar, la acidez o los pigmentos cambian de un año a otro, la crianza cambiará también de un año a otro. Incluso hay años en que algunas bodegas no someten los vinos al proceso de envejecimiento si la uva no está en buenas condiciones. En primer lugar se lleva a cabo una crianza en barrica.

La barrica más utilizada para la crianza de los vinos es llamada barrica bordelesa, que es de roble y tiene capacidad para 225 LITROS. Durante este período, el vino se trasiega de unas barricas a otras, para eliminar los residuos que se van depositando en el fondo. Durante el proceso de envejecimiento en barrica se producen cambios de color, y se desarrollan el aroma y bouquet debido a la maduración del vino y al intercambio de sustancias con la madera.

La forma, edad y tamaño de la barrica también tienen gran importancia, ya que cuanto más vieja y utilizada esté la barrica, menor será la cantidad de componentes que aporte al vino. En

cuanto al tamaño, el envejecimiento es más rápido cuanto menor es el volumen.

El vino va evolucionando lentamente en la bodega, y es el enólogo quien determina en que momento el vino ha alcanzado su plenitud. Este proceso puede durar de 1 a 4 años, aunque algunos vinos pueden necesitar un tiempo mayor. Una vez que se da por finalizado el período de crianza en bodega, el vino es embotellado.

A partir del embotellado, los mejores vinos comienzan el período de crianza en botella. Durante esta fase, los vinos desarrollan un bouquet más complejo. La duración del envejecimiento en botella puede ser de cuatro o más años. El momento óptimo para la comercialización y consumo del vino se determina mediante análisis organoléptico.

Los vinos jóvenes son los vinos elaborados en el año, que son frescos, aromáticos y armoniosamente equilibrados.

Las indicaciones Crianza, Reserva y Gran Reserva de los vinos españoles se refieren siempre al sistema de crianza por añadas (en bodega y botella) y hacen referencia al tiempo que el vino ha estado sometido a los procesos de envejecimiento. Estas indicaciones tienen mucho prestigio y están exclusivamente reservadas a los vinos con Denominación de Origen y deben ir siempre acompañadas de la correspondiente añada o cosecha.

El proceso de calificación de las cosechas de cada Denominación de Origen se realiza llevando a cabo una cata de muestras recogidas en todas

las bodegas adscritas a ésta.

25.6 Vinos de Mesa

Los vinos se clasifican en función de la variedad de las uvas empleadas en su fabricación en **vinos tintos**, que se elaboran con variedades de uva tinta, cuyos hollejos responsable de otorgar el color al vino, se dejan macerar sobre el mosto en fermentación para aportar su color y aroma, los **vinos blancos** se elaboran solo con la pulpa de la uva prensada, sin los hollejos, aunque excepcionalmente pueden macerarse ligeramente los hollejos de las variedades blancas para extraer sus aromas, y los vinos rosados se elaboran como los vinos blancos, pero proceden de variedades de uva tinta, para obtener su color, los hollejos se mantienen en suspensión sobre el mosto en fermentación durante unas horas, dependiendo de la tonalidad que se quiera otorgar.

Se pueden clasificar en vinos:

25.6.1 Jóvenes

Elaborados en el año, frescos, aromáticos y armoniosamente equilibrados.

25.6.2 Crianza

Permanecen como mínimo 6 meses en bodega de roble y 18 meses en botella, lo que les aporta mayor fuerza y una coloración amarillenta dorada a los vinos blancos y tonos cereza a los tintos, además de aromas de la madera.

25.6.3 Reserva

Vinos de gran calidad y permanecen un mínimo de 12 meses en barrica de roble y 24 meses en botella, en el caso de los tintos y un mínimo de 6 meses en barrica y 18 en botella si se trata de blancos o rosados.

25.6.4 Gran Reserva

Las joyas más apreciadas de las cavas y a los que éstas dedican las uvas más escogidas y las cepas más viejas de sus mejores viñedos, su vinificación se controla muy especialmente y permanecen un mínimo de 24 meses en barrica y 36 meses en botella.

26

LA ENOLOGÍA Y EL MARIDAJE



26

LA ENOLOGÍA Y EL MARIDAJE

La primera es el estudio del vino en todas sus facetas desde la uva, la siembra, la cosecha, etc., y la segunda es la combinación y equilibrio perfecto entre el vino y los alimentos.

La importancia que tiene dentro del restaurante es que el cliente es orientado por la mejor opción a elegir éste, puede ser asesorado por el experto el cual tiene un estudio profundo acerca de las virtudes, cualidades organolépticas, etc.

Esto complementado con una excelente carta de vinos da como resultado un excelente servicio así como también una buena venta.

Para una buena recomendación de un buen vino es que éste vaya acompañado de un buen servicio el cual debe ser realizado por una persona adecuada y con mucho conocimiento ya que el interés de muchos clientes se centra en el buen servicio que brinda el encargado de esta labor.

26.1 Vinos tintos

Verifique de que el vino tenga la temperatura adecuada, llévelo con cuidado a la mesa y muestre la etiqueta al anfitrión, con una frase como: “el..... Cabernet Sauvignon 1,998 que ordenó, señor” espere su aprobación y colóquela en la mesa. Para dar un buen servicio lleve las copas antes de llevar la botella, éstas se colocan a la derecha del cliente, cerca de la copa con agua. Si se sirven varios vinos, se pueden colocar en línea a la derecha de la copa con agua o uno bajo los otros.

- Abra la botella frente al cliente, inicialmente corte la envoltura metálica que cubre el corcho y limpie residuos.
- Inserte el sacacorchos, de preferencia el que tiene dos tiempos, y saque el corcho con suavidad.
- Sirva una muestra de vino al anfitrión para que de su aprobación y coloque la botella en la mesa para que repose y se oxigene.

- Sirva el vino primero a la dama que se encuentre a la derecha del anfitrión y siga por derecha, atienda a todas las damas que se encuentren en la mesa, después a los caballeros y finalmente al anfitrión.
- La copa se deja sobre la mesa y se llena la mitad o dos terceras partes, gire un poco la botella para evitar que el vino gotee.
- Deje la botella a la derecha del anfitrión para que esté disponible en caso de volver a servir y retírela cuando esté vacía.

26.2 Vinos blancos y rosados

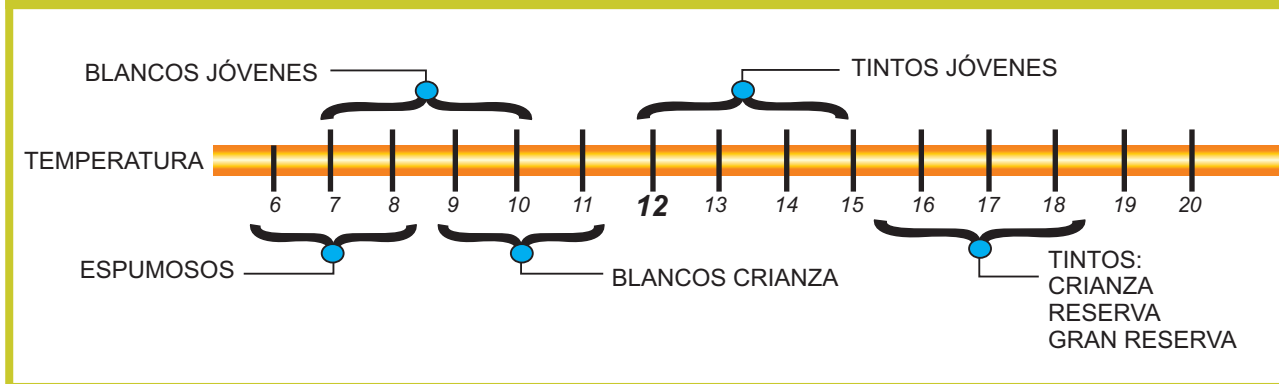
Lleve a la mesa la botella fría, en una hielera con hielo y agua, colóquela sobre la base a la derecha del cliente, preséntela al anfitrión, espere su aprobación y vuelva a colocarla en la hielera. Lleve las copas como ya se menciona,

abra la botella dentro de la hielera, sirva una muestra al anfitrión y espere la aceptación del cliente. No se olvide de mostrar el corcho. Inmediatamente, proceda a servir el vino a las demás personas. Mantenga dentro de la hielera para volver a servir y voltee la botella hacia abajo cuando se haya terminado.

26.3 Vinos espumosos

Como se hace con los vinos blancos, abra la botella frente al cliente. Retire delicadamente la tira de metal hasta que se rompa, quite el alambre y la envoltura que rodea el corcho, y tome este último con su mano izquierda con el andarín sosteniendo la botella en un ángulo de 45, en dirección opuesta a los clientes. Detenga el corcho, dé vuelta a la botella para que la presión interna lo empuje lentamente. Retire la servilleta y sirva una muestra al anfitrión. Una vez aprobada, proceda con las demás personas como se ha indicado anteriormente.

TEMPERATURA PARA EL SERVICIO DE VINOS



27

EL PISCO



27 | EL PISCO

Bebida espirituosa o aguardiente de uva peruana obtenida de la destilación de los caldos frescos de la fermentación exclusiva del mosto de uva (jugo de uva), siguiendo las prácticas tradicionales establecidas en las zonas, productoras previamente reconocidas y declaradas como tales por la legislación nacional. La Denominación de Origen establece que las únicas zonas productoras de Pisco son la costa de los departamentos de Lima, Ica, Arequipa, Moquegua y los valles de Locumba, Sama y Caplina en Tacna.

27.1 Denominación de origen

Protección comercial y de autenticidad que se le otorga al nombre de un país, región, distrito o de un lugar determinado, que sea utilizado para designar a un producto originario de ellos, cuyas cualidades y características se deben exclusiva y esencialmente al medio geográfico, incluidos los factores naturales (geografía, clima, materia prima, etc.) y los factores humanos (mano de obra, arte, ingenio, tradición, etc.). Es por este motivo que la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) otorga al Perú la protección y registro según: la definición establecida por la zona geográfica **Pisco**, nombre derivado del vocablo quechua Pishku; la uva quebranta y otras únicas en el mundo, tipo de elaboración y el factor climatológico.

27.2 Variedades

27.2.1 Pisco puro

Elaborado con Uvas no aromatizadas, quebranta, mollar o negra corriente.

27.2.2 Pisco aromático

Elaborados con Uvas Italia y Moscatel que son aromáticas y existen sub-tipos como la Italia, Moscatel de Alejandría. Torontel o Albilla.

27.2.3 Pisco mosto verde

Obtenido de la destilación de mosto incompletamente fermentado, ideal para consumir después de las comidas como digestivo se toma puro ligeramente y frío.

27.2.4 Pisco acholado

Proveniente de la mezcla de caldos de distintas variedades de uvas aromáticas y no aromáticas.

27.3 Tipos de Cepas para la Elaboración de Piscos

27.3.1 Uvas aromáticas

- ITALIA
- MOSCATEL
- TORONTEL
- ALBILLA

27.3.2 Uvas no aromáticas

- QUEBRANTA
- NEGRA CRIOLLA
- MOLLAR
- UVIN

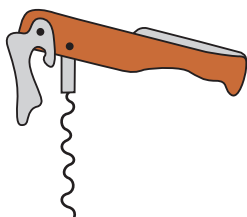
28

TIPOS DE SACACORCHOS

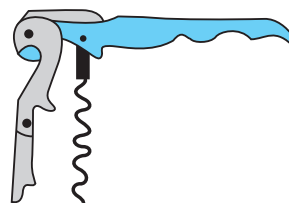


28

TIPOS DE SACACORCHOS

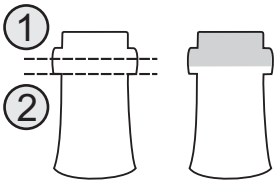

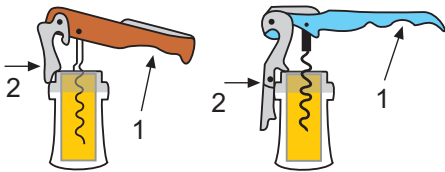
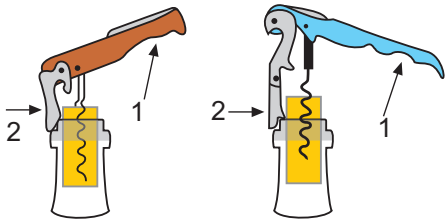


SACACORCHO 1 TIEMPO



SACACORCHO 2 TIEMPOS

28.1 Técnica correcta para descorchar un vino

FASE	MÉTODO	OBJETIVO
<p>REALIZAR EL CORTE DE LA CÁPSULA</p> 	<p>Realizar el corte en la parte superior en el lugar donde está la marca.</p>	<p>Retirar el plomo o plástico protector para poder descorchar fácilmente.</p>
<p>INTRODUCCIÓN DEL TIRABUZÓN</p> 	<p>Introducir el tirabuzón suavemente evitando traspasar el borde.</p>	<p>Sacar el corcho evitando la caída de sedimentos en la botella.</p>
<p>POSICIONAR EL SACACORCHOS</p> 	<p>Una vez ingresado el sacacorchos al centro se procede a girar (no girar la botella), para posteriormente levantar en palanca centrando la fuerza para evitar la rotura del corcho.</p>	<p>Sacar el corcho adecuadamente sin dejar caer sedimentos de corcho en la botella.</p>
	<p>Se procede a jalar fuerte hacia arriba con la mano firme y pensando en el medio.</p>	<p>Evitar el mínimo de contacto de residuos de corcho con el vino.</p>



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

Viceministerio de
Turismo