UF0259: Servicio y atención al cliente en restaurante



TEMA 1. Servicio del restaurante

TEMA 2. Atención al cliente en restauración

TEMA 3. La comunicación en restauración

TEMA 4. La venta en restauración

OBJETIVOS

- Describir y desarrollar el proceso de servicio de alimentos y bebidas en sala, utilizando las técnicas más apropiadas para cada fórmula de restauración
- Identificar los diferentes tipos de clientes y técnicas de venta de alimentos y bebidas más efectivas en el restaurante, y diferenciar y aplicar los procedimientos para interpretar y resolver necesidades de información, reclamaciones y quejas

tema 1

Servicio del restaurante

- **Mise en place**
- **Concepto de oferta gastronómica, criterios para su elaboración**
- **Platos significativos de la cocina nacional e internacional**
- **La comanda: concepto, tipos, características, función y circuito**
- **Procedimiento para la toma de la comanda estándar e informatizada**
- **Tipos de servicio en la restauración:**
- **Marcado de mesa: cubiertos apropiados para cada alimento**
- **Normas generales, técnicas y procesos para el servicio de alimentos y bebidas en mesa**
- **Normas generales para el desbarasado de mesas**
- **Servicio de guarniciones, salsas y mostazas**

OBJETIVOS:

- Describir las diferentes ofertas gastronómicas existentes
- Conocer y aplicar los criterios adecuados para la confección de una oferta gastronómica acorde

1. MISE EN PLACE

La mise en place está formada por el conjunto de tareas que se realizan previas a la llegada del cliente y que tienen como finalidad mejorar el desarrollo del servicio.

El término Mise en Place, de origen francés, se podría traducir por "puesto o colocado en su lugar", haciendo mención de las tareas que se realizan tanto en el departamento de cocina como en el de sala o restaurante, cuya misión es la de facilitar el servicio y que este se desarrolle con la mayor eficiencia y calidad posible.

Con la mise en place finalizada, estamos en disposición de que se produzca la llegada del cliente al establecimiento y por lo tanto comience propiamente el servicio en sí. Servicio en restaurante, en el cual se realizan diferentes tareas con el fin de prestar el servicio de alimentos y bebidas a los clientes del mismo.

A lo largo de este tema, desarrollaremos las principales tareas que comprenden el servicio en restaurante.

- Enumerar las elaboraciones gastronómicas nacionales e internacionales más significativas
- Concretar y explicar la comanda así como definir los tipos y la explicación de su utilización
- Conocer el procedimiento de toma de comanda
- Conocer los principales tipos de servicio empleados en las empresas de restauración así como sus ventajas y desventajas
- Enumerar y justificar el correcto marcado de la mesa en función de la oferta gastronómica a consumir
- Definir las normas generales, técnicas y procesos para el servicio de alimentos y bebidas en mesa
- Describir el procedimiento de desbarasado de mesas
- Explicar el servicio de guarniciones, salsas y mostazas

2. CONCEPTO DE OFERTA GASTRONÓMICA, CRITERIOS PARA SU ELABORACIÓN

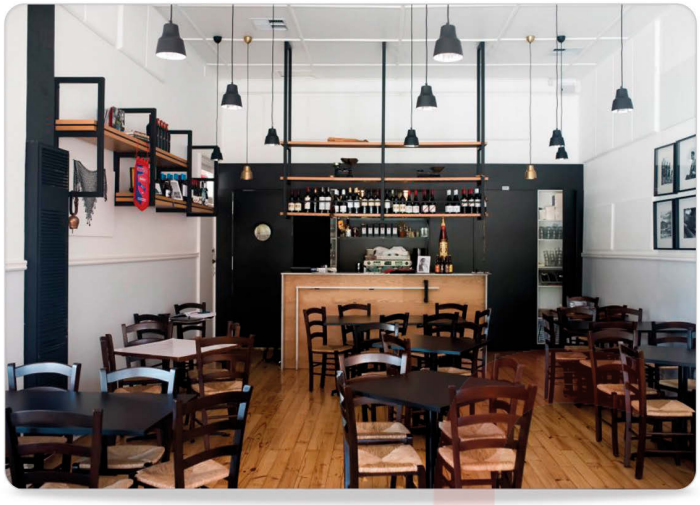
La oferta gastronómica del establecimiento está formada por la selección de platos y bebidas que se ofertan en el establecimiento de restauración.

Generalmente la oferta gastronómica, es planificada y realizada conjuntamente por los responsables del departamento de cocina y de restaurante, con el fin de realizar una oferta lo más atractiva posible para el cliente, logrando con ello su venta.

A la hora de diseñar la oferta gastronómica del establecimiento tendremos que tener en cuenta una serie de parámetros como pueden ser:

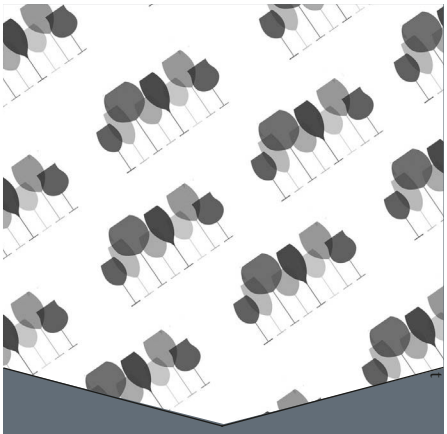
- **El tipo de establecimiento de restauración y su denominación**, ya que el nombre del mismo hace mención al tipo de oferta gastronómica que vamos a encontrar. A modo de ejemplo podemos citar las arrocerías, las marisquerías, los asadores, las parrillas, los mesones, etc.
- **La legislación turística de aplicación.** Las empresas de restauración son empresas que deben de cumplir una serie de normativas como pueden ser la turística o la de sanidad, las cuales pueden influir en mayor o menor medida en la oferta gastronómica que ofertemos.
- **La categoría del establecimiento.** En determinadas Comunidades Autónomas, los restaurantes de cierta categoría o que disponen de una especialidad, deben de disponer de una oferta gastronómica muy concreta marcada por normativa autonómica.
- **La ubicación del establecimiento**. Si se encuentra en una zona urbana o rural, o dentro de un núcleo poblacional o en una carretera, si está ubicado en una zona turística o industrial, etc. ya que en función de nuestra ubicación podremos tener un tipo de cliente u otro.
- **Las características morfológicas del local**. El tamaño, forma, distribución, la existencia de almacenes, cámaras de conservación, etc., son factores a tener en cuenta a la hora de planificar y ejecutar la oferta gastronómica. En espacios reducidos con poco espacio para pasillos es difícil implantar

por ejemplo una oferta gastronómica con platos a la vista del cliente en la que se precise para ello un carro gueridón o un carro similar para su realización.



Restaurante con poco espacio para desplazamientos en donde se haría difícil el manejo de carros de servicio

- **La climatología** es otro de los parámetros a tener en cuenta, ya que en función de la meteorología que haya en el emplazamiento debemos de diseñar una oferta gastronómica u otra, puesto que no es lo mismo la gastronomía de una isla del archipiélago canario que la de un pueblo de Galicia.
- **El cliente real y potencial** al que se pretende prestar el servicio y las características del mismo. En función del cliente que pretendamos atender, este tendrá una serie de características, necesidades, gustos y preferencias y por lo tanto la oferta gastronómica variará considerablemente. Asimismo los precios de la oferta gastronomía irán acorde al tipo de cliente al que pretendamos atender.
- **El periodo de funcionamiento**. Si abre entre semana o solamente los fines de semana. Si abre por temporada o por el contrario su periodo de apertura es anual. Es muy importante conocer esto con el fin de diseñar una oferta gastronómica óptima.



RECUERDA

El Decreto 12/2016, de 21 de abril, por el que se regulan los establecimientos de restauración en la Comunidad de Castilla y León, establece la categorización de los restaurantes, así como su especialización en Asadores, Mesón, Restaurante micológico, Restaurante Bodega, lo cual condiciona parcialmente la oferta gastronómica de los mismos.

- **Los tipos de servicios que se pretenden abarcar**. En este punto tendremos en cuenta si queremos dar servicio de comidas, de cenas, servicios ordinarios o extraordinarios, de menú o a la carta, etc.
- **La materia prima con la que podemos contar**. Aunque ahora mismo es fácil disponer de cualquier materia prima en cualquier lugar, es necesario disponer de unos proveedores locales que puedan suministrarnos esta materia prima.
- **Los conocimientos, habilidades, destrezas, aptitudes y actitudes** del personal que trabaja en el mismo.

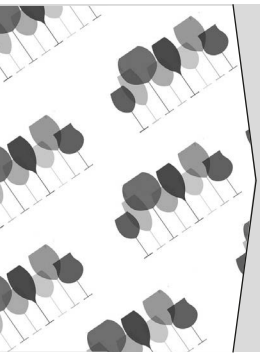
2.1 Las cartas

La oferta gastronómica de bebidas irá en consonancia a la oferta de comidas que dispongamos.

Con el fin de que el cliente conozca la oferta gastronómica del establecimiento, lo habitual es que el local elabore una o varias cartas en donde se relacionen toda la oferta gastronómica.

En un restaurante las cartas, entendiendo carta como listado de productos, que se suelen tener son:

- **Carta de aperitivos**. La carta de aperitivos está formada por una selección de bebidas que tengan la virtud de estimular el apetito, por lo que son ideales para tomar antes de la comida.
- **Carta de platos**. En esta carta relacionaremos los diferentes platos que se ofertan en el establecimiento, siendo agrupados generalmente para su mejor compresión por parte del cliente en diferentes grupos como pueden ser:
  - Primeros platos, segundos platos, postres, etc.
  - En grupos de productos similares entre sí; por ejemplo entrantes, pescados, carnes, asados, sopas y pastas, etc.
- **Carta de vinos.** En donde relacionaremos la oferta de vinos que dispone el establecimiento. Existen diferentes criterios a la hora de elaborar la carta, pudiendo ser por tipo de vino (blanco, rosado, tinto, espumoso, etc.), por su región o zona de producción, por el tipo de uva, por productor o bodega, etc. La elaboración de esta carta es generalmente competencia del sumiller del restaurante.
- **Carta de bebidas**. En el caso de que tengamos una oferta interesante de otro tipo de bebidas, como por ejemplo pueden ser las cervezas o aguas embotelladas, elaboraremos una carta para potenciar su venta. En ocasiones y cuando la oferta de productos no es muy elevada, se suele optar por incluir estas bebidas en la carta de vinos, pasando a denominarla Carta de bebidas.



Actividad 1

Acabas de incorporarte como sumiller en un restaurante ubicado en Madrid y quieres implantar una carta de vinos para potenciar la venta de vinos. Por el tipo de cliente que tiene el restaurante quieres emplear sobre todo vinos de corte tradicional y de las "denominaciones de origen" más renombradas del territorio nacional.

- Indica 8 "denominaciones de origen" que consideras que debería tener presencia en tu carta de restaurante.

- **Carta de postres**. En ocasiones en los establecimientos de cierta categoría se suele elaborar una carta de postres, la cual es entregada al cliente cuando ha finalizado los platos salados y se ha producido el desbarase y la retirada del pan.



Carta de postres de una empresa de restauración en donde hacen indicaciones a los alérgenos que pueden tener sus elaboraciones

- **Carta de cafés e infusiones**. En donde se relacionan la oferta de cafés e infusiones de la que dispone el establecimiento, con las características más significativas del mismo.



Carta de cafés e infusiones de un restaurante

- **Carta de licores**. Una vez realizado el servicio de cafés e infusiones; lo habitual es hacer entrega de una carta de licores en donde se relacionan los diferentes destilados, aguardientes, licores, etc., con los que cuenta el establecimiento. Es habitual que esta carta este dividida y se agrupen los productos por categorías afines.
- **Carta de Cigarros Puros.** Con motivo de la prohibición de fumar en lugares públicos, cada vez es más difícil encontrar carta de cigarros puros en los restaurantes, pero aquellos de cierto renombre y prestigio y que disponen de espacios habilitados para fumar como puedes ser un patio o terraza, disponen de una carta de cigarros puros.



Caja de cigarros puros de la marca Cohíba donde pueden verse diferentes formatos de este producto

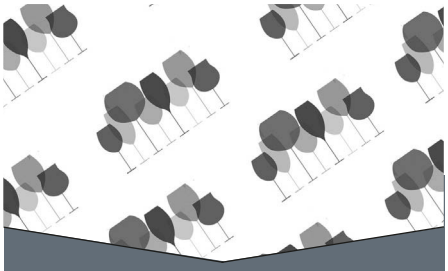
TOMA NOTA

La Ley 42/2010, de 30 de diciembre, por la que se modifica la Ley 28/2005, de vigencia en España indica que en determinados establecimientos públicos (existen excepciones) está prohibido fumar.



Cartel emitido por la Junta de Andalucía indicando la prohibición de fumar en este establecimiento y haciendo mención de la Ley 28/2005, de 26 de diciembre, de medidas sanitarias frente al tabaquismo y reguladora de la venta, el suministro y la publicidad de los productos del tabaco

- **La carta de Room-Service**. El room service es el servicio de habitaciones. La carta de room service se elabora cuando un establecimiento de restauración dispone de habitaciones donde alojar a sus clientes (hoteles, hostales y establecimientos similares) a los que se les oferta una serie de platos y bebidas para ser consumidas en la habitación del cliente.
- **Menú del día.** Dentro de la oferta gastronómica del establecimiento también está el Menú del día, entendiendo como tal la oferta de varios platos (primeros, segundos y postres) que, junto con el pan y la bebida, se ofertan al cliente con un precio determinado y cerrado. El menú del día, como su propio nombre indica, está formado por una serie de platos que se elaboran diariamente y que se ofertan en el establecimiento generalmente a un precio reducido. La composición del menú, la variación de los platos, el precio, etc. irá en función del tipo de establecimiento en el que se preste, siendo de aplicación todo lo comentado al inicio de este epígrafe.



TOMA NOTA

Si quieres conocer más sobre el menú del día y su origen, es recomendable la lectura de este interesante artículo: https://www.directoalpaladar.com/cultura-gastronomica/te-sorprendera-saber-cual-fue-el-origen-del-menu-del-dia

RECUERDA

El Reglamento 1169/2010, de obligado cumplimiento en las empresas de restauración de nuestro país, establece que estos deberán de informar acerca de los 14 alérgenos que recoge este Reglamento.

- **Otros menús**. Dentro del apartado de menús, también sería aconsejable mencionar menú de almuerzo, el menú de cena, el menú de cóctel, el menú degustación, el menú de eventos o banquetes, el menú concertado, el menú-carta, el menú dietético, el menú gastronómico, el menú infantil, etc., así como diferentes ofertas gastronómicas susceptibles de ser ofertadas en un restaurante.

A. Características de la carta

La carta es la tarjeta de presentación de la empresa, por lo que deberá de encontrarse en perfecto estado de conservación, limpia y bien conservada; evitando tachaduras o enmiendas que empeoren su imagen. La carta, por normativa, contendrá una serie de datos que son:

- Nombre del establecimiento y su categoría.
- Importe unitario de cada uno de los productos, haciendo mención del IVA, el cual puede estar incluido en los precios o verse incrementado.
- Cumplir con el Reglamento 1169/2010, en materia de la publicidad de alérgenos.



Relación de los 14 alérgenos de los que debemos de informar a nuestros clientes

A la hora de diseñar la carta, como soporte, que contendrá la oferta gastronómica del local, tendremos en cuenta lo siguiente:

- Emplear un soporte que permita la actualización de la información de una manera rápida, sencilla y económica. Este diseño nos debe de permitir añadir fácilmente por ejemplo sugerencias diarias, aumentar o disminuir el precio de un plato de mercado, etc.
- Actualmente se tiende a realizar cartas de platos con una oferta gastronómica muy reducida, la cual es ampliada diariamente mediante sugerencias, recomendaciones, especialidades, etc.
- El vocabulario empleado en la carta debe de ser claro, omitiendo los tecnicismos que puedan ser no entendidos por el cliente.
- Los platos deben de ser agrupados en gamas o grupos homogéneos coherentes para facilitar su lectura y comprensión por parte del cliente.
- A la hora de distribuir los platos en la carta debemos de tener presente los lugares de la carta que son capaces de atraer la mirada del consumidor, contribuyendo con ello su venta.
- Formato y tamaño que facilite su manejo, evitando con ello accidentes como la caída de copas o similar.
- Diseño atractivo que resulte de atracción para el cliente.



Original carta de vinos en restaurante sobre taco de madera

Actividad 2

¿En qué tipo de establecimiento de restauración emplearías la pizarra como soporte que contenga la oferta gastronómica? Razona tu respuesta.

2.2 Platos significativos de la cocina nacional e internacional

Los platos tradicionales de una determinada localidad, ciudad, comarca o región están íntimamente relacionados con la historia, costumbre, tradición, modo de vida, etc. de ese lugar; ya que la gastronomía está muy vinculada al territorio donde se lleva a cabo. En ocasiones un mismo plato, con los mismos o parecidos ingredientes, se elabora en diferentes zonas, recibiendo el mismo nombre en algunas ocasiones o cambiando el nombre por otro totalmente diferente.

A. Factores condicionantes

Los hombres necesitan para poder vivir agua y comida. La comida que ingerimos está muy relacionada con factores como:

- **La climatología de la zona**, puesto que en función de la climatología necesitaremos platos más contundentes en zonas frías y platos más livianos en zonas cálidas.
- **El trabajo de su gente**; ya que para trabajos que requieran un gran esfuerzo físico, es preciso una alimentación muy rica en vitaminas, carbohidratos, etc. en cambio para trabajos más sedentarios o con menos actividad física, no es necesario este tipo de comida.
- **Su historia y sus influencias culturales**. En regiones en donde a lo largo de su historia han vivido diferentes culturas, es habitual encontrar una oferta gastronómica de platos de estas culturas incluso en la actualidad.
- **Las materias primas más accesibles**, por lo que en lugares con cierta proximidad al mar por ejemplo, dispondrá de una gastronomía basada en pescados, mariscos y otros productos del mar; y por el contrario en zonas de interior los platos serán elaborados sobre todo con productos agroganaderos. En zonas de tránsito (cerca de las fronteras) era más habitual encontrar platos más internacionales o materias primas de otros países con los que elaborar los platos de aquí.
- **Las festividades**. Desde siempre hay una relación muy estrecha entre las celebraciones y la gastronomía, siendo muy habitual consumir un determinado plato en un momento determinado coincidiendo con una festividad. Un ejemplo lo tenemos con el bacalao en época de Cuaresma.

B. Gastronomía española

La cocina nacional (española) está definida por un conjunto de cocinas regionales de cada una de las 17 Comunidades Autónomas y sus 2 Ciudades Autonómicas, las cuales conforman un innumerable recetario que formaría la cocina nacional.

Algunos de estos platos regionales, a lo largo de los años han cogido fama incluso internacional, siendo los platos más característicos de nuestra gastronomía. Nos referimos por ejemplo a la paella valenciana, la fabada, el gazpacho andaluz o la tortilla de patata (tortilla española) por poner algún ejemplo.

Otro de los ejemplos de plato típico español sería el cocido, la olla, el pote, etc., que de todas estas formas se le denomina.