

El servicio

Breve descripción:

El componente formativo destaca la importancia de la calidad del servicio para fidelizar clientes. Aborda características clave del servicio, los diez mandamientos para un buen servicio y conceptos de catering, incluyendo tipos de servicios, componentes esenciales y confección de menús. Enfatiza la cortesía, atención personalizada y agilidad para cumplir con las expectativas del cliente.

Tabla de contenido

Introducción	1
1. El servicio.....	2
1.1. Aspectos relacionados con un buen servicio.....	3
Cortesía	3
1.2. Los diez mandamientos del buen servicio.....	5
2. Servicio de catering	7
2.1. Aspectos fundamentales para la calidad del servicio de catering	7
2.2. Tipos de servicio de catering	8
2.3. Componentes del servicio de catering	10
2.4. Confección de menús.....	12
Consideraciones importantes	12
Síntesis	14
Material complementario.....	15
Glosario	16
Referencias bibliográficas	17
Créditos	18

Introducción

La misión fundamental de toda empresa debe ser alcanzar el máximo nivel de satisfacción para sus clientes y usuarios. Esto se plantea como una necesidad, ya que muchas empresas aún no lo han comprendido. La época en que se pensaba que los productos se venderían por sí solos ha quedado atrás. El cliente se convierte en el eje central de cualquier estrategia de servicio, orientada tanto a mantener a los clientes actuales como a atraer nuevos. Aquellas empresas que ignoren este principio esencial están condenadas a desaparecer en un periodo relativamente corto.

En el componente formativo se estudiarán los principales aspectos que influyen en la calidad del servicio como un factor clave para la fidelización de los clientes, así como algunos tipos de servicios de alimentos y sus características, según el tipo de evento o celebración.

Asimismo, se explorarán herramientas y metodologías que permiten evaluar y mejorar continuamente la calidad del servicio ofrecido. Este enfoque dinámico es fundamental para ajustarse a las expectativas cambiantes de los clientes y a las nuevas tendencias del mercado. Se destacará la importancia de la retroalimentación constante, no solo como un mecanismo de mejora, sino como una oportunidad para fortalecer las relaciones con los clientes y posicionar a la empresa como líder en su sector. Adaptarse a estas demandas implica no solo ofrecer productos de calidad, sino también proporcionar un servicio excepcional que agregue valor en cada interacción.

1. El servicio

En la actualidad, en un entorno de alta competitividad, es indiscutible que la calidad del servicio es un factor clave para la fidelización de los clientes. Las empresas se esfuerzan cada día por mejorar este aspecto; sin embargo, las buenas intenciones no son suficientes.

El servicio es el conjunto de prestaciones que el cliente espera, además del producto o servicio básico. Va más allá de la amabilidad y cortesía, y se considera un valor agregado para el cliente, quien cada vez es más exigente.

Las características del servicio son:

- **Intangible**

No se puede tocar, sentir, escuchar ni oler antes de la compra.

- **Inseparable**

Se produce y consume al mismo tiempo.

- **Variable**

Depende de quién, cuándo, cómo y dónde se ofrece.

- **Perecedero**

No se puede almacenar.

Es crucial la agilidad en la respuesta para transmitir profesionalismo. La mejor respuesta es anticiparse a los deseos previsibles de los clientes; aquellos que no se han podido prever deben ser resueltos en el menor tiempo posible, siempre con la satisfacción del cliente como prioridad.

El grado de satisfacción del cliente dependerá, en gran medida, de nuestra manera de actuar. Los problemas que puedan surgir deben abordarse con calma, sin

titubeos, de forma rápida y evitando que se magnifiquen. Cualquier situación debe resolverse dando la impresión de que sabemos exactamente lo que hacemos.

1.1. Aspectos relacionados con un buen servicio

Brindar un buen servicio no es suficiente si el cliente no lo percibe como tal. Estadísticamente, se ha demostrado que los clientes valoran más un buen servicio y una atención de calidad que el precio o la calidad del producto.

Cortesía

Se pierden muchos clientes si el personal que los atiende es descortés. El cliente siempre desea ser bien recibido, sentirse importante y percibir que se le brinda ayuda.

Video 1. Consejos para ofrecer un buen servicio



[Enlace de reproducción del video](#)

Síntesis del video: Consejos para ofrecer un buen servicio

Ofrecer un excelente servicio no solo garantiza la satisfacción de tus clientes, sino que también fortalece la relación con ellos y asegura su regreso. A continuación, te presentamos algunos consejos clave para brindar una experiencia de atención memorable y efectiva.

Primero, cortesía: un cliente puede perderse si el personal es descortés. Los clientes buscan ser recibidos con amabilidad, sentirse valorados y saber que se les está ayudando de manera útil.

Segundo, atención rápida: a nadie le gusta esperar o sentirse ignorado. Si estamos ocupados, una sonrisa y un "estaré con usted en un momento" marcan la diferencia.

Tercero, confiabilidad: los clientes quieren una experiencia de compra sin riesgos. Esperan encontrar lo que buscan y que se cumplan las promesas hechas.

Cuarto, personal bien informado: los clientes valoran cuando el personal está capacitado y ofrece información clara y precisa sobre los productos.

Quinto, simpatía: el trato debe ser cordial y entusiasta, nunca frío ni distante.

Por último, atención personalizada: los clientes quieren sentir que son importantes, no solo un número. Usar su nombre es una excelente manera de personalizar el servicio.

1.2. Los diez mandamientos del buen servicio

Aunque las empresas suelen ubicar a sus clientes en el centro de su plan estratégico, esta declaración muchas veces no se cumple en la práctica. A continuación, se presentan los principios fundamentales para asegurar un buen servicio.

a) El cliente por encima de todo

Los clientes deben ser la prioridad en cualquier situación.

b) No hay nada imposible

Aunque algunas solicitudes parezcan inalcanzables, con esfuerzo y dedicación es posible cumplir las expectativas del cliente.

c) Cumple todo lo que prometas

Las promesas deben cumplirse, ya que recurrir al engaño puede destruir la confianza del cliente cuando descubre la verdad.

d) Satisface al cliente dando más de lo que espera

Superar las expectativas del cliente es clave para lograr su satisfacción.

Conocer bien sus necesidades y deseos es esencial para alcanzar este objetivo.

e) Para el cliente, tú marcas la diferencia

El personal de contacto puede crear una experiencia positiva o negativa para el cliente, influyendo en su decisión de regresar o no.

f) Fallar en un aspecto significa fallar en todo

Un pequeño error puede arruinar toda la experiencia del cliente, incluso si la mayoría de las cosas funcionan correctamente.

g) Empleado insatisfecho genera clientes insatisfechos

Los empleados son el "primer cliente" de la empresa. Si no están satisfechos, es difícil que puedan satisfacer a los clientes externos.

h) El juicio sobre la calidad del servicio lo hace el cliente

Solo el cliente puede evaluar la calidad del servicio, decidiendo si volver o buscar alternativas en función de su experiencia.

i) Siempre hay margen para mejorar el servicio

Aunque las metas de satisfacción se hayan alcanzado, siempre existe la posibilidad de mejorar, ya que la competencia nunca se detiene.

j) Cuando se trata de satisfacer al cliente, todos somos un equipo

La satisfacción del cliente es responsabilidad de toda la organización, y todos deben trabajar en conjunto para resolver cualquier petición o queja.

La comunicación es clave para el éxito de una estrategia de servicio. Es el medio a través del cual se amplía la clientela, se fomenta la lealtad, se motiva a los empleados y se difunden las normas de calidad que deben seguirse. Además, la comunicación permite destacar las ventajas competitivas de la empresa, ocupando un lugar en la mente de los clientes (posicionamiento).

2. Servicio de catering

El catering es la prestación de alimentos en un sitio remoto. Este servicio se refiere a la alimentación institucional o colectiva que provee comida y bebida para fiestas, eventos y presentaciones de diversa índole. En algunos casos, salones de fiestas, hoteles o empresas del sector ofrecen este servicio junto con el alquiler de sus instalaciones; en otros, existen empresas especializadas en elaborar y trasladar los alimentos al lugar que el cliente determine.

El servicio gastronómico puede abarcar desde la comida y bebida hasta la mantelería, los cubiertos, y el personal, como cocineros, camareros y personal de limpieza tras el evento.

2.1. Aspectos fundamentales para la calidad del servicio de catering

Cuando un cliente contrata un servicio gastronómico para un evento, suele centrarse en aspectos como el diseño del menú, la originalidad de los platos o las cantidades a servir. No obstante, hay aspectos que la empresa de catering debe cubrir, los cuales son esenciales para garantizar la calidad del servicio, aunque muchas veces permanecen "detrás de escena" y pasan desapercibidos.

- **Asesoramiento, planificación y dirección**

El servicio debe comenzar con un análisis detallado del evento, planificando cada etapa y ofreciendo asesoramiento en la elección del menú y otros detalles.

- **Relevamiento del espacio**

Personal calificado debe revisar el lugar del evento, verificando la infraestructura, maquinaria y espacio de trabajo para evitar imprevistos.

- **Armado, desarme y limpieza**

Al finalizar el evento, la empresa de catering debe encargarse del desmontaje y limpieza del área, especialmente si hay más eventos el mismo día.

- **Equipamiento**

El proveedor debe garantizar el suministro y transporte de mantelería, cristalería, cubiertos, vajilla, hielo y bebidas no alcohólicas.

- **Personal capacitado**

El servicio gastronómico debe contar con suficiente personal capacitado, desde coordinadores hasta personal de cocina y meseros.

- **Seguros del personal**

El cliente comparte responsabilidad en caso de accidentes del personal durante el evento, por lo que se requiere que el personal esté asegurado.

- **Transporte de la gastronomía**

Mantener la cadena de frío es esencial. Algunos servicios de catering limitan el transporte de platos y componentes a un radio determinado de kilómetros.

2.2. Tipos de servicio de catering

Existen varios tipos de servicio de catering según el tipo de evento o celebración. A continuación, se describen las características de cada uno:

- **Aperitivo**

Duración: 15 a 30 minutos.

Se calculan 2 bocados por persona.

- **Cóctel**

Realizado entre las 11:00 y 13:00 horas, o de 19:00 a 21:00 horas.

Se ofrecen 15 a 20 bocados por persona (dos tercios salados y un tercio dulce).

- **Recepción**

Duración: 3 horas.

Comienza alrededor de las 20:00 horas.

Se calculan entre 18 y 20 bocados por persona.

- **Buffet**

Duración: 3 horas.

Organizado a las 20:00 horas. Incluye variedad de platos fríos, calientes y guarniciones.

- **Banquete**

Duración: 6 a 8 horas.

Comienza a las 22:00 horas. Incluye aperitivos, entrada, plato principal, postre, café, brindis, mesa de dulces y cierre de fiesta.

- **Desayuno de trabajo**

Puede ser continental o americano.

Se estiman 3 a 5 piezas por persona, por hora.

- **Brunch**

Combinación de desayuno y almuerzo.

Generalmente servido entre las 11:00 y 14:00 horas.

- **Vernissage**

Se realiza en inauguraciones de muestras pictóricas.

Se ofrece champagne, vino y 2 bocados por persona.

- **Vino de honor**

Celebrado entre las 11:30 y 12:30 horas o de 18:00 a 19:00 horas.

Se ofrecen vinos dulces (como oporto o jerez) y 2 bocados por persona.

- **Coffee break**

Pausa de 15 a 30 minutos.

Se ofrecen café, té, jugos, y bocados salados y dulces.

- **Servicio infantil**

Adaptado a fiestas infantiles con alimentos tradicionales.

Se cuida la presentación, calidad, limpieza y se incluyen actividades según lo requerido por el cliente.

2.3. Componentes del servicio de catering

El director de banquetes, conocido como Maître, es responsable de la organización y dirección del evento. Debe prever todo lo necesario en cuanto a personal, material y mobiliario, y establecer planos o croquis para la disposición de las mesas. También se encarga de dirigir el montaje (mise en place), la recepción de invitados y el servicio.

- **Búsqueda de banquetes y eventos**

Esta tarea recae en el responsable de relaciones públicas, quien mantiene una red de contactos en el mundo de los negocios y busca constantemente nuevos clientes, utilizando cartas o circulares que ofrezcan servicios, menús e invitaciones al establecimiento.

- **Personal**

Las empresas de catering cuentan con personal fijo y empleados eventuales. El director de eventos es responsable de presentar y vender los servicios del negocio y asegurar la disponibilidad de personal adecuado para cada evento, incluyendo camareros y cocineros.

- **Material y lencería**

Se utiliza el mismo material que en los restaurantes, como platería, vajilla y cristalería, con excepción de platos de servicio más grandes. También se requieren bandejas para aperitivos, café, consomé o crema, además de accesorios decorativos como candelabros y paneras de fruta.

- **Mobiliario**

El tipo de mobiliario varía según el evento. Pueden utilizarse tableros de 1.80 m por 90 cm, mesas redondas de 1.20 a 1.40 m de diámetro o tableros ovalados para mesas de prestigio. Si no se cuenta con suficiente mobiliario, puede ser alquilado.

- **Previsión del personal**

El número de empleados varía según el evento:

Banquete tradicional: un Maître por cada 40 o 50 comensales, un jefe de rango o camarero por cada 10 o 15 personas, y un sommelier por cada 20 o 25 personas.

Lunch clásico con canapés: un jefe de rango por cada 35 personas.

Buffet asistido: un jefe de rango o camarero por cada 20 o 25 personas.

Una vez determinada la composición del equipo, es importante registrar los nombres y salarios de los extras contratados, ya que estos se pagan al final del servicio.

2.4. Confección de menús

La creación de menús para banquetes es fundamental, ya que la elección y precio de estos menús influyen directamente en el éxito de la contratación del servicio. Contar con menús estándar es una excelente estrategia para presentar opciones a los clientes cuando solicitan información sobre el servicio.

La variedad de menús estándar es:

- Coffee break
- Desayunos
- Menú emplatados
- Menú buffet
- Menú de bocadillos o picada
- Menú temático

Consideraciones importantes

La confección de menús tipo estándar es responsabilidad del Encargado de Banquetes, quien trabajará en conjunto con el jefe de cocina para analizar el costo, la viabilidad de ejecución y el potencial del servicio. Juntos, deben evaluar qué productos son más rentables según su precio, disponibilidad en el mercado o porque requieren ser utilizados antes de que se prolongue su almacenamiento.

Si los menús estándar no se ajustan a las necesidades o gustos del cliente en términos de calidad o precio, es recomendable ajustarlos en colaboración directa con el cliente, asegurando así su satisfacción.

Las normas para la confección de menús son:

- **Buscar equilibrio**

Ofrecer una selección que sea aceptada por todos los asistentes, considerando la diversidad en gustos, edades y condiciones de salud.

- **Considerar religión y nacionalidad**

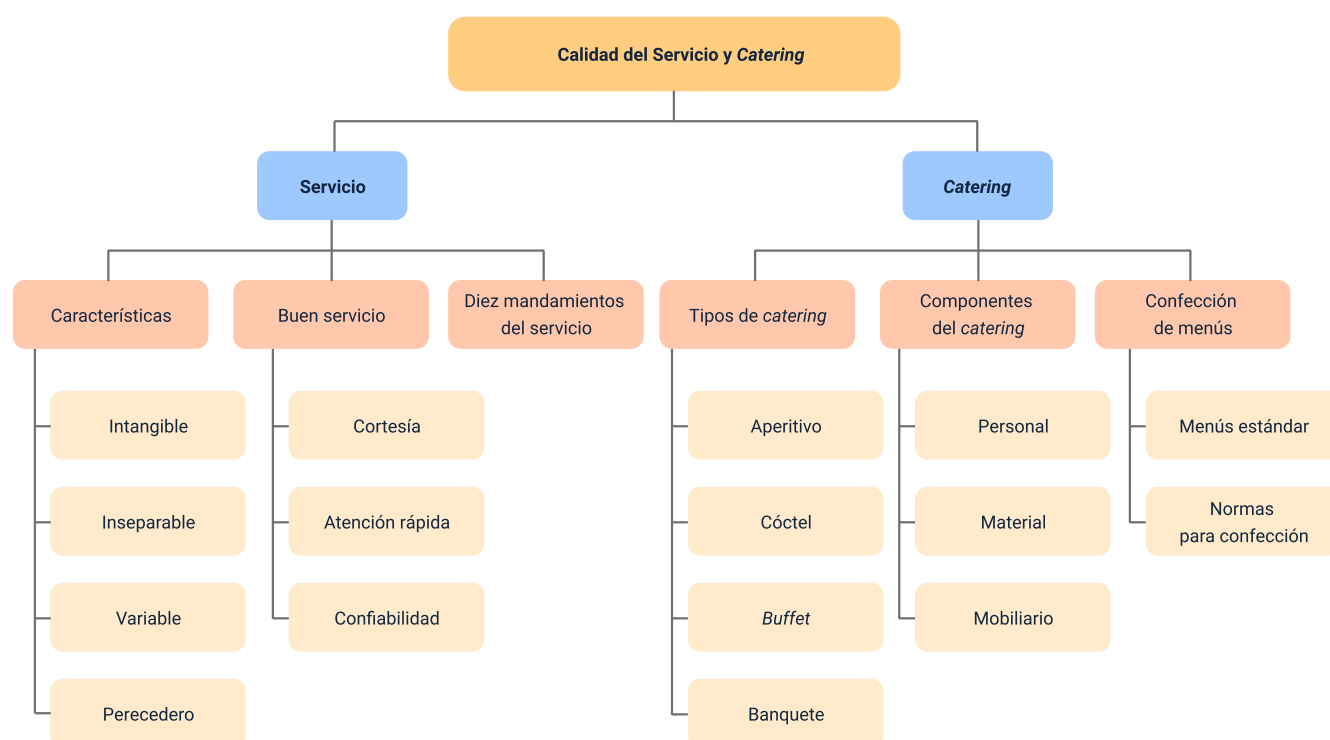
Incluir platos típicos del país anfitrión en eventos internacionales, pero evitando opciones demasiado fuertes o que puedan afectar la salud de los invitados.

- **Evitar platos complejos de última hora**

Preparar los platos con suficiente antelación para que lleguen a la mesa en su punto adecuado, evitando la necesidad de elaborarlos en el momento del servicio, lo que garantiza un servicio eficiente.

Síntesis

A continuación, se presenta una síntesis de la temática estudiada en el componente formativo.



Material complementario

Tema	Referencia	Tipo de material	Enlace del recurso
El servicio	TEDx Talks. (2022). La vocación de servicio como estrategia José Barreiro TEDxTorrelodones. [Archivo de video] YouTube.	Video	https://www.youtube.com/watch?v=JP0kw85R3IE&ab_channel=TEDxTalks
Aspectos relacionados con un buen servicio	Restaurantes Exitosos. (2022). Así se ofrece un servicio al cliente de calidad Restaurantes Exitosos. [Archivo de video] YouTube.	Video	https://www.youtube.com/watch?v=RBX-o4SFXbE&ab_channel=RestaurantesExitosos
Los diez mandamientos del buen servicio	Villanett (2024). Los 10 Mandamientos para la Atención al Cliente. [Archivo de video] YouTube.	Video	https://www.youtube.com/watch?v=uJuSKCK5910&ab_channel=Villanett
Servicio de catering	El Confidencial. (2015). Cómo funciona un catering. [Archivo de video] YouTube.	Video	https://www.youtube.com/watch?v=Q36czZQx3Nw&ab_channel=ElConfidencial
Tipos de servicio de catering	Mashed Español. (2020). Así Es Cómo Las Cadenas De Restaurantes De Buffet Te Estafan. [Archivo de video] YouTube.	Video	https://www.youtube.com/watch?v=ODtTafnTEXM&ab_channel=MashedEspa%C3%B1ol

Glosario

Catering: servicio de alimentos y bebidas en eventos, fiestas o presentaciones, con múltiples componentes.

Confiabilidad: capacidad del servicio de cumplir lo que promete, generando confianza en el cliente.

Cortesía: trato amable y respetuoso que el cliente espera recibir.

Fidelización: proceso de lograr que los clientes vuelvan a utilizar los servicios de una empresa de forma regular.

Inseparable: el servicio se produce y consume simultáneamente.

Intangible: característica del servicio que indica que no se puede tocar, sentir, escuchar ni oler antes de la compra.

Perecedero: los servicios no pueden almacenarse para su uso posterior.

Servicio: conjunto de prestaciones que el cliente espera, además del producto o servicio básico.

Variable: la calidad del servicio puede cambiar según quién, cuándo, cómo y dónde se ofrece.

Referencias bibliográficas

Betancourt-Ramírez, J. B., Aldana-de-Vega, L., & Gómez-Betancourt, G. (2014). Servicio, ambiente y calidad de restaurantes en Bogotá. Estudio comparativo de empresa familiar y empresa no familiar. *Entramado*, 10(2), 60-74.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=265433711005>

Emcebar. (2021). Guía de servicio al cliente para restaurantes.
<https://www.cursosgastronomia.com.mx/storage/2021/11/Servicio-al-cliente-para-restaurantes.pdf>

Zambrana Martínez, M. J. (2014). UF0259: Servicio y atención al cliente en restaurante (5.ª ed.). Editorial eLearning S.L. ISBN: 978-84-16275-32-8.
https://www.editorialelearning.com/catalogo/media/iverve/uploadpdf/1525959058_UF0259_demo.pdf

Créditos

Nombre	Cargo	Centro de Formación y Regional
Milady Tatiana Villamil Castellanos	Responsable del ecosistema	Dirección General
Olga Constanza Bermúdez Jaimes	Responsable de línea de producción	Centro de Servicios de Salud - Regional Antioquia
Roberto Bernal Duque	Experto temático	Centro de Comercio y Servicios - Regional Tolima
Paola Alexandra Moya Peralta	Evaluadora instruccional	Centro de Servicios de Salud - Regional Antioquia
Andrés Felipe Herrera Roldán	Diseñador de contenidos digitales	Centro de Servicios de Salud - Regional Antioquia
Edwin Sneider Velandia Suárez	Desarrollador full stack	Centro de Servicios de Salud - Regional Antioquia
Alejandro Delgado Acosta	Intérprete lenguaje de señas	Centro de Servicios de Salud - Regional Antioquia
Laura Gisselle Murcia Pardo	Animador y productor multimedia	Centro de Servicios de Salud - Regional Antioquia
María Carolina Tamayo López	Locución	Centro de Servicios de Salud - Regional Antioquia
Luis Gabriel Urueta Álvarez	Validador de recursos educativos digitales	Centro de Servicios de Salud - Regional Antioquia
Margarita Marcela Medrano Gómez	Evaluador para contenidos inclusivos y accesibles	Centro de Servicios de Salud - Regional Antioquia
Daniel Ricardo Mutis Gómez	Evaluador para contenidos inclusivos y accesibles	Centro de Servicios de Salud - Regional Antioquia