

**SERVICIO DE
COMEDORES,
BARES Y
SALONES**

ACTIVIDAD 5 CLASSROOM 21/09 al 02/10/20

MÓDULO: SERVICIO DE COMEDORES, BARES Y SALONES

ACTIVIDAD 5 CLASSROOM 21/09 al 02/10/20

OBJETIVO DE APRENDIZAJE:

OA 5: Elaborar alimentos de baja complejidad considerando productos o técnicas de base de acuerdo a lo indicado en la ficha técnica y/o en las instrucciones de la jefatura de cocina, aplicando técnicas de corte y cocción, utilizando equipos y utensilios, controlando los parámetros de temperatura y humedad mediante instrumentos apropiados.

OA 6: Monitorear el estado de materias primas, insumos y productos intermedios y finales, apoyándose en análisis físico-químicos, microbiológicos y sensoriales básicos de los mismos y aplicando técnicas y procedimientos de aseguramiento de calidad que permitan cumplir con los estándares de calidad e inocuidad establecidos, conforme a la normativa vigente.

APRENDIZAJE ESPERADO (AE1):

Selecciona implementos, ornamentos y utensilios, de acuerdo al tipo de servicio a entregar, considerando las normas de higiene.

OBJETIVO DE LA CLASE:

Conocer características de los montajes de mesa.

INTRUCCIONES:

1. Leer y escribir en sus cuadernos el contenido expuesto en la presentación (al momento de volver a clases se timbrara contenido en cuadernos).
2. Escribir las dudas vía classroom, de no tener acceso puede realizarla al correo carlos.pousa@colegiofernandodearagon.cl
3. Realizar actividad y enviar por classroom
4. **FECHA DE ENTREGA 02/10/20**

Tipología de clientes

Todas las personas no reaccionan de la misma manera frente a la atención o al servicio que se les presta, si no que esta depende en gran medida del perfil psicológico de cada individuo, asimismo no todos los clientes reaccionan de la misma manera frente a un problema, a continuación revisaremos su actuar dependiendo de las características donde se establecen siete tipos de clientes básicos, donde detallaremos su forma de actuar y en algunos casos su objetivo.

- **Los sociables:** se caracterizan por el gusto por la vida familiar, social y por la posibilidad de hacer amigos. Normalmente acuden a los restaurantes por consejo de familiares o amigos y suelen preferir la acogida y servicio del personal de su mismo grupo, amable y sociable. Con frecuencia entablan conversación con el personal de servicio y esperan una respuesta similar.

- **Los tímidos:** suelen ser personas solitarias, pero que buscan elementos que les den seguridad y les llenen el vacío afectivo producido por esta soledad. Este tipo de cliente aprecia considerablemente una cálida acogida y sobre todo el hecho de ser conocido por los empleados del establecimiento. Si queda satisfecho con la acogida y el servicio, suele ser muy fiel y repetitivo, ya que se siente en el restaurante como en su propia casa.
- **Los mundanos:** Buscan fundamentalmente el prestigio social y la pertenencia a un grupo privilegiado. Normalmente eligen aquellos restaurantes que tienen cierto carácter selectivo, con una cierta reputación y que son frecuentados por personas importantes. Son especialmente sensibles a los detalles que le confieren un cierto “estatus social” y exigentes en cuanto a calidad y al confort, son también menos sensibles al precio.
- **Los caseros:** Son personas muy reticentes a salirse de la monotonía cotidiana y cuando lo hacen se sienten incómodos, temen aburrirse. No son muy dados a relacionarse con desconocidos y no aprecian excesivamente las acogidas cálidas o un servicio muy esmerado, si no que prefieren el confort.

- **Los curiosos:** suelen ser muy abiertos, simpáticos, buscando continuamente las relaciones interpersonales. Valoran mucho la acogida, el ambiente, la jovialidad del resto de los clientes. Suelen preferir establecimientos pequeños y con un cierto carácter familiar.
- **Los itinerantes:** son personas inquietas, que no pertenecen mucho tiempo en un sitio. Valoran especialmente la rapidez del servicio y por lo tanto no prestan mucha atención a la acogida
- **Los individualistas:** Como su nombre lo indica, son personas que prefieren no relacionarse con desconocidos, por lo que los restaurantes no son sus lugares favoritos, no presta ninguna atención a la acogida y prefieren una relación distante cliente-personal

Ya analizado el perfil de cada cliente, veremos los puntos mas importantes del servicio.

Los puntos más importantes del servicio podrían mencionarse como los detalles que una persona de servicio debe conocer antes de realizar el servicio, estos corresponden a parte del trabajo, pero la diferencia es que estos, deben estar siempre con la persona

1-preste atención al cliente: no espere que el cliente busque ayuda, apenas sienta y vea que alguno de sus clientes tiene una duda, acérquese al cliente, no lo deje a la deriva o con la sensación de que no es importante.

2-Vea al cliente como persona: siga estos simples detalles.

- Mírelo a la cara
- Conceda su atención
- Si es necesario déle un apretón de manos, sonría de manera natural, hágalo sentir cómodo.

3- Dedíquese al cliente: muchas personas de servicio olvidan que su trabajo consiste en trabajar para los clientes y por su atención, es en este caso donde se generan la mayor cantidad de reclamos respecto a que los clientes sienten que son ignorados, recordemos que el cliente paga por un servicio, no es un favor y de ese trato, depende nuestro salario.

- Olvídese de todo lo que no sea tratar con el cliente
- Si hay un problema, vea a través del cliente, que es lo que le molesto y como lo soluciono rápidamente
- Escuche atentamente los pedidos del cliente, no interrumpa amenos que el solicite ayuda.

4-termine el contacto airosamente: si existió algún problema durante el servicio como demoras o platos devueltos, procure.

- Constatar que el problema esta resuelto o asegúrese que se le entregara una respuesta a su cliente
- Termine la atención con alguna disculpa concreta, no culpe a nadie en particular y menos a la empresa, no es problema del cliente el error, lo importante es solucionar cualquier problema
- Mire a su cliente a la cara
- Acompáñelo hasta la puerta.

Que evitar a la hora de enfrentar un reclamo:

Si esta frente a un problema, evite tener reacciones violentas o evite culpar a alguien en particular, recuerde; usted trabaja para un equipo y ese equipo se debe a una empresa, hay que ser leal en todo momento con su empresa y compañeros, nadie esta libre de cometer errores en servicio, no todos los días son iguales, no todos los días son de éxito.

Evite reacciones asesinas:

Esas reacciones son muy comunes, pero solo pueden empeorar la situación, ante todo mantenga la calma, si usted tiene la solución en su mano, solo realícela, de no ser así, contacte al cliente con su supervisor o jefe a fin de que el problema sea solucionado a la brevedad.

Frases como esta solo podrían empeorar la situación:

- Yo no cause el problema, por lo tanto no tengo por que hacerme cargo de el
- La situación es incomoda. ¿Digámosle cualquier cosa con tal que se valla?
- El cliente esta equivocado, solo trata de aprovecharse de mi.
- El cliente es un grosero, por ende lo tratare como tal y si es necesario utilizare garabatos para que me entienda
- Si el me grita yo también?

Cosas que jamás hacer:

- Jamás discuta con un cliente
- No haga expresiones de violencia con el
- Nunca levante la voz
- No utilice garabatos
- No haga sonar los dedos con el
- No hable entre dientes
- No ponga cara de odio
- Si existe un problema jamás deje solo al cliente
- Nunca de explicaciones ilógicas para el
- Jamás le mienta a un cliente

ACTIVIDAD

1. Explique lo que es un cliente sociable.
2. ¿Cuál es la principal característica de un cliente tímido?
3. ¿Qué significa un cliente itinerante?
4. Mencione y explique los 4 puntos importantes del servicio.
5. ¿Cómo debe comportarse un garzón frente a un reclamo?