

5. Formalización de comandas sencillas.

Entendemos por comanda (del francés *commander*=pedir) el vale interno que por triplicado efectúa el *maître* de los platos y bebidas que los clientes van a consumir, aunque hoy día es más frecuente anotar el pedido a través de instrumentos electrónicos. Además de permitir conocer el destino final de las materias primas y controlar internamente las salidas de géneros, nos servirá para realizarle la factura al cliente. La comanda recoge, por tanto, los deseos del cliente.

La comanda se puede realizar en dos soportes, principalmente, en papel y en soporte electrónico. Vamos a hacer referencia en primer lugar a la comanda que se realiza en papel.

Existen diferentes tipos en función de la naturaleza del servicio. Normalmente disponen de un original blanco autocopiativo, una primera hoja de papel de cebolla y de color amarillo también autocopiativa y una segunda de color rosa. En el caso de los postres, si se sirven desde el carro o los vinos servidos desde vitrinas climatizadas, la comanda se puede realizar por duplicado.

No existe un formato uniforme de comanda, pero básicamente deberán tener los siguientes apartados:

- a) Numeración de la comanda. Es el número impreso colocado en la parte inferior derecha de un vale de comanda. La numeración de la comanda es correlativa.
- b) Fecha y número de la mesa que ocupan los clientes
- c) Número de habitación. En el caso de un establecimiento hotelero se indica el número de habitación que ocupa el cliente en el hotel. Cuando se trate de un cliente de paso, que no se aloja en el hotel, se escribe la palabra “paso” para indicarlo. Este dato es muy importante para la facturación en los establecimientos hoteleros.
- d) Número de comensales que en la misma mesa reciben el servicio.
- e) Nombre o número del camarero.
- f) Carta-menú. Se especifica en el lado superior derecho del vale comanda.
- g) Firma del *maître* o de quien confecciona la comanda.
- h) Tiempos de servicio. También se llama tiempo de pase. Consiste en señalar mediante una raya horizontal cuando deben pasarse los platos comandados. Por ejemplo, un menú formado por tres platos tiene tres tiempos de pase.

The image shows a blank restaurant order form titled "COMANDA". At the top, it says "Tomar orden de izquierda a derecha" (Take order from left to right) and includes five numbered icons representing different table shapes: 1. square, 2. diamond, 3. rectangle, 4. square with a central circle, and 5. circle. Below this, there are fields for "RESTAURANT" and "BAR", and a section for "FECHA" (Date), "ABRE" (Start), and "SIGUE" (Follow). A table with five columns is provided for "MESA" (Table), "MESERO" (Waiter), "PERSONAS" (Persons), "CUARTO" (Room), and "CHEQUE No." (Check No.). The main body of the form is a menu with categories: "Entremés" (Appetizer), "Ensalada" (Salad), "Plato fuerte" (Main course), "Guarnición" (Garnish), and "Bebidas" (Beverages). The menu area is currently empty.

La comanda es útil debido a:

- a) Solucionar malentendidos con el cliente sobre su pedido.
- b) Detectar pérdidas: Un género comprado o está en la cámara, cocina, economato, bodega... o se ha vendido y por lo tanto cobrado.
- c) Evaluar tendencias de consumo, los platos más demandados con el fin de confeccionar nuestra oferta gastronómica.
- d) Conocer qué ha pedido cada cliente sin tener que preguntarle.
- e) Atender a las mesas por riguroso orden de llegada.
- f) Conocer de manera rápida la persona que tomó la comanda, así como la que atendió la mesa para solucionar posibles reclamaciones o para transmitir felicitaciones.
- g) Cumplimentar la correspondiente factura.

Según el tipo de servicio que el cliente demande, pueden existir diferentes comandas:

- De menú o de carta
- De bebidas: vinos, aguas, licores y bebidas en general
- Postres
- Colectiva (banquetes, galas, grupos)
- *Room-service* (servicio de habitaciones)

5.1. Cómo tomamos la comanda.

Recepción al cliente.

Lo más frecuente es que sea el primer *maître* quien recibe a los clientes y en su defecto el segundo *maître* o el jefe de sector; en el *maître* también recae la tarea de atender a los clientes V.I.P. que hayan realizado la reserva.

Cuando no exista reserva, puede ocurrir que no haya mesa libre, con lo cual si el establecimiento tiene una barra se les podrá sugerir que tomen un aperitivo para hacer más llevadera la espera.

Se debe evitar que ante la llegada de un nuevo cliente se abandone la atención que se está dando a otro que llegó con anterioridad.

La recepción del cliente no estriba solamente en el acto como tal. De entrada, se le da la bienvenida al establecimiento de una forma correcta y nada aduladora. Si se presenta el caso, se le ayuda a retirar prendas de abrigo o posible equipaje de mano, tales como portafolios y maletines, llevándolos otra persona a guardarropía. Seguidamente se le acompañará a la mesa correspondiente. Una vez acomodados, el *maître* presentará la carta a cada cliente, siempre por la derecha, para que pueda examinar los diferentes manjares que figuran en ella y el menú del día, y se decida a hacer su elección. En este momento se recomendará alguna elaboración que nos interesa vender, bien porque así lo haya ordenado cocina o por su extraordinaria calidad. También se le advertirá de bajas que existan en la carta, si hay, caso frecuente al trabajar con cocinas de mercado. No se debe recomendar sistemáticamente los productos más caros por el simple hecho de que sean los que más beneficio dejan a la empresa. En algunos restaurantes al gerente le agrada que los camareros den su nombre a los clientes y les haga saber que será él quien les atenderá.



Una vez que los comensales tienen en sus manos la carta, el *maître* o la persona que les atiende, se retira discretamente unos pasos de la mesa y se deja un cierto tiempo prudencial para que los clientes puedan leer con detenimiento la carta y hacer su elección sin agobio. Es frecuente comprobar que los componentes de una mesa comenten entre ellos los platos que se ofrecen o que se van a elegir.

EDITORIAL TUTOR FORMACIÓN

El *maître* se limita a tomar nota de lo solicitado por los comensales, sin intervenir ningún momento en la elección que realice el cliente. Únicamente, en el caso de solicitarlo el cliente, le aconsejará ante cualquier duda y le recomendará aquello que más se ajuste a la idea que ha expuesto.

El sumiller (si lo hay) tomará nota de los vinos escogidos por el cliente. En principio, en la elección de uno u otro vino no deberá participar el sumiller ni su ayudante, y solamente, en caso de pedirlo el cliente, se le aconsejará sobre el tipo de vino que más se adecua a los platos solicitados.

Protocolo

El aspecto que diferencia un buen servicio de uno mediocre es la aplicación de protocolo ordinario, el cual marca los siguientes aspectos en la preferencia del servicio:

- a) Sexo: Tienen preferencia las mujeres a los hombres
- b) Edad: Primero las personas de mayor edad y posteriormente las más jóvenes.
Estas son las directrices que marca el protocolo, pero también deben tenerse en cuenta otros aspectos como:
 - a) El anfitrión es el último en ser servido, independientemente de que sea hombre o mujer y su pareja será la última de las de su sexo.
 - b) Si existe un invitado, será el primero en ser atendido, sin hacer caso a su sexo o edad.
 - c) A los niños se les servirá lo antes posible.
 - d) Si hay algún homenajead, éste será el primero en ser servido.
 - e) En un banquete nupcial los novios son los anfitriones y homenajeados al mismo tiempo, por este motivo, son los primeros en ser servidos.

Con respecto a los vinos, el anfitrión lo prueba y después de servir a sus invitados se le sirve a él.

En las comidas familiares o de amigos se alternan hombre y mujeres en la mesa, si es posible, se situará a las mujeres frente a los hombres. Se evitará colocar parejas juntas.

Toma de la comanda

Una vez que los comensales estén sentados en la mesa, veamos que se han decidido y nosotros hayamos establecido el número 1, se complimentan los espacios en blanco de la comanda. Se tomará de forma individual, dividiendo la comanda en dos partes con una raya horizontal, anotando en la parte superior los primeros platos y en la inferior los segundos. El nombre del plato debe anotarse en su totalidad (dependiendo si el nombre es muy largo), y con buena letra para evitar confusiones en cocina, salvo que se establezca un código de abreviaturas o numérico (muy utilizado para platos combinados de cafetería), poniendo a la derecha de cada plato el número de orden en la mesa del cliente que lo haya pedido (normalmente si son más de tres comensales) y a la izquierda el número total de elaboraciones solicitadas por los clientes.

En la comanda, para establecer el orden en el servicio, se puede tomar como referencia a la persona que está enfrente de la puerta de entrada, pero todo depende de la política de la empresa. Partiendo de esa persona, el servicio se realiza en sentido contrario al que giran las manecillas del reloj.

Otro método es realizar un pequeño croquis de la mesa, sobre todo cuando se trate de un número elevado de comensales.

EDITORIAL TUTOR FORMACIÓN

Hay comandas (papel impreso) que traen pequeños croquis con mesas de 2, 3, 4, 6, 8... comensales con los números indicados.

Como se ha mencionado, se extiende por triplicado.

Cuando se tome la comanda, se deberán realizar algunas preguntas como las que siguen para facilitar el trabajo en la cocina o cafetería:

Si las bebidas deben servirse con hielo, qué aderezo desean para las ensaladas, el cocinado de la carne, la preparación de los huevos, en qué momento se debe servir el café...

En las comandas pueden venir unos símbolos de uso frecuente, o bien el propio restaurante tiene establecido un código para que en cocina tengan claro.

Las comandas se llevarán a la cocina de forma escalonada para evitar que entren muchas de golpe, con el desbordamiento de trabajo que ello conlleva.

El sistema para comunicar la orden al personal de cocina varía según el restaurante. En algunos se informa al chef acerca de las elaboraciones que se requieren, que transmitirá a distintas partidas. En otros, la orden se coloca en ruedas giratorias o tableros, de modos que cada una de ellas tenga su turno.

El personal de la cocina avisará de diferentes formas cuando su pedido esté listo. Se lo puede indicar una señal luminosa con números sobre la pared o bien el jefe de cocina se encargará de notificárselo oralmente. Algunos camareros utilizan un aparato electrónico que les da una señal cuando pueden ser retiradas sus órdenes.

Una vez recibida, se compara con lo que tiene escrito para verificar que no falta nada.

Recorrido de la comanda



Detalles a cuidar en la toma de la comanda

Durante la toma de la comanda al cliente, lo que se está haciendo es iniciar y promover la venta del establecimiento, que finalizará cuando éste abone su factura. Por este motivo, es muy importante

EDITORIAL TUTOR FORMACIÓN

cuidar todos los detalles, para conseguir una venta positiva, tanto para el establecimiento como para el cliente, adoptando una postura correcta y de total disposición al cliente, orientándole y sugiriéndole en todas las cuestiones que sea necesario. Para ello se observarán las siguientes normas y consejos:

- Adoptar una actitud positiva hacia el cliente
- Cuidar la presencia de las cartas. Siempre deberán mantener una vista impecable, desechando las manchadas o usadas. También se evitarán faltas de ortografía o inexistencias de los platos que figuren en la carta, haciéndoselo saber al cliente.
- Situarse siempre a la derecha del cliente con el que se hable.
- Si se habla para el colectivo de la mesa, situarse en una zona central o de fácil visión y audición para todos los comensales
- Tanto el bloc de notas como las cartas se mantendrán en posición de escritura.
- Si las manos están libres, mantenerlas recogidas en una posición natural a su espalda. No se gesticulará con ellas, ni se mantendrán los brazos cruzados ni en posición de jarra.
- Acercarse lo suficiente a la mesa para que sea perfecta la comunicación con los clientes, pero sin apoyarse en la misma.
- No provocar prisas a los comensales en su elección.
- Orientar y ayudar a los clientes en todo lo referente a la composición de platos...
- Emplear siempre palabras como gracias, por favor...
- Utilizar términos y palabras sugestivos para las recomendaciones.
- Ofrecer otros productos que armonicen bien con lo elegido por el cliente, como vinos o ensaladas.
- Mantener un tono positivo en sus temas de conversación y comentarios. Se puede mencionar alguna buena opinión acerca de alguna elaboración...
- Para responder preguntas, el personal deberá conocer los horarios y la dirección del establecimiento, el menú y los ingredientes de cada elaboración, así como las sugerencias, datos históricos o de interés acerca de su restaurante y su comunidad y eventos y actuaciones de cualquier tipo que haya en su ciudad o región.
- Discreción para evitar que el resto de comensales conozcan información personal como regímenes, no sorprendiéndonos del pedido, por inusual que parezca.
- Dominio de al menos de una lengua extranjera, siendo recomendable el conocimiento de otra, así como expresarse en la propia con corrección.

Situaciones imprevistas

- a) *Retour* o devolución. Son términos que sirven para indicar a todas aquellas personas que utilizan la comanda que lo que figura a continuación ha sido devuelto por el cliente ya que no desea consumirlo; así, para cocina, significará el reingreso de un plato que anteriormente había salido con otra comanda; para el facturista o cajero, servirá para indicarle que el plato, bebida o postre que figura en la misma deberá ser descontado de la factura, si ya se había cargado a la nota de la mesa correspondiente.

EDITORIAL TUTOR FORMACIÓN

- b) Las palabras “suite” o “seguido” se pueden utilizar en dos acepciones: una, para indicar que la comanda corresponde a un nuevo cliente que se incorpora a una mesa en la cual ya había sido solicitada la comanda, de tal forma, que al figurar la palabra “suite” al comienzo de la comanda, el facturista ya sabe que lo que figura en la misma deberá ser incorporado a la factura de la mesa. La otra acepción también significa continuidad, pero en este caso se aplica a un cliente o comensal, el cual, después que se le haya tomado la comanda, solicita de nuevo otro plato, vino o postre y por lo tanto deberá ser incorporada a la factura.
- c) Las palabras “por”, “en place” o “en lugar de” se utilizan para indicar que es el cambio de algún plato ya pedido y elaborado en cocina. En la factura se realizará el cambio correspondiente.
- d) En el caso de que tengamos una mesa que queramos que tenga un trato privilegiado (inspectores de guías gastronómicas, turísticas, agentes de viajes...) se hará constar en la comanda con la abreviatura internacional V.I.P. (*Very Important Person*) obrando con discreción, dado el agravio comparativo que puede suponer para otros clientes.
- e) En las comandas de carnes se deben tener en cuenta los puntos de elaboración de la misma.

Existen numerosas expresiones para indicar los puntos de las carnes, de las cuales indicamos algunos ejemplos

- M.P.H. (muy poco hecho), P.H. (poco hecho), M.H. (medio hecho), H (hecho), MP (muy pasado).
- $\frac{1}{4}$ (poco hecho), $\frac{1}{2}$ (medio hecho), $\frac{3}{4}$ (entre medio hecho y muy hecho), B.H. (bien hecho).
- P poco hecho), $\frac{1}{2}$ (medio hecho), $\frac{3}{4}$ (entre medio hecho y muy hecho), B.H. (bien hecho).
- — (muy poco hecho), - (poco hecho), .(punto), + (hecho), ++ (muy hecho)

Itinerario de una comanda

El movimiento de una comanda de restaurante puede representarse gráficamente como sigue:

- La persona encargada toma por triplicado, dándosela al jefe de rango, éste se queda la segunda copia y manda al ayudante a facturación, donde entrega la primera copia y le sellan el original, llevándola a continuación al departamento de cocina donde comienza la preparación de las elaboraciones solicitadas por el cliente. Este sistema, al implicar a varias personas de distintos departamentos, minimiza el riesgo de pérdidas.

El cajero o persona que realiza la factura, una vez recibida la primera copia, abre una cuenta para confeccionar, al acabar el servicio, la correspondiente factura.

Una vez acabado el servicio, todas las copias se remiten a intervención que valorará su coincidencia.

Comandas vía electrónica

Cada día usamos con más frecuencia los medios electrónicos para la gestión de establecimientos de hostelería y de manera especial para la realización de comandas. Comandas que se realizan vía PDA, *Tablet*, *Smartphone*. Existe una gran variedad de programas informáticos que nos permiten realizar las más variadas tareas:



Actividad



Lee el siguiente artículo: el uso de tablets para tomar comandas

<https://enlacocina.telemesa.es/gestion-administracion-restaurantes/uso-tablet-tomar-comandas/>

Por parejas respondemos:

1. ¿Cómo eran las primeras comandas?
2. ¿Crees que tendrán éxito las tabletas en restaurantes?
3. ¿Afectará a los camareros?
4. ¿Qué opinión os merece?

Existen numerosos programas y ofertas en el mercado; algunos de ellos te permiten descargar una copia de evaluación, de prueba, para hacerte una idea, de lo que ofrece. Es una práctica interesante, únicamente lo tienes que solicitar en el buscador.

6. Aplicación de técnicas básicas de atención al cliente.

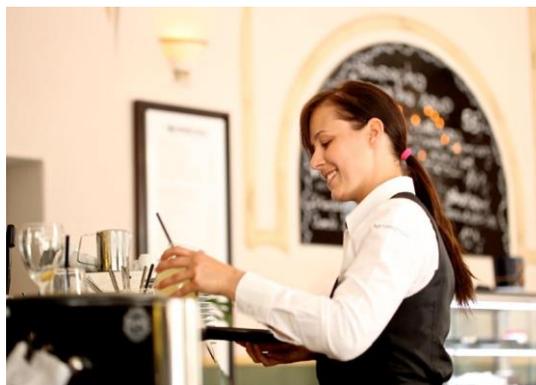
Un cliente satisfecho es un cliente para toda la vida, por ello, es importante esmerar la atención a los clientes, pues una atención deficiente produce un cliente insatisfecho que además de dejar de ser cliente podrá influir en futuros clientes, a través de opiniones y comentarios. Las redes sociales tienen cada día más influencia en la elección de establecimientos. Un comentario positivo, una alta puntuación nos lleva clientes, por el contrario, comentarios negativos o bajas puntuaciones hacen que potenciales clientes no acudan a nuestro establecimiento.

Podemos afirmar que la atención al cliente será uno de los rasgos más importantes en el éxito de nuestro establecimiento. La atención al cliente abarca desde la recepción del cliente hasta su despedida, pero aún más si escribe comentarios en las redes sociales debemos responder a los mismos, bien agradeciendo o señalando nuestra intención de mejora. No debemos descuidar en ningún momento esta atención, vamos a realizar algunas consideraciones importantes:

6.1. Normas para el personal.

- Emplea las fórmulas de cortesía definidas por la empresa.
- Ten un trato amable con los clientes. La amabilidad la refleja:
 - La predisposición a atender de manera inmediata al cliente.
 - El tono de voz y el ritmo de transmisión (relajado y con un ritmo suficiente que no refleje ni prisas ni ansiedad).
 - La capacidad para escuchar (se trata de que el cliente pueda expresar todo aquello que desea y que se realice un esfuerzo de comprensión).
 - La capacidad para realizar preguntas que faciliten lo que el cliente quiere comunicar.
 - La capacidad de controlar la agresividad.
 - La capacidad de sonreír.
 - La capacidad de utilizar el idioma del cliente.
- Imagen personal cuidada. El personal acude a su puesto de trabajo aseado y viste un uniforme (si está estipulado) en perfecto estado, trasladando una imagen de profesionalidad, orden y pulcritud en el servicio. Adoptan unos códigos estéticos determinados: los hombres bien afeitados y peinados y las mujeres sin excesos de joyas, perfume o maquillaje.

Se debe mantener una imagen de interés en el cliente que se fundamente en:



EDITORIAL TUTOR FORMACIÓN

- Mantener un control visual en la zona de contacto con el cliente.
- Evitar realizar trabajos paralelos o jugar con objetos.
- Asentir regularmente cuando el cliente habla.
- Contestar las preguntas y si no se saben las respuestas realizar el esfuerzo de buscar la información.
- Anotar los datos proporcionados por el cliente cuando la complejidad (por ejemplo, un apellido, una dirección, una hora...) o la importancia (siempre en el caso de una queja) lo aconseje.
- En cualquier caso, se prioriza la atención al cliente presencial.
- Se mantendrá el nivel físico con el cliente cuando este está de pie. El personal que se dirige a clientes que se encuentran sentados deberán mantenerse de pie.
- Cuando el personal está en situación de espera se mantendrá a la vista del cliente, evitando apoyarse en elementos decorativos, paredes o mobiliario. Se evitará meterse las manos en los bolsillos y, en la medida de lo posible, cruzarse de brazos.
- El personal posee un conocimiento exhaustivo de la oferta del establecimiento, tanto desde el punto de vista cuantitativo como cualitativo: elaboraciones, instalaciones y servicios, y sus horarios.

6.2. Atención al cliente.

El personal es accesible para el cliente lo que quiere decir que:

- Se encuentra siempre a la vista del cliente.
- Se mantiene una observación constante de su área de actuación y de los clientes que en ella se encuentran.
- Cuando un cliente se dirige a cualquier empleado, independientemente de que no se trate de su área de actuación, este le atenderá con amabilidad verificando que el cliente satisface su demanda, o lo atiende una persona competente cuando no se trata de su zona de actuación.
- Se deberá primar la rapidez en la atención al cliente presencial. El personal dejará los trabajos que pudiera estar realizando, siempre que esto sea posible, cuando un cliente se dirige a él. En caso de que no fuera posible se pedirán disculpas y se intentará atenderlo con la mayor celeridad.
- En caso de estar ocupado cuando llega un cliente con otro cliente, presencial o por teléfono, se realizará una indicación gestual de identificación y se mantendrá el contacto visual con el cliente en espera. En caso de que se esté ocupado con otro empleado se pospondrá el asunto hasta que se verifique la necesidad del cliente.
- En caso de estar atendiendo al teléfono si se presenta un cliente, y la llamada no procede de otro cliente, se pospondrá o se mantendrá en espera.
- El personal deberá primar la discreción y evitará conversaciones o llamadas personales que puedan ser oídas por el cliente.
- Cualquier problema de trabajo entre el personal deberá ser resuelto sin perder la compostura y manteniendo tonos de voz y un vocabulario correcto.

EDITORIAL TUTOR FORMACIÓN

- Si se debe interrumpir a un empleado que está atendiendo a un cliente, previamente se solicitará la autorización del cliente.
- Si por cualquier motivo se tuviera que dejar al cliente, se solicitarán disculpas, intentando que un compañero se ocupe lo más rápidamente del. En caso de que el cliente decidiera esperara se intentará volver lo antes posible.
- En caso de estar realizando una gestión que requiere una espera del cliente se mantendrá como mínimo el contacto visual durante el desarrollo de la misma. Cuando la espera prevista sea excesiva (más de 5 minutos) se ofrecerá un lugar de espera donde el cliente pueda sentarse.
- La relación con los clientes será siempre de “Usted”.
- Ante dudas o preguntas de clientes nunca se debe responder “no lo sé”, debemos tratar de buscar respuestas y soluciones.
- Sonreír

En la recepción

Acogida y acomodo

- El cliente es recibido por el responsable de la sala deseándole los buenos días/tardes/noches y se le pregunta si tiene reserva.
- Rapidez en la localización de la reserva y la verificación de datos.
- En caso de clientes sin reserva la disponibilidad será confirmada inmediatamente si no hay ninguna mesa disponible en esos momentos se le propondrá un tiempo real de espera (en función de la experiencia del establecimiento), y se le indicará donde se encuentra la zona de espera en la que pueden ir tomando alguna consumición mientras esperan. En el momento en el que la disponibilidad de mesas del establecimiento así lo permita, se invitará al cliente a ocupar la mesa que haya sido dispuesta.
- La persona encargada de la acogida o en su defecto el responsable o camarero a cargo averigua las preferencias del cliente en cuanto a la ubicación de la mesa (cerca de las ventanas, espacio más o menos íntimo, ...) preferencias que son satisfechas siempre que la disponibilidad de las mismas lo permita.
- Acompaña al cliente hasta la mesa, lo acomoda (facilitando el acceso, apartando sillas, solucionando cualquier necesidad, por ejemplo, sillas especiales para niños).

Atención telefónica

- Las llamadas se contestan en el más breve tiempo posible, antes del tercer tono. Si por cualquier razón se debe poner en espera al cliente, el tiempo de la misma debe ser inferior a 30 seg.
- Empleo de fórmulas de cortesía. Al descolgar el teléfono se identifica el establecimiento, se pronuncia la frase de saludo y se ofrece ayuda (Restaurante..., buenos días, le atiende.... ¿En qué puedo ayudarle?)
- El personal tendrá un trato amable con los clientes. La amabilidad telefónica la refleja:
 - El tono de voz y el ritmo de transmisión (relajado y con un ritmo suficiente que no refleje ni prisas ni ansiedad).

EDITORIAL TUTOR FORMACIÓN

- La capacidad para escuchar (se trata de que el cliente pueda expresar todo aquello que desea y que se realice un esfuerzo de comprensión), manteniendo un contacto auditivo regular (asentir) que demuestre que se está atendiendo.
- La capacidad para realizar preguntas que faciliten lo que el cliente quiere comunicar.
- La capacidad de controlar la agresividad.
- La capacidad de utilizar el idioma del cliente o en su defecto el inglés.
- Se debe conseguir generar una imagen de interés en el cliente que se fundamente en:
 - Repetir los aspectos esenciales de las cuestiones planteadas por el cliente.
 - Contestar las preguntas y si no se saben las respuestas realizar el esfuerzo de buscar la información.
 - Anotar los datos proporcionados por el cliente cuando la complejidad (por ejemplo, un apellido, una dirección, una hora...) o la importancia (siempre en el caso de una queja) lo aconseje reformulándoselos al cliente.
 - No se mantienen conversaciones paralelas que puedan ser escuchadas por el cliente.



Quejas y sugerencias

Las quejas no deben ser tomadas como amenazas sino como algo positivo que nos permite mejorar, “hagamos de las dificultades oportunidades”

- Las quejas de los clientes se recogerán por escrito, y se realizará a la vista de este.
- Ante una queja se ha de prestar total atención a lo que el cliente comunica, escuchando los detalles para extraer la máxima información y posteriormente trasladarla a los departamentos correspondientes.
- Se ha de dejar hablar al cliente hasta que haya terminado de exponer su problema, sin interrumpirle en ningún caso. Aunque el cliente no tenga razón, no se le discute, se argumenta que ha habido un problema de comunicación, un malentendido, una disfunción en el servicio... Se le presenta una disculpa y se le comunica que se tomarán las medidas oportunas. Se le recuerda al cliente que existen formularios donde reflejar su queja por escrito. En caso de que no lo haga, debe ser registrada por parte del personal

Diez reglas principales de atención al cliente

1. Esfuérzate en conocer al cliente y sus necesidades, se capaz de ponerte en su lugar.
2. Considera tu imagen personal como parte del servicio.
3. Muestra disponibilidad por atender y ayudar a los clientes.

EDITORIAL TUTOR FORMACIÓN

4. Ten una actitud positiva y muéstrate cortés.
5. No digas NO, busca una solución.
6. Escucha con atención y exprésate con claridad.
7. Convierte las quejas en oportunidades para mejorar.
8. Respeta a tus compañeros y trabaja en equipo.
9. Interésate en aprender y mejorar habilidades y conocimientos.
10. Conoce bien el destino en el que te encuentras.

Actividad



Por parejas buscamos en las redes sociales las puntuaciones y comentarios de nuestra localidad, o de la ciudad próxima que cuente con distintos establecimientos.

Analizamos el orden o clasificación, ¿a qué es debido? Que factores positivos destacan los comentarios y qué aspectos negativos destacan.

¿Cómo crees que debemos trabajar en el restaurante para obtener buenas puntuaciones y comentarios?

Actividad



Leemos el capítulo 5 del libro Timocracia: 43 cosas que pueden pasarte en un restaurante para que decidas no pisarlo nunca más. Editado en la red por Facua. Lo puedes encontrar en la siguiente dirección: <https://www.facua.org/es/noticia.php?id=10055>

Luego en el grupo clase una puesta en común sobre lo que más te ha llamado la atención.

7. Aplicación de modalidades sencillas de facturación y cobro.

El documento de referencia para el comienzo de la facturación, es la comanda. En la comanda se encuentran todos los datos del pedido de los clientes, por tanto, será de gran importancia al final del servicio.

La factura será entregada al cliente al final del servicio, siempre y cuando éste lo solicite.

Es muy importante comprobar la factura, primero con lo que realmente se ha solicitado y servido, no hay nada más penoso que te digan que la factura está mal e incluye platos que no se han servido.

Los datos que deben ir reflejados en la factura, son:

- Numeración correlativa.
- Nombre y apellido del que lo expide y del que la solicite.
- NIF o CIF del que la expide.
- Domicilio del que la expide.
- Descripción de los servicios prestados.
- Base imponible e impuestos.
- Lugar y fecha de emisión.
- Podrá emitirse una factura simplificada (antiguo ticket).
- La factura será entregada en una bandeja y doblada, o se usarán bandejas tipo libro para preservar la privacidad del pagador. Hay que tener en cuenta de que el cliente podrá optar por pagar generalmente en efectivo o mediante tarjeta de crédito.

La factura será siempre original, aunque por solicitud de los clientes se pueden hacer varias copias.

Se entregará el ticket o factura simplificada, en caso de que el cliente lo solicite se emitirá una factura con los datos del establecimiento, del consumo realizado y los datos del cliente.

Como hemos indicado el cliente podrá pagar al contado o con tarjeta, ahora se está introduciendo el pago con teléfonos que seguramente en un futuro se impondrá frente a las demás modalidades.

- **Pago contado:** una vez entregada la cuenta, se recoge el dinero y se lleva a la caja, si hay vuelta, sobra dinero, en la misma bandeja se lleva a la mesa y se deja alejándonos de la mesa, hay que evitar que el cliente se sienta presionado para que nos deje propina.
- **Pago con tarjeta de crédito:** hoy día es muy frecuente, para ello cotejaremos los datos de la tarjeta con el DNI o pasaporte del cliente. El terminal se lleva a la mesa para que el cliente siempre tenga a la vista su tarjeta. Si hay que firmar el justificante, tendremos la precaución de llevar un bolígrafo, hoy día con el pin suele ser suficiente.

Hay establecimientos donde el pago se realiza en caja directamente, e incluso en restaurantes que tienen bar (en algunos de menú), en estos casos los clientes se acercan para realizar el pago.

8. Actividades.

1. El establecimiento que posee tres tenedores es de categoría:

- a) Lujo.
- b) Primera.
- c) Cuarta.
- d) Segundo.

2. Completa verdadero o falso según corresponda:

- a) El menú numerado se da principalmente en restaurantes de lujo.
- b) El objetivo del menú degustación es el de dar a conocer sus especialidades.
- c) En una cadena de restaurantes, todos tienen las mismas características y el mismo nombre.
- d) En el servicio a la francesa la comida se sirve directamente de fuentes.

3. ¿Qué diferencias existen entre el servicio a la inglesa y el servicio a la americana?

4. ¿Qué personal es el que forma la brigada de servicio?

5. ¿En qué se diferencia el servicio de vino tinto y el de vino blanco?

6. ¿En qué consiste el *room service*?

7. Completa verdadero o falso según corresponda:

- a) En el *room service* el camarero puede acceder a la habitación del cliente cuando esté en ella.
- b) El camarero, durante el *room service*, puede permanecer un máximo de 30 minutos en la habitación.
- c) En el *room service*, el cliente solamente puede pedir la comida a través del teléfono.
- d) En el *room service*, el cliente puede llamar para la retirada del servicio.

8. ¿Cuál es la principal diferencia entre el buffet y el autoservicio?

9. ¿Qué es la comanda?

10. Cita cinco aspectos que debe mostrar el personal del establecimiento ante un cliente.