



**UNIVERSIDAD DE ORIENTE  
NÚCLEO NUEVA ESPARTA  
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO  
DEPARTAMENTO DE TURISMO**

**ESTÁNDARES EN EL ÁREA DE BANQUETES DE HOTEL  
HILTON MARGARITA & SUITES Y SU INFLUENCIA EN LA  
CALIDAD DEL SERVICIO.**

**Trabajo de grado, modalidad pasantía, presentado como requisito  
parcial para optar al título de:  
“Licenciada en Hotelería”**

**REALIZADO POR:**

**SOPHIA CALÓ**

**C.I: 17.745.273**

**GUATAMARE, JUNIO 2007**

## DEDICATORIA

A dios por permitirme llegar hasta aquí y darme fuerzas para seguir mi vida y desarrollo profesional.

A mis padres Carlos Caló y Gladys Sánchez, por toda su confianza y apoyo incondicional en todos los momentos de mi vida. “Gracias a ustedes todo ha sido mas fácil, los adoro con toda mi fuerza”.

A mi Yeya que siempre con su sonrisa y aliento me motivo para seguir adelante y se que en estos momento esta muy orgullosa de mi.

A mi tío Ángelo por estar allí cuando lo necesito, ser unos de mis ejemplos a seguir y haberme cumplido un sueño que tenia de conocer un lugar maravilloso en el mundo “Italia”.

A Bryan Guerrero por darme un motivo especial para continuar cada día.

A Alejandro Vieira y Angélica Rodríguez por ser más que amigos unos hermanos con los que cuento en cada momento de mi vida.

## **AGRADECIMIENTOS**

A mis padres por su apoyo incondicional en todos los aspectos.

A mis Hermanos Carlito y Ori por soportar mis largos ratos en la computadora.

Al profesor José Enrique por ser un ejemplo a seguir en la Universidad y por inculcar todos sus conocimientos durante los años de mi carrera.

A la Licenciada Cristina Marcano por aceptar ser mi asesora.

A la Universidad de Oriente por ser la institución que me ayudo a formarme como profesional.

Al grupo de protocolo de la Universidad de Oriente por todas las experiencias adquiridas durante los trabajos realizados.

A mis amigos incondicionales Daniela Álvarez, Alice Figueroa y Ennio Castillo por estar conmigo a lo largo de toda mi carrera.

A José Tremont Director de Banquetes, Volker Goussas Gerente de Operaciones y Andrés mesonero de banquetes del Hotel Margarita Hilton por su ayuda durante mi periodo de pasantías, por hacerme sentir parte de los miembros de equipo y por toda la información suministrada para la realización de mi trabajo.

A todas aquellas personas que de una u otra manera colaboraron en la culminación de me carrera profesional

**“A todos muchas gracias”**

## INDICE GENERAL

|  |     |
|--|-----|
| DEDICATORIA .....  | II  |
| AGRADECIMIENTOS.....   | III |
| CAPITULO I.....  | 1   |
| 1.1.- Denominación de la Empresa .....                               | 1   |
| 1.2.-Actividad Objeto de Estudio .....                               | 1   |
| 1.3.- Situación a Evaluar .....                                      | 1   |
| 1.4.- Objetivos .....  | 10  |
| 1.4.1.- Objetivo General.....  | 10  |
| 1.4.2.- Objetivos Específicos .....                                  | 10  |
| 1.5 Operalización de Variables.....                                  | 10  |
| 1.6.- Técnicas e instrumentos para la Recolección de los Datos ..... | 13  |
| 1.6.1 Recolección de información bibliográfica y documental.....     | 13  |
| 1.6.2 Entrevistas .....  | 13  |
| 1.6.3 La observación. ....   | 14  |
| 1.6.4 La Encuesta.....   | 15  |
| 1.6.5 INSTRUMENTOS Y TECNICAS DE RECOLECCION DE DATOS<br>.....       | 16  |
| CAPITULO II.....   | 17  |
| 2.1 Visión y Misión del área de banquetes .....                      | 17  |
| 2.1.1. Visión .....  | 17  |
| 2.1.2.- Misión .....   | 17  |
| 2.2 Miembros de equipo .....   | 17  |
| 2.3 Check list General de banquetes. ....                            | 24  |
| 2.4 Equipos de operación.....  | 26  |
| 2.5 Utensilios de operación .....                                    | 27  |
| 2.6 Mantelería .....   | 35  |

|   |     |
|---|-----|
| 2.7 Tipos de servicios que se pueden presta .....   | 37  |
| 2.8 Instalaciones .....   | 38  |
| 2.9 Capacidad de los salones de eventos y banquetes .....   | 41  |
| 2.10.- Políticas y Procedimiento de Seguridad para Eventos en Salones .   | 43  |
| CAPITULO III .....  | 48  |
| 3.3 La Marca Hilton establece para la determinación de la calidad del servicio los siguientes estándares para el departamento de Banquetes:.. | 49  |
| 3.3.1 Estándares de servicio.....   | 49  |
| 3.3.2 Estándares de los alimentos y bebidas.....  | 52  |
| 3.3.3 Estándares en servicio de desayuno .....  | 52  |
| 3.3.4 Estándares del servicio de almuerzo o cena buffet .....   | 53  |
| 3.3.5 Estándares de Montajes .....  | 54  |
| 3.3.6.- Estándares de menús.....  | 63  |
| CAPITULO IV.....  | 76  |
| 4.1 Cometarios y Observaciones correspondientes a la guía. ....   | 93  |
| 4.2 Presentación y Análisis de resultados.....  | 96  |
| 5.1 Organización previa del evento .....  | 107 |
| 5.2 Salón de reuniones .....  | 108 |
| 5.3 Servicio de Restaurantes y Refrigerios .....  | 109 |
| 5.4 Salida del evento.....  | 110 |
| CONCLUSIONES .....  | 114 |
| ANEXOS.....   | 116 |

## INDICE FIGURAS

|  |    |
|--|----|
| Figura Nro1. Elaboración propia (2007) con datos suministrados por el departamento de Banquetes..... | 19 |
| Figura N°2. Plano del Gran Salón del hotel Hilton Margarita .....                                    | 38 |
| Figura N°3. Plano del Meeating 2000 del hotel Hilton Margarita.....                                  | 39 |
| Figura N°4. Plano del salón Nueva Cádiz del hotel Hilton Margarita. ....                             | 40 |
| Figura N° 5. Auditórium del hotel Hilton Margarita .....   | 41 |
| Figura Nro 6. Modelo menús para cooffe breaks del Hotel Hilton Margarita.                            | 66 |
| Figura Nro 7. Modelo menú desayuno del Hotel Hilton Margarita.....                                   | 67 |
| Figura N° 8. Modelo menús para plato fijo del Hotel Hilton Margarita.....                            | 69 |
| Figura N° 9. Modelo Buffete del Hotel Hilton Margarita .....   | 71 |
| Figura N° 10. Modelo menús cocktails y recepción del Hotel Hilton Margarita .....                    | 73 |
| Figura N° 11. Modelo Menús temático del Hotel Hilton Margarita.....                                  | 74 |

## INDICE DE GRAFICOS

|  |     |
|--|-----|
| Grafico 1. Distribución porcentual del cumplimiento de los estándares en el área de banquetes del Hotel Hilton Margarita.....  | 98  |
| Gráfico N° 2. Distribución porcentual en relaciona los niveles de satisfacción del cliente en cuanto a los estándares aplicados en la organización previa al evento del departamento de banquetes del Hotel Hilton Margarita. ....       | 108 |
| Gráfico N° 3. Distribución porcentual en relaciona los niveles de satisfacción del cliente en cuanto a los estándares aplicados en el Salón de reuniones del departamento de banquetes del Hotel Hilton Margarita.....                   | 109 |
| Gráfico N° 4. Distribución porcentual en relaciona los niveles de satisfacción del cliente en cuanto a los estándares aplicados en el Servicio de Restaurante y Refrigerio del departamento de banquetes del Hotel Hilton Margarita..... | 110 |
| Gráfico N° 5. Distribución porcentual en relaciona los niveles de satisfacción del cliente en cuanto a los estándares aplicados en la salida del evento del departamento de banquetes del Hotel Margarita Hilton.....                    | 111 |



## INDICE DE TABLAS

|   |     |
|---|-----|
| Tabla # 1 .....   | 6   |
| Evolución del índice de satisfacción de clientes del sector hotelero.....   | 6   |
| Tabla Nº. 2. Elaboración propia (2007), según BALESTRINI, M (1987),.Procedimientos y técnicas de investigación, editorial Panapo, caracas. .... | 12  |
| Tabla Nº 3 Elaboración propia (2007), resumen técnicas e instrumentos de recolección de datos .....   | 16  |
| Tabla Nº 4. Capacidad de los salones de eventos y banquetes .....   | 42  |
| Tabla Nº 7. Resultados de la guía de observación en cuanto al cumplimiento de los estándares del Hotel Margarita Hilton .....                   | 97  |
| Tabla Nº 8. Organización Previa del evento. ....  | 102 |
| Tabla Nº 9. Estado del salón de reunión.....  | 104 |
| Tabla Nº 10. Niveles de satisfacción del cliente con el servicio de Restaurantes y refrigerios.....   | 105 |
| Tabla Nº 11. Satisfacción del cliente en la salida del evento .....   | 106 |
| Tabla Nº 13.- Relación de resultados por nivel de satisfacción (expresado en porcentaje).-.....   | 107 |

## **CAPITULO I**

### **1.1.- Denominación de la Empresa**

El Hotel Hilton Margarita & Suites es una moderna propiedad cinco estrellas, la cual incluye 336 habitaciones hoteleras y 154 lujosas suites, esta ubicado en el Sector Playa Moreno, frente al mar específicamente en la calle los Uveros, Urbanización Costa Azul, Porlamar Estado Nueva Esparta, Apartado 480, R.I.F: J-00088118-9, cuenta con 6 puntos de ventas para alimentos y bebidas, piscinas, salones de conferencias, transporte, entre otros servicios complementarios.

### **1.2.-Actividad Objeto de Estudio**

La marca Hilton ofrece constantemente el más alto nivel de atención al cliente es por esto que se desea estudiar los estándares utilizados en el área de banquetes del Hotel Hilton Margarita y su influencia en la calidad del servicio prestado.

Ésta actividad será descrita con el fin de determinar si la aplicación de los estándares está cumpliendo con las expectativas de los clientes.

### **1.3.- Situación a Evaluar**

La gerencia del servicio es un método organizacional global para hacer del mejor servicio la fuerza motriz de un negocio, es por esto que el desafío actual de toda empresa se basa en definir estrategias de servicio para crecer exitosamente, pero la calidad de un producto o servicio siempre es compleja

de evaluar ya que la medida de la calidad puede abordarse desde diferentes perspectivas y tiene multitud de posibles soluciones. Los factores que influyen en la calidad de servicio en una organización son: (Albrecht y Zemke 2006):

1. Recuerde al cliente, ofrezca lo que desea, satisfaga sus necesidades y supere sus expectativas.
2. Cuidado e interés por parte de las personas que tienen contacto con el público.
3. Capacidad para resolver los problemas que presente el cliente.
4. Espontaneidad o flexibilidad en la aplicación de políticas y procedimientos.
5. Continuidad y compromiso de la gerencia.

Estas son simples y básicas formas de definir un buen servicio según la experiencia que ha adquirido Albrecht en sus diversas investigaciones, ya que hablar de una definición como tal es complicado, cada empresa posee su propia esencia y concepto de servicio. De igual forma autores como Reeves y Vendar (1994) comparten la idea de que no existe una definición universal y global de calidad de servicio sino que palabras como: excelencia, valor, ajuste a las especificaciones y satisfacción a las expectativas de clientes, determinan su significado.

Una de las empresas que se enfocan más en aplicar estos conceptos de calidad y considerar los aspectos intangibles como la principal preocupación han sido las empresas hoteleras. En el desarrollo de la actividad hotelera, la calidad es de vital importancia, debido a que constantemente se elevan las necesidades y exigencia de la humanidad, con clientes más exigentes y ante un mundo de mucha competencia se hace necesario tratar de ser lo mejor dentro de lo mejor para poder sobrevivir, y esto no se logra si no es con el seguimiento de la calidad de cada uno de los servicios que se prestan en dichas instalaciones. Al respecto Albrecht y Bradford (2004:32) expresan que:

En los últimos años, las principales cadenas hoteleras americanas, con una amplia presencia internacional, han puesto en marcha estrategias destinadas a elevar la satisfacción de sus clientes y generar experiencias de servicio únicas. La cadena de establecimientos de lujo Starwood, propietaria, entre otras, de las marcas Sheraton y Westin, ha desarrollado el concepto Heavenly Bed, o cama celestial y según el vicepresidente de la cadena Marriott hacen encuestas cada año para saber que le gusta a sus clientes y que buscan en un futuro”

Estas son ideas patentadas por una firma y pensada para ofrecer a sus clientes una experiencia de descanso única y totalmente distinta a la de otros hoteles de la misma categoría, en diferentes escalas son servicios que desarrollan cada día los hoteles exitosos.

La empresa hotelera es un sistema complejo en el que se toman decisiones, se comunican y se instrumentan. El personal que trabaja en un

hotel en todos los niveles, desde el Gerente General hasta el obrero de la línea de producción tienen por consiguiente alguna influencia en la calidad final del servicio, es por esto que los hoteles toman la decisión de establecer estándares en sus operaciones y de esta manera trazar parámetros y lineamientos a seguir en todas sus procesos productivos. De acuerdo con el artículo reseñado en la página consultada <http://calidad.umh.criterio.htm> de la Universidad Miguel Hernández, S/A consultada el: 12/02/2007

Los estándares se definen como el grado de cumplimiento exigible a un criterio de calidad. Los estándares de calidad determinan el nivel mínimo y máximo aceptable para un indicador. Si el valor del indicador se encuentra dentro del rango significa que se están cumpliendo con los criterios de calidad que se habían definido y que las cosas transcurren conforme a lo previsto. Si, por el contrario, se está por debajo del rango significa que no se cumple el compromiso de calidad y se debe actuar en consecuencia lo antes posible. Por el contrario, si se está por encima, o bien se tendrá que redefinir el criterio o, desde luego, se está gastando (en términos de esfuerzo) más de lo que se pensaba que era necesario).

El estándar dicho en otros términos y para explicar en forma más sencilla lo anterior, se define como el rango en el que resulta aceptable el nivel de calidad que se alcanza en un determinado proceso; por consiguiente, determina el mínimo nivel que comprometería la calidad de ese proceso. Por debajo del estándar la práctica (producto o servicio) no reúne calidad suficiente. Todas las empresas hoteleras con mayor prestigio en el mundo tienen en claro sus estándares de calidad y representan la base

fundamental para diferenciarse entre si. Establecer estándares le permiten revisar su estructura, su funcionamiento, sus relaciones, saber con mayor profundidad cuáles son sus fortalezas y cuáles sus debilidades, a manera de poder planificar estrategias que posibiliten su fortalecimiento y desarrollo.

Para López (2004:89) “establecer estándares es el mejor método de trabajo por el cual se eliminan las dificultades, el desequilibrio y el desperdicio de las operaciones” es decir los estándares permiten trabajar con mayor rapidez a menos costo y mayor grado de precisión y seguridad para lograr así la plena satisfacción del cliente.

Hilton Hospitality (2007), revista anual reseña en uno de sus argumentos que “una de las empresas hoteleras que se ha caracterizado por prestar estándares de calidad y ser actualmente la cadena mas grande de hoteles en el mundo es Hilton Internacional”. Hilton Internacional es un nombre que se asocia con los más altos niveles de calidad en alojamiento y servicios, el cual ha utilizado los estándares de calidad en todos sus hoteles a nivel mundial como una de las principales estrategias para afianzar y cubrir con las expectativas de sus clientes.

Según la American Customer Satisfaction Index (ACSI) Los altos niveles de satisfacción se terminan convirtiendo en el ancla que permite a las cadenas hoteleras retener a sus clientes, el mercado hotelero internacional ha alcanzado tal nivel de competitividad que el crecimiento depende más de la cuota alcanzada que de la creación de nueva demanda. (Tabla N° 1).

Tabla # 1

## Evolución del índice de satisfacción de clientes del sector hotelero.

|                         | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | Variación<br>entre 2005 y<br>2006 | Variación<br>sobre 1994 |
|-------------------------|------|------|------|------|------|------|-----------------------------------|-------------------------|
| <b>Hilton</b>           | 74   | 76   | 74   | 77   | 76   | 78   | 2,6%                              | 4,0%                    |
| <b>Marriott</b>         | 77   | 76   | 76   | 76   | 76   | 75   | -1,3%                             | -6,3%                   |
| <b>Starwood</b>         | 71   | 69   | 73   | 73   | 75   | 75   | 0,0%                              | 2,7%                    |
| <b>Global<br/>Hyatt</b> | 73   | 75   | 77   | 74   | 74   | 75   | 1,4%                              | -1,3%                   |
| <b>Holiday<br/>Inn</b>  | 71   | 69   | 72   | 73   | 69   | 72   | 4,3%                              | 4,3%                    |
| <b>Ramada</b>           | 66   | 67   | 70   | 67   | 66   | 70   | 6,1%                              | 0,0%                    |
| <b>Resto</b>            | 70   | 70   | 72   | 71   | 73   | 76   | 4,1%                              | 4,1%                    |
| <b>Media<br/>sector</b> | 71   | 71   | 73   | 72   | 73   | 75   | 2,7%                              | 0,0%                    |

Fuente: Universidad de Michigan y CFI Group

Según estas estadísticas sobre la satisfacción de clientes del sector hotelero, el primer lugar ha sido dominado por la cadena Marriot en los primeros años, seguida de la cadena Hilton Internacional y superada por esta recientemente en el año 2006, es aquí donde se observa el buen posicionamiento referido a los niveles de calidad que posee Hilton en el mercado. (Ver tabla 1)

Hilton es conocido mundialmente por establecer estándares que otros seguirán. La propia marca expresa lo siguiente “Nuestra capacidad constante para desarrollar y establecer nuevos estándares en todo el mundo es solo una de las razones por la que los clientes siguen diciendo: llévame al Hilton”,

he aquí donde se observa la importancia que le da la Marca Hilton a los estándares, pero esto no lo es todo para cumplir con un servicio de óptima calidad hay que saber aplicarlos, desarrollarlos y adaptarlos a las necesidades de los clientes.

El Hotel Hilton Margarita Internacional, es reconocido en Venezuela y en la Isla de Margarita por prestar un servicio de calidad. Una de las áreas con mayor desarrollo y factibilidad en este hotel son las relacionadas con grupos y convenciones y el área de banquetes, a pesar de su importancia se sabe que estos departamentos representan el área de mayor complejidad y dedicación en un hotel, cada evento es un acontecimiento único con una planificación y ejecución diferente a cualquier otro, una vez que se han realizado los procesos de negociación entra la participación de banquetes. Según Francisco de la Torre (1998) “un banquete es una comida o cena espléndida a la que concurren muchas personas para celebrar algún acontecimiento especial, como una boda, bailes de empresas homenajes, congresos, conferencias, entre otros”. Dado el gran incremento que debido a la vida moderna y el progreso que ha tomado el turismo, la extensión de contactos internacionales y de ámbito nacional, por la facilidad que representa el viajar de un lado del mundo a otro, han traído como consecuencia el poder celebrar en los hoteles y en los centros de convenciones un sin número de congresos, conferencias y reuniones de negocios; encaminadas a fomentar los contactos culturales y comerciales.

En el Hotel Hilton Margarita los procedimientos de Banquetes se relacionan directamente con los estándares de la marca, “ Hilton es su mejor opción ya que sus necesidades son siempre satisfechas y nuestros niveles de servicios son consistentes y de primera clase demostrando así que Hilton marca la diferencia realmente en servicios a la hora de



celebrar su evento". En el Hotel Margarita Hilton banquetes constituye el 40% de los ingresos totales de A&B lo cual se puede relacionar y verificar con la teoría expresada por Paredes (S/F:3) donde se afirma que "los banquetes generan alrededor de un 35% a 40% de las ventas totales de las comidas y bebidas de un hotel y en relación con las ventas generales de un hotel producen un 15%" he aquí donde se observa la importancia de dicho departamento ya que las ventas representan un porcentaje significativo, es por esta razón que la planificación, ejecución y evaluación de un banquete amerita una serie de procedimientos que influirán directamente sobre la calidad del servicio. Según la marca Hilton en su Manual de Banquetes (2006) expresa que "Las cualidades más importantes de nuestros servicios son: Consistencia, Servicio personalizado, Sin complicaciones, Momentos Hilton, antes, durante y después de cada servicio desde el recibimiento de nuestros grupos hasta la despedida y clausura del evento". Para la realización correcta de un servicio de banquete es importante tener controlados los más mínimos detalles, desde el primer contacto con el cliente hasta la culminación del mismo; a pesar de que cada evento es único y requiere de un desarrollo diferente varios autores han establecido estándares para la realización adecuada de un evento y banquete definiendo así: Tipo de montajes y su correspondiente capacidad, decoración, servicios para el cliente y menús. Al respecto Francisco de la Torre (1998) dice que: "Una adecuada colocación del montaje es el esqueleto del evento, el cual requiere suficiente tiempo, cuidadosa planeación en cuanto a espacios se refiere". Según opiniones de varios autores como Gallegos, Francisco de la Torre y Buendía se puede decir que:

En cuanto a la decoración, una mesa de banquetes siempre deberá reflejar el buen gusto y sentido estético, al igual que no se deberá perder la vista

de los materiales y equipos utilizados, su principal estándar consistirá en utensilios impecablemente limpios y debidamente clasificados. La confección de menús para banquetes es uno de los puntos más importantes a tener en cuenta, ya que de su composición y precio depende en gran parte el éxito de la contratación del servicio. La variedad de menús tipo estándar que pueden prepararse puede ser: coffee breaks, desayunos, menú buffets, menú emplatados Menú de bocadillos o picadura y menú temático.

La cita anterior refleja los elementos tomados en cuenta por varios autores para establecer estándares a la hora de desarrollar un banquete así como aquellos elementos que se estudiaron en el período de pasantías que abarcan igualmente desde montajes, servicio (bienvenida, durante el evento, clausura y evaluación), servicio de Alimentos y bebidas y elaboración de menú. En virtud a que todos los procedimientos llevados a cabo en el departamento de Hotel Hilton Margarita están estandarizados como por ejemplo los coffee breaks deberán estar preparados 30 minutos antes de el receso del grupo, los montajes se preparan con un día de antelación si existe disponibilidad, todos los Organizadores de eventos son recibidos por su contacto durante los primeros 5 minutos después de haber llegado a la recepción o al salón, entre otros que se pueden observar detenidamente en el capítulo II y sin embargo se presentan quejas por parte de los huéspedes y clientes, según observaciones realizadas durante el período de pasantía, es pertinente estudiar si dichos estándares se están cumpliendo a cabalidad y verificar si el servicio prestado a los clientes esta por debajo o por arriba del rango que definen los mismos.

## 1.4.- Objetivos

### 1.4.1.- Objetivo General

Estudiar los estándares utilizados en el área de Banquetes del Hotel Hilton Margarita & Suites y su influencia en la calidad de servicio.

### 1.4.2.- Objetivos Específicos

- √ Describir el área de banquetes del hotel Hilton Margarita & Suites
- √ Identificar los estándares utilizados en el área de Banquetes.
- √ Verificar el cumplimiento de los estándares utilizados en el área de banquetes.
- √ Determinar si los estándares ya establecidos por el Hotel Hilton Margarita en el área de banquetes cubren con las expectativas del cliente

## 1.5 Operalización de Variables

| OBJETIVOS   | VARIABLES         | DIMENSIONES  | INDICADORES  |
|---|-------------------|--|--|
| Describir el área de banquetes del hotel Hilton Margarita & | Área de banquetes | <ul style="list-style-type: none"> <li>- División estratégica</li> <li>- Miembros de equipo</li> <li>- Equipos de</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Misión</li> <li>Visión</li> <li>Cargos</li> <li>Funciones</li> <li>Mesas</li> </ul> |

|   |  |  |  |
|---|--|--|--|
| Suites  |  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- operación</li> <li>- Instalaciones</li> <li>- Normas generales</li> </ul>               | Utensilios<br>Platos de servicio<br>Utería<br>Mantelería   |
| Identificar los estándares utilizados en el área de Banquetes.                  | Estándares utilizados antes, durante y al finalizar el evento          | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Servicio</li> <li>- Montajes</li> <li>- Servicio de A&amp;B</li> <li>- Menús</li> </ul> | Bienvenida, durante el evento y finalización del evento<br>Estación de agua<br>Coffee breaks<br>Tipo U, teatro, buffet, mesa imperial, tipo escuela y tipo oficina<br><br>Servicio, temperatura de la comida, vajillas y cubertería.<br><br>Desayuno, coffee break, menú fijo, temático, picaduras y bebidas |
| Verificar el cumplimiento de los estándares utilizados en el área de banquetes. | Cumplimiento de los estándares antes, durante y al finalizar el evento | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Organización previa al evento</li> <li>- Evento</li> <li>- Finalización</li> </ul>      | 18 participaciones en eventos realizados en el Hotel donde se observo, montajes, A&B, composición de menús, servicio   |

|   |  |   |  |
|---|--|---|--|
|   |  | <p>del evento</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Servicio de de A&amp;B</li> <li>- Estándares de montajes</li> <li>- Estándares servicio de desayuno</li> <li>- Estándares de cena o almuerzo Buffet</li> </ul> | <p>en general.</p>   |
| <p>Determinar si los estándares ya establecidos por el Hotel Hilton Margarita en el área de banquetes cubren con las expectativas del cliente</p> | <p>Estándares Vs calidad de servicio</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Organización previa al evento</li> <li>- Salón de reuniones</li> <li>- Restaurantes y refrigerios</li> <li>- salida</li> </ul>   | <p>Bienvenida, atención, estado de los salones, temperatura de los aires, calidad de la A&amp;B, despedida</p> |

**Tabla Nº. 2. Elaboración propia (2007), según BALESTRINI, M (1987),.Procedimientos y técnicas de investigación, editorial Panapo, caracas.**

## **1.6.- Técnicas e instrumentos para la Recolección de los Datos**

Un instrumento de recolección de datos es cualquier recurso de que se vale el investigador para acercarse a los fenómenos y extraer de ellos información, en el siguiente informe se utilizaron:

### **1.6.1 Recolección de información bibliográfica y documental**

Todo trabajo de investigación cuenta con una importante base bibliográfica para su desarrollo. Es así que durante la pasantía fue posible acceder a una serie de documentos tanto institucionales como académicos. Este método según Hernández (1998:23) “consiste en detectar, obtener y consultar la bibliografía y otros materiales que puedan ser útiles para los propósitos del estudio, de donde se debe extraer y recopilar la información relevante y necesaria que atañe a nuestro problema de investigación”.

### **1.6.2 Entrevistas**

Las entrevistas como método de investigación pueden ser de diferentes tipos. La entrevista semi-estructurada fue la utilizada para el trabajo de pasantía, aplicada al Director de Banquetes y al Gerente de Operaciones de Hotel Hilton Margarita este tipo de entrevista según Tamayo (1996:181) “posee una estructura mas libre, contempla asuntos que se debe averiguar de acuerdo con sus instrucciones” .Fue escogida esta forma de recolectar información ya que facilita la consecución de detalles.

Preguntas base para la entrevista:

1. ¿Cómo esta conformado el departamento de banquetes?

2. ¿Cuáles son las políticas y normas utilizadas?
3. ¿Quién establece los estándares del departamento?
4. ¿Cada cuanto tiempo se actualizan o se modifican los estándares?
5. ¿Cómo los miembros de equipo se informan o están al tanto de estos estándares?
6. ¿Qué instrumento utilizan para medir si los estándares están funcionando correctamente?

### **1.6.3 La observación.**

Consiste en el uso sistemático de nuestros sentidos orientados a la captación de la realidad que queremos estudiar.

Es una técnica antiquísima: a través de sus sentidos, el hombre capta la realidad que lo rodea, que luego organiza intelectualmente.

La observación a utilizar es de tipo participante y estructurada, ya que se contara con una Guía de Observación como instrumento de recolección la cual es utilizada cuando se pretende probar una hipótesis, o cuando se quiere hacer una descripción sistemática de un fenómeno; es decir, cuando estamos realizando un estudio o investigación en el que sabemos exactamente lo que vamos a investigar. (Ver capítulo IV).

#### **1.6.4 La Encuesta**

Es una técnica cuantitativa que consiste en una investigación realizada sobre una muestra de sujetos, representativa de un colectivo más amplio que se lleva a cabo en el contexto de la vida cotidiana, utilizando procedimientos estandarizados de interrogación con el fin de conseguir mediciones cuantitativas sobre una gran cantidad de características objetivas y subjetivas de la población.

##### **El cuestionario Auto administrado.**

El Cuestionario es el instrumento de la encuesta y es un instrumento de recogida de datos rigurosamente estandarizado que operacionaliza las variables objeto de observación e investigación, por ello las preguntas de un cuestionario son los indicadores. La elaboración del cuestionario requiere un conocimiento previo del fenómeno que se va a investigar. Del mismo modo, la experiencia del investigador es imprescindible para la construcción de cuestionarios, los que deben ser adaptados a las necesidades del investigador y a las características de la comunidad en la que se realiza la investigación. (Ver anexo 1)



### 1.6.5 INSTRUMENTOS Y TECNICAS DE RECOLECCION DE DATOS

| OBJETIVOS   | TÉCNICAS   | INSTRUMENTOS  |
|---|--|---|
| Describir el área de banquetes.   | Recolección de información bibliográfica y documental / entrevista                 | Información bibliográfica y manual de operaciones de Banquetes del hotel Hilton |
| Identificar los estándares utilizados   | La observación, recolección de información bibliográfica y documental / entrevista | Guía de Observación Manual De operaciones de Banquetes del hotel Hilton         |
| Verificar el cumplimiento de los estándares   | La observación   | Guía de Observación   |
| Determinar si los estándares ya establecidos, cubren con las expectativas del cliente | La Encuesta  | Cuestionario Auto administrado.   |

**Tabla Nº 3 Elaboración propia (2007), resumen técnicas e instrumentos de recolección de datos**

## **CAPITULO II**

### **2.1 Visión y Misión del área de banquetes**

Según el Manual de Operaciones del Departamento de banquetes (2006) del Hotel Hilton Margarita la visión y la misión es:

#### **2.1.1. Visión**

“Constituir un equipo de banquetes donde todos nuestros clientes obtengan servicios altamente especializados y de 100% de calidad”

#### **2.1.2.- Misión**

“Ser el departamento que genere más ingresos del departamento de Alimentos & bebidas a menores costos operativos, cubriendo todas las expectativas financieras y comerciales adaptadas los planes y estrategias de la cadena, manteniendo una relación de confianza , respecto y eficiencia para nuestros clientes”

### **2.2 Miembros de equipo**

La primeras impresiones de los clientes son indudablemente , así que la presentación personal de cada miembro de equipo en las áreas de trabajo tienen que representar al hotel de la mejor forma posible, ya que la limpieza de las áreas (lobby, Foyers , Baños) y la presentación, pulcra, esmerada y perfecta representan una parte del gran producto: Hilton Margarita

Todos los miembros de equipo deben cumplir las siguientes normas:

1. Rasurado
2. Corte de pelo adecuado
3. Manos limpias, uñas cortas
4. Uniforme limpio y completo
5. Zapatos limpios
6. Maquillaje discreto
7. Todos los sus implementos de trabajo:
  - Bolígrafo Hilton
  - Encendedor/ Fósforos Hilton
  - Comanda / Descorchador/ Perfume discreto

Se da por implícito una higiene personal pulcra, el miembro de equipo, personalmente, es responsable por el buen cuidado de su apariencia personal.

Fuera del horario de trabajo está prohibido permanecer en el área de huéspedes, además se debe utilizar únicamente la entrada de personal para entrar y salir del hotel.

La exactitud en la puntualidad es una de las virtudes más valiosas que puede demostrar un miembro de equipo, llegar puntualmente al trabajo es indispensable. Quien falte injustificadamente en repetidas ocasiones será sancionado con medidas disciplinarias.

Está prohibido terminantemente consumir estupefacientes, alcohol o cualquier otra sustancias psicotrópicas en las instalaciones del hotel o los alrededores cercanos a este.

Todos los miembros de equipo saben y conocen las capacidades y ubicaciones de los servicios de salones de banquetes así como la identificación específica del organizador, llamándolo por su nombre y creando un ambiente de disponibilidad y disposición.

### 2.2.1 Estructura organizativa del departamento de banquetes año 2007.

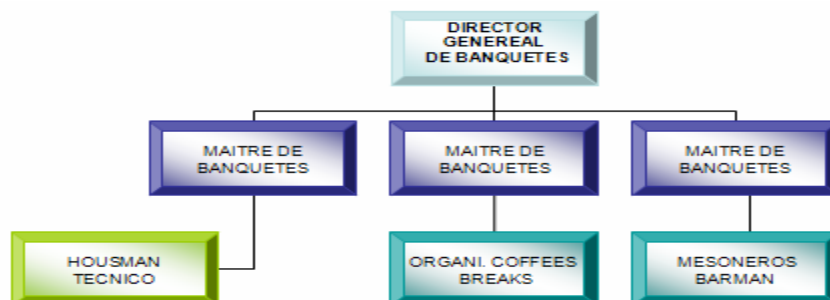


Figura Nro1. Elaboración propia (2007) con datos suministrados por el departamento de Banquetes.

Al respecto del tema **Jorge Lara (2005)** establece que:

Si la empresa observa frecuencia y continuidad en los servicios de banquetes y eventos especiales tendrá asegurada su rentabilidad; en este caso es necesario una *brigada* (personal de montaje y servicio) para los eventos mas comunes y para reuniones con gran número de asistentes se solicitará personal *extra* que envía el sindicato.

El personal de banquetes están conformado por un director general de banquetes, 03 maître de banquetes, 2 mesoneros de contratación fija y 12 de contratación eventual donde entran 02 bármanes, y 02 housman técnicos de contratación fija, Las funciones del personal que labora en este departamento se obtuvieron por medio del Manual de Operaciones que posee el departamento y que solo tiene acceso aquellas personas que laboran en dicha empresa.

## **Director de banquetes**

Funciones:

- Proporciona las facilidades para lograr los estándares de calidad y eficiencia establecidos y mantiene un liderazgo en los departamentos de Cocina, Almacén, y Steward para mantener el mejor servicio a los clientes en eventos y banquetes.

- Supervisa las operaciones internas y externas relacionadas con el área de Banquete incluyendo el Servicio a Domicilio.

Dentro de sus obligaciones y deberes están:

- Asistir a las Reuniones de Banquetes.
- Programar reuniones con sus subalternos para hablar del servicio.
- Revisar las hojas de función con el Chef.
- Solicitar el personal para los eventos con tiempo.
- Revisar el uniforme del personal.
- Dar seguimiento con los botones a los anuncios de los eventos.
- Supervisar la limpieza general de los salones y equipos.
- Chequear con almacén si llega todo lo solicitado en la hoja de función del Evento.
- Dar el visto bueno a todos los detalles de comida y montaje junto con el Chef antes de iniciar el evento.
- Organizar y operar eventos dentro y fuera del hotel.

### **Maître de banquetes (3)**

Funciones:

- Supervisa al personal bajo su cargo
- Opera el montaje y organización del evento
- Coordina los horarios del persona
- Realiza revisión y supervisión completa de los salones
- Atiende a los organizadores del evento y satisfaces sus necesidades
- Supervisa las requisiciones de pedidos
- Esta a cargo del evento desde sus preparativos hasta la culminación del mismo
- Cuidar el prestigio del hotel en todos sus aspectos
- Velar por el cumplimiento de los estándares
- Elaborar las cuentas finales y hacer firmar a los clientes

## **Mesonero de Banquetes (2 fijos y 12 eventuales)**

Funciones:

—Es responsable de brindar el servicio de alimentos y bebidas de la zona asignada dentro del salón

—Se encarga de preparara el montaje y el salón para el evento (estación de agua, coffee Break, ect).

—Recoge todo el salón después de un vento y deja el todo listo para el día anterior.

—Realiza las requisiciones de pedidos de alimentos y bebidas e utilería

—Cumplir con todos los estándares y políticas del hotel

—Asegurar que haya existencia de todo el material necesario para el evento

## **Barman de Banquetes (2 eventuales)**

Funciones:

- Es responsable de la reparación y servicio de las bebidas y cócteles que se sirven en los Bares de los eventos.



## **Housman Técnico de banquetes (2 fijos)**

Funciones:

- Se encargan del traslado de las mesas y sillas hasta el salón y su respectiva colocación
- Verifican toda las funciones del salón, luz, agua, equipos técnicos y audiovisuales
- Reparación y mantenimiento de equipos técnicos, mesas y sillas

### **2.3 Check list General de banquetes.**

1. Retirar las llaves del departamento de seguridad
2. Cheque de las áreas:
  - Meeting 2000
  - Gran salón
  - Nueva Cádiz
  - Foyer Gran Salón
  - Foyer Nueva Cádiz

- Auditórium
3. Se revisa iluminación, cerraduras, paneles de división del gran salón, pintura, alfombras, limpieza general de las áreas.
  4. Luego se procede a involucrar a los departamentos de servicio de hospedaje e ingeniería para las reparaciones pertinentes
  5. Se chequean las ordenes de servicio, para preparar los diferentes montajes y asignar los diferentes encargados de los servicios (mesoneros ,barman, cocineros , utilería ).
  7. Se hace el briefing a los miembros de equipo para informar de los horarios de la semana y los grupos en casa
  8. Se chequean los diferentes montajes en las áreas
  9. Se realiza la señalización del grupo según los salones y áreas de servicio de servicio , ubicando de forma estratégica la cartelera par a visualizarla fácilmente.
  10. Verificar depósito de alimentos y bebidas, hacer los pedidos correspondientes
  11. Preparación de la facturación correspondiente a los eventos del día

## **2.4 Equipos de operación**

En el departamento de banquetes se trabaja con diversos equipos los cuales se deben operar con mucha precaución, el uso correcto es importante para su resguardo y cuidado, para facilitar el trabajo, para reducir los costos de operación , para evitar y prevenir accidentes de trabajo, para dar un aspecto limpio del área de trabajo y para garantizar un optimo servicio.

A continuación les presentamos los diferentes equipos y materiales de trabajo:

### **Mesas:**

- Mesas redondas para 10 pax.
  
- Mesas redondas para 8 pax.
  
- Mesas redondas para 6 pax.
- Mesas redondas de 2 pax.
  
- Mesa estilo Domino o brich
  
- Mesas reuniones del Meeting 2000
  
- Mesas de banquetes de 78 cm.
  
- Mesa Tipo escuela

- Mesas de media luna (overhead),
- Serpentina grande
- Serpentina pequeña
- Mesas de cóctel

### **Sillas de Banquetes**

Las sillas con la que cuenta el hotel son del estilo (Tamanaco) fabricadas por la Shelby Willians Company LTD. Aproximadamente 900 sillas , mas la 100 sillas que tienen otro estilo de tela para reuniones especiales en el Meeting 2000

Se cuenta con 600 sillas de plástico exclusivas para eventos en la playa , piscina, otras áreas externas.

## **2.5 Utensilios de operación**

### **Platos para el Servicio**

En la actualidad y con la incorporación del nuevo logotipo a Hilton el hotel reemplazo los platos de logo nuevo por los de logo viejo cambiando esto algunos estándares en cuanto al almacenamiento y custodia del nuevo material. Según el requerimiento en el servicio se usan los platos acordes a la ocasión, este material es custodiado por el

departamento de utilería, así como el resto de los materiales con los cuales trabaja la operación de Banquetes.

El procedimiento es el siguiente se hace una requisición interna de material por la cantidad solicitada por los capitanes de banquetes , luego esta requisición va al departamento de utilería para su posterior aprobación y entrega del material por parte de un supervisor de utilería.

Estos materiales se categorizar de la siguiente forma:

- Plato de trinche de # 26
- Plato de trinche de # 24
- Plato de postre de # 16
- Plato de postre de # 13
- Plato de Mantequilla
- Plato Hondo para Pasta
- Plato base para café
- Plato para café Expreso
- Tasas para café Expreso
- Bolwis de Sopa

- Plato para Boris de Sopa

Todos los materiales que se requieran para un servicio específico deben ser transportados cuidadosamente en un carrito para platos o un carrito estable que brinde seguridad a la carga que se transporta, estos artículos deberán ser lavados nuevamente para su posterior pulitura con un trapo que se destine para este uso exclusivo, está prohibido el uso de mantelería en buen estado para pulir los platos de servicio o pulir la cristalería.

#### **Cristalería:**

La cristalería que se dispone para el servicio de banquetes es seleccionada según el tipo de servicio que se desee a realizar y las diferentes bebidas que el cliente pida para su evento.

La cristalería generalmente usada para los eventos es:

- Copas para agua
- Copas para vino tinto
- Copas para vino blanco
- Copa de champaña estilo tulipán
- Copa de champaña clásica

- Vasos High bowls
- Vasos cortos
- Copas estilo cordial

La cristalería en todo momento se debe manipular con sumo cuidado ya que este material circula por todo el hotel y para todo tipo de evento que se requiera .

Toda la cristalería es pedida al departamento de utilería, al momento de su aprobación es entregada al barman y luego lavada y pulida para el servicio

#### **Cubertería:**

La cubertería de banquetes esta constituida por cubiertos clásicos regulares, este inventario esta compuesto por:

√ 1.000 Cuchillos clásicos

√ 1.000 Tenedores clásicos

√ 1000 Tenedores para Postre

√ 500 Cucharas para Sopas

### √ 500 Cucharadas para café

Esto pertenece al inventario asignado por el departamento de utilería al park stock de banquetes, estos artículos fueron asignados para agilizar los montajes de banquetes, su proceso se basa en el almacenamiento de los cubiertos al finalizar cada operación de forma que el miche quede limpio y listo para la próxima operación, todo se organiza en el deposito de banquetes y sus respectivos aparadores. Para cualquier necesidad de material adicional al del park stock se realiza una requisición de material al departamento de utilería para completar la cantidad requerida para el evento

De igual forma los demás implementos del servicio siguen la misma minuciosa limpieza y almacenamiento de los materiales de trabajo tales como:

- Cucharas de trinche
- Canoas ( bases para trinchas ) de trinchas
- Pinzas de trinche
- Paletas postre
- Pinzas de postre
- Cucharones para Sopa



- Removedores de jugo
- Cucharas para cereales
- Cucharas para el café
- Pies de vino
- Hieleras
- Tablas de Picar frutas

**Jarras para agua / café / vidrio/ plástico / termos de servicio de Coffee break y Azucareros /Saleros / ceniceros/ Bandejas**

Estos utensilios son fundamentales en el servicio y su valor en el hotel es elevado, ya que su utilidad es muy importante en banquetes . Las jarras de café son usadas generalmente en los desayuno , así mismo los azucareros, estos son de porcelana y se cargan con azúcar regular y de dieta.

- **Las jarras** para agua, café, jugo, son usadas en todos los servicios de banquetes, desayuno, almuerzos, coffe breaks, reuniones, cenas. Son muy valiosas para el servicio y son un estándar que no se puede incumplir en ningún de los periodos de servicio. Este material se procesa adecuadamente y se almacena para mantener los inventarios completos.

- **Los termos** de servicio son de diferentes modelos y se usan según las cantidades de personas que tenga el evento, estos deben tener una presentación excepcional ya que son de materiales como cobre y acero inoxidable lo que implica que deben estar pulidos con brazo o algún producto que lo lustre bien son equipos que deben ser guardados en el deposito de forma bien resguardada, luego de su adecuada limpieza.
- **Los termos de plástico y los de servicio VIP.** Son usados para grupos pequeños, y como complemento de para los coffee break grandes , están ubicados en le deposito de banquetes y posterior a su uso se le da su limpieza pertinente y se deposita en los aparadores .
- **Las azucareras son de porcelana y de metal** , estas deben estar siempre llenas con edulcorante y azúcar regular se usan generalmente en desayuno y se almacena en el deposito de banquetes
- **Los saleros** están ubicados en el deposito en una caja de madera cómoda y eficiente para su transporte son limpiados y repuestos una vez a la semana y son tratados cuidadosamente.
- **Los ceniceros** , se ubican por pares en las mesas de 10 puestos e individual en las mesas de coctail, están depositados

en cajas para su mejor manipulación, estos son recogidos al finalizar el servicio, lavados y almacenados nuevamente.

- **Las bandejas de servicio están compuestas:**

1. Ovaladas para las estaciones de servicio
2. Rectangular grande para servicio de sala
3. Rectangular mediana para el servicio de sala
4. Redonda clásica de metal para servicio VIP.
5. Redonda de plástico servicio de bebidas

Todas estas deben cubrirse con una servilleta de tela para cualquier tipo de servicio

- **Otros equipos como** las licuadoras , tablas de picar pan y frutas, cuchillos , coladores deben estar siempre debidamente limpios en el depósito ubicadas de forma visible y clara.
- **Las neveras** se les debe chequear una vez a la semana para constatar su estado ya que allí se depositan alimentos y otros productos que necesitan su refrigeración, la limpieza de las neveras es constante para mantener los niveles adecuados de higiene y salubridad

- **Los podium** deben ser manipulados de forma segura y se les debe mantener limpios en toda ocasión, generalmente se almacenan en el pasillo de banquetes
- **Carros de transporte**, estos son fundamentales para la operación ,ya que permite manipular se forma segura y en cantidades todos los implementos de trabajo
- **Carros de hielo**, los carros de hielo deben ser vaciados luego de culminar el servicio, para así garantizar la adecuada higiene del los carros.
- **Carteleras informativas**, todas y cada una de las carteleras deben ser pulidas para garantizar una buena presentación así como su correcto anuncio identificativo.
- **Maquina de café** , debe ser lavada cada vez que se proceda a la preparación de café nuevo para así garantizar un sabor de calidad y al mismo tiempo que la maquina permanezca en optimas condiciones

## 2.6 Mantelería

La mantelería es otro de los activos muy valiosos de banquetes, su adecuada manipulación y su control debe ser llevado meticulosamente ya que la mayoría de estos artículos lavados continuamente y por ende se le debe llevar un control para asignar la mejor lencería para el servicio.

El procedimiento es el siguiente con la hoja de funciones se revisa cual es la lencería que esta pidiendo el cliente o la que el capitán haya escogido para el evento una vez seleccionada esta se trasporta hasta el área de montaje. Los tipos de lencería de banquetes son las siguientes:

- Mantel Verde 1,00 x 1,00 Mts
- Mantel Azules Rey 1,00 x 1,00 Mts
- Mantel Amarillos 1,00 x 1,00 Mts
- Mantel Rojos 1,00 x 1,00 Mts
- Mantel Redondos Blanco Topes 2,00 x 200 Mts
- Mantel Redondos Blanco Bases 2,00 x 200 Mts
- Mantel Redondo Azules 2,00 x 200 Mts
- Mantel Redondo Tropicales 2,00 x 200 Mts
- Servilletas Blancas 0,45 x 0,45 Mts
- Servilletas Azul Oscuro 0,45 x 0,45 Mts
- Servilletas Vino Tinto 0,45 x 0,45 Mts
- Mantel Azules Rey 2,00 x 2,00 Mts

- Manteles Verdes Oscuros                      2,00 x 2,00 Mts
  
- Manteles Rojos                                      2,00 x 2,00 Mts
  
- Faldas Blancas
  
- Faldas Azules
  
- Faldas Vino Tinto

### **2.7 Tipos de servicios que se pueden presta**

Los servicios que se pueden ofrecer son innumerables, entre los más solicitados se tienen:

- Bodas, aniversarios, comuniones, etc
  
- Homenajes
  
- Seminarios, cursos
  
- Congresos, convenciones
  
- Reuniones, Ruedas de prensa
  
- Graduaciones
  
- Asambleas, cumbre

- Entre otros

## 2.8 Instalaciones

### Gran Salón

El gran salón se divide en tres secciones A, B, C, paneles divisorios lo separan para delimitar el área del evento, posee un área total de 850 mts<sup>2</sup>.



Figura N°2. Plano del Gran Salón del hotel Hilton Margarita

### Meeting 200

En este lugar conseguimos todos los servicios necesarios para reuniones, audiovisuales, fax, conexión de Internet, secretaria y los servicios de cócteles, coffee breaks de todos los estilos. Esta compuesto salones por siete salones pequeños comunicantes, denominados: Guayamuri, Tirano, Paraguachi, Guaqueri, Manzanillo, la Restinga y Macanao.



Figura N°3. Plano del Meeting 2000 del hotel Hilton Margarita



## Salón Nueva Cádiz

Este salón es otro de los complementos de los productos que ofrece Hilton, por su funcionalidad y ubicación estratégica es posible montar. Posee un área total de 360 mts<sup>2</sup>.

- Reuniones en cualquier tipo (escuela, teatro, tipo U, entre otros)
- Show Rooms
- Exposiciones Comerciales
- Salas de prensa
- Desfiles de moda

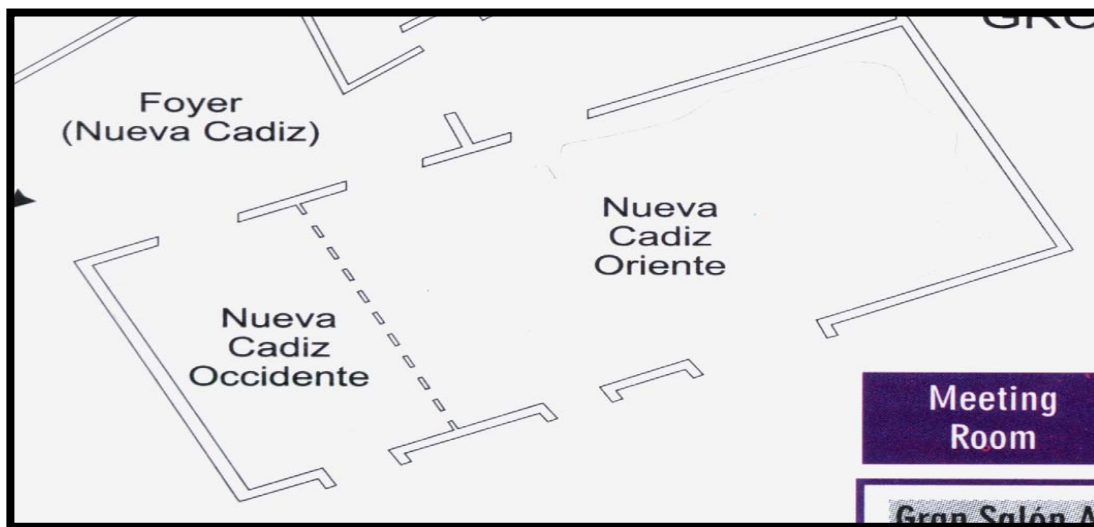


Figura N<sup>o</sup>4. Plano del salón Nueva Cádiz del hotel Hilton Margarita.

## Auditórium

Es otro de los salones con que cuenta el área de Eventos y Banquetes del hotel Hilton Margarita, con un montaje Teatro cubre una capacidad de 140 personas.



Figura Nº 5. Auditórium del hotel Hilton Margarita

## 2.9 Capacidad de los salones de eventos y banquetes

| Meeting Room   | Banq | U   | Theatre | Class | M2  | Techo Alto | Techo Bajo |
|----------------|------|-----|---------|-------|-----|------------|------------|
| Gran Salón     | 600  | N/A | 750     | 420   | 675 | 5.56       | 2.30       |
| Gran Salón "A" | 190  | 60  | 280     | 140   | 225 |            |            |
| Gran Salón "B" | 190  | 60  | 280     | 140   | 225 |            |            |
| Gran Salón "C" | 190  | 60  | 280     | 140   | 225 |            |            |

|                          |     |     |     |     |     |  |  |
|--------------------------|-----|-----|-----|-----|-----|--|--|
| Salones<br>Secretariales | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A |  |  |
|--------------------------|-----|-----|-----|-----|-----|--|--|

|                                  |     |     |     |     |     |  |  |
|----------------------------------|-----|-----|-----|-----|-----|--|--|
| Salón Nueva<br>Cádiz             | 300 | 90  | 400 | 200 | 360 |  |  |
| Salón Nueva<br>Cádiz “Occidente” | 30  | 35  | 80  | 60  | 96  |  |  |
| Salón Nueva<br>Cádiz “Oriente”   | 240 | 70  | 280 | 170 | 264 |  |  |
| Auditorium                       | N/A | N/A | 140 | 140 | N/A |  |  |

**MEETING 2000**

|             |     |    |     |     |     |  |  |
|-------------|-----|----|-----|-----|-----|--|--|
| Manzanillo  | N/A | 23 | N/A | N/A | N/A |  |  |
| El Tirano   | 30  | 15 | 22  | 21  | 70  |  |  |
| La Restinga | 20  | 9  | 21  | 12  | 35  |  |  |
| Macanao     | 20  | 9  | 21  | 12  | 30  |  |  |
| Guayamuri   | 20  | 21 | 21  | 12  | 30  |  |  |
| Paraguachí  | 20  | 9  | 21  | 12  | 30  |  |  |
| Guaiquerí   | 30  | 15 | 24  | 21  | 30  |  |  |

**Tabla Nº 4. Capacidad de los salones de eventos y banquetes**

## **2.10.- Políticas y Procedimiento de Seguridad para Eventos en Salones**

1. Todo material y equipo debe entrar y salir por la parte posterior de los salones y/o entrada de personal y proveedores.
2. Queda terminantemente prohibido ingresar materiales y equipos por el lobby del hotel
3. Todo material y equipo que ingrese y salga del hotel será chequeado de acuerdo a lo siguiente:
  - a) Todo material y equipo será chequeado por personal de seguridad a la entrada y salida del hotel.
  - b) Se llenará planilla de control interna con todo el material y sus características
  - c) El responsable de los materiales y equipos debe asentar en la planilla su nombre, Cédula de Identidad y su firma
  - d) Los materiales y equipos quedan bajo la única custodia, cuidado y responsabilidad del propietario.
  - e) El hotel no se hace responsable por daño, pérdida o extravío de materiales y equipos, como tampoco por pertenencias o valores personales dejados en los salones.

### **Servicios especiales de vigilancia en salones**

1. En caso que se requiera vigilancia especial para la custodia de materiales y equipos en salones, se debe coordinar con el personal del departamento de Ventas o Gerente de Turno.
2. El personal de seguridad hará un inventario de los materiales y equipos existentes en el área a custodiar.
3. Se llena una planilla de control en la cual debe estar el nombre, cédula de identidad y firma del responsable al entregar y recibir según el horario establecido.
4. Se debe notificar al personal de seguridad o ventas, la incorporación o desincorporación de materiales y equipos que previamente estaban o no en un inventario de estrada, esto para evitar inconvenientes a la salida.
5. Antes y después de la custodia de materiales y equipos según las horas previstas, el personal de seguridad y el hotel en general, no se hace responsable por daños y pérdida de materiales y equipos que se encuentren en los salones u otra área.

### **Medidas de seguridad en salones para instalación de stand, montajes y decoración**

- ✓ Por medidas de seguridad no se deben obstruir las salidas de emergencia de los salones, pasillos y equipos contra incendio.

- ✓ El incumplimiento de las medidas de seguridad traerán como consecuencia el no permitir la instalación.
- ✓ El expositor será responsable por los daños y perjuicios que él, su personal o contratista, puedan ocasionar a la mercancía exhibida, al material de los stands y otros, a la propiedad del hotel, piso, alfombra, puertas etc. y a terceras personas.
- ✓ El expositor está obligado a retirar la totalidad de sus propiedades y devolver las instalaciones en las condiciones que las recibió y en el plazo señalado, caso contrario, serán removidas sin asumir responsabilidad alguna por daños y extravíos por parte del hotel.
- ✓ El cumplimiento de las normas es por la propia seguridad del cliente y la tranquilidad de los que estamos prestándole servicio.

### **Fuegos artificiales**

En caso que se requiera espectáculo con lanzamiento de fuegos artificiales para cualquier evento en las adyacencias del hotel, la compañía responsable debe antes del evento traer al departamento de ventas y/o seguridad, una constancia donde notifican a los bomberos de dicha actividad.

Así también se deja constancia, que el coordinador del evento es responsable de los daños que esta actividad pueda ocasionar.

## **Salidas de emergencia**

### **Gran Salón**

- ✓ Este salón cuenta con dos (2) salidas de emergencia posteriores las cuales dan al exterior a una calle la cual se comunica a la avenida principal.
- ✓ Una (1) salida por las puertas del foyer las cuales acceden al estacionamiento

### **Salón Nueva Cádiz**

- ✓ Este salón cuenta con dos (2) salidas de emergencia las cuales acceden al pasillo de servicio con salida a la calle por la entrada de personal.
- ✓ Tres (3) salidas de escape la cual conduce al lobby principal con salida al estacionamiento.

## **Procedimiento general en caso de incendio**

1. Se recibe la alarma en la central telefónica, la operadora llama a la brigada de reacción la cual está conformada por:
  - a) Coordinador de seguridad u oficial más cercano
  - b) Operador de ingeniería
  - c) Coordinador de recepción

2. Estas personas son los responsables de evaluar la situación y comunicar a la central telefónica si es o no fuego confirmado.
3. De ser fuego confirmado, los operadores de la central telefónica llaman a la brigada de emergencia y los bomberos, luego al Gerente General, Gerente de Ingeniería, Director de Operaciones y gerente de seguridad, quienes se reunirán para tomar decisiones sobre la activación de alarma general y otras disposiciones.
4. La evacuación de los pisos de habitaciones se efectuará por las escaleras de emergencia dirigida por personal de la brigada y serán conducidos a los sitios de reunión o concentración como son: Piscina de Hilton Margarita, piscina de Hilton Suites y estacionamiento Hilton Margarita.



### CAPITULO III

En la pasantía realizada en el Área de Banquetes en el Hotel Margarita Hilton se pudo evidenciar la importancia de mantener los Estándares de Servicio a fin de garantizar el mejor y el más alto nivel de atención al cliente.

La Traducción de las expectativas del cliente en estándares específicos de calidad del servicio, en gran medida, depende de ¿Cuáles tareas y comportamientos efectuados se pueden estandarizar o llevar a cabo rutinariamente?. De acuerdo a lo observado, muchas tareas de servicio parecieran rutinarias, pero cada una de los pasos que se realizan para llegar a un producto final están estudiadas, determinadas y aprobadas por la cadena Hilton a nivel internacional.

Referente al tema Jorge Lara (2005) señala:

Al realizar un montaje de mesa es primordial tener presente la finalidad del mismo, sea para desayuno, comida o cena. La simetría que no es más que una parte de los estándares de montajes causará la mejor impresión al cliente por sentir que esta fase del trabajo el mesero la realiza con amor y verdadero gusto. El montaje correcto de una mesa indica el profesionalismo de la empresa y del personal.

A continuación se resumen los estándares de servicio y montajes establecidos por Jorge Lara, para guiar este informe de investigación.

### **3.3 La Marca Hilton establece para la determinación de la calidad del servicio los siguientes estándares para el departamento de Banquetes:**

#### **3.3.1 Estándares de servicio**

- Las Carteleras del evento indican la información correcta.
- Todos los Organizadores de eventos son recibidos por su contacto durante los primeros 5 minutos después de haber llegado a la recepción o al salón
- Se le ofrece asistencia al Organizador con su equipaje o equipos.
- El salón está preparado 30 minutos antes de la llegada del Organizador.
- Todo el equipo esta instalado antes de que llegue el cliente, mostrando la transparencia de “Bienvenidos”.
- Se ofrecen explicaciones claras y sencillas de cómo utilizar los equipos, el aire acondicionado, ventilación, iluminación y otros controles.
- Se explica al Organizador los procedimientos de emergencia en caso de incendio.
- Se le informan al Organizador las extensiones telefónicas del Business Center y las personas contacto del hotel.

- Se contacta al Organizador para verificar su satisfacción y si requiere asistencia adicional.
- Los salones son arreglados y refrescados durante los almuerzos y recesos. Ejemplo: papel adicional para los rotafolios, lápices, agua, vasos limpios, etc.
- Se cumple con el procedimiento de entrega de mensajes y llamadas telefónicas.
- Las solicitudes adicionales son atendidas con prontitud.
- Todos los miembros de equipo conocen:
  - ✓ El nombre, ubicación, capacidad y facilidades especiales de cada salón de reuniones.
  - ✓ La operación y mantenimiento de los equipos audiovisuales.
  - ✓ Los nombres de las compañías que utilizan los salones diariamente.
  - ✓ Los beneficios del Hilton Meeting.
  - ✓ Los servicios de Business Center, los cuales están anunciados en un lugar visible.
  - ✓ Los eventos y nombres de las compañías y contactos cuando hay cambio de turno.

- ✓ Los estándares del Hilton Meeting para el montaje de salones.
  - ✓ Los hoteles Hilton mas cercanos y sus facilidades básicas para congresos y
  - ✓ convenciones.
  - ✓ Los temas disponibles para ofrecer a los organizadores para el montaje de los coffe Breaks
- 
- Al final del evento, se verifica la satisfacción del Organizador y se solicita su opinión. Se completa el cuestionario de Post - venta.
  - Se le presenta la facturación correcta al Organizador, en forma clara y fácil de leer.
  - Se pide al Organizador que revise la facturación y que autorice el cobro de la misma.
  - Toda solicitud es atendida en forma positiva y cortés. Los documentos de soportes son presentados cuando se requieren.
  - Se le agradece al Organizador por utilizar nuestros servicios, utilizando su nombre y deseándole un feliz regreso.
  - Se verifica, con el Organizador, la satisfacción de los clientes al final de cada día del evento.

- Se verifica con el cliente la posibilidad de un próximo evento en el Hotel o en la Empresa
- Cada miembro de equipo tendrá un total de 4 mesas para atender en caso de que sea un servicio de bebidas, pasapalos o buffet y un total de 3 a2 mesas de 10 puestos si el menú es a la carta.

### **3.3.2 Estándares de los alimentos y bebidas**

- Los alimentos y las bebidas son servidos de acuerdo con el estándar establecido en cuanto a: tiempo, temperatura, acompañantes y asistencia de los miembros de equipo.
- Los coffees breaks deberán estar preparados 30 minutos antes de el receso del grupo
- Para almuerzos ligeros dentro de los salones la comida será presentada en las llamadas “cajitas Hilton”, la cual contara de un sándwich, fruta, postre y bebida.
- Toda la vajilla, cubertería y cristalería se encuentran en buenas condiciones

### **3.3.3 Estándares en servicio de desayuno**

- El buffet será vuelto a surtir cada vez que tenga menos de un tercio de su capacidad

- El servicio de café incluye poner la primera taza y luego poner un termo o jarra en la mesa
- El Te caliente será servido en una taza de porcelana con una bolsa adentro y una bolsa extra al lado
- Los miembros de equipo ofrecen un saludo de despedida a los huéspedes y verifican la satisfacción
- Café fresco descafeinado, expreso, capuccino y el café latte estarán disponibles sin cargo extra.
- Los miembros de equipo están en la capacidad de explicar ampliamente todo lo que contiene el buffet o lo contenido en el menú
- Las bebidas serán servidas en un plazo de dos minutos
- Los huéspedes son saludados dentro de los treinta minutos siguientes a la entrada al salón
- Alguna solicitud será complacida sin vacilación

#### **3.3.4 Estándares del servicio de almuerzo o cena buffet**

- En caso de demora para conseguir mesa disponible, los huéspedes serán invitados a pasar a un lugar cómodo
- La cuenta será entregada en un máximo de 30 minutos

- Los huéspedes serán acompañados hasta su mesa y se describe el buffet
- El Huésped será saludado en la mesa en el término de dos minutos y se toma la orden de bebidas
- Las bebidas serán servidas en un término de dos minutos sin permitir que la taza, vasos o copas queden vacíos
- Todos los huéspedes tendrán menú disponible para aquellos que no quieran buffet
- El chef del buffet estará presente para saludar a los huéspedes y responder sus preguntas.

### **3.3.5 Estándares de Montajes**

- Los montajes de los salones del meeting 2000 deberán estar siempre preparados para su exhibición.
- Los montajes se preparan con un día de antelación si existe disponibilidad
- Los diferentes montajes de banquetes serán definidos por la orden de servicio o la instrucción especial del capitán.
- Los manteles presentan una costura que es frente del mantel, aunque en muchos casos el mantel colocado al revés parece correcto, esto no es lo correcto, el mismo caso se le aplica a las servilletas.

- La distancia entre las sillas será de 0.5 cm. cualquiera sea el montaje utilizado
- La circulación lateral y frontal será de 1.10 mts.
- La distancia entre las mesas y la tarima o pista de baile será de un mínimo de 1.00 m
- Los montajes se harán según el requerimiento del organizador, pero los montajes estándares utilizados en los salones son:
  - Mesa imperial
  - Tipo oficina
  - Tipo “U”
  - Tipo escuela
  - Tipo teatro
- **Montaje tipo escuela** : este montaje se prepara para las reuniones en cualquier tipo de salón , con la mantelería escogida para tal montaje, las mesas usadas son generalmente las mesas de tipo escuela y consiste montar las mesas 1 para 3 personas y 2 mesas juntas para 7 personas, la mantelería debe quedar al borde del



piso sin tocarlo, esto con respecto a l frente de la mesa , sobre la mesa se coloca una servilleta de cóctel en forma de diamante con una copa.

- **Mesa imperial:** esta mesa se conforma de con la unión de varias mesas de banquetes, según el numero de personas que sea el estipulado, se puede armar de forma rectangular o forma redondeada añadiéndole mesas de tipo media luna , se le monta un mantel base o muletón para darle firmeza a la textura final del montaje , luego se colocan los manteles para su culminación y se procede al montaje del servicio o de reunión , esto dependerá del fin que tiene la mesa.
- **Montaje tipo oficina:** este montaje costa de la preparación de una mesa de banquetes colocada de forma de escritorio con dos sillas adelante y una al frente ,se coloca el mantel seleccionado, que el frente llegue al borde del piso y se le colocan una libreta de Hilton Meeting y un bolígrafo Hilton
- **Montaje tipo “U”:** esta mesa se prepara según el numero de personas y según el tipo de reunión , se puede preparar con mesas de banquete o mesas tipo escuela ,ya que debe ser funcional para los clientes es decir si han de recitar espacio extra para otros equipos como computadoras o materiales , etc., se ubican las servilletas y las copas de al revés con una jarra para

agua montada sobre una servilleta en forma de alcachofa y un plato de postre.

- **Montaje tipo teatro:** este tipo de montaje es sencillo de realizar ya que su preparación es idéntica a las de las salas de cine, las sillas se deben armar de forma lineal a una distancia de cinco centímetros de distancia entre silla y silla, la primera fila va a servir de medida para las siguiente fila.
- **Estaciones de agua:** las estaciones de agua son colocadas en sitios estratégicos de los salones de fácil visibilidad y acceso , se preparan con copas para agua bien pulidas o vasos cortos para jugo estas se preparan según la cantidad de personas que tenga el evento generalmente se duplica el numero para asignar como mínimo dos por persona .
- **Coffees breaks:** estos montajes se prepararan de la siguiente forma:

Se prepara el mice place

- Platos para la taza de café
- Tazas para café / Cucharas de café
- Vasos de jugo

- Azucarero/ edulcorante/ regular
- Te de sabores
- Manzanilla / camomila
- Pitillos
- Platos de postre
- Termos para café, leche y agua caliente
- Base de trinchas y trinchas ( pinzas y cucharas )
- Servilletas de cóctel
- Pequeña papelera para bolsas de azúcar y servilletas desechada
- Mantelería de Colores que identifican el grupo o su logotipo (si lo piden)
- Faldones en buen estado
- Manteles limpios y planchados.
  - Para coffes breaks de un máximo de 200 personas se utilizan mesas cuadradas y rectangulares de vidrio.

- Generalmente para coffee breaks de mas de 200 personas se prepara con un juego de mesas que se le llama trébol (3 mesas de 10 puestos) y una mesa de cóctel la cual se prepara para colocar decoración.
- Decoración de la(s) estaciones debe ser de carácter atractiva y sobria a la vez sin recargar demasiado el motivo del coffee breaks

#### **Montaje de las mesas de banquetes para servicio:**

1. Las mesas de banquetes se preparan para 10 personas generalmente, pero según la ocasión, se pueden montar para 8 personas , este montaje relaciona muchos elementos importantes de cómo prepararla y que el resultado sea un producto bien elaborado.
2. La preparación comienza con la selección de la lencería que se le va colocar a la mesa por orden del capitán o por instrucción especial.
3. Se selecciona la servilleta que va acorde con la mantelería escogida
4. Se monta en un carrito el mice place del montaje

**Para el montaje estándar :**

- a. Dos cuchillos clásicos que se toman por el cuello y se colocan en el lado derecho del comensal con el filo hacia el interior , en posición perfectamente alineada.
- b. Dos tenedores clásicos que se toman por el cuello y se colocan en el lado izquierdo del comensal uno elevado levemente del otro.
- c. Una cuchara de postre ubicada frente del comensal
- d. Un tenedor de postre ubicado al frente del comensal debajo de la cuchara de postre .
- e. El montaje debe coincidir con el comensal del frente
- f. Si es para el servicio de desayuno , la taza se coloca en el lado derecho inferior
- g. Si es para una comida regular se mantiene el montaje
- h. Si es para una comida servida se le adiciona plato, paleta de mantequilla que se ubican en el lado izquierdo inferior del comensal.
- i. Se colocan dos ceniceros
- j. Se coloca el salero y pimentero

- k. Copa de agua
- l. Copa Vino blanco según el servicio
- m. Copa Vino tinto según el servicio

**Para el montaje de un menú predeterminado :**

Según el menú que se sirva el montaje de la mesa se ajustara al menú siguiendo todos los parámetros antes mencionados rigiéndose por el menú establecido y los diferentes cubiertos que la compongan.

- **Montaje del buffet:** la preparación del buffet da mucho que hablar en cuanto a su decoración y colorido así como en su aspecto final como producto para consumir este es el objetivo final.
- Se requiere de un croquis el cual elabora el capitán y luego le consulta al chef para tener su visto bueno
- Los buffet que se preparan deben ser versátiles al momento del despacho
- Los buffet es de estilo self service, se preparan con doble entrada para mejorar el flujo de clientes que pasa por el mismo.
- Todos los platos del buffet deben tener los nombres del plato
- Algunos de sus componentes son:

- ✓ Mantelería de colores
  
- ✓ Faldones de colores
  
- ✓ Alfileres / chinchas
  
- ✓ Mesas redondas
  
- ✓ Mesas serpentinadas
  
- ✓ Mesas de vidrio
  
- ✓ Mesas de banquetes
  
- ✓ Elementos decorativos
  - Casitas
  
  - Barcos
  
  - Canoa
  
  - Alfombras
  
  - Luces de navidad
  
  - Reflectores

- Plantas

- ✓ Platos para trinche
- ✓ Platos para postre
- ✓ Bowls para sopa
- ✓ Chafing dishes
- ✓ Tranches

### **3.3.6.- Estándares de menús**

La confección de menús para banquetes es uno de los puntos más importantes a tener en cuenta, ya que de su composición y precio depende en gran parte el éxito de la contratación del servicio. En principio, existen una serie de menús, tipo standard que sirve para podérselos entregar al cliente, cuando éste acuda en visita de información. En muchos casos hay que confeccionarlo al momento, si los ya preparados no se ajustan al gusto y necesidades del cliente, tanto en lo que se refiere a calidad como a precio. Si los menús no gustaron se debe tratar de confeccionarlos conjuntamente con el cliente y pedirles sugerencias.

Gallego, (1996:340) establece que la confección de menú tipo estándar correrá a cargo del encargado de Banquetes, el cuál a su vez se asesorará del jefe de cocina para conjuntamente considerar el costo, ejecución y posibilidad de servicio. Para que los menús tengan aceptación por parte del



cliente, que el costo y precio estén a la altura y competencia, y para que se adapten a la cocina y servicio se deberán tener en cuenta las siguientes normas:

- Considerar que por encargo de una persona y organización hay que satisfacer a distintas personas, cuyos gustos, edades y salud suelen ser muy variados; motivo por el cual debe tratarse de llegar a punto medio en que la comida pueda ser aceptada por todos los que asistan al banquete.
- Debe considerarse la religión y nacionalidad de los invitados. Por regla general a los extranjeros les gusta llegar a un país, degustar los platos típicos del mismo, pero sin que ello les suponga un cambio demasiado brusco que pueda alternar momentáneamente su salud. Es por tanto conveniente buscar platos típicos que no sean muy fuertes.
- La variedad de menús tipo estándar que pueden prepararse es la siguiente:

-Coffee Breaks

-Desayunos

-Menú Emplatados

-Menú Buffet

-Menú de Bocadillos o Picadura

### -Menú Temas


Todas estas comidas pueden servirse en forma de buffet o emplatadas.

- Hay que tener muy presente que para la cocina es muy importante que cada plato pueda prepararse con facilidad y antelación suficiente para que éste a su vez llegue a la mesa en su justo punto. No se pueden hacer menús con platos que puedan confeccionarse al momento, pues esto produciría un retraso en el servicio y quejas por parte de los invitados. Es deber del encargado de Banquetes al contratarse un servicio asesorar al cliente sobre éste punto.
- De igual forma para que la cocina trabaje sin obstáculos, es necesario que los platos que se vayan a servir no resulten una dificultad para el camarero.
- El Motivo de la Celebración de un banquete, también influye en el tipo de menú que deba dar.
- El Encargado de banquetes debe contactar con el jefe de cocina que clase de comestibles le interesa que se vendan bien por su precio, abundancia en el mercado o por un almacenamiento demasiado prolongado.

## Composición del menú según Gallegos, 1996 Vs Menú actual de banquetes del Hotel Hilton Margarita

### a.- Coffees Breaks:

**Gallegos (1996)** expresa que “todos los Coffees Breaks deben llevar como comestibles básicos café y pan, a partir de estos se derivan coffees breaks con jugos, leche, frutas, pastelerías, refrescos, limonadas con variedad de sándwich, galletas, bizcochos, etc.”.

| <br><b>COFFEE BREAKS</b>  |   |   |
|--|---|---|
| <p><b>El Original</b><br/>Café, té, leche y aromáticas<br/>Dos jugos naturales<br/><br/>Bs. 9.000,00 p/persona</p>   | <p><b>El Original Permanente</b><br/>Café, té, leche y aromáticas<br/>Dos jugos naturales<br/><br/>Bs. 17.500,00 p/persona</p>  | <p><b>Equilibrio</b><br/>Pincho de Frutas frescas<br/>con yogurt<br/>dos jugos naturales y<br/>Hojaldre de gajoche<br/>Café, limonada<br/><br/>Bs. 18.000,00 p/persona</p>      |
| <p><b>El Criollo</b><br/>Empanadas de cordero<br/>Arroz relleno de carne<br/>teresa con leche<br/>Café, leche y papillon con<br/>limón o jugo<br/><br/>Bs. 28.000,00 p/persona</p> | <p><b>Vive la France</b><br/>Crêpes con queso y<br/>champignons, Croissants de<br/>jamón y queso.<br/>Hojaldre de chocolate<br/>Café au lait, té, leche y<br/>aromáticas<br/>Dos jugos naturales<br/><br/>Bs. 26.000,00 p/persona</p> | <p><b>Bella Italia</b><br/>Focaccia Italiana<br/>Open sandwich de salami<br/>Mini pizza<br/>Mini Tiramisú<br/>Café, té, leche y aromáticas<br/><br/>Bs. 26.000,00 p/persona</p> |

Favor adicionar a estos precios el 10% de Servicio

| <br><b>COFFEE BREAKS</b>   |  |  |
|--|--|--|
| <p><b>Devolviéndole algo de lo que la vida le quita</b><br/>Brocheta de Mariscos con queso parmesano y yogurt natural<br/><br/>Mini Sandwich de jamón de puerro y alfiler en pan integral<br/><br/>Capas de Gelatina light<br/>Jugo Natural<br/>Café, Leche y Té<br/><br/>Bs. 24.000,00 p/persona</p>  | <p><b>El Sol Creciente</b><br/>Lampitas con salsa teresa<br/>Roll de sushi<br/>Bamusa oriental<br/>Café, té verde y aromáticas<br/><br/>Bs. 24.000,00 p/persona</p>  | <p><b>Del País del Café</b><br/>Carimolitos de yuca con carne<br/>Empanaditas de trigo con queso<br/>Bocadillo queso, jamón y orejones<br/>Café Colombianos, leche y jugo de panela con limón<br/><br/>Bs. 24.000,00 p/persona</p> |
| <p><b>Sugerencia para mañana y tarde</b><br/>Jugo Natural o variedad de refrescos<br/>Café, Leche y Té<br/><br/><b>Seleccione a su gusto de las siguientes opciones</b><br/>Croissant de jamón y queso<br/>O<br/>Mini empanadas chilenas<br/>O<br/>Arepitas de mozzarella y jamón<br/>O<br/>Dulces<br/>O<br/>Hojaldre de Chocolate<br/>O<br/>Pincho de fruta con yogurt natural<br/><br/>Bs. 19.000,00 p/persona</p> | <p><b>Para el Gourmet</b><br/>Mini open sandwich de salami.<br/>Crujites con alp de queso.<br/>Hojaldres a la crema de chocolate.<br/>Café, té, leche y aromáticas<br/>Jugo de frutas naturales<br/><br/>Bs. 27.000,00 p/persona</p> |  |

Favor adicionar a estos precios el 10% de Servicio

Figura Nro 6. Modelo menús para coffee breaks del Hotel Hilton Margarita.


Hilton establece que todos los Coffees Breaks deben llevar termo de café, leche y agua caliente, como adicional están los jugos, frutas,

pastelerías, refrescos, variedad de sándwich, variedad de empanaditas, tartaletas dulces, bizcochos, entre otros, que especifica los menús.

### b.- Desayunos:

Para Gallegos (1996), las ofertas de desayunos la deben componer cuatro tipos que son:

- Desayuno Continental
- Desayuno Americano
- Desayuno del Hotel o del Chef
- Desayuno del País o Región.

| <br><b>Hilton</b><br>Margarita & Suites   |  |
|--|--|
| <b>DESAYUNOS SERVIDOS O BUFFET</b><br>( Buffet a partir de 30 personas )   |  |
| <p style="text-align: center;"><b>Continental.</b></p> <p>Selección de nuestra panadería<br/>***</p> <p>Tres mermeladas, miel y mantequilla<br/>***</p> <p>Dos jugos de temporada al gusto<br/>***</p> <p>Café, té, leche o chocolate</p> <p style="text-align: right;"><b>Bs. 18.500,00 p/persona</b></p>   | <p style="text-align: center;"><b>Americano.</b></p> <p>Selección de nuestra panadería<br/>***</p> <p>Dos huevos al gusto con tocineta<br/>***</p> <p>Variedad de quesos y flambres<br/>***</p> <p>Frutas frescas<br/>***</p> <p>Cuatro jugos de temporada al gusto<br/>***</p> <p>Café, té, leche o chocolate<br/>***</p> <p>Tres mermeladas, miel y mantequilla</p> <p style="text-align: right;"><b>Bs. 25.000,00 p/persona</b></p> |
| <p style="text-align: center;"><b>Criollo</b></p> <p>Pan campesino y arepas<br/>***</p> <p>Carne machada<br/>***</p> <p>Caraotas, huevos pericos y queso criollo<br/>***</p> <p>Frutas frescas de temporada<br/>***</p> <p>Dos jugos de temporada al gusto<br/>***</p> <p>Café, té, leche o chocolate</p> <p style="text-align: right;"><b>Bs. 23.000,00 p/persona</b></p> | <p style="text-align: center;"><b>Light</b></p> <p>Panes y galletas integrales<br/>***</p> <p>Requesón con hierbas y yogurt descremado<br/>***</p> <p>Claros de huevo al gusto<br/>***</p> <p>Frutas frescas de temporada<br/>***</p> <p>Margarina y mermelada dieta<br/>***</p> <p>Jugo tres en uno o al gusto<br/>***</p> <p>Café, té, leche o chocolate</p> <p style="text-align: right;"><b>Bs. 23.000,00 p/persona</b></p>        |

Favor adicionar a este precio el 10% de Servicio

Figura Nro 7. Modelo menú desayuno del Hotel Hilton Margarita.

Como se puede observar el menú estándar del Hilton para desayunos, cumple con todas las ofertas de desayuno especificadas por Gallegos, incluyendo el desayuno criollo y sustituyendo el desayuno del chef por el desayuno Light.

### **c.- Menú Fijo Emplatado:**

Según Gallegos (1996)

Es un tipo de servicio bastante sencillo, rápido y cómodo, ya que evita muchas complicaciones y facilita mucho la tarea. Al trabajar con un menú fijo para todos los comensales no necesitamos camareros muy preparados y da la oportunidad de seleccionar camareros extras, ocasionalmente cuando haya actividad, aun con camareros extras no muy expertos, con un menú fijo emplatado lograremos que la comida llegue al cliente rápido, caliente y todo al mismo tiempo, ya que el plato sale de la cocina preparado, listo para comer.



Figura N° 8. Modelo menús para plato fijo del Hotel Hilton Margarita.

Margarita Hitón ofrece este tipo de menú a eventos de numerosas personas que no deseen el estilo Buffet.

#### d.- Menús Buffet:

Es un tipo de comidas donde se le da a escoger al comensal en forma de auto servicio varios manjares, presentados vistosamente, a selección y gusto, y la cantidad deseada.

El servicio de Buffet es muy solicitado en las actividades de banquetes, ya que para muchos clientes es una buena solución que complace a todos los invitados. Los Buffet consisten en platos fríos y calientes y el éxito de este tipo de servicio depende de la presentación de los diversos platos. Los

clientes primero comen con los ojos y un buffet bien presentado es un éxito no solo en cuanto a calidad, sino también en lo económico. Si sabemos planear bien el menú de buffet este tendrá costo bajo.

La composición de un menú según **Gallegos (1996)** consiste en:

- Pan y Mantequilla (Variedad de Ambos)
- 4 a 6 ensaladas de varios tipos.
- 1 a 2 platos fríos (Fiambres, Patés,)
- 4 a 6 platos calientes (Papas, Vegetales, Arroz, Carnes Rojas, Pescados, Mariscos, Pastas, Pastelones, etc.)
- Bandeja de Quesos (eventualmente)
- Sopas o Cremas (eventualmente)
- Postre
- Café



Figura N° 9. Modelo Buffete del Hotel Hilton Margarita

El estándar utilizado por Hilton es el siguiente:

- Estación de pan:
- Estación de fiambres
- Estación de pastas
- 1 a 2 Sopas o cremas
- 5 a 7 tipos de ensaladas
- 5 a 7 platos calientes (Arroz, vegetales, pescado, pollos y carnes Rojas)



- Estación de postres y frutas
- Todo debe estar adecuadamente colocada y decorado, con sus respectivos trinchas y nombres de los platos

Tanto hilton como gallegos concuerdan en que todo debe ser magistralmente presentado y decorado, generalmente se añaden decoraciones para una presentación mejor con bambalinas de colores y diseños vistosos, figuras de hielo, candelabros, arreglos de flores y frutas naturales, plantas ornamentales, paneles con decoración de ambiente etc.

#### **e.- Menú de Bocadillo (Picadera):**

Gallegos (1996) dice que estos menús:

Están compuestos por dos renglones, fríos y calientes. Regularmente se ofrece entre 10 a 8 unidades variadas entre frío y caliente, tratando de seleccionarlo de una manera equilibrada con relación a la presentación y a los comestibles e ingredientes que los componen. Este tipo de menú es solicitado partiendo de la idea de brindar una forma de comida simple no muy abundante y económica.

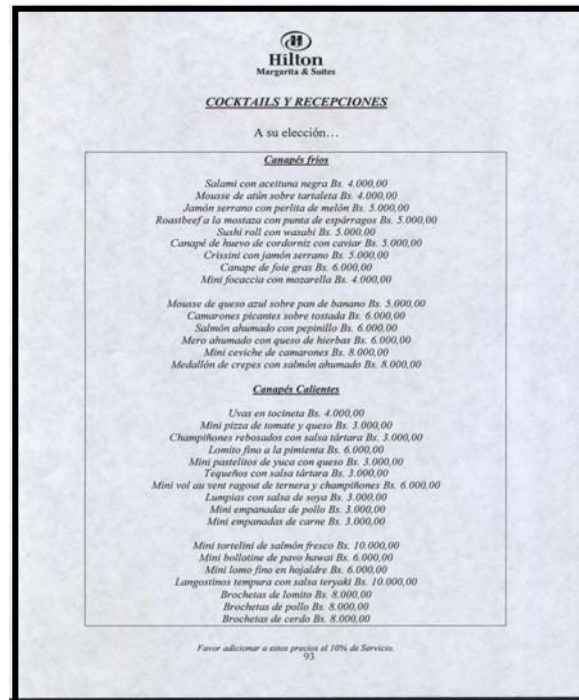


Figura N° 10. Modelo menús cocktails y recepción del Hotel Hilton Margarita

Para Hilton este tipo de menú lleva el nombre de Cocktails y Recepcion, el cual van a depender del número de personas y el gusto del organizador, generalmente se sirven de manera equilibrada entre pasapalos fríos y calientes.

**f.- Menú Tema:**

Gallego (1996) expresa que “Estos son menús que se solicitan con relación a un tema o un motivo especial, puede ser en mención a un país o región. Podría ser para fiestas especiales o conmemorativas como fiestas de fin de año, Navidad, acción de gracias etc.” Margarita Hilton posee una gran variedad de menús temáticos ya que todos los meses tienen cenas de diferentes países del mundo.



Figura N° 11. Modelo Menús temático del Hotel Hilton Margarita

**Menús: Bebidas:**

Coffees Breaks 20% Refrescos y bebidas suaves 17%

1. Desayunos 25% bebidas suaves, Ron 12%
2. Almuerzos y Cenas 38% Whisky, vodka, ginebra 25%
3. Picaderas 28% vino, Cervezas, Champagne 28%

**Menú Bebidas Hotel Margarita Hilton:**

El Hotel Hilton Margarita no posee un estándar específico expresado en porcentaje de bebidas dentro de sus menús, como se puede observar en los modelos de los menús cada plato viene ya con una o dos tipos de bebidas que serán al gusto del cliente, el cual varía en todos los casos. Para los coffees breaks tienen un aproximado de 25% de bebidas suaves distribuidas en café, jugos, leche y agua, pero no son cifras que manejan con exactitud ya que se adaptan a las solicitudes del cliente.

Como se pudo observar en el punto anterior Gallegos define siete (07) tipos de menús bien específicos y categorizados según el tipo de evento igualmente el Hotel Margarita Hilton ofrece una variedad de menús donde se cumplen estas medidas estándares pautadas por este investigador, aparte de las señas se puede observar en los Anexo N° 3, que Hilton ofrece tres variedades más de menús no señaladas por Gallegos como son: menú de Estaciones, Open bar y Lunch box. Es importante destacar que estos menús ofrecidos por el Hilton a pesar de ser presentaciones estándares no poseen una rigidez extrema ya que el contenido de cada menú puede ser cambiado para adaptarse a las necesidades del cliente.

Todo lo que se observo anteriormente son estándares definidos a través de rigurosos estudios que realiza la cadena hilton cada 6 u 8 meses, según lo amerite el caso adaptándose a las exigencias y necesidades del público consumidor, es importante destacar que cada uno de los miembros de equipo que laboran en el Hilton tienen conocimiento de cada uno de estos estándares cualquiera que fuese su lugar o departamento de trabajo gracias a los continuos cursos, talleres y programas de inducción que realizan en esta empresa.

## CAPITULO IV

Durante el período de pasantía se participo en varios eventos de diversas compañías tanto nacionales como internacionales entre los cuales tenemos:

|  |                         |
|--|-------------------------|
| Halliburton Venezuela                  | L`Oreal                 |
| Show de Conde del Guacharo             | Productos Kraft         |
| Grupo Maloka                           | Kimberly Clark          |
| Synrgenta Corp Protection<br>Venezuela | Unilever                |
| Colegio Guayamuri                      | Destination Wordlwide   |
| 02 quince años                         | Grupos Polar            |
| 03 Matrimonios                         | Productos Roche         |
| P.D.V.S.A                              | MM Training C.A         |
| Herbalife                              | Ferrum Energy Solutions |
|  | I Cumbre Energética     |
| Omnilife                               | Suramericana            |

La participación directa en estos eventos permitió observar y estudiar todos los estándares manejados en los diversos casos que se presentaron, a pesar de que a simple vista muchas de las tareas parecían rutinarias, no lo eran, cada unos de los servicios prestado por el Hotel Hilton Margarita esta plasmado en sus manuales y forman parte de sus estándares, he aquí el éxito de esta compañía ya que se basan en prestar un consistente servicio de alta calidad estableciendo estándares formales que guían a los empleados a la prestación del mismo.

El departamento de eventos y banquetes representa una de las áreas más difícil del hotel y que continuamente recibe quejas por parte del cliente, es por esto que se realizó una evaluación través de una guía de observación para determinar de manera porcentual hasta que cierto punto se está cumpliendo los estándares. En la siguiente guía se evalúa estándares utilizados en: organización previa al evento, evento, finalización del evento, servicio de alimentos y bebidas donde entra servicio de almuerzos y cenas buffet y servicios desayuno, montajes y menús. Es importante destacar que estos estándares son extraídos del Manual de de Estándares de eventos y banquetes del hotel Hilton Margarita 2006.

Con respecto al tema la UHM (2007) en sus estudios sobre los estándares señala que:

Una observación que no debe olvidarse es que los estándares no deben ser nunca del 100% en razón de que siempre sucederán imprevistos que impedirán tal cumplimiento. Además, cualquier auditor de calidad sospechará de que un estándar se logre al 100% una y otra vez, o que se supere año tras año. Esto normalmente solo indica que no estaban adecuadamente definidos.

Ejemplo:

- ⇒ **Incorrecto:** El 100% de los clientes se atenderán antes de 10 minutos
- ⇒ **Correcto:** entre un 85% y un 90% de los clientes serán atendidos antes de los 10 minutos desde su llegada

Es decir siempre existirá un margen de error por el simple hecho de que se trabaja con eventos realizados por el ser humano donde los imprevistos y las improvisaciones juegan un papel importante en casi un 100% de los eventos que se realizan.

A continuación se presenta la guía de observación con sus respectivos resultados utilizada durante el periodo de pasantía, cabe destacar que fue de elaboración propia, sin seguir reglamentos de un autor específico, los respectivos comentarios y observaciones están enumeradas por estándar y se encuentran en las paginas siguientes a la misma.










### GUIA DE OBSERVACION

Aplicada en Hotel Margarita Hilton


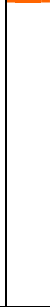

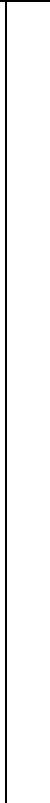


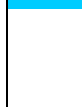


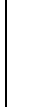

Área: Banquetes









Periodo: Enero-abril 2007



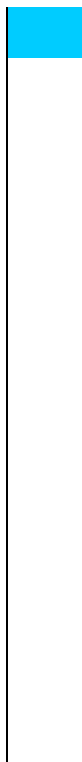
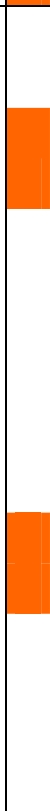

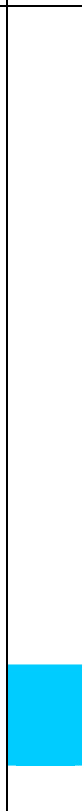
| ESTANDARES   | ITEMS  |        |         | #<br>Observación |
|--|--------|--------|---------|------------------|
|  | S<br>I | N<br>O | MT<br>E |                  |
| <b>ORGANIZACION PREVIA AL EVENTO</b>                                     |        |        |         |                  |
| El montaje del salón se realiza el día anterior si existe disponibilidad |        |        |         |                  |
| Las Carteleras del evento indican la información correcta                |        |        |         |                  |
| Todos los Organizadores de eventos son recibidos por                     |        |        |         |                  |




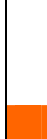



|  |   |   |  |
|--|---|---|--|
| <p>su contacto durante los primero 5 min. de haber llegado al Hotel</p>  |    |   |  |
| <p>El Organizador recibe un contacto visual y una sonrisa genuina, luego es saludado verbalmente dándole la mano y presentándose personalmente</p> |    |   |  |
| <p>Se le ofrece asistencia al Organizador con su equipaje o equipos</p>  |    |   |  |
| <p>El Organizador es llevado al salón donde se llevará a cabo su evento, y se le indica la ruta y las facilidades del hotel en el camino.</p>      |    |   |  |
| <p>Se cumple con el procedimiento de entrega de mensajes y llamadas telefónicas.</p>   |  |   |  |
| <p>Todo el equipo esta instalado antes de que llegue el cliente, mostrando la transparencia de "Bienvenidos".</p>                                  |  | 1 |  |
| <p>Se ofrecen explicaciones claras y sencillas de cómo utilizar los equipos, el aire acondicionado ventilación iluminación y otros controles</p>   |  | 2 |  |
| <p>Se explica al organizador los procedimientos de emergencia en caso de incendio</p>  |  | 3 |  |
| <p>Se le informan al Organizador las extensiones telefónicas del Business Centré y las personas contacto del hotel</p>                             |  | 4 |  |



|   |  |  |   |   |
|---|--|--|---|---|
| <p>Se define la fecha en la que se realizará la sesión de retroalimentación acerca del evento con el Organizador</p> <p>Todos los miembros de equipo conocen:</p> <p style="padding-left: 40px;">El nombre, ubicación, capacidad y facilidades especiales de cada salón de reuniones.</p>   | <br>     |  |    |   |
| <p>La operación y mantenimiento de los equipos audiovisuales.</p> <p>Los nombres de las compañías que utilizan los salones diariamente.</p> <p>Los beneficios del Hilton Meetings.</p> <p>Los servicios de Business Center, los cuales están anunciados en un lugar visible.</p> <p>Los eventos y nombres de las compañías y contactos cuando hay cambio de turno.</p> <p>Los estándares del Hilton Meetings para el montaje de salones.</p> <p>Los hoteles Hilton mas cercanos y sus facilidades básicas para congresos y convenciones.</p> <p>Los temas disponibles para ofrecer a los organizadores para el montaje de coffee Breaks</p> | <br>  |  | <br> | 5 |
| <p>Las solicitudes adicionales son atendidas con prontitud</p>  | <br> |  |   |   |
| <p><b>EVENTO</b></p>  |   |  |   |   |
| <p>Durante todo el evento existirá personal capacitado para manejar los equipos audiovisuales</p>   |   |  |   |   |

|   |   |  |   |          |
|---|---|--|---|----------|
| <p>Los salones son arreglados y refrescados durante los almuerzos y recesos Ejemplo: papel adicional para los rotafolios, lápices, agua, vasos limpios, etc.</p>                                      |    |  |   |          |
| <p>Toda solicitud es atendida en forma positiva y cortés</p>  |    |  |   |          |
| <p>La presencia del personal de banquete será en forma permanente</p>   |    |  |   |          |
| <p>Todos los miembros de equipo conocen: El nombre, ubicación, capacidad y facilidades especiales de cada salón de reuniones y tipos de montajes utilizados</p>                                       |    |  |   |          |
| <p>Las mesas y las sillas deberán estar colocadas simétricamente limpias y perfectamente equilibradas sobre sus patas</p>   |  |  |   |          |
| <p>Cada miembro de equipo tendrá un total de 4 mesas para atender en caso de que sea un servicio de bebidas, pasapalos o buffet y un total de 3 a 2 mesas de 10 puestos si el menú es a la carta.</p> |   |  |  | <p>6</p> |
| <p><b>FINALIZACION DEL EVENTO</b></p>   |   |  |   |          |
| <p>Se verifica, con el organizador, la satisfacción de los clientes al final de cada día del evento</p>   |  |  |   |          |
| <p>Al final del evento, se verifica la satisfacción del</p>   |   |  |  | <p>7</p> |

|   |   |   |   |          |
|---|---|---|---|----------|
| <p>Organizador y se solicita su opinión se completa el cuestionario de Post - venta.</p> <p>Se le presenta la facturación correcta al Organizador, en forma clara y fácil de leer.</p> <p>Se pide Al Organizador que revise la facturación y que autorice el cobro de la misma.</p> <p>Toda solicitud es atendida en forma positiva y cortés. Los documentos de soportes son presentados cuando se requieren</p> <p>Se le agradece al Organizador por utilizar nuestros servicios, utilizando su nombre y</p> |   |   |   |          |
| <p>deseándole un feliz regreso.</p> <p>Se verifica con el cliente la posibilidad de un próximo evento en el Hotel o en la Empresa</p> <p><b>SERVICIO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS</b></p> <p>Los alimentos y las bebidas son servidos de acuerdo con el estándar establecido en cuanto a:</p> <p style="text-align: center;">TEMPERATURA<br/>ACOMPAÑANTES</p> <p>Las bebidas calientes o frías se sirven 15 minutos antes de la hora acordada</p>   |  |  |  | <p>8</p> |

|   |   |  |   |    |
|---|---|--|---|----|
| <p>Toda vajilla, cubertería y cristalería se encuentran en buenas condiciones</p>   |   |  |   |    |
| <p>Los coffees breaks deberán estar preparados 30 minutos antes de el receso del grupo</p>  |   |  |    | 9  |
| <p>Para Comidas ligeras dentro de los salones las mismas serán presentada en las llamadas .<br/>“cajitas Hilton”, la cual contara de un sándwich, fruta, postre y bebida</p>                                |    |  |   |    |
| <p><b>ESTANDARES DE MONTAJES</b></p>  |   |  |   |    |
| <p>Los montajes se preparan con un día de antelación si existe disponibilidad</p>   |   |  |   |    |
| <p>Los diferentes montajes de banquetes serán definidos por la orden de servicio o la instrucción especial del capitán.</p>   |  |  |   |    |
| <p>Los manteles presentan una costura que es frente del mantel, aunque en muchos casos el mantel colocado al revés parece correcto esto no es lo correcto, el mismo caso se le aplica a las servilletas</p> |  |  |   |    |
| <p>Los montajes de los salones del meeting 200 deberán estar siempre preparados para su exhibición.</p>   |  |  |   |    |
| <p>La distancia entre la sillas será de 0,5cm cualquiera sea el montaje utilizados</p>  |   |  |  | 10 |

|  |  |  |    |
|--|--|--|----|
| <p>La circulación lateral y frontal será de 1,10 m</p> <p>La distancia entre las mesas y la tarima será de 1,00 mt</p> <p>Los montajes se harán según el requerimiento del organizador, pero los montajes estándares utilizados en los salones son:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· Mesa imperial</li> <li>· Tipo oficina</li> <li>· Tipo “U”</li> <li>· Tipo escuela</li> </ul>  |  |  | 11 |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>· Tipo teatro</li> </ul> <p><b>Montaje tipo escuela</b></p> <p>Mesas rectangulares 1 para 3 personas y 2 para 7 personas</p> <p>La mantelería debe quedar al borde del piso sin tocarlo</p> <p>Sobre la mesa se coloca una servilleta de cóctel en forma de diamante con una copa</p> <p><b>Mesa imperial:</b></p> <p>Forma rectangular o forma redondeada añadiéndole mesas de tipo media luna</p> <p>Mantel base o muletón para darle firmeza a la textura</p> <p><b>Montaje tipo oficina</b></p> |  |  |    |




|  |   |  |           |
|--|---|--|-----------|
| <p>Mesa de banquetes colocada de forma de escritorio con dos sillas adelante y una al frente</p> <p>Mantel seleccionado, que el frente llegue al borde del piso</p> <p>Libreta de Hilton Meeting y un bolígrafo Hilton</p>       |    |  |           |
| <p><b>Montaje tipo “U”:</b></p>  |   |  |           |
| <p>Se prepara según el numero de personas y según el tipo de reunión</p> <p>Se ubican las servilletas y las copas de al revés</p> <p>Jarra para agua montada sobre una servilleta en forma de alcachofa y un plato de postre</p> |    |  |           |
| <p><b>Montaje tipo teatro:</b></p>   |   |  |           |
| <p>Las sillas se deben armar de forma lineal</p> <p>Distancia de cinco centímetros de distancia entre silla y silla</p>  |  |  |           |
| <p><b>Estaciones de agua:</b></p>  |   |  |           |
| <p>Deben tener fácil visibilidad y acceso</p> <p>Copas para agua bien pulidas o vasos cortos</p> <p>Mínimo dos por persona</p>   |  |  |           |
| <p><b>Coffees breaks:</b></p>  |  |  | <p>12</p> |
| <p>Deben contener:</p>   |   |  |           |
| <p>Platos para la taza de café</p>   |  |  |           |

|  |  |  |  |
|--|--|--|--|
| <p>Tazas para café / Cucharas de café<br/>         Vasos de jugo<br/>         Azucarero/ edulcorante/ regular<br/>         Te de sabores<br/>         Manzanilla / camomila<br/>         Pitillos</p>  |  |  |  |
| <p>Platos de postre<br/>         Termos de café, leche y agua caliente<br/>         Base de trinchas y trinchas<br/>         servilletas de cóctel<br/>         papelera pequeña</p> <p>Para coffee breaks de un máximo de 200 personas se utilizan mesas cuadradas y rectangulares de vidrio</p> <p>Generalmente para coffee break de mas de 200 personas se prepara con un juego de mesas que se le llama trébol (3 mesas de 10 puestos) y una mesa de cóctel la cual se prepara para colocar decoración.</p> <p>Decoración de la(s) estaciones debe ser de carácter atractiva y sobria a la vez sin recargar demasiado el motivo del coffee breaks</p> <p><b>Montaje de las mesas de banquetes para servicio:</b></p> |  |  |  |

- a. Para el montaje estándar :
  - b. Dos cuchillos clásicos que se toman por el cuello y se colocan en el lado derecho del comensal con el filo hacia el interior , en posición perfectamente alineada.
  - c. Dos tenedores clásicos que se toman por el cuello y se colocan en el lado izquierdo del comensal uno elevado levemente del otro.
  - d. Una cuchara de postre ubicada frente del comensal
  - e. Un tenedor de postre ubicado al frente del comensal debajo de la cuchara de postre .
  - f. El montaje debe coincidir con el comensal del frente
  - g. Si es para el servicio de desayuno , la taza se coloca en el lado derecho inferior
  - h. Si es para una comida regular se mantiene el montaje
  - i. Si es para una comida servida se le adiciona plato, paleta de de mantequilla que se ubican en el lado izquierdo inferior del comensal.
  - j. Se colocan dos ceniceros
  - k. Se coloca el salero y pimentero
  - l. Copa de agua
  - m. Copa Vino blanco según el servicio
  - n. Copa Vino tinto según el servicio
- El montaje de cubertería deberá estar perfectamente un al frente del otro puesto, cuyo montaje dependerá de la solicitud del cliente

### Montaje del buffet



|   |  |           |
|---|--|-----------|
| <p>Los buffet es de estilo self service, se preparan con doble entrada para mejorar el flujo de de personas</p>   |   | <p>13</p> |
| <p>Todos los platos del buffet deben tener su respectivo nombre</p> <p><b>Algunos de sus componentes son:</b></p>   |   | <p>14</p> |
| <p>Mantelería de colores<br/> Faldones de colores<br/> Alfileres / chinchas<br/> Mesas redondas<br/> Mesas serpentinadas<br/> Mesas de vidrio<br/> Mesas de banquetes<br/> Elementos decorativos (luces de navidad, plantas, canoas, reflectores, etc)<br/> Platos para trinche<br/> Platos para postre<br/> Bowls para sopa<br/> Chafing dishes<br/> Trinches</p> <p><b>ESTANDARES DE LOS MENUS:</b></p> <p><b>Menú para Coffees Breaks:</b></p> |  |           |

Todos los Coffees Breaks deben llevar termo de café, leche y agua caliente, como adicional están los jugos, frutas, pastelerías, refrescos, variedad de sándwich, variedad de empanaditas, tartaletas dulces, bizcochos, entre otros.

**Menú para Desayunos:**

Las ofertas de desayunos son:

- Desayuno Continental
- Desayuno Americano
- Desayuno salud
- Desayuno criollo

**Menú Fijo Emplatado:**












Consta de plato de entrada, plato fuerte y postre todos iguales para los comensales del evento











**Menú Buffet:**




- Se deben presentar varios tipos de comidas el estándar utilizado es:

Estación de pan

Estación de fiambres

|   |   |  |    |
|---|---|--|----|
| Estación de pastas  |  |  |    |
| 1 a 2 Sopas o cremas  |  |  |    |
| 5 a 7 tipos de ensaladas  |  |  |    |
| 5 a 7 platos calientes (Arroz, vegetales, pescado, pollos y carnes Rojas)   |  |  |    |
| Estación de postres y frutas  |  |  |    |
| Todo debe estar adecuadamente colocada y decorado, con sus respectivos trinchas y nombres de los platos   |  |  |    |
| <b>MENU DE PASAPALOS</b>  |   |  |    |
| Van a depender del número de personas y el gusto del organizador, generalmente se sirven de manera equilibrada entre pasapalos fríos y calientes. |  |  |    |
| <b>ESTANDARES EN SERVICIO DE DESAYUNO</b>   |   |  |    |
| El buffet será vuelto a surtir cada vez que tenga menos de un tercio de su capacidad  |  |  | 15 |
| El servicio de café incluye poner la primera taza y luego poner un termo o jarra en la mesa   |  |  | 16 |
| El Te caliente será servido en una taza de porcelana con una bolsa adentro y una bolsa extra al lado  |  |  | 17 |
| Los miembros de equipo ofrecen un saludo de   |  |  |    |

|   |   |  |    |
|---|---|--|----|
| despedida a los huéspedes y verifican la satisfacción   |    |  |    |
| Café fresco descafeinado, expresó, capuccino y el café latte estarán disponibles sin cargo extra                              |    |  | 18 |
| Los miembros de equipo están en la capacidad de explicar ampliamente todo lo que contiene el buffet o lo contenido en el menú |    |  |    |
| Las bebidas serán servidas en un plazo de dos minutos   |    |  | 19 |
| Los huéspedes son saludados dentro de los treinta minutos siguientes a la entrada al salón                                    |    |  |    |
| Alguna solicitud será complacida sin vacilación   |  |  |    |
| <b>ESTANDARES DEL SERVICIO DE ALMUERZO O CENA BUFFET</b>  |   |  |    |
| En caso de demora para conseguir mesa disponible, los huéspedes serán invitados a pasar a un lugar cómodo                     |  |  | 20 |
| La cuenta será entregada en un máximo de 30 minutos   |  |  |    |
| Los huéspedes serán acompañados hasta su mesa y se describe el buffet   |  |  |    |
| El Huésped será saludado en la mesa en el termino de dos minutos y se toma la orden de bebidas                                |  |  | 21 |

|  |   |           |
|--|---|-----------|
| <p>Las bebidas serán servidas en un termino de dos minutos sin permitir que la taza, vasos o copas queden vacíos</p> |  | <p>22</p> |
| <p>Todos los huéspedes tendrán menú disponible para aquellos que no quieran buffet</p>                               |  | <p>23</p> |
| <p>El chef del buffet estará presente para saludar a los huéspedes y responder sus preguntas</p>                     |  | <p>24</p> |

#### 4.1 Cometarios y Observaciones correspondientes a la guía.

- ⇒ **#1.** El equipo no siempre se encuentra totalmente instalado cuando llegan los organizadores del evento, siempre faltan los últimos detalles.
- ⇒ **#2.** Estas indicaciones solo se ofrecen si el organizador las exige, ya que en la mayoría de los casos se encuentran los houseman técnicos y el personal del sonido quienes son los que resuelven cualquier percance y manejan los equipos durante todo el evento.
- ⇒ **#3.** Estas explicaciones nunca se dan al menos que el cliente las exija.
- ⇒ **#4.** Esta información no se da al organizador, en todo caso si está hospedado en el hotel esta información se encuentra en su respectiva habitación.
- ⇒ **#5.** Este estándar se cumple medianamente ya que el personal que si está al tanto de toda esta información es la brigada fija aquellos que son contratados eventualmente tienen conocimiento de esto.
- ⇒ **#6.** Este número de mesoneros por mesas que debería ser el correcto no siempre se aplica ya que se da un número mayor

de mesas aquellas personas mas expertas en la materia, en muchos casos se dan de 6 a 9 mesas por mesoneros.

- ⇒ **#7.** El cuestionario post-evento no se aplica inmediatamente al finalizar el evento si no que se manda por Internet días después y no siempre se devuelve la respuesta.
  
- ⇒ **#8.** En cuanto a las bebidas calientes siempre están listas 15 minutos antes ya que se realizan en la misma cocina de banquetes, pero las bebidas frías corresponde a Cocina principal específicamente cocina fría y siempre existe impuntualidad lo cual retrasa un poco las labores. La mayoría de las veces están listas 6 minutos antes de los coffees breaks.
  
- ⇒ **#9.** Los coffees Breaks casi nunca están listos 30 minutos antes, por negligencia de la cocina que no planifican a tiempo y leen las ordenes de servicio minutos antes de su elaboración.
  
- ⇒ **#10.** Muchas veces lo importante es que entre el mayor número de personas posibles a un evento descuidando así estas pautas.
  
- ⇒ **#11.** Igualmente que el caso anterior se irrespeta esto por sobrepasar la capacidad del salón que en la mayoría de los casos se debe a la exigencia de los organizadores.

- ⇒ **#12.** Las estaciones de agua nunca cuentan con vasos o copas para un mínimo de dos por personas, ya que en su mayoría son eventos grandes y no se cuenta gran cantidad de material.
  
- ⇒ **#13.** Los buffet siempre tienen una sola entrada en caso de ser muchas personas se dividen en grupos.
  
- ⇒ **#14.** Solo en casos especiales se colocaban los Nombres de los platos, la mayoría de las veces no habían los porta-nombres suficientes.
  
- ⇒ **#15.** El Buffet se surte cuando ya se acabo la comida y en muchos casos el cliente es él que reclama por que se termino un plato.
  
- ⇒ **#16.** Esto nunca se observo durante el periodo de pasantita, el procedimiento es que el comensal ordena el café de su gusto cada vez que desee.
  
- ⇒ **#17.** Se sirve la taza caliente y una sola bolsita de té
  
- ⇒ **#18** Todo estos productos si son ordenados por el comensal serán cargados a su cuenta, al menos que se trate de un caso especial.



- ⇒ **#19.** Este estándar debería cumplirse pero la mayoría de las veces no, ya que cuando se manejan muchas personas el servicio se hace más lento.
  
- ⇒ **#20.** A los clientes no les queda más que hacer enormes colas cuando no hay mesa disponible, sobretodo en los desayunos.
  
- ⇒ **#21.** Cuando el número de personas es mucho este servicio dura un poco más de dos minutos.
  
- ⇒ **#22** El comensal siempre tiene que dirigirse al mesonero cuando desea más bebida.
  
- ⇒ **#23.** Cuando se trata de grupos solo se debe comer lo que ya está programado, en un caso especial se lleva a la persona a otro restaurante que sirvan a la carta.
  
- ⇒ **#24.** Solo el chef está presente en festivales gastronómicos especiales

#### **4.2 Presentación y Análisis de resultados**

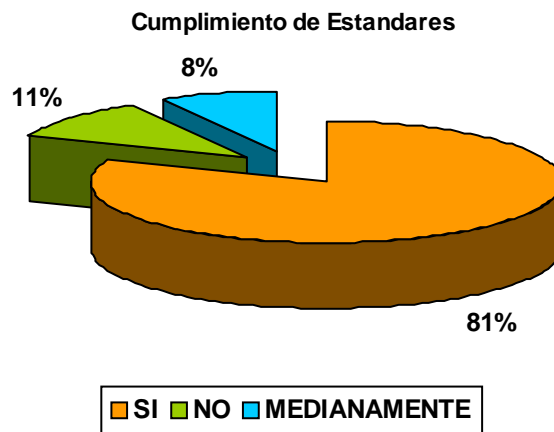
El área de banquetes del Hotel Hilton Margarita posee un total de 137 estándares de calidad formales y definidos por dicha empresa, todos sujetos a evaluación en la guía de observación. El procesamiento de la información se obtuvo llenando la guía de observación obteniendo así un análisis

cuantitativo plasmado en las siguientes tablas y gráficos de manera absoluta y porcentual.

En la siguiente tabla se observa el grado cumplimiento de los estándares de manera porcentual y absoluta en los diferentes renglones que abarcan el área de banquetes del Hotel Hilton Margarita, con las opciones de SI, NO y MEDIANAMENTE se resumen los resultados obtenidos.

| <b>ESTANDARES DE SERVICIO</b> |                        |              |                     |
|-------------------------------|------------------------|--------------|---------------------|
| <b>Descripción</b>            | <b>Ítems Evaluados</b> |              |                     |
|                               | <b>SI</b>              | <b>NO</b>    | <b>MEDIANAMENTE</b> |
| Organización previa al evento | 09                     | 03           | 02                  |
| Evento                        | 06                     | 00           | 01                  |
| Finalización del evento       | 06                     | 00           | 01                  |
| Servicio de A&B               | 09                     | 10           | 04                  |
| Montajes                      | 80                     | 02           | 04                  |
| <b>TOTAL</b>                  | <b>111</b>             | <b>15</b>    | <b>11</b>           |
| <b>TOTAL (%)</b>              | <b>81,01</b>           | <b>10.94</b> | <b>8.01</b>         |

**Tabla N° 7. Resultados de la guía de observación en cuanto al cumplimiento de los estándares del Hotel Margarita Hilton**



**Grafico 1. Distribución porcentual del cumplimiento de los estándares en el área de banquetes del Hotel Hilton Margarita.**

Como se puede observar de acuerdo a los resultados que arroja la guía de observación un 81,01% de los estándares se están cumpliendo a cabalidad, seguido de un 11% que no se cumplen y un 8% que se cumplen pero medianamente, por lo que se puede deducir que la mayoría de los estándares definidos por la marca Hilton se llevan a cabo sin ningún problema, sin embargo la cifra se encuentra por debajo de lo expresado en la teoría de la Universidad Miguel Hernández(2007), es decir existen algunos imprevistos que están disminuyendo el grado de cumplimiento de los estándares en el área de banquetes, los cuales se especifican claramente en los comentarios realizados sobre la guía de observación. Observando detenidamente la tabla N° 7, el área de banquetes que presenta mayor problema es la correspondiente a Alimentos y Bebidas, según las observaciones realizadas las causa son: en primer lugar se debe a la contratación de personal eventual que no tiene el suficiente entrenamiento en cuanto a los estándares que deben cumplir y como segundo lugar la falta de coordinación con la cocina para tener los pedidos en el tiempo acordado.

En este capítulo se procesó la información obtenida a través de la aplicación de las encuestas y de esta manera determinar la influencia de los estándares que utiliza el Hotel Hilton Margarita en el servicio prestado al cliente durante un evento determinado, teniendo en cuenta que son estándares elaborados en su mayoría a partir de requisitos que exige el cliente es importante saber si se están cumpliendo a cabalidad.

El Hotel Hilton Margarita atiende a un segmento de mercado diverso y según el Manual de Operaciones de Banquetes lo divide en:

- **One shot non tour:** eventos únicos tipo cumbre y conferencias de gran magnitud.
- **Non corporate company meeting:** eventos de empresas que no tienen contrato corporativo con nosotros.
- **Corporate company meeting:** eventos de empresas que tienen contrato con nosotros.
- **Social banquets:** shows, bodas, bautizos , entre otros

Tal como se ha confirmado a lo largo de este informe, los estándares de calidad están íntimamente vinculados al cliente, en consecuencia, de aplicar una técnica que pueda medir estos niveles de satisfacción se podrá obtener un resultado que oriente el nivel de eficacia de la gerencia, en este caso el área de Banquete. La técnica seleccionada para medir estos niveles de satisfacción del cliente es la encuesta, para ello se ha estructurado un cuestionario con 33 indicadores de calidad, 5 niveles de satisfacción para

responder a los niveles de eficiencia de: a.- organización previa la Evento; b.- El Salón de Reunión; c.- Restaurante y refrigerios y d.- el servicio a la salida, utilizando una escala de lickert de completamente satisfecho, muy satisfecho, moderadamente satisfecho, algo insatisfecho y muy insatisfecho(Ver anexo N° 1)

El Cuestionario fue aplicado a una unidad de análisis compuesta de 21 grupos homogéneos, conformados por empresas que utilizaron los salones del Hotel Hilton Margarita en eventos de diferentes características e integrado por hombres y mujeres, para un total poblacional de 146 personas, las cuales conformaban solo organizadores y comité organizador de los grupos, ya que por políticas de la empresa no se podían encuestar a todos los participantes en general. El instrumento fue aplicado en el período correspondiente al lapso que duró la pasantía en el Hotel Hilton Margarita Febrero-abril 2007. Para determinar el Tamaño de la Muestra se utilizó la fórmula propuesta por Hernández, R (2003). El número de persona al cual se le debe aplicar el cuestionario, para una población de 146 personas y un error estándar de 0,015; así mismo los resultados de la investigación se realizaron en forma textual, tabular y grafica, siguiendo recomendaciones de Hernández (2003) y Arias (1998)

### **Paso N° 1.-**

Tamaño de la muestra sin ajustar

$$n' = \frac{s^2}{V^2}$$

$n'$  = Tamaño de la Muestra sin ajustar

$s^2$  = varianza de la muestra

$V^2$  = Varianza de la Población

### Paso N° 2.-

Tamaño de la Muestra Ajustada

$$n = \frac{n'}{1 + n'/N}$$

n = Tamaño de la Muestra

n' = Tamaño de la Muestra sin ajustar

Para un error estándar de 0,015

$$n' = \frac{0.25}{0.000225} = 1111.11 \quad n = \frac{1111.11}{1 + 1111.11/146} = 129.04$$

Una vez aplicada la formula a la población definida por 146 personas, para un valor de la varianza de la muestra de  $S^2 = p(1-p) = 0.5(1-0.5) = 0.25$  y un valor de varianza poblacional  $V^2 = (0,015)^2 = 0,000225$ . El tamaño de la muestra a la cual se le aplicó el instrumento será de  $n = 129$ ; para 129 cuestionarios aplicados a las personas integrantes de los 21 grupos encuestados.

Los resultados del cuestionario en lo que respecta a la Organización Previa del evento se pueden observar en la tabla N° 8.

| <b>ORGANIZACIÓN PREVIA DEL EVENTO</b>                        |              |              |             |            |            |
|--|--------------|--------------|-------------|------------|------------|
| <b>Descripción</b>   |              |              |             |            |            |
|  | <b>CS</b>    | <b>MS</b>    | <b>MoS</b>  | <b>AI</b>  | <b>MI</b>  |
| Recibimiento de su contacto al llegar al hotel               | 13           | 8            | 1           |            |            |
| Recorrido por los salones /explicación en caso de emergencia | 15           | 7            |             |            |            |
| Señalización de su evento en carteleras y salones            | 13           | 8            | 1           |            |            |
| Montaje de la Sala de Conferencia                            | 15           | 8            | 1           |            |            |
| Preparación del salón al llegar                              | 13           | 8            |             |            |            |
| Fijación fecha sesión retroalimentación                      | 12           | 7            |             |            |            |
| <b>TOTAL</b>   | <b>80</b>    | <b>46</b>    | <b>3</b>    | <b>---</b> | <b>--</b>  |
| <b>TOTAL (%)</b>   | <b>62,01</b> | <b>35,66</b> | <b>2,33</b> | <b>---</b> | <b>---</b> |

**Tabla N° 8. Organización Previa del evento.**

En el caso, de ¿Cómo? Observó el encuestado su Salón de reunión, los resultados se recogen en la Tabla N° 9

| EL SALÓN DE REUNION  |                 |    |     |    |     |
|--|-----------------|----|-----|----|-----|
| Descripción  | Ítems evaluados |    |     |    |     |
|  | CS              | MS | MoS | AI | M I |
| Limpieza y Confort   | 10              | 1  | 1   |    |     |
| Funcionamiento apropiado de los Equipos                    | 6               | 3  | 2   |    |     |
| Tranquilidad del Salón                                     | 10              | 1  | 1   |    |     |
| Nivel de Iluminación                                       | 7               | 1  | 1   | 3  |     |
| Decoración del Salón                                       | 7               | 1  | 4   |    |     |
| Temperatura  | 7               | 1  | 1   |    |     |
| Manejo de mensajes   | 11              | 1  | 2   |    |     |
| Disponibilidad del Personal cuando es necesitado           | 5               | 2  | 1   |    |     |
| Facilidades para el propósito de la reunión                | 5               | 1  | 3   |    |     |
| Atención de Solicitudes                                    | 6               | 1  | 1   |    |     |
| Refrescamiento y ordenamiento del salón durante los breaks | 5               | 1  | 2   |    |     |



|   |              |              |              |             |   |
|---|--------------|--------------|--------------|-------------|---|
| Operación y Manejo de equipos Audiovisuales | 3            | 1            | 1            |             |   |
| Circulación dentro del Salón                | 2            | 1            | 6            |             |   |
| <b>TOTAL</b>                                | <b>84</b>    | <b>16</b>    | <b>26</b>    | <b>3</b>    | - |
|   |              |              |              |             | - |
|   |              |              |              |             | - |
| <b>TOTAL (%)</b>                            | <b>65,12</b> | <b>12,40</b> | <b>20,16</b> | <b>2,32</b> | - |
|   |              |              |              |             | - |
|   |              |              |              |             | - |

**Tabla N° 9. Estado del salón de reunión.**

En la Tabla N°10, se observan los resultados correspondientes al nivel de satisfacción del cliente con el servicio de Restaurantes y refrigerios.

| <b>SERVICIO DE RESTAURANTES Y REFRIGERIOS</b>  |                        |           |            |           |                |
|--|------------------------|-----------|------------|-----------|----------------|
| <b>Descripción</b>                             | <b>Ítems evaluados</b> |           |            |           |                |
|  | <b>CS</b>              | <b>MS</b> | <b>MoS</b> | <b>AI</b> | <b>M<br/>I</b> |
| Puntualidad a la hora del servicio             | 11                     | 3         |            | 2         |                |
| Calidad de los Alimentos y Bebidas             | 15                     | 4         | 1          | 0         |                |
| Cantidad de alimentos y bebidas                | 13                     | 3         | 2          | 0         |                |
| Servicio recibido por el personal de banquetes | 12                     | 1         | 1          | 0         |                |

|   |              |              |             |             |         |
|---|--------------|--------------|-------------|-------------|---------|
| Temperatura de alimentos y bebidas                | 12           | 3            |             | 3           |         |
| Rapidez del servicio                              | 11           | 5            | 1           | 2           |         |
| Exactitud en cuanto a ración de comidas y bebidas | 6            | 4            | 2           | 0           |         |
| Estado de la cubertería, cristalería y vajilla    | 6            | 5            | 1           | 0           |         |
| <b>TOTAL</b>                                      | <b>86</b>    | <b>28</b>    | <b>8</b>    | <b>7</b>    | --<br>- |
| <b>TOTAL (%)</b>                                  | <b>66,66</b> | <b>21,71</b> | <b>6,20</b> | <b>5,43</b> | ---     |

**Tabla Nº 10. Niveles de satisfacción del cliente con el servicio de Restaurantes y refrigerios.**

El cuarto nivel refiere a la satisfacción del cliente en cuanto a la eficiencia, la exactitud de los detalles, el agradecimiento por el servicio y el precio pagado en relación al servicio recibido. Estos ítems se representan en la tabla Nº 11 de Resultados referido a la Satisfacción en la salida.

| <b>SATISFACCIÓN A LA SALIDA DEL EVENTO</b>   |                        |           |            |           |           |
|--|------------------------|-----------|------------|-----------|-----------|
| <b>Descripción</b>                           | <b>Ítems Evaluados</b> |           |            |           |           |
|  | <b>CS</b>              | <b>MS</b> | <b>MoS</b> | <b>AI</b> | <b>MI</b> |
| Eficiencia                                   | 20                     | 10        | 6          |           |           |
| Exactitud de la Cuenta Detallada             | 21                     | 8         | 4          |           |           |
| Agradecimiento por los servicios solicitados | 19                     | 10        | 4          |           |           |

|  |              |              |              |  |         |
|--|--------------|--------------|--------------|--|---------|
| Precio pagado en relación al servicio recibido | 18           | 8            | 1            |  |         |
| <b>TOTAL</b>                                   | <b>78</b>    | <b>36</b>    | <b>15</b>    |  | --<br>- |
| <b>TOTAL (%)</b>                               | <b>60,47</b> | <b>27,90</b> | <b>11,63</b> |  | ---     |

**Tabla N° 11. Satisfacción del cliente en la salida del evento**

Estos resultados pueden resumirse en la siguiente Tabla:

Tabla N° 12.- Relación de resultados por nivel de satisfacción (expresado en cantidades)

| NIVELES DE SATISFACCION AL CLIENTE   | Ítems Evaluados |    |     |      |      |
|--------------------------------------|-----------------|----|-----|------|------|
|                                      | CS              | MS | MoS | AI   | MI   |
| Organización previa del Evento       | 80              | 46 | 3   | ---- | ---- |
| El Salón de reunión                  | 84              | 16 | 26  | ---- | ---- |
| Servicio de Restaurante y Refrigerio | 86              | 28 | 8   | ---- | ---- |
| Satisfacción a la Salida del Evento  | 78              | 36 | 15  | ---- | ---- |

Los resultados vistos como relación de Porcentaje se expresan el Tabla N°13.

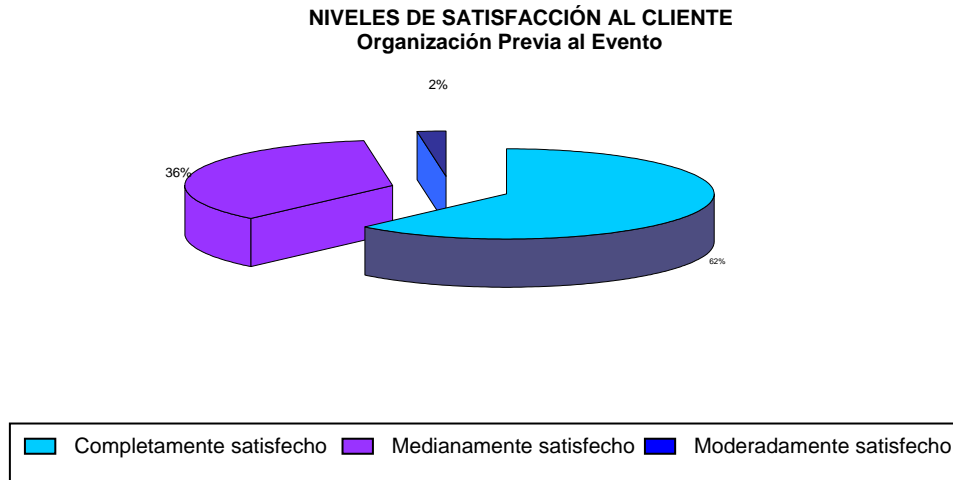
**Tabla N° 13.- Relación de resultados por nivel de satisfacción (expresado en porcentaje).-**

| NIVELES DE SATISFACCION AL CLIENTE   | Ítems Evaluados |        |       |      |     |
|--------------------------------------|-----------------|--------|-------|------|-----|
|                                      | CS              | MS     | MoS   | AS   | MI  |
| Organización previa del Evento       | 62,01           | 35,66  | 2,33  | ---  | --- |
| El Salón de reunión                  | 65,12           | 12,400 | 20,16 | 2,32 | --- |
| Servicio de Restaurante y Refrigerio | 66,66           | 21,71  | 6,20  | 5,43 | --- |
| Satisfacción a la Salida del Evento  | 60,47           | 27,90  | 11,63 | ---- | --- |

### 5.1 Organización previa del evento

En cuanto a la categoría Satisfacción del cliente: Organización previa del evento, el estándar recorrido por los salones y montaje de la sala de conferencia presentaron el mayor puntaje, hubo una moderada satisfacción en cuanto al recibimiento y el carácter informativo, ya que los estándares referidos a la explicación de los procedimientos en caso de emergencia y la preparación del salón a la hora de la llegada del organizador se están cumpliendo de manera deficiente, en todo caso los porcentajes de satisfacción para el cumplimiento de los estándares, de acuerdo a los ítems evaluados de completa satisfacción y mucha satisfacción correspondió al 62,01%, según se observa en el grafico N° 2, lo que se puede deducir que

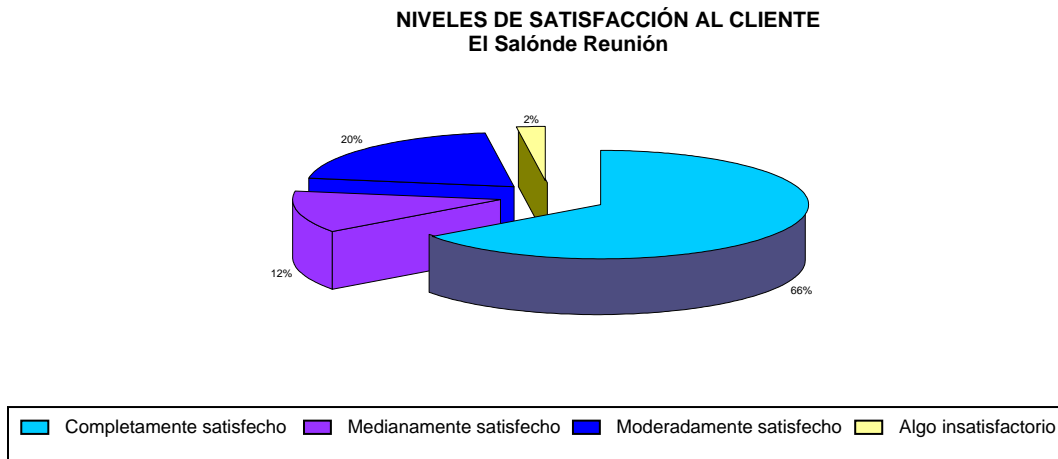
más de la mitad están conformes con los estándares aplicados en la organización previa al evento, sin embargo no existe una excelencia total.



**Gráfico N° 2. Distribución porcentual en relaciona los niveles de satisfacción del cliente en cuanto a los estándares aplicados en la organización previa al evento del departamento de banquetes del Hotel Hilton Margarita.**

## 5.2 Salón de reuniones

Sobre el confort que brinda el hotel en la sala de reunión (Tabla N° 9), el estándar de **limpieza y confort** fue percibido para una completa satisfacción del cliente, en este caso es importante comentar que para los niveles de **iluminación** de salón se observó un nivel bajo, para determinar algo de insatisfacción así como la **circulación** dentro del salón donde existe una moderada satisfacción. En la Figura 3, se observan los valores expresados en porcentajes, correspondientes a los niveles de completa y mucha satisfacción el valor de 65,12% y 12,40%, respectivamente.



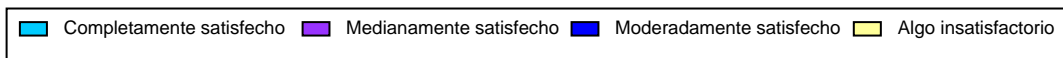
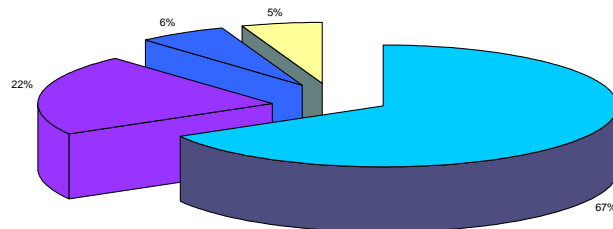
**Gráfico N° 3. Distribución porcentual en relaciona los niveles de satisfacción del cliente en cuanto a los estándares aplicados en el Salón de reuniones del departamento de banquetes del Hotel Hilton Margarita.**

### 5.3 Servicio de Restaurantes y Refrigerios

El servicio de Restaurantes y Refrigerios, al igual que el comentario anterior, mantiene los valores para completa y mucha satisfacción en 66,66% y 21,71%. Solo se observó cierta insatisfacción en lo que respecta a la **puntualidad, rapidez del servicio y temperatura** de la comida con un 5,43% (ver Figura N° 4), este resultado se debe a la falta de coordinación del departamento de banquetes con la cocina del hotel, ya que las ordenes de servicios no son leídas a tiempo y complican las labores

#### NIVELES DE SATISFACCIÓN AL CLIENTE

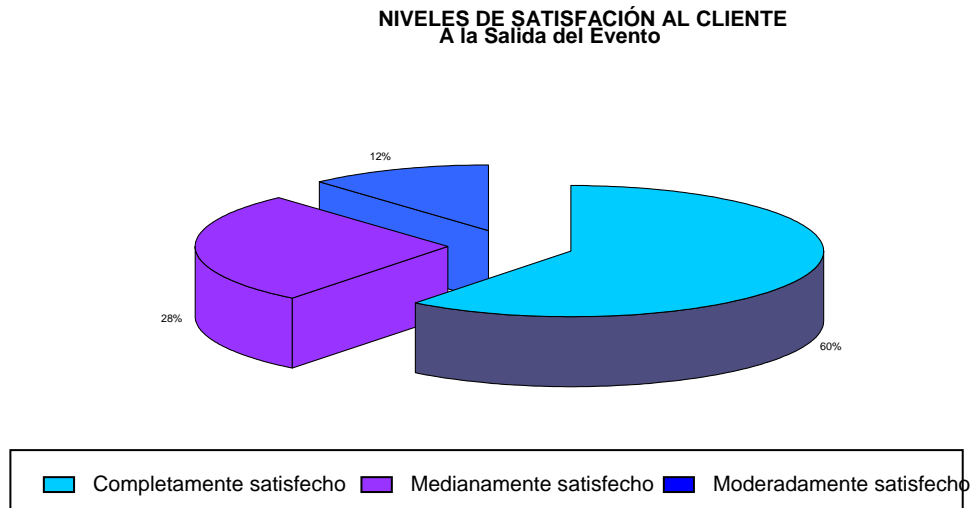
##### Servicio de Restaurante y Refrigerio



**Gráfico N° 4. Distribución porcentual en relaciona los niveles de satisfacción del cliente en cuanto a los estándares aplicados en el Servicio de Restaurante y Refrigerio del departamento de banquetes del Hotel Hilton Margarita.**

#### 5.4 Salida del evento

La Satisfacción del Cliente a la Salida del evento, el cual evalúa la eficiencia y el agradecimiento del cliente por el servicio prestado se observa en. Figura N° 5, Los valores demuestran una alta satisfacción por parte del cliente, con algunas apreciaciones de insatisfacción, por lo que se puede deducir que ciertos estándares aplicados en esta etapa no se están cumpliendo a cabalidad o el cliente no se siente satisfecho con los ya existentes. Es muy importante destaca que para esta categoría una alta satisfacción corresponde al 60,47%, mientras que para niveles medios el porcentaje es del 27,90% y 11,63%.



**Gráfico N° 5. Distribución porcentual en relaciona los niveles de satisfacción del cliente en cuanto a los estándares aplicados en la salida del evento del departamento de banquetes del Hotel Margarita Hilton**

Para los meses de octubre y noviembre del año 2006, el Hotel Margarita Hilton, expresó su agradecimiento a todos lo niveles que laboran en el hotel, ya que de acuerdo a mediciones realizadas, los niveles del G.T.S.S., (Guest Satisfaction Tracking System) habría mejorado significativamente. Estos resultados se pueden apreciar en la Tabla N° 14. Allí se observa un aumento en el mes de noviembre con respecto al mes de octubre del 2006 en las cuatro categorías analizadas. Solo la categoría Llegada la Hotel, presentó el menor incremento. El resto de las categorías mantuvo un promedio del 9% de aumento con respecto al mes anterior.



Tabla N° 14. Niveles de valorización de la satisfacción del cliente, medidos a partir de los estándares de calidad (%), utilizados por el Hotel Margarita Hilton (2006).

| <b>VALORES DE G.T.S.S</b>            |                     |                       |
|--------------------------------------|---------------------|-----------------------|
| <b>NIVELES DE VALORIZACIÓN</b>       | <b>MESES</b>        |                       |
|                                      | <b>Octubre-2006</b> | <b>Noviembre-2006</b> |
| Cortesía y amabilidad en el Servicio | 56%                 | 65%                   |
| Alimentos y Bebidas en general       | 48%                 | 57%                   |
| Llegada al Hotel                     | 64%                 | 70%                   |
| Satisfacción en general              | 56%                 | 65%                   |

En la tabla N° 15 se pueden observar con más detenimiento los valores para los meses respectivos. En todo caso, los niveles de satisfacción en general del cliente se mantuvieron durante estos meses dentro de los mismos parámetros, no se observa un cambio muy significativo.

Tabla N° 15. Niveles de valorización de estándares de calidad para la satisfacción del cliente, correspondiente a los meses de octubre-noviembre 2006 y febrero- Abril 2007.

| Nivel de Valorización<br><br>G.T.S.S. | VALORES |           | Nivel de Valorización<br><br>Encuesta Feb-abril 2007 | Valores      |
|---------------------------------------|---------|-----------|--|--------------|
|                                       | Octubre | Noviembre |  |              |
| Llegada al Hotel                      | 64 %    | 70%       | Organización previa del Evento                       | <b>62,01</b> |
| Cortesía y amabilidad en el servicio  | 56%     | 65%       | El Salón de reunión                                  | <b>65,12</b> |
| Alimentos y Bebidas en general        | 48 %    | 57%       | Servicio de Restaurante y Refrigerio                 | <b>66,66</b> |
| Satisfacción general                  | 56%     | 65%       | Satisfacción a la Salida del Evento                  | <b>60,47</b> |

Al realizar un comparación entre los valores obtenidos para los meses de octubre-noviembre de 2006 y los valores febrero-abril de 2007, de los niveles de satisfacción del cliente, se pudo observar que se mantienen los valores de los meses anteriores, a excepción de los previos del evento el cual disminuyó para febrero, pero en cuanto a la satisfacción del cliente en cuanto al estándar de Comidas y Bebidas (Servicio de Restaurante), este obtuvo un aumentó. A pesar de no ser exactamente los mismos criterios evaluados se puede observar que el hotel se encuentra aproximadamente con un 60% de satisfacción en general, esto como consecuencia de la relación entre el receptor y prestadores del servicio, situación que se puede mejorar cumpliendo con los estándares de servicio predeterminados por la empresa.

## CONCLUSIONES

Una vez finalizada la pasantía en el área de Banquetes del Hotel Margarita Hilton, revisados y analizados los datos producto del estudio de los Estándares de calidad aplicados por el Hotel para medir los niveles de satisfacción al cliente, se pudo llegar a las siguientes conclusiones:

- ✓ El servicio de Hotelería cuenta con una herramienta muy importante como lo son los Estándares de Calidad, lo cuales se convierten guías muy rigurosas para los empleados en la prestación del servicio.
- ✓ El 80% de lo estándares definidos por la marca Hilton se están cumpliendo dentro del área de banquetes, confirmando así el alto nivel de instrucción de sus empleados quienes son los encargados de prestar un servicio de calidad, sin embargo existe un 20% que no se cumplen o se cumplen a medias los cuales están afectando la satisfacción de los clientes.
- ✓ El área de banquetes que presenta mayores problemas y donde se cumplen menos los estándares es la de alimentos y bebidas.
- ✓ El área de Alimento y bebidas de banquetes obtuvo un 67% de satisfacción del cliente, el faltante se debe al incumplimiento de lo estándares de calidad asignados para este departamento.
- ✓ El área de banquetes cuenta con muy poco personal fijo para atender al público, lo que hace necesario tener una brigada eventual que nunca prestan la misma calidad de servicio.

- ✓ El buen estado de los salones de reuniones contó con un importante apoyo por parte de los clientes.
- ✓ El nivel de iluminación del salón debe mejorar, ya que se presentaron descontentos en la mayoría de los eventos.
- ✓ En general un 60% de los clientes del Hotel Margarita Hilton dicen estar satisfechos con el servicio. El restante 40% presentan quejas debidas a ese 20% de estándares que no están cumpliendo correctamente.
- ✓ Finalmente se puede decir que lo estándares establecidos por la marca Hilton están cumpliendo en un 80% y la satisfacción del cliente están en un 60%, lo que permite concluir que es necesario revisar y actualizar los estándares para adaptarse más a las necesidades de los mismos así como mejorar la aplicación de los ya existentes.
- ✓ Es importante destacar que el servicio se produce en el instante de prestarlo, no se puede crear de antemano, es por esto que nace un manual de estándares para saber dominar las situaciones que se presentan en la hotelería.

“Cuando los momentos de la verdad no se manejan bien, la calidad del servicio regresa a la mediocridad”

Kart Albrech.

## ANEXOS



UNIVERSIDAD DE ORIENTE  
NÚCLEO NUEVA ESPARTA  
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO

### Cuestionario

Anexo N° 1. El siguiente cuestionario tiene la finalidad de determinar el grado de satisfacción de los clientes en cuanto al servicio prestado en el área de eventos y banquetes del Hotel Margarita Hilton, el mismo constituye un instrumento técnico para la elaboración del informe de pasantía, titulado: Estándares en el área de Banquetes del hotel margarita Hilton & suite y su influencia en la calidad del servicio.

Lea detenidamente y marque con una “X”, la opción que usted crea correcta, sea lo mas honesto posible al llenar las casillas.

Nombre de la empresa/particular: \_\_\_\_\_

Tipo de evento: \_\_\_\_\_

Fecha: / /

### 1. ORGANIZACION PREVIA AL EVENTO

Cuan satisfecho estuvo Ud. con:

|  | Completamente Satisfecho | Muy Satisfecho           | Moderadamente Satisfecho | Algo Insatisfecho        | Muy Insatisfecho         |
|--|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| El recibimiento de su contacto al llegar al hotel                                  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Recorrido por los salones/ explicación de los procedimientos en caso de emergencia | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| La señalización de su evento en carteleras y salones                               | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| El montaje de la sala de conferencia   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Preparación del salon al llegar  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Fijación de fecha para la sesión de retroalimentación                              | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

### 2. SU SALON DE REUNION

Cuan satisfecho estuvo Ud. con:

|   |                          |                          |                          |                          |                          |
|---|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| La limpieza y confort   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| El funcionamiento apropiado de los equipos y la explicación sobre su manejo | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| La tranquilidad de su salón   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| El nivel de iluminación   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Decoración del salón  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| La temperatura  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| El manejo de mensajes   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Disponibilidad de personal cuando es necesitado                             | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Facilidades para el propósito de su reunión                                 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

|  |                          |                          |                          |                          |                          |
|--|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Atención de solicitudes                                    | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Refrescamiento y ordenamiento del salón durante los breaks | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Operación y manejo de equipos audiovisuales                | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Circulación dentro del salón                               | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

**3. RESTAURANTES Y REFRIGERIOS**

Cuan satisfecho estuvo UD. con:

|  |                          |                          |                          |                          |                          |
|--|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Puntualidad en la hora del servicio  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| La calidad de los alimentos y bebidas                                      | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| La cantidad de alimentos y bebidas   | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| El servicio recibido por el personal de banquetes                          | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| La correcta temperatura de los alimento y bebidas                          | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| La rapidez del servicio  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Exactitud en cuanto tipo y cantidad de los alimentos y bebidas solicitados | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Estado de la cubertería, cristalería y vajilla                             | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

**4. SALIDA**

|                                     |                          |                          |                          |                          |                          |
|-------------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Cuan satisfecho estuvo Ud. con:     | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| La eficiencia                       | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| La exactitud de la cuenta detallada | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Agradecimiento por los  
servicios solicitados

El precio pagado en  
relación al servicio  
recibido





## HOJA DE FUNCIONES

**Anexo N° 2.** Hojas de funciones para un evento del Hotel Margarita Hilton.

|            |  |                    |   |
|------------|--|--------------------|---|
| Compañía:  | <b>MM Training C.A</b>   | Nombre del evento: | <b>MM Training C.A</b>                                    |
|            |  | Tipo de Función:   | <b>Curso Señorita Maria Cecilia Núñez Mayde Hernández</b> |
| Contacto   | <b>Señorita Maria Cecilia Núñez<br/>Av Washngton Conj El Paraiso</b> | Responsable        | <b>Núñez Mayde Hernández</b>                              |
| Dirección: | <b>Torre<br/>1B piso N°15 151 El Paraiso<br/>Caracas</b>             | Contacto Hotel     | <b>DEF</b>  |
| Teléfono   | <b>58 212 462 3046</b>   | Estado de bqts     | <b>DEF</b>  |
| Fax        | <b>58 212 451 0958</b>   | N° del contacto    | <b>12816.0</b>  |

**Fecha: sábado, 10 de Marzo de 2007**

| <b>Evento</b>                                      | <b>Evento ID</b> | <b>Tiempo</b>  | <b>Particip.</b> | <b>Cartelera</b>             |
|--|------------------|----------------|------------------|------------------------------|
| Reunión  | 143135           | 08:00-17:00    | 20               | Curso de Ley de Licitaciones |
| <b>Lugar</b>                                       |                  | <b>Montaje</b> |                  | <b>Tarifas</b>               |
| Salon Macanao-Guayamuri                            |                  | Escuela        |                  | <b>Lugares</b><br>BS 900000  |
| <i>* El cliente trae sus equipos audiovisuales</i> |                  |                |                  |                              |

| <b>Evento</b>   | <b>Evento ID</b> | <b>Tiempo</b> | <b>Particip.</b> | <b>Cartelera</b> |
|-----------------|------------------|---------------|------------------|------------------|
| Coffee Break AM | 143136           | 10:00-10:30   | 21               | Curso de Ley de  |

Licitaciones

|                                   |                    |                |                |
|-----------------------------------|--------------------|----------------|----------------|
| <b>Lugar</b>                      | <b>Montaje</b>     | <b>Tarifas</b> | <b>Lugares</b> |
| Lunge Hilton Meeting              | Coffee Break       | Incluido       | <b>Precio</b>  |
|                                   | <b>Garantizado</b> | Bs.            | 19.000,00      |
| <b>Coffee break al gusto</b>      |                    |                |                |
| <b>Tiempo de sev:10:00 -10:30</b> | 21                 |                |                |
| Café                              |                    |                |                |
| Leche                             |                    |                |                |
| Te                                |                    |                |                |
| Jugo                              |                    |                |                |
| Natural                           |                    |                |                |
| Mini Empanaditas Chilenas         |                    |                |                |

---

| <b>Evento</b>      | <b>Evento ID</b> | <b>Tiempo</b> | <b>Particip.</b> | <b>Cartelera</b>                   |
|--------------------|------------------|---------------|------------------|------------------------------------|
| Coffee<br>Break PM | 143137           | 15:00-15:30   | 21               | Curso de<br>Ley de<br>Licitaciones |

|                                   |                    |                |                |
|-----------------------------------|--------------------|----------------|----------------|
| <b>Lugar</b>                      | <b>Montaje</b>     | <b>Tarifas</b> | <b>Lugares</b> |
| Lunge Hilton Meeting              | Coffee Break       | Incluido       | <b>Precio</b>  |
|                                   | <b>Garantizado</b> | Bs.            | 19.000,00      |
| <b>Coffee break al gusto</b>      |                    |                |                |
| <b>Tiempo de sev:10:00 -10:30</b> | 21                 |                |                |
| Café                              |                    |                |                |
| Leche                             |                    |                |                |
| Te                                |                    |                |                |
| Jugo                              |                    |                |                |
| Natural                           |                    |                |                |
| Hojaldre de chocolate             |                    |                |                |

---

Nombre de archivo: SOPHIA CALO  
Directorio: C:\Documents and Settings\UDO\Mis documentos\Tesis Juan Carlos  
Plantilla: C:\Documents and Settings\UDO\Datos de programa\Microsoft\Plantillas\Normal.dot  
Título:  
Asunto:  
Autor: \*  
Palabras clave:  
Comentarios:  
Fecha de creación: 20/02/2008 10:18:00  
Cambio número: 13  
Guardado el: 20/02/2008 17:03:00  
Guardado por: UDO  
Tiempo de edición: 226 minutos  
Impreso el: 20/02/2008 17:03:00  
Última impresión completa  
Número de páginas: 130  
Número de palabras: 21.554 (aprox.)  
Número de caracteres: 107.775 (aprox.)