

DESARROLLO SUSTENTABLE, NEGOCIOS, EMPRENDIMIENTO Y EDUCACIÓN

latindex  Dialnet  IDEAS

PROCEDIMIENTO PARA MEJORAR LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN HOTELES

Dra. C. Maira Rosario Moreno Pino¹MSc. Pedro Santos Rodríguez²Ing. Daylin Pupo Cruz³

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Maira Rosario Moreno Pino, Pedro Santos Rodríguez y Daylin Pupo Cruz (2021): "Procedimiento para mejorar la calidad de los servicios de alimentos y bebidas en hoteles", Revista de Desarrollo Sustentable, Negocios, Emprendimiento y Educación RILCO DS, n. 23 (p.p. 26-37, septiembre 2021). En línea:

<https://www.eumed.net/es/revistas/rilcoDS/23-septiembre-2021/alimentos-bebidas-hoteles>

RESUMEN

La elaboración y servicio de alimentos para el turismo en Cuba, en los últimos años, se ha desarrollado aceleradamente, apareciendo mercados competitivos con clientes cada día más exigentes, por ello, es necesario introducir elementos de calidad a través de métodos flexibles y seguros, capaces de brindar productos y servicios diferenciados, donde el cliente perciba la excelencia y profesionalidad de las entidades prestadoras de servicios. Esta investigación se realizó con el objetivo de diseñar un procedimiento que permita mejorar la calidad del servicio de alimentos y bebidas en instalaciones hoteleras. Para ello se utilizaron métodos de la investigación científica, entre ellos: Sistémico- estructural, el análisis y la síntesis y la inducción-deducción; además, otros empíricos con técnicas como, la revisión documental, la tormenta de ideas, la entrevista, la encuesta, la observación, así como el método de expertos para valorar el procedimiento de mejora propuesto. Así se conoció de la existencia de síntomas negativos que inhiben la satisfacción del cliente en el área de servicios de alimentos y bebidas, como: falta de calidad y variedad de los platos y bebidas ofertados, insuficiente capacitación de los recursos humanos, falta de organización en la actividad de los servicios; por lo que todo lo anterior sirvió de argumento empírico para el diseño del procedimiento propuesto encaminado a lograr una mejora continua en los servicios de alimentos y bebidas.

¹ mayramp188@gmail.com, Universidad de Holguín, República de Cuba

² pedro.santos@formatur.lt.cu, Escuela de Formatur de Las Tunas

³ daylin.pupo@uho.edu.cu, Universidad de Holguín, República de Cuba

Palabras clave: calidad, mejora de la calidad, alimentos y bebidas, mejora de calidad en servicios de alimentos y bebidas.

PROCEDURE TO IMPROVE THE QUALITY OF FOOD AND BEVERAGE SERVICES IN HOTELS

ABSTRACT

The preparation and service of food for tourism in Cuba, in recent years, has developed rapidly, with competitive markets appearing with increasingly demanding customers, therefore, it is necessary to introduce quality elements through flexible and safe methods, capable to provide differentiated products and services, where the client perceives the excellence and professionalism of the service providers. This research was carried out with the aim of designing a procedure that would improve the quality of the food and beverage service in hotel facilities. For this, scientific research methods were used, including: Systemic-structural, analysis and synthesis, and induction-deduction; in addition, other empiricals with techniques such as documentary review, brainstorming, interview, survey, observation, as well as the method of experts to assess the proposed improvement procedure. Thus, it was learned of the existence of negative symptoms that inhibit customer satisfaction in the area of food and drink services, such as: lack of quality and variety of the dishes and drinks offered, insufficient training of human resources, lack of organization in the activity of the services; therefore, all of the above served as an empirical argument for the design of the proposed procedure aimed at achieving continuous improvement in food and beverage services.

Key words: quality, quality improvement, food and beverages, quality improvement in food and beverage services.

INTRODUCCIÓN

El concepto de calidad en empresas dedicadas al turismo responde a la satisfacción plena de los clientes en términos de atención, calidad del servicio, bienestar, seguridad, por otra parte, responde al mejoramiento de la imagen de la empresa y a su afianzamiento en un mercado cada vez más competitivo. La calidad no es sinónimo de lujo sino más bien satisfacción de requerimientos, lo cual implica que cualquiera que sea el nivel y la procedencia del turista el servicio debe brindarse atendiendo a sus necesidades sin que por ello tengan que incrementarse los precios de atención (Ramírez, 2002).

En la ciudad de Las Tunas el desarrollo del turismo ha ido dando algunos pasos pero estos aún son insuficientes como se refleja en la Política de Desarrollo del Ministerio del Turismo (MINTUR) en el territorio, donde se analizan sus potencialidades y se considera necesario potenciar la calidad de los servicios que actualmente se ofertan. Dentro del desarrollo turístico tunero los grupos hoteleros Cubanacán e Islazul han jugado y juegan un decisivo papel pero aún no alcanzan los niveles deseados, lo mismo sucede con el turismo de ciudad. Un elemento que ha frenado este proceso de desarrollo ha

sido el no contar con una terminal aérea en la provincia, fundamentalmente en el área internacional, con lo cual las posibilidades de arribo por esta vía aumentarían de forma considerable.

En el Hotel Cadillac de la ciudad de Las Tunas, Formatur ha ejecutado una serie de acciones de capacitación en todas las áreas con vista al mejoramiento de la calidad, esto ha permitido aplicar una serie de instrumentos para tener una noción del comportamiento de la calidad y la satisfacción de los clientes tanto internos como externos, para lo cual se han realizado levantamientos para la Determinación de las Necesidades de Capacitación(DNC) y para la Determinación de las Necesidades de Aprendizajes(DNA) de sus trabajadores, también se han realizados visitas de control, observaciones, inspecciones sanitarias, se ha tenido en cuenta resultados de encuestas aplicadas por el hotel tanto a clientes internos como externos, así como los resultados que arroja el libro de atención al cliente donde se detecta un conjunto de síntomas que afectan la calidad de los servicios que se ofrecen al cliente, relacionados con el área de cocina y servicios gastronómicos, su infraestructura, condiciones higiénico-sanitarias, nuevas tendencias en los servicios de alimentos y bebidas, profesionalidad del personal, los cuales se consideran puntos vulnerables que atentan contra un eficiente desempeño de la gestión de la calidad en el departamento de alimentos y bebidas.

Se realizó una entrevista a la especialista de calidad de esta empresa, obteniendo resultados que evidencian incumplimientos de la política del MINTUR en la provincia que afectan la satisfacción del cliente, lo que se corresponde con los resultados obtenidos por EL Grupo de Restauración de Formatur al aplicar sus instrumentos investigativos en las instalaciones de Islazul y con los resultados de las inspecciones de calidad del MINTUR, donde en los informes se observan afectaciones de la calidad en los servicios que se ofrecen, manifestándose insatisfacciones por parte de los clientes, coincidiendo ellos con el Informe de Retroalimentación del MINTUR que se circula mensual y trimestralmente, donde se aprecia que no hay correspondencia entre la necesidad de brindar un buen servicio y la gestión actual de la calidad, observándose una cierta similitud entre los resultados de síntomas negativos obtenidos por las diferentes vías expuestas anteriormente y que se resumen a continuación, a su vez constituyen el punto de partida para el desarrollo de la investigación.

- Problemas con activos fijos indispensables para brindar los servicios de alimentos y bebidas, que garanticen una gestión más eficiente de esta actividad.
- Falta de organización y capacitación de los recursos humanos.
- Falta de organización dentro del sistema de calidad relacionado con el servicio y sus modalidades.
- Falta de variedad y calidad en la oferta.
- Insatisfacción de los clientes relacionados con aspectos de los servicios de alimentos y bebidas.

A partir de los elementos anteriormente expuestos se puede definir como **problema científico**: ¿Cómo mejorar la calidad del servicio de alimentos y bebidas en hoteles?

Partiendo de esa problemática se consideró **objeto** de la investigación: el sistema de gestión de la calidad de los servicios en instalaciones hoteleras.

Para dar solución al problema científico declarado se planteó como **objetivo**: diseñar un procedimiento que permita mejorar la calidad del servicio de alimentos y bebidas en instalaciones hoteleras.

METODOLOGÍA

Para materializar el objetivo propuesto se requiere de la aplicación de diversos métodos científicos de la investigación del nivel teórico y empírico. Como métodos teóricos: Análisis y síntesis de la información a partir de la revisión de la literatura, lo que permitió descomponer el objeto en diferentes factores y elementos; el inductivo-deductivo, que permitió llegar a consideraciones fundamentales sobre el objeto de estudio y el sistémico estructural en el diseño del procedimiento.

Se utilizaron además métodos empíricos con técnicas como, la revisión documental, la tormenta de ideas, la entrevista, la encuesta, la observación, así como el método de expertos para arribar a la proposición de conclusiones y recomendaciones.

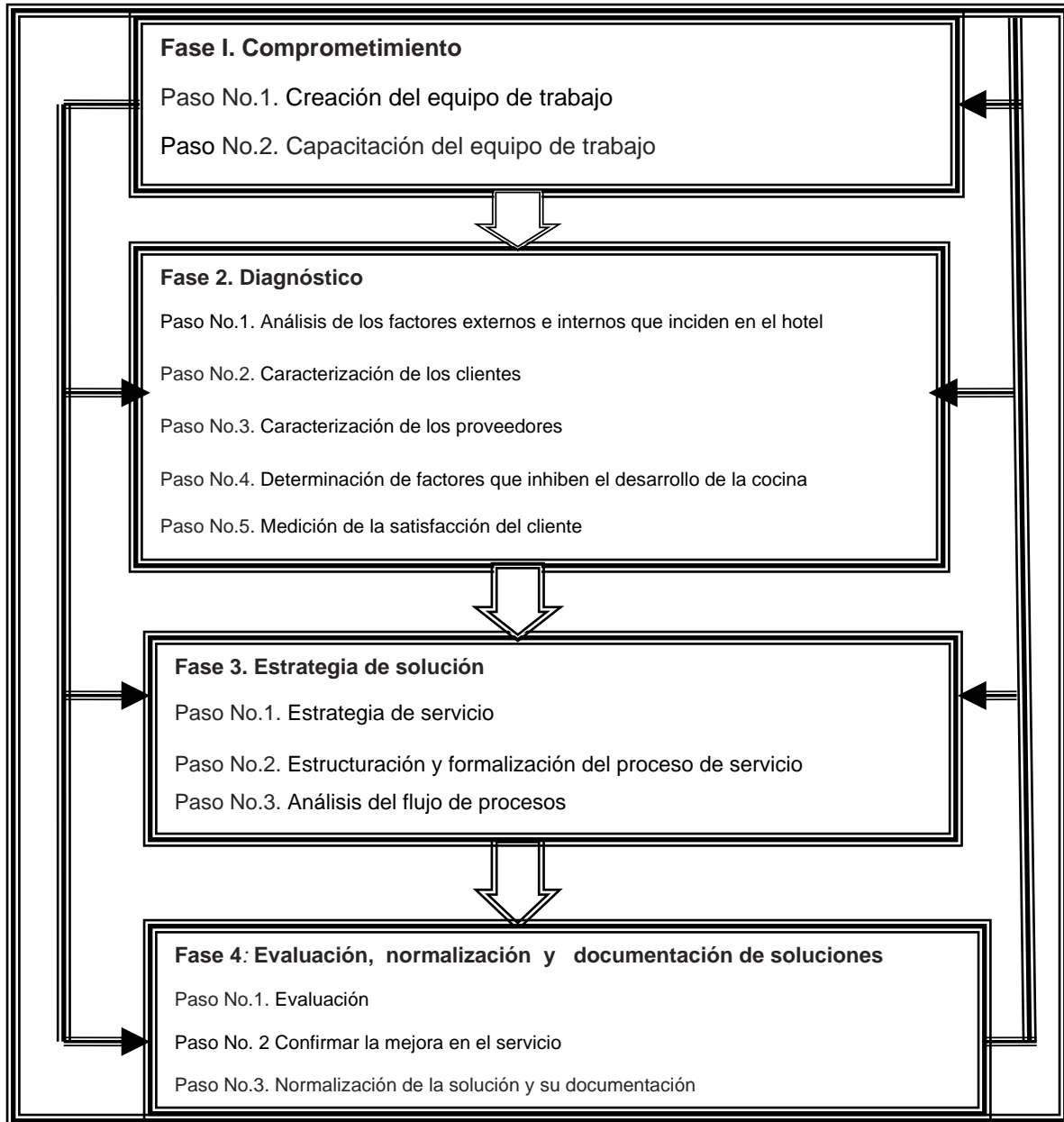
DESARROLLO DEL TEMA

El procedimiento se elaboró después de realizar una amplia revisión de cada uno de las metodologías, procedimientos y modelos consultados en la literatura sobre mejora de la calidad de los servicios de forma general y de calidad en los servicios de alimentos y bebidas de manera particular (Zeithaml, V. A., & Parasuraman, A. , 1993; Zeithaml, V. A., 2002; Font Doimeadios, 2007; Rodríguez Crespo, 2008; Hernández Osorio, 2009;; Batista Martínez, 2014; y Toranzo Armas, 2016), así como los presupuestos teóricos sobre mejora tratados en las normas: NC ISO 9000: 2015, NC ISO 9001: 2015, la NC ISO 9004: 2018 y la ISO/TS 9002: 2016.

De forma general el procedimiento es de fácil aplicación y presenta una serie de fases y pasos que se pueden poner en práctica a la hora de ejecutar un plan de mejora, ya que para lograrla primeramente es necesario comprometer a toda la organización, luego realizar un diagnóstico de la situación actual de la organización, para sobre esta base trazar las estrategias de solución, y a su vez, es necesario el control sistemático y continuo que conlleve a mantener la retroalimentación del sistema y con ello, mejorar la calidad de los servicios que se prestan. Estas conducen siempre a un estadio más elevado de la excelencia del servicio de alimentos y bebidas. En la figura 1 se muestra el procedimiento propuesto para mejorar la calidad de los servicios de alimentos y bebidas en instalaciones hoteleras, el mismo está compuesto por cuatro fases y trece pasos.

Figura 1.

Procedimiento para mejorar la calidad de los servicios de alimentos y bebidas en instalaciones hoteleras.



A continuación, se describe de forma breve el contenido de cada una de las fases que componen el procedimiento.

FASE I: Comprometimiento

Objetivo: preparar las condiciones para implantar un sistema para mejorar la calidad de los servicios de alimentos y bebidas en instalaciones hoteleras.

Es necesario lograr la implicación y el compromiso de los líderes y todos los empleados, pasos indispensables, pues solo a partir de aquí se tomarán las decisiones necesarias para comenzar a trabajar con una real voluntad de cambio y la ejecución de las acciones para acometerlo.

Paso No.1. Creación del equipo de trabajo

El grupo estará constituido por mandos y empleados con suficiente autoridad por su experiencia y nivel de conocimientos, su participación debe ser absolutamente voluntaria, pues debe manifestar una disposición y actitud adecuada para el trabajo que realizará, este grupo debe ser responsables de crear las bases para la definición e implementación del programa de mejora explicando la filosofía del mismo y la secuencia metodológica que este debe seguir.

Paso No.2. Capacitación del equipo de trabajo

Para la aplicación del procedimiento se requiere que todos sus integrantes y trabajadores hayan sido capacitados en todo lo relacionado con las diferentes actividades que se ejecutan en esta área, así como en la aplicación de los diferentes instrumentos que se utilizarán para la obtener información sobre los resultados de la gestión del hotel y estén conscientes de la necesidad de la implantación del sistema para mejorar la calidad del servicio de los alimentos y las bebidas.

FASE II: Diagnóstico

El objetivo de esta fase es diagnosticar la instalación y el bar-cafetería para conocer los factores que influyen en el desempeño de la misma, caracterizar los clientes tanto internos como externos, proveedores y competidores.

Paso No.1. Análisis de los factores externos e internos que inciden en el hotel

- **Factores externos**

El diagnóstico externo (amenazas y oportunidades), (MEFE), se concentra en hechos y fuerzas claves del macro y microentorno de la instalación hotelera, compuesto por factores que son incontrolables, pero que tienen incidencia en la misión. En el macroentorno se encuentran los factores: socioculturales, demográficos - económicos, geográficos, tecnológicos y políticos - legales; así como para el microentorno: fuerza de los consumidores, competidores, canales de distribución y proveedores.

Después de haber determinado cuáles son los factores que tienen alguna influencia en el hotel, se pasa a evaluarlos a través de una matriz, señalando si es una instalación amenazada o por el contrario posee oportunidades en el entorno. Para esto se recomiendan los siguientes pasos:

- Listar todos los factores externos que influyen en la organización.
- Determinar factores claves (fundamentales) para la organización.
- Realizar ponderación según la importancia de los factores para la empresa.

- Clasificarlos de uno a cuatro según la situación que el mismo presente en la empresa.

- 1: Amenaza importante. (si el impacto es inmediato).
- 2: Amenaza menos importante. (si el impacto es a mediano o largo plazo).
- 3: Oportunidad menos importante. (si es común para varias entidades).
- 4: Oportunidad importante. (si es exclusiva para la entidad en cuestión).

- Multiplicar la ponderación por la clasificación.

- Sumar los resultados ponderados de cada variable y dividir entre el número de variables.

Con un resultado inferior a 2,5 muestra una empresa con predominio de las amenazas e igual o superior a 2,5, muestra una empresa con predominio de las oportunidades.

Factores internos

El diagnóstico interno del ambiente (MEFI), permite determinar las principales (debilidades y fortalezas) del hotel. En este diagnóstico se debe realizar primeramente una auditoria de la situación de cada una de las áreas funcionales de la instalación hotelera, desde la gerencia hasta las finanzas.

De la misma forma que en el diagnóstico externo aquí se evalúan las principales fortalezas y debilidades, siguiendo los mismos pasos, clasificando los factores en:

- 1: Debilidad importante. (si es debilidad solamente para la entidad).
- 2: Debilidad menos importante. (si es debilidad común para la competencia).
- 3: Fortaleza menos importante. (si es fortaleza común para la competencia).
- 4: Fortaleza importante. (si es fortaleza solamente para la entidad).

Para un resultado inferior a 2,5 muestra una empresa con una débil posición interna e igual o superior a esta media, significaría un hotel con una fuerte posición interna.

Para trazar las diferentes estrategias se recomienda realizar las siguientes preguntas:

Ofensivas: ¿Con esta fortaleza se puede aprovechar esta oportunidad?

Defensivas: ¿Con esta fortaleza se puede atenuar el impacto de esta amenaza?

Adaptativas: ¿Permite esta debilidad aprovechar esta oportunidad?

Supervivencia: ¿Hace esta debilidad ser muy vulnerable a esta amenaza?

Paso No.2. Caracterización de los clientes

El cliente externo es el sustento y la razón de ser de toda organización de producción y/o servicio, por tanto, es necesario conocer sus necesidades y expectativas con vistas a satisfacerlas, particularizándolos por su nacionalidad, edad, sexo, gusto, preferencias, poder adquisitivo, idiosincrasia, cultura, nivel de repitencia, entre otros factores. Es necesario también prestar atención a los mercados emisores ya que constituyen las fuentes de clientes a través de las cuales se nutre el hotel. El cliente interno constituye el recurso más importante y una parte vital para el desarrollo de cualquier unidad de servicio por lo tanto sobre la base de sus necesidades y expectativas debe sustentarse toda estrategia a trazar, él es quien proporciona el servicio al cliente externo; de ahí la importancia de conocer a través de encuestas, entrevistas, test, etc, características como: sexo, edad, calificación, experiencia en el puesto de trabajo, en el hotel, en la cadena y/o en el sector.

Paso No.3. Caracterización de los proveedores

Se deben definir los principales proveedores, que son aquellas empresas e individuos que proporcionan los recursos necesarios para la elaboración de los productos y/o servicios; así como conocer los productos que ofertan, su calidad, oportunidad y precio.

Paso No.4. Determinación de factores que inhiben el desarrollo de la cocina

En este paso se determinan los factores inhibidores, que son los factores o causas que inciden en el desempeño del hotel de forma negativa, imposibilitando la excelencia en el proceso de prestación del servicio. Estos factores están relacionados con la intención o actitud de querer mejorar, donde el nivel de satisfacción de los clientes externos tendrá un gran peso. En este caso se tendrán en cuenta tres aspectos fundamentales (la oferta de alimentos, la elaboración de alimentos y el servicio de alimentos y bebidas).

Oferta de alimentos

Se observa la oferta de alimentos, analizando el cumplimiento de los estándares establecidos por la cadena al cual pertenece el hotel.

Elaboración de alimentos

Se realizan visitas al área de cocina para conocer el funcionamiento de este proceso, se analiza la calidad del mismo y se tienen en cuenta los procesos de planificación, recepción, almacenamiento y preparación de alimentos.

Servicio de alimentos y bebidas

Se realizan las visitas a esta área de servicio para conocer el funcionamiento de este proceso. Para determinar la calidad del servicio en esta área se emplea una lista de chequeo de atención a la cliente establecida a la cadena a la cual pertenezca el hotel y se determina el porcentaje de cumplimiento de

cada parámetro y se realiza la evaluación general del servicio teniendo en cuenta los rangos que se declaran al final de la lista de chequeo.

Paso No.5. Medición de la satisfacción del cliente

Satisfacción del cliente interno

Para estar al tanto del grado de satisfacción del cliente interno se aplicaron encuestas que permitieron conocer el grado de motivación laboral de los mismos, además, dominar elementos tales como: sexo, edad, nivel cultural, profesionalidad, experiencia en el puesto de trabajo en el hotel.

Satisfacción del cliente externo

Para conocer los estándares de calidad, por ejemplo durante el desayuno y merienda se sugiere aplicar la lista de chequeo de atención al cliente de la cadena Islazul, y para conocer los niveles de satisfacción del cliente externo se aplica la encuesta que se presenta en el anexo 1.

FASE III: Estrategia de solución

Paso No.1 Estrategia de servicio

En este paso del programa de mejora de la calidad serán determinadas las principales alternativas u opciones que conllevarán al cumplimiento de la misión y los objetivos, en la que se deberá diseñar una estrategia integral de solución para cada uno de los indicadores con dificultades que contemplen en la medida de lo posible todas las causas de los factores inhibidores de la calidad del servicio. La estrategia deberá evitar que las soluciones propuestas para un área se conviertan en un problema para otra, se deberán distinguir claramente los períodos de solución, (corto, largo y mediano plazo), así como el grado de dependencia de las soluciones con respecto a las decisiones externas.

Paso No.2. Estructuración y formalización del proceso de servicio

La identificación y clasificación de los procesos se realizó empleando la técnica de tormenta de ideas mediante rueda libre, estos fueron clasificados en estratégicos, clave y de apoyo, se brinda toda la información necesaria de las unidades operacionales y se definen los ciclos de servicio.

Paso No.3. Análisis del flujo de procesos

Se elaboran los diagramas de flujo de procesos de las operaciones básicas de las áreas de elaboración y servicio.

FASE IV: Evaluación, normalización y documentación de soluciones

Objetivo: realizar monitoreo sobre las estrategias de solución y mejora de los servicios de alimento y bebidas

Paso No.1. Evaluación

En la evaluación de la calidad, hay cuatro preguntas básicas que se deberán formular en relación con cada uno de los procesos que es sometido a la evaluación:

1. ¿Se ha identificado y definido apropiadamente el proceso?
2. ¿Se han asignado las responsabilidades?
3. ¿Se han implementado y mantenido los procedimientos?
4. ¿Es el proceso eficaz para lograr los resultados requeridos?

Paso No. 2 Confirmar la mejora en el servicio

Paso No.3. Normalización de la solución y su documentación

Se elaborará un plan de acción para intervenir sobre las causas, estas acciones pueden ser clasificadas de manera general en dos grupos, directas e indirectas, la definición de cada acción debe contener los aspectos siguientes ¿Qué? (contenido de la acción que se ejecutará). ¿Quién? (ejecuta y dirige), ¿Cuándo? (las fechas y plazos de ejecución), ¿Qué presupuesto y recursos necesita? y ¿Qué beneficios deben esperarse de su aplicación?, así los responsables del análisis y aprobación tendrán más elementos para tomar la decisión final. La aplicación del procedimiento propuesto debe ser permanente para poder lograr la mejora de la calidad de los servicios de alimentos y bebidas.

CONCLUSIONES

1. La gestión del servicio de alimentos y bebidas constituye una actividad fundamental en la industria turística, no solo por los márgenes de contribución que se puedan obtener por esta vía, sino también como elemento cultural e integrador de la imagen del producto ofertado.
2. Se logró realizar el diagnóstico a la instalación turística Hotel “Cadillac”, de la ciudad de Las Tunas, lo que permitió determinar la existencia de deficiencias en la calidad de los servicios de alimentos y bebidas en dicha instalación hotelera y la necesidad de contar con una herramienta que le permita mejorar la calidad de estos servicios por considerar al cliente como el centro del negocio y su satisfacción como única vía para lograr la supervivencia y desarrollo de las unidades.
2. Los principales problemas del servicio de alimentos y bebidas identificados en el estudio realizado están relacionados con: el abastecimiento de las materias primas, la calidad y escasa variedad de estas, la inadecuada explotación de los equipos de cocina, la inadecuada cantidad, variedad y calidad de los utensilios de cocina, la insuficiente capacitación de los recursos humanos, la higiene en locales y la ineficiente política de comercialización.
3. Se logró diseñar el procedimiento para mejorar la calidad de los servicios de alimentos y bebidas en instalaciones hoteleras, estructurado en cuatro fases y trece pasos.

REFERENCIAS

- Batista Martínez, Y. (2014). *Mejora de la calidad del servicio de alimentos y bebidas en el restaurante italiano Venecia del hotel Playa Costa Verde*. (tesis de especialidad), Ciudad de La Habana, Cuba.
- Font, D. (2007). *Metodología para la mejora continua de la calidad en los servicios de restauración en la Empresa Islazul*. (tesis de maestría). Universidad de Oriente, Cuba.
- Hernández, L. (2009). *Problemas relativos a la calidad e inocuidad de los alimentos y su repercusión en el comercio*. Universidad de Granma, Cuba.
- ISO/TS 9002:2016. *Sistemas de gestión de la calidad. Directrices para la aplicación de la norma ISO 9001:2015*. Publicado por la Secretaría Central de ISO en Ginebra, Suiza. Madrid. España.: Editorial Díaz de Santos.
- NC ISO 9000: 2015. *Sistema de Gestión de la Calidad. Principios y vocabulario*. República de Cuba.
- NC ISO 9001: 2015. *Sistema de Gestión de la Calidad. Requisitos*. República de Cuba.
- NC ISO 9004: 2018. *Gestión de la Calidad. Calidad de una organización. Orientación para lograr el éxito sostenido*.
- Ramírez, C. C. (2002). *Calidad total en las empresas turísticas*. México: Trillas.
- Rodríguez Crespo, Y. (2008). *Elaboración de un procedimiento para la mejora de la calidad en los servicios de restauración en instalaciones hoteleras*. (tesis de maestría), Instituto de farmacia y alimentos, Alimentos, La Habana, Cuba.
- Toranzo Armas, Y. (2016). *Metodología para la mejora de la calidad en el proceso de A+ B. Aplicación parcial en el hotel Brisas Guardalavaca*. (tesis de maestría). Universidad de Holguín, República de Cuba.
- Zeithaml, V. A. (2002). *Marketing de Servicio*. Nueva York: McGraw-Hill.
- Zeithaml, V. A., & Parasuraman, A. y. (1993). *Calidad total en la gestión de servicios*.

ANEXOS

Anexo 1: Encuesta para conocer el grado de satisfacción del cliente

Estimado cliente el cuestionario que se presenta a continuación forma parte de una investigación realizado por la Escuela de hotelería y turismo "nuevos horizontes" filial Las Tunas, y pretende mejorar la oferta gastronómica que brinda el hotel para lo cual solicitamos su colaboración.

El cuestionario es anónimo y los datos obtenidos tendrán un tratamiento científico.

1. Edad _____ Sexo _____ Nacionalidad _____
2. ¿En qué eventos del día usted visita el bar-cafetería? (Marque con una X)
Desayuno _____ Merienda mañana ___ Tarde___ Noche__

3. ¿Cómo usted prefiere consumir las carnes?

Asadas _____ Estofadas _____ Fritas _____ Grilladas _____ Otras _____

4. Evalúe la calidad de la oferta de alimentos de nuestra instalación a través de los siguientes atributos. (Marque con una X)

ATRIBUTOS	BUENA	REGULAR	MALA
Sabor			
Variedad de alimentos			
Variedad de elaboraciones			
Presentación			
Temperatura de los alimentos			
Término de cocción			
Frescura			

5. En relación a los postres, evalúe la oferta en cuanto a variedad y calidad

PARÁMETROS	BUENA	REGULAR	MALA
Variedad			
Calidad			

Si la considera regular o mala. Explique ¿Por qué?

6. Evalúe el contenido de grasas, sal y azúcares de los alimentos que ha consumido en nuestro Bar-Cafetería. (Marque con una X)

PARÁMETROS	ABUNDANTE	ADECUADO	POCO
Grasas			
Azúcar			
Sal			