
DISEÑO DE OFERTAS GASTRONÓMICAS



Déborah López



ES FUNDAMENTAL QUE TODA EMPRESA DE RESTAURACIÓN SEPA DEFINIR Y DISEÑAR SU OFERTA GASTRONÓMICA DE FORMA ADECUADA, ASÍ COMO CONOCER Y UTILIZAR TÉCNICAS DE MARKETING CON EL OBJETIVO DE LLEGAR AL PÚBLICO, PARA CONSEGUIR UN MERCADO FIEL.

¿QUÉ ES UNA OFERTA GASTRONÓMICA?

LA OFERTA GASTRONÓMICA DE UNA EMPRESA DE RESTAURACIÓN, ES EL CONJUNTO DE TODOS LOS ALIMENTOS Y BEBIDAS QUE OFRECE, ASÍ COMO LOS SERVICIOS NECESARIOS PARA PRESENTARLOS A LOS CLIENTES.

ESTA DEFINICIÓN RESALTA QUE LO QUE OFRECE LA EMPRESA NO ES SÓLO UN PRODUCTO FÍSICO, SI NO UNA MEZCLA DE ELEMENTOS FÍSICOS, E INTANGIBLES QUE CONFORMAN LO QUE DENOMINAMOS SERVUCCIÓN.

SERVUCCIÓN= SERVICIOS + PRODUCCIÓN



CUANDO CONSUMIMOS EN UN RESTAURANTE, NO SÓLO ESTAMOS ADQUIRIENDO UN PLATO: EXISTEN OTROS ELEMENTOS COMO EL MODO DE ATENDERNOS, LA LIMPIEZA DEL LOCAL, LA MÚSICA DE FONDO, LA COMODIDAD DE LAS SILLAS, LA ILUMINACIÓN... UN CONJUNTO DE ELEMENTOS QUE HACEN QUE EL CLIENTE PERCIBA HABER RECIBIDO UNA EXPERIENCIA POSITIVA O NEGATIVA.

ELEMENTOS DE LA OFERTA GASTRONÓMICA

LOS ELEMENTOS NECESARIOS PARA DEFINIR UNA OFERTA GASTRONÓMICA SON IGUALES QUE LOS DE CUALQUIER PRODUCTO PERO CON UNA SERIE DE PARTICULARIDADES.

“LA SERVUCIÓN ES LA ORGANIZACIÓN SISTEMÁTICA Y COHERENTE DE LOS ELEMENTOS FÍSICOS Y HUMANOS NECESARIOS PARA LA PRESTACIÓN DE UN SERVICIO DE UNAS CARACTERÍSTICAS Y CALIDAD DETERMINADA.”

(P. EGLIER Y E. LANGEARD).

LOS ELEMENTOS DEL SERVICIO

Estos autores afirman que los elementos necesarios para la prestación de un servicio de unas características y calidad determinada son estos:

Trabajadores de la empresa en contacto con los clientes

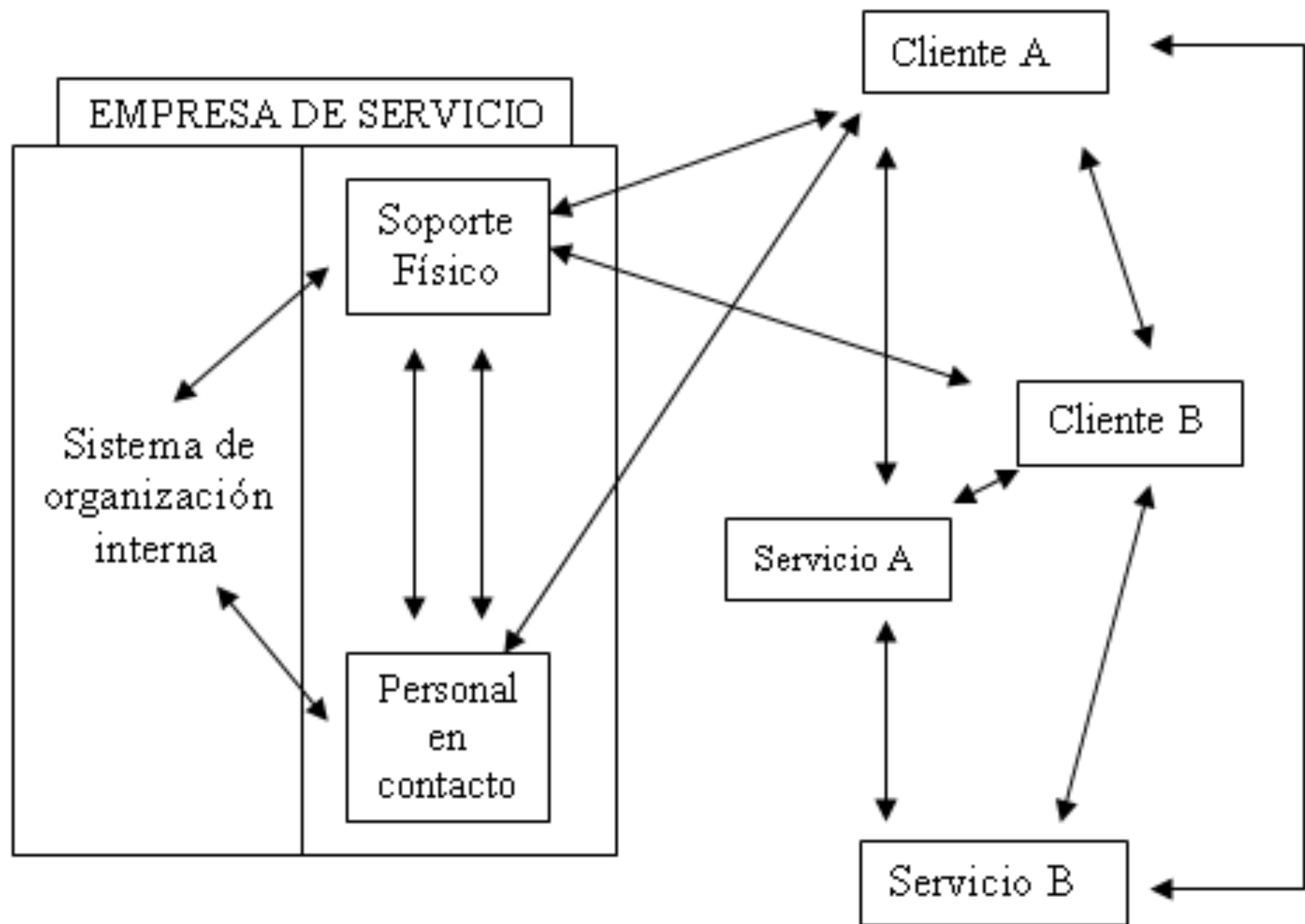
A quien va dirigido el servicio
El sujeto y objeto del servicio

Otros usuarios que pueden influir
Otros BENEFICIARIOS
Pueden influir en la calidad del servicio

La puesta en escena, el contacto directo con la clientela
La puesta en escena, el contacto directo con la clientela

Parte material del servicio
El soporte físico: las instalaciones, el material, los equipamientos.





TIPOS DE OFERTAS GASTRONÓMICAS



**EXISTEN MULTITUD DE OFERTAS GASTRONÓMICAS
Y DE CLASIFICARLAS, PERO BÁSICAMENTE SON
MENÚ Y CARTA, CON GRAN VARIEDAD ENTRE ELLAS.**

-CLASIFICACIÓN DE OFERTAS GASTRONÓMICAS:

-MENÚ:

-EN FUNCIÓN DE LA OFERTA

-FIJO, DEGUSTACIÓN, MENÚ CARTA,
CÓCTEL, BANQUETES PARA GRUPOS,
CÍCLICO, INFANTIL, JORNADAS
GASTRONÓMICAS.

-EN FUNCIÓN DEL MOMENTO

-DESAYUNO, BRUNCH, LUNCH, VINO
ESPAÑOL, DE COMIDA O DE CENA

-CARTA:

-CONCEPTO Y TIPOS

-APLICACIÓN DE LOS CONCEPTOS DE MKT

EL MENÚ

EL MENÚ ES LA OFERTA BÁSICA DE UN RESTAURANTE; SU COMPOSICIÓN ES MUY VARIADA:

- POR LO GENERAL SE COMPONE DE UN PRIMER PLATO, UN SEGUNDO Y UN POSTRE.
- EL SEGUNDO SUELE SER UN PLATO PRINCIPAL, CON UN ELEMENTO PROTEICO.
- INCLUYE AGUA, VINO, Y PAN.
- SU PRECIO ES GLOBAL.
- LOS CLIENTES TIENEN MUY REDUCIDA LA CAPACIDAD DE ELECCIÓN.

EL MENÚ ES UN
CONJUNTO CERRADO DE
PLATOS OFERTADOS
POR UN RESTAURANTE
A UN PRECIO GLOBAL
PREVIAMENTE
DETERMINADO.

SU COMBINACIÓN
PUEDE SER VARIADA, A
VECES AGRUPANDO
TODA LA OFERTA DEL
ESTABLECIMIENTO.

MENU

nostra cuina
tapería · arrosería

Primer Plato

- Ensalada griega con queso feta y orégano, tomate, pepino, cebolla y aceitunas negras.
 - Fabada Asturiana
- Salteado de verduras de temporada con chistorra, morcilla de burgos, tomate y virutas de parmesano
- Ensalada mediterránea: mix de lechugas, tomate, cebolla, atún, huevo duro, anchoas, etc..
- Potage de lentejas con verduras y costilla de cerdo
- Timbal templado de cocktail de setas al ajillo, brotes, bacon, maíz y reducción de vinagre de módena
 - Boquerones fritos en adobo
- Carpaccio de calabacín, salmon, lascas de parmesano y vinagreta de miel y mostaza
- Revuelto de ajetes y virutas de jamón gratinado a los quesos

Segundo Plato

- Secreto de cerdo ibérico cocido a baja temperatura sobre patatas, rúcula y salsa César
- Salteado de calamar patagónico con setas, ajos tiernos y salsa romesco
- Zarzuela de filete de panga, calamar, gambas, almejas, mejillones y patatas
- Caldereta de pollo, conejo, caracoles, setas y patatas
- Crep relleno de solomillo a la boloñesa, huevo y tomate
 - Crep relleno de espinacas a la crema, pasas y orejones gratinados a los quesos
 - Huevos rotos con patatas, ajetes y jamón
 - Gazpacho manchego
- Arroz o fideuá de pollo, conejo y caracoles
 - Arroz o fideuá negra
 - Arroz o fideuá de cefalópodos (sepia, pulpo, calamar, almejas y gambas)
 - Arroz o fideuá al horno (costilla, garbanzos, patatas, morcilla, pimiento y tomate)
 - Arroz o fideuá de verduras

11,95€ Iva Incluido

A Elegir Un Primero Y Un Segundo

Pan, Postre, y Primera Bebida Incluido Agua, Refresco, Cerveza o Copa De Vino

-EL MENÚ BÁSICO ESTÁ
COMPUESTO DE PRIMERO,
SEGUNDO Y POSTRE.

-EL SEGUNDO PLATO INCLUYE UN
ALIMENTO PROTEICO.

-INCLUYE PAN, BEBIDA Y POSTRE,
A UN PRECIO GLOBAL,
REDUCIENDO LA CAPACIDAD DE
ELECCIÓN.

LA NORMATIVA DE ALGUNAS
COMUNIDADES AUTÓNOMAS
REGULAN EL "MENÚ DE LA CASA"
PERO CADA VEZ, LAS EMPRESAS
TIENEN MÁS LIBERTAD A LA
HORA DE ESTABLECER LA
COMPOSICIÓN DE LOS MENÚS.

HAY QUE TENER EN CUENTA LA CAPACIDAD ECONÓMICA DE LA COMPRA Y DEL ALMACENAMIENTO DEL ABASTECIMIENTO DEL MERCADO LOCAL, LA ÉPOCA DEL AÑO, EL TIPO DE CLIENTELA.

EL MENÚ DEBE SER PERIODICAMENTE REVISADO Y ESTABLECER UN SISTEMA DE ROTACIÓN, PARA ESTABLECER UNA OFERTA EQUILIBRADA.

NORMAS BÁSICAS PARA ELABORAR UN MENÚ:

- **EQUILIBRIO.**
 - **ORIENTADO A LOS GUSTOS Y CARACTERÍSTICAS DE LOS CLIENTES.**
 - **OFRECER PLATOS MÁS LIGEROS POR LA NOCHE.**
 - **TENER EN CUENTA LAS MATERIAS PRIMAS DISPONIBLES, TENIENDO EN CUENTA LOS PRODUCTOS DE TEMPORADA Y DE LA ZONA.**
 - **TENER EN CUENTA LOS COSTES DIRECTOS E INDIRECTOS.**
 - **PROGRAMAR LOS MENÚS CON TIEMPO.**
 - **EVITAR QUE UN MENÚ TENGA DOS PLATOS ELABORADOS CON LA MISMA TÉCNICA, SALSA, GUARNICIONES, COLORES E INGREDIENTES.**
 - **UTILIZAR PAPEL DE CALIDAD, PREFERIBLEMENTE BLANCO O CREMA; SE EXPONDRÁ EN LUGAR VISIBLE, INCLUYENDO EL LOGO DEL ESTABLECIMIENTO Y LA INDICACIÓN DE SI ES UN SERVICIO DE ALMUERZO O CENA.**
 - **REVISAR FALTAS DE ORTOGRAFÍA, Y ERRATAS!!**
-



De lunes a viernes a mediodía

Menú del día 11€

Primer plato
Segundo plato
Postre
Una bebida
Café

...o medio menú por 6€

Primero o segundo a elegir,
postre, una bebida y café

¡Todos los días arroces variados!

* Aceptamos cheques Gourmet, Restaurante y Sodexo



MENÚ FIJO

Es aquel en el que hay un plato por cada grupo.

Es un menú de comida o cena cerrado, es decir, el cliente no puede elegir los platos.

Generalmente ofrecen este menú los establecimientos que trabajan con grupos o eventos especiales.

El menú fijo se compone de dos o tres platos y postre.



MENÚ DEGUSTACIÓN

La degustación significa prueba o cata de un alimento o bebida; por tanto, el menú degustación se basa en la cata de diversos alimentos y se compone de varios platos de la carta, en raciones más pequeñas, con el fin de que el cliente pruebe, en pequeñas cantidades, una gran diversidad de elaboraciones.

Suele tener precios elevados.

Lo habitual es elaborar un **menú largo y estrecho**, es decir, ofrecer muchos platos en pequeñas cantidades.

MENÚ DEGUSTACIÓN

(Este menú sólo se servirá por mesa completa)

Snacks

Tapa de aperitivo

Tartar de bonito y ostra con anguila ahumada y "trinxat" de patata con cebollino

Navajas salteadas con manitas de cerdo, y crema de topinambur

Arroz carneroli a la cazuela con espardenyas

Lenguado con canelón de espelta, espinacas, piñones y salsa de Ibérico

Cremoso de mango y fruta de la pasión con sorbete de lima y sopa de lichis

Fresas, bizcocho de vainilla y crumble de algarroba

"Petits fours"

Precio por persona 63 Euros + 8% iva

Como ejemplo, un menú degustación histórico: la última cena en El Bulli.

elBulli

02/07/2011

SNACKS

pan de gambas
galleta de cacahuete y miel
corteza de bacalao
galleta de tomate
merengue/profiteroles de remolacha y yogur
air-baguette

MENU

cañas: mojito - caipirinha
flauta de mojito y manzana
gin fizz frozen caliente
aceitunas verdes esféricas-I
cacahuets miméticos
ravioli de pistacho
porra de parmesano
"macaron" de parmesano
globo de gorgonzola
chip de aceite de oliva
papel de flores
won-ton de rosas con jamón y agua de melón
canapé de jamón y jengibre
cerillas de soja
ravioli japonés
empanadilla de nori
gamba dos cocciones
tártar de tuétano
aire helado de parmesano con muesli
tagliatelle de consomé a la carbonara
crema de caviar con caviar de avellana
porra líquida de avellana
shabu-shabu de piñones
pollo al curry
almendra mimética
percebe con caviar
ceviche de bogavante
ceviche de almeja
taco de Oaxaca
gazpacho y ajo blanco
espardeñas-espardeñas
ninyoyaki de liebre
capuccino de caza
risotto de moras con jugo de caza
ravioli de liebre con su boloñesa y su sangre
estanque
blini de yogurt
"coca de vidre"
"filipinos"
rosa de manzana
caja

Grande Réserve
Gosset @ Champagne-Aÿ (A.O.C.)

Godella Selección 2009
Godella @ Bierzo (D.O.)

Corton-Les Vergennes Cuvée Paul Chanson 2007
elBulli@Hospices de Beaune @ Corton-Les Vergennes (Grand Cru)

El Pisón 1999
Artadi @ Rioja (D.O.Ca. (Cosecha))

Châteauneuf-du-Pape 2004
Château de Beaucastel @ Châteauneuf-du-Pape (A.O.C.)

Moscatel Victoria 2 2006
Jorge Ordóñez & Co. @ Málaga (D.O.)

Apreciado Carlos,

Nos sentimos muy orgullosos de haber contado con tu distinguida presencia en esta extraordinaria experiencia de la Última Cena en elBulli, para donación de fondos al proyecto elBullifoundation.

Deseamos que conserves exquisitos recuerdos de este día en elBulli. Nosotros atesoraremos esta noche en nuestra memoria.

SINCERAMENTE, GRACIAS,

*Lou**

*intelligent lifestyle for the art of living

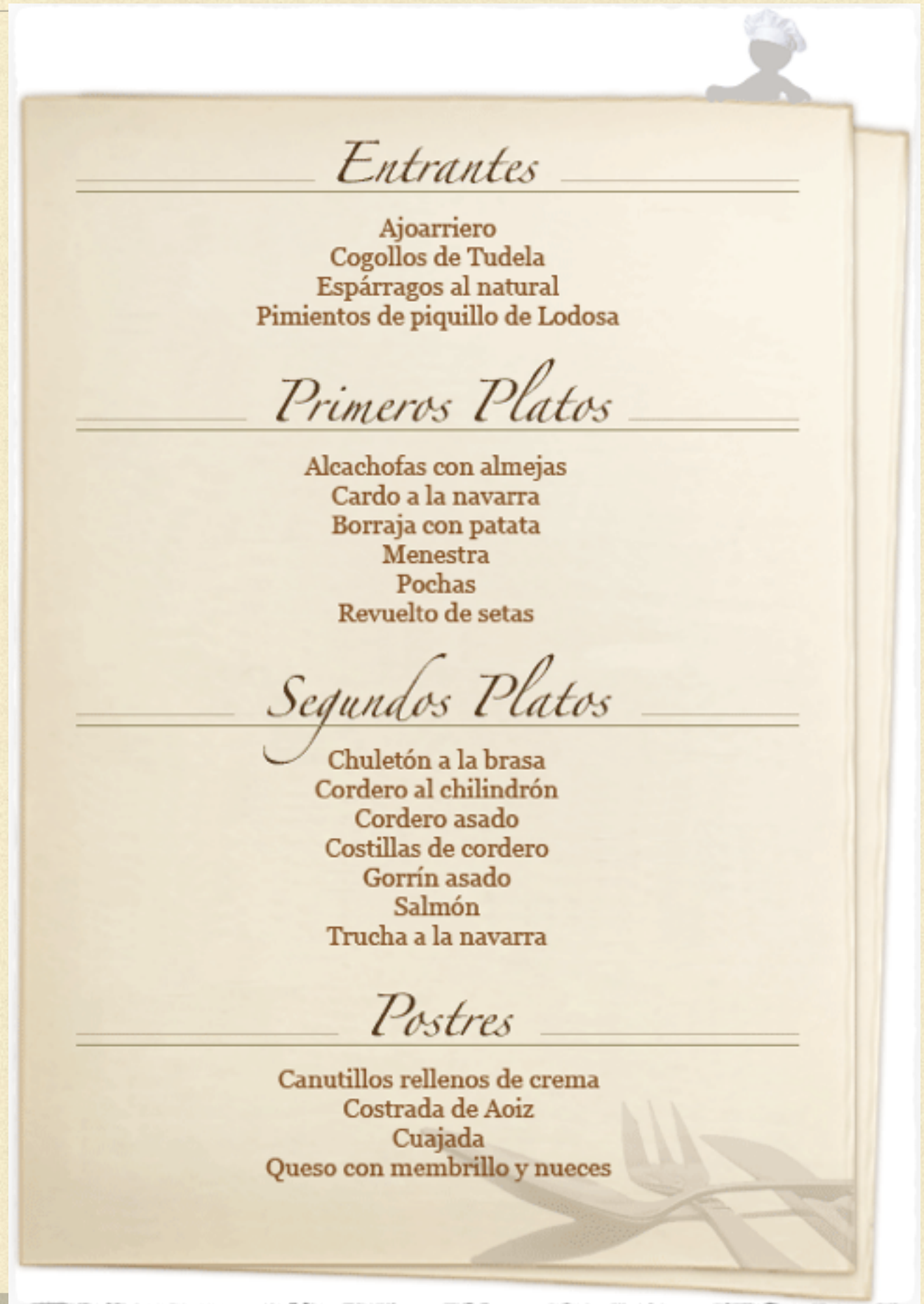




Menú–carta.

Es un menú abierto en el que se puede escoger entre una amplia variedad de platos, clasificados en 3 ó 4 grupos establecidos, teniendo cada grupo de 3 a 6 platos.

El precio del menú es fijo, pero se pueden establecer menús- carta a diferentes precios, cambiando el contenido o la calidad de los platos.





Cóctel de Bienvenida

Rollitos de Jamón York con Queso Roquefort

Tartaleta de Ensaladilla con Gambas

Rollitos de Salmón con Queso Roquefort

Tortitas de Camarón

Pinchos de Pulpo con Pimientos de Padrón

Tartaleta de Morcilla con Piñones

Delicia de Chorizo con Almendra

Jamón de Bellota (tapeado delante de Uds.)

Bebidas

Vinos de la Región

Agua Mineral

Cerveza y Refrescos

Vermut

Menú de Cóctel.
Es el que se realiza
antes de las
comidas o cenas en
eventos especiales.
Consta de
pequeñas
elaboraciones,
tanto saladas como
dulces,
acompañadas de
bebidas.

Menú de Banquetes

Es el que se elabora para eventos especiales, como bodas, reuniones de trabajo, inauguraciones, etc.

Constan de una relación extensa de platos, muy cuidados en su elaboración y presentación, utilizando ingredientes generalmente de alta calidad y técnicas de cocina novedosas.



MENÚ

TARTELETA HOJALDRADA
CON FRUTOS DE MAR SOBRE FONDO DE VERDURAS
*PUFF-PASTRY TARTLET
WITH SEAFOOD ON A BED OF VEGETABLES*

CAPÓN ASADO AL TOMILLO
FRUTOS SECOS
*ROAST CAPON WITH THYME
AND NUTS*

TARTA
CAKE

Blanco D.O. Rías Baixas
Tinto D.O. Rioja
Cava

*White Wine: D.O. Rías Baixas
Red Wine: D.O. Rioja
Cava*

PALACIO REAL, 22 DE MAYO DE 2004



Menú para grupos. Son los menús que contratan las agencias de viajes para los clientes que viajan en grupo. Por ejemplo, cuando se hace una visita guiada de un día en la que va incluida la comida.

Menú cíclico. Consiste en la elaboración de un menú con una serie de platos fijos durante un tiempo establecido, a cuyo término se cambian por otros. La combinación de platos escogidos dependerá del valor nutricional que desemos otorgar a dicho menú (comida sana, de dieta, etc.). Este menú es típico en el sector institucional o colectivo.

Menú infantil. Son menús adaptados a familias con niños; las presentaciones son atractivas y divertidas, las raciones más pequeñas y el tipo de platos se corresponde con los gustos de este colectivo.

Menú de Jornadas gastronómicas. Estos menús se realizan cuando un determinado restaurante quiere mostrar, durante un período de tiempo determinado (un día, una semana, un mes) platos típicos basados en una determinada materia prima (por ejemplo, salmón, reno, jabalí, etc.) o típicos de una zona, región o país.



www.hosteleria.gijon.es / www.gijon.info

MENÚ

- Pote asturiano
- Picadillo de matanza
- Frixuelos o picatostes

Jornadas Gastronómicas del Antroxu

Del 28 de febrero al 4 de marzo del 2014

Gijón
Asturias con sal

ORGANIZA Hostelería de Gijón

COLABORA Gijón Turismo



TIERRA ASTUR
SIDREIROS

POTE D'ANTROXU
Martes 12 de Febreru

Tortu de Maíz con morciella fresca y compota de manzana

Pote d'antroxu con compangu de Gochu Asturcelta

Picadillo de Gochu Asturcelta con güevu y patates

Frixuelu y Picatoste a sidra

Pan, sidra o xarra de vino, café y llicor Tierra Astur

18€
IVA INCLUYÍU

TIERRA ASTUR Gascón GASCONA, 1 Oviedo / Oviedo Tel. 985 282 582	TIERRA ASTUR Avilés San Francisco, 4 Avilés Tel. 984 83 30 38	TIERRA ASTUR Puente PLAYA DE PUENTE Rixón / Gijón Tel. 985 327 448	TIERRA ASTUR Aguila (Aguila Negra) Cualloto / Colloto Tel. 985 791 228
--	--	---	---

Tierra Astur

www.tierra-astur.com

Cola ayuda de la Consejería d'Educación Cultura y Deporte del Principáu d'Asturies

EL MENÚ EN FUNCIÓN DEL MOMENTO

Menú de desayunos. Es el menú que se ofrece por la mañana, y existen diferentes tipos:

- **Desayuno continental.** Es el desayuno europeo. Se compone de café, té, chocolate o leche, pan o bollería, mantequilla y mermelada, miel y otros productos como zumos, huevos, jamón, etc.
- **Desayuno inglés o americano.** Incluye bebidas calientes, pan, mantequilla, mermelada y miel, fruta o zumo, cereales, huevos al gusto acompañados con jamón o salchichas, carnes frías, yogurt, etc.
- **Desayuno buffet.** Incluye lo mismo que el americano, pero cambia el tipo de servicio y tiene un precio fijo; el cliente puede consumir todo lo que quiera por dicho precio.

Brunch. Es una mezcla del desayuno y la comida que se suele realizar entre las 10 de la mañana y las 3 de la tarde. Consiste, por lo general, en un buffet libre compuesto por platos dulces y salados.

Vino español. Es un cóctel con productos típicos españoles, como jamón, tortilla, croquetas, etc. Se acompaña de vinos, cerveza, refrescos y agua.

Lunch. Es un cóctel con raciones más grandes que los aperitivos, por lo que puede sustituir a una comida.

Menú de comida o cena. Es el menú que se ofrece tanto a mediodía como por la noche y, dependiendo del tipo de clientela y de la ubicación del restaurante, se compondrá de unos platos u otros aunque, generalmente, a mediodía se ofrecen platos más copiosos y fuertes que por la noche.







Sunday Brunch Buffet

Every Sunday 9 AM – 1 PM

Adults \$15, Kids Ages 5-12 \$7, Kids 4 & Under: Free

**EARLY RISER
SPECIAL**

9 – 10 AM

Adults: \$12, Kids: \$4!!!

~ Featuring Live Jazz 10am - 1pm ~



Scrambled Eggs, Bacon, Sausage Links, Homefries, Potato Casserole, Corned Beef Hash, Sausage Gravy, Eggs Benedict, Quiche, Fresh Fruit, Stuffed French Toast, Assorted Breakfast Muffins, Scones, Danish, Biscuits & Gravy, Tossed Salad, Gourmet Pasta Salad, House-made Soup of the Day, etc...

Carving Station – Ham, Turkey, Stuffed Chicken, Roast Beef, Pork Loin, etc. (Two per Sunday)

Luncheon Entrees, like –

Naked Stout Teriyaki Glazed Steak Tips,
Lobster Stuffing topped Haddock or Chicken Parm

Top Your Own Waffle Station

with Strawberries, Whipped Cream & More!

Chocolate Fountain & Desserts

featuring Fruit, Mini Canolies, Cakes, Pies & Other Goodies!

Buffet Includes your choice of:

Small Juice or Milk, Mimosa made with Wycliff Champagne,
Bottomless Cup of Dean's Beans Coffee,
Cappuccino, Latte or Espresso, Fountain Soda



Plus...

Gourmet Coffee,
Cappuccino, Latte, Espresso

Dean's Beans Coffee - \$2

Espresso - \$2.50 Double Espresso - \$4

Cappuccino, Latte - \$3.50

Juice

Orange, Apple, Cranberry, Grapefruit,
Pineapple & V8 All Available

Small Juice - \$2 Large Juice - \$2.75

Ale House Brunch Cocktails*

"Create-Your-Own" Bloody Mary (\$6) – ask your server!
Mimosas (\$4) House Beers (12 oz. Minis or 16 oz. Pints)



Full Dinner Menu & Specials

Available Every Sunday Starting at 12 Noon



MENU DIETÉTICO: SE TRATA DE UN MENÚ ESPECIAL QUE TIENE EN CUENTA NECESIDADES CONCRETAS.

MENÚ LABELLING: EXPONE LOS VALORES NUTRICIONALES DE LOS PLATOS.

CALORIES

Now on the Menu

 In November 2014, FDA announced the final menu labeling regulations that will give information to consumers to help them make choices about the food they eat away from home.

WHAT PERCENT OF CALORIES DO PEOPLE CONSUME AWAY FROM HOME?	33% NOW 18% 1970s
RESTAURANTS AND RETAIL ESTABLISHMENTS ARE COVERED ONLY IF THEY HAVE HOW MANY LOCATIONS?	20 OR MORE

Where Will I See Calories?

- MEALS FROM SIT-DOWN RESTAURANTS
- FOODS PURCHASED AT DRIVE-THROUGH WINDOWS
- TAKE-OUT FOOD, LIKE PIZZA
- FOODS, LIKE A SANDWICH, ORDERED FROM A MENU OR MENU BOARD AT A GROCERY STORE
- FOODS YOU SERVE YOURSELF FROM A SALAD OR HOT FOOD BAR AT A RESTAURANT OR GROCERY STORE
- A MUFFIN ON DISPLAY AT A BAKERY OR COFFEE SHOP
- POPCORN PURCHASED AT A MOVIE THEATRE OR AMUSEMENT PARK
- A SCOOP OF ICE CREAM, MILK SHAKE OR SUNDAE FROM AN ICE CREAM STORE
- CERTAIN ALCOHOLIC BEVERAGES AT A RESTAURANT
- CERTAIN VENDING MACHINES







SOURCES:
FOOD LABELING: NUTRITION LABELING OF STANDARD MENU ITEMS IN RESTAURANTS AND SIMILAR RETAIL FOOD ESTABLISHMENTS
FINAL REGULATORY IMPACT ANALYSIS: FDA-2011-F-0172
WWW.FRS.USDA.GOV/AMBER-WAYES/2014-JUNE/EATING-OUT-INCREASES-DAILY-CALORIE-INTAKE.ASPX#BZFR1EFTW
WWW.FRS.USDA.GOV/TOPICS/FOOD-CHOICES-HEALTHYFOOD-CONSUMPTION-BEHAVIOR/FOOD-AWAY-FROM-HOME.ASPX



LA CARTA



La carta es la herramienta de comunicación con el cliente más directa y eficaz con la que cuenta el negocio de restauración, por eso hay que prestarle la máxima atención a su diseño y contenido.

LA CARTA PRESENTA LA OFERTA DE PLATOS Y BEBIDAS DEL ESTABLECIMIENTO. ESTARÁN ORDENADOS, POR GRUPOS DE ALIMENTOS, Y CADA ELABORACIÓN TENDRÁ ASIGNADO UN PRECIO, PERMITIENDO TOTAL LIBERTAD DE ELECCIÓN.

Es la relación de platos que oferta el restaurante, dispuestos de forma que el cliente pueda elegir cómodamente y que le aporten la información necesaria para realizar esa elección. Para facilitar al cliente elegir su comida, los platos se suelen agrupar en gamas, es decir, en grupos homogéneos de productos que permitan al usuario comparar entre el contenido de una misma gama.

Se supone que aquello que el cliente elija para comer se elabora en el momento, tras la petición realizada del mismo.

En la carta, cada elemento que se oferta debe llevar especificado su precio correspondiente y si lleva el IVA incluido o no.

LA TENDENCIA ES A ELABORAR CARTAS CON UN NÚMERO DE PLATOS MÁS REDUCIDO POR GRUPO (UNA CARTA QUE OFREZCA ENTRE 25 Y 40 ELABORACIONES ES UN NÚMERO ADECUADO).

UNA CARTA CON UN NÚMERO MUY AMPLIO DE PLATOS DIFICULTA LA LECTURA, DESPISTA AL CLIENTE, Y RETRASA EL TIEMPO DE ELECCIÓN Y, CONSECUENTEMENTE LA TOMA DE LA COMANDA.

POR EL CONTRARIO, UNA CARTA SIMPLIFICADA, SUPONE:

- AGILIZA EL PROCESO DE ELEGIR.
- PERMITE PLANIFICAR COMPRAS Y GESTIONAR MÁS ADECUADAMENTE EL ALMACÉN.
- FACILITA EL TRABAJO EN COCINA.
- SE PUEDE RENOVAR CON MÁS FACILIDAD.



TIPOS DE CARTA

Carta de vinos. es aquella que incluye la relación de vinos de los que dispone el establecimiento; es importante no solo la selección de vinos que oferta, sino también la información que aporta sobre los mismos. Los vinos se suelen agrupar según el siguiente orden:

- Vinos blancos, rosados y tintos nacionales. Y a su vez:
 - En primer lugar, los jóvenes y los crianzas.
 - Después, los reservas.
 - Finalmente, los grandes reservas.
 - Vinos extranjeros.
 - Cavas y champagnes.
- Además, puede contener información sobre la cosecha, las denominaciones de origen, la zona, las marcas, la bodega concreta, etc. Si se da la posibilidad de servir medias botellas o por copas, se especificará el precio de ambos conceptos.

CARTA VINOS

VARIADOS

TINTOS VARIADOS

Somontano (Enate / Reserva)	25.00
Somontano (Enate / Crianza)	18.00

VINO DE MADRID

Quebel Ecológico (Crianza)	35.00
----------------------------	-------

VINOS DE LA MANCHA

Añadas	7.00
Señorío de los Llanos	15.00
Pata Negra	15.00

BLANCOS

El Coto (Vino de la casa) Rioja	11.00
El Coto (Envase 1/2) Rioja	7.00
Monopol (Seco) Rioja	13.00
Marqués de Riscal / Rueda	14.00
Diamante (Dulce) Rioja	12.00
Viña Esmeralda / Penedés	18.00
Alvariño	18.00
Viña Sol (Seco) Penedés	14.00
Ermita Despiells / Penedés	15.00
Pinor	10.00
Barbadillo / Cádiz	11.00
Verdejo / Rueda	14.00

ROSADOS

El Coto (Vino de la casa) Rioja	11.00
Señorío de Sarriá / Navarra	11.00
Torres / Penedés	11.00
Peñascal / Ribera del Duero	11.00

CAVAS

Codorníu Extra (Semi seco)	16.00
Juvé y Camps (Brut)	25.00
Benjamín Codorníu (Extra Brut)	7.00

CHAMPAGNE

Don Perignon	140.00
Moet - Chandon	80.00

- . Otras cartas serían las que contienen relaciones de alimentos o bebidas, que se agrupan de forma homogénea en una carta de reducidas dimensiones y que es exclusiva para ese producto. Serían ejemplos las de postres, entrantes, ensaladas, cafés, cócteles, refrescos, bebidas internacionales, licores, etcétera.

En función del tipo de actividad o empresa, se puede diseñar la carta de cafetería y la carta de *room-service*, con características propias del servicio que prestan. Además, hay que mencionar las cartas según el público objetivo para el que van dirigidas, cuyo ejemplo más aclaratorio es la carta para niños.



Carta de Room Service

Sopas y Ensaladas

Ensalada de hojas verdes, tomate y palmitos
\$2.500

Crema de choclo rostizado
\$3.100

Crema de almejas
\$4.200

Carnes y Pescados

Filete de res (250gr)
\$6.900

Pechuga de pollo
\$5.400

Filete de Salmón
\$6.400

(Acompañados de papas fritas o risotto con
variedad de quesos y hojas verdes)

Postres

Copa de Helado
\$2.200

Biscuit de higos
\$2.200

Cheesecake
\$2.800

Sandwiches

Sándwich Vegetariano (lechuga, tomate,
palta, quesillo en yogurt con aceitunas
verdes y alcaparras, mayonesa con ajo y
papas fritas)

\$4.500

Bahía (Carne de res, cebolla acaramelada,
queso, pepinillos, mayonesa con ciboulette y
papas fritas)

\$4.900

Cazador (Carne a la plancha con tomates,
palta, queso fundido, mayonesa y papas
fritas)

\$4.900

Del Huerto (Pechuga de pollo, lechuga,
champiñones, morrón, mayonesa y papas
fritas)

\$4.500

Sándwich de Salmón ahumado (queso
crema, salsa de soya, hojas verdes pepino y
papas fritas)

\$5.300

(En Pan de molde blanco, integral o pan de la casa)

* Servicio desde la 7:30 a las 23:30

* Tiempo aproximado de servicio 25"



Menú Dirigido

Ensalada Mitho's

Tomates, manzanas marinadas, tomates secos, rúcula, queso, pesto de albahaca, merri y queso parmesano.
Bs. 21.99

Filete de Res

Corte de carne de primera, empanado crujiente, papas y la francesa y salsa de queso.
Bs. 26

Parrilla Criolla al Aceite de Carbón

Pieza de carne primera acompañada de papas o papa con queso y salsa de queso.
Bs. 31

Filetes de Merluza a la Romana

Merluza fresca con queso refrito, papas fritas con queso y salsa de queso.
Bs. 36

Chalupa

Cachapa rellena de queso tipo de queso.
Bs. 23

Corcón Bleu de Pollo sobre veloute de abobaca

Pechuga de pollo rellena de tomates frescos, mozzarella, queso y la francesa de abobaca.
Bs. 32.99

Bistec Encabulado

Encabudo de queso a la parrilla acompañado de compote de papas.
Bs. 28



Paninis

Roast Beef

Porción tipo sandwich relleno de Roast Beef hecho en casa, queso, tomate, lechuga, pepino, mayonesa.
Bs. 26

Gourmet

Porción tipo sandwich relleno de queso de pollo, queso, queso, queso, lechuga, tomate, pepino.
Bs. 23

Atún

Porción tipo sandwich relleno de ensalada de pollo, queso, queso, queso, lechuga, tomate, pepino.
Bs. 26

Vegetariano

Porción tipo sandwich integral relleno de berenjena, calabacín, queso, queso, queso, lechuga, tomate, pepino.
Bs. 26

Gourmet

Porción tipo sandwich relleno de queso, queso, queso, queso, lechuga, tomate, pepino.
Bs. 23

Papas de Carne

Porción tipo sandwich relleno de queso, queso, queso, queso, lechuga, tomate, pepino.
Bs. 24



Pastas

Rigatoni con Ragú de Pollo

Ragú hecho en casa, acompañado de queso tipo de queso.
Bs. 22.99

Linguini Carbonara

Linguini relleno de queso, queso, queso, queso, lechuga, tomate, pepino.
Bs. 24.99

Espagueti Bologna

Corte de la carne Bologna con la pasta hecha en casa, acompañado de queso tipo de queso.
Bs. 22.99

Pumitas Primavera

Pasta acompañada con verduras en la parrilla.
Bs. 23.99

Ragout con Fondue Parmesano y Hongos

Pasta rellena de queso, queso, queso, queso, lechuga, tomate, pepino.
Bs. 29

Raciones Adicionales

Papas Fritas, Queso, Papas Fritas, Papas con Queso.
Bs. 7



Para Picar

Alitas de Pollo Marinadas

Deliciosas alitas de pollo marinadas y fritas, acompañadas de salsa de queso.
Bs. 9

Papas Bravas

Corte tipo bravas de papa cocida y frita, acompañada de la salsa Brava hecha en casa de tomate, queso y paprika.
Bs. 5

Taquitos con Salsa Criolla

Deliciosos taquitos de los tres tipos de carne de res, de tomate, queso.
Bs. 9

Tarta de Queso

Tarta de queso, queso, queso, queso, lechuga, tomate, pepino.
Bs. 5

ESPAÑADA GALLEGA

Bebidas

Café Grande

Bs. 4.5

Café Pequeño

Bs. 3

Te e infusiones

Bs. 6

Jugo Natural

Bs. 8

MITHO'S
COCINA & BAR



jmwwebs.net

Entrantes

Micuit de Pato con Tres Toques	18 €
Jamón Ibérico	17 €
Cecina con Aceite Ecológico y Frutos Secos	14 €
Carpaccio de Solomillo de Ternera con Crujientes de Patata y Lascas de Queso	10 €
Revuelto de Morcilla con Piñones	9 €
Morcilla a la Plancha con Pimientos	9 €
Espárragos Dos Salsas	12 €
Ensalada Mixta	7 €
Ensalada de Bacalao con Pimientos del Piquillo	14 €
Cogollos con Cardo en Ensalada y Vinagreta de Anchoas	10 €
Ensalada de Membrillo y Cítricos con Vinagreta de Avellanas	8 €
Melón con Jamón Ibérico	13 €
Pastel de Verduras	8 €
Menestra de Verduras	9 €
Sopa Riojana	8 €
Olla Podrida (Alubias)	10 €

Carnes

Brocheta de Solomillo de Cerdo con Panceta y Plátano Frito	13 €
Chuletillas de Cordero con Pimientos de la zona y Patatas Fritas	14 €
Perdiz Escabechada	17 €
Entrecot con su Guarnición	19 €
Solomillo al Pedro Ximénez	19 €
Pimientos Rellenos de Carne con Salsa de Piquillo	10 €

Pescados

Langostinos a la Plancha	14 €
Bacalao a la Riojana	14 €
Bacalao a la Plancha con Nuestro Sofrito	16 €
Bacalao con Puré de Puerros, Espinacas y Almendras	18 €
Bacalao con Salsa de Boletus	18 €
Lubina a la Plancha con Esencia de Jerez	15 €
Lomo de Dorada con Compota de Tomate y Albahaca	16 €
Pimientos Rellenos de Pescado con Salsa Langostada	11 €

A estos precios se aplicará el IVA vigente

la chinchina



Cambados
*** Restaurante & Tapas ***

Pregunte por la Tapa del día
y las tapas especiales

Ensaladas

Ensalada Mixta	10€
Tomate con Ventresca	10€
Salpicón de Gambas	10€
Ensalada de Pimientos	10€

Mariscos

Langostinos	S/M
Cigalas	S/M
Percebes	S/M
Almejas de Carril	S/M
Cañaillas	S/M
Bogavante	S/M
Langosta	15€



Cambados
*** Restaurante & Tapas ***

Pregunte por la Tapa del día
y las tapas especiales

Fritos

Boquerones Victorianos	7€
Adobo de Cazón	7€
Piñotas	7€
Alcedías	7€
Fortillitas de Camarón	7€
Chocos Fritos	7€
Calamares	7€
Salmonetitos	7€
Puntillitas	7€
Tacos de Corvina	7€
Bacalao Frito	7€

Chacinas

STARTERS



Homemade Soup of the Day	\$3.75
Includes all bread served	
Moules à la Olerne	\$4.75
Hot, spicy, served with bread and butter	
Robb's Wedgie	\$4.75
Homemade bread and potato wedges	
Roast Chicken	\$5.25
Hot, spicy, served with bread and butter	
Guinness and Hummer's Tea	\$4.25
Hot, spicy, served with bread and butter	
Guinness Bread	\$2.50
Guinness Bread with Cheese	\$3.50



ROAST MEATS



Homemade Lasagne	\$7.25
Includes all bread served	
Roast Chicken	\$5.75
Includes all bread served	
Chicken Curry	\$6.75
Includes all bread served	
Roast Beef	\$6.75
Includes all bread served	
Roast Beef and Gravy	\$6.75
Includes all bread served	
Roast Beef and Gravy	\$6.75
Includes all bread served	

MEAT DISHES



Hot Irish Steak	\$5.75
Hot Irish Steak	\$5.75
Choice of Sauce - Pepper, Onion, Gravy	\$5.75
Guinness Bread	\$2.50
Guinness Bread with Cheese	\$3.50
Roast Chicken	\$5.25
Roast Chicken	\$5.25
Roast Chicken	\$5.25

All the above served with a choice of two, baked potatoes or new potatoes and salad or vegetables of the day.

Special Board

FISH DISHES

Coastal Fish	\$7.50
Coastal Fish	\$7.50
Coastal Fish	\$7.50
Coastal Fish	\$7.50
Coastal Fish	\$7.50

All the above served with a choice of two, baked potatoes or new potatoes and salad or vegetables of the day.



FAMILY FAVOURITES

Roast Lamb Shank	\$8.95
Includes all bread served	
Roast Lamb Shank	\$8.95
Includes all bread served	
Roast Lamb Shank	\$8.95
Includes all bread served	
Roast Lamb Shank	\$8.95
Includes all bread served	



SALADS



Roast Chicken	\$7.50
Roast Chicken	\$7.50
Roast Chicken	\$7.50

CHILDREN'S SELECTION

Cheese and Tomato Pie	\$3.25
Chicken Nuggets	\$3.25
Sausages	\$3.25
Hot Burger with/without Cheese	\$3.25
Hot Burger with/without Cheese	\$3.25
Hot Burger with/without Cheese	\$3.25
Hot Burger with/without Cheese	\$3.25
Hot Burger with/without Cheese	\$3.25
Hot Burger with/without Cheese	\$3.25

RICE DISHES

Roast Chicken	\$7.50
Roast Chicken	\$7.50
Roast Chicken	\$7.50

BACKET POTATOES

Cheese	\$5.75
Cheese	\$5.75
Cheese	\$5.75
Cheese	\$5.75
Cheese	\$5.75

SANDWICHES & BAGUETTES

Sandwich	Baguette
Hot Chicken	\$4.75
Hot Chicken	\$4.75
Hot Chicken	\$4.75
Hot Chicken	\$4.75
Hot Chicken	\$4.75

Raciones

Completas
o
1/2 Ración.

- Pimientos del piquillo caramelizados con taco de Bonito aderezados con crema de vinagre de Modena.....8,50
- Chitrones a la Plancha con cebolla confitada.....10,50
- Salpicón de Marisco a la vinagreta de Modena.....12,00
- Salteado de Sulas y gambas al ajillo picantes.....8,00
- Pulpo a la Gallega.....16,00
- Mejillones en Salsa a la Gallega.....8,00
- Mejillones a la Vinagreta.....8,00
- Mejillones en Salsa Picante.....8,00
- Mejillones con Ali Oli.....8,00
- Kokotxas de Bacalao al Pil Pil.....15,00
- Patatas Bravas.....6,00
- Patatas Ali Oli.....6,00
- Patatas Bravolli.....6,00

- Croquetas Caseras (Pollo, Jamón, Setas y Bacalao).....8,00
- Albóndigas de Buey en Salsa de Verduras.....12,00
- Callos a la Madrileña.....8,00
- Jamón Ibérico de Bellota.....20,00
- Lomo Ibérico de Bellota.....21,00
- Cecina de León con Aceite de Oliva al orégano y laminas de queso de oveja Curado.....16,00
- Tortilla de Bacalao al estilo de Imanol Etxea (Cebolla confitada, Perejil y un poquito de Ajo).....10,00
- Carpaccio de Lomo de Buey, Ralladura de Queso Idiazábal y aliño de la casa.....12,00



• Aplicación de los conceptos del marketing al diseño de la carta

En la actualidad se aplican los conceptos del marketing para el diseño de las cartas, ya que estas son una herramienta de venta muy importante del establecimiento. Para confeccionar una buena carta, primero debemos planificar y estructurar debidamente la misma.

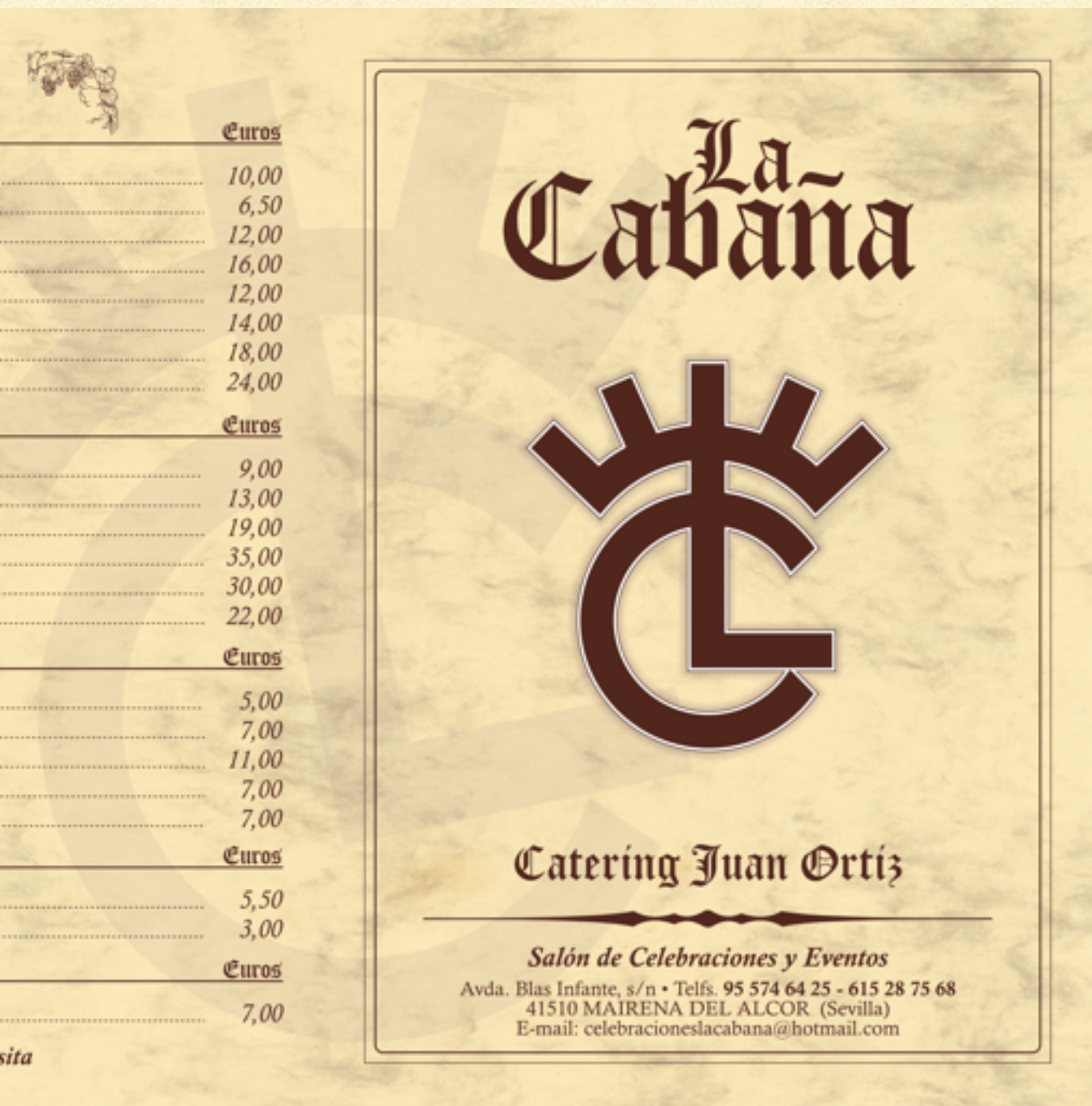
Planificación y estructuración

- Insistimos en la idea de que en España **no existe un modelo estándar de carta**, ni reglamentación específica al respecto, por lo que el restaurador tiene la libertad de hacer un diseño particular y personalizado para cada tipo de establecimiento. Tampoco hay que registrarlo ni entregarlo en ningún organismo, por lo que se puede variar el diseño y el contenido tantas veces como se desee, siempre que los precios estén debidamente publicitados, es decir, claramente a la vista del cliente.
- En primer lugar, para organizar la elaboración de la carta habrá que **determinar quién va a ser el responsable de redactarla y diseñarla**. Lo más común es que participen de forma multidisciplinar varios responsables, provenientes de varios departamentos de la empresa, en especial el Jefe de cocina, el Jefe de sala y otros que puedan aportar ideas y enriquecer su diseño, como los responsables de marketing de la empresa, los comerciales, etc. (si existen).
- También habrá que prever cuál va a ser la **duración de la carta** (qué caducidad tiene) y con qué frecuencia se tiene pensado rediseñar o modificar la estructura y contenidos de la existente. Tampoco hay nada escrito al respecto, pero se recomienda un cambio de platos, y por lo tanto de la imagen de la carta, según las estaciones del año, para aprovechar los productos de temporada.
- Algo fundamental a la hora de planificar la carta es el **número de platos y elaboraciones** a incluir, y la forma en que estas irán agrupadas por familias o gamas.

En la actualidad, por influencia del marketing, se diseñan cartas con un número de platos reducido que permitan una fácil elección al cliente. Debemos plantearnos el siguiente interrogante: ¿Cuántos platos debo incluir en mi carta?

Las **posibilidades de combinación** se calculan multiplicando el número de platos de cada gama, de forma que si tenemos 5 platos en los entrantes, 4 en los primeros, 6 en los segundos y 3 en los postres, la elección en este caso asciende a: $5 \times 4 \times 6 \times 3 = 360$ posibilidades. Debemos tener en cuenta que debería haber un número de platos equilibrado por gama, y no algunas gamas muy extensas y otras muy reducidas.

- Será muy importante determinar qué platos compondrán cada gama o familia de platos, en qué forma queremos que estén presentadas las mismas, en qué orden, cuántos platos contendrá cada una, etc. Así, a la hora de elaborar el diseño final, será más fácil decidir qué formato se ajusta a nuestras necesidades.
- Además, si bien no es obligatorio, sí que es recomendable que aparezcan los siguientes datos en una carta, con la finalidad de añadir información valiosa al cliente:



- Nombre del establecimiento, dirección, teléfono, sitio web, etcétera.
 - Marca, anagrama, símbolo o signo distintivo del mismo.
- Si tiene una categoría predeterminada, se expondrá esta (número de tenedores) de forma gráfica.
- Información adicional como:
- Horario del establecimiento.
 - Servicios especiales.
 - Persona de contacto para posibles incidencias, sugerencias, etcétera.

- En la actualidad, es cada vez más habitual añadir información nutricional de los platos.
 - También, cada vez más se tiende a poner mensajes dirigidos a los clientes, intentando llamar su atención, como por ejemplo:
 - Frases atractivas.
 - Un relato sobre la historia del local.
 - Un cuento jocoso relacionado que pueda divertir al lector.
 - Símbolos que permitan entablar una complicidad con el cliente y le invite a este a repetir la experiencia.
 - Mensajes que expresan el deseo de buen apetito, etcétera.
- Se trata de divertir al cliente, pero no de distraerle en el momento de su elección; además se tiene que dar con el punto exacto, para no molestar o aburrir.



Presentación y redacción del nombre de los platos

El restaurador es libre para proyectar y crear los platos que quiera ofertar, así como la presentación que quiera dar a los mismos. No existen restricciones sobre lo que proponga cada establecimiento, y será el consumidor quien determine qué elaboraciones se venden mejor y cuáles son recomendables retirar de la carta porque no tienen éxito.

Con respecto al nombre de las elaboraciones, hay también máxima libertad pero **hay que conseguir que el cliente entienda con facilidad lo que se le quiere transmitir**. No obstante, salvo en casos puntuales de platos de nueva creación, las elaboraciones ya tienen una denominación y nomenclatura aceptada internacionalmente, que no conviene transgredir.

Es conveniente añadir una **pequeña explicación** junto a algunas preparaciones, que facilite al cliente su tarea de conocer la oferta puesta a su disposición en el restaurante.

Diseño de la carta. Merchandising y técnicas de venta

Una vez que ya tenemos claros todos los aspectos anteriores, y que hemos decidido qué contenidos queremos que aparezcan en la carta, podemos pensar en su diseño físico.

Partimos del dato de que, desde el punto de vista del marketing, **la carta es una herramienta de venta que tiene que cubrir las expectativas de los clientes**, no solo por su contenido sino también por su diseño.

Cuando se confecciona una carta se deben perseguir una serie de estrategias, de acuerdo con los objetivos que la empresa pretenda lograr. Las estrategias que deberíamos contemplar son:

- Personalizar la carta, esto es intentar que tenga un aire personal y diferente.
- Simplificarla, es decir, mostrar una carta clara, concisa y de fácil lectura.
- Sugerir sin forzar, de forma que sea un conjunto armonioso, agradable a la vista, que dé sensación de calidad y prestigio al restaurante.
- Orientar al consumo de aquellas elaboraciones que interesan más al restaurante.

Teniendo en cuenta todo esto, en este apartado será fundamental tener en cuenta algunos aspectos gráficos y la combinación de los mismos, para obtener un buen producto final. Lo más habitual es consultar a un experto o acudir a una imprenta en busca de consejo. Este paso previo de información y asesoramiento casi siempre será una buena inversión a largo plazo para la empresa.

Algunos de esos aspectos son:

- **Tamaño adecuado.** Si bien hace unos años la costumbre era la de elaborar cartas demasiado grandes y llamativas, en la actualidad se prefiere emplear unos tamaños mucho más reducidos, con tendencia al minimalismo. Se trata de tener en las manos una carta cómoda, que te permita ver al compañero de mesa mientras haces la elección.

El tamaño más apropiado es el de un DIN A4, que técnicamente mide 297 x 210 milímetros

No hay que olvidar que necesitaremos una carta, generalmente más grande en tamaño, para exponerla en el exterior del local, que permita a los viandantes visualizar la oferta y los precios fácilmente.

- **Formato.** Existen infinidad de formatos en el mercado, aunque los más abundantes son el tipo díptico o tríptico; también es común el formato tipo libro, o un solo pliego de papel.

En este aspecto existe gran creatividad, y podemos encontrar desde formatos circulares, en forma de abanico, imitando impresos como billetes de avión, misivas, telegramas, etcétera.

- **Color.** El color que domine en la carta deberá ser acorde con la decoración y tonalidades del establecimiento, procurando lograr una armonía en el diseño que tenga que ver con la marca de la empresa.

Desde hace cierto tiempo, la combinación de blancos y negros se considera que dan un aire elegante al establecimiento. También se utilizan mucho los fondos negros con las letras en blanco o de distintos colores.

Los colores de los fondos más tradicionales son los claros o pastel, blancos y cremas, sobre los que se puede utilizar cualquier tipo de letra. Por otra parte, los colores llamativos son también muy utilizados para dar un aire juvenil y alegre.

- **Tipo de material.** Se puede escoger cualquier tipo de material del gran número de posibilidades que se ofertan en el mercado. Es recomendable utilizar papeles de calidad, satinados, resistentes al uso y fáciles de limpiar, que no absorban las manchas.

Existen cartas realizadas con materiales como los siguientes:

- Papel.
- Pergamino.
- Cartón.
- Plástico.
- Tela.
- Cuero.
- Madera.
- Etcétera.

- **Tamaño, forma y estilo de la letra.** Se utilizará un tipo de letra fácilmente legible y un tamaño adecuado para su visualización desde una distancia concreta, es decir, el espacio comprendido entre los ojos del cliente y la carta en posición de leerla cuando este la tiene en sus manos. Esa distancia es una cifra establecida en diseño gráfico, que es igual a 3,5 x el tamaño de la letra o cuerpo de la letra:

Despejando la incógnita en esta fórmula obtenemos el tamaño de la letra.

Por ejemplo, si la distancia fuese de 50 cm, el tamaño ideal de la letra sería:

$$50 = 3,5 \times \text{tamaño} \quad \text{Tamaño} = 50 / 3,5 = 14,2$$

En cuanto al estilo, deberá estar también en consonancia con el ambiente general del negocio. Existen infinidad de modalidades de letra, que sugieren matices diferentes. Hay que hacer pruebas y comprobar cuál es la que más se ajusta a nuestras apetencias y a la facilidad de lectura exigida.

Existe la posibilidad de disponer de **cartas manuscritas**. Dan un aire de refinamiento al restaurante, pero implica ciertos requisitos, como que se han de elaborar con el máximo cuidado, con pluma, siempre con una exquisita caligrafía y, por supuesto, los tachones resultan totalmente inadecuados.

El inconveniente es que se deberá realizar este importante esfuerzo cada vez que cambiemos la carta.

-
- **Ortografía.** Es un aspecto que hay que cuidar escrupulosamente, teniendo cuidado para evitar las faltas de ortografía y esmerarse en la redacción y en la expresión.
 - En cuanto al **vocabulario**, se evitarán los tecnicismos, sin abusar de expresiones demasiado específicas ni de las típicas de una zona o región. Hay que intentar adecuar el vocabulario al tipo de restaurante. Además, se recomienda utilizar palabras que resulten apetitosas y sugerentes, pero sin caer en el exceso.
 - **Normalmente es adecuado traducir los extranjerismos**, como anglicismos, galicismos, italianismos, etc., pero teniendo mucho cuidado en que esa traducción no sea literal. Es recomendable buscar traductores eficaces para encomendarles tal tarea.
-

-
- Hay que decidir sobre la conveniencia o no de utilizar **llamadas de atención**, mediante contrastes, recuadros, negritas, diferentes tamaños de letra, diferentes grafías, etc. Y también sobre si los epígrafes, las aclaraciones de los platos, etc., deben escribirse con tipografía diferente. Debido a que estamos siendo bombardeados constantemente con mensajes visuales, es muy conveniente que estos capten la atención. Por eso, se recomienda utilizar todo tipo de herramientas para atraer la vista del usuario hacia cierto recuadro o hacia una frase subrayada, aprovechando estos recursos para resaltar aquello que el restaurador quiere destacar. Son lo que denominamos «menú o platos *excitement*», es decir, aquellos que queremos poner de relieve porque de alguna manera actúan de gancho hacia los clientes.

No llama igual la atención del cliente una frase como la que estás leyendo, que otra como esta:

Con subrayado, **negrita**, *cursiva* tamaño más grande, diferente **color** o en un recuadro

Muchas veces el cliente se cansa de leer, especialmente si la relación es extensa, y busca con mirada rápida algo que capte su atención, que le evite esfuerzo para seguir eligiendo.

- **Fotos: conveniencia de utilizarlas y cómo.**

Emplear fotos puede ser una buena técnica para enseñar el producto final, pero debemos asegurarnos de que estas muestran exactamente el producto tal y como le va a llegar al cliente. La foto será es de calidad, o mejor no utilizarlas, pueden destruir la carta.

También puede haber dificultades a la hora de maquetar la carta, por problemas de espacios, encuadres, etc. Además de lo mencionado, hay que seleccionar muy bien las imágenes que se emplean y para qué platos concretos.

-
- **gráficos, planos, mapas, etc.** Continuando lo explicado en el apartado de llamadas de atención, diremos que un gráfico sirve para captar la atención visual de un mensaje, y puede ser útil para determinadas cuestiones, como por ejemplo la forma de llegar al restaurante o mostrar la distribución del local.
-

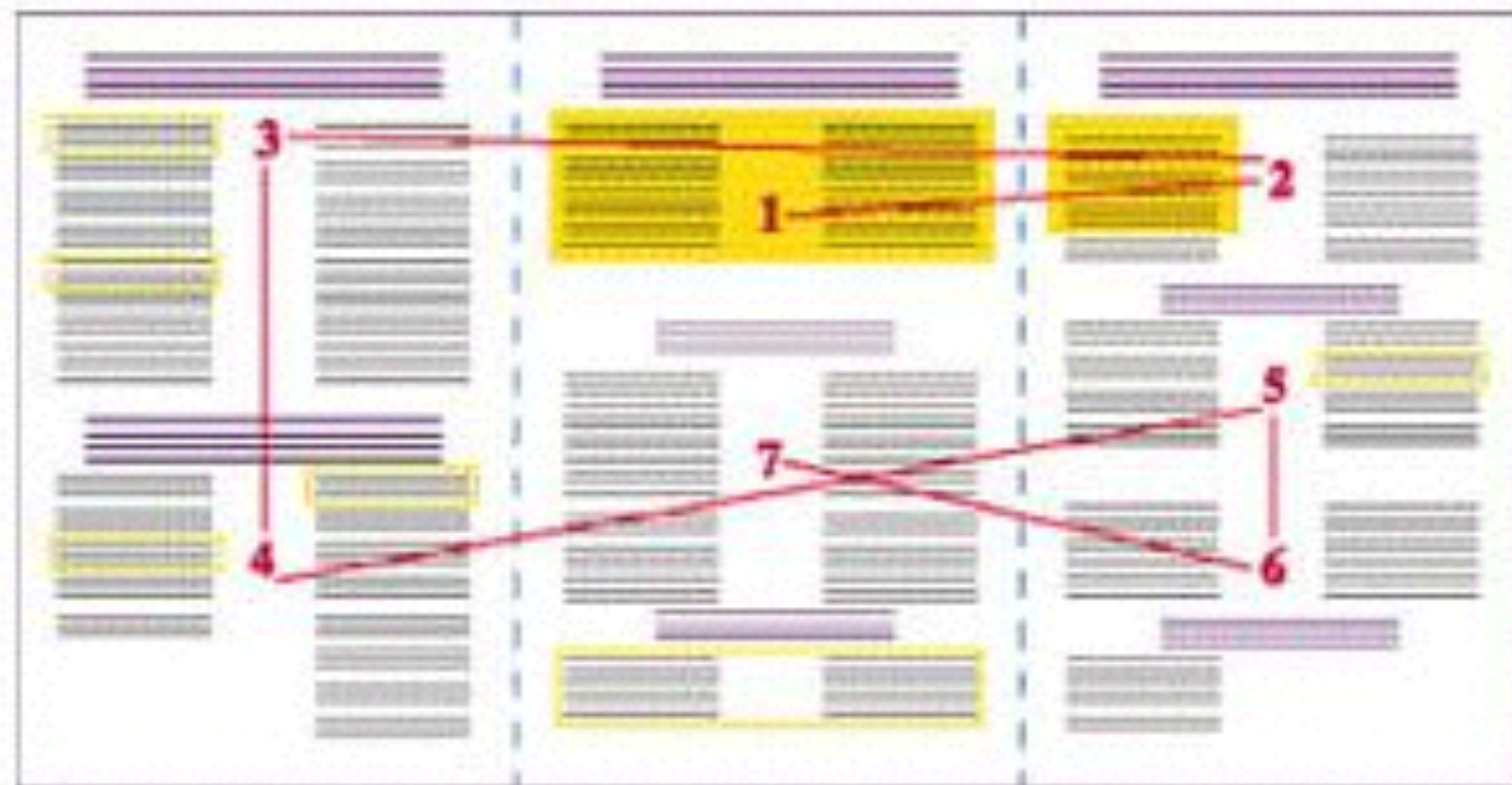
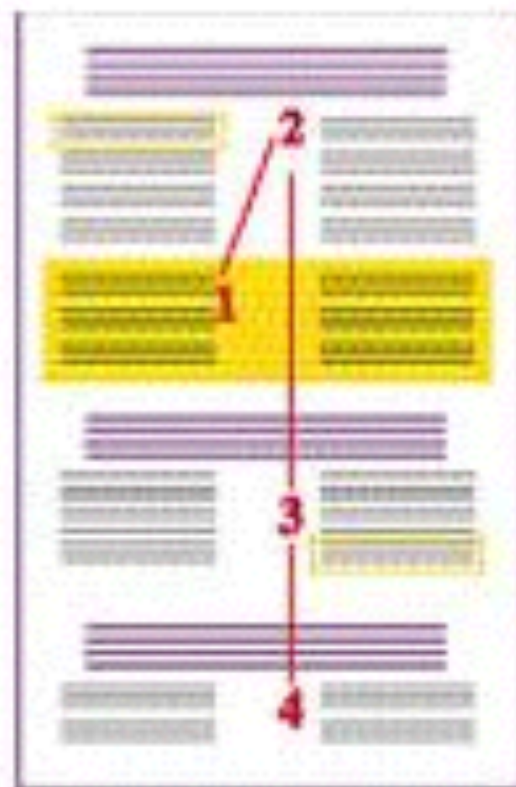
-
- **Espacios en blanco, dónde ubicar los contenidos.**
Hoy en día, la moda en la impresión marca que los espacios en blanco son fundamentales, puesto que ayudan a dar relevancia al contenido. Por eso, es fundamental ser generosos en la distribución del espacio, no llenándolo en exceso, lo que puede provocar asfixia en el lector; es decir, hay que evitar el *horror vacui*.
-

-
- **Maquetación.** Es uno de los aspectos más delicados que contribuyen al objetivo final de la carta y que puede marcar la diferencia de calidad de la misma. Ya hemos hablado anteriormente del formato seleccionado, que puede ser muy variado (simple, en folio, díptico, tríptico, en formato libro con varias páginas, etc.). A la hora de maquetar, es importante tener claro qué platos o gama de platos vamos a querer destacar, y los colocaremos en el punto de enfoque o punto donde se mira cuando se tiene algo en las manos:
-

-
- Para el **tamaño folio vertical**, el punto de enfoque está en la parte central superior.
 - En el diseño en el cual el folio se dispone de **forma apaisada**, se sabe que se tiene tendencia a fijar la atención en primer lugar en la zona diagonal, de arriba abajo y de izquierda a derecha. Después, en la zona superior derecha y, por último, en la zona inferior izquierda, llamada «zona débil».

En los **dípticos**, siempre se enfoca primero la vista en la parte superior de la derecha, haciendo después un recorrido descendente y pasando posteriormente a la parte de la izquierda, de arriba abajo.

- En los **trípticos**, la parte que más acapara la atención es la central; así pues, el punto medio de esa página deberá ser el lugar privilegiado, recorriendo después el papel hacia la parte superior de la derecha y después hacia la superior de la izquierda, para pasar hasta el final de la izquierda y de ahí al resto de la parte derecha, como se indica en el gráfico.
-



● **Sugerencias del Chef o recomendaciones.** Siguiendo la línea de lo comentado en el apartado de la maquetación, hay que dar preferencia en la carta a un espacio en el que estén las sugerencias, o recomendaciones, del chef, es decir, los platos que se quieren promocionar por diversas razones:

- Por ser especialidades del restaurante.
- Por ser preparaciones más cuidadas en su elaboración en cocina.
- Porque emplean productos de temporada.
- Porque sean más rentables.
- Por el lanzamiento de un producto nuevo.

En cualquier caso, es una buena técnica de marketing que ayuda a vender mejor aquello que interesa al restaurador, además de dar al cliente la sensación de que está hecho especialmente para él. Así, la empresa consigue un doble beneficio.

-
- No debe olvidarse el **diseño de cartas dirigidas a colectivos especiales**, como pueden ser los discapacitados visuales, para los que dispondremos de cartas escritas en lenguaje braille.
 - Esto, además de eliminar barreras, ayuda a dar una imagen de empresa sensibilizada socialmente, lo que aporta prestigio y reconocimiento.
-

Sabiendo esto, podemos jugar con la colocación de aquello que queremos vender, o aquello sobre lo que nos interesa llamar la atención al consumidor, en aquellas partes más activas comercialmente y, además, empleando llamadas de atención, como recuadros, sombreados, subrayados, etc. De esta manera nos aseguramos de que el cliente, que muchas veces no llega al final de la lectura, dé un primer vistazo a aquello que más nos interesaba.

Existen en el mercado innumerables diseños cada vez más creativos y eficaces, con diversidad de formatos, colorido y tamaños.

Se hacen cartas con formato más sencillo y con **finés publicitarios**, permitiendo al cliente que se las lleve de recuerdo. También es frecuente poner la carta en diversos soportes, como manteles individuales, facturas, tarjetas de invitación, y otros. De esta manera, funciona como herramienta de marketing, puesto que es un instrumento para recordar las especialidades de la casa, sus precios, su dirección, etc. Sin olvidar que hay clientes coleccionistas, a quienes les gusta llevarse la carta a casa sin ninguna otra consideración.

También es frecuente usar otros medios de presentación que complementen a la carta, como los **paneles luminosos**, los **carteles**, los **platos a la vista**, etcétera.

-CLASIFICACIÓN DE OFERTAS GASTRONÓMICAS:

-MENÚ:

-EN FUNCIÓN DE LA OFERTA

-FIJO, DEGUSTACIÓN, MENÚ CARTA,
CÓCTEL, BANQUETES PARA GRUPOS,
CÍCLICO, INFANTIL, JORNADAS
GASTRONÓMICAS.

-EN FUNCIÓN DEL MOMENTO

-DESAYUNO, BRUNCH, LUNCH, VINO
ESPAÑOL, DE COMIDA O DE CENA

-CARTA:

-CONCEPTO Y TIPOS

-APLICACIÓN DE LOS CONCEPTOS DE MKT
