



**UNIVERSIDAD DE SANCTI SPÍRITUS  
“JOSÉ MARTÍ PÉREZ”  
Facultad de Ciencias Técnicas y Empresariales  
Licenciatura en Turismo**

**Trabajo de Diploma**

**Título:**

La planificación de la oferta gastronómica en el Hotel Rijo según las enfermedades crónicas.

The planning of the gastronomic offer in the Hotel Rijo according to chronic diseases.

Autor: Elianny González Reyes

Tutor: Ariadna Silva Arocha

**Curso 2021-2022**

Copyright©UNISS

Este documento es Propiedad Patrimonial de la Universidad de Sancti Spíritus “José Martí Pérez”, y se encuentra depositado en los fondos del Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación “Raúl Ferrer Pérez” subordinada a la Dirección de General de Desarrollo 3 de la mencionada casa de altos estudios.

Se autoriza su publicación bajo la licencia siguiente:

Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivar 4.0 Internacional

**Atribución- No Comercial- Compartir Igual**



Para cualquier información contacte con:

Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación “Raúl Ferrer Pérez”.

Comandante Manuel Fajardo s/n, Olivos 1. Sancti Spíritus. Cuba. CP. 60100

Teléfono: 41-334968

## **Pensamiento**

“Nuestra comida debería ser nuestra medicina y nuestra medicina debería ser nuestra comida”.

Hipócrates

## **Dedicatoria**

Dedico este trabajo a Dios por guiar mis pasos hacia el lugar correcto, a mis padres por estar presente en todos mis logros, a mi hermana por apoyarme siempre, a todos los profesores que tuve el privilegio de conocer durante estos años, a mis compañeros de estudio. Este logro es nuestro.

## **Agradecimientos**

Agradezco en primer lugar a Dios, por permitirme cumplir mi sueño, por darme fuerzas para continuar, a pesar de los obstáculos.

A mis padres y mi hermana, por confiar en mí, por formar parte de este logro.

Al claustro de profesores de la carrera por compartir sus conocimientos en nuestra formación.

A mi tutor por ser mi inspiración para continuar.

A todos infinitamente gracias.

## **RESUMEN**

El presente proyecto de investigación es realizado en el Hotel Rijo de la Ciudad de Sancti Spíritus. El restaurante ofrece un servicio de alimentación y bebidas para los clientes que visitan el hotel, donde proporciona desayunos, meriendas, almuerzos y cenas, a través de platos a la carta con una variedad de propuestas gastronómicas, que constituyen la oferta gastronómica. A pesar de la diversificación gastronómica, no existe una oferta para clientes que padezcan enfermedades crónicas, por tanto se hace necesario perfeccionar su planificación elaborando una propuesta, que proporcione un enfoque gastronómico hacia personas que requieren una alimentación específica. De esta forma, es de vital importancia incentivar su implementación, promoviendo una perspectiva de alimentación saludable, pues la problemática que aborda la investigación destaca la relevancia que tiene la dieta adecuada en el establecimiento, ya que existe un incremento de visitantes con estas características.

## **ABSTRACT**

This research project is carried out in the Hotel Rijo, in the city of Sancti Spíritus. The restaurant offers a food and beverage service for customers who visit the hotel, where it provide breakfast, snacks, lunch and dinner , through á la carte dishes with a variety of gastronomic proposals, which constitute the gastronomic offer. Despite the gastronomic diversification, there is'nt a gastronomic offer for customers that suffer from chronic disease, therefore it is necessary to improve its planning by developing a proposal that provides a gastronomic approach to people who require a specific diet. In this way, it is of vital importance to encourage its implementation, promoting a perspective of healthy eating, since the problem addressed by the research highlights the relevance of an adequate diet in the establishment, since there is an increase in visitors with these features.

## Índice

Pensamiento.....	2
Dedicatoria.....	3
Agradecimientos.....	4
Resumen.....	5
Introducción.....	7
Desarrollo	
Capítulo 1.....	12
Capítulo 2.....	18
Capítulo 3.....	36
Conclusiones.....	43
Bibliografía.....	44
Anexos.....	47

## **Introducción**

Por motivos estratégicos y lógicos, el turismo cubano ha diversificado sus ofertas, ha sumado otras, donde confluyen esa amalgama de valores de un país que necesita mayores ingresos en moneda libremente convertible para oxigenar la economía y continuar con los programas de desarrollo social.

La gastronomía es el estudio de la relación entre cultura y alimento, desde la cual se establece la relación que hay entre el arte de cocinar y los platillos en torno a una mesa. Desde el ámbito gastronómico, la diversificación de menú comprende una serie de opciones alimenticias orientadas a la satisfacción de las necesidades alimenticias de la clientela.

El Hotel Rijo ofrece un servicio, que consta de una variedad de opciones que el cliente puede escoger y que determina de manera elemental la calidad del servicio que ofrece el establecimiento. La diversificación del menú en la actividad gastronómica permite al cliente contar con varias elecciones gastronómicas, por lo cual se hace necesario integrar una oferta gastronómica que se adecúe a los tratamientos dietéticos que pueda requerir la clientela, ampliando el servicio.

Por ello, la investigación posee una importancia que se afirma en la utilidad y necesidad de establecer una diversificación alimenticia dentro del ámbito gastronómico, ya que a través de ello se incentiva un incremento de la calidad del servicio ofrecido a la clientela. Es de vital importancia la restauración en los diferentes entornos, considerando que todos los individuos merecen respeto, la demanda va creciendo cada día, por lo que todos los espacios deben estar adecuados para que los consumidores puedan disfrutar sin sentirse excluidos. Las empresas añaden nuevos productos y a su vez se enfocan en nuevos mercados. Existen preferencias alimenticias, así como exigencias debido a determinada patología. Si se traza una estrategia encaminada en la planificación de la oferta gastronómica, a diversificar la misma según las necesidades y preferencias del cliente, se elevaría el consumo, satisfacción y bienestar de este, se situaría la instalación en un lugar elevado en el mercado, fomentando la calidad del servicio.



### **Situación Problemática**

En los servicios gastronómicos del Hotel Rijo, en la provincia de Sancti Spíritus, se ha visto un incremento en la demanda de personas con enfermedades crónicas, pero la deficiente planificación de las ofertas gastronómicas conlleva a descuidar la atención a estos clientes que requieren una alimentación saludable.

### **Problema Científico**

¿Cómo perfeccionar la planificación de la oferta gastronómica en el Hotel Rijo?

### **Objetivo General**

Proponer una oferta gastronómica especializada en el Hotel Rijo, para clientes con enfermedades crónicas.

### **Objetivos Específicos**

- Identificar los fundamentos sobre la planificación de la oferta gastronómica en el Hotel Rijo.
- Definir las particularidades dietéticas según la patología que padezca el visitante.
- Elaborar una oferta gastronómica para personas con enfermedades crónicas.

### **Hipótesis**

Si se perfecciona la planificación de la oferta gastronómica, se podrá obtener una mayor satisfacción del cliente y se elevará la calidad del servicio en el Hotel Rijo.

### **Variables**

-Dependiente

El perfeccionamiento de los servicios gastronómicos del Hotel Rijo, contribuyendo a una mayor satisfacción al cliente.

-Independiente

La oferta gastronómica en los servicios gastronómicos del Hotel Rijo.

### **Métodos y técnicas**

**Nivel teórico:**

Analítico-sintético: a través de un análisis de la situación actual de la problemática que se plantea.

El Método analítico – sintético, busca estudiar los hechos, partiendo de la descomposición del objeto de cada estudio en partes para su estudio de forma individual y luego de forma holística e integral. Estos métodos corresponden a la racionalidad e inducción y deducción. Es la integración de dos formas de investigación empleadas para ejecutar trabajos formales que requieren de un esquema que conlleve el desarrollo de objetivos planteados, puesto que involucra un proceso formal de resolución con el método científico ligado a la resolución de un problema.

El método analítico está direccionado a la división de la totalidad de un fenómeno en una variedad de partes que requieren ser estudiadas por separado, mientras que el método sintético involucra una serie de conceptos dirigidos a la formulación de soluciones de carácter global.

El desarrollo del método analítico – sintético posee un uso dentro de la investigación en relación a la importancia que tiene su práctica para determinar la profundización de la gastronomía y la variedad que la conforma, como también de la utilidad que tiene desde las diferentes propuestas que la conforman.

Histórico-lógico: se analiza la situación que se investiga en sus diferentes etapas.

Inductivo-deductivo: se analizan las diferentes etapas investigativas.

El método inductivo - deductivo nos permite ser más flexible y permita la exploración en procesos lógicos de razonamiento para lograr establecer una argumentación. El método deductivo parte de un estudio general del menú de cada plazo realizando un análisis individual de los platos y el método inductivo parte de los elementos e ingredientes que forman y complementan al momento de la planeación y elaboración de nuevos platos.

El razonamiento inductivo es un tipo de razonamiento que sostiene un conjunto de premisas que integran una forma de proporcionar una evidencia que establezca la veracidad de una conclusión. Por ello, el argumento inductivo

requiere de una evidencia. Es un proceso que engloba el razonamiento y determina un conjunto de declaraciones que integran la conclusión y deducción que conforma la profundización del fenómeno que lo componen.

Desde la investigación efectuada, se establece que la aplicación que presenta su uso desde el método inductivo – deductivo implica un conjunto de estrategias direccionadas a premisas que permitan establecer mediante estrategias de razonamiento lógico la profundización de la diversificación presente en la oferta gastronómica y desde el enfoque deductivo el uso de principios generales ligados a una conclusión que sustente la importancia de complementar la oferta gastronómica.

### **Nivel empírico.**

Observación, las encuestas y las entrevistas estructuradas

La observación por lo general se la realiza de forma empírica para detallar los fenómenos que se presentan a través de la realidad objetiva, cumpliendo los objetivos de la investigación se realiza una exploración al lugar donde están ocurriendo los hechos. Esto permite ver las características y los gustos de los comensales al momento de elegir su platillo, y así diagnosticar preliminarmente y detectar el problema por el cual se realiza este proyecto.

La entrevista es un intercambio de ideas y opiniones mediante una conversación que se lleva a cabo entre dos o más personas donde una de ellas es la encargada de preguntar. En este caso se realiza una entrevista al encargado del departamento de alimentos y bebidas del restaurante, ya que es suma importancia conocer el punto de vista de el para poder ejecutar una propuesta.

La encuesta es una técnica para recopilar información de relevancia a través de un cuestionario elaborado con la escala de Likert y preguntas cerradas enfocada al objeto y campo de esta investigación, mediante esta técnica se logra identificar la evaluación o modos de pensar a los individuos a investigar sobre algún tema en específico.

La encuesta está conformada por 5 preguntas las cuales fueron aplicadas en consideración a 15 clientes del Hotel Rijo.

**Criterios de inclusión:**

- Clientes adultos mayores (20 años y más) de ambos sexos que se encuentren hospedados en el hotel en el momento que se realizó la investigación.
- Clientes que den su consentimiento para participar en el estudio.

**Criterios de exclusión:**

- Clientes con una edad menor a 20 años de edad.
- Clientes que no den su consentimiento para participar.
- Clientes con discapacidad que les impida participar en la investigación

El primer capítulo del informe comprende los referentes teóricos que permiten profundizar en el tema objeto de estudio. El segundo ofrece un diagnóstico de ese objetivo que define las características del contexto de la entidad y los resultados obtenidos de las técnicas aplicadas, y en el tercero se propone la solución a la problemática planteada. Por último se ofrecen las conclusiones del estudio así como la bibliografía y los anexos.

## Desarrollo

### Capítulo 1

#### Marco Teórico

A lo largo de los años el turismo se ha analizado como un fenómeno de gran implicación económica y social, que forma parte de los objetivos de desarrollo tanto de economías desarrolladas como de aquellas en vías de desarrollo.

Martín (Martín, 2003) define al turismo como: el conjunto de fenómenos y relaciones económicas, psicosociológicas y medioambientales que se generan entre las entidades vinculadas a los viajes desde el lugar emisor, las entidades proveedoras de servicios y productos en el lugar de destino, los gobiernos de los lugares emisores receptores y las comunidades locales de acogida, con motivo del viaje y estancia de visitantes temporales en un destino diferente a su lugar de residencia habitual.(p.4)

Los servicios son actividades que cubren las necesidades del consumidor final. Por otro lado, la palabra *turístico* se basa en toda actividad en relación al turismo. De esta manera, las transacciones turísticas se relacionan con la prestación de servicios como el transporte, alojamiento, alimentación, visitas turísticas etc. en un lugar determinado.

Ramirez (2002) consideró al servicio turístico como el conjunto de actividades relacionadas entre sí que funcionan en coordinación con el objetivo de cubrir necesidades y deseos humanos; de igual manera apunta a responder las exigencias de servicios determinados como hospedaje, actividades recreativas, guía en lugares turísticos, todo lo derivado al desplazamiento temporal. (p10)

Es decir, que el servicio turístico relaciona la transferencia de un bien turístico a cambio de una compensación monetaria por parte del consumidor. De esta forma, el servicio turístico está conectado directamente con la satisfacción de una necesidad turística, que comprende un conjunto de actividades turísticas que viajan de un lugar a otro, creando una cadena de servicios relacionados entre sí para satisfacer dicha demanda.

De la Puente (2017) definió el turismo de salud como una de las ramas del turismo que permite realizar un tipo de viaje para mejorar la calidad de vida de las personas o buscar su bienestar respecto a su salud debido a que las

personas realizan este tipo de turismo para buscar nuevas opciones sobre enfermedades o simplemente mejorar su calidad de salud.(p.20)

Martínez cita: La alimentación es una acción voluntaria y consciente de los seres vivos que consisten en satisfacer la necesidad física de obtener nutrientes y energía para mantener el organismo en buen estado. (Martínez J., 2011) (p.12)

Uno de los gastos más comunes de los turistas es la alimentación, ya que para ello se designa una gran cantidad de dinero. Según el concepto citado por Gurría Di-Bella (Gurría Di-Bella,1997),cita: los restaurantes son esenciales y necesarios dentro del sector turístico, lo cual obliga a estar en constante evolución, pero también permite tener un gran alcance a nivel mundial.(p.30)

En la actualidad existen una gran variedad de modalidades de tipos de comidas, es por esto que en cada destino turístico se puede encontrar un sin número de tipos de menús para todos los gustos, desde comida rápida, comida dietética, vegetariana, entre otros.

El turismo gastronómico representa una opción innovadora para conocer el mundo culinario y la identidad cultural que tiene la gastronomía de determinado lugar. Oliveira (Oliveira, 2016) en el artículo “La gastronomía como atractivo turístico primario de un destino” manifiesta:

El turismo gastronómico es el desplazamiento de visitantes, como turistas y excursionistas de lugares que integran la gastronomía, y que compone prácticas que involucran el desplazamiento de un lugar de residencia hacia un restaurante donde se puede degustar un plato y aprender a preparar determinados alimentos, que a su vez integra la realización de rutas gastronómicas con el objetivo de aprender sobre la cultura gastronómica de un lugar determinado.(p.15)

Desde la perspectiva gastronómica, la actividad turística engloba un desplazamiento que los visitantes poseen desde lo que componen turistas y excursionistas a nivel de la gastronomía, puesto que integra un conjunto de prácticas ligadas a la motivación de desplazarse hacia lugares de interés gastronómico para tener un mayor conocimiento de la actividad gastronómica que integra la actividad. Por ello, el turismo gastronómico integra un conocimiento de los alimentos, su preparación, historia y posición dentro del enfoque cultural de determinada zona.

Martínez J. (Martínez J., 2011) cita: La gastronomía es el estudio de la relación del ser humano con su alimentación y todo lo relativo a ésta en su entorno ambiental, geográfico, social y cultural. La gastronomía además permite:

-La sublimación de la alimentación y convertir el acto de comer en un placer para los sentidos y para el intelecto.

-Saber apreciar todos los atractivos que ofrece una buena mesa, cuyos ingredientes principales deben ser los alimentos que se sirven.

-La utilización con mucho cariño de los conocimientos culinarios del cocinero para dar satisfacción a sus comensales. (p.14)

Brillant-Savarin (2012) definió la gastronomía como el entendimiento de la necesidad del hombre con respecto a la alimentación, teniendo como objetivo satisfacer dicha necesidad empleando los mejores alimentos.(p.5)

Se define como oferta gastronómica a todo lugar sea un restaurante, cafetería o bar que ofrezca servicio de alimentación. Esta oferta está compuesta por varios elementos que son: El cliente, el soporte físico y el personal en contacto. "El turismo gastronómico no es solo un fin para la consecución del desarrollo local, sino que además se configura como una herramienta básica para la promoción y distribución de los productos agroalimentarios locales cuya comercialización debe procurar también el desarrollo local" (Armesto-López & Gomez-Martín, 2005, p.106).

(Dolores, 2016) en el artículo "Oferta gastronómica" indica:

La oferta gastronómica es un elemento principal de la identidad del restaurante que engloba la propuesta del que un restaurante dispone para satisfacer las necesidades de su clientela. De esta manera, es fundamental definir el tipo de restaurante, su posicionamiento en el mercado, el tipo de clientes y la capacidad que tiene para generar ventas integrando un cambio a largo plazo. Por ende, las decisiones estratégicas que lo componen implican el tipo de venta, la comida que debe ser ofrecida y la clientela hacia la que se dirige. Posee una importancia fundamental dentro de la gastronomía, puesto que define la calidad y ventaja diferencial de un establecimiento. (p.1)

Según (Pachón M, Paredes J., 2004) Pachón M, Paredes: Un restaurante es el establecimiento donde se sirve comidas de distintas especialidades en mesas atendidas por camareros. (Pachón M, Paredes J. , 2004) (p.10)

La Real Academia Española de la Lengua (RAE) (2017), define la palabra restaurante como un establecimiento donde se ofrece un servicio de alimentaciones detalladas en menú mediante precio. Restaurante viene del francés "restaurant", y este del latín "restaurare", reparar. La idea es que la comida "repara el estómago vacío". Se dice que se usó por primera vez en 1756 por Boulanger (Corominas, 1980).

Zarate (2015) define el concepto de menú como una lista exclusiva de todos los platos que ofrece un restaurante, presentados en una cartilla con su precio designado. "El menú es considerado el punto de partida y la meta de todo servicio de alimentación" (Tejada, citado en Zarate, 2015)(p.6)

(Gastronomía, 2017) en el artículo "Definiciones de menú, carta y buffet" indica: El menú es un conjunto cerrado de platos que un establecimiento ofrece al cliente. La carta es el compendio de todos los platos que ofrece el restaurante y en el que suele estar incluido el menú del día. La carta admite múltiples variantes o variaciones a la hora de pedir la comanda mientras que el menú es uno. El precio del menú y de la elección hecha a través de la carta. (p.1)

Para Zarate (2015) la elaboración del menú dependerá del tipo de alimentación que ofrece el restaurante.

Zarate (2015) declara que para la elaboración de este tipo de menú se debe realizar unos análisis adicionales al menú tradicional debido a que el proceso para elaborar una dieta o menú debe ser realizado por un especialista; los pasos a seguir son los siguientes:

- a) Elaborar los objetivos dietéticos
- b) Determinar las pautas dietéticas
- c) Seleccionar que valor nutritivo se quiere aportar al cliente

(Bonduelle.es, 2018) en el artículo "Diversidad alimentaria" indica lo siguiente: La Diversificación dietética es un elemento fundamental de la gastronomía porque compone los alimentos que poseen el valor nutricional esencial dentro de una dieta, facilitando la adaptación del consumidor al desarrollo y adaptación de un régimen alimenticio saludable, puesto que compone una serie



de conocimientos ligados a la fisiología de la nutrición e implica un enfoque higiénico de la alimentación que le permite al consumidor obtener una ración alimenticia o dieta conveniente a su actividad o estado de salud. (p.1)

La diversificación dietética es un elemento que posee la gastronomía y que proporciona una variedad de maneras de comprender los regímenes alimenticios que se requieren para el cuidado de la salud y del cuerpo. Desde una óptica higiénico, la diversificación dietética es fundamental en la gastronomía porque proporciona la alimentación que se requiere dentro de una dieta determinada.

La Comisión Europea de Salud Pública define a las Enfermedades Crónicas como afecciones de larga evolución que a menudo comportan discapacidad o complicaciones que pueden afectar a la autonomía y la calidad de vida de las personas que las presentan. A menudo se controlan pero no se curan. (Busse R , Blumel M, Scheller-Kreinse D ZA)

La Organización Mundial de la Salud (OMS) considera las enfermedades crónicas como «aquellas enfermedades que presentan una larga duración (más de 6 meses) y una progresión lenta, no se transmiten de persona a persona y son consideradas, por lo tanto, como no transmisibles».

### Conceptos

**Turismo:** Es la suma de acciones que una persona realiza durante un viaje, mientras se dirige de un sitio diferente al de su residencia habitual, por un periodo determinado. (UNWTO, 2017)

**Alimentación:** Es la deglución de alimentos realizada por los organismos para conseguir los nutrientes requeridos para obtener energías y lograr un desarrollo equilibrado. (Ecured, 2018)

**Gastronomía:** Es el estudio del vínculo hay entre los individuos, la comida y el medio ambiente. que refleja elementos sociales y culturales a través de la gastronomía. (Montecinos, 2018)

**Restaurante:** Es un lugar caracterizado por servir distintos una variedad de platos destinados al consumo de su clientela. (Ecured, 2015)

**Carta:** Es un compendio de los platos que integran el restaurante y y que forman parte del menú del día. (Plaza, 2016)

**Diversificación:** Es una estrategia de crecimiento empresarial, desarrollada para realizar una variedad de objetivos como el aumento de la cuota de mercado, reducción de costes de producción y la introducción a nuevos mercados. (Economipedia.com, 2017)

**Oferta:** Es la cantidad de bienes y/o servicios que poseen las diferentes organizaciones, empresas o personas que tienen la capacidad y deseo de vender en el mercado durante un tiempo y espacio determinado. (Policonomics, 2017)

**Oferta gastronómica:** La oferta gastronómica es un elemento principal de la identidad del restaurante que engloba la propuesta del que un restaurante dispone para satisfacer las necesidades de su clientela. (Dolores, 2016)

**Enfermedad Crónica:** Afección que tiene larga duración, una progresión lenta, no se transmite de persona a persona y no se resuelven espontáneamente.

## **Capítulo 2**

### **Caracterización del Complejo Hotelero Encanto Sancti Spíritus**

La marca Hoteles Encanto (E) se afianza en la provincia de SS. Ello resulta explicable si se tiene en cuenta que el territorio es el único en Cuba que dispone de dos de las primeras villas fundadas por los españoles en la isla; en este caso Trinidad y Sancti Spíritus. La validez de la creación de los Hoteles E, exhiben al mundo las riquezas arquitectónicas presentes en buena parte de las ciudades y, particularmente, las villas cubanas. Esta marca responde al rescate de inmuebles con marcado valor patrimonial, histórico y cultural en los centros históricos de las ciudades. El surgimiento en el 2007 de los Hoteles E (Encanto) confirmó cómo nuestros valores patrimoniales en las ciudades podían ser un atractivo para quienes deciden optar por el destino Cuba.

Los Hoteles Encanto SS están conformado por tres instalaciones: el Hotel Encanto del Rijo, el Hotel Encanto Plaza y el Hotel Encanto Don Florencio, como su nombre lo indica operan bajo los estándares y estrategias comerciales de la marca Hoteles E, aunque administrativamente se subordinen a la Sucursal Islazul Sancti Spíritus y al Grupo Hotelero del mismo nombre. Los hoteles Encanto se distinguen por constituir un atractivo en sí mismos, con valores patrimoniales auténticos, cercanos a los mejores exponentes de la cultura y las tradiciones locales y nacionales; que se integran a la prestación de un servicio personalizado sin perder la excelencia, en un ambiente sosegado y con una oferta diferenciada de alto confort, de acuerdo a su eslogan promocional "Familiaridad y Distinción".

Los Hoteles E al estar situado en la ciudad de Sancti Spíritus tienen como principal fuente de turistas al turismo de recorrido, lo que implica que los clientes tienen una muy reducida estancia y por tanto existe una marcada estacionalidad tanto semanal como anual, pues un día se rechazan clientes y al otro día sobran habitaciones, lo que provoca un deterioro en el índice ocupacional. Las principales agencias que operan con el complejo son Agencia de Viajes Cubanacán, Cubatur y Gaviotatour.

Los Hoteles Encanto SS todos los años reciben fuertes inspecciones de calidad de los turoperadores emisores, lo que constituye un reto constante para estar siempre preparado para demostrar la profesionalidad y calidad conseguida. El Complejo trabaja con una plantilla aprobada de 52 trabajadores. Todo el colectivo es profesional, graduado de la escuela Formatur y el personal de servicio tiene mucha experiencia en el sector y trabajando propiamente en la instalación, lo que le aporta sentido de pertenencia.

El Hotel E del Rijo se remonta a la segunda década del siglo XIX, en ese entonces como casa de la familia del ilustre médico espirituario Don Rudesindo García del Rijo. En 1988 se comenzaron los trabajos de restauración del edificio, en estado de franco deterioro, hasta que finalmente Cubanacán invierte en su completa remodelación inaugurándose el 1º de octubre del 2001 como instalación de alojamiento. El inmueble posee excelentes valores patrimoniales, reflejados en su estilo arquitectónico de influencia neoclásica y en su carpintería interior y exterior, de madera preciosa y grandes dimensiones, exponente de la depurada tradición artesanal característica de la villa espirituable.( Anexo 1) Por todo ello el 2 de mayo del 2008 se inaugura como Hotel E, después de un rediseño de su producto en función de los estándares de la marca y desde esa fecha tiene cada vez mejor posicionamiento en el mercado. El hotel cuenta con 16 habitaciones, de ellas una para discapacitados y una suite, todas climatizadas con agua fría y caliente, servicios de Wi-fi, bañera, pesas, secador de pelo, plancha, albornoz, caja de seguridad, minibar, televisión por cable y teléfono. Cuenta con el bar Teofilito que presta servicios de 10:00 am a 11:00 pm, y un desayunador. El hotel se comercializa como 4 estrellas.

### **Misión**

Satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes, a través de la oferta de servicios de alojamiento y restauración marcados por la singularidad, familiaridad y distinción que ofrece la Marca Hoteles E, como expresión del desarrollo histórico-cultural de la ciudad de S.S.

### **Visión**

Somos Hoteles E, instalaciones que mantienen una relación de armonía entre el desarrollo cultural de la ciudad y un servicio personalizado de alto estándar

ofrecido por capital humano comprometido en perfeccionamiento empresarial continuo, con el objetivo de superar las necesidades y expectativas de los clientes.

### **Facilidades del servicio gastronómico en el Hotel Rijo**

- Restaurante a la carta
- Bares con variada oferta nacional e internacional
- Vajilla personalizada con el logo de la Marca en el plato de presentación.
- Cubertería personalizada con el logo de la Marca
- Servilletas de tela personalizadas con el logo de la Marca

### **Principales estándares de servicio en bares**

- El cliente debe ser atendido en el primer minuto de estar en el bar con la etiqueta del saludo según la hora del día y la pregunta ¿En qué puedo servirle? y será servido en los tres a seis minutos siguientes. En caso de encontrarse muy ocupados, los dependientes harán saber que han notado su presencia.
- El servicio de bar estará abierto desde las 7:00 AM hasta las 11:00 pm.
- El lobby bar brindará servicio de alimentos ligeros.
- No será servido un segundo trago en la misma copa o vaso que ya ha sido utilizado por el cliente.
- Se señalará el área del lobby y bar como área libre de humo y sólo se permitirá fumar en áreas abiertas debidamente señalizadas. Por lo que sólo habrá ceniceros en esta área los que deberán ser cambiados sistemáticamente de acuerdo al procedimiento establecido.
- Los dependientes de servicio gastronómico deberán portar fosforera (con el logo) y se ofrecerán siempre a encender los cigarrillos a los clientes.
- Se usarán siempre posavasos con el logo de la marca.
- Existirá carta que incluya todos los cócteles alcohólicos y no alcohólicos y oferta de alimentos ligeros y otra para café en 2 idiomas.
- El lobby bar contará con televisor, que tendrá activado el canal a elección de los clientes.
- El servicio se ofrecerá en cristalería según las normas de servicio.

- El servicio de café llevará un detalle distintivo de la casa (chocolate, dulce, caramelo, etc.)
- El lobby bar tendrá banquetas en la barra mostrador.
- El servicio se brindará a la mesa en cuanto llegue el cliente.
- El servicio de cobro al cliente se efectuará con un detalle distintivo de la casa (caramelos o golosinas)

### **Restaurante a la carta-Desayunador**

Los hoteles de la marca en dependencia de su estructura dispondrán o bien de un restaurante a la carta o de un desayunador. En caso de contar con desayunador, se estructurará y organizará este como un restaurante a la carta que sólo ofrece servicio de desayuno.

Tanto en el Restaurante o en el Desayunador, se brindará de manera especial, servicio a los clientes en almuerzo y cena previamente solicitado y acordado el menú con el Chef.

### **Principales estándares de servicio en restaurantes y desayunadores**

-Existirá carta y estará escrita en dos idiomas, su diseño será refinado siempre tratando de reflejar imágenes de la localidad y con identidad **de la Marca**.

-Se retirarán siempre de la mesa los envases de las bebidas.

-Capitán ó dependientes de servicio gastronómico deben brindar al cliente una atención esmerada, familiar y de extrema cortesía, de ser posible diferenciar aquellos clientes que resultan importantes para el hotel conociendo sus preferencias, gustos y todo detalle que los distinga.

-Se brindará todo tipo de bebida. Las cervezas serán de preferencia embotelladas.

-El servicio será plateado y acorde con las normas internacionales, cada instalación lo debe adaptar a las características propias de su restaurante.

-La oferta del menú es variable con ofertas corporativas de platos. Cada instalación define las características del mismo incluyendo platos típicos de la región.

-El almuerzo y cena podrán estar amenizadas con música indirecta propia de cada instalación o en vivo con piano, cuerdas, generalmente clásica.

-Los dependientes deben portar bolígrafo (con el logo).

-Deberá existir carta de vinos en 2 idiomas con somelier o dependiente gastronómico preparado para ofrecer el servicio.

### **Estándares para el servicio del Desayuno tanto en el restaurante como en el desayunador**

-El Capitán o dependiente de servicio gastronómico realizará el servicio con profesionalidad, saludando al cliente por su apellido a su entrada siempre que se conozca y ayudándolo a sentarse, de igual forma al retirarse debe despedirse y desearle feliz día.

-La decoración será sencilla, pero reflejando la identidad propia de cada instalación.

El servicio de desayuno incluido se realizará de acuerdo a la siguiente oferta:

-Ensalada de frutas 4 variedades

-Jugo natural de naranja u otros jugos naturales.

-Tostadas con mantequilla, minidosis de fresa y miel

-Croissant.

-Leche con café, chocolate y yogurt,

-Huevos al gusto con bacón o jamón o sándwiches.

-Café o infusiones.

-Otros tipos de servicio de desayuno internacionales no incluidos:

### **Inglés**

Se corresponde con las muy particulares costumbres de la cocina y la alimentación británicas, por lo que incluye:

Jugo de naranjas

Café, té o chocolate caliente

Huevos con embutidos

Tostadas de pan

Mermeladas, confituras o miel

Pastelería (croissant u otros)

## **Americano**

Similar al inglés, con la adición de los cereales:

Jugo de toronjas

Café, té o chocolate caliente

Huevos con embutidos

Tostadas de pan

Mermeladas, confituras o miel

Cereales (fríos o calientes)

Pastelería (croissant u otros)

## **Desayuno criollo o de la casa**

Es el típico desayuno doméstico cubano. Como puede apreciarse, resulta el menos dosificado de todos:

Pan con mantequilla

Café con leche

Café

## **Desayuno a la carta**

Jugos de frutas (variedad, pero fundamentalmente cítricas)

Frutas frescas de estación

Panadería variada

Huevos (en diferentes formas)

Emparedados

Cereales fríos o calientes

Mermeladas, confituras o miel (variedad)

Mantequilla

Quesos

Embutidos

Tortillas de harina (arepas, crêpes o hot-cakes)

Pastelería

Yogur

Leche fría y caliente

Chocolate

Café y té

La monta de las mesas para desayuno será la que se describe a continuación:



- Mantel y cubremantel. (Se podrá utilizar camino de mesa sólo para el servicio de desayuno excepcionalmente según las características del mobiliario)
- Taza de café con leche, plato base y cuchara para café con leche.
- Monta de tenedor y cuchillo para frutas o ensalada y monta de tenedor y cuchillo para asado.
- Soliflor (su altura desde la base hasta la parte superior del follaje no debe exceder de 23 cm).
- Servilleta de tela personalizada con el logo de la Marca.
- El jugo, café, leche o té, serán servidos por el dependiente a la mesa.
- El horario del desayuno del Restaurante o Desayunador será de 7:30 a 10:30 AM.

La monta básica de las mesas para desayuno se ejecuta de la siguiente forma:

- El mantel se colocará de forma tal que caiga uniforme por sus 4 bordes y que roce la parte superior del asiento de la silla.
- El cubre con caída uniforme y más corto que el mantel.
- De utilizarse camino de mesa este se colocará de forma tal que caiga uniforme en el centro de la mesa y que roce la parte superior del asiento de la silla.
- Se colocará desde atrás de la silla el plato de presentación, a 1 cm del borde de la mesa y al centro, teniendo como referencia la silla.
- El cuchillo de asado se colocará a la derecha y a 1 cm del plato de presentación, con el filo hacia el interior.
- A la derecha del cuchillo de asado se colocará el cuchillo de ensalada.
- El tenedor de asado se colocará del lado izquierdo y a un cm del plato de presentación.
- El tenedor de ensalada será colocado a la izquierda del de asado.
- La copa de agua se colocará encima del cuchillo de asado y una distancia de 1 cm del plato de presentación.
- El plato para pan y mantequilla se coloca del lado izquierdo, encima del tenedor de asado y a 1 cm del plato de presentación.
- La paleta de mantequilla se colocará encima del plato de mantequilla.

-La taza de café con leche y plato base se coloca en el lado derecho, debajo de la copa de agua más cerca del comensal con el asa de la taza hacia afuera y la cucharilla para café con leche en el lado derecho del asa de la taza.

-El Portaminidosis con minidosis de azúcar blanca, edulcorante y miel y la azucarera con azúcar morena se colocan en el centro de la mesa delante del salero y pimentero.

-El porta palillos, salero y el pimentero se colocan en el centro de la mesa con referencia a la entrada del restaurante. El salero a la derecha del pimentero y el porta palillos en el centro. Ambos se llenarán sólo hasta sus  $\frac{3}{4}$  partes.

-El adorno o centro de mesa se coloca por detrás del salero y el pimentero, con referencia a la entrada del restaurante.

-La servilleta no debe ponerse dentro de la copa de agua y debe ser poco manipulada, estando directamente sobre el cubre en el lado izquierdo al lado de los cubiertos ó en el centro del plato de presentación doblada de forma tal que se vea el logo de la marca.

### **Servicio de habitaciones**

-Se situará en cada puerta de habitación un colgante de solicitud para que el cliente pueda efectuar la oferta de un desayuno continental incluido en la habitación consistente en; Jugo de Naranja u otros jugos naturales, tostadas, croissant, mermeladas, mantequillas, leche, yogurt, café e infusiones.

-El colgante contendrá además la hora en que requiere el servicio de desayuno.

-El colgante tendrá la indicación de ser puesto en la puerta antes de la 2:00 am y será recogido por la camarera de habitaciones, el portero o conserje (según se designe por el hotel) y entregado en la cocina. El servicio de desayuno a las habitaciones será de 7:30 am a 11:00 am.

-Se colocará además una carta con otros tipos de desayuno no incluidos según solicitud del cliente.

-Se podrá ofrecer el servicio de habitaciones para almuerzo o cena no incluido según condiciones del hotel

### **Estándares para el servicio de almuerzo y cena en el restaurante**

-El Capitán realizará el servicio con profesionalidad, saludando al cliente por su apellido a su entrada y ayudándolo a sentarse, de igual forma al retirarse debe despedirse y desearle feliz día.

-Las cartas menú serán impresas, con imágenes de la instalación o de los alrededores en época otrora **y con identidad de la Marca.**

-La monta de las mesas para almuerzo y cena será la que se describe a continuación:

-Mantel y cubremantel.

-Plato de presentación personalizado con el logo de la marca.

-Monta de tenedor y cuchillo para frutas o ensalada y monta de tenedor y cuchillo para asado.

-Plato para pan y mantequilla cuchillo para mantequilla.

-Cucharita para postre

-Copa para agua, copa multiusos.

-Salero

-Pimentero

-Porta palillos

-Soliflor (su altura desde la base hasta la parte superior del follaje no debe exceder de 23 cm). En horario de cena, se podrá sustituir el soliflor por un candelabro.

-Servilleta de tela con el logo de la Marca.

-La monta básica de las mesas se ejecuta de la siguiente forma:

-El mantel se colocará de forma tal que caiga uniforme por sus 4 bordes y que roce la parte superior del asiento de la silla.

-El cubre con caída uniforme y más corta que el mantel.

-Se colocará desde atrás de la silla el plato de presentación, a 1 cm del borde de la mesa y al centro, teniendo como referencia la silla.

-El cuchillo de asado se colocará a la derecha y a 1 cm del plato de presentación, con el filo hacia el interior.

- A la derecha del cuchillo de asado se colocará el cuchillo de ensalada.
- El tenedor de asado se colocará del lado izquierdo y a un cm del plato de presentación.
- El tenedor de ensalada será colocado a la izquierda del de asado.
- La cucharita para el postre se colocará paralela al borde superior del plato de presentación, con el cabo hacia la derecha.
- La copa de agua se colocará encima del cuchillo de asado y una distancia de 1 cm del plato de presentación.
- La copa multiusos se colocará a la derecha y a 1 cm de la de agua, más cerca del comensal.
- El plato para pan y mantequilla se coloca del lado izquierdo, encima del tenedor de asado y a 1 cm del plato de presentación.
- La paleta de mantequilla se colocará encima del plato de mantequilla.
- El porta palillos, salero y el pimentero se colocan en el centro de la mesa con referencia a la entrada del restaurante. El salero a la derecha del pimentero y el porta palillos en el centro. Ambos se llenarán sólo hasta sus  $\frac{3}{4}$  partes.
- El adorno o centro de mesa se coloca por detrás del salero y el pimentero, con referencia a la entrada del restaurante.
- La servilleta no debe ponerse dentro de la copa de agua y debe ser poco manipulada, estando directamente sobre el cubre en el lado izquierdo al lado de los cubiertos ó en el centro del plato de presentación doblada de forma tal que se vea el logo de la marca.

El servicio de almuerzo y cena incluido se realizará de acuerdo a la siguiente oferta:

- Arroz integral
- Ensalada de vegetales
- Espaguetis y otras pastas
- Sopa
- Huevo en cualquiera de sus variedades
- Pescado
- Pollo
- Bistec de res

- Carne de pavo cocida
- Patatas
- Carne de res a la plancha
- Ensalada de vegetales
- Jugo de frutas
- Carne de conejo
- Arroz Moro
- Sopa de fideos y verduras
- Gelatina

### **Estándares para el servicio de alimentos ligeros en el desayunador.**

En los hoteles de pequeño formato que solamente ofertan servicios de desayunador y snack bar, realizarán el mismo con el personal de servicio gastronómico apoyado por personal capacitado para cubrir las funciones de dependiente gastronómico y elaborador de alimentos, manteniendo siempre los estándares de servicios adecuados a la marca. El área del desayunador podrá ser utilizada para el servicio de snack después del horario del desayuno cumpliendo con la oferta para snack bar, con los estándares de servicio siguientes:

- El Capitán o dependiente de servicio gastronómico realizará el servicio con profesionalidad, saludando al cliente por su apellido a su entrada siempre que se conozca y ayudándolo a sentarse, de igual forma al retirarse debe despedirse y desearle feliz día.
- La decoración será sencilla, pero reflejando la identidad propia de cada instalación.
- La monta de las mesas para snack será la que se describe a continuación:
  - Mantel y cubremantel. (Se podrá utilizar camino de mesa excepcionalmente según las características del mobiliario)
  - Monta de tenedor y cuchillo para frutas o ensalada y monta de tenedor y cuchillo para asado.
  - Copa para agua.
  - Plato de presentación personalizado con el logo de la marca.
  - Pimentero.

-Salero.

-Porta palillos.

-Soliflor (su altura desde la base hasta la parte superior del follaje no debe exceder de 23 cm).

-Servilleta de tela personalizada con el logo de la Marca.

La monta básica de las mesas para snack se ejecuta de la siguiente forma:

- El mantel se colocará de forma tal que caiga uniforme por sus 4 bordes y que roce la parte superior del asiento de la silla.

-El cubre con caída uniforme y más corto que el mantel.

-De utilizarse camino de mesa este se colocará de forma tal que caiga uniforme en el centro de la mesa y que roce la parte superior del asiento de la silla.

-Se colocará desde atrás de la silla el plato de presentación, a 1 cm del borde de la mesa y al centro, teniendo como referencia la silla.

-El cuchillo de asado se colocará a la derecha y a 1 cm del plato de presentación, con el filo hacia el interior.

-A la derecha del cuchillo de asado se colocará el cuchillo de ensalada.

-El tenedor de asado se colocará del lado izquierdo y a un cm del plato de presentación.

-El tenedor de ensalada será colocado a la izquierda del de asado.

-La copa de agua se colocará encima del cuchillo de asado y una distancia de 1 cm del plato de presentación.

-El porta palillos, salero y el pimentero se colocan en el centro de la mesa con referencia a la entrada del restaurante. El salero a la derecha del pimentero y el porta palillos en el centro. Ambos se llenarán sólo hasta sus  $\frac{3}{4}$  partes.

-El adorno o centro de mesa se coloca por detrás del salero y el pimentero, con referencia a la entrada del restaurante.

-La servilleta no debe ponerse dentro de la copa de agua y debe ser poco manipulada, estando directamente sobre el cubre en el lado izquierdo al lado de los cubiertos ó en el centro del plato de presentación doblada de forma tal que se vea el logo de la marca.

### **Servicio de vinos**

Los vinos representan una importante oferta dentro de los servicios de restauración, ya que un considerable número de comensales los prefieren como bebida acompañante para las comidas. Por tanto, es necesario contar con un suficiente surtido de estos, en correspondencia con el tipo de alimentos. Los Hoteles E deberán ofrecer una carta de vinos apropiada con una adecuada gestión de venta de los mismos. Esto representa un valor añadido más, toda vez que los encargados de su servicio (el *sommelier*, el jefe de salón, el capitán o el dependiente) tienen la oportunidad de establecer un breve, respetuoso y sobre todo profesional diálogo con el cliente, al recomendarle los vinos más indicados para los platos seleccionados.

Para garantizar una exitosa comercialización de los vinos, es necesario contar en los restaurantes, cabas u otro lugar destinado para esto con las siguientes condiciones:

- Muebles o soportes expositores para las botellas de vino
- Cartas de vinos redactadas correctamente y con presentación atractiva (en dos idiomas).
- Climatización o medios de refrigeración y hielo
- Utensilios y accesorios requeridos (cubetas con pies, sacacorchos profesionales, garrafas para trasvasar, cestas de mimbre, paños o litos)

Las cartas de vinos se deben elaborar teniendo en cuenta lo siguiente:

-Agrupar y ordenar los vinos por tipos:

1ro: Blancos

2do: Rosados

3ro: Tintos

4to: Aromatizados y fortificados

Los espumosos pueden anotarse lo mismo al principio que al final.

-Los vinos más jóvenes deben anteceder a los vinos más viejos.

-Igualmente, anotar los vinos agrupados y ordenados por países: 1ro: franceses, 2do: españoles, 3ro: alemanes, 4to: italianos, 5to: portugueses, 6to: otros países, latinoamericanos y cubanos.

-En todos los casos, se especificará por cada vino nombre, marca, bodega y/o región de origen, añada (año de la cosecha de las uvas), país, precio (de la botella y/o por copas)

Las temperaturas de servicio específicas óptimas para los diferentes tipos de vino son:

Tintos con cuerpo.....no más de 18° C.

Tintos jóvenes.....entre 12° y 15° C.

Blancos y rosados secos.....entre 7° y 8° C.

Blancos y rosados semi-secos.....entre 4° y 5° C.

Espumosos.....entre 4° y 5°C.

En el caso de los vinos que requieren menores temperaturas (blancos, rosados y espumosos), además del enfriamiento previo se presentarán al cliente dentro de una cubeta con hielo, para cuyo servicio se tendrán en cuenta detalles tales como:

-Las cubetas se colocarán sobre un pie o soporte. En caso de no poseerlo, se dispondrán sobre las mesas, en los aparadores o en carros auxiliares, con un plato base y paño por debajo.

Sólo se empleará hielo en cubos y no de otro tipo.

-Se añadirá agua al hielo para acelerar el enfriamiento y facilitar la colocación de las botellas.

-Puede añadirse sal común al hielo para bajar más rápidamente la temperatura en la cubeta.

-En todo momento, las cubetas con botellas introducidas dentro de las mismas, se cubrirán con una servilleta, paño o lito.

### **Servicio de cafés**

El café constituye para los cubanos una bebida nacional por excelencia, propia de ser consumida en diversas formas, ocasiones y horarios. Es por ello que su servicio, ejecutado con los atributos y la corrección que le corresponden, constituye todo un ritual de consumo en que resalta el elevado sentido de la hospitalidad criolla y valor distintivo de la idiosincrasia nacional.

Se procederá a su ejecución de acuerdo a los siguientes pasos:



- Su pedido se anotará inmediatamente después o en defecto de los postres, en la misma comanda.
- Retirar previamente todos los complementos e insumos anteriores.
- Verificar si se encuentra limpio el puesto del comensal; y en caso contrario, limpiarlo.
- Servir o rellenar las copas para agua, velando que se encuentre bien fría.
- Marcar los insumos correspondientes.

### **Estándares para el Servicio de Café, que distingue la Marca.**

En bandeja pequeña (bandeja del mismo tipo de la familia de la vajilla utilizada) se realiza la Monta que incluye:

- Azucarera con Azúcar moreno.
- Porta minidosis con minidosis de azúcar blanca, miel y edulcorante.
- Lechera (cuando el café solicitado sea cortado)
- Chocolate y canela en polvo (cuando el café solicitado sea capuchino)

En bandeja de servicio se traslada el café servido con la doble monta para colocar en la mesa que incluye:

- Bowl para confitura (6 cm diámetro) con confitura (bombón o galleta). Puede colocarse directamente en el plato a un lado de la taza de café.
- Plato base.
- Plato para la taza de café.
- Taza de café
- Cuchara para café.
- Servilleta.
- Copa para agua.

### **Forma de servir el café:**

- Se presentará la carta menú de cafés al cliente dándole distintas posibilidades: solo, corto, largo, con leche, etc y explicando las opciones.
- En bandeja pequeña (bandeja del mismo tipo de la familia de la vajilla utilizada) se realiza la monta de los aditivos y complementos que acompañan el café, que incluyen las minidosis de azúcar blanca, miel y edulcorante, se coloca

una azucarera con azúcar morena y una lechera en caso de ser café cortado. --

-El set de endulzado puede ser uno por mesa.

-El café se traslada en bandeja de servicio disponiéndose la infusión ya servida en la taza, ésta sobre platillo base pequeño y colocados ambos sobre un platillo base mediano, con servilleta de papel doblada en forma de triángulo entre uno y otro platillo, se acompaña de una copa de agua fría. De esta forma, se facilita trasladar a la vez la cucharita y la pequeña pieza de dulce en un bowl pequeño ó en el otro extremo del plato de café.

-No se debe entregar en la mano porque la probabilidad de que se le derrame será muy alta, se coloca en la mesa sobre el plato base mediano.

-Las tazas vendrán apoyadas en su plato correspondiente, cuidando que la cucharilla esté al lado derecho del asa y ésta, cerca de la mano derecha del comensal.

-Nunca se debe llenar demasiado la taza

-Nunca se tocará con los dedos los bordes de la taza.

-Se contará con el servicio de café descafeinado e infusiones.

### **Objeto de estudio**

La oferta gastronómica del Hotel Rijo.

### **Campo de estudio**

Diversificación de la oferta gastronómica en los servicios del Hotel Rijo, a través de estrategias y diseños.

### **Población**

La población o universo es el conjunto total de individuos que se encuentran en un lugar determinado para llevar a cabo un análisis con características similares. Como universo se tomará los clientes del Hotel Rijo en el momento que se realizó el estudio y los trabajadores del establecimiento.

### **Muestra**

La muestra es una parte representativa de la población que se desea estudiar, se lo lleva a cabo con el objetivo de realizar menos complejo el proceso de la investigación ya que en otras ocasiones es difícil encuestar a todo el grupo

involucrado. Se tomará como muestra a los trabajadores que interactúan en los servicios gastronómicos y 15 clientes al azar.

## **Análisis e interpretación de los Resultados**

### **Resultado de la entrevista (Anexo 5)**

Según la entrevista realizada al Maitre del Hotel Rijo, indica que el establecimiento con varios años de actividad ofrece un servicio de desayuno, almuerzo y cena todos los días, y una variedad de alimentos y bebidas.

El servicio gastronómico del hotel tiene como objetivo modificar la oferta mediante la implementación de estándares que forman parte de la marca, logrando la satisfacción del cliente.

Los fundamentos para elaborar una oferta gastronómica en el Hotel Rijo son los siguientes:

- Conocer el público objetivo y la temática del restaurante.
- Hacer una lista con recetas relevantes para el modelo del negocio.
- Seleccionar los platillos que conformarán el menú.

En nuestro país existen pocos establecimientos con una oferta gastronómica especializada en las enfermedades crónicas más frecuentes, pues se están haciendo estudios al respecto. La implementación de este tipo de oferta elevaría la posición del hotel en el mercado, la atención al cliente y la calidad del servicio sería exclusiva, teniendo en cuenta algo tan importante como la salud de los visitantes.

### **Resultado de la Observación**

Se puede observar las mesas y el ambiente tranquilo que ofrece el servicio gastronómico, el tipo de iluminación, la pulcritud, los colores característicos, dando como imagen un lugar acogedor, histórico y elegante.

Se observa la variedad en los alimentos que ofrecen, algunos de ellos poseen altas calorías y no con un régimen alimenticio adecuado para clientes con enfermedades crónicas.

Se oferta una gama de bebidas como Vinos Blancos, Rosados y Tintos, así como jugos naturales. Se ofrecen ensaladas, Sandwiches, postres y comida criolla.(Anexo 1)

### **Resultado de la encuesta (Anexo 4)**

La mayoría de la clientela es de origen internacional representando un 86.6%, también existe un porcentaje pequeño de 13.3% de origen nacional, donde ambos criterios se tomarán en cuenta. (Anexo 6 Tabla No 1)

Según los resultados se analiza que la mayoría de los visitantes tienen más de 60 años de edad, representando un 40 % del total de encuestados, lo cual evidencia la necesidad de crear una oferta gastronómica especializada para personas con afecciones crónicas. (Anexo 6 Tabla No 2)

La clientela que visita el restaurante tiene en su mayoría un conocimiento sobre la alimentación saludable para un 93.3%, lo que reafirma la necesidad de una dieta especial como propuesta gastronómica. (Anexo 6 Tabla No 3)

Según la encuesta la mayoría de los clientes padece algún tipo de enfermedad crónica, destacándose la Hipertensión Arterial representando un 40% del total de encuestados y la Diabetes Mellitus con 33.3%, seguido de las enfermedades intestinales con un 26.6%, donde se incluye la enfermedad celíaca. (Anexo 6 Tabla No 4)

Todos los clientes encuestados están de acuerdo con la implementación de una oferta gastronómica especializada para las personas que padezcan alguna de las enfermedades crónicas más comunes, evidenciándose la importancia de la diversificación de la oferta. (Anexo 6 Tabla No 5)

### **Capítulo 3**

Este trabajo se justifica al poner a disposición una oferta gastronómica para personas con problemas de salud, lo que atraerá a este tipo de clientes mejorando la promoción turística Hotel Rijo.

Objetivo

#### **General**

Diversificar la oferta gastronómica mediante la planificación de una oferta especializada con opciones de régimen dietético para satisfacer las necesidades alimentarias de clientes con enfermedades crónicas que visitan el Hotel Rijo.

#### **Específicos**

- Seleccionar los productos alimenticios para un adecuado régimen dietético y saludable según las principales enfermedades asociadas a la alimentación.
- Diseñar la carta del menú con los productos de régimen dietético.

#### **Resultados esperados**

- Satisfacer las necesidades alimentarias de las personas que padezcan enfermedades crónicas.
- Mejorar la atención al cliente, diversificando la oferta gastronómica con opciones alimentarias para el turista con problemas de salud.
- Incrementar clientes mediante una propuesta que les permita disfrutar de una alimentación saludable.

#### **Oferta gastronómica especializada para personas con Hipertensión**

##### **Arterial (Anexo 2)**

La Hipertensión Arterial es un trastorno por el cual los vasos sanguíneos tienen persistentemente una tensión elevada.

##### **Particularidades alimentarias**

- Dieta hiposódica.
- Lácteos bajos en grasa
- Dieta rica en frutas, vegetales, granos, arroz integral, pescado y grasas saludables.

-Evitar carnes rojas, enlatados y embutidos.

### **Desayuno**

Pan integral: 2 rebanadas

Naranja o toronja: 1 naranja o ½ toronja

Café con leche: ½ tasa

Jugo de Papaya: ½ taza

### **Almuerzo o Cena**

Fideos en salsa de tomate: 1 plato

Sopa de verduras: 1 sopera

Pollo cocido: 1 porción

Verduras al vapor; ½ taza

Arroz integral: 1 plato mediano

Jugo de frutas: 1 vaso

Gelatina: 1 porción

### **Merienda**

Galleta integral: 6 galletas

Leche con cocoa: 1 taza mediana

Pan integral: 2 rebanadas

Frutas en trozos: 1 plato mediano

### **Oferta gastronómica especializada para personas con Diabetes Mellitus**

(Anexo 3)

La Diabetes Mellitus es una afección que afecta la forma en que el cuerpo convierte los alimentos en energía, provocando alteraciones en la glucosa sanguínea.

#### **Particularidades alimentarias:**

-Ingerir grasas saludables

-No alimentos fritos

-4 a 6 comidas al día.

- Dieta hipocalórica .

### **Desayuno**

Leche descremada con o sin café: 1/2 taza

Yogurt dietético natural: 1 vaso pequeño

Queso: 5 rebanadas

Pan integral: 2 rebanadas pequeñas o una grande

Tomate: 3 rodajas

Jamón: 1 rodaja

Jugo de frutas:  $\frac{3}{4}$  vaso

### **Almuerzo o Cena**

Arroz integral: 1 plato mediano

Estofado de pavo: 1 porción

Ensalada de verduras sin almidón: 1 plato mediano

Espagueti con queso y pescado: 1 plato mediano

Guayaba: 1

### **Merienda**

Fideo cocido:  $\frac{3}{4}$  taza

Tostadas: 2 rebanadas

Papa cocida: Mediana

Carne de res a la plancha: 1 porción

Pan de molde: Pequeño

Pescado: 1 plato pequeño

Frutas en trozos: 1 plato mediano

### **Oferta gastronómica especializada para personas con Insuficiencia Renal**

La Insuficiencia Renal es una afección que provoca que los riñones pierden la capacidad de eliminar los desechos y equilibrar los fluidos.

#### **Particularidades alimentarias:**

-Evitarlos alimentos ricos en fósforo y carnes rojas

-Dieta hiposódica

-Dieta normocalórica y normoproteica

### **Desayuno**

Galletas: 4

Mantequilla: 2 cucharadas

Colada de maicena:  $\frac{3}{4}$  taza

Fruta picada en almíbar: 1 taza

### **Almuerzo o Cena**

Arroz cocido: 1 taza

Sopa de verduras: 1 sopera

Huevo cocido: 1

Pescado: 1 porción

Ensalada de vegetales: 1 plato

Helado: 1 porción

### **Merienda**

Galletas: 4

Frutas en trozos: 1 plato mediano

Helado: 1 vaso mediano

Pan en rebanadas: 3

Mantequilla: 2 cucharadas

### **Oferta gastronómica especializada para personas con enfermedades intestinales**

Las enfermedades intestinales son trastornos que afectan el funcionamiento normal del sistema digestivo.

#### **Particularidades alimentarias**

-No alimentos grasos

-Evitar exceso de verduras crudas

-No bebidas gaseosas

#### **Desayuno**

Tortilla francesa: 1 porción

Huevo cocido: 1

Avena y leche: 1 taza

Yogurt Natural: 1 vaso pequeño

Ensalada de frutas en trozos: 1 plato mediano

### **Almuerzo o Cena**

Bistec de pollo: 1 porción

Bistec de res: 1 porción

Carne de pavo cocida: 1 porción

Arroz cocido: 1 porción

Patatas cocidas: 1 plato mediano

Ensalada de vegetales cocidos: 1 plato mediano



## **Merienda**

Helado: 1 vaso

Tostadas: 4 rebanadas

Zanahoria y acelga: 1 porción

Pan Integral: 4 rebanadas

Zumo de frutas: 1 vaso mediano

## **Oferta gastronómica especializada para personas con enfermedades cardiovasculares**

Son afecciones que limitan el funcionamiento correcto del sistema cardiovascular.

### **Particularidades alimentarias:**

- Consumo frecuente de frutas, verduras, cereales integrales, leguminosas y granos secos.

-Eliminación de ácidos grasos.

-Dieta baja en sal, azúcar y grasas saturadas

## **Desayuno**

Jugo de frutas: 1 vaso

Sandwich de queso: 1 taza

Yogur: 1 vaso

Tortilla de queso: 1 porción

Pan integral: 1 rebanada

## **Almuerzo o Cena**

Sopa de verduras: 1 plato sopero

Arroz blanco: 1 taza

Carne de res a la plancha: 1 porción

Ensalada de vegetales : 1 plato mediano

Zumo de frutas: 1 vaso mediano

## **Merienda**

Verduras al vapor: 1 plato

Jugo de fruta: 1 vaso

Ensalada de vegetales: 1 plato

Frutas en trozos: 1 plato mediano

### **Oferta gastronómica especializada para personas con enfermedades mentales**

Las enfermedades mentales son una amplia variedad de afecciones que afectan el estado de ánimo, el pensamiento, la conducta humana y por tanto, el funcionamiento correcto del cerebro.

#### **Particularidades alimentarias:**

-Consumir carnes blancas en alta proporción por su elevado contenido en Omega 3.

-Dieta rica en frutas y vegetales por su alto contenido de vitaminas y fibra.

-Limitar consumo de azúcar refinada y gluten

#### **Desayuno**

Té verde: 1 taza mediana

Nueces: 7

Cereales varios: 1 taza mediana

Huevo Cocido:1

Pan Integral: 2 rodajas

Galletas de trigo integral:6

#### **Almuerzo o Cena**

Salmón: 1 porción

Pavo al jugo: 1 porción

Pollo Cocido: 1 pieza

Conejo al jugo: 1 porción

Huevo cocido: 1

Arroz Moro: 1 taza

Vegetales de hojas oscuras:1 plato mediano

#### **Merienda**

Zanahoria: 1 plato mediano

Naranja: 1

Plátano: 2

Avena y leche: 1 taza mediana

Queso blanco: 5 rebanadas

Zumo de frutas: 1 vaso mediano

## **Conclusiones**

Al culminar esta investigación podemos concluir que la mayoría de la clientela del Hotel Rijo son adultos mayores, con tendencia a padecer de afecciones crónicas, y requieren de una dieta específica.

Se realizaron entrevistas a trabajadores, encuestas a clientes, y se evidenció la ausencia de una oferta gastronómica especializada que responda a las necesidades de este tipo de visitantes.

De esta forma se definieron las particularidades alimentarias según las patologías más comunes en la muestra estudiada, dando paso a la propuesta de diversificación gastronómica para satisfacer la demanda de estos clientes.

Con la implementación de esta propuesta se perfeccionará el servicio a los usuarios del Hotel Rijo, se fomentará el aumento y fidelidad de los mismos, y por consiguiente se favorecerán las ganancias del establecimiento.

## Bibliografía

- Martín Rojo, I., (2003) Dirección y gestión de empresas del sector turístico. Tercera edición. España, Ediciones Pirámide.
- Ramirez, C. (2002). Calidad total de las empresas turísticas. Editorial Mad, S.L.  
Obtenido de: <https://books.google.com.ec/books?isbn=9682465419>
- De La Puente, M. A. (2017). Turismo de salud. Universidad del Norte.  
Obtenido de [https://books.google.com.ec/books?hl=en&lr=&id=PtJCDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=turismo+de+salud&ots=pcxPmaXqdH&sig=Py0ZLj\\_ks0-2hrMDsWp8FxZ9XeQ&redir\\_esc=y#v=onepage&q=turismo%20de%20salud&f=false](https://books.google.com.ec/books?hl=en&lr=&id=PtJCDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=turismo+de+salud&ots=pcxPmaXqdH&sig=Py0ZLj_ks0-2hrMDsWp8FxZ9XeQ&redir_esc=y#v=onepage&q=turismo%20de%20salud&f=false)
- Gurría Di-Bella, M. (1997). Introducción al turismo. Trillas. Obtenido de: <https://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2017/06/Introducci%C3%B3n-al-turismo-de-Manuel-G.-Di-Bella-PDF.pdf>
- Oliveira, S. (2016). La gastronomía como atractivo turístico primario de un destino. Obtenido de Scielo.org: [http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1851-17322011000300012](http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322011000300012)
- Martínez J. (2011). Gastronomía y Nutrición. Madrid-España: Síntesis.
- Brillant-Savarin, J. A. (2012). Filosofía del gusto. Ediciones Trea, S.L.  
Obtenido de <http://cdigital.dgb.uanl.mx/la/1080046654/1080046654.PDF>
- Castellví de Simón, S. (2014). Gastronomía Francesa. La Vanguardia.  
Obtenido de: <https://www.lavanguardia.com/participacion/cartas/20140524/54407257643/gastronomia-francesa.html>
- Armesto-López, X., & Gomez-Martín, M. (2005). Productos agroalimentarios de calidad y turismo en España: estrategias para el desarrollo local. Geographicalia, (47), 87-110. Obtenido de: [https://www.researchgate.net/publication/28314596\\_Productos\\_agroalimentarios\\_de\\_calidad\\_y\\_turismo\\_en\\_Espana\\_Estrategias\\_para\\_el\\_desarrollo\\_local](https://www.researchgate.net/publication/28314596_Productos_agroalimentarios_de_calidad_y_turismo_en_Espana_Estrategias_para_el_desarrollo_local)

- Dolores, M. (05 de Diciembre de 2016). Oferta gastronómica. Obtenido de El Tenedor: <https://www.theforkmanager.com/es/blog/como-crear-una-oferta-gastronomica-vendedora/#>
- Pachón M, Paredes J. . (2004). Diccionario Enciclopédico Mega Siglo XXI. Colombia: Norma S.A. .
- Real Academia Española de la Lengua (RAE). (2017). Obtenido de: <http://dle.rae.es/?id=WECJvpa>
- Corominas. "Breve Diccionario Etimológico de la Lengua Castellana". Ed. Gredos, 1980. ISBN 8424913329, pág. 505 2- The Online Etymology Dictionary "Restaurant". Obtenido de: <http://www.etymonline.com/index.php?term=restaurant>
- Zarate, J. G. (2015). Planeación y elaboración de menús en servicios de alimentación. Gestipolis. Obtenido de: <https://www.gestipolis.com/planeacion-y-elaboracion-de-menus-en-servicios-de-alimentacion/>
- Gastronomía. (2017). Definiciones de menú, carta y buffets. Obtenido de Gastronomía: <https://gastronomia.laverdad.es/preguntas/cocina-general/definiciones-menu-carta-buffet-tipos-1407.html>
- Bonduelle.es. (2018). Diversidad alimentaria. Obtenido de Bonduelle.es: <https://bonduelle.es/blog/diversidad-alimentaria>
- UNWTO. (2017). Entender el turismo: Glosario básico. Obtenido de UNWTO: <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
- Ecured. (2015). Restaurante. Obtenido de Ecured: <https://www.ecured.cu/Restaurante>
- Ecured. (2018). Alimentación. Obtenido de Ecured: <https://www.ecured.cu/Alimentaci%C3%B3n>
- Lopategui, E. (2016). Conceptos básicos de nutrición. Obtenido de Saludmed: <http://www.saludmed.com/Salud/Nutricion/ConcptBa.html>
- Montecinos, A. (2018). Gastronomía. Obtenido de Cegaho: <https://cegaho.wordpress.com/2016/12/01/definicion-gastronomia/>
- Plaza, C. (2016). La carta. Obtenido de Ciencias Culinarias: <http://cienciasculinarias.blogspot.com/2012/02/la-carta.html>

- Economipedia.com. (2017). Diversificación empresarial. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/diversificacion-empresarial.html>
- Policonomics. (2017). Oferta y demanda. Obtenido de Policonomics: <https://policonomics.com/es/oferta-demanda/>
- Icarito. (2017). La receta. Obtenido de Icarito: <http://www.icarito.cl/2009/12/la-receta.shtml/>
- Busse R, Blumel M, Scheller-Kreinke D ZA. Tackling chronic disease in Europe. Strategies, interventions and challenges (Monografía en internet). Denmark: Who Regional Office for Europe: 2010.Disponible en <https://www.euro.who.int/- data/assets/pdf/files/0008/96632/E93736.pdf>.
- Tesis-María-Veliz-ANALISIS DE LA OFERTA GASTRONOMICA (2019)

## Anexos

### Anexo 1



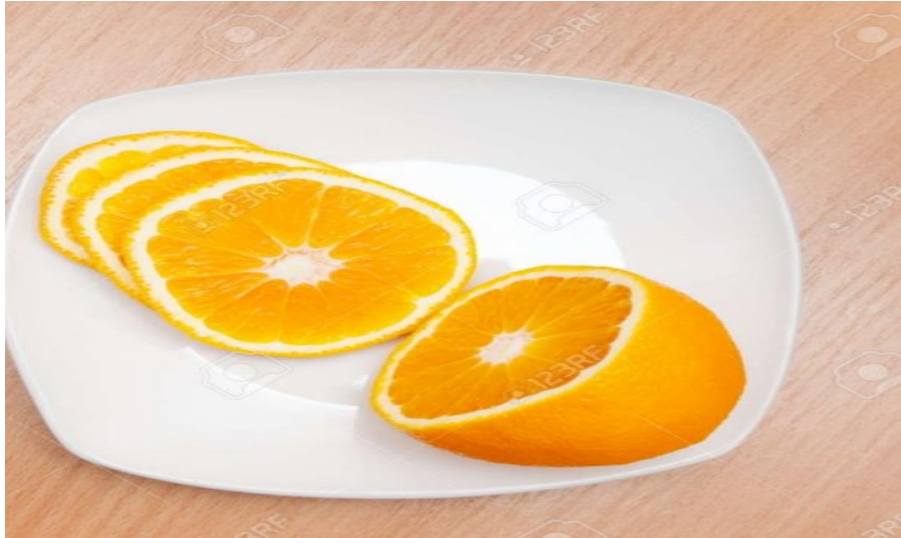




## Anexo 2

### Oferta gastronómica especializada para personas con Hipertensión Arterial

#### Desayuno



Almuerzo o Cena





## Merienda



### Anexo 3

## Oferta gastronómica especializada para personas con Diabetes Mellitus

### Desayuno





d from  
ima.com



10



Almuerzo o Cena







## Merienda





## **Anexo 4**

### **Preguntas a forma de encuesta a los visitantes**

-¿En qué país vive usted?

-¿Qué edad tiene?

-¿Conoce usted el significado de alimentación saludable?

-¿Padece usted de alguna enfermedad crónica? ¿Cuál?

-¿Le gustaría que se implementara una oferta gastronómica especializada para clientes que padezcan de enfermedades crónicas?

## Anexo 5

### **Preguntas a forma de entrevista al Maitre del Hotel Rijo**

- ¿Qué servicios gastronómicos ofrece el hotel?
- ¿Qué objetivos tienen estos servicios gastronómicos?
- ¿Cuáles son los fundamentos teóricos para elaborar una oferta gastronómica en el Hotel Rijo?
- ¿Cree usted que la implementación de una oferta gastronómica según las enfermedades crónicas más frecuentes elevaría la calidad del servicio en este establecimiento?

Anexo 6

Tabla No 1 País de procedencia

País	Cantidad de clientes	%
Rusia	8	53.3
Francia	5	33.3
Cuba	2	13.3
Total	15	100

Tabla No 2 Edad

Edad	Cantidad de clientes	%
20-30	1	6.6
31-40	2	13.3
41-50	2	13.3
51-60	4	26.6
60 y más	6	40
Total	15	100

Tabla No 3 Conocimiento sobre alimentación saludable

Cientes	Cantidad	%
Conocen sobre la alimentación saludable	14	93.3
No conocen sobre la alimentación saludable	1	6.6
Total	15	100

Tabla No 4 Incidencia de las Enfermedades Crónicas

Enfermedades	Cantidad	%
Hipertensión Arterial	6	40
Diabetes Mellitus	5	33.3
Insuficiencia Renal	3	20
Enfermedades Intestinales	4	26.6
Enfermedades Cardiovasculares	3	20
Enfermedades Mentales	1	6.6
Sin enfermedad actual	3	20

Tabla No 5 Criterio sobre la implementación de una oferta gastronómica especializada

Clientes	Cantidad	%
Están de acuerdo con la implementación de una oferta gastronómica especializada	15	100
Total	15	100