

## 7.4.2 Restaurante

### Objetivo

El objetivo de la regulación de los servicios turísticos de restauración es asegurar la continuidad de la vivencia turística de los turistas en los restaurantes como componentes de la Ruta, y garantizar unos niveles de servicio homogéneos en toda la ruta.

### Tipología de establecimiento

Pueden formar parte de la Ruta del Vino cualquier tipo de restaurante independientemente de su categoría y tipología, siempre y cuando, ofrezca un servicio de calidad, reúna unas instalaciones adecuadas y el establecimiento presente tematización en torno al vino. Ha de ofrecer un servicio del vino esmerado e incluir en su carta la gastronomía de la zona y los vinos de la D.O.

### Responsabilidad

La responsabilidad de la regulación de los servicios turísticos de restauración debe asumirla el Ente Gestor de la Ruta.

### Criterios Restaurantes

Nº	CRITERIO	CUMP	
		Si	No
<b>1</b>	<b>CUMPLIMIENTO REQUISITOS LEGALES Y OTROS</b>		
<b>1.1</b>	<b>El establecimiento está dentro del ámbito territorial de la ruta</b>		
1.1a	(O) El establecimiento se sitúa dentro del marco territorial de la DO y de la Ruta		
<b>1.2</b>	<b>El establecimiento dispone de licencia y registro</b>		
1.2a	(O) El establecimiento posee una licencia de actividad o de apertura en regla, y si aplica, dispone de registro como empresa de actividad turística de acuerdo a la legislación autonómica vigente.		
<b>2</b>	<b>PERTENENCIA A LA RUTA DEL VINO</b>		
<b>2.1</b>	<b>El establecimiento se involucra en la gestión del producto turístico, directamente o en asociaciones</b>		
2.1a	(O) El establecimiento forma parte del Ente Gestor, bien directamente, o bien representada por alguna asociación a la que pertenezca.		
2.1b	(O) El establecimiento cumple con sus compromisos como establecimiento adherido a la ruta (pago de cuotas, asistencia a formación obligatoria, otros). Deberá disponer de recibo de pago o evidencia general de pago por parte de la propia Ruta		
<b>2.2</b>	<b>El establecimiento colabora con el Ente Gestor en la implantación del observatorio turístico y coopera con éste y con otras empresas</b>		
2.2a	(O) El establecimiento colabora activamente con el Ente Gestor para la implantación del observatorio turístico, realizando las acciones que en cada caso se establezcan como obligatorias, como puedan ser: proporcionar los datos requeridos, incentivando la cumplimentación de encuestas de demanda, etc.		
2.2b	El establecimiento colabora con el Ente Gestor para la mejora de la competitividad de la Ruta, por ejemplo participando en los órganos de gestión, mesas de trabajo, participando en acciones de promoción, etc.		

Nº	CRITERIO	CUMP	
		Si	No
2.2c	El establecimiento colabora con otros socios de la Ruta, para la mejora de la competitividad. Por ejemplo: se fomenta el trabajo en red; la promoción conjunta; la provisión de productos elaborados o servicios prestados por establecimientos de la Ruta, preferentemente; etc.		
<b>2.3 Pertenencia a la Ruta del Vino y al Club de Producto Rutas del Vino de España</b>			
2.3a	<b>(O) El establecimiento cuenta con una placa identificativa en la entrada que le distingue como establecimiento adherido a la Ruta del Vino.</b>		
2.3b	En el material informativo y promocional del establecimiento, en soporte digital o físico, consta su pertenencia a la ruta.		
2.3c	En el material informativo y promocional del establecimiento, en soporte digital o físico, consta su pertenencia al Club de Producto Rutas del Vino de España. <i>Nota aclaratoria: No será de aplicación hasta que la Ruta haya conseguido la certificación.</i>		
<b>3 TEMATIZACIÓN</b>			
<b>3.1 El establecimiento expone los recursos informativos relacionados con la ruta del vino. Dispone de un “Rincón del vino”.</b>			
3.1a	El establecimiento cuenta con una zona física (“Rincón del Vino”) donde se exhibe la información turística relativa a la Ruta del vino.		
3.1b	“El Rincón del Vino” cuenta con una selección de material promocional e informativo, bien genéricos de la Ruta, bien de los establecimientos adheridos a la misma.		
3.1c	El establecimiento ofrece información sobre eventos y servicios enoturísticos complementarios.		
<b>3.2 Decoración específica</b>			
3.2a	La decoración del establecimiento incluye elementos que hacen referencia al mundo del vino. Se evitará la presencia predominante de elementos de decoración alusivos a otras bebidas distintas al vino.		
<b>3.3 Bodega climatizada</b>			
3.2b	El establecimiento dispone de dependencias o instalaciones fijas dedicadas en exclusiva para el almacenamiento y conservación del vino, como puedan ser bodegas o cavas climatizadas. Las instalaciones deben garantizar unas condiciones ambientales adecuadas para la correcta conservación del vino en cuanto a temperatura, humedad, iluminación y ventilación. Las instalaciones son visibles para el cliente, haciendo la función de expositor. El acabado y estética están en consonancia con la decoración del local."		
<b>4 COMPETENCIAS DEL PERSONAL</b>			
<b>4.1 El personal de atención al público ha recibido formación específica sobre la Ruta del Vino</b>			
4.1a	<b>(O) El personal de atención al público ha recibido formación específica sobre la Ruta del Vino de la zona al incorporarse el establecimiento a la Ruta del Vino, formación ésta que se va actualizando periódicamente. Se admiten tanto la formación presencial como otros sistemas de formación que garanticen la consecución de los objetivos.</b>		
4.1b	<b>(O) El personal está familiarizado con los distintos vinos de la DO incluidos en la carta de vinos.</b>		

Nº	CRITERIO	CUMP	
		Si	No
4.1c	Se dispone de personal con conocimientos específicos de los vinos, su servicio y conservación. Nota explicativa: - Se valora la existencia de personal que desempeñe la función de sumiller. - Debe ser personal que en base a sus conocimientos y experiencia tiene capacidad para, entre otras actividades, las siguientes: crear la carta de vinos, sugerir la adquisición de vinos tomando en cuenta la disponibilidad en el mercado donde opera el restaurante, recomendar el vino apropiado para cada plato escogido, administrar y dirigir todos los aspectos asociados al almacenamiento y manejo de los vinos y la bodega, así como formar al personal acerca del correcto servicio del vino, para crear la mejor experiencia posible para el cliente.		
<b>4.2</b>	<b>El personal de atención al público tiene capacidad para prestar el servicio en idiomas</b>		
4.2a	El personal de atención al público tiene capacidad para prestar el servicio en el/los idioma/s de los visitantes prioritarios		
<b>5</b>	<b>SEÑALIZACIÓN Y ACCESO</b>		
<b>5.1</b>	<b>señalización, accesos y entorno del establecimiento</b>		
5.1a	Existe señalización direccional en la ruta hacia el establecimiento		
5.1b	El establecimiento comunica su ubicación pudiendo utilizar distintos medios, como puedan ser: incluyendo un mapa de localización y/o coordenadas GPS en el material promocional; integración en herramientas de geolocalización (Google maps, Bing maps, etc.); enviando al cliente junto con la reserva la descripción detallada de la ubicación del establecimiento, etc.		
5.1c	Los accesos al establecimiento están limpios, despejados y cuentan con iluminación adecuada.		
5.1d	El entorno del establecimiento se mantiene en buenas condiciones (limpieza general, cerramientos, zonas verdes, fachadas; ventanas, puertas; mobiliario exterior, señalización y cartelería; sistema de iluminación, etc.)		
<b>5.2</b>	<b>Aparcamiento</b>		
5.2a	El establecimiento cuenta con un aparcamiento propio o en su defecto, indica la disponibilidad de zonas de aparcamiento en las proximidades.		
5.2b	Si el establecimiento cuenta con un aparcamiento propio, éste estará nivelado, limpio, despejado y con iluminación adecuada. Dispondrá de un número de plazas acorde a la capacidad turística, pudiendo disponer, en su caso, de plazas para estacionamiento de autobuses. Dispondrá de señalización direccional y/o de localización (horizontal y/o vertical), incluyendo las plazas reservadas para personas con discapacidad		
<b>6</b>	<b>OFERTA, PROMOCION Y COMERCIALIZACIÓN</b>		
<b>6.1</b>	<b>Oferta de servicios</b>		
6.1a	Además de la oferta estándar, el establecimiento ofrece otros servicios con el objeto de mejorar la oferta turística propia y/o de la Ruta del Vino como por ejemplo: organiza actividades o eventos (presentación de vinos, cursos de cata, cursos de cocina), facilita la reserva de visitas a bodegas y/o a otros establecimientos de la ruta, etc.		
<b>6.2</b>	<b>Promoción</b>		
6.2a	<b>(O) El establecimiento dispone de material promocional en soporte digital (web, redes sociales, videos, etc.) o físico (folleto, tarjeta de visita, cartelería, etc.) para comunicar los servicios prestados</b>		
6.2b	El material promocional del establecimiento está editado en el/los idioma/s de los visitantes prioritarios		

Nº	CRITERIO	CUMP	
		Si	No
6.2c	El establecimiento desarrolla actividades de promoción digital aplicando distintas herramientas como puedan ser: web, redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, etc.), presencia en blogs especializados o comunidades de viajeros, etc.		
<b>6.3</b>	<b>Comercialización</b>		
6.3a	Además de la comercialización directa, el establecimiento utiliza distintos canales para la comercialización de sus servicios como puedan ser: agencias especializadas; portales de reservas, cajas regalo, turoperadores; establecimientos de la ruta u otros agentes turísticos		
<b>7</b>	<b>PRESTACION DEL SERVICIO TURISTICO</b>		
<b>7.1</b>	<b>Reserva</b>		
7.1a	El establecimiento gestiona las reservas por correo electrónico u otros medios digitales como por ejemplo: formulario web, redes sociales, central de reservas, etc..		
<b>7.2</b>	<b>Oferta gastronómica</b>		
7.2a	<b>(O) El establecimiento dispone de una carta de platos u otro tipo de soporte, en el que se detallan de manera clara y legible los productos ofertados y los precios totales (incluyen impuestos, cargos, etc.) y actualizados. Los soportes utilizados cumplirán con la legislación aplicable en cada caso</b>		
7.2b	La carta está editada en el/los idioma/s de los visitantes prioritarios.		
7.2c	El establecimiento incluye en su oferta elaboraciones y platos tradicionales de la zona.		
7.2d	Se emplean materias primas y productos elaborados en el ámbito territorial de la Ruta y su entorno más próximo. También se podrán incluir, en su caso productos elaborados en un ámbito geográfico más amplio, como pueda ser el provincial o autonómico		
7.2e	Se emplean productos amparados por alguna figura de calidad diferenciada (DO, IGP, etc.), elaborados en el ámbito territorial de la Ruta y su entorno más próximo, mencionándolo expresamente en la carta.		
7.2f	En su caso, los menús del establecimiento (del día, degustación,...) incluyen al menos un plato típico de la gastronomía de la región.		
7.2g	La carta incluye al menos 1 plato que utilice el vino de la DO en su elaboración.		
7.2h	El establecimiento propone de forma permanente o temporal menús maridados con vinos de la D.O.		
7.2i	El establecimiento dispone de menús especiales (o posibilidad de adaptar menús) para celíacos, diabéticos, hipertensos y otras necesidades dietéticas especiales como posibles intolerancias, etc. Nota aclaratoria. Se demostrará con evidencias de menús pasados, lista de platos disponibles, etc.		
7.2j	El establecimiento participa en alguna iniciativa del ámbito público o privado que promueva el consumo de productos de la zona y elaboraciones gastronómicas tradicionales a través de un proceso de adhesión, reconocimiento o certificación, como puedan ser clubes de producto, marcas de calidad, etc.		
7.2k	El establecimiento figura mencionado positivamente en guías gastronómicas de reconocido prestigio.		
<b>7.3</b>	<b>Oferta de vinos</b>		

Nº	CRITERIO	CUMP	
		Si	No
7.3a	(O) El establecimiento dispone de una carta de vinos u otro tipo de soporte, en el que se detallan de manera clara y legible los productos ofertados y los precios totales (incluyen impuestos, cargos, etc.) y actualizados. Los soportes utilizados se encontrarán en un correcto estado de limpieza y de conservación, sin enmiendas, ni tachaduras. Cumplirán con la legislación aplicable en cada caso.		
7.3b	(O) La carta de vinos incluye vinos de la DO, preferentemente de las bodegas adheridas a la Ruta.		
7.3c	(O) El vino de la casa o en el caso de que se ofrezca algún tipo de menú (degustación, del día, etc.), el vino propuesto ha de ser de la D.O. correspondiente, o en su defecto de bodegas adheridas a la Ruta		
7.3d	La carta está editada en el/los idioma/s de los visitantes prioritarios.		
7.3e	Salvo los restaurantes pertenecientes a una bodega o grupo vitivinícola, la carta ofrece una amplia variedad de vinos de la D.O.		
7.3f	Los vinos de la DO se acompañan con una nota explicativa de los mismos. (Estas notas, pueden incluirse en la carta o en un documento complementario, indicándose en la carta su existencia).		
7.3g	El restaurante no promociona vinos de otras D.O. antes o por encima de los de la propia D.O. (Ej. No coloca de antemano en la mesa vinos de otras D.O., ni dispone de cartas personalizadas con membretes de bodegas de otras D.O.)		
7.3f	Todos los vinos que se ofrecen en el establecimiento deben estar embotellados y debidamente etiquetados		
7.3g	La carta de vinos incluye una introducción a los vinos de la DO		
<b>7.4</b>	<b>Servicio del vino</b>		
7.4a	(O) El personal manipula correctamente el vino: la botella se presenta al cliente para comprobar la etiqueta y se abre en su presencia. Se sirve una pequeña cantidad en la copa de la persona que ha elegido el vino y sólo se sirve a los demás tras haber obtenido la aprobación.		
7.4b	El personal ofrece información sobre los vinos de la DO incluidos en la carta de vinos.		
7.4c	El personal asesora al cliente sobre los vinos más adecuados al plato escogido.		
<b>7.5</b>	<b>Instalaciones y mobiliario</b>		
7.5a	(O) Todas las instalaciones están limpias, ordenadas, en buen estado de mantenimiento, bien ventiladas y carecen de olores		
7.5b	La sala es acogedora, cálida y de ambiente agradable		
7.5c	El espacio de atención al público y las zonas destinadas a la prestación de servicios están claramente diferenciados.		
7.5d	La sala mantiene un único estilo decorativo, con mobiliario armonioso y decoración en las paredes que potencien las características del conjunto		
7.5e	Se dispone de un mobiliario confortable, acogedor y en perfecto estado de conservación		
7.5f	La temperatura interior es agradable durante todos los meses del año, disponiendo si es preciso de medios de calefacción / climatización		

Nº	CRITERIO	CUMP	
		Si	No
7.5g	El espacio está convenientemente insonorizado, permitiendo conversación sin interferencias de otras mesas. Se evitará en lo posible la existencia de ruidos procedentes del exterior o de elementos propios como los producidos por movimientos de vajilla, cristalería, climatización, etc.		
7.5h	Se asegura que la disposición de mesas, sillas y otro mobiliario permite un óptimo acomodamiento y circulación del comensal. Se garantiza un espacio suficiente entre mesas. El espacio entre mesas dependerá del aforo y de los metros cuadrados del local. A título orientativo se establecen los siguientes valores: 2,5 m2/cliente (más favorable) a 1,5 m2/cliente (más desfavorable)		
<b>7.6 Equipamiento</b>			
7.6a	El restaurante dispone de un frigorífico de vino para mantener cada vino a la temperatura adecuada para su conservación y consumo.		
7.6b	La vajilla se encuentra siempre en óptimas condiciones. La vajilla está siempre limpia y seca sin manchas de detergente o cal o rozaduras del lavavajillas. Las superficies se mantienen brillantes, sin rastro de grasa. Se procura que no presente melladuras o desconchones y que sea armoniosa en su conjunto, aunque se puedan mezclar elementos distintos para lograr efectos decorativos		
7.6c	La cristalería está siempre limpia, en buen estado y está carente de olores, como humedad, cerrado u otros, que puedan afectar a la percepción de los aromas del vino. Las piezas de la cristalería están limpias, brillantes y carecen de cualquier desperfecto provocado por el uso y el paso del tiempo.		
7.6d	La mantelería de mesa está limpia y en buenas condiciones. Es recomendable que sea de tela u otro material de calidad, acorde con el estilo y categoría del establecimiento. Se encuentra en perfecto estado de limpieza y mantenimiento (no dispone de descosidos, rotos o bultos, etc.) Se cambian en cada servicio.		
7.6e	La cubertería y los elementos auxiliares presentan un buen estado de conservación y limpieza.		
<b>7.7 Personal</b>			
7.7a	El personal en contacto tendrá un aspecto aseado. Se recomienda que se encuentre uniformado. La indumentaria será apropiada al puesto de trabajo, no existiendo diferencias entre el personal que realice la misma actividad.		
<b>8 ACCESIBILIDAD</b>			
<b>8.1 Accesibilidad y atención a clientes con necesidades especiales</b>			

Nº	CRITERIO	CUMP	
		Si	No
8.1a	<p>El establecimiento establece e implanta medidas para la mejora de la accesibilidad universal y atención a clientes con necesidades especiales, como son: personas con discapacidad (física, mental, intelectual o sensorial); personas mayores; personas con alergias o intolerancias alimentarias, etc.</p> <p>Nota aclaratoria. Estas medidas podrán ser, entre otras, las siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Evaluación del grado de accesibilidad de sus instalaciones y servicios</li> <li>- Implementación de medidas que mejoren la accesibilidad de las instalaciones, servicios y productos</li> <li>- Trabajar en coordinación con otros componentes de la Ruta para la creación de experiencias accesibles en su territorio</li> <li>- Inclusión de estándares de Accesibilidad Universal y Diseño para todos, en las instalaciones, servicios y productos ofrecidos por el establecimiento</li> <li>- Información a los clientes sobre el nivel de accesibilidad del establecimiento, ya sea en los soportes comunicacionales propios o en medios externos como puedan ser portales y agencias especializadas</li> <li>- Desarrollo e implementación de protocolos de atención para clientes con discapacidad</li> <li>- Evaluación de las mejoras llevadas a cabo con clientes con necesidades de accesibilidad y valoración de su nivel de satisfacción</li> </ul>		
<b>9</b>	<b>FIDELIZACIÓN</b>		
<b>9.1</b>	<b>Fidelización</b>		
9.1a	Se dispone de una base de datos de clientes que incluya además de sus datos personales y de contacto, información sobre sus preferencias e intereses. Se cumplirá, en su caso, con lo establecido en la legislación aplicable a la protección de datos de carácter personal		
9.2b	<p>El establecimiento pone en práctica actividades que favorezcan la fidelización del cliente.</p> <p>Nota aclaratoria. Las actividades podrán ser, entre otras, las siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Participación en iniciativas que se puedan poner en marcha en la Ruta del Vino</li> <li>- Tarjetas de fidelización. De acumulación de puntos, aplicación de descuentos, etc.</li> <li>- Programas preferenciales. En donde ofreciendo beneficios como atención diferencial, trato personalizado, participación en eventos, obsequios, etc.</li> <li>- Ofertas especiales y promociones. Aplicando descuentos en los precios, regalo de productos, participación en sorteos, etc.</li> <li>- Premios a las recomendaciones. Condiciones especiales si se aportan nuevos clientes</li> <li>- Oferta de distintos servicios a lo largo del año, por ejemplo coincidiendo con las distintas estaciones</li> <li>- Personalización. Desarrollo de servicios a medida</li> <li>- Información periódica sobre novedades en los servicios, o sobre eventos relativos a la actividad.</li> </ul>		
<b>10</b>	<b>EVALUACIÓN Y MEJORA</b>		
<b>10.1</b>	<b>Evaluación de requisitos del Manual de Producto</b>		
10.1a	Se realiza, con personal propio o externo, anualmente, una evaluación del cumplimiento de los requisitos establecidos en el Manual de Producto de Rutas del Vino de España		
<b>10.2</b>	<b>Evaluación de las opiniones de los clientes</b>		
10.2a	<p>El establecimiento tiene establecido una sistemática para la recogida de las opiniones de los clientes, que le permitan conocer el grado de satisfacción.</p> <p>Se dispone como mínimo de hojas de quejas y reclamaciones.</p> <p>Se podrán utilizar otras metodologías como puedan ser: cuestionario propio o externos (Tripadvisor, etc), comentarios de clientes en redes sociales, contacto directo con el cliente, libros de visitas, etc.</p> <p>Se realiza periódicamente, al menos una vez al año, una evaluación de los resultados, con el objeto de identificar oportunidades de mejora.</p>		
<b>10.3</b>	<b>Sistema de calidad</b>		

Nº	CRITERIO	CUMP	
		Si	No
10.3a	El establecimiento ha implantado y certificado un sistema de calidad basado en normativa o manuales de buenas prácticas de reconocido prestigio, como puedan ser: SICTED, Calidad Rural, Q Calidad Turística, ISO 9001		
<b>10.4</b>	<b>Plan de mejora</b>		
10.4a	El establecimiento realiza periódicamente, al menos una vez al año, un plan de mejora. Para la realización del plan se podrá tener en cuenta distintos aspectos, como puedan ser: evaluaciones de las opiniones del cliente, evaluaciones del manual de producto, tendencias del mercado, otras oportunidades detectadas, etc.		