

Sello de Calidad-CocinAR

Cocina Argentina



Secretaría de Turismo
Presidencia de la Nación



Índice.

- | | | | |
|-----------|--|-----------|--|
| 4 | Destinatarios
Objetivos del Sello CocinAR
Beneficios del Sello CocinAR | 14 | Glosario |
| 5 | Pautas para la obtención del Sello
de Calidad CocinAR | 15 | Fuentes consultadas
Bibliografía
Recursos electrónicos |
| 13 | Consideraciones
finales | | |

Destinatarios

Todos aquellos establecimientos gastronómicos habilitados en el territorio nacional, comprometidos con ofrecer una propuesta representativa de la cultura culinaria local y que logren reflejar la identidad regional a través de sus platos.

Objetivos del Sello CocinAR

- Promover la utilización de productos identitarios, reconocidos a nivel nacional.
- Reconocer la labor del productor local como un actor esencial en la transmisión de la identidad gastronómica.
- Favorecer la integración de toda la cadena de valor del turismo gastronómico.
- Contribuir a la mejora continua y a la satisfacción integral del cliente.
- Promover la profesionalización del sector, al contar con personal más capacitado y comprometido con sus funciones.
- Ofrecer una garantía, dado que contempla estándares de calidad tanto en la elaboración de los alimentos como en la prestación del servicio.

Beneficios del Sello CocinAR

- Entrega de distintivo Sello CocinAR – Cocina Argentina, el cual podrá ser exhibido en la organización.
- Prioridad en la difusión y promoción de los establecimientos gastronómicos distinguidos en la comunicación oficial que realiza la Secretaría de Gobierno de Turismo de la Nación en la promoción nacional e internacional.
- Difusión y promoción de las organizaciones comprometidas en el camino de la mejora continua.
- Prioridad en la asignación de fondos turísticos y otras líneas de financiamiento.

Pautas para la obtención del Sello de Calidad –CocinAR

1. Contar con, al menos, dos platos representativos de la región en su menú o carta de servicios.

La Organización Mundial del Turismo (OMT) sostiene que el turismo gastronómico contribuye a la conservación de la biodiversidad y los paisajes; favorece la continuidad poblacional de las áreas rurales; mantiene los usos, las costumbres y las funciones que permiten preservar la riqueza patrimonial material e inmaterial del territorio y recuperar la memoria culinaria.

En este sentido, un establecimiento que cuenta con platos típicos de una región renueva a diario su compromiso por mantener viva la tradición e identidad de un lugar y se convierte en un actor clave en la historia de su gastronomía. Teniendo en cuenta que en la actualidad lo auténtico resulta sumamentepreciado para la mayoría de los visitantes, dichos establecimientos contribuyen a la competitividad también.

Es por ello que se sugiere incorporar en el menú al menos dos platos que sean representativos del patrimonio culinario del lugar; ya sea por sus productos, su manera de elaboración, su historia, o su

cultura ancestral. Esto implica determinar qué es aquello que lo diferencia de otras regiones o provincias del país.

-
Podrán encontrar un detalle de los elementos gastronómicos identitarios que se consideran típicos por provincia contenidos dentro de la Matriz de alimentos y cocinas.

2. Emplear materias primas locales representativas del territorio.

La clave de lo auténtico no pasa únicamente por el resultado de la producción, sino también por las materias primas que lo componen. Todo insumo propio de un lugar resulta representativo de su clima, bioma y su tradición, y posee una mística que nos atrapa y envuelve.

Así se manifiesta en las conclusiones del 3º Foro de Turismo Gastronómico de la OMT, realizado en San Sebastián: “El turismo gastronómico amplía la mirada, partiendo del ejercicio realizado por los chefs y restaurantes como altavoz para proyectar la riqueza gastronómica, incorporando el triángulo entre cocina, producto y territorio. Así, la inclusión de los productores agrarios y ganaderos, las queserías, los mercados, las lonjas, las bodegas, los artesanos, los intérpretes del territorio y todos aquellos que construyen la identidad del lugar enriquecen la propuesta de valor de los destinos”.

Al contemplar la utilización de materias primas características del patrimonio culinario, se pone en valor la importancia de cada elemento que compone la cadena de producción. Al momento de la selección de la materia prima, resulta indispensable respetar toda reglamentación local vigente enfocada a su preservación.

3. Contar con elementos distintivos que reflejen el entorno y el paisaje de la cultura local.

En tiempos donde la experiencia del destino lo es todo, estar en los detalles es lo que nos hace únicos. Remontarse a los días en que los platos fueron creados por primera vez nos permite entender el contexto que les dio origen, y así poder acondicionar el espacio de manera tal que nuestro invitado disfrute de una experiencia auténtica.

Al hablar de experiencias únicas, la utilización de elementos distintivos juega un rol fundamental. Se sugiere considerar arquitectura tradicional, decoración, música, espectáculos y vestimenta que reflejen la identidad del destino, ya que de esta manera acercamos al comensal a la comunidad, al suelo y la tierra que vio nacer los platos que en ese momento se encuentra degustando.

Es recomendable utilizar elementos decorativos que guarden relación con el paisaje y la cultura del lugar, tales como obras (pinturas, esculturas); mobiliario y artesanías de diseñadores y artistas locales; vajilla y otros elementos de la mesa creados por artesanos (cerámica, madera, tejidos u otros).

“La originalidad consiste en el retorno al origen; así pues, original es aquello que vuelve a la simplicidad de las primeras soluciones” Antoni Gaudí

4. Brindar al comensal información veraz acerca de los servicios ofrecidos.

Trabajar en calidad significa, como premisa primera, cumplir con las expectativas generadas en quien consumirá los servicios que ofrecemos.

Si bien es importante una atención cordial a nuestros comensales, nada podrá remontar la desilusión que genera un plato más pequeño que lo promocionado o un malentendido respecto de los ingredientes o precios del producto consumido.

Es por ello indispensable que la información brindada, así como las fotografías publicadas, concuerden con el servicio que efectivamente es ofrecido en lo cotidiano. En las cartas, resulta conveniente destacar aquellos platos y bebidas que sean típicas de la región, así como también verificar que los precios comunicados sean los vigentes.

5. Comunicar al comensal acerca de las tradiciones gastronómicas locales y de la región.

Conocer la historia y los relatos que traen aparejados los platos genera un vínculo más profundo, y hace que el consumidor sienta la importancia de preservar tanto la identidad como las costumbres del lugar. Por lo tanto, resulta indispensable que los establecimientos transmitan la tradición gastronómica que existe detrás de cada plato.

Tal como se afirma en las conclusiones del 3º Foro de Turismo Gastronómico de la OMT: “En el ámbito de la comunicación, el turismo gastronómico brinda a los destinos la oportunidad de construir una narrativa de forma más sugerente y emocional para llegar a un cliente mucho más exigente e hiper-conectado. Permite, asimismo, gracias a la tecnología, facilitar la participación de la comunidad local y los viajeros en la construcción de este relato”.

Todo visitante que se sienta conectado al producto desde un punto de vista emocional, probablemente asuma con mayor responsabilidad el rol de contribuir y contarle a otros acerca de su experiencia.

Las tradiciones gastronómicas locales y de la región pueden transmitirse de variadas maneras: incorporando una hoja con dicha información dentro de la carta, un cuadro colocado en la pared, en la Página Web del establecimiento, o en un mantel individual de papel que el comensal se puede llevar de souvenir. Cada establecimiento es único, los invitamos a ser creativos para cumplir con esta pauta.

6. Planificar capacitaciones para los integrantes del establecimiento gastronómico.

El empleado es la cara visible, y por tanto, de su desempeño dependerá la impresión que se lleve el comensal. Resulta de primordial importancia la planificación de capacitaciones que permitan mejorar las cualidades y competencias del personal involucrado en la prestación del servicio.

Las capacitaciones del sector pueden estar orientadas a idiomas, calidad en la atención al cliente, cursos para preparar determinados platos, Seguridad e Higiene, Primeros Auxilios, entre otros. Si bien la legislación de aplicación cuenta con requisitos vinculados a buenas prácticas para la manipulación de alimentos, resulta de suma utilidad reforzar la importancia de contar con este conocimiento, y actualizarlo periódicamente.

Asimismo, es recomendable identificar a nivel local aquellos institutos educativos vinculados a la gastronomía que ofrezcan cursos de capacitación dirigidos al personal gastronómico.

- **La Dirección de Formación (dependiente de la Subsecretaría de Calidad Turística de la Secretaría de Gobierno de Turismo de la Nación) tiene a su cargo un espacio de formación a distancia para el sector turístico donde pueden encontrarse capacitaciones en diversas temáticas que favorecen al desarrollo de la actividad turística y la formación integral de las personas del sector. Para mayor información consultar la Página Web de la Secretaría de Gobierno de Turismo de la Nación www.turismo.gob.ar**

7. Contemplar la reducción de pérdidas y desperdicios alimentarios.

Toda implementación de un programa de calidad implica, en mayor o menor medida, el compromiso de las organizaciones en garantizar un desarrollo sostenible. En el caso del Sello CocinAR, se evidencia como clave atender a las pérdidas y desperdicios vinculados al proceso de elaboración de los productos.

De acuerdo a lo planteado en el “Programa Nacional de Reducción de Pérdidas y Desperdicios de Alimentos” del Ministerio de Agroindustria de Argentina, y por la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), las mayores pérdidas ocurren durante la producción, postcosecha, almacenamiento y transporte. Mientras que los desperdicios ocurren más frecuentemente durante la distribución y consumo.

A continuación algunas acciones que contribuyen a disminuir pérdidas y desperdicios:

- a) Crear huertas urbanas.
- b) Comprar directamente al pequeño productor en mercados locales o en una región de máximo 100 kilómetros de diámetro en donde se ubica el establecimiento.
- c) Comprar a granel para evitar los costos de empaque y recipientes individuales.
- d) Integrar cooperativas o asociaciones de negocios gastronómicos y productores para negociación y compra directa a precios justos.
- e) Minimizar espacios de almacenamiento e incrementar rotación de inventarios.
- f) Controlar y contar con registros permanentes de temperaturas y estado de equipos de refrigeración, congelación, cocción e instalaciones de insumos energéticos.
- g) Incluir acciones de responsabilidad social como, por ejemplo, la donación de alimentos no consumidos - que se encuentran en buenas condiciones - a instituciones y fundaciones que trabajan en beneficio de la comunidad local.
- h) Incorporar la práctica de las “3R” dentro de la propia organización.
 - **Reducir:** mientras menos adquirimos, menos desechamos.
 - **Reutilizar:** todo material descartable que no podemos evitar, trataremos de reutilizarlo.
 - **Reciclar:** lo que no podemos reutilizar, lo reciclaremos o convertiremos en compost.

- **Para mayor información sobre acciones que promuevan el cuidado ambiental, se recomienda consultar la publicación “Directrices de Gestión Ambiental” para prestadores turísticos y para municipios de la Subsecretaría de Calidad Turística de la Secretaría de Gobierno de Turismo de la Nación.**

8. Contar con un protocolo de limpieza y mantenimiento del establecimiento y sus instalaciones.

Es importante que todo establecimiento gastronómico establezca e implemente un procedimiento documentado de limpieza y de mantenimiento preventivo y correctivo, tanto en la infraestructura como en las instalaciones y equipos.

La correcta limpieza y mantenimiento en la infraestructura, instalaciones y equipos es importante por dos aspectos relevantes; por un lado, garantiza la ejecución permanente de los servicios y su grado de calidad; y por el otro, evita potenciales impactos en el ambiente.

9. Definir pautas para la atención al cliente en el salón.

La atención es el pilar de todo servicio; cuando un turista recibe un trato cordial y amable, su experiencia resulta inolvidable. Por lo tanto, es necesario definir pautas que indiquen cómo dar respuesta a las necesidades y expectativas de los clientes. Las mismas deben ser conocidas y respetadas por todos los integrantes de la organización.

A continuación se detallan algunas sugerencias para la confección de las pautas de atención:

- Brindar una cordial bienvenida.
- Acercar al comensal la carta o menú con los platos disponibles.
- Tomar el pedido, asesorando sobre los platos.
- Comunicar, en la medida que se pueda, la duración aproximada que demora la preparación del plato.
- Contar con una presentación personal prolija acorde a lo requerido por el establecimiento.
- Mantener una actitud profesional en todo momento, que garantice respeto y cordialidad para con el cliente.
- Atender las necesidades del cliente cuando así lo requiera, para así brindar un servicio más personalizado.
- Consultar si tiene alguna afección médica que deba ser tenida en cuenta para la elaboración de

los platos (celiaquía, hipertensión, diabetes, alergias y/o intolerancias a ciertos productos o materias primas, entre otros).

En el caso de recibir personas con discapacidad:

- Primero se debe preguntar si la persona necesita ayuda, y en caso afirmativo, consultar cómo se debe brindar; nadie sabrá mejor que la persona cuál es la mejor manera en que podemos asistirle.
- El trato natural, el respeto, y la buena atención deben imperar en primer lugar.

-

Para quienes quieran profundizar en estas temáticas, se sugiere acceder al eje “Directrices referidas a capacitación del personal” de las Directrices de Accesibilidad de la Secretaría de Gobierno de Turismo de la Nación; y al Eje de “Directrices de atención y cuidado del usuario” de las Directrices de Competitividad para Organizaciones Turísticas de la Secretaría de Gobierno de Turismo de la Nación.

10. Incorporar elementos para gestionar la satisfacción del visitante.

Las opiniones, quejas y sugerencias aportan información valiosa para cualquier establecimiento que desee transitar el camino de la mejora continua. Las opiniones permiten conocer la valoración que el cliente le otorga a distintos aspectos del servicio, las quejas nos marcan errores que debemos corregir, y las sugerencias aquello que se puede perfeccionar.

Dependerá de cada establecimiento gastronómico la elección de los instrumentos que mejor se adapten a sus características y necesidades particulares.

A continuación se detallan algunas de las herramientas más comúnmente utilizadas en el sector turístico:

- **Encuestas de satisfacción.** El establecimiento gastronómico define aquellos aspectos que desea medir y los criterios de calificación. Algunos puntos que suelen estar incluidos en las encuestas: atención del personal, calidad del producto, limpieza del establecimiento, entre otros. En cuanto a los criterios de calificación, pueden ser de carácter cualitativo (por ejemplo, Excelente – Muy bueno – Bueno – Regular – Malo), o una ponderación numérica (por ejemplo, califique de 1 a 5 o de 1 a 10).

Para todas aquellas quejas y sugerencias, es recomendable procesar los datos obtenidos, analizarlos

y convertirlos en información relevante, así como también es importante comunicarlo al personal involucrado para definir futuras acciones de mejora.

- **Seguimiento y respuesta a comentarios en redes sociales o portales online.** La respuesta sin demora injustificada a los comentarios, sugerencias y quejas que el comensal manifiesta a través de portales y redes sociales es un indicador para que quienes buscan un sitio de buena calidad para comer. En la actualidad resulta fundamental ser rápidos a la hora de dar respuesta a comentarios negativos -ofreciendo una alternativa o solución-, así como también agradecer y capitalizar toda opinión positiva.

- **Contacto directo con el comensal durante el servicio.** Es importante estar atento a las opiniones que expresa el comensal durante la prestación del servicio para un trato personalizado. El contacto directo aporta información inmediata sobre la valoración que se tiene acerca de la experiencia en el preciso momento de la prestación. Esto permite realizar cualquier acción que resulte pertinente o atinada para garantizar la satisfacción del consumidor.

Es importante tener presente que un cliente que es bien recibido y atendido, no solo se convierte en un cliente fiel, sino que además recomienda el servicio, lo que se traduce en mayores ingresos para el establecimiento.

Consideraciones finales

Nos encontramos ante nuevos y grandes retos en torno a la construcción de estrategias territoriales, como posibles cursos de acción a renovados requerimientos de sostenibilidad, calidad y competitividad del espacio turístico. En este contexto, la gastronomía juega un rol preponderante como expresión del patrimonio cultural.

Como hemos compartido a lo largo del documento, son numerosos los aportes vinculados a la gastronomía y el turismo: la inclusión social, la generación de empleo, el uso eficiente de recursos, la producción y el consumo responsable, la protección de los valores culturales y naturales, la promoción de la diversidad, entre tantos otros que favorecen el desarrollo de la comunidad local.

En la actualidad, la clave está puesta en ofrecer productos y servicios que reflejen la identidad regional; y el **Sello CocinAR** promueve hacerlo mediante la incorporación de prácticas vinculadas a la calidad. La utilización de materias primas locales en la elaboración de los platos típicos, la incorporación de prácticas sustentables a lo largo del proceso productivo, la capacitación del personal y una correcta atención al comensal, son factores esenciales que se ponen en valor a través del presente sello.

Tal como el Secretario de Turismo de la Nación Lic. Gustavo Santos manifiesta **“El gran desafío es que la nueva cocina represente la diversidad de la Argentina toda, para que nuestro país sea un nuevo polo gastronómico mundial en cinco años”**, y esto sólo podremos lograrlo con la suma de los actores comprometidos por este objetivo.

Gracias por acompañarnos en este camino de la mejora continua, que nos prepara para ser verdaderos anfitriones a través de nuestra cocina como manifestación de la identidad de los argentinos para ser mostrada al mundo.

Glosario

Accesibilidad: conjunto de características que debe disponer un entorno, producto o servicio para ser utilizable en condiciones de confort, seguridad e igualdad por todas las personas y, en particular, por aquellas que tienen alguna discapacidad.

Cadena de valor: es la secuencia completa de actividades o partes que proporcionan valor (proveedores, trabajadores subcontratados, contratistas, otros) o reciben valor (clientes, consumidores, miembros y otros usuarios) en forma de productos o servicios.

Calidad: grado en el que un conjunto de características inherentes de un objeto cumple con los requisitos.

Desarrollo sostenible: desarrollo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas.

Manipulación de alimentos: medidas prácticas para evitar la contaminación de alimentos.

Mantenimiento correctivo: es aquel que corrige los defectos observados en los equipamientos, artefactos o instalaciones, es la forma más básica de mantenimiento y consiste en localizar averías o defectos y corregirlos o repararlos.

Mantenimiento preventivo: es aquel que se realiza de manera anticipada con el fin de prevenir el surgimiento de averías en los equipamientos, artefactos o instalaciones.

Materia prima: elemento obtenido de la naturaleza que luego de un proceso de transformación se convierte en un producto de consumo final.

Mejora continua: es una filosofía que intenta optimizar y aumentar la calidad de un producto, proceso o servicio.

Patrimonio cultural: está compuesto por monumentos y colecciones de objetos en museos, como así también por expresiones vivas, intangibles o inmateriales heredadas de nuestros antepasados y transmitidas a nuestros descendientes. Según la definición de la UNESCO, el patrimonio cultural inmaterial (PCI) se compone por tradiciones orales, artes del espectáculo, usos sociales, rituales, actos festivos, conocimientos y prácticas relativos a la naturaleza y el universo, y saberes y técnicas vinculados a la artesanía tradicional.

Pérdida y desperdicio de alimentos: Merma de alimentos en las etapas sucesivas de la cadena de suministro de alimentos destinados al consumo humano. Cuando los alimentos se pierden o estropean antes de llegar a su fase de producto final o a la venta minorista, hablamos de pérdida de alimentos. Cuando los alimentos son aptos para el consumo humano, pero no se consumen debido a que se deja que se estropeen o son descartados por los minoristas o los consumidores, se llama desperdicio de alimentos.

Responsabilidad social: responsabilidad de una organización ante los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y el ambiente.

Rotación de inventario: es uno de los parámetros utilizados para el control de gestión de la función logística o del departamento comercial de una empresa. Permite conocer el número de veces que se han renovado las existencias en stock.

Tradición: es el conjunto de bienes culturales que se transmite de generación en generación dentro de una comunidad. Se trata de aquellas costumbres y manifestaciones que cada sociedad considera valiosas y las mantiene para que sean aprendidas por las nuevas generaciones, como parte indispensable del legado cultural.

Valores: principios y filosofía de una organización que guían la conducta de sus integrantes. (Modelo del Premio Nacional a la Calidad. Bases para el sector público).

Fuentes consultadas

Bibliografía

- MONTECINOS TORRES, Antonio. “Turismo gastronómico sostenible. Planificación de servicios, restaurantes, rutas, productos y destinos”, Ciudad de México (México), 2016, Editorial Porrúa Print.

- SUBSECRETARÍA DE TURISMO DE LA PROVINCIA DEL NEUQUÉN. “Sello de distinción. Gastronomía Neuquina. Manual de implementación”, Primera edición, Febrero de 2017, Ciudad de Neuquén Capital.

Recursos electrónicos

- JUNTA DE TURISMO DE ANDALUCÍA. Formación para Profesionales del Sector Turístico (FORETUR). “Calidad de servicio y atención al cliente en hostelería”. [En línea. Fecha de consulta 14 de septiembre de 2017]. Disponible en: <http://www.juntadeandalucia.es/turismocomercioydeporte/documentacion/26779.pdf>

- UNITED NATIONS. United Nations Environment Programme. “Responsible Food Purchasing”. [En línea. Fecha de consulta 22 de septiembre de 2017]. Disponible en: https://wedocs.unep.org/bitstream/handle/20.500.11822/7625/responsible_food_purchasing_Four_steps_towards_sustainability_for_the_hospitality_sector.pdf

- 2° FORO MUNDIAL DE TURISMO GASTRONÓMICO DE LA OMT: [En línea. Fecha de consulta 15 de diciembre de 2017]. Disponible en: <http://affiliatemembers.unwto.org/es/event/2-foro-mundial-de-turismo-gastronomico-de-la-omt>

- 3° FORO MUNDIAL DE TURISMO GASTRONÓMICO DE LA OMT: [En línea. Fecha de consulta 15 de diciembre de 2017]. Disponible en: <http://affiliatemembers.unwto.org/es/event/3er-foro-mundial-de-turismo-gastronomico-de-la-omt>

- ANMAT (Administración Nacional de Alimentos, Medicamento y Tecnología médica) Recomendaciones para la correcta Manipulación de Alimentos en locales que elaboran y venden comidas preparadas. [En línea. Fecha de consulta 15 de diciembre de 2017]. Disponible en: <http://publicaciones.ops.org.ar/publicaciones/piezas%20comunicacionales/cdmanipulacion%20Alimentos/recursos/locales.pdf>

- CÓDIGO ALIMENTARIO ARGENTINO, Ley 18284. [En línea. Fecha de consulta 15 de diciembre de 2017] Disponible en: http://www.anmat.gov.ar/alimentos/normativas_alimentos_caa.asp

- FAO (Food Agricultural Organization) [En línea. Fecha de consulta 15 de diciembre de 2017]. Disponible en: <http://www.fao.org/home/es/>

- MINISTERIO DE AGROINDUSTRIA, PRESIDENCIA DE LA NACIÓN. [En línea. Fecha de consulta 11 de enero de 2018]. Disponible en: http://www.alimentosargentinos.gov.ar/HomeAlimentos/ValoremoslosAlimentos/imagenes/Informe_de_avance_PDA_2013_2015.pdf