

GUÍA | DE RECOMENDACIONES

GESTIÓN DE LA CALIDAD TURÍSTICA PARA GASTRONÓMICOS



José Rosa

Subsecretaría de planificación y capacitación
turística

Lic. Paola Pugliese

Dirección general planificación y capacitación
turística

Lic. Lorena Guzmán

Coordinación de calidad turística

Lic. Jimena Ochotorena

1º edición

Elaboración de contenidos

Lic. Jimena Ochotorena

María de los Angeles Allende

Cristina Saavedra

FEGHRA filial La Rioja

Diseño e impresión

Alfredo Astorga

Patricia Matarrese

Publicación efectuada en el marco del Sistema
Riojano de Calidad Turística

turismo.larioja.gob.ar

GUÍA DE RECOMENDACIONES

GESTIÓN DE CALIDAD TURÍSTICA PARA GASTRONÓMICOS



INDICE

INTRODUCCIÓN	1
OBJETIVOS	2
DESTINATARIOS	2
PAUTAS	3
ANEXOS	14
GLOSARIO	19



INTRODUCCIÓN

Esta Guía está enmarcada dentro del PLANTUR LA RIOJA 360, con el objetivo de impulsar el desarrollo turístico sustentable en todo el territorio provincial, promoviendo al turismo como una actividad económica estratégica para el desarrollo provincial que permita mejorar la calidad de vida de los riojanos, a partir de estimular más inclusión, oportunidades, identidad, cuidado ambiental y valoración del patrimonio socio-cultural e histórico.

En la actualidad nos encontramos ante el desafío de implementar acciones que promuevan la sostenibilidad, calidad y competitividad de los destinos turísticos. En este contexto, la gastronomía local juega un rol preponderante como expresión del patrimonio cultural y tiene un potencial enorme como factor de atracción turística.

En nuestro país, el patrimonio gastronómico representado y materializado por alimentos, platos, paisajes y rutas productivas; es una amalgama de saberes, sabores y costumbres entre lo autóctono e influencias de distintas culturas, que ha dado como resultado una riqueza única basada en la diversidad gastronómica que se extiende a lo largo de todo el territorio nacional.

El turismo gastronómico valoriza los alimentos y el trabajo de los actores de la cadena de valor gastronómica. Gestionado adecuadamente puede convertirse en un importante recurso de desarrollo local y consecuentemente mejorar la calidad de vida de la comunidad. Esta modalidad turística puede contribuir positivamente al alcance de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) impulsados por las Naciones Unidas, promoviendo la inclusión social, la generación de empleo, el uso eficiente de recursos, la protección de los valores culturales y naturales, entre otros.

En este sentido, la Guía para Prestadores de Turismo Gastronómico, promueve prácticas destinadas a potenciar y promocionar la gastronomía riojana, símbolo y reflejo de nuestra historia, a través de la utilización de productos y materias primas locales en la elaboración de los platos típicos, la incorporación de prácticas sostenibles en el proceso productivo, la capacitación

del personal, una correcta atención a las y los comensales y todo ello en pos de generar propuestas turísticas atractivas y competitivas, unida a criterios de calidad.

La Ley Marco de Turismo Provincial N° 8820 establece en su artículo 4 la autenticidad turística riojana dentro de sus principios rectores, basada en el respeto del patrimonio cultural y natural de la Provincia de La Rioja, afirmando que la autenticidad de valores, el entorno, la vida cotidiana, las costumbres, las tradiciones, los espacios naturales, las personas y todo aquello que esté ligado a la historia de vida del hombre es un patrimonio representativo de la puesta en valor de sentimientos que unen a la comunidad Riojana, tal como lo menciona nuestra ley N° 8961 del "Día de la Cocina Riojana" de conservación culinaria.



OBJETIVOS

- ✓ Favorecer la preservación y difusión del patrimonio gastronómico riojano.
- ✓ Promover la utilización de productos identitarios.
- ✓ Reconocer el rol esencial de cocineros, productores locales en la transmisión de la identidad gastronómica.
- ✓ Promover la integración de la gastronomía identitaria a la actividad turística, y de esta forma consolidar la oferta de turismo gastronómico del destino.
- ✓ Contribuir a la mejora continua y al cumplimiento de las expectativas de los potenciales comensales.
- ✓ Promover la profesionalización del sector, al contar con personas capacitadas y comprometidas con sus funciones.
- ✓ Establecer estándares de calidad en la prestación del servicio.
- ✓ Promover un desarrollo sostenible mediante la participación de los múltiples actores que componen esta cadena de valor.
- ✓ Fortalecer y potenciar a nuestros establecimientos gastronómicos.

DESTINATARIOS

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



PAUTAS

A Gastronomía Riojana

PAUTA: Contar con al menos 2 (dos) platos representativos de la provincia en su menú o carta de servicios, que incluyan materias primas y productos locales.

La gastronomía forma parte indispensable de un viaje, no sólo por el hecho de que los turistas deben alimentarse, sino por representar hoy en día un valioso recurso, un abanico de potencialidades. El patrimonio gastronómico permite adentrarse en la cultura del lugar o destino en el que uno se encuentra.

En este sentido, los establecimientos que cuentan con platos típicos de su provincia renuevan a diario su compromiso por mantener viva la tradición e identidad de un lugar y se convierten en protagonistas en la historia de su gastronomía. Teniendo en cuenta que en la actualidad lo auténtico tiene un valor agregado, estas propuestas contribuyen además a mejorar la competitividad.

Podrán encontrar un detalle de elementos gastronómicos identitarios que se consideran típicos en la provincia contenidos dentro de la matriz de alimentos y cocinas. (Anexo I)

B Menu y Carta

PAUTA: El establecimiento debe contar con una carta, dentro de la cual contemple el menú regional con al menos dos platos representativos (PAUTA 1).

La carta debe estar exhibida en el exterior del establecimiento u otro lugar visible a disposición del cliente.

Recomendamos

- Prestar un especial cuidado del diseño y de la presentación de la carta. La misma debe poseer tipografía legible, de tamaño adecuado y contar con el logo o nombre del establecimiento.
 - Incluir y destacar los productos típicos y provenientes con diferentes colores, brindando información específica sobre ellos en una leyenda al pie.
 - Presentar la carta en varios idiomas.
 - Disponer de bebidas de producción provincial en su oferta, como vinos riojanos de las diferentes variedades, en especial el Torrontés Riojano.
 - Ofrecer un menú infantil, menú vegetariano y/o vegano.
 - Degustación de productos típicos.
- Contemplar una opción para personas celíacas y otras enfermedades.





C Identidad del Establecimiento y del Destino

PAUTA: Contar con elementos distintivos que reflejen el entorno y del 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. Es por ello que es clave acondicionar el espacio y recibir a los comensales de manera tal que al consumir los servicios disfruten 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, vajilla y artesanías de diseñadores y artistas locales; vajilla y otros elementos de la mesa creados de manera artesanal (cerámica, madera, tejidos u otros).

D Tradición Gastronómica Local y Regional

PAUTA: Comunicar a quienes toman los servicios 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 los comensales sientan 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 típico.

Toda persona que visite el establecimiento y se sienta conectada 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 varias maneras. A continuación, compartimos algunas ideas:

Incorporar una hoja con dicha información dentro de la carta; colocar un cuadro en la pared.

Incluir en la página web o redes sociales del establecimiento.





E Comunicación del Establecimiento

PAUTA: Incorporar en la comunicación información veraz en formato accesible y sostenible, con criterios basados en la utilización de un lenguaje inclusivo.

Brindar una información veraz resulta crucial para cumplir con las expectativas generadas en quienes consumirán los servicios ofrecidos. Si bien es importante una atención cordial, 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 exhibidos sean los vigentes.

Se sugiere tener en cuenta consideraciones de accesibilidad en la comunicación interna y externa de la organización, por ejemplo, en el menú o cartelería, mails, web, utilizar letra aumentada, contar con menús en Braille, hacer uso de fotografías o pictogramas de los alimentos y bebidas en las cartas y utilizar múltiples canales, propiciando reducir el uso de recursos (priorizar formato digital en lugar de papel), por ejemplo, mediante la utilización de códigos QR, donde también se deberá considerar la accesibilidad digital.

F Atención al Cliente

PAUTA: Definir pautas de atención en el salón.

La atención es el pilar de todo servicio; cuando una persona 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 comensales. Las mismas deben ser conocidas y respetadas por quienes integran la organización.

Recomendamos algunas pautas:

- Brindar una cordial bienvenida.
- Ofrecer la carta o menú abiertos con los platos disponibles. Aquellas organizaciones que cuenten con código QR pueden ponerlos a disposición de los comensales.
- Tomar el pedido, brindando asesoramiento sobre la elaboración de los platos. En lo posible sugerir bebidas para realizar un maridaje, es decir combinar las preparaciones con las bebidas para disfrutar aún más la experiencia.
- Comunicar, en la medida de lo posible, la duración estimada para 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 amabilidad para con todas las personas.
- Atender las necesidades de los comensales cuando así lo requieran, para brindar un servicio más personalizado.
- Consultar si tiene alguna afección médica que deba ser tenida en cuenta durante la elaboración de los platos (celiaquía, hipertensión, diabetes, alergias y/o intolerancias a ciertos productos o materias primas,





entre otros).

- Gestionar las reservas evitando la saturación de comensales.
- Resolver rápidamente las quejas sobre platos que no están acorde a lo esperado por los comensales u órdenes mal tomadas, pidiendo las disculpas del caso.
- Mantener siempre el contacto visual, mostrar buena predisposición y controlar el lenguaje corporal.
- Si es posible despedir a los comensales cuando se retiran del establecimiento y expresarles “esperamos que nos visiten nuevamente”.
- Utilizar un uniforme o vestimenta adecuada. La misma podría incluir algún elemento representativo de la cultura local (por ejemplo, faja, cinturón, etc.) o la Marca La Rioja.

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 todo momento.
- El establecimiento gastronómico puede ofrecer una carta en braille y que alguien del personal se comunique en lengua de señas. Asimismo, existen aplicaciones móviles que facilitan la comunicación con personas con ciertas discapacidades.
- Qué los espacios tengan condiciones de accesibilidad a la hora de recibir personas con algún tipo de discapacidad; rampas, baños adaptados, cómodo mobiliario, entre otros servicios.
- Contemplar dentro de la carta de menú las opciones para personas celíacas, diabéticas y/o hipertensas,

entre otras. Es aconsejable contar con menús y dietas para personas con requerimientos nutricionales particulares, renovados de forma periódica. De esta forma se garantiza una calidad en el servicio y una buena percepción por parte de los visitantes.

Servicio de comida para llevar y/o servicio a domicilio:

- Compartir menú a través de Whatsapp, redes sociales u otro medio digital.
 - Mantener un canal de comunicación virtual e informar la disponibilidad del pedido, por ejemplo, por SMS.
- Permitir el pago a través de medios digitales o Código QR.



G Capacitación

PAUTA: Planificar capacitaciones para las personas que integran el establecimiento gastronómico.

Las personas que se desempeñan en el establecimiento son la cara visible del servicio y, por tanto, de ellas dependerá la impresión que se lleven los comensales. Resulta de primordial importancia la planificación de capacitaciones que permitan mejorar las cualidades y competencias de quienes prestan el servicio.

Las capacitaciones del sector pueden estar orientadas a idiomas, calidad en la atención a los clientes, cursos para preparar determinados platos, seguridad e higiene, primeros auxilios, accesibilidad, entre otros. Si bien la legislación aplicable 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.

La Secretaría de Turismo de La Rioja, a través de la Dirección de Planificación y Gestión de la Calidad, el Área de Formación pone a disposición capacitaciones orientadas a la mejora continua. Para más información ingresar en <https://turismo.larioja.gob.ar>.

A su vez, la Secretaría de Turismo y Deportes de la Nación, a través de la Dirección de Formación, pone a disposición cursos virtuales, gratuitos y abiertos para toda la comunidad, disponibles en la plataforma <https://campus.yvera.gob.ar>.

H Seguridad e Higiene

PAUTA: Gestionar la seguridad e higiene integral dentro del establecimiento.

La seguridad e higiene juega un rol fundamental en la prestación del establecimiento gastronómico, impactando directamente en los servicios y sus productos. Por tal motivo, a continuación, se listan las medidas mínimas a cumplir por toda organización comprometida con la calidad:

a. Evidenciar conocimiento y empleo de buenas prácticas en la manipulación de alimentos.

Se deberá contemplar, como mínimo, lo siguiente:

- Los peligros de los alimentos (contaminación primaria, directa y cruzada).

- Vías de contaminación de los alimentos.

- Control de plagas.

- Enfermedades transmitidas por los alimentos (ETA) y vías de transmisión de las mismas.

- Medidas higiénicas para prevenir la contaminación de los alimentos, incluyendo higiene de empleados, vestimenta, así como hábitos deseables e indeseables.

- Manejo higiénico de equipos e instalaciones.

- Almacenamiento de productos y rotación de materias primas.

- Control de las operaciones posteriores al almacenamiento.

- Requisitos para visitantes en la zona de elaboración.

- Elementos de seguridad señalizados (salidas de emergencia, extintores y mangueras) y salidas de emergencia sin obstáculos.

b. Contar con un procedimiento para la limpieza y desinfección de los espacios de atención al público y los espacios de servicio donde se elaboran los platos y





guardan las provisiones. Se deberán contemplar, como mínimo, medidas para los siguientes aspectos:

- Tareas de limpieza y desinfección de infraestructura y superficies.
- Productos a utilizar y cómo utilizarlos.
- Ventilación.
- Disposición del mobiliario y zonas de circulación.
- Disposición de cestos de residuos, que incluya su periódica revisión para retirar las bolsas que se encuentran completas, desinfección del recipiente y verificación de su disponibilidad para uso en todo momento.
- Recepción de mercadería de modo tal que no afecte el servicio en salón.

Se recomienda mantener registros de las limpiezas y desinfecciones diarias por sectores, para controlar que se efectúe la cantidad de veces definida, y en los tiempos que corresponden.

*Para ideas sobre cómo llevarlo a cabo, sugerimos consultar el ANEXO II - Planilla de registro de limpieza.

c. Contar con un mantenimiento preventivo y correctivo de los equipos e instalaciones. Este tipo de acciones permitirá promover la prolongación de la vida útil de los mismos, evitando los costos generados por las fallas que éstos puedan presentar, y así poder brindar el servicio en un entorno controlado.

*Para ideas sobre cómo llevarlo a cabo, sugerimos consultar el ANEXO III - Plan de mantenimiento preventivo y planilla de mantenimiento correctivo.

d. Contar con un Plan de Seguridad, Planos de

evacuación y extintores:

- Contar con extintores con cargas vigentes, adecuados a los tipos de fuegos para cada área.
- Disponer de un panel donde se detallen salidas de emergencia y un protocolo de acción ante emergencias.

e. Contar con numero de Emergencias y Botiquín de Primeros Auxilios:

- Disponer de un listado de números telefónicos de emergencia, que incluye ambulancia, policía, bomberos, defensa civil.
- Contar con una correcta señalización direccional interna y de los elementos de seguridad.
- Tener un Botiquín de primeros auxilios, dotado de los elementos mínimos para tratar cortes, quemaduras, etc. Periódicamente se deberá verificar que todos sus componentes no se encuentren vencidos. Indefectiblemente deberá contar con elementos para realizar vendajes, desinfecciones, tijera, algodón, alcohol, bandas adhesivas, cremas para quemaduras, guantes descartables, jabón antiséptico.



GUÍA DE RECOMENDACIONES

GESTIÓN DE CALIDAD TURÍSTICA PARA GASTRONÓMICOS

I Instalaciones y Equipamiento

PAUTA: Garantizar un ambiente agradable, seguro y accesible.

- El nombre del establecimiento debe estar perfectamente identificado en la entrada del mismo, así como su clasificación, según indica la normativa legal vigente.
- Los accesos tanto al exterior como al interior deben encontrarse en buenas condiciones. Deben contar con iluminación nocturna, estar limpios y despejados.
- Exponer la capacidad máxima del local de forma visible al público antes de la entrada al salón.
- Deben estar visibles los días y horarios de atención, redes de comunicación y/o contacto del lugar, y los medios de pago que acepta el establecimiento.
- Incorporar señalética que organice la circulación de las personas e identifique los diferentes espacios.
- Señalizar claramente o bloquear el acceso a las áreas que se encuentren restringidas.
- Contar con servicios sanitarios para el público, independientes por sexo y con capacidad acorde a la del establecimiento. Dichos servicios deberán estar dotados como mínimo de inodoro, papel higiénico, lavatorio, jabón y papel seca-manos. Los sanitarios deben estar limpios.
- El mobiliario y el equipamiento deberán mantenerse en buen estado de conservación.
- La vajilla debe estar siempre limpia y seca, tanto la del salón como la de la cocina. No debe estar cascada ni deteriorada. Debe ser armoniosa en su conjunto.
- Las piezas de la cristalería deben estar siempre limpias y brillantes.
- Los cubiertos deben estar siempre perfectamente limpios y brillantes, sin resto ni rayas.

- La mantelería debe estar en perfecto estado de limpieza, sin roturas ni partes descocidas, y con el tamaño adecuado para la mesa, debiendo sobrepasar 15 cm del borde de la mesa. Se recomienda cambiar los manteles en cada servicio de comedor.
- Contar con sillas adaptadas para niños.

Adoptar medidas para lograr que el establecimiento sea inclusivo para personas con discapacidad, ya sea esta física, mental, intelectual o sensorial, temporal o permanente:

- Rampa en el ingreso (móvil o fija).
- Puerta de ingreso debe contar con barras de alto contraste con el nombre del establecimiento, dirección y su designación.
- Baño adaptado.
- Comunicación alternativa (menú en braille, macrotipo, lengua de señas argentinas, otros)
- Iluminación uniforme.
- Cambiador para niños.





J Posicionamiento y Promoción

PAUTA: Incorporar acciones dirigidos a la consolidación y posicionamiento de la oferta de turismo gastronómico del destino.

Los establecimientos gastronómicos tienen la posibilidad de innovar y contribuir a la diversificación de la oferta turística del destino, mediante la participación en las distintas actividades tales como festivales, catas y talleres culinarios, ferias gastronómicas, circuitos turísticos, etc. Esto les permitirá atraer más turistas y comensales motivados por conocer, degustar y disfrutar de los platos tradicionales ofrecidos.

Bajo esta visión integradora de destino podrán incorporar experiencias únicas que aporten mayor atractivo a sus propuestas gastronómicas: una bebida elaborada con alimentos locales como bienvenida, en caso de tener una huerta en el establecimiento dar un paseo donde la cocinera/o podrá contar acerca de las tradiciones gastronómicas locales, entre otras acciones.

Asimismo, es importante promover la generación de alianzas estratégicas entre organizaciones y referentes de los sectores público, privado y académico. En este aspecto es importante resaltar que los establecimientos gastronómicos constituyen un eslabón fundamental de la cadena de valor turística. A partir de su vinculación con productores, cocineras/os, proveedores locales pueden fortalecer la identidad gastronómica y a su vez mejorar el posicionamiento de su oferta, ampliando las estrategias asociativas con otros sectores relevantes del destino (aerolíneas, hoteles, agencias, establecimientos de agroturismo, centros culturales, museos, organismos locales de turismo, centros educativos vinculados a la gastronomía, entre otros).

Resulta necesario incorporar diversos instrumentos de promoción, ya que cumplen un rol fundamental en el fomento del patrimonio gastronómico

identitario, colaboran con el posicionamiento y visualización en el mercado turístico tanto de la oferta gastronómica, como del destino que lo contiene.

Algunas estrategias que se pueden mencionar son:

Ferias y festivales gastronómicos: la organización y/o presencia en estos eventos tendrán como protagonista a la gastronomía local, alguna materia prima destacada o un producto final relacionado directamente con esta temática.

Promoción de cocineras/os y personalidades destacadas de la gastronomía: incluye la realización de charlas sobre cocina con identidad, cocina en vivo, degustaciones, cata y maridajes, entre otros.

Presencia en redes sociales: hoy en día se consume gastronomía en las redes sociales y medios online, por ello los establecimientos diversifican sus estrategias digitales y muestran propuestas lo suficientemente interesantes como para atraer cada vez más comensales a sus mesas. Logran altos porcentajes de efectividad a través de la publicación de fotografías, videos y transmisiones instantáneas que dan cuenta de los sabores y saberes ofrecidos.

Portales de gestión de presencia online: estas herramientas ayudan a las organizaciones a gestionar su presencia online, mediante fichas digitales que contienen dirección, datos de contacto, horarios, menús y opiniones de clientes. Asimismo, los portales de reseñas son una gran oportunidad y un factor clave para los establecimientos gastronómicos.

Promoción en medios específicos de gastronomía: publicaciones en TV, radio, diario, revistas especializadas, redes sociales. Realización de alianzas estratégicas con programas de cocina o publicaciones específicas de gastronomía para promoción y difusión de la gastronomía local y las experiencias ofrecidas por el establecimiento.



K Gastronomía Sostenible

PAUTA: Promover prácticas de gastronomía sostenible en los establecimientos.

La gastronomía constituye un aliado estratégico del turismo dado que, además de satisfacer la necesidad de alimentación tiene el potencial de ofrecer experiencias que permiten una inmersión en la cultura gastronómica del lugar visitado.

En este sentido y dada la importancia de contribuir al desarrollo local, resulta clave promover prácticas que a su vez promuevan la sostenibilidad.

La OMT define al turismo sostenible como aquel que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y ambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas. Por lo tanto, guía al sector turístico hacia la búsqueda de un equilibrio adecuado entre las siguientes tres dimensiones:

- Ambiental:** dando un uso óptimo a los recursos ambientales, que son un elemento fundamental del desarrollo turístico, manteniendo los procesos ecológicos esenciales y ayudando a conservar los recursos naturales y la diversidad biológica.
- Sociocultural:** respetando la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservar sus activos culturales y arquitectónicos y sus valores tradicionales, y contribuir al entendimiento y la tolerancia intercultural.
- Económico:** asegurando unas actividades económicas viables a largo plazo, que reporten a todos los agentes unos beneficios socioeconómicos bien

distribuidos, entre los que se cuenten oportunidades de empleo estable y de obtención de ingresos y servicios sociales para las comunidades anfitrionas, y que contribuyan a la reducción de la pobreza.

La implementación de esta guía de Gastronomía Riojana colabora con la gestión sostenible de las organizaciones promoviendo buenas prácticas destinadas a la prevención, reducción y reutilización de residuos, uso racional y eficiente del agua, de la energía eléctrica. Asimismo, incentiva a clientes, proveedores y personal del establecimiento a que adopten hábitos de producción y consumo responsables.

A continuación, recomendamos algunas medidas:

Energía: uso de equipos de calefacción en 22° C y de refrigeración en 24° C, instalación de iluminación led calefacción, refrigeración, agua caliente sanitaria, artefactos eléctricos y a gas con ecoetiquetado "A", etc.

Residuos: prever la recuperación del aceite vegetal usado evitando que el mismo sea arrojado en los desagües. Coordinar con organizaciones destinadas al acopio para su disposición y retiro. Colocación de cestos diferenciados para la disposición de residuos. Reducir la utilización de plásticos de un solo uso y elementos descartables (vasos, tapas, posavasos, sorbetes). Promover el uso de eco-bolsas o bolsas biodegradables".

Agua: instalación de dispositivos ahorradores de agua (aireadores, mecanismos de doble descarga o descarga eficiente, etc). Capacitar a los empleados sobre el uso racional del agua. Realizar el mantenimiento periódico de las instalaciones.



Asimismo, la pérdida y desperdicio de alimentos representan otro aspecto que merece especial atención y acción por parte de los establecimientos gastronómicos.

Las mayores pérdidas ocurren durante la producción, postcosecha, almacenamiento y transporte. Mientras que los desperdicios ocurren más frecuentemente durante la distribución y consumo. Por ello, resulta indispensable que los establecimientos gastronómicos implementen acciones que contribuyan a reducir el desperdicio, contemplando la planificación de las comidas, la organización de las compras y su almacenamiento, el aprovechamiento de los alimentos y la presentación para su consumo, la concientización y articulación con otras organizaciones, entre otros.

Algunas acciones que contribuyen a disminuir las pérdidas y desperdicios son:

- a) Crear huertas urbanas.
- b) Comprar directamente a productores de pequeña escala en mercados locales o en una región de máximo 100 kilómetros de distancia respecto de la ubicación del establecimiento.
- c) Comprar a granel para evitar los costos de embalaje y recipientes individuales.
- d) Integrar cooperativas o asociaciones de negocios gastronómicos y personas productoras 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) En servicios tipo buffet, ofrecer platos pequeños y colocar carteles invitando a servirse raciones pequeñas.

h) Implementar buenas prácticas de manipulación de alimentos (sanitización, refrigeración).

i) Utilizar frutas/verduras imperfectas pero aptas para consumo para elaborar platos (sopas, jugos, salsas, purés, mermeladas.)

j) Evitar una producción de alimentos mayor a la demanda existente.

k) Entregar sobrantes de comida a clientes utilizando envases biodegradables o no contaminantes.

l) Donar alimentos desaprovechados para un posterior consumo de personas (Ley Donal - de Régimen especial para la donación de alimentos) o animales, etc.

m) Evitar raciones grandes y recetas en las que se desaprovechen alimentos.

n) 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).



L Satisfacción del Cliente

PAUTA: Incorporar elementos para gestionar la satisfacción de los comensales.

El mejor método para evaluar los servicios son los comentarios que nos ofrecen los comensales. Estas personas nos indicarán si cumplimos con sus expectativas, nos permitirán notar aquello que amerita tratamiento y fallas que haya por corregir, así como también nos darán valiosas ideas de cómo podemos mejorar su experiencia en el establecimiento.

Compartimos 3 opciones que se pueden utilizar para obtener información:

Encuestas de satisfacción: La encuesta de satisfacción es un estudio que permite medir qué tan satisfechos están los comensales, y puede subdividirse en varios aspectos a evaluar (por ejemplo, limpieza del establecimiento, rapidez en el servicio, calidez de la atención del personal, etc.).

Todo establecimiento que decida implementar esta herramienta se ve en la obligación de tabular los resultados de las encuestas, considerar aquellos aspectos de mejora representativos en su servicio, y comunicar estos resultados a las personas que trabajan en la organización. De otra manera, sólo generará una imagen desfavorable para con el establecimiento, y perderá de todo sentido los esfuerzos empleados en su implementación.

Los criterios a usar en una encuesta pueden ser variados, y dependerá de cada establecimiento seleccionar cuáles se adaptan mejor con su estilo,

pudiendo ser de carácter cualitativo (por ejemplo, Excelente – Muy bueno – Bueno – Regular – Malo), de ponderación numérica (por ejemplo, califique de 1 a 5 o de 1 a 10), u otro. Resulta importante definir qué parámetros no darán una alerta de que debemos implementar una mejora, por ejemplo, obtener una mayoría de calificación “regular” en alguno de los puntos a medir.

* Para obtener ideas sobre cómo llevarlo a cabo, sugerimos consultar el ANEXO IV - Encuesta de satisfacción y adaptar este modelo a las características del establecimiento.

Comentarios en portales online y redes sociales: Actualmente, los portales online y redes sociales son los canales más utilizados por las personas que eligen dónde ir de vacaciones y donde comer cuándo se encuentran de viaje. Los usan para manifestar su opinión y ayudar a otras personas que se encuentran planificando sus vacaciones.

En este sentido, se recomienda explorar los canales más usados por los comensales para dejar sus comentarios, a los fines de poder decidir con cuáles trabajaremos. Es de vital importancia abrir sólo aquellos canales que sabemos que podemos atender, ya que todo canal abierto desatendido puede percibirse como un abandono en el servicio.

Muchos de estos portales cuentan con aplicaciones para el teléfono que nos permiten enterarnos rápidamente toda vez que recibimos un comentario y poder darle una respuesta rápida y eficiente, por lo cual recomendamos explorar esas opciones; o bien



ANEXOS

Anexo I - Matriz de Alimentos y Cocinas

establecer un horario y día de la semana especialmente destinado a atender estos espacios que tanto valoran y utilizan las personas que consumen nuestros servicios.

Recuerden que es importante agradecer a las personas que se toman el tiempo de dejar un comentario favorable.

Procuren que alguna persona se encuentre preparada para responder comentarios en los idiomas de aquellos turistas extranjeros que nos visitan.

Contacto directo con los comensales durante el servicio. Es importante estar atento a las opiniones que expresa cada 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 y aporta una calidez destacable en el servicio.

Es importante tener presente que las personas que han percibido una buena experiencia, tanto en la prestación del servicio como en la calidad de los productos, tienden a fidelizarse y recomendar el establecimiento, lo cual se traduce en mayores ingresos.

MATERIAS PRIMAS - PRODUCTOS	PLATOS TÍPICOS
Uva: Vino (industrializado y semi-industrializado). Artesanal	-Alfajor de vino torrontés. -Alfajor de Cocho -Alfajor de harina de nuez
Grapa, cerveza artesanal, Gin	
Oliva: aceituna, aceite de oliva, pasta de aceituna, aceituna rellena.	-Bife de chorizo al torrontés -Empanadas Riojanas (Fritas) -Helado con aceite de oliva.
Choclo.	-Locro criollo -Pastel de choclo -Carbonada. -Humita en chala.
Leche de cabra, quesillo, cuajada, dulce de leche, queso de cabra	·Mazamorra con leche. ·Dulce de leche de cabra ·Quesillo asado
Nuez, nueces confitadas.	
Algarroba, albahaca Tomates confitados en oliva	-Patay -Helado de algarroba -Helado de albahaca
Conejo	·Conejo confitado
Cabrito.	-Cabrito a las llamas / al horno de barro con verduras cazuela de cabrito perfumada en vino torrontés y comino. -Lomo al Malbec -Estofado carrero -Cazuela de cabrito perfumada en vino torrontés y comino. -Costeletes a la riojana -Chanfaina
Membrillo.	-Pastelitos de membrillo. -Bocaditos
Durazno	Dulce de durazno en olla o paila
Peras	Peras al vino
Higo. Dátiles	-Dulces regionales -Mouse de cayote -Dátiles en almíbar
Pan casero con/ sin chicharrón. Tortilla a la parrilla	
Arrope de chañar. Miel Pistacho	-Pasta de turrón. -Alfajores de turrón. -Turrón de arrope





Anexo II

– Planilla de registro de limpieza diaria

Fecha	Hora	Reposición de Materiales			Firma y Nombre	Observaciones
		Papeles Descartables	Jabón	Bolsa de Residuos		





Anexo III – Plan de mantenimiento preventivo y planilla de mantenimiento correctivo

	Freidora	Rebanadora	Horno a Gas	Horno eléctrico	Hornallas	Parrilla	Heladera	Freezer
Enero								
Febrero								
Marzo								
Abril								
Mayo								
Junio								
Julio								
Agosto								
Septiembre								
Octubre								
Noviembre								
Diciembre								





Anexo IV

- Encuesta de Satisfacción

	Excelente	Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo
¿Como valorarías la atención de nuestro personal?					
¿Cómo valorarías la limpieza del salón?					
¿Cómo valorarías la limpieza de los baños?					
¿Como valorarías la relación calidad precio del plato?					





Planilla de Mantenimiento Correctivo

Fecha	Ubicación	Detalle de la Falla	Imagen	Fecha de Reparación	Comentarios	¿Se puedo eliminar la causa? ¿Cómo?
12/11/2021	Depósito	Humedad en una de las paredes		12/12/2021	Se logro reparar antes del comienzo de la temporada, evitando que la humedad pudiera afectar los productos almacenados	



GLOSARIO

Turismo gastronómico: es aquel en el cual la gastronomía, como expresión histórica –cultural de los pueblos, motiva en mayor o menor medida el desplazamiento de turistas hacia los destinos con la finalidad de conocer el patrimonio cultural gastronómico material e inmaterial; consumir y disfrutar de productos, servicios y experiencias gastronómicas propias de cada lugar.

Establecimiento Gastronómico: aquel que, de acuerdo a las normas legales, sanitarias y de seguridad vigentes, prestan al público en general el servicio de alimentos y/o bebidas, para ser consumidos en el lugar o en sus anexos, mediante un precio, y que actúan como complemento de la actividad turística: restaurant, parrillas, casas de té, heladerías, etc.

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

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 ancestrales 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.

Desarrollo sostenible: desarrollo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras.

Cadena de valor: es la secuencia completa de actividades o partes que proporcionan valor (proveedores, personas que integran la organización, contratistas, otros) o reciben valor (los clientes/ comensales y otras partes interesadas) en forma de productos o servicios.

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.

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.



Control de Plagas: Cuando se trata de alimentos y plagas, no pueden existir errores. La contaminación de alimentos o superficies de trabajo con patógenos provenientes de plagas no sólo pueden provocar serias enfermedades sino también la posible pérdida de reputación, el desperdicio de alimentos y en última instancia el cierre de un negocio. El control integrado de plagas es un enfoque sistemático, basado en buenas prácticas de limpieza, inspección y vigilancia junto a métodos de control físicos y químicos, así como una buena gestión del entorno.

Accesibilidad: es el 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 personas con discapacidad.

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. económicas, sociales y medioambientales para

satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas.

Carta: aquella que contiene todos los platos que ofrece el restaurante. La carta admite múltiples variantes a la hora de pedir la comanda.

Menú: Comida que ofrece un restaurante por un precio fijo, con posibilidad limitada de elección de platos.

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

Capacitación: actividad realizada en una organización respondiendo a sus necesidades, que busca mejorar la actitud, conocimiento, habilidades o conductas de su personal.





turismo.larioja.gob.ar