



Sello
CocinAR -
Cocina Argentina

Índice

Sello de Calidad – CocinAR, Cocina Argentina	3
Público destinatario	4
Objetivos del Sello CocinAR	4
Beneficios del Sello CocinAR.....	5
Pautas para la obtención del Sello de Calidad –CocinAR.....	5
Glosario	28
Fuentes consultadas.....	30

Sello de Calidad – CocinAR, Cocina Argentina

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 patrimonio pasó a considerarse la materia prima de la actividad turística y se convierte en un recurso desde el momento en que las y los visitantes se interesan por él. El turismo asociado a la gastronomía es una forma muy particular y enriquecedora de viajar, que propicia la interacción social y permite generar diálogos interculturales a través de las manifestaciones culinarias de un territorio.

El turismo gastronómico valoriza los alimentos y el trabajo de las y 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 implementación del **Sello CocinAR** permite a las organizaciones contribuir a la consecución de los ODS, poniendo especial énfasis en aquellos referidos a la igualdad de género, el trabajo decente y crecimiento económico, ciudades y comunidades sostenibles, producción y consumo responsable, acción por el clima y alianzas para lograr objetivos.

Esta herramienta promueve prácticas destinadas a desarrollar 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.

Gracias por acompañarnos en este camino de la mejora continua, que nos prepara para posicionar a la gastronomía argentina como una manifestación de la identidad cultural de nuestros territorios.



El Sello CocinAR contribuye a los siguientes ODS

Público destinatario

Todos los 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

- Favorecer la preservación y difusión del patrimonio gastronómico identitario.
- Promover la utilización de productos identitarios, reconocidos a nivel nacional.
- Reconocer el rol esencial de cocineras, cocineros, productoras y productores locales en la transmisión de la identidad gastronómica.
- Promover la integración de la gastronomía identitaria en la actividad turística, en vistas de consolidar la oferta de turismo gastronómico del destino.
- Contribuir a la mejora continua y al cumplimiento de las expectativas de las y los 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.

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 el Ministerio de Turismo y Deportes en la promoción nacional e internacional.
- Difusión y promoción de las organizaciones comprometidas con el camino de la mejora continua.

Pautas para la obtención del Sello de Calidad –CocinAR

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

El patrimonio cultural inmaterial abarca todas las manifestaciones humanas, incluyendo los conocimientos y tradiciones asociadas a la alimentación. El acto de comer es un comportamiento que se desarrolla más allá del mero objetivo de la nutrición; pone en juego un conjunto de factores de orden ecológico, histórico, cultural, social y económico ligado a representaciones, simbolismos y rituales de las personas.

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.

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, 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.

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.

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 3° 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.

2. 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 quienes consumen 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 y artesanías de diseñadores y artistas locales; vajilla y otros elementos de la mesa creados de manera artesanal (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

3. Incorporar en la comunicación información veraz en formato accesible y sostenible, con criterios basados en la utilización de un lenguaje inclusivo, no sexista y libre de estereotipos.

En toda implementación de calidad, resulta primordial considerar tanto la comunicación interna como externa. Para tal finalidad, detallamos a continuación aspectos relevantes a tener en cuenta al momento de planificar y ejecutar los mensajes que se brindan.

Brindar una información veraz resulta crucial para cumplir con las expectativas generadas en quienes consumirán los servicios ofrecidos. Si bien es im-

portante 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 comunicados sean los vigentes.

A su vez, con el propósito de utilizar un lenguaje que incluya y nombre a todas las personas por igual, se debe pensar y adoptar una comunicación en donde esté representada la diversidad de los géneros. El lenguaje inclusivo no solo involucra la producción escrita. Al momento de producir contenidos y diseñar materiales, es necesario que la selección de imágenes y recursos visuales que se elijan no reproduzcan estereotipos de género ni una mirada única sobre las identidades.

Algunas sugerencias para su implementación:

- Utilizar expresiones y palabras neutras para referirse a un grupo de personas o profesionales en el que conviven varios géneros. Ejemplo: “trabajadores” reemplazar por “personal”.
- Evitar usar artículos masculinos (el, los) y, en cambio, usar neutros (quien, quienes) ya que esto posibilita un lenguaje incluyente. Por ejemplo, en lugar de decir “el que tenga interés en la visita”, se puede decir “Quien tenga interés en la visita”.
- Sustituir palabras genéricas sexistas por otras frases más incluyentes. Ejemplos: “Bienvenidos” por “Les damos la bienvenida” o “niños de hasta 10 años no abonan” por “Menores de hasta 10 años no abonan”.
- Evitar el uso del masculino genérico. Usar sustantivos masculinos y femeninos para evitar el uso de uno solo que englobe todo (por ejemplo, mozos y mozas). Esta opción puede resultar pesada en un texto, por lo que hay opciones más amigables; sin embargo, en algunos casos es inevitable hacerlo.
- Utilizar, en lugar de dos sustantivos (cliente/clienta), dos artículos para hacer menos reiterativo el texto. Por ejemplo, “los y las turistas”.
- Evitar expresiones que denoten posesión sobre las mujeres. Ejemplo: “Por favor, complete los datos de su señora” o “A mi mujer le encanta el paisaje catamarqueño”.

- Utilizar los pronombres le y les para evitar el empleo de los y las, lo y la. Por ejemplo: “Tengo el agrado de invitarlos a una degustación de vinos” reemplazarlo por “Tengo el agrado de invitarles a una degustación de vinos”.
- Desdoblar las presentaciones, alternando el orden de presentación a fin de evitar la consolidación de la jerarquía del género masculino. Ejemplos: “Las argentinas y los argentinos”.
- Utilizar la barra (/). Ejemplos: “Moza/Mozo” o “Visitadas/Visitados”.
- Uso inclusivo de los sustantivos. Ejemplos: “Los niños” por “La infancia o la niñez”, “Los habitantes” por “La población”, “Los ciudadanos” por “La ciudadanía”, “Nuestros visitantes” por “Nuestras visitas”, “Viajeros” por “Quienes viajan”.
- Durante la prestación del servicio, evitar la reproducción de estereotipos de roles entre varones y mujeres; por ejemplo, presuponer que es el varón quién pagará el servicio o probará el vino.
- Aplicar las mismas reglas de convivencia para todas las personas, indistintamente de su identidad de género y/u orientación sexual.
- Garantizar a todas las personas el derecho al reconocimiento de su identidad de género autopercebida y a ser tratadas por los demás de acuerdo a la misma, de acuerdo con la Ley N°26.743 de Identidad de Género (2012).

Por último 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.

Para quienes deseen profundizar en estas temáticas, se sugiere acceder al eje “Directrices referidas a la Comunicación que se encuentra en el Eje II de las Directrices de Accesibilidad para espacios y servicios turísticos del Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación.

4. 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 las y 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.

Tal como se afirma en las conclusiones del 3° 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”.*

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 variadas maneras, algunas de ellas se detallan a continuación:

- Incorporando una hoja con dicha información dentro de la carta;
- Colocación de un cuadro en la pared;
- Incorporación en la página web o redes sociales del establecimiento;
- Elaboración de un mantel individual de papel que el comensal se puede llevar como souvenir. Considerar la utilización de papel reciclado para su elaboración.

Cada establecimiento es único, las y los invitamos a ser creativos para cumplir con esta pauta.

5. 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 las y 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 las y 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.

Se sugiere identificar a nivel local aquellos institutos educativos vinculados a la gastronomía que ofrecen cursos de capacitación orientados a perfeccionar el servicio brindado.

Asimismo, resulta importante gestionar y efectuar capacitaciones y sensibilizaciones en Igualdad de Género en todos los niveles de la organización. Es importante destacar que al momento de planificar las capacitaciones se debe priorizar su implementación en los cargos jerárquicos como así también en puestos vinculados con atención al público. Las capacitaciones pueden brindarse presencial o virtualmente dentro de la jornada laboral, por personal idóneo en la temática.

El Ministerio de Mujeres, Géneros y Diversidad cuenta con una serie de materiales descargables que abordan la temática y pueden encontrarse en su página web: <https://www.argentina.gob.ar/generos/argentina-unida-contra-las-violencias-de-genero/materiales-descargables>

A su vez, el Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación a través de la Dirección de Formación, pone a disposición dentro de su amplia oferta de cursos virtuales gratuitos y abiertos para toda la comunidad, los siguientes cursos autogestionados:

- “Turismo Responsable y Género”;
- “Accesibilidad Turística”;
- “Enoturismo”;
- “Manipulación Segura de Alimentos”.
- “Nociones de Higiene y Seguridad para Actividades de Turismo”.

La oferta de cursos disponibles puede encontrarse en la plataforma <https://campus.yvera.gob.ar>

Para quienes quieran profundizar en estas temáticas, se sugiere la lectura de:

El eje “Directrices referidas a capacitación del personal” Eje IV de las Directrices de Accesibilidad para espacios y servicios turísticos” del Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación.

El “Sello Igualdad” de la Subsecretaría de Calidad, Accesibilidad y Sustentabilidad del Turismo Nacional del Ministerio de Turismo y Deportes.

6. Incorporar acciones tendientes a la consolidación y posicionamiento de la oferta de turismo gastronómico del destino.

La Organización Mundial del Turismo (OMT) sostiene que “el Turismo Gastronómico se basa en un concepto de conocer y aprender, comer, degustar y disfrutar de la cultura gastronómica identificada con un territorio. El territorio es el eje vertebral de la oferta gastronómica ya que sus paisajes, cultura, productos, técnicas y platos definen la identidad culinaria de los destinos – son la base y deben constituir el ADN de las experiencias turísticas que se proponen al visitante”.

En este sentido, 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 regalo de bienvenida, un paseo por la cocina y huerta del establecimiento en 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/as locales pueden

fortalecer la identidad gastronómica a la vez que 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).

A su vez, 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 visibilización en el mercado turístico tanto de la oferta gastronómica, como del destino que lo contiene. Son numerosas las estrategias que los establecimientos pueden desarrollar en articulación con otras organizaciones. Algunas 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.

7. 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.

Para la Organización de Alimentos y Agricultura (FAO) la gastronomía sostenible es sinónimo de una cocina que tiene en cuenta el origen de los ingredientes, cómo son cultivados, cómo llegan a los mercados y, finalmente, a los platos. Es decir, apoya la protección de la biodiversidad y la preservación de la cultura.

Por su parte, 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 las y 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:

a. 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.

b. 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.

c. 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 del Sello CocinAR 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, uso racional y eficiente de la energía eléctrica. Asimismo, incentiva a clientes, proveedores y

personal del establecimiento a que adopten hábitos de producción y consumo responsables.

A continuación, se mencionan algunas medidas recomendadas:

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. Según FAO, cada año el mundo desperdicia o pierde casi un tercio de la comida que se produce, el equivalente a 1300 millones de toneladas.

De acuerdo a lo planteado en el "Programa Nacional de Reducción de Pérdidas y Desperdicios de Alimentos" del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Nación "Las pérdidas y desperdicios de alimentos son un obstáculo para la seguridad alimentaria y además tiene un gran impacto sobre el ambiente porque al producir alimentos que no se consumen, estamos desechando agua, suelo, energía, mano de obra, combustible, dinero, entre otros muchos recursos".

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/as 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.

Para mayor información sobre acciones que promuevan el cuidado ambiental, se recomienda consultar la publicación “Directrices de Gestión Ambiental” para Organizaciones Turísticas de la Subsecretaría de Calidad, Accesibilidad y Sustentabilidad del Turismo Nacional del Ministerio de Turismo y Deportes.

Para ampliar información sobre pérdidas y desperdicios de alimentos se sugiere leer el Manual “Valoremos Nuestros Alimentos” del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Nación.

http://www.alimentosargentinos.gob.ar/HomeAlimentos/ValoremoslosAlimentos/pdf/Manual_Valoremos%20los%20alimentos_2021.pdf

Con respecto a la dimensión sociocultural de la sostenibilidad, como parte del compromiso asumido por la organización con la comunidad, se hace ineludible impulsar acciones que promuevan la igualdad de oportunidades y derechos para todas las personas.

Algunas sugerencias:

- Incluir como proveedoras de la organización a proyectos o negocios liderados por mujeres y LGBTI+ como así también a cooperativas y asociaciones de la economía popular con perspectiva de género; a fin de apoyar y potenciar su trabajo.
- Participar en proyectos o campañas que promuevan la prevención de las violencias por motivos de género, ofreciendo, por ejemplo, las instalaciones del establecimiento para celebrar capacitaciones o como espacio de resguardo frente al acoso callejero -entre otras acciones-.
- Contribuir o colaborar con iniciativas o proyectos comprometidos con la igualdad de género.

8. 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 y empleadas, 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; y,
- Requisitos para visitantes en la zona de elaboración.

Nota: Considerar el curso gratuito autogestionado “Manipulación Segura de Alimentos” mencionado en la pauta 5 de este sello.

Para este punto recomendamos consultar el Manual de manipulación de alimentos elaborado por la FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación) y OMS (Organización Mundial de la Salud).

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.

Nota: Considerar el curso gratuito autogestionado “Nociones de Higiene y Seguridad para Actividades de Turismo” mencionado en la pauta 5 de este sello.

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

Para este punto se recomienda la lectura y aplicación del Protocolo COVID-19 para Establecimientos Gastronómicos que se encuentra en la Página Web oficial del Ministerio.

https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/protocolo_covid_gastronomicos_0.pdf

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 II - Plan de mantenimiento preventivo y planilla de mantenimiento correctivo.

9. 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 las y los comensales. Las mismas deben ser conocidas y respetadas por quienes integran la organización.

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

- Brindar una cordial bienvenida.
- Ofrecer la carta o menú abiertos con los platos disponibles. Aquellas or-

ganizaciones que cuenten con código QR pueden ponerlos a disposición de los y las 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.

Nota: Considerar el curso gratuito autogestionado “Enoturismo” mencionado en la pauta 5 de este sello.

- 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 las y 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 las y 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 las y los comensales cuando se retiran del establecimiento y expresarles “esperamos que nos visiten nuevamente”.

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 comunice 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 y las visitantes.

Para quienes quieran profundizar en estas temáticas, se sugiere acceder al eje "Directrices referidas a capacitación del personal" Eje IV y "Directrices referidas a accesibilidad en espacios específicos - Espacios Gastronómicos" EJE V - de las Directrices de Accesibilidad del Ministerio de Turismo y Deportes.

10. Incorporar elementos para gestionar la satisfacción de las y los comensales.

El mejor método para evaluar los servicios son los comentarios que nos ofrecen las y 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.

A continuación, se detallan las tres opciones más frecuentemente utilizadas para obtener esta información. Vale mencionar que se puede aplicar una de ellas únicamente, pero se recomienda considerar de manera integral las tres para lograr abarcar a un variado público.

“Tus clientes no esperan que seas perfecto. Lo que sí esperan es que les resuelvas un problema cuando algo sale mal” - Donald Porter.

Encuestas de satisfacción: La encuesta de satisfacción es un estudio que permite medir qué tan satisfechos están las y 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 nos 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 III - 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 ampliamente explorar los canales más usados por las y 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 po-

der darle una respuesta rápida y eficiente, por lo cual recomendamos explorar esas opciones; o bien 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.

Dos últimas sugerencias:

- 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 las y 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.

Anexo I - Planilla de registro de limpieza diaria

Esta planilla de registro de limpieza se presenta a modo de ejemplo, y deberá adaptarse a las características y necesidades de cada organización. En el modelo se trata de una planilla por sector a limpiar dentro del establecimiento gastronómico.

Fecha	Hora	Reposición de materiales			Firma y nombre	Observaciones
		Papeles descartables	Jabón	Bolsa de residuos		

Anexo II - Plan de mantenimiento preventivo y planilla de mantenimiento correctivo

Plan de mantenimiento preventivo

Este plan de mantenimiento preventivo se presenta a modo de ejemplo. El mismo permite considerar la revisión del equipamiento para el servicio en los períodos de temporada baja, permitiendo así llegar a la temporada alta mejor posicionados.

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

Fuente: elaboración propia.

Planilla de mantenimiento correctivo

Para el mantenimiento correctivo, se recomienda llevar un registro de la fecha en la que se identifica el problema, y la fecha de la solución. Esto luego nos permitirá evaluar la eficacia para tratar estos temas evitando incurrir en demoras injustificadas.

A continuación, se provee un modelo de ejemplo para registrar el mantenimiento correctivo.

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

Anexo III - Encuesta de satisfacción

El siguiente modelo de encuesta se presenta a modo de ejemplo. Se recomienda que todo aquel que decida implementar este instrumento considere aquellos aspectos que desea medir en su organización, y adapte los criterios de evaluación a sus necesidades y el estilo de establecimiento gastronómico que se trate.

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

En caso de evaluar algún punto como “Bueno” o inferior, agradeceríamos tus comentarios al respecto: _____

¿Recomendarías el lugar a otras personas? SI _____ NO _____

¡Muchas gracias por tu tiempo!

Glosario

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.

Cadena de valor: es la secuencia completa de actividades o partes que proporcionan valor (proveedoras y proveedores, personas que integran la organización, contratistas, otros) o reciben valor (las y los clientes/ comensales y otras partes interesadas) 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 las y 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 ancestrales y transmitidas a nuestros y nuestras 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.

MINISTERIO DE TURISMO Y DEPORTES DE LA NACIÓN. Manual de Turismo Gastronómico. CocinAR, cocina argentina. 2019

OMT – BASQUE CULINARY CENTER. Guía para el Desarrollo del Turismo Gastronómico. 2019

ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA ALIMENTACIÓN Y LA AGRICULTURA, ORGANIZACIÓN PANAMERICANA DE LA SALUD, ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE LA SALUD, "Manual de manipulación de alimentos", Washington, D.C., 2017.

MINISTERIO DE TURISMO Y DEPORTES DE LA NACIÓN:

"Directrices de Gestión Ambiental para organizaciones turísticas"

"Directrices de Accesibilidad para espacios y servicios turísticos"

"Sello Igualdad".

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>

2° FORO MUNDIAL DE TURISMO GASTRONÓMICO DE LA OMT: [En línea. Fecha de consulta 15 de diciembre de 2021]. Disponible en:

<https://www.unwto.org/es/archive/press-release/2016-05-27/el-ii-foro-mundial-de-turismo-gastronomico-enfatiza-la-relevancia-de-la-cul>

3° FORO MUNDIAL DE TURISMO GASTRONÓMICO DE LA OMT: [En línea. Fecha de consulta 15 de diciembre de 2021].

Disponible en: <https://www.unwto.org/archive/global/event/3rd-unwto-world-forum-gastronomy-tourism>

CÓDIGO ALIMENTARIO ARGENTINO, Ley 18284. 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 AGRO CULTURA, GANADERIA Y PESCA. PRESIDENCIA DE LA NACIÓN. Disponible en:

http://www.alimentosargentinos.gob.ar/HomeAlimentos/ValoremoslosAlimentos/imagenes/Informe_de_avance_PDA_2013_2015.pdf

NACIONES UNIDAS. Día de la gastronomía sostenible. Disponible en: <https://www.un.org/es/observances/sustainable-gastronomy-day>

PACTO MUNDIAL RED ESPAÑOLA. El sector privado ante los ODS. Guía práctica para la acción. Disponible en: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>

THE FORK. Las claves para lanzar una campaña 360° para tu restaurante. disponible en: <https://www.theforkmanager.com/es-es/blog/marketing/las-claves-para-lanzar-una-campana-de-marketing-360o-para-tu-restaurante>

ESCUELA DE MARKETING GASTRONÓMICO. Estrategias de Marketing gastronómico. Disponible en: <https://marketinggastronomico.com/7-estrategias-de-marketing-gastronomico-para-atraer-mas-clientes/>

ORO ROJO COMUNICACIÓN. Guía completa de plan de Marketing para restaurantes. Disponible en: <https://www.ororojocomunicacion.com/entradaBlog/guia-plan-de-marketing-para-restaurantes>

MINISTERIO DE AGRICULTURA, GANADERÍA Y PESCA DE LA NACIÓN. Manual “Valoremos Nuestros Alimentos”. Disponible en:
http://www.alimentosargentinos.gob.ar/HomeAlimentos/ValoremoslosAlimentos/pdf/Manual_Valoremos%20los%20alimentos_2021.pdf

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE TURISMO. Desarrollo Sostenible. Disponible en: <https://www.unwto.org/es/desarrollo-sostenible>

NACIONES UNIDAS. Objetivos de Desarrollo Sostenible. Disponible en: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>

Autoridades Nacionales

Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación

Ministro Dr. Matías Daniel LAMMENS

Secretaría de Desarrollo Estratégico

Subsecretaria de Calidad, Accesibilidad y Sustentabilidad del Turismo Nacional:
Lic. María Inés ALBERGUCCI

Director Nacional de Calidad e Innovación Turística:

Ing. Hernán ROITMAN

Editor Responsable:

Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación

Equipo Técnico de la Dirección Nacional de Calidad e Innovación Turística:

Edición 2022: Dr. Tomás Beceyro - Lic. Verónica Bruno - Lic. Natalia Cardozo
- Lic. Silvina Estévez - Dra. Andrea Koulinka - Lic. Yanina Marconi - Lic. Adrián
Martínez - Mgtr. Melina Romero