

PROVINCIA DE BUENOS AIRES

**CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES**

**PROGRAMA DE DESARROLLO TURÍSTICO  
PARA EL MUNICIPIO DE ITUZAINGÓ**

**INFORME FINAL**

**JULIO 2025**

ASOCIACIÓN CIVIL  
FORO DE PROFESIONALES EN TURISMO

**COORDINADOR: ALBERTO NAHUEL FARBEROFF**



**CONSEJO FEDERAL  
DE INVERSIONES**



## Tabla de contenido

<b>INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>5</b>
<b>PROPÓSITO DEL PROGRAMA.....</b>	<b>8</b>
<b>OBJETIVOS DEL PROYECTO.....</b>	<b>9</b>
<b>ALCANCE.....</b>	<b>10</b>
<b>PLAN DE TAREA.....</b>	<b>12</b>
<b>METODOLOGÍA Y CONTENIDO DEL ESTUDIO.....</b>	<b>13</b>
<b>CRONOGRAMA DE TRABAJO.....</b>	<b>23</b>
<b>CAPÍTULO 1. ANÁLISIS DE INVOLUCRADOS.....</b>	<b>25</b>
<b>CAPÍTULO 2. SELLO DE CALIDAD.....</b>	<b>35</b>
<b>CAPÍTULO 3. MARCA TURÍSTICA.....</b>	<b>75</b>
<b>CAPÍTULO 4. PLATAFORMA DE TURISMO INTELIGENTE.....</b>	<b>92</b>
<b>CAPÍTULO 5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>	<b>107</b>
<b>CAPÍTULO 6. ANEXOS.....</b>	<b>111</b>
<b>Anexo 1 – Cuestionario para involucrados.....</b>	<b>111</b>
<b>Anexo 2 – Sello Ituzaingó de calidad gastronomica.....</b>	<b>114</b>
<b>Anexo 3 – Documento de presentación para la sensibilización.....</b>	<b>148</b>
<b>Anexo 4 – Documento de presentación Sello 1ra capacitación.....</b>	<b>148</b>
<b>Anexo 5 – Modelos de documentos para abordaje documental del sello.....</b>	<b>148</b>
<b>Anexo 6 – Presentación Capacitación Sello Inocuidad Alimentaria 1.....</b>	<b>148</b>
<b>Anexo 7 – Documento de presentación Sello 2da capacitación.....</b>	<b>148</b>
<b>Anexo 8 – Presentación Sello BPM.....</b>	<b>149</b>
<b>Anexo 9 – Informes de Auditoría.....</b>	<b>149</b>
<b>Anexo 10 – Nota de distinción para prestadores.....</b>	<b>149</b>
<b>Anexo 11 – Manual de estilo vigente de la Municipalidad de Ituzaingó.....</b>	<b>149</b>
<b>Anexo 12 – Manual de marca vigente de la Municipalidad de Ituzaingó.....</b>	<b>149</b>
<b>Anexo 13 – Cuestionario para relevamiento de Marca.....</b>	<b>149</b>
<b>Anexo 14 – Documento con alternativas de marca.....</b>	<b>152</b>
<b>Anexo 15 – Material utilizado para la presentación del proyecto.....</b>	<b>152</b>
<b>Anexo 16 – Manual de marca turística Ituzaingó.....</b>	<b>152</b>
<b>Anexo 17 – Manual de marca para prestadores.....</b>	<b>152</b>

<b>Anexo 18 – Listado de establecimientos gastronómico de Ituzaingó. ....</b>	<b>152</b>
<b>Anexo 19 – Alcance de uso de la plataforma Cicerone.....</b>	<b>157</b>
<b><i>Autoridades Municipales.....</i></b>	<b>158</b>
<b><i>Equipo técnico.....</i></b>	<b>158</b>

## Índice de tablas

Tabla 1: Cronograma de trabajo .....	23
Tabla 2: Actores involucrados .....	27
Tabla 3: Prestadores entrevistados .....	28
Tabla 4: Matriz de evaluación de partes interesadas.....	32
Tabla 5: Normativa aplicable al Sello Ituzaingó de Calidad Gastronómica.....	37
Tabla 6: Listado de prestadores incluidos en el programa Sello Ituzaingó de Calidad Gastronómica .....	44
Tabla 7: Cronograma de implementación del Sello Ituzaingó de Calidad Gastronómica .....	45
Tabla 8: Agenda de visita la para primera asistencia técnica individual .....	49
Tabla 9: Agenda de visita para la segunda asistencia técnica individual.....	58
Tabla 10: Agenda para las auditorias .....	66
Tabla 11: Prestadores que respondieron la encuesta .....	69

## Índice de imágenes

Imagen 1: Reunión mantenida entre funcionarios municipales y Mauro Beltrami para la definición de los criterios para el sello de calidad gastronómica. Fuente: Propia.	36
Imagen 2: Reunión de validación entre funcionarios municipales y el equipo técnico.	42
Imagen 3: Primera sesión de capacitación grupal. Fuente: Propia.	48
Imagen 4: Capacitación en Inocuidad de Alimentos	57
Imagen 5: Planilla de evaluación de la conformidad del Sello. Fuente: Anexo 4 del referencial del “Sello Ituzaingó de Calidad Gastronómica”.	65
Imagen 6: Entrega de distinción al restaurante La Güeya	67
Imagen 7: Entrega de distinción al restaurante Padella	68
Imagen 8: Entrega de distinción al restaurante Suchi Club Y Malcriado	68
Imagen 9: Entrega de distinción al restaurante Gardenias	68
Imagen 10: Resultados pregunta 1 encuesta de satisfacción	70
Imagen 11: Resultados pregunta 2 encuesta de satisfacción	71
Imagen 12: Resultados pregunta 3 encuesta de satisfacción	72
Imagen 13: Resultados pregunta 4 encuesta de satisfacción	73
Imagen 14: Resultados pregunta 5 encuesta de satisfacción	73
Imagen 15: Resultados pregunta 6 encuesta de satisfacción	74
Imagen 16: Reunión mantenida entre el equipo técnico y autoridades y personal municipal.	77
Imagen 17: Reunión mantenida entre el equipo técnico y autoridades y personal municipal.	78
Imagen 18: Marca Turística de Ituzaingo. Fuente: Elaboración propia	81
Imagen 19: Material de difusión para la presentación del Programa de Desarrollo Turístico de Ituzaingó	83
Imagen 20: Presentación del Programa de Desarrollo Turístico de Ituzaingó	84
Imagen 21: Mauro Beltrami, Pablo Descalzo (Intendente) y Juan Manuel Alvarez Luna (Secretario de Gobierno)	85
Imagen 22: Empresario gastronómico de Ituzaingó	86
Imagen 23: Capacitación sobre la Marca Turística al sector público	88
Imagen 24: Capacitación Marca Turística Sector privado. La Güeya	90
Imagen 25: Capacitación Marca Turística Sector privado. Gardenias	90
Imagen 26: Capacitación Marca Turística Sector privado. Sushi Club y Malcriado	91
Imagen 27: Capacitación Marca Turística Sector privado. Padella	91
Imagen 28: Registro de capacitación sobre la plataforma de turismo inteligente 1	102
Imagen 29: Registro de capacitación sobre la plataforma de turismo inteligente 2	103
Imagen 30: Registro de capacitación sobre la plataforma de turismo inteligente 3	104
Imagen 31: Registro de capacitación sobre la plataforma de turismo inteligente 4.	105
Imagen 32: Registro de capacitación sobre la plataforma de turismo inteligente 5	105
Imagen 33: Registro de capacitación sobre la plataforma de turismo inteligente 6	106

## INTRODUCCIÓN

Este documento constituye el Informe Final del proyecto “Programa de Desarrollo Turístico para el Municipio de Ituzaingó”, ejecutado por la Asociación Civil Foro de Profesionales en Turismo (El Foro) en el marco del Contrato de Obra EX-202400073634-CFI-GES#DC, celebrado con el Consejo Federal de Inversiones (CFI) el 19 de diciembre de 2024.

A lo largo de la ejecución, se lograron cumplir con todos los objetivos propuestos en el tiempo establecido. El contrato contemplaba dos entregas parciales, la primera programada para el 19 de febrero (IP1) y la segunda para el 19 de abril (IP2), ambas presentadas en tiempo y forma, además de este informe final que se entrega conforme al cronograma pactado, el 19 de julio del presente año.

El desarrollo del proyecto incluyó el diseño e implementación del Sello Ituzaingó de Calidad Gastronómica, la creación de la Marca Turística de Ituzaingó y la puesta en marcha de una plataforma de turismo inteligente. Compeltando todas las tareas establecidas en los TDR, se cumplió con las metas establecidas contribuyendo al fortalecimiento del destino como parte de una estrategia integral de desarrollo local.

El documento incluye los Términos de Referencia acordados para el proyecto, así como el detalle completo de todas las actividades realizadas. En primer lugar, se presenta la información correspondiente a los Términos de Referencia y, a continuación, se exponen los resultados del trabajo llevado a cabo.

Los resultados del proyecto se presentan de manera estructurada en **seis capítulos**, cada uno de los cuales aborda un aspecto fundamental para el desarrollo turístico y la gestión estratégica del municipio de Ituzaingó. A continuación, se describe el contenido y los principales aportes de cada capítulo, resaltando la importancia de cada uno en el marco del proyecto.

El **Capítulo 1** presenta los resultados del análisis de los involucrados en el desarrollo turístico local. En esta sección se identifican y caracterizan los actores clave, permitiendo comprender sus intereses, expectativas y niveles de influencia. Esta información es fundamental para la toma de decisiones y la elaboración de estrategias participativas.

La identificación de las partes interesadas se realizó en conjunto con las autoridades municipales, lo que permitió un abordaje integral de los principales actores. Se destaca la cohesión existente entre ellos, evidenciada por un alto grado de pertenencia y compromiso con el proyecto.

En el **Capítulo 2** se exponen los resultados del diseño e implementación del Sello Ituzaingó de Calidad Gastronómica. Este sello fue concebido como una herramienta para promover la excelencia y la identidad local en la oferta gastronómica del municipio. El capítulo detalla el proceso de elaboración de los criterios de calidad, inocuidad alimentaria, desempeño ambiental y seguridad, la convocatoria y capacitación de los establecimientos participantes, y la evaluación realizada por el equipo técnico. Asimismo, se incluyen testimonios de los beneficiarios y un análisis del impacto inicial del sello.

El **Capítulo 3** aborda el trabajo realizado para el diseño, elaboración y selección de la marca turística del municipio. Aquí se describe el proceso llevado a cabo, que incluyó talleres creativos, reuniones con diferentes áreas del gobierno municipal y la colaboración de diseñadores gráficos y expertos en marketing. Se presentan las distintas propuestas desarrolladas, los criterios de selección utilizados y la justificación de la marca elegida, que busca reflejar la identidad, los valores y los atractivos diferenciales de Ituzaingó como destino turístico.

En el **Capítulo 4** se concentra toda la información referida al diseño e implementación de la plataforma de turismo inteligente. Esta plataforma digital fue desarrollada con el objetivo de facilitar el acceso a información actualizada sobre atractivos, servicios y eventos turísticos, así como de promover la interacción entre los visitantes y los actores locales. El capítulo describe las funcionalidades principales de la plataforma, el proceso de desarrollo tecnológico, la integración con sistemas existentes y los resultados obtenidos durante la fase piloto. También se analizan los desafíos enfrentados y las oportunidades de mejora identificadas para futuras actualizaciones.

El **Capítulo 5** contiene una serie de conclusiones y recomendaciones elaboradas por el equipo técnico para la gestión del municipio. En esta sección se sintetizan los aprendizajes derivados de la implementación de las distintas acciones del proyecto y se proponen líneas estratégicas para consolidar el desarrollo turístico inteligente, sostenible e inclusivo en Ituzaingó. Entre las recomendaciones se destacan la necesidad de fortalecer la estructura del área de turismo del gobierno local y la articulación público-privada, continuar con la capacitación de los actores locales, potenciar la promoción de la nueva marca turística y asegurar la actualización permanente de la plataforma digital. Asimismo, se sugieren indicadores para el monitoreo y la evaluación de los avances a mediano y largo plazo.

Finalmente, el **Capítulo 6** reúne los anexos, que incluyen documentos técnicos, materiales de difusión, registros fotográficos, instrumentos de recolección de datos y otros insumos relevantes que complementan la información presentada en los capítulos anteriores. Estos anexos constituyen una fuente valiosa para la consulta y el seguimiento de las acciones implementadas, así como para la replicabilidad de las buenas prácticas identificadas en el proyecto.

En conjunto, los seis capítulos ofrecen una visión integral de los resultados alcanzados, evidenciando el compromiso del gobierno municipal, el equipo técnico y de la comunidad local con el desarrollo turístico de Itzaingó. El enfoque participativo, la innovación en la gestión y la apuesta por la calidad y la identidad local constituyen los pilares sobre los que se asienta este proyecto, cuyos aprendizajes y logros sientan las bases para futuras iniciativas en el municipio y la región.

En síntesis, la ejecución del proyecto se considera exitosa, gracias al compromiso demostrado por el gobierno municipal y a la positiva recepción de los actores involucrados. Estamos convencidos de que este proyecto servirá al municipio como una valiosa guía para implementar políticas turísticas que contribuyan a mejorar la calidad de vida de los itzaingueses, aprovechando de manera sostenible sus recursos naturales y culturales, su variada oferta gastronómica y el incipiente desarrollo hotelero. Todo ello, siempre buscando el equilibrio entre el crecimiento y la conservación y protección del patrimonio, con el objetivo central de enriquecer la experiencia de los visitantes y lograr que los beneficios generados se traduzcan en más y mejores oportunidades para los vecinos de Itzaingó.

## PROPÓSITO DEL PROGRAMA

El Project Management Institute (PMI) define un programa como un conjunto de proyectos relacionados y otros trabajos que se gestionan de manera coordinada para obtener beneficios y control que no estarían disponibles si se gestionaran de forma aislada. Esta definición resalta la importancia de la interrelación entre los proyectos dentro del programa, lo que permite una gestión más eficiente y efectiva de los recursos y objetivos estratégicos.

Los programas son fundamentales para alcanzar metas organizacionales más amplias, ya que permiten alinear los proyectos individuales con la estrategia general de la organización. Al gestionar un programa, se busca maximizar el rendimiento y minimizar los riesgos asociados a la ejecución de proyectos interrelacionados. Esto incluye la identificación y gestión de dependencias, la optimización de recursos compartidos y la garantía de que los resultados de los proyectos contribuyan a los objetivos del programa en su conjunto

El propósito de este proyecto es que la Municipalidad de Ituzaingó cuente con una serie de herramientas, desarrolladas participativamente con las partes interesadas vinculadas al turismo, que permitan gestionar la actividad turística de modo tal que se trabaje en toda la cadena de valor del destino para asegurar la satisfacción de los visitantes, y que contribuyan también a una mejora en la calidad de vida de los vecinos de Ituzaingó.

Estas herramientas están vinculadas a: posicionar a Ituzaingó en el mercado turístico de la Provincia de Buenos Aires, desarrollar canales de comunicación de la oferta turística, y ofrecer programas de calidad turística a los prestadores de servicios del municipio para mejorar la competitividad del destino.

## OBJETIVOS DEL PROYECTO

Los objetivos de este proyecto consisten en elaborar un programa de desarrollo para el municipio de Ituzaingó, que contemple:

1. Diseñar e implementar un sello de calidad que permita asegurar la satisfacción de los visitantes y mejorar la competitividad del destino.
2. Diseñar la Marca Turística de Ituzaingó para atraer más visitantes y hacerlos más rentables.
3. Diseñar e implementar una plataforma de turismo inteligente que: contenga información sobre la oferta turística, atraiga a los visitantes reales y potenciales, permita la interacción con los visitantes, y registre información sobre la experiencia de los visitantes que sirva para la toma de decisiones.

## ALCANCE

Entendiendo que en el abordaje del programa se identifican 3 productos bien definidos: El Sello de Calidad, La Marca Turística del Municipio y el Plataforma de Turismo Inteligente, a continuación se describe el alcance de cada uno de estos.

- Sobre el Sello de Calidad.
  - Objetivo específico: Diseñar, desarrollar e implementar un Sello de calidad para los prestadores de servicios gastronómicos y hoteleros del municipio.
  - Alcance específico:
    - Documento “Sello de Calidad” (el nombre específico de El Sello es una tarea específica de este subproducto), que contenga los criterios y lineamientos para la prestación de servicios de calidad.
    - Capacitar al personal municipal y a todas las partes interesadas, que defina el gobierno local sobre el modelo de calidad.
    - Asistencia técnica para la implementación de El Sello en 5 prestadores de servicios gastronómico.
  
- Sobre la Marca Turística de Ituzaingó.
  - Objetivo específico: Dotar al municipio de una identidad visual que sirva para potenciar y dar a conocer al mismo como destino turístico .
  - Alcance específico:
    - Determinación de logo e identidad visual con consenso de las partes.
    - Manual de marca y uso.
    - Recomendaciones para la aplicación del logo e identidad en la Web, folletería, avisos publicitarios, merchandasing , banners ,etc.
    - Presentación y capacitación de del logo e identidad visual.
  
- Sobre la Plataforma de Turismo Inteligente.
  - Objetivo específico: Proporcionar al municipio una plataforma digital para la comunicación de toda su oferta turística y gastronómica, que sea innovadora y se ajuste a las necesidades y expectativas de todas las partes interesadas.
  - Alcance específico:
    - Portal web.



- Chatbot con alcance a definir según necesidades del gobierno municipal y los prestadores de servicios. Atiende 24 hs. en hasta 95 idiomas.
- Gestión de oficina de turismo.
- Medición de la satisfacción de la demanda.
- Módulo de encuestas y registro.
- Estadísticas e informes de uso.
- Envío de comunicación, folletería y materiales del registro del turista.

## PLAN DE TAREA

A excepción de la Tarea 1, para una mejor comprensión, Las Tareas se agrupan y asocian a cada uno de los productos identificados en el alcance del proyecto.

Tarea 1. Identificación y descripción de los actores involucrados en el proyecto.

### **Para el Sello de Calidad Turística de Ituzaingó.**

Tarea 2. Definición de los criterios de referencia para la elaboración del Referencial del Sello de Calidad Turística de Ituzaingó

Tarea 3. Elaboración del Referencial del Sello de Calidad Turística de Ituzaingó.

Tarea 4. Capacitación de funcionarios y actores involucrados definidos por el gobierno municipal para la implementación del programa de calidad.

Tarea 5. Implementación del programa en 5 prestadores del corredor turístico-gastronómico de Martín Fierro.

Tarea 6. Análisis de los resultados e impactos del programa de calidad.

### **Para la Marca Turística de Ituzaingó**

Tarea 7. Relevamiento y análisis de antecedentes vinculados a la identidad visual del municipio, sus localidades y actores asociados.

Tarea 8. Entrevistas y consultas a actores involucrados.

Tarea 9. Definición del logo y la identidad visual.

Tarea 10. Presentación de la marca y la identidad visual a las partes interesadas y la comunidad.

Tarea 11. Capacitación a los actores involucrados pertinentes sobre el uso de la marca y la identidad visual.

### **Para el Desarrollo e Implementación de la Plataforma de Turismo Inteligente.**

Tarea 12. Relevamiento, análisis y clasificación de la oferta turística del destino.

Tarea 13. Diseño de la plataforma.

Tarea 14. Carga inicial de la información y entrenamiento del Chatbot con IA.

Tarea 15. Implementación y puesta en marcha del software.

Tarea 16. Capacitación al personal municipal.

## METODOLOGÍA Y CONTENIDO DEL ESTUDIO

El plan de tareas incluye actividades de trabajo en territorio, encuentros sincrónicos por plataformas como Zoom o Google Meet y análisis de datos del equipo consultor en gabinete. Se priorizarán las reuniones y encuentros presenciales, la virtualidad se definirá en función del contexto, la necesidad y los objetivos planteados.

### Tarea 1: Identificación y descripción de los actores involucrados en el proyecto.

Se incluyen tareas en gabinete y en campo. En gabinete, el equipo de trabajo identifica a todas las partes interesadas que están asociadas a la actividad turística en el municipio de Itzaingó, ordenándolos en función de criterios territoriales, sectoriales, tipo de organización, grado de relación con la actividad, entre otros.

Por otra parte, se elaborará un cuestionario semiabierto que será la herramienta de abordaje territorial que se utilizará con los actores del sector público y privado local, a los efectos de sistematizar las múltiples miradas sobre la actividad turística.

El objetivo es contar con un análisis que permita medir el nivel de pertenencia y pertinencia de los actores con relación al proyecto. Con esta información se definen estrategias de abordaje territorial en el marco del desarrollo del Plan y sirve como referencia para futuros programas y proyectos que se implementen bajo las iniciativas de la gestión pública.

Medio de validación. El resultado de esta actividad es una matriz que contenga el listado de las partes interesadas, su descripción y el análisis pertinentes realizado entre el equipo consultor y la contraparte municipal. Esta matriz se incorpora en el informe de avance pertinente. Asimismo, se integran los modelos de entrevistas y el detalle de cada una de las entrevistas realizadas.

### Tarea 2. Definición de los criterios de referencia para la elaboración del Referencial Sello de Calidad Turística de Itzaingó.

La planificación es un proceso sistemático que tiene por objeto la eficiencia en el aprovechamiento de los recursos para conseguir los resultados esperados. Por su parte, el turismo es una actividad socioeconómica caracterizada por la heterogeneidad de factores y la multiplicidad de sectores que se ven involucradas en su desarrollo.

En este sentido, la definición de los criterios de referencia para la elaboración del Referencial del Programa resulta una instancia clave, que debe elaborarse siguiendo las últimas tendencias nacionales e internacionales en materia de calidad turística.

Los modelos y herramientas contenidos en el Sistema Argentino de Calidad Turística, la normalización nacional e internacional y los modelos de excelencia van a suministrar criterios para alinear e integrar el Sello de Calidad Turística de Ituzaingó a los sistemas nacionales y globales, favoreciendo la implementación de modelos evolutivos.

En particular, se identificarán las siguientes variables de análisis para tener en cuenta al momento de definir los criterios para la formulación del Referencial:

- Leyes y reglamentos vigentes.
- Gestión del contexto.
- Clientes y partes interesadas.
- Políticas y objetivos.
- Gestión de riesgos.
- Sostenibilidad y uso de los recursos.

Medio de validación. El resultado de esta actividad es un documento en formato PDF denominado: Criterios para la elaboración del Sello de Calidad de Ituzaingó. Este documento contendrá los criterios definidos junto con un análisis y justificación de cada uno. Se incorporará como anexo en el informe pertinente.

### Tarea 3. Elaboración del Referencial del Sello de Calidad Turística de Ituzaingó.

El propósito es que este referencial sirva como herramienta para que Ituzaingó se posiciona como un destino turístico competitivo en la provincia de Buenos Aires a partir de que diferentes empresas y prestadores turísticos del municipio puedan mejorar su competitividad, fortaleciendo su capacidad de gestión implementando estrategias sostenibles y centradas en la satisfacción de las partes interesadas.

El proceso se realizará considerando los diferentes modelos y herramientas del Sistema Argentino de Calidad Turística (SACT), como las Directrices de Competitividad para Organizaciones Turísticas, Directrices de Gestión Ambiental para Prestadores Turísticos, Directrices de Accesibilidad y otras enfocadas en productos específicos. También, se consideran normas técnicas nacionales (como la serie IRAM 42.000, incluyendo las normas IRAM-SECTUR) y las normas técnicas

internacionales como la ISO 9001 (de gestión de la calidad), la ISO 14001 (de gestión ambiental) y la ISO 45001 (de gestión de la seguridad y la salud organizacional).

El documento constará de capítulos, que incluirán uno específico para la definición del objeto y del campo de aplicación, otro que referirá a las referencias normativas, uno de terminología y los restantes que incluirán los requisitos que deberán seguirse. Cada uno de estos, además, deberá tener explicaciones adicionales que faciliten su implementación.

La validación se realizará con la máxima autoridad del organismo municipal y/o con los funcionarios y/o agentes que este determine.

Medio de validación. El resultado de esta actividad es un producto que se denominará “Sello de Calidad Turística de Itzaingó”, que estará validado por la contraparte municipal y contendrá los criterios, lineamientos y/o requisitos pertinentes para que sean implementados por los prestadores de servicios.

#### Tarea 4. Capacitación de funcionarios y actores involucrados definidos por el gobierno municipal para la implementación del programa.

Se identificarán un mínimo de 7 partes interesadas. Todas las partes interesadas definidas por el gobierno municipal serán capacitadas formalmente a través de 3 (tres) jornadas de capacitación teórica con actividades de aplicación. Las capacitaciones serán presenciales, en espacios que disponga el gobierno municipal. Estarán a cargo del equipo consultor. Se prevé una duración de hasta 4 horas por jornada.

El fin es que el gobierno municipal disponga de recursos humanos técnicamente formados en la implementación y auditoría según las pautas incluidas en el referencial técnico del Sello de Calidad Turística. De esta forma, minimiza la dependencia de consultores externos para la ejecución del programa cuando lo requiera.

Luego de la capacitación, los agentes públicos de la UEC continuarán formándose, participando de las sesiones de implementación establecidas en la tarea 7 del presente documento.

Medio de validación: Se presentará un documento que contendrá el programa de capacitación, con los contenidos, el docente a cargo y el material utilizado para las capacitaciones. También se presentarán las planillas de asistencia y un informe de las capacitaciones con el registro fotográfico pertinente. Este documento se anexará en el informe pertinente.

### Tarea 5. Implementación del programa en 5 prestadores turístico del corredor turístico-gastronómico de Parque Leloir.

La tarea consiste en la implementación de las actividades siguiendo los requisitos del Referencial elaborado en la tarea 3.

Se seleccionarán 5 organizaciones que presten servicios gastronómicos en corredor turístico-gastronómico de Parque Leloir para implementar el Sello de Calidad. El método de selección será definido oportunamente junto con la contra parte municipal. Se tomarán en cuenta, como mínimo, los siguientes criterios:

- Que no registre deuda en la Municipalidad.
- Que firme un documento con el compromiso de participar en todas las instancias del proyecto.

La implementación se llevará adelante en cuatro meses de trabajo, considerando:

- Una (1) jornada de presentación del Sello de Calidad Turística de Ituzaingó.
- Dos (2) sesiones de capacitación bajo la modalidad taller, con una duración de seis horas cada una. En estas sesiones se abordan los conceptos principales de la calidad aplicada al sector turístico y los aspectos conceptuales del Sello de Calidad Turística de Ituzaingó. Está actividad es de carácter grupal. El espacio será provisto por la Municipalidad de Ituzaingó.
- Dos (2) sesiones de visitas de asistencia técnica individual a cada organización adherida, donde se observará las particularidades de cada una y la forma de adopción específica de la herramienta, de cuatro horas de duración cada una por organización participante. Está actividad es de carácter individual, y el objetivo es acompañar a las organizaciones en la planificación e implementación de los requisitos definidos en el Sello.
- Una (1) evaluación de la conformidad en cada empresa, utilizando la modalidad de auditoría (definida en los términos de la ISO 19.011). Este proceso es de carácter sistemático y documentado y se analiza el grado de cumplimiento de cada una de las empresas en relación a los lineamientos del modelo de gestión.

Los participantes que logren cumplir con, al menos, un 75% de los requisitos incluidos en el Referencial, alcanzarán una distinción en calidad turística otorgada por el gobierno municipal de Ituzaingó.

Medio de validación: Las actividades detalladas anteriormente serán documentadas fotográficamente y se elaborará un informe de cada una de las jornadas indicando: fecha, hora de comienzo y finalización, participantes, objetivos y resultados.

Tarea 6. Análisis de los resultados e impactos de la implementación del programa de calidad.

Esta tarea consiste en un informe final que contenga información sobre los resultados e impactos alcanzados con el proyecto en función de los siguientes indicadores:

- Cantidad de prestadores turísticos incorporados al programa.
- Cantidad de prestadores turísticos capacitados por el programa.
- Cantidad de prestadores turísticos distinguidos por el programa.
- Cantidad de partes interesadas capacitadas..

Medio de validación: Documento que se anexará en el informe pertinente con la descripción de los resultados de la implementación del programa.

Tarea 7. Relevamiento y análisis de antecedentes vinculados a la identidad visual del municipio, sus localidades y actores asociados.

Esta actividad implica el relevamiento documental, a través de fuentes primarias y secundarias, para recolectar todos los proyectos vinculados a la identidad visual en el municipio. Para esto se realizarán consultas a personal municipal y actores claves.

Una vez finalizado el relevamiento y recolección de datos, los mismos serán analizados para que sirvan como insumo en las tareas de elaboración de propuestas de logo e identidad visual.

Medio de validación: Se presentará un documento con información pertinente a las fuentes consultadas, al diseño de las herramientas de relevamiento utilizadas, toda la información relevada y su análisis.

## Tarea 8. Entrevistas y consultas a actores involucrados.

Con el fin de conocer las características, opiniones y expectativas de las partes interesadas pertinentes al proyecto, se realizarán entrevistas y consultas que permitan identificar los aspectos más importantes de la identidad local.

A partir de los resultados de la Tarea 1, se elaborarán las herramientas de abordaje para cada parte interesadas y definirá una estrategia específica para cada una.

Las entrevistas o consultas podrán ser individuales o grupales.

El resultado de esta tarea es la entrega de 3 propuesta de identidad visual y logo, que primero serán validadas con el gobierno municipal y luego con todas las partes interesadas.

Medio de validación: Se presentará un informe con el resultado de todas las entrevistas y las estrategias utilizadas. También se incorporarán las 3 propuestas validadas con las partes interesadas.

## Tarea 9. Definición del logo y la identidad visual.

El propósito de esta tarea es que las partes interesadas definan una de las tres propuestas presentadas en la Tarea 9. Está selección la realizará el gobierno municipal. Se solicitará un devolución de cada una de las partes interesadas, que si bien no será vinculante, se recomendará al gobierno municipal que tenga en cuenta los resultados en general y en particular de las actores interviene.

Definido el logo y la identidad visual, se diseñará y desarrollará el Manual de Marca del Destino, que contiene la siguiente información: Explicación de la marca, el logotipo y sus variantes, la paleta de colores y todo elemento gráfico que se considere pertinente y haya sido definido como resultado de esta tarea.

Medio de validación: El producto de esta tarea es el Manual de Marca con el logo y la identidad visual definida, acompañado de un informe de las actividades realizadas y el resultado de las consultas realizadas y las opiniones emitidas por las partes interesadas.

### Tarea 10. Presentación de la marca y la identidad visual a las partes interesadas y la comunidad.

Esta actividad implica la presentación de la marca a las partes interesadas y el público en general.

El día, hora y lugar de la presentación la definirá el gobierno municipal según necesidad y disponibilidad.

Medio de validación: El resultado de esta tarea se plasmará en un documento que contendrá la planificación del evento, las convocatorias e invitaciones cursadas y todo documento que sirva como registro para demostrar la realización del evento.

### Tarea 11. Capacitación a los actores involucrados pertinentes sobre el uso de la marca y la identidad visual.

Esta tarea implica la realización de 2 (dos) reuniones con las partes interesadas para comunicar la forma correcta de usar el logo y la identidad visual.

Las reuniones pueden ser presenciales o virtuales. La cantidad máxima de participantes por reunión es de 10 personas. La convocatoria a las partes interesadas se definirá en forma conjunta con el municipio.

Los requerimientos de espacios, equipamiento y/o materiales para las capacitaciones estarán a cargo del gobierno municipal.

Medio de validación: Documento con el registro de las capacitaciones realizadas. Documento donde se plasman los criterios y recomendaciones para una correcta utilización del logo y la identidad visual del Destino.

### Tarea 12. Relevamiento, análisis y clasificación de la oferta turística del destino.

La ONU Turismo delimita a la oferta turística como “el conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario turístico en un destino determinado, para su disfrute y consumo”. En este sentido, la oferta puesta a disposición de la demanda es una combinación de elementos que constituyen un todo integrado de productos.

En esta variable se consignan conceptos que definen el alcance de la misma. Se identificará como componentes de la oferta turística, los rubros de:

- Alojamiento
- Gastronomía
- Espacios de reuniones.
- Recursos y atractivos.

El propósito de esta tarea es contar con la información necesaria para la configuración de la plataforma.

Medio de validación: Documento con identificación y clasificación de la oferta.

### Tarea 13. Diseño de la plataforma de turismo.

Esta tarea implica las siguientes subtareas:

- **Desarrollar una Estrategia de Contenido.** Crear una estrategia que defina el tipo de contenido que se va a publicar, cómo se organizará y qué mensajes se desean comunicar.
- **Crear y Organizar el Contenido.** Redactar el contenido textual, diseñar gráficos, crear vídeos y otros elementos multimedia. Es importante asegurarse de que el contenido sea claro, preciso y esté alineado con el tono y estilo de la plataforma. No incluye la producción del contenido.
- **Diseñar la Estructura y Navegación.** Organizar el contenido de manera lógica y accesible. Esto incluye la creación de una arquitectura de la información clara, menús de navegación intuitivos y una estructura de página que facilite la búsqueda y el acceso a la información.
- **Diseño Visual:** Asegurarse de que el contenido se presente de una manera visualmente atractiva. Esto implica la elección de colores, fuentes, imágenes y diseño en general, asegurando que el diseño sea coherente con la identidad de la marca. Se tomará como referencia el Manual de Marca que se desarrolla en la Tarea 9.

### Tarea 14. Carga inicial de la información y entrenamiento del Chatbot con IA.

Esta tarea implica las siguientes sub tareas:

- **Revisión y Edición:** Revisar y editar el contenido para asegurar que esté libre de errores, sea coherente y cumpla con los estándares de calidad. Esto puede implicar la corrección de texto, verificación de hechos y ajustes de diseño.
- **Pruebas y Retroalimentación.** Realizar pruebas para verificar que el contenido se visualiza correctamente en diferentes dispositivos y navegadores. Entrenamiento del Chatbot con IA. Recoger

retroalimentación de usuarios o pruebas de usabilidad para identificar áreas de mejora.

### Tarea 15. Implementación y puesta en marcha del software

El proceso de implementación incluye:

- La configuración de la infraestructura en la nube, la instalación de los componentes de software necesarios, la integración, y la preparación del entorno para su despliegue final.
- Realización de pruebas exhaustivas (unitarias, integradas, de rendimiento y seguridad) para garantizar que el sistema cumple con todos los requisitos y funciona de manera óptima en el entorno de producción.
- El despliegue en Producción: Despliegue del sistema en el entorno de producción, incluyendo la migración de datos, la configuración de backups automáticos, y la preparación para el monitoreo continuo.
- Actividades de Monitoreo y Optimización: Configuración de herramientas de monitoreo para evaluar el rendimiento, la disponibilidad y la seguridad del sistema en tiempo real, permitiendo ajustes y optimizaciones proactivas.

El tiempo estimado es de 30 días.

Medio de validación: Documento con descripción de las actividades realizadas, con el detalle de los eventos identificados y sus respectivos tratamiento. Link de acceso a la plataforma.

### Tarea 16. Capacitación al personal municipal.

Las partes interesadas definidas por el gobierno municipal serán capacitadas formalmente a través de 3 (tres) jornadas de capacitación teórica con actividades de aplicación. Las capacitaciones serán presenciales o virtuales, a definir entre las partes, en espacios que disponga el gobierno municipal.

Estarán a cargo del equipo consultor.

Se prevé una duración de hasta 4 horas por jornada.

El propósito es que el gobierno municipal disponga de recursos humanos técnicamente formados en la gestión de la plataforma, para no depender de proveedores externo para esta tarea.

Medio de validación: Se presentará un documento que contendrá el programa de capacitación, con los contenidos, el docente a cargo y el material utilizado para las capacitaciones. También se presentarán las planillas de asistencia y un informe de las capacitaciones con el registro fotográfico pertinente. Este documento se anexa en el informe pertinente.

## CRONOGRAMA DE TRABAJO

A continuación se presentaron las tareas realizadas y los meses en los que se desarrolló el trabajo, permitiendo visualizar la planificación y distribución de actividades a lo largo del proyecto. Este cronograma sirvió para organizar y coordinar los esfuerzos del equipo, facilitando el seguimiento de los avances y el cumplimiento de los plazos establecidos.

Durante la ejecución, se produjeron algunas modificaciones respecto a la planificación inicial, ajustando ciertas actividades y fechas según las necesidades que surgieron en el proceso. Sin embargo, estos cambios no impidieron que el proyecto, en su conjunto, se completara dentro del tiempo estipulado en el contrato. Gracias a la flexibilidad y compromiso del equipo, fue posible cumplir con los objetivos propuestos y finalizar el trabajo en el plazo acordado.

**Tabla 1: Cronograma de trabajo**

N°	TAREA	MES						
		1	2	3	4	5	6	7
1	Identificación y descripción de los actores involucrados en el proyecto.							
2	Definición de los criterios de referencia para la elaboración del Referencial del Sello de Calidad Turística de Ituzaingó							
3	Elaboración del Referencial del Sello de Calidad Turística de Ituzaingó.							
4	Capacitación de funcionarios y actores involucrados definidos por el gobierno municipal para la implementación del programa de calidad.							
5	Implementación del programa en 5 prestadores del corredor turístico-gastronómico de Martín Fierro.							
6	Análisis de los resultados e impactos del programa de calidad.							
7	Relevamiento y análisis de antecedentes vinculados a la identidad visual del municipio, sus localidades y actores asociados.							

8	Entrevistas y consultas a actores involucrados.							
9	Definición del logo y la identidad visual.							
10	Presentación de la marca y la identidad visual a las partes interesadas y la comunidad.							
11	Capacitación a los actores involucrados pertinentes sobre el uso de la marca y la identidad visual.							
12	Relevamiento, análisis y clasificación de la oferta turística del destino.							
13	Diseño de la plataforma de turismo.							
14	Carga inicial de la información y entrenamiento del Chatbot con IA.							
15	Implementación y puesta en marcha del software.							
16	Capacitación al personal municipal.							

Fecha de inicio: 19 de diciembre 2024.

Entrega primer informe parcial: Previsto para el 19 de febrero de 2025. Elevado el 18 de febrero de 2025.

Entrega 2do inform parcial: Previsto para el 19 de abril de 2025. Elevado el 18 de abril de 2025.

Entrega de informe final: Previsto para el 19 de julio de 2025. Elevado el 11 de julio de 2025.

## CAPÍTULO 1. ANÁLISIS DE INVOLUCRADOS

El análisis de partes interesadas es una técnica utilizada para evaluar la pertinencia y pertenencia de las partes involucradas en relación con un proyecto. Su propósito es generar las condiciones necesarias para que el proyecto logre el éxito, entendido como el cumplimiento de los objetivos planteados dentro del contexto específico del territorio.

El objetivo principal es contar con una herramienta que sirva para tomar decisiones relacionadas con la comunicación del proyecto con las partes interesadas para el abordaje de las actividades previstas.

El desarrollo de esta tarea implica una serie de actividades claves:

1. Identificación de las partes interesadas: Reconocer a todos los actores potencialmente afectados o involucrados.
2. Mapeo y evaluación: Visualizar y analizar su influencia e interés en el proyecto.
3. Clasificación: Agruparlas según características comunes.
4. Análisis detallado: Profundizar en sus necesidades, expectativas y posibles impactos sobre el proyecto.

Como resultado final, se obtiene un mapa que describe claramente la influencia y el interés que cada parte interesada puede tener sobre el proyecto, facilitando así decisiones vinculadas a la comunicación durante todo el ciclo del proyecto.

El desarrollo de esta tarea estaba originalmente previsto para finalizar en el IP 1. Sin embargo, tal como se explicó oportunamente, por razones de conveniencia y oportunidad definidas por el Departamento Ejecutivo, se demoró el abordaje de las partes interesadas. En este sentido, si bien los actores fueron identificados dentro de los plazos establecidos en los Términos de Referencia (TDR), la posibilidad de realizar entrevistas con ellos no se concretó hasta mediados de marzo.

Esta situación obligó a revisar y ajustar el enfoque metodológico, con el fin de cumplir con los objetivos previstos para esta tarea. Así, se identificaron todos los actores relevantes, aunque el abordaje se realizó de manera diferenciada.

Por un lado, todos los actores identificados pertenecen al ámbito local. Si bien existen actores de nivel provincial o nacional vinculados a la gestión pública del

turismo, la decisión del Ejecutivo local fue circunscribir el abordaje únicamente a los actores locales. Como equipo técnico, compartimos esta decisión, ya que, tratándose de un destino con un desarrollo incipiente en materia de políticas turísticas, actualmente no existe vinculación con organismos de turismo de nivel provincial o nacional. En todo caso, se prevé iniciar gestiones con dichos organismos una vez finalizado el proyecto.

Por otro lado, los actores se clasificaron en dos grandes grupos: el sector público y el sector privado. En el sector público se incluyeron todas las áreas municipales vinculadas al proyecto, mientras que en el sector privado se consideraron los prestadores de servicios gastronómicos del partido.

En cuanto a la metodología de abordaje, a los funcionarios y trabajadores municipales se los entrevistó en el marco de distintas reuniones de trabajo, sin la utilización de una herramienta sistematizada. No obstante, los resultados evidenciaron un alto grado de compromiso y pertinencia, lo cual se reflejó especialmente en el trabajo realizado con los equipos de implementación del sello, la marca y la plataforma de turismo inteligente.

Respecto al sector privado, se elaboró una entrevista específica, la cual puede consultarse en el Anexo 1, y se distribuyó a través de un formulario de Google Forms. La difusión de este cuestionario estuvo a cargo del Ejecutivo local.

#### Actividad 1: Identificación de partes interesadas.

Para llevar adelante esta tarea se mantuvieron reuniones presenciales y virtuales donde participaron:

Por parte de la municipalidad: Pablo Descalzo, Intendente; Juan Manuel Álvarez Luna, Secretario de Gobierno; Natalia Lazzeri, Secretaria de Desarrollo Productivo; y, Franco de Trueba, contraparte municipal del proyecto.

Por parte del equipo técnico: Nahuel Farberoff, Coordinador; y los consultores Mauro Beltrami, Roberto Occhipinti, Mónica Mendoza, Paula Flotta y Marcelo Funes.

En la confección del listado preliminar se tuvo en cuenta, no solo las características general de cada involucrado, sino la potencial influencia que puede tener cada uno de los productos del proyecto según la mirada del gobierno local.

Sin embargo, es importante aclarar que, como decisión estratégica, se determinó que el abordaje derivado de la identificación de partes interesadas se realice exclusivamente sobre los prestadores de servicios gastronómicos. El objetivo es analizar el grado de interés de este sector para implementar una estrategia de desarrollo turístico orientada a satisfacer las demandas de los turistas a partir de la

calidad en los servicios ofrecidos. El resto de las partes interesadas fueron identificadas y analizadas desde la perspectiva de la contraparte municipal.

Listado preliminar de partes interesadas:

**Tabla 2: Actores involucrados**

Organización	Representante	Actores involucrados			Contacto		¿Por qué considera que es relevante?
		Cargo	Sector	WhatsApp	Mail		
Municipalidad de Itzaingó	Lic. Natalia Lazzeri	Secretaria de Desarrollo Productivo	Público	011-6481-2916		<p>Es el área municipal encargada de:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Desarrollar e implementar políticas y acciones que vinculen la matriz productiva local con la formación, promoción y fortalecimiento de todos los actores que intervienen en la misma, basándose en 3 ejes transversales de gestión: Desarrollo Local, Formación y Trabajo.</li> <li>-Instrumentar y coordinar políticas que promuevan el crecimiento a través de la mejora continua de los procesos productivos para fortalecer el desarrollo económico local.</li> </ul> <p>Brindar asesoramiento integral a todos los actores que intervienen en el crecimiento económico local, a través de acciones de capacitación, herramientas e incentivos, en función de la demanda de la matriz productiva local.</p> <p>Generar crecimiento productivo, gestionando asistencia y colaboración técnico financiera con otros organismos nacionales y provinciales.</p> <p>Posicionar a Itzaingó como territorio competitivo a nivel regional.</p>	
Municipalidad de Itzaingó	Dr. Franco de Trueba	Director de Habilitaciones	Público	011-3446-0116		<p>Se trata del área municipal encargada de:</p> <p>Evaluar y aprobar toda la documentación necesaria para que empresas o comercios puedan desarrollar su actividad comercial de forma lícita.</p>	

## Actividad 2. Mapeo y evaluación: Visualizar y analizar su influencia e interés en el proyecto.

El propósito de esta actividad es generar una herramienta que permita visualizar la influencia y el interés que tiene cada una de las partes interesadas en el proyecto. Entendiendo que cada uno de estos criterios busca identificar y responder sobre cada actor:

- **Influencia:** ¿Cuánto pueden influir en el proyecto?
- **Interés:** ¿Cuánto se ven afectados o interesados por el proyecto?

Para llevar a cabo esta actividad, se realizará una entrevista a las partes interesadas utilizando un cuestionario semicerrado enviado a través de Google Forms. El municipio se comprometió a hacer el seguimiento de los involucrados para obtener la mayor cantidad posible de respuestas. En el Anexo 1 se presenta el modelo de entrevista

La entrevista la respondieron 13 prestadores de servicios:

**Tabla 3: Prestadores entrevistados**

Orden	Nombre y apellido	Organización a la que representa	Cargo o función
1			
2			
3			
4	Ruben DEva	Cafetería	Encargado
5	Mónica Villaalta	Juana teatro resto bar	Socia
6	Irene Granara	Heladería Desire	Dueña
7	Marcelo Sarmiento	Taco box Leloir, don Vincenzo Leloir (próxima apertura)	Socio gerente
8	Lautaro Santana	Comercio	Titular
9	Lautaro Santana	Comercio	Titular
10	Natalia Sacaba	Camino al Bosque	Dueña
11	Cristina Indiano	Ninguna	Ninguno
12	Jonathan damian pionetti	Jony bar	Dueño
13	Diego Nicolás	Amsterdam	Socio administrador

Los primeros tres registros no cuentan con información sobre nombre, organización ni cargo o función, ya que al momento de enviar la entrevista estas

preguntas no estaban visibles. Esta situación se corrigió 48 horas después de difundido el cuestionario. No obstante, se mantienen sus respuestas, ya que este formulario fue enviado únicamente a prestadores de servicios gastronómicos y la intención es evaluarlos en su conjunto.

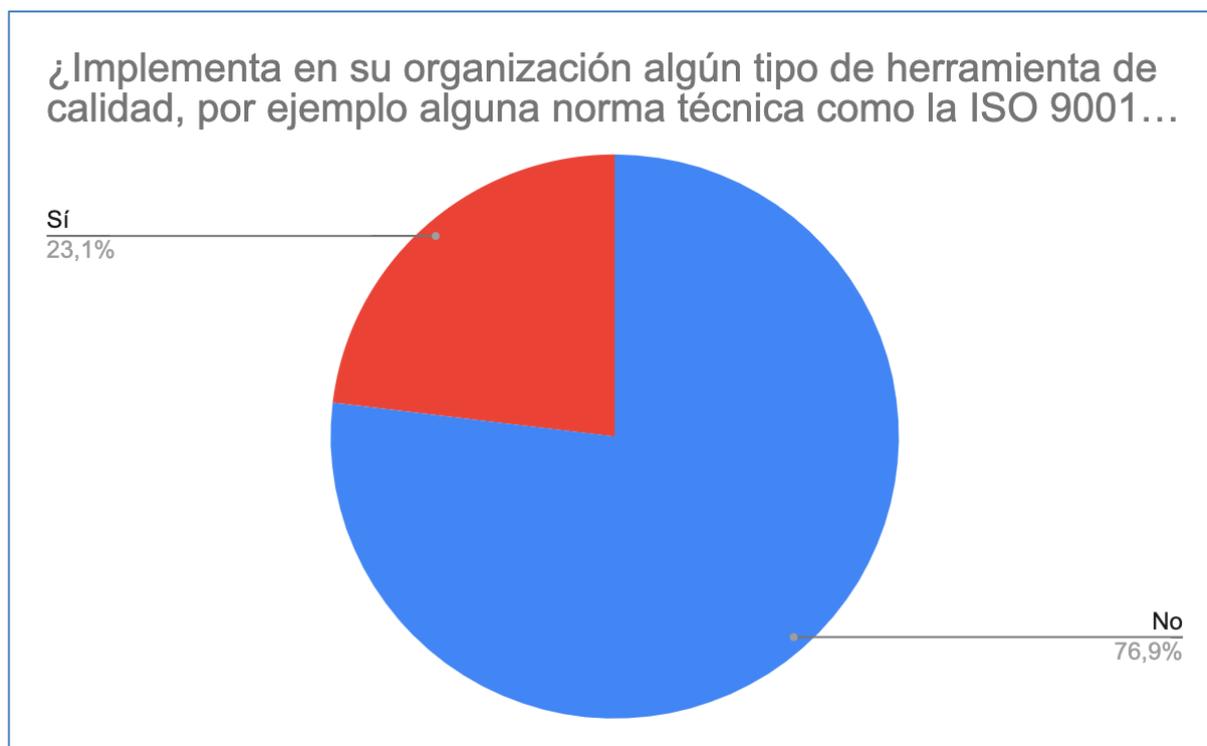
Pregunta 1: ¿Implementa en su organización algún tipo de herramienta de calidad, como por ejemplo alguna norma técnica como la ISO 9001 o la ISO 22000, u otra?

- Si
- No

Si la respuesta es *Si*, especifique cuál: \_\_\_\_\_

El objetivo de esta pregunta es identificar si la organización implementa herramientas o normas de sistemas de gestión de la calidad, inocuidad alimentaria, como la ISO 9001 o la ISO 22000, u otras equivalentes. Esto permite conocer el nivel de compromiso de la organización con la mejora continua y la estandarización de procesos, así como obtener información relevante sobre las certificaciones existentes. Además, facilita el análisis de buenas prácticas y la identificación de oportunidades para fortalecer la calidad de los servicios ofrecidos dentro del sector evaluado, contribuyendo así a la toma de decisiones estratégicas.

En cuanto a los resultados:



El 75% de los prestadores gastronómicos indicaron que no implementan ninguna herramienta relacionada con la gestión de la calidad en sus organizaciones. Este

resultado resalta la relevancia del Sello de Calidad diseñado específicamente para el sector gastronómico y la importancia de los objetivos que se persiguen con su implementación.

Los que respondieron que sí, solo 1 (uno) identifico a las normas ISO 9001, los otros no especificaron que herramienta, solo se entiende por la respuesta que no son normas técnicas.

2. Entendiendo que la cultura de la calidad hace referencia a abordar acciones coordinadas desde la organización para satisfacer las necesidades y expectativas del cliente, ¿considera importante el abordaje de la calidad en las organizaciones que prestan servicios gastronómicos?

- Si
- No

Explique ¿por qué?: \_\_\_\_\_

El propósito de esta pregunta es conocer la percepción sobre la importancia de la calidad en las organizaciones gastronómicas, identificando si existe conciencia sobre su impacto en la satisfacción del cliente y el éxito del negocio. Permite evaluar si los actores consideran relevante implementar acciones coordinadas para mejorar el servicio, lo que resulta fundamental para la competitividad, la fidelización de los clientes y la mejora continua dentro del sector gastronómico, y medir el grado de aceptación que puede existir para la implementación del Sello Ituzaingó de Calidad Gastronómica, y así diseñar las mejores estrategias de abordaje en territorio.

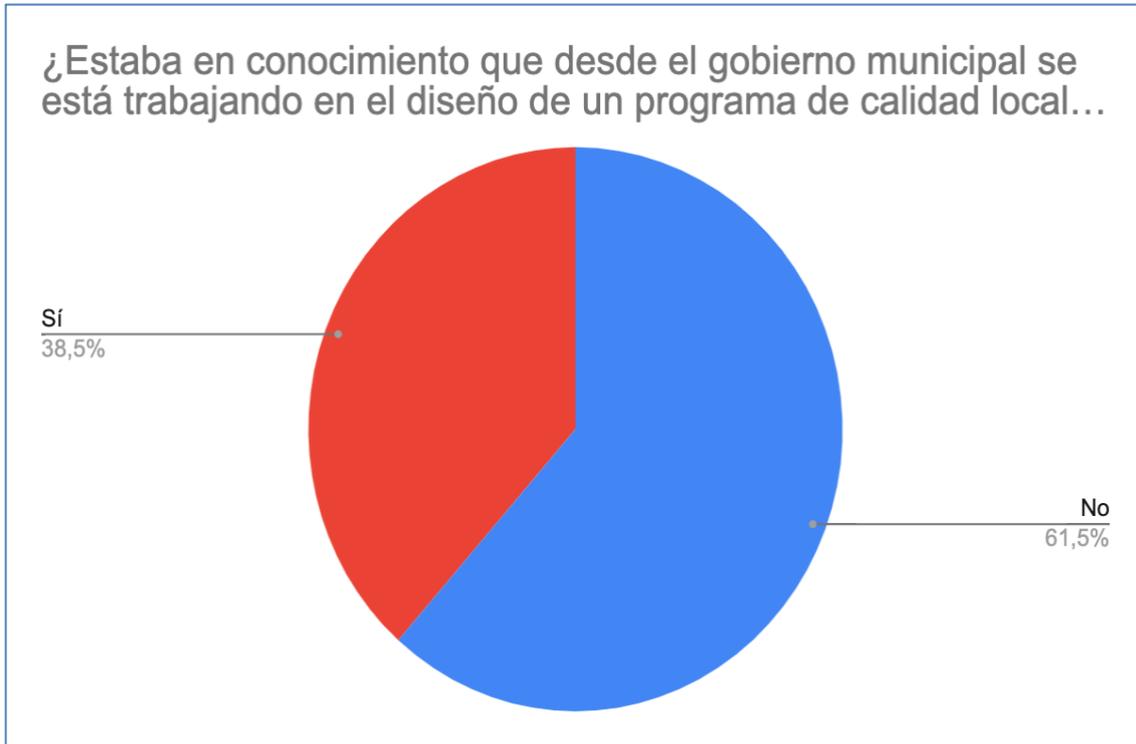
El 100% de los encuestados consideró importante abordar la calidad en las organizaciones del sector gastronómico, lo que evidencia la pertinencia del sello para las partes interesadas.

Respecto a las razones, las respuestas se centraron en dos aspectos principales: La satisfacción del cliente y la eficiencia organizacional.

3. ¿Estaba en conocimiento que desde el gobierno municipal se está trabajando en el diseño de un programa de calidad local para el sector gastronómico, con el objetivo de mejorar la competitividad del sector y así posicionar a Ituzaingó como un destino turístico desde su oferta gastronómica?

- Si
- No

El objetivo de esta pregunta es medir el grado de conocimiento del sector con respecto al proyecto.

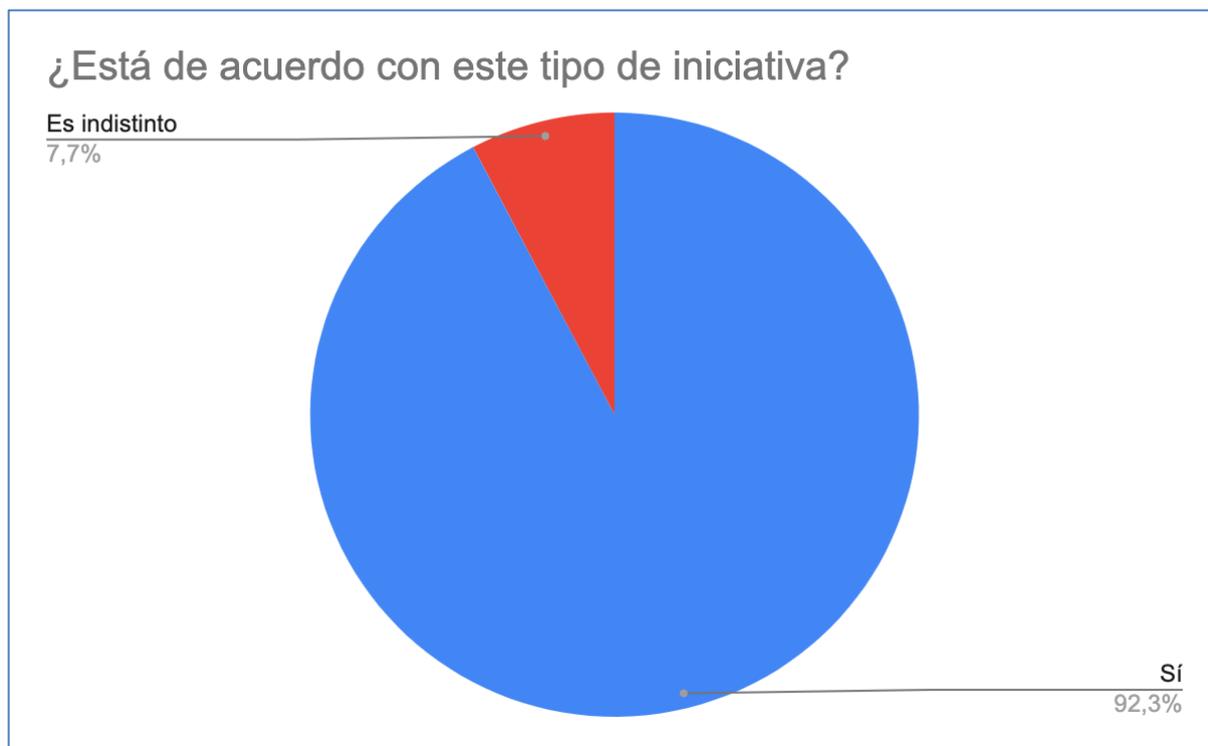


El 60% de los prestadores no tenía conocimiento del proyecto. Sin embargo, estas respuestas corresponden a un período anterior a la jornada de presentación realizada por el Intendente municipal, autoridades municipales y el equipo técnico. Por lo tanto, se infiere que, a la fecha, la mayoría de los prestadores ya está informada sobre el proyecto.

4. ¿Está de acuerdo con este tipo de iniciativa?

- Si
- No

El objetivo de esta pregunta es medir el grado de aceptación que puede generar la implementación del proyecto en sector gastronómico.



La gran mayoría de los encuestados considera importante la iniciativa, lo que evidencia un consenso significativo sobre su relevancia y aceptación dentro del sector evaluado. Solo una pequeña proporción no la percibe como relevante, lo que refuerza la pertinencia de la propuesta para la mayoría de los participantes.

A continuación, se presenta el modelo de matriz donde se van a volcar los resultados del análisis de los cuestionarios.

### Matriz de Evaluación y Mapeo

**Tabla 4: Matriz de evaluación de partes interesadas**

Actor	P1: Sello de Calidad		P2: Marca Turística		P3: Plataforma de Turismo Inteligente	
	Influencia	Interes	Influencia	Interes	Influencia	Interes
Intendente	Alta	Alta	Alta	Alta	Alta	Alta
Secretario de gobierno	Alta	Alta	Alta	Alta	Alta	Alta
Secretaria de Desarrollo Productivo	Alta	Alta	Alta	Alta	Alta	Alta
Empresarios Gastronómico	Alta	Alta	Alta	Alto	Medio	Alto

### Actividad 3. Clasificación de los actores

Se clasificara a las partes interesadas según su nivel de influencia e interés:

- Alta Influencia-Alto Interés
- Alta Influencia-Bajo Interés
- Baja Influencia-Alto Interés
- Baja Influencia-Bajo Interés

Para analizar la influencia y el interés de los actores en cada uno de los productos del programa de desarrollo turístico, se observa que el sector público municipal presenta tanto un interés como una influencia altos en todos los productos, lo que evidencia el elevado grado de compromiso demostrado por sus representantes. En cuanto al sector privado, a partir de las conversaciones mantenidas, se identifica un interés alto en todos los productos. Sin embargo, en el caso específico de la plataforma, la influencia del sector privado es considerada media, ya que, si bien su cooperación en el suministro de información es relevante, el equipo municipal puede recolectar y cargar los datos necesarios en caso de que no se reciba colaboración directa.

### Actividad 4. Conclusiones y acciones recomendada

El análisis de partes interesadas realizado en el marco del Programa para el Desarrollo Turístico de Ituzaingó constituyó un pilar fundamental para el éxito del proyecto. Se identificaron y evaluaron de manera exhaustiva los actores relevantes, asegurando que sus intereses, necesidades y expectativas fueran comprendidos y considerados en cada etapa del proceso.

A través de una metodología estructurada, se logró:

- Reconocer a todos los actores involucrados o potencialmente afectados, garantizando una visión integral del entorno del proyecto.
- Mapear y analizar la influencia y el interés de cada parte interesada, lo que permitió visualizar de forma clara las dinámicas de poder y las prioridades de cada grupo.
- Clasificar a los actores según características comunes, facilitando la gestión y la comunicación dirigida a cada segmento.
- Profundizar en el análisis de necesidades y expectativas, lo que permitió anticipar posibles impactos y diseñar estrategias de abordaje efectivas.

El resultado de este proceso fue la elaboración de un mapa detallado de partes interesadas, herramienta clave que orientó la toma de decisiones y la comunicación

durante todo el ciclo del proyecto. Este enfoque permitió fortalecer la transparencia, la participación y la legitimidad de las acciones emprendidas.

A pesar de los desafíos iniciales y la reprogramación de algunas actividades, el equipo logró cumplir con los objetivos planteados en los Términos de Referencia. La identificación de los actores se realizó en tiempo y forma, y las entrevistas necesarias se concretaron exitosamente, enriqueciendo el análisis y aportando información valiosa para la gestión del proyecto.

En síntesis, el análisis de involucrados no solo cumplió con los requisitos técnicos y metodológicos, sino que también sentó las bases para una gestión participativa y orientada al logro de resultados sostenibles. La experiencia adquirida y las herramientas generadas constituyen un legado para futuras iniciativas en el territorio, consolidando una cultura de planificación inclusiva y estratégica.

## CAPÍTULO 2. SELLO DE CALIDAD

En este capítulo se presentan las actividades y los resultados relacionados con el objetivo de diseñar e implementar un sello de calidad que garantice la satisfacción de los visitantes y mejore la competitividad del destino.

Para alcanzar este objetivo, se definieron cinco tareas específicas dentro del marco del proyecto, correspondientes a las tareas 2 a 6, que se detallan a continuación:

2. Definición de los criterios de referencia para la elaboración del Referencial del Sello de Calidad Turística de Ituzaingó.
3. Elaboración del Referencial del Sello de Calidad Turística de Ituzaingó.
4. Capacitación de funcionarios y actores involucrados, designados por el gobierno municipal, para la implementación del programa de calidad.
5. Implementación del programa en cinco prestadores del corredor turístico-gastronómico de Martín Fierro.
6. Análisis de los resultados e impactos del programa de calidad.

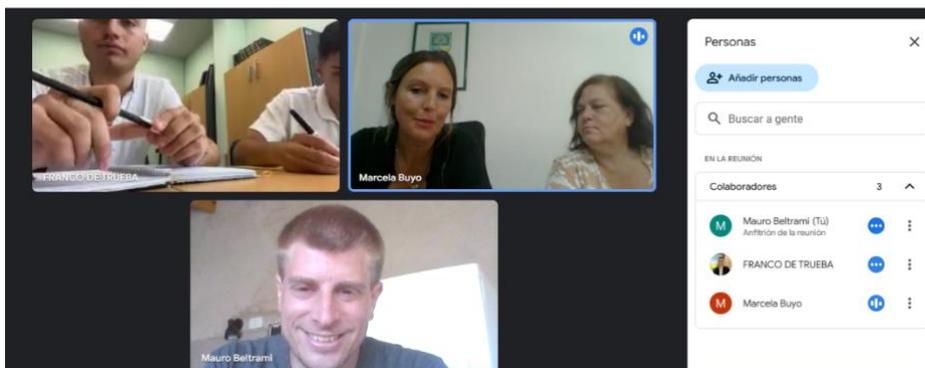
Este enfoque estructurado permitió evaluar de manera efectiva el progreso y los resultados obtenidos en la implementación del sello de calidad, contribuyendo así a la implementación del proyecto y al desarrollo sostenible del turismo en Ituzaingó.

En este sentido, a continuación, se presenta el detalle de cada una de las tareas pertinentes al capítulo.

### Tarea 2. Definición de los criterios de referencia para la elaboración del Referencial Sello de Calidad Turística de Ituzaingó.

El propósito de esta tarea fue definir el objeto y el alcance del Sello de Calidad Turística de Ituzaingó (El Sello), para posteriormente definir y documentar los requisitos pertinentes al mismo.

Para la definición de estos criterios se realizaron reuniones de trabajo, virtuales y presenciales, con la contraparte municipal.



**Imagen 1: Reunión mantenida entre funcionarios municipales y Mauro Beltrami para la definición de los criterios para el sello de calidad gastronómica. Fuente: Propia.**

La primera definición alcanzada fue el campo de aplicación del Sello de Calidad.

Se determinó que este Sello actuará como una herramienta de implementación específica para el sector gastronómico. Esta decisión se fundamenta en el análisis de la oferta turística del destino, que reveló que el porcentaje de prestadores gastronómicos es significativamente superior al de otros sectores. Además, la experiencia adquirida a través de otros modelos desarrollados por El Foro demuestra que los programas de calidad turística genéricos son efectivos desde un punto de vista técnico; sin embargo, su continuidad depende en gran medida del patrocinio y la intervención directa del gobierno municipal. En contraste, cuando el programa se enfoca en un sector específico, se facilita un sentido de pertenencia y relevancia por parte de las organizaciones involucradas.

La segunda definición se centra en el objeto del Sello de Calidad. En este contexto, la herramienta aborda aspectos relacionados con la calidad, la inocuidad alimentaria, la seguridad y la sostenibilidad. Para lograr estos objetivos, se establecen las siguientes metas que se persiguen con la implementación de esta herramienta:

- Proporcionar herramientas prácticas y de rápida aplicación que contribuyan a mejorar la competitividad de los servicios gastronómicos.
- Incrementar progresivamente el grado de satisfacción de los clientes.
- Garantizar que los alimentos consumidos sean seguros para la salud de las personas.
- Contribuir al desarrollo turístico sostenible de las localidades del Partido.
- Posicionar a los restaurantes distinguidos con el Sello como referentes por la calidad de su oferta y sus servicios.

Esta definición clara del objeto permitirá enfocar los esfuerzos en áreas clave para el éxito del programa.

Por otra parte, para la elaboración del documento se tuvieron como referencia una serie de normas legales y otras de aplicación voluntarias. En el siguiente cuadro se exponen las mismas con la clasificación pertinente:

**Tabla 5: Normativa aplicable al Sello Ituzaingó de Calidad Gastronómica**

<b>Clasificación</b>	<b>Tipo de Norma</b>	<b>Nombre o Referencia</b>
<b>Marco Legal</b>	<b>Legislación Nacional</b>	Ley Nacional N° 18.284. Código Alimentario Argentino
		Ley Nacional N° 19.587. Higiene y seguridad en el trabajo.
		Ley Nacional N° 20.744. Régimen de contrato de trabajo.
		Ley Nacional N° 24.240. Defensa del consumidor
		Ley Nacional N° 24.557. Riesgos del trabajo.
		Ley Nacional N° 25.989. Donación de alimentos (DONAL).
		Ley Nacional N° 27.454. Plan Nacional de reducción de pérdidas y desperdicios de alimentos.
		Decreto Reglamentario N° 2126/71 y sus modificatorias. Código Alimentario Argentino.
		Decreto Nacional N° 351/79 y modificatorias. Higiene y seguridad en el trabajo.
		Resolución Nacional N° 463/09. Empleadores. Riesgos del trabajo. Afiliación. Cumplimiento normativo.
		Resolución Nacional N° 525/15. Procedimiento administrativo de denuncias de accidentes.
		Resolución Nacional N° 299/11. Reglamentación de los elementos de protección personal.
		Resolución Nacional N° 900/15. Protocolo de medición de puesta a tierra.
	Resolución Nacional N° 905/15. Servicios de higiene y seguridad en el trabajo y de medicina del trabajo.	
	<b>Legislación provincial</b>	Ley Provincial N° 11.748 y sus modificatorias Leyes provinciales N° 12.432, N° 14.051, N° 14.879 y 14.969. Prohibición de venta, expendio o suministro de bebidas alcohólicas a menores de 18 años.
		Ley Provincial N° 13.178. Registro provincial para la comercialización de bebidas alcohólicas.
		Ley Provincial N° 11.720. Retiro de residuos especiales.
		Ley Provincial N° 13.006. Ley de habilitación y funcionamiento de panaderías en la provincia de Buenos Aires.
		Decreto Provincial N° 12/05. Medidas de seguridad contra siniestros.

	Normativa municipal	Ordenanza Municipal del Partido de Ituzaingó N° 1130. Habilitación de comercios e industrias
		Ordenanza Municipal del Partido de Ituzaingó N° 1131. Certificado urbanístico para la tramitación de habilitación comercial, usos del suelo, talleres e industrias.
		Ordenanzas Municipales del Partido de Ituzaingó N° 139 y N° 4755. Código de Planeamiento Urbano (C. P. U.).
		Ordenanza Municipal del Partido de Ituzaingó N° 4696. Protección, contratación y conservación del empleo local.
		Decreto del Intendente Municipal del Partido de Ituzaingó N° 595/02. Habilitación de comercios e industrias.
		Decreto del Intendente Municipal del Partido de Ituzaingó N° 596/02. Certificado urbanístico para la tramitación de habilitación comercial, usos del suelo, talleres e industrias.
		Decreto del Intendente Municipal del Partido de Ituzaingó N° 1146. Protección, contratación y conservación del empleo local.
Documentos de aplicación voluntaria	Normas Técnicas Internacionales	ISO 9001. Sistemas de gestión de la calidad. Requisitos.
		ISO 14001. Sistemas de gestión ambiental. Requisitos
		ISO 22000. Sistemas de gestión de la inocuidad de los alimentos. Requisitos para cualquier organización en la cadena alimentaria.
		ISO 45001. Sistemas de gestión de la seguridad y salud en el trabajo. Requisitos con orientación para su uso.
	Normas Técnicas Nacionales	IRAM SECTUR 42800 Restaurantes. Sistema de gestión de la calidad y gestión Ambiental. Requisitos.
	Herramientas del Sistema Argentino de Calidad Turística	Los "sellos" y las "directrices sectoriales" incluidas en el Sistema Argentino de Calidad Turística (SACT) del Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación. Particularmente, el sello "CocinAR".
		El modelo de gestión de excelencia "Premio Nacional a la Calidad" establecido por Ley Nacional N° 24.127.
	Sellos provinciales y municipales	"Sello de sostenibilidad de la provincia de San Juan" (2021), elaborado por la Asociación Civil Foro de Profesionales en Turismo.
		"Sello de calidad turística de la provincia de La Pampa" (2022), elaborado por la Asociación Civil Foro de Profesionales en Turismo.

		“Sello La Costa de Calidad Turística” (2014-2020), metodología del partido de La Costa, provincia de Buenos Aires.
--	--	--

Con el objetivo de unificar criterios y garantizar la correcta interpretación del Sello de Calidad, se decidió aplicar los términos y definiciones relacionados con la gestión de la calidad, la seguridad, la inocuidad alimentaria y la sostenibilidad, conforme a las siguientes normativas:

- Norma ISO 9000:2015: Sistemas de gestión de la calidad. Fundamentos y vocabulario.
- Norma ISO 22000:2018: Sistemas de gestión de la inocuidad de los alimentos. Requisitos para cualquier organización en la cadena alimentaria.
- Norma IRAM-SECTUR 42800: Restaurantes. Sistema de gestión de la calidad y gestión ambiental. Requisitos.

La adopción de estas normativas permitió establecer un marco sólido y coherente que respalde los requisitos del Sello, garantizando su efectividad y promoviendo su reconocimiento dentro del sector gastronómico.

Para facilitar una correcta interpretación de los requisitos, los capítulos que los contienen estarán organizados de la siguiente manera:

- Título del capítulo
- Nombre del requisito
- Exposición del requisito puro
- Explicación complementaria

Esta estructura busca asegurar claridad y uniformidad en la presentación de la información, facilitando su comprensión y aplicación por parte de los actores involucrados.

A continuación, se presenta un ejemplo para ser tomado como referencia:

---

**Nombre del capítulo: Capítulo 4. Contexto**

**Nombre del requisito: 4.1 Cumplimiento de la legislación vigente**

**Exposición del requisito: Requisito**

El restaurante debe demostrar el cumplimiento de los requisitos legales y reglamentarios identificados en el apartado 2.1

### **Explicación complementaria: Explicación complementaria**

*Las organizaciones son alcanzadas por diferentes leyes, decretos, ordenanzas municipales y resoluciones lo habilitan para funcionar y que, según corresponda, reglan la infraestructura, los procesos y las relaciones laborales.*

*En este sentido, los establecimientos gastronómicos deberían considerar las leyes nacionales, provinciales, ordenanzas municipales, son aplicables a:*

- *El personal.*
- *El cliente.*
- *Productos y servicios.*
- *Procesos y procedimientos.*
- *Documentos y registros.*
- *Infraestructura e instalaciones.*
- *Residuos.*
- *Ambiente de trabajo.*
- *Otros.*

*Más específicamente, las regulaciones plantean requisitos obligatorios sobre:*

- *Salud e higiene del personal.*
- *Equipamiento del personal según su función.*
- *Capacitación del personal.*
- *Información al cliente.*
- *Seguridad de las instalaciones.*
- *Higiene e inocuidad alimentaria.*
- *Manipulación de insumos y productos en todas las etapas de los procesos de elaboración y de entrega.*
- *Temperatura de conservación y cocción de los alimentos.*
- *Control de plagas.*
- *Uso de productos de limpieza y desinfección.*
- *Cuidado ambiental.*
- *Control y uso de recursos (agua, electricidad, gas, otros).*
- *Control, y disposición final de residuos sólidos y líquidos.*
- *Control de humos, vapores, ruidos.*
- *Mantenimiento, control y desinfección de equipos e instalaciones.*
- *Otros.*

---

Por pedido de la contraparte municipal, realizado durante la definición de los criterios de referencia, se incorporaron, en un anexo normativo, todos los requisitos adicionales que forman parte de la normativa y que la Municipalidad de Ituzaingó entiende pertinentes para incorporar en la estrategia de mejora de la calidad, la seguridad, la inocuidad alimentaria y la sostenibilidad de sus corredores turístico-gastronómicos. Estos se listan a continuación:

- a. Carga de fuego e informe final.
- b. Plan de evaluación e informe antisiniestral completo, junto con la capacitación del personal y la designación de roles.
- c. Matafuegos o extintores de incendio vigentes y aptos para el uso.
- d. Libretas sanitarias del personal.
- e. Certificado de manipulación de alimentos del personal.
- f. Certificado de limpieza de campanas y extintores.
- g. Certificado de control de plagas.
- h. Certificado de retiro de aceites usados.
- i. REBA.

Asimismo, el documento final incorporó como anexos en el sello información pertinente a:

- Proceso de implementación y evaluación de la conformidad.
- Protocolo para la actualización y el mantenimiento de las distinciones.
- Planilla de evaluación del RF.

Todos los objetivos y actividades previstos para esta tarea se cumplieron satisfactoriamente. Aunque se había planeado generar un documento PDF como medio de validación, esto no fue necesario, ya que toda la información pertinente se incorporó directamente al cuerpo de este informe.

### Tarea 3. Elaboración del Referencial del Sello de Calidad Turística de Ituzaingó.

El propósito de esta tarea fue la elaboración del documento “Sello de Calidad Gastronómica de Ituzaingó”.

Este documento consta de una serie de capítulos que incluyen la definición del objeto y el campo de aplicación, un capítulo dedicado a las referencias normativas, otro sobre terminología, y los restantes que detallan los requisitos que deberán seguirse. Cada uno de estos capítulos cuenta con una explicación complementaria que facilita su implementación.

El documento está finalizado, solo queda pendiente su edición para la comunicación a las partes interesadas.

La validación se realizó el miércoles 12 de febrero con las autoridades municipales, contando con la presencia de la Secretaria de Desarrollo Productivo, Lic. Natalia Lazzeri, y la contraparte municipal, Dr. Franco de Trueba.



**Imagen 2: Reunión de validación entre funcionarios municipales y el equipo técnico.**

La metodología seguida para la validación con las contrapartes municipales se describe a continuación. En primer lugar, los consultores enviaron una versión preliminar del referencial por correo electrónico a los funcionarios municipales el viernes 7 de febrero, para que pudieran analizar la versión y plantear eventuales objeciones o sugerencias a los consultores. Estas debían plantearse en la reunión del miércoles 12 de febrero, la cual funcionó como la mencionada reunión de validación. En esta, Mauro Beltrami expuso sobre la versión enviada del sello, explicando objeto, alcance, estructura, terminología y vinculación sistémica entre los requisitos. Luego, los funcionarios municipales fueron planteando sus consideraciones, planteando la necesidad de ciertos ajustes para facilitar la comprensión del documento por parte de los futuros usuarios del mismo. En este sentido, se fueron marcando y corrigiendo los puntos planteados por la municipalidad.

El resultado de esta actividad es un producto denominado “Sello Ituzaingó de Calidad Gastronómica”, el cual ha sido validado por la contraparte municipal y se presenta como Anexo 2 en este informe.

#### Tarea 4. Capacitación de funcionarios y actores involucrados definidos por el gobierno municipal para la implementación del programa.

El proceso de capacitación dirigido a funcionarios y trabajadores municipales estaba inicialmente programado para realizarse durante el mes de abril. Sin embargo, con el propósito de asegurar que, como resultado del proyecto, el gobierno municipal cuente con personal calificado para dar seguimiento al programa de calidad, se decidió que la capacitación se lleve a cabo en el marco de las jornadas de presentación y sensibilización previstas para el sello de calidad y en las diferentes instancias de capacitación y asistencias técnicas con los prestadores. En las jornadas de presentación y sensibilización se permitirá la participación de todas las partes

interesadas que el gobierno municipal considere pertinentes. Además, se estableció que podrán designar a una persona por prestador para que acompañe a los equipos de implementación y evaluación a lo largo de todo el proceso. De esta manera, se busca complementar la formación teórica con una capacitación práctica y operativa, facilitando la transferencia de conocimientos y habilidades directamente en el entorno de trabajo.

Para organizar adecuadamente esta actividad, se solicitó al gobierno municipal que proporcione la nómina de participantes, incluyendo: nombre, apellido, cargo y datos de contacto de cada persona seleccionada para la capacitación. El plazo establecido para la confirmación de los participantes fue el 5 de mayo, lo que permitió planificar de manera eficiente las actividades formativas y garantizar la disponibilidad de los recursos necesarios. Las personas capacitadas fueron: Franco De Trueba y Facundo de La Fuente.

Cabe destacar que el cronograma de implementación detallado en la Tarea 5 también cumple la función de cronograma de capacitación, ya que integra las distintas etapas y actividades previstas para la formación del personal. Esta estrategia busca maximizar el impacto del programa, asegurando que los participantes adquieran tanto los conocimientos teóricos como las competencias prácticas requeridas para el seguimiento y la mejora continua del programa de calidad municipal.

#### Tarea 5. Implementación del programa en 5 prestadores turístico del corredor turístico-gastronómico de Parque Leloir.

El alcance de esta tarea está determinado por las siguientes actividades:

1. Definición de los prestadores.
2. Definición del cronograma de implementación.
3. Implementación del cronograma.

#### Actividad 1. Definición de los prestadores

Los criterios de selección de los prestadores por parte de la Asociación Foro de Profesionales en Turismo, los cuales fueron validados con la contraparte municipal.

Los tres criterios establecidos son los siguientes:

- Dado que esta primera implementación está dirigida a un grupo limitado de prestadores, con el objetivo de validar la metodología y por razones

logísticas y de impacto territorial, se determinó que todos los prestadores pertenezcan al mismo corredor turístico gastronómico. En este sentido, se definió que el corredor seleccionado sea el Corredor de Parque Leloir.

- Los resultados del cuestionario enviado a los prestadores.
- El cumplimiento y la aceptación de todos los requisitos de adhesión.

La selección de los prestadores finalizó el 22 de abril, tras lo cual se comunicó a los seleccionados la disposición para comenzar a planificar las acciones. La aceptación de estos se materializó tras la presentación formal del proyecto, la cual se realizó el 30 de abril en el auditorio del Palacio Municipal de Ituzaingó.

Los cinco prestadores y sus datos se exponen a continuación.

**Tabla 6: Listado de prestadores incluidos en el programa Sello Ituzaingó de Calidad Gastronómica**

Organización gastronómica	Localización	Referente organizacional	Características	Página web / redes sociales
<b>La Güeya</b>	Martín Fierro 3491, B1715BRK Villa Udaondo, Provincia de Buenos Aires	Enrique Palmou (propietario)	Restaurante parrilla pionero en la zona (fue el primer restaurante del corredor de Parque Leloir).	Página web: <a href="https://xn--lageya-5ya.com.ar/menu/menu.html">https://xn--lageya-5ya.com.ar/menu/menu.html</a> . Instagram: <a href="https://www.instagram.com/lagueyarestaurante/?hl=es">https://www.instagram.com/lagueyarestaurante/?hl=es</a>
<b>Gardenias</b>	Martín Fierro 3022, B1714 Villa Udaondo, Provincia de Buenos Aires	Brenda Kaprielian (socia gerente).	Café, restaurante y salón de eventos, con elaboración propia de pastelería.	Instagram: <a href="https://www.instagram.com/gardenias.delimarket/?hl=es">https://www.instagram.com/gardenias.delimarket/?hl=es</a>
<b>Padella</b>	Martín Fierro 3290, B1715BRH Villa Udaondo, Provincia de Buenos Aires	Javier Pfarherr (encargado)	Restaurante dedicado a la elaboración de pastas caseras.	Instagram: <a href="https://www.instagram.com/padella.trattoria/?hl=es">https://www.instagram.com/padella.trattoria/?hl=es</a>
<b>Sushi Club</b>	Martín Fierro 3246, B1715 Villa Udaondo, Provincia de Buenos Aires	Florencia Cerdá (representante de la dirección), Lorena Repetti (cajera).	Franquicia de la cadena Sushi Club, dedicada a la preparación de sushi y platos ligados a la cocina asiática.	Página web: <a href="https://www.sushiclub.com.ar/index.php">https://www.sushiclub.com.ar/index.php</a> Instagram: <a href="https://www.instagram.com/sushiclubar/?hl=es">https://www.instagram.com/sushiclubar/?hl=es</a>
<b>Malcriado</b>	Martín Fierro 3248, B1715BRH Villa Udaondo,	Florencia Cerdá (representante de la dirección), Abril Paci, (encargada)	Restaurante especializado en platos de carne y degustación de vinos.	Página web: <a href="https://malcriadofuegosyvinos.com.ar/">https://malcriadofuegosyvinos.com.ar/</a>

	Provincia de Buenos Aires.			Instagram: <a href="https://www.instagram.com/malcriado_fuegosyvinos/?hl=es">https://www.instagram.com/malcriado_fuegosyvinos/?hl=es</a>
--	----------------------------	--	--	---

## Actividad 2. Definición del cronograma de implementación.

El cumplimiento eficiente de cualquier tarea requiere de una adecuada planificación. En este sentido, esta actividad tiene como objetivo documentar el cronograma de implementación del Sello de Calidad, identificando las actividades a realizar, la fecha prevista para cada una, los objetivos, los consultores involucrados y las partes interesadas convocadas.

A continuación, se presenta el cronograma previsto, el cual ya fue validado con la contraparte municipal en una reunión presencial realizada el 10 de abril en las oficinas de la Secretaría Privada del Intendente Municipal.

**Tabla 7: Cronograma de implementación del Sello Ituzaingó de Calidad Gastronómica**

Actividad	Fecha/s y lugar/es	Objetivo	Tipo	Consultores involucrados	Destinatarios
Presentación del proyecto	30/4/2025. Auditorio del Palacio Municipal.	Exponer las características del proyecto de implementación a las organizaciones gastronómicas y turísticas del Partido de Ituzaingó. Entrega de los convenios de adhesión a las organizaciones gastronómicas.	Grupal	Mauro Beltrami	Funcionarios y trabajadores municipales. Restaurantes. Otras organizaciones de los corredores turístico gastronómicos de Ituzaingó.
Sensibilización	8/5/2025 9.30 horas. Sala de Cowork de la Secretaría Municipal de Desarrollo Productivo	Presentar el objeto, campo de aplicación y fundamentos del Sello de Calidad Gastronómica a los restaurantes adheridos.	Grupal	Mauro Beltrami	Funcionarios y trabajadores municipales. Restaurantes adheridos.
Primera sesión de capacitación grupal sobre requisitos del "Sello Ituzaingó de Calidad Gastronómica"	12/5/2025 9.30 horas. Sala de Cowork de la Secretaría Municipal de Desarrollo Productivo	Exponer los requisitos de los capítulos 4 y 5 del "Sello Ituzaingó de Calidad Gastronómica" para trabajarlos en cada uno de los restaurantes	Grupal	Daniel Beltrami	Restaurantes adheridos.
Primeras asistencias técnicas individuales	Semana del 12 al 16/5/2025.  En cada uno de los restaurantes involucrados	Evaluar las características de cada restaurante en relación con el "Sello Ituzaingó de Calidad Gastronómica". Asistir en la aplicación específica de los requisitos	Individual	Germán Treuer y Daniel Beltrami	Restaurantes adheridos.

		vistos en cada restaurante.			
Capacitación de Buenas Prácticas de Manufactura e Inocuidad Alimentaria	16/5/2025 A las 9.30 horas. Sala de Cowork de la Secretaría Municipal de Desarrollo Productivo	Que los restaurantes interpreten la legislación aplicable en materia de inocuidad alimentaria, incorporando buenas prácticas de manufactura en sus procesos y productos.	Grupal	Ana Laura Barreras	Funcionarios y trabajadores municipales. Restaurantes adheridos.
Segunda sesión de capacitación grupal sobre requisitos del "Sello Ituzaingó de Calidad Gastronómica"	19/5/2025 9.30 horas. Sala de Cowork de la Secretaría Municipal de Desarrollo Productivo	Exponer los requisitos de los capítulos 6, 7 y 8 del "Sello Ituzaingó de Calidad Gastronómica" para trabajarlos en cada uno de los restaurantes.	Grupal	Daniel Beltrami	Restaurantes adheridos.
Segundas asistencias técnicas individuales	27, 28 y/o 29/5/2025. En cada uno de los restaurantes involucrados	Asistir en la aplicación específica de los requisitos vistos en cada restaurante. Realizar una revisión general enfocándose en la etapa de auditoría.	Individual	Daniel Beltrami y Germán Treuer	Restaurantes adheridos.
Taller de revisión de Buenas Prácticas de Manufactura	30/5/2025 A las 9.30 horas. Sala de Cowork de la Secretaría Municipal de Desarrollo Productivo	Analizar la forma de implementar y verificar el cumplimiento de las buenas prácticas de manufactura en cada uno de los restaurantes antes de las auditorías externas.	Grupal	Ana Laura Barreras	Funcionarios y trabajadores municipales. Restaurantes adheridos.
Auditorías externas	4 al 6/6/2025 En cada uno de los restaurantes involucrados	Evaluar de manera sistemática, independiente y documentada el grado de cumplimiento por parte de los restaurantes de los requisitos del "Sello Ituzaingó de Calidad Gastronómica".	Individual	Mauro Beltrami	Restaurantes adheridos.
Entrega de distinciones	3/7/2025. En cada uno de los restaurantes involucrados	Reconocer formalmente a cada restaurante que hubiera alcanzado el cumplimiento mínimo requerido para acceder a la distinción.	Grupal	Mauro Beltrami	Restaurantes que pasaron exitosamente la auditoría.

## Actividad 3. Implementación de las acciones según el cronograma

### **3.1 Sensibilización**

El proceso de implementación comenzó con la sensibilización inicial del programa realizada el 8 de mayo a las 9.00 horas para las organizaciones adheridas y los funcionarios de la Secretaría de Desarrollo Productivo y la Dirección de Habilitaciones de la Municipalidad.

La sensibilización tuvo por finalidad presentar a los adheridos las características del programa, el material involucrado, las actividades propuestas y los tiempos de trabajo. Asimismo, se presentó al equipo de implementadores y auditores, así como los requerimientos formales para asegurar el cumplimiento en tiempo y forma de las acciones previstas.

La presentación la realizó Mauro Beltrami, habiendo sido acompañada por un breve power point que sirvió como apoyo visual y técnico, luego entregado a los participantes. Se adjunta en el Anexo 3.

### **3.2 Primera sesión de capacitación**

La primera sesión de capacitación grupal se realizó el 12 de mayo en la sala de Cowork de la Secretaría de Desarrollo Productivo de la Municipalidad. La actividad estuvo a cargo de Daniel Beltrami y su finalidad fue explicar la estructura del referencial del sello de calidad, así como exponer los requisitos de los capítulos 4 y 5 del “Sello Ituzaingó de Calidad Gastronómica” para trabajarlos en cada uno de los restaurantes.



**Imagen 3: Primera sesión de capacitación grupal. Fuente: Propia.**

La metodología de dictado consistió en la exposición teórica de conceptos y requisitos acompañados por un power point, para posteriormente explicar la forma específica de aplicación en cada organización. Cada uno de los participantes podía seguir los conceptos explicados con el referencial del Sello, el cual fue entregado impreso a cada uno de los presentes. Asimismo, para la aplicación en cada organización se expusieron documentos modelo, a los efectos de trabajarlos en cada asistencia técnica individual.

Se adjunta la presentación en power point como Anexo 4 del presente informe.

### **3.3 Primera sesión de asistencias técnicas individuales**

La primera sesión de asistencias técnicas individuales tuvo por objeto evaluar las características de cada restaurante en relación con el “Sello Itzaingó de Calidad Gastronómica”. Del mismo modo, los consultores designados para esta instancia (Daniel Beltrami y Germán Treuer) buscaron asistir en la aplicación específica de los requisitos vistos en cada restaurante.

La agenda de visitas técnicas se realizó en los días y horarios expuestas en la tabla.

**Tabla 8: Agenda de visita la para primera asistencia técnica individual**

<b>Nombre de las empresas visitadas</b>	<b>Día y horario</b>	<b>Persona de Contacto</b>	<b>Cargo</b>
La Güeya	12/05/2025 09:00 a 11:00 horas.	Enrique Palmov	Director
Gardenias	12/05/2025 11:30 a 13:30 horas	Brenda Kaprielian	Socia
Sushi Club	13/05/2025 11:00 a 13:00 horas.	Florencia Cerda	Socia - Gerenta
Malcriado	13/05/2025 13:00 a 15:00 horas.	Florencia Cerda	Socia - Gerenta
Padella	13/05/2025 15:30 a 17:30 horas.	Javier Pfarrher	Encargado

A los efectos de poder realizar un mejor seguimiento de los avances, la coordinación del proyecto preparó junto a los consultores un esquema donde se expusieron diferentes criterios o factores importantes en cada proceso de trabajo, a los efectos de poder evaluar sintéticamente el estado de situación de cada restaurante respecto a los mismos.

Los factores a considerar para que los consultores completaran luego de cada asistencia técnica fueron los siguientes:

- Nivel de autoridad del entrevistado.
- Nivel de comprensión del contenido del Sello Ituzaingó de Calidad Gastronómica.
- Nivel de comprensión de las acciones a implementar.
- Nivel de adecuación de la infraestructura a los requisitos del Sello Ituzaingó de Calidad Gastronómica.
- Nivel de cumplimiento del marco legal y reglamentario aplicable.
- Nivel de difusión en la Organización del Sello Ituzaingó de Calidad Gastronómica.
- Nivel de compromiso observado.
- Potencial de la empresa para la adecuada implementación.

Cada uno de ellos debía ser considerado en una escala de evaluación de 1 a 6, siendo 1 la más baja y 6 la más alta. El objetivo de esta valoración fue poder tomar rápidas decisiones y programar acciones para personalizar la asistencia técnica y el

seguimiento de cada restaurante, así como también poder comunicar al gobierno municipal sobre cualquier eventualidad que surgiera durante el proceso.

Por último, cabe mencionarse que, durante las dos sesiones de asistencias técnicas, se trabajó en tres dimensiones complementarias:

- Elaboración, revisión y/o validación de documentación técnica: esta estrategia de intervención de diseño documental resultó clave para estandarizar procesos y servicios, así como para clarificar sobre métodos de trabajo, criterios de actuación para el personal y mecanismos para la mejora del desempeño organizacional. Los documentos modelo utilizados se encuentran en el Anexo 5.
- Análisis de la infraestructura, instalaciones y layout: la finalidad fue asegurar no solamente una diagramación de procesos acorde al cumplimiento de procedimientos y objetivos, sino también poder evaluar la capacidad de los establecimientos de cumplir con las disposiciones legales y regulatorias. Esto implicó recorrido por la totalidad de los espacios de trabajo, observando sistémicamente los procesos.
- Implementación del sistema documental: la documentación validada fue considerada como estándar por cada una de las organizaciones. Por lo cual, a partir de entonces fue considerada como criterio de referencia para las actividades cotidianas (de acuerdo con el alcance y las responsabilidades del personal). Por lo cual, su incumplimiento fue considerado como no conformidad. El objetivo de esta estrategia fue preparar progresivamente a los restaurantes para las auditorías del Sello.

A continuación, se exponen los resultados del seguimiento parcial de cada una de las organizaciones involucradas correspondientes a la primera visita de asistencia técnica.

### 3.3.1 Primera asistencia técnica a La Güeya

**Criterios de evaluación:**

**1: Muy Bajo - 2: Bajo - 3: Medio Bajo - 4: Medio Alto - 5: Alto - 6: Excelente**

<b>EMPRESA: RESTAURANTE LA GÜEYA</b>	1	2	3	4	5	6
Nivel de autoridad del entrevistado						X
Nivel de comprensión del contenido del Sello Ituzaingó de Calidad Gastronómica						X
Nivel de comprensión de las acciones a implementar						X
Nivel de adecuación de la infraestructura a los requisitos del Sello Ituzaingó de Calidad Gastronómica						X

Nivel de cumplimiento del marco legal y reglamentario aplicable						X
Nivel de difusión en la Organización del Sello Ituzaingó de Calidad Gastronómica			X			
Nivel de compromiso observado						X
Potencial de la empresa para la adecuada implementación						X
<b>Comentarios adicionales:</b>	<p>Con más de 20 años de experiencia en el rubro gastronómico, el propietario cuenta con el conocimiento para gestionar eficientemente el establecimiento, cumpliendo con las exigencias legales y reglamentarias evidenciadas documentalmente.</p> <p>Respecto a política del establecimiento y procedimientos, estos no se encuentran documentados. Se procederá a trabajar considerando los modelos de documentación propuestos en el marco de la implementación del Sello.</p> <p>Durante la asistencia, se ha procedido a asistir técnicamente la política según los lineamientos del referencial del Sello, así como las evidencias de cumplimiento de los requisitos de los apartados 4 y 5.</p>					
<b>Foto de la reunión:</b>	 <p>Imagen: Daniel Beltrami y Enrique Palmou. Fuente: Propia.</p>					

### 3.3.2 Primera asistencia técnica a Gardenias

1: Muy Bajo - 2: Bajo - 3: Medio Bajo - 4: Medio Alto - 5: Alto - 6: Excelente

EMPRESA: RESTAURANTE GARDENIAS	1	2	3	4	5	6
Nivel de autoridad del entrevistado						X
Nivel de comprensión del contenido del Sello Ituzaingó de Calidad Gastronómica						X
Nivel de comprensión de las acciones a implementar						X
Nivel de adecuación de la infraestructura a los requisitos del Sello Ituzaingó de Calidad Gastronómica						X
Nivel de cumplimiento del marco legal y reglamentario aplicable						X
Nivel de difusión en la Organización del Sello Ituzaingó de Calidad Gastronómica			X			
Nivel de compromiso observado						X
Potencial de la empresa para la adecuada implementación						X
<b>Comentarios adicionales:</b>	<p>El establecimiento cuenta con tres socios, quienes buscan transmitir en el establecimiento un estilo joven y tranquilo, con un servicio de comidas bien presentadas basadas en recetas propias.</p> <p>Lugar luminoso y espacioso, con estacionamiento propio (ventaja competitiva en el corredor). Cuenta con servicio de TakeAway, además de café y restaurante tradicional.</p> <p>Se ha procedido a elaborar la documentación correspondiente a las exigencias de los capítulos 4 y 5 del referencial del sello.</p> <p>Cabe mencionarse que el establecimiento tiene otra sucursal en el Partido de Morón.</p>					

Foto de la reunión:



Imagen: Daniel Beltrami y Brenda Kaprielian. Fuente: Propia.

### 3.3.3 Primera asistencia técnica a Sushi Club

**Criterios de evaluación:**

**1: Muy Bajo - 2: Bajo - 3: Medio Bajo - 4: Medio Alto - 5: Alto - 6: Excelente**

<b>EMPRESA:</b> Sushi Club	1	2	3	4	5	6
Nivel de autoridad del entrevistado					X	
Nivel de comprensión del contenido del Sello Ituzaingó de Calidad Gastronómica					X	
Nivel de comprensión de las acciones a implementar					X	
Nivel de adecuación de la infraestructura a los requisitos del Sello Ituzaingó de Calidad Gastronómica					X	
Nivel de cumplimiento del marco legal y reglamentario aplicable					X	
Nivel de difusión en la Organización del Sello Ituzaingó de Calidad Gastronómica	X					
Nivel de compromiso observado						X
Potencial de la empresa para la adecuada implementación						X

<p><b>Comentarios adicionales:</b></p>	<p>Al ser una franquicia, el consultor responsable entiende que el establecimiento tiene incorporado el concepto de mantener actualizados y vigentes los procedimientos, controlar su aplicación, y hacer las correcciones resultantes de estos controles.</p> <p>De todos modos, resta profundizar en la armonización del sistema documental propio de Sushi Club con las exigencias del referencial del Sello Ituzaingó.</p>
<p><b>Foto de la reunión:</b></p>	 <p>Imagen: Germán Treuer, Florencia Cerdá y el equipo técnico administrativo de Sushi Club. Fuente: Propia.</p>

### 3.3.4 Primera asistencia técnica a Malcriado

1: Muy Bajo - 2: Bajo - 3: Medio Bajo - 4: Medio Alto - 5: Alto - 6: Excelente

EMPRESA: Malcriado	1	2	3	4	5	6
Nivel de autoridad del entrevistado					X	
Nivel de comprensión del contenido del Sello Ituzaingó de Calidad Gastronómica					X	
Nivel de comprensión de las acciones a implementar					X	

Nivel de adecuación de la infraestructura a los requisitos del Sello Ituzaingó de Calidad Gastronómica				X		
Nivel de cumplimiento del marco legal y reglamentario aplicable				X		
Nivel de difusión en la Organización del Sello Ituzaingó de Calidad Gastronómica	X					
Nivel de compromiso observado						X
Potencial de la empresa para la adecuada implementación						X
<b>Comentarios adicionales:</b>	<p>A ser del mismo grupo empresarial propietario del Sushi Club, también este restaurante tiene procedimientos para sus procesos principales y de soporte.</p> <p>De todos modos, resta fortalecer el trabajo con los requisitos del referencial del Sello Ituzaingó.</p>					
<b>Foto: de la reunión:</b>	No aplica, al ser similar a la expuesta en el informe de Sushi Club.					

### 3.3.5 Primera asistencia técnica a Padella

**1: Muy Bajo - 2: Bajo - 3: Medio Bajo - 4: Medio Alto - 5: Alto - 6: Excelente**

<b>EMPRESA:</b> Padella	1	2	3	4	5	6
Nivel de autoridad del entrevistado					X	
Nivel de comprensión del contenido del Sello Ituzaingó de Calidad Gastronómica					X	
Nivel de comprensión de las acciones a implementar					X	
Nivel de adecuación de la infraestructura a los requisitos del Sello Ituzaingó de Calidad Gastronómica				X		
Nivel de cumplimiento del marco legal y reglamentario aplicable			X			
Nivel de difusión en la Organización del Sello Ituzaingó de Calidad Gastronómica	X					
Nivel de compromiso observado						X

Potencial de la empresa para la adecuada implementación						X
<b>Comentarios adicionales:</b>	<p>Es un emprendimiento con menor experiencia en implementación de modelos metodológicos de calidad.</p> <p>Debe fortalecer el cumplimiento del marco legal y regulatorio aplicable, particularmente el local.</p> <p>Por otro lado, su experiencia de trabajo con sistemas documentales que estandaricen actividades es menor a la del resto de los adheridos al programa.</p>					
<b>Foto de la reunión:</b>	 <p>Imagen: Germán Treuer y Javier Pfarherr. Fuente: Propia.</p>					

### 3.4 Capacitación de Buenas Prácticas de Manufactura e Inocuidad Alimentaria

La capacitación se realizó el 16 de mayo y tuvo por finalidad que la dirección y los trabajadores de los restaurantes adheridos al Sello de Calidad Gastronómica pudieran interpretar correctamente la legislación aplicable en materia de inocuidad alimentaria, incorporando buenas prácticas de manufactura en sus procesos y productos.

La guía para la realización de la capacitación fue el referencial técnico del Sello, particularmente los requisitos del capítulo 4 (ligados al cumplimiento legal y reglamentario) y el anexo 1, el cual profundizó sobre el marco regulatorio local.

La capacitación estuvo a cargo de Ana Laura Barreras, ingeniera en alimentos de la consultora Aliar. El material entregado en la capacitación se especifica en el anexo 6 del presente informe.



**Imagen 4: Capacitación en Inocuidad de Alimentos**

### **3.5 Segunda sesión de capacitación grupal sobre requisitos del “Sello Ituzaingó de Calidad Gastronómica.**

La segunda sesión de capacitación se llevó adelante el 19 de mayo en la sala de cowork de la Secretaría de Desarrollo Productivo de la Municipalidad de Ituzaingó. El objetivo de la sesión fue exponer los requisitos de los capítulos 6, 7 y 8 del “Sello Ituzaingó de Calidad Gastronómica”, explicando el marco teórico-conceptual que sustenta los lineamientos, a los efectos de poder luego trabajarlos en cada uno de los restaurantes durante las sesiones de asistencias técnicas individuales. Además, el espacio sirvió para poder resolver inquietudes respecto a la orientación de los requisitos del referencial, así como también integrar lo visto en el taller de inocuidad alimentaria dentro del sistema de gestión de cada establecimiento.

La capacitación estuvo a cargo de Daniel Beltrami y contó también con la asistencia como participantes de Franco de Trueba, Director de Inspecciones del Municipio, quién participó activamente para acompañar también la instancia de capacitación sobre el sello.

Finalmente, se explicaron los anexos del referencial, incluyendo el anexo 1 normativo y el resto de los informativos. Fundamentalmente, se explicó la metodología de evaluación de la conformidad mediante la realización de una auditoría.

7. Se adjunta el power point de la segunda sesión de capacitación como Anexo

### 3.6 Segundas asistencias técnicas individuales

La segunda sesión de asistencias técnicas individuales fue realizada por los consultores Daniel Beltrami y Germán Treuer y tuvo por objeto:

- Asistir en la aplicación específica de los requisitos vistos en cada restaurante.
- Revisar los avances en la elaboración de la documentación de referencia.
- Evaluar la capacidad de los restaurantes de transitar exitosamente la etapa de auditorías.

La agenda de visitas técnicas se realizó en los días y horarios expuestas en la tabla.

**Tabla 9: Agenda de visita para la segunda asistencia técnica individual**

<b>Nombre de las empresas visitadas</b>	<b>Día y horario</b>	<b>Persona/s de contacto</b>	<b>Cargo</b>
Sushi Club	27/05/2025 11:00 a 13:00 horas	Florencia Cerda	Socia - Gerenta
Malcriado	27/05/2025 14:00 a 16:00 horas	Florencia Cerda	Socia - Gerenta
Padella	27/05/2025 16:30 a 18:30 horas	Javier Pfarrer	Encargado
La Güeya	28/05/2025 09:00 a 11:00 horas	Enrique Palmou	Director
Gardenias	28/05/2025 11:30 a 13:30 horas.	Brenda Kaprielian y Eugenia Malmsten	Socias

Esta segunda instancia fue considerada como fundamental dentro del programa de asistencias técnicas, dado que es la que permitió analizar el grado de preparación de cada uno de los establecimientos para la auditoría.

A continuación, se exponen los resultados del seguimiento parcial de cada una de las organizaciones involucradas correspondientes a la segunda visita de asistencia técnica.

### 3.6.1 Segunda asistencia técnica a Sushi Club

**Criterios de evaluación:**

**1: Muy Bajo - 2: Bajo - 3: Medio Bajo - 4: Medio Alto - 5: Alto - 6: Excelente**

<b>EMPRESA:</b> Sushi Club	1	2	3	4	5	6
Nivel de autoridad del entrevistado						X
Nivel de comprensión del contenido del Sello Ituzaingó de Calidad Gastronómica				X		
Nivel de comprensión de las acciones a implementar				X		
Nivel de adecuación de la infraestructura a los requisitos del Sello Ituzaingó de Calidad Gastronómica						X
Nivel de cumplimiento del marco legal y reglamentario aplicable					X	
Nivel de difusión en la Organización del Sello Ituzaingó de Calidad Gastronómica			X			
Nivel de compromiso observado						X
Potencial de la empresa para la adecuada implementación						X
<b>Comentarios adicionales:</b>	El consultor a cargo observó que el establecimiento se encuentra preparado para recibir al auditor del Sello.					
<b>Foto de la reunión:</b>	 <p>Imagen: Germán Treuer junto a las referentes técnico-administrativas de Sushi Club y Macriado. Fuente: Propia.</p>					

### 3.6.2 Segunda asistencia técnica a Malcriado

**Criterios de evaluación:**

**1: Muy Bajo - 2: Bajo - 3: Medio Bajo - 4: Medio Alto - 5: Alto - 6: Excelente**

<b>EMPRESA:</b> Malcriado	1	2	3	4	5	6
Nivel de autoridad del entrevistado						X
Nivel de comprensión del contenido del Sello Ituzaingó de Calidad Gastronómica				X		
Nivel de comprensión de las acciones a implementar				X		
Nivel de adecuación de la infraestructura a los requisitos del Sello Ituzaingó de Calidad Gastronómica			X			
Nivel de cumplimiento del marco legal y reglamentario aplicable			X			
Nivel de difusión en la Organización del Sello Ituzaingó de Calidad Gastronómica		X				
Nivel de compromiso observado					X	
Potencial de la empresa para la adecuada implementación						X
<b>Comentarios adicionales:</b>	<p>El consultor a cargo observó que el establecimiento se encuentra preparado para recibir al auditor del Sello.</p> <p>No obstante, se observó la necesidad de difundir mejor el sistema documental a todo el personal, así como también el sentido de implementación del Sello Ituzaingó.</p>					

### 3.6.3 Segunda asistencia técnica a Padella

**Criterios de evaluación:**

**1: Muy Bajo - 2: Bajo - 3: Medio Bajo - 4: Medio Alto - 5: Alto - 6: Excelente**

<b>EMPRESA:</b> Padella	1	2	3	4	5	6
Nivel de autoridad del entrevistado					X	
Nivel de comprensión del contenido del Sello Ituzaingó de Calidad Gastronómica					X	

Nivel de comprensión de las acciones a implementar				X		
Nivel de adecuación de la infraestructura a los requisitos del Sello Ituzaingó de Calidad Gastronómica				X		
Nivel de cumplimiento del marco legal y reglamentario aplicable			X			
Nivel de difusión en la Organización del Sello Ituzaingó de Calidad Gastronómica			X			
Nivel de compromiso observado					X	
Potencial de la empresa para la adecuada implementación						X
<b>Comentarios adicionales:</b>	De acuerdo con lo considerado por el consultor a cargo, el restaurante se encuentra en condiciones de recibir al auditor. No obstante, debe fortalecer el cumplimiento del marco legal y reglamentario, así como la estrategia de difusión e implementación del sistema documental dentro de los diferentes niveles y responsabilidades de la organización.					
<b>Foto de la reunión:</b>	 <p>Imagen: Germán Treuer y Javier Pfarherr. Fuente: Propia.</p>					

### 3.6.4 Segunda asistencia técnica a La Güeya

**Criterios de evaluación:**

**1: Muy Bajo - 2: Bajo - 3: Medio Bajo - 4: Medio Alto - 5: Alto - 6: Excelente**

<b>EMPRESA: RESTAURANTE LA GÜEYA</b>	1	2	3	4	5	6
Nivel de autoridad del entrevistado						X
Nivel de comprensión del contenido del Sello Ituzaingó de Calidad Gastronómica						X
Nivel de comprensión de las acciones a implementar						X
Nivel de adecuación de la infraestructura a los requisitos del Sello Ituzaingó de Calidad Gastronómica						X
Nivel de cumplimiento del marco legal y reglamentario aplicable						X
Nivel de difusión en la Organización del Sello Ituzaingó de Calidad Gastronómica					X	
Nivel de compromiso observado						X
Potencial de la empresa para la adecuada implementación						X
<b>Comentarios adicionales:</b>	<p>Es de destacar la predisposición del dueño para participar personalmente de las asistencias técnicas y en las capacitaciones.</p> <p>Durante la asistencia, se trabajó sobre los documentos exigidos por el RF del Sello para dar cumplimiento con los requisitos de los capítulos 6, 7 y 8.</p> <p>El establecimiento se encuentra en condiciones de recibir la auditoría, habiendo cumplido exitosamente las etapas de trabajo planificadas.</p>					

Foto de la reunión:



Imagen: Daniel Beltrami y Enrique Palmou. Fuente: Propia.

### 3.6.5 Segunda asistencia técnica a Gardenias

**Criterios de evaluación:**

**1: Muy Bajo - 2: Bajo - 3: Medio Bajo - 4: Medio Alto - 5: Alto - 6: Excelente**

<b>EMPRESA: RESTAURANTE GARDENIAS</b>	1	2	3	4	5	6
Nivel de autoridad del entrevistado						X
Nivel de comprensión del contenido del Sello Itzaingó de Calidad Gastronómica						X
Nivel de comprensión de las acciones a implementar						X
Nivel de adecuación de la infraestructura a los requisitos del Sello Itzaingó de Calidad Gastronómica						X
Nivel de cumplimiento del marco legal y reglamentario aplicable						X
Nivel de difusión en la Organización del Sello Itzaingó de Calidad Gastronómica					X	
Nivel de compromiso observado						X
Potencial de la empresa para la adecuada implementación						X

<p><b>Comentarios adicionales:</b></p>	<p>Participaron de la asistencia técnica dos de los tres socios propietarios de Gardenias, demostrando proactividad e interés en cumplir con los requisitos del RF.</p> <p>Se han revisado y validado las evidencias objetivas exigidas por los capítulos 6, 7 y 8.</p> <p>El establecimiento se encuentra en condiciones de recibir la auditoría, habiendo cumplido exitosamente las etapas de trabajo planificadas.</p>
<p><b>Foto de la reunión:</b></p>	 <p>Imagen: Daniel Beltrami junto a las socias de Gardenias. Fuente: Propia.</p>

### 3.7 Taller de revisión de Buenas Prácticas de Manufactura

El taller de revisión de Buenas Prácticas de Manufactura se realizó el 30 de mayo en la sala de cowork de la Secretaría de Desarrollo Productivo de la Municipalidad. Estuvo a cargo de Ana Laura Barreras y su finalidad fue analizar la forma de implementar y verificar el cumplimiento de las buenas prácticas de manufactura en cada uno de los restaurantes antes de las auditorías externas.

Entre los contenidos que se presentaron, se incluyeron los aspectos mínimos a considerar en los programas de higiene de los establecimientos gastronómicos, así como también requisitos edilicios, de instalaciones y equipos para asegurar la inocuidad.

A la capacitación asistió personal de cocina de los establecimientos, lo cual resultó importante para poder llevar a la práctica los principios, conceptos y procedimientos operativos vinculados a la inocuidad y las buenas prácticas.

Se adjunta el power point como Anexo 8.

### 3.8 Auditorías externas

Las auditorías del sello se realizaron los días 4 y 6 de junio. El objetivo fue evaluar de manera sistemática, independiente y documentada el grado de cumplimiento por parte de los restaurantes de los requisitos del “Sello Ituzaingó de Calidad Gastronómica”. Como condición *sine qua non* se estableció que el profesional que ejerciera como auditor no debía haber estado involucrado previamente en la implementación del establecimiento auditado. De este modo, se asignaron las responsabilidades a las personas que oficiaron como auditores: Mauro Beltrami y Daniel Beltrami.

La metodología de auditoría del sello se rige por lo indicado en los anexos del referencial, siguiendo una planilla modelo indicada en el anexo 4 del mismo, la cual se expone a continuación.

INFORME DE EVALUACIÓN DEL "SELLO ITUZAINGÓ DE CALIDAD GASTRONÓMICA"							
Fecha de la evaluación:							
Organización evaluada:							
Evaluador:							
Requisito	No aplica	0	1	2	3	4	5
<b>Capítulo 4. Contexto.</b> Puntaje máximo: 15 puntos							
4.1 Cumplimiento de la legislación vigente							
4.2 Análisis FODA							
4.3 Cultura de la calidad y la inocuidad de los alimentos							
<b>Capítulo 5. Planificación.</b> Puntaje máximo: 25 puntos							
5.1 Cumplimiento de las expectativas del cliente							
5.2 Geolocalización							
5.3 Política del restaurante							
5.4 Planificación de indicadores y objetivos							
5.5 Riesgos							
<b>Capítulo 6. Procesos y actividades.</b> Puntaje máximo: 25 puntos							
6.1 Infraestructura y ambiente de trabajo							
6.2 Mapa de procesos							
6.3 Procedimientos operativos							
6.4 Perfiles de los puestos de trabajo							
6.5 Capacitación							
<b>Capítulo 7. Evaluación del desempeño.</b> Puntaje máximo: 5 puntos							
7.1 Satisfacción del cliente							
<b>Capítulo 8. Mejora.</b> Puntaje máximo: 5 puntos							
8.1 Autoevaluación del restaurante							
<b>Puntaje por participar en las sesiones de capacitación y asistencia técnica</b>	25 puntos						
<b>Referencias</b> No aplica: justificar la razón 0: No está conceptualizado el requisito 1: El requisito está conceptualizado pero sin implementación 2: Implementación inicial o en borrador del requisito 3: Requisito documentado o implementado 4: Requisito documentado e implementado 5: Requisito cuyo cumplimiento es una fortaleza del sistema de gestión							
<b>Puntajes para distinción</b> Puntaje máximo: 100 puntos Puntaje mínimo para distinción: 60 puntos							

Imagen 5: Planilla de evaluación de la conformidad del Sello. Fuente: Anexo 4 del referencial del “Sello Ituzaingó de Calidad Gastronómica”.

La agenda de las auditorías externas se expone a continuación.

La agenda de visitas técnicas se realizó en los días y horarios expuestas en la tabla.

**Tabla 10: Agenda para las auditorías**

<b>Nombre de las empresas visitadas</b>	<b>Día y horario de la auditoría</b>	<b>Auditor responsable</b>	<b>Persona/s de contacto para la auditoría</b>	<b>Cargo</b>	<b>Puntaje alcanzado en la auditoría y resultado</b>
La Güeya	4/06/2025 09:00 a 11:30 horas.	Mauro Beltrami	Enrique Palmov	Director	90 puntos. Se recomendó otorgamiento de la distinción.
Padella	4/06/2025 11:00 a 13:30 horas.	Daniel Beltrami	Javier Pfarrher	Encargado	79 puntos. Se recomendó otorgamiento de la distinción.
Gardenias	4/06/2025 12:00 a 14:30 horas	Mauro Beltrami	Brenda Kaprielian y Patricio Malmsten	Socios propietarios	94 puntos. Se recomendó otorgamiento de la distinción.
Sushi Club	6/06/2025 10:00 a 12:30 horas.	Daniel Beltrami	Lorena Repetti	Cajera	89 puntos. Se recomendó otorgamiento de la distinción.
Malcriado	6/06/2025 13:00 a 15:30 horas.	Daniel Beltrami	Abril Paci	Encargada	88 puntos. Se recomendó

					otorgamiento de la distinción.
--	--	--	--	--	--------------------------------------

Los informes de auditoría de cada establecimiento se adjuntan como anexo 9. Es importante remarcar que el resultado de las mismas tienen carácter de confidencial, por lo tanto no está permitida su publicación y difusión.

### 3.9 Entrega de distinciones

Las distinciones se entregaron personalmente a cada uno de los restaurantes involucrados el 3 de julio. Participaron de la entrega Nahuel Farberoff y Mauro Beltrami (en representación de la Asociación Foro de Profesionales en Turismo) y Natalia Lazzeri y Franco de Trueba (en representación de la Municipalidad).

La distinción consistió en una nota formal que establece formalmente la aprobación de los requisitos mínimos del Sello, así como también el manual de uso de la marca impreso, para facilitar la divulgación del logro obtenido.

Las notas de distinción se adjuntan como Anexo 10.



**Imagen 6: Entrega de distinción al restaurante La Güeya**



**Imagen 7: Entrega de distinción al restaurante Padella**



**Imagen 8: Entrega de distinción al restaurante Suchi Club Y Malcriado**



**Imagen 9: Entrega de distinción al restaurante Gardenias**

Tarea 6. Análisis de los resultados e impactos de la implementación del programa de calidad.

Para la elaboración de esta tarea, se realizó una encuesta de satisfacción dirigida a los prestadores que participaron en la implementación del Sello. El objetivo fue medir su grado de satisfacción en relación con el sello de calidad, la política desarrollada por el gobierno municipal y la asistencia técnica brindada por los profesionales.

Para garantizar la objetividad de las respuestas, la encuesta fue enviada a los prestadores una vez finalizada la auditoría, pero antes de que se les informaran los resultados de la misma.

El cuestionario constó de seis preguntas. A continuación, se presentan los resultados.

Los 5 prestadores respondieron la encuesta, en la Tabla 11 se detallan las personas que respondieron y la organización a la que pertenecen.

**Tabla 11: Prestadores que respondieron la encuesta**

Nombre y apellido	Organización a la que representa
Pfarherr Javier	Padella
Enrique G.Palmou	La Gueya
Florencia cerda	Malcriado
Florencia cerda	Suchi Club
Brenda Kaprielian	Gardenias

La primera pregunta, “¿Qué importancia atribuye a que la Municipalidad de Ituzaingó diseñe e implemente una política para desarrollar el turismo a partir de la competitividad de los servicios gastronómicos que se ofrecen en el municipio?”, tuvo como objetivo medir el grado de relevancia que los prestadores asignan al desarrollo de una política municipal orientada a potenciar el turismo mediante la mejora de la competitividad del sector gastronómico.

**Resultados destacados:**

- Todas las organizaciones consultadas consideraron esta iniciativa como muy importante.
- Este consenso evidencia el acierto del gobierno municipal al diseñar e implementar dicho programa.

- Además, refleja una alta aceptación y respaldo por parte de los empresarios locales del sector gastronómico.

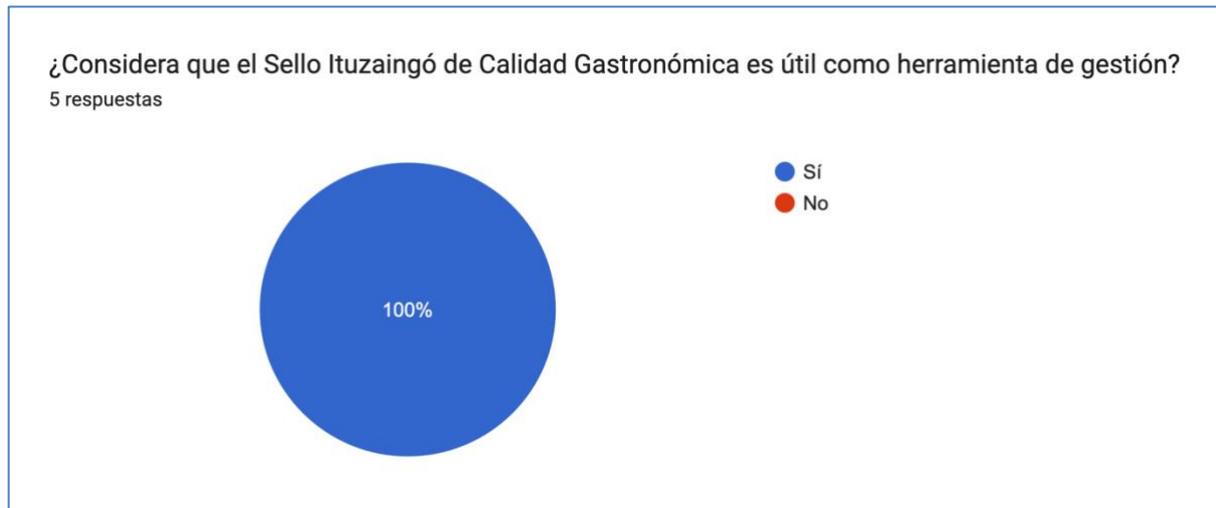
En conclusión, la unanimidad en la valoración positiva demuestra la pertinencia de impulsar políticas municipales que fortalezcan la competitividad gastronómica como motor para el desarrollo turístico en Ituzaingó.



**Imagen 10: Resultados pregunta 1 encuesta de satisfacción**

La segunda pregunta fue fundamental, ya que el objetivo era medir el grado de pertinencia que los prestadores asignaban al documento técnico del Sello de Calidad. Conocer si este documento resultó útil para la organización e implementación del sello permite determinar si la herramienta es adecuada para cumplir con los objetivos del gobierno municipal de posicionar a Ituzaingó como un destino turístico competitivo, a partir de la oferta de servicios gastronómicos. Es decir, se busca facilitar herramientas a los empresarios gastronómicos para que sus organizaciones sean competitivas y, de este modo, contribuir a la competitividad general de Ituzaingó.

Todos los prestadores consideran que el Sello Ituzaingó de Calidad Gastronómica es útil como herramienta de gestión. Por lo tanto, los objetivos definidos anteriormente fueron cumplidos con éxito.



**Imagen 11: Resultados pregunta 2 encuesta de satisfacción**

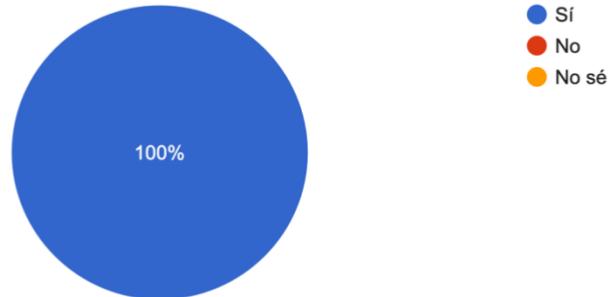
La tercera pregunta de la encuesta se enfocó en conocer si los prestadores consideran útil el Sello Itzaingó de Calidad Gastronómica como argumento de marketing para sus organizaciones. El objetivo fue evaluar el valor estratégico del sello no solo como herramienta de gestión interna, sino también como un recurso diferenciador para la promoción y el posicionamiento en el mercado local y turístico.

El 100% de los prestadores respondió afirmativamente, destacando la utilidad del sello para atraer y fidelizar clientes, mejorar la reputación y aumentar la visibilidad de sus negocios. Esta unanimidad refleja el alto reconocimiento del sello como garantía de calidad y excelencia, lo que contribuye a fortalecer la competitividad de la oferta gastronómica en Itzaingó.

En conclusión, el Sello Itzaingó de Calidad Gastronómica se consolida como una herramienta estratégica que potencia la imagen y el éxito comercial de los establecimientos, posicionando al municipio como un destino gastronómico de referencia.

¿Considera que puede ser útil el Sello Ituzaingó de Calidad Gastronómica como argumento de marketing para su organización?

5 respuestas



**Imagen 12: Resultados pregunta 3 encuesta de satisfacción**

Las pregunta 4 y 5 de la encuesta de satisfacción tenían el objetivo de evaluar el grado de satisfacción de los prestadores con las capacitaciones recibidas y con los profesionales vinculados a la implementación del Sello Ituzaingó de Calidad Gastronómica. Los resultados reflejan que todos los participantes consideraron que las capacitaciones fueron muy útiles para comprender los alcances y requisitos del sello.

Esta unanimidad evidencia la efectividad de las instancias formativas, tanto en la claridad de los contenidos como en la calidad de los profesionales responsables. El aporte de las capacitaciones no solo facilitó la comprensión de los estándares exigidos, sino que también fortaleció la confianza de los prestadores en el proceso de implementación. En consecuencia, la formación y asistencia técnica se consolida como abordaje metodológico para el uso de El Sello.

¿Ha sido útil el aporte de las capacitaciones para comprender los alcances y requisitos del Sello Ituzaingó de Calidad Gastronómica?

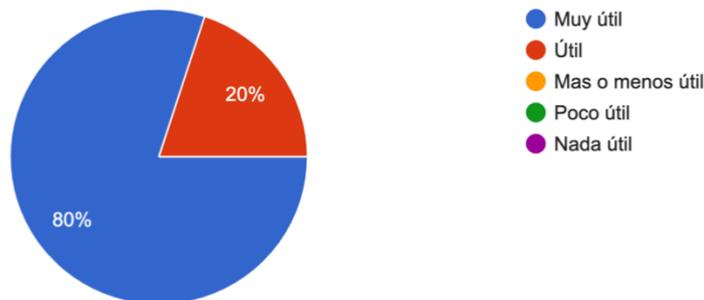
5 respuestas



**Imagen 13: Resultados pregunta 4 encuesta de satisfacción**

¿Ha sido útil el aporte de las asistencia técnicas para comprender mejor la implementación de los requisitos del Sello Ituzaingó de Calidad Gastronómica?

5 respuestas



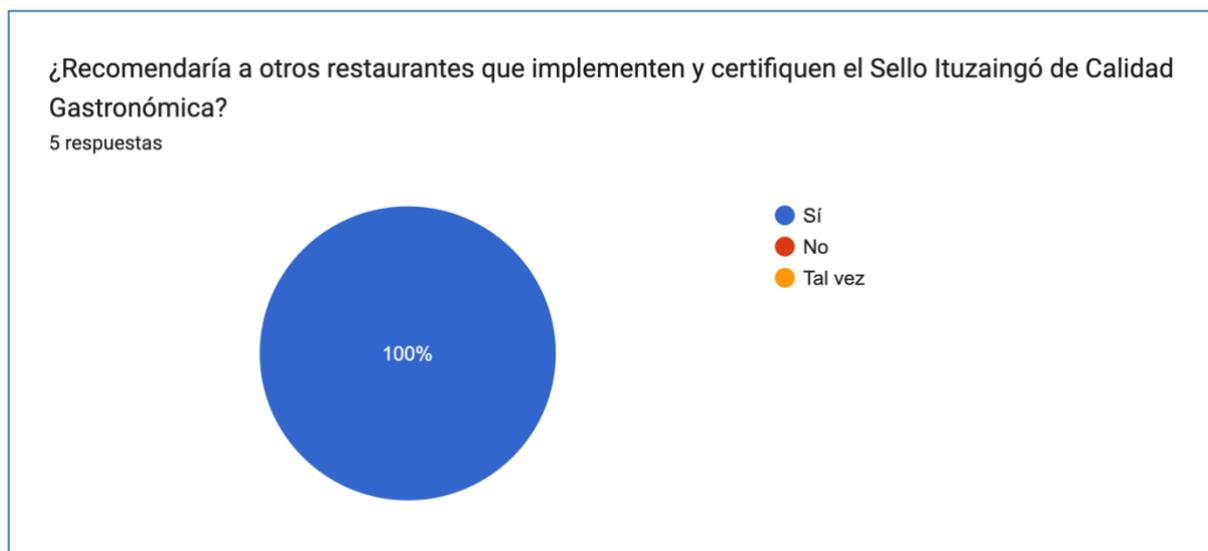
**Imagen 14: Resultados pregunta 5 encuesta de satisfacción**

La última pregunta de la encuesta, la sexta, buscaba determinar si los empresarios recomendarían a otros colegas la implementación del Sello Ituzaingó de Calidad Gastronómica, con el objetivo de medir el sentido de pertenencia y la pertinencia alcanzada a lo largo del proceso. La respuesta unánime y positiva de todos los prestadores evidencia que el proyecto logró consolidar una percepción favorable y un compromiso genuino entre los participantes.

Este resultado refleja que el sello no solo fue aceptado, sino que también generó un impacto tangible en la valoración que los empresarios hacen de la herramienta. La disposición a recomendarlo indica que los beneficios percibidos —

como la mejora en la gestión, la diferenciación en el mercado y el fortalecimiento de la confianza de los clientes— son reconocidos y valorados en el sector.

Sin embargo, este éxito plantea un nuevo desafío para el gobierno municipal: capitalizar la experiencia positiva y avanzar en la difusión e incentivo del sello entre otros actores del sector gastronómico. Promover su adopción permitirá ampliar el alcance de los beneficios, consolidar estándares de calidad y posicionar a Itzaingó como un referente gastronómico competitivo. La experiencia demuestra que el camino recorrido es sólido, pero la sostenibilidad y el crecimiento del proyecto dependerán de una estrategia activa de promoción y acompañamiento a nuevos prestadores.



**Imagen 15: Resultados pregunta 6 encuesta de satisfacción**

### CAPÍTULO 3. MARCA TURÍSTICA

En este capítulo se presentan las actividades y los resultados relacionados con el objetivo de diseñar la marca turística de Ituzaingó.

Para alcanzar este objetivo, se definieron cinco tareas específicas dentro del marco del proyecto, correspondientes a las tareas 7 a 11, que se detallan a continuación:

7. Relevamiento y análisis de antecedentes vinculados a la identidad visual del municipio, sus localidades y actores asociados.
8. Entrevistas y consultas a actores involucrados.
9. Definición de logo y la identidad visual.
10. Presentación de la marca y la identidad visual a las partes interesadas y la comunidad.
11. Capacitación a los actores involucrados pertinentes sobre el uso de la marca y la identidad visual.

A continuación, se presentan los avances realizados en cada una de las tareas pertinentes al Informe Parcial N°1.

#### Tarea 7. Relevamiento y análisis de antecedentes vinculados a la identidad visual del municipio, sus localidades y actores asociados.

Esta actividad consistió en el relevamiento documental mediante fuentes primarias y secundarias, con el objetivo de recopilar todos los proyectos relacionados con la identidad visual del municipio.

Para ello, se llevaron a cabo consultas con personal municipal. En este contexto, se solicitó a la contraparte municipal la información relevante sobre el logo actual del municipio, así como todos los antecedentes relacionados con la marca, el logo y la identidad visual.

Desde la municipalidad enviaron, dos documentos sobre los cuales se trabajaron y se hizo el análisis correspondiente: el primero es el Manual de Estilo, que se presenta en el Anexo 11, y el segundo es el Manual de Marca del Municipio, que se encuentra en el Anexo 12.

Algunos de los aspectos más importantes a destacar de lo relevado:

- El logo fue presentado en Enero 2020 comenzando a usarse a partir de Marzo 2020.
- El actual logo utiliza la palabra MI que es un pronombre personal de la primera persona del singular. Es la forma tónica de yo.
- La misma tiene una connotación las letras de moderna y minimalista. Busca dicha palabra crear un sentido de pertenencia de los vecinos con el municipio.
- El logo es utilizando con el slogan “un lugar para vivir”, dando a entender lo placentero y bueno que es vivir en el Municipio.
- Las distintas piezas publicitarias analizadas trabajan el concepto gráfico de integrar el logo a todas las piezas comunicacionales.

Tras finalizar el análisis de los documentos, se solicitó una entrevista con autoridades y empleados municipales del área de prensa y comunicación. Los resultados de estas entrevistas se detallan en la siguiente tarea.

Este proceso de entrevistas y análisis ha proporcionado una base sólida para la siguiente fase del proyecto. Las valiosas perspectivas obtenidas de las autoridades municipales y el equipo de asesores permitirán la creación de propuestas de logo que reflejen la identidad y los valores de Itzaingó.

#### Tarea 8. Entrevistas y consultas a actores involucrados.

El avance de la tarea para el presente informe incluye la realización de las entrevistas pertinentes y el diseño y presentación ante las autoridades municipales de las 3 propuestas de marca para su análisis y elección.

Como parte del proceso de recopilación de información y análisis de la identidad visual del municipio, se llevaron a cabo una serie de reuniones presenciales y virtuales.

Participaron en estas reuniones los siguientes representantes del municipio:

- Pablo Descalzo, Intendente de Itzaingó
- Natalia Lazzeri, Secretaria de Desarrollo Productivo.
- Valeria Ileana Susperreguy, Secretaria de Imagen y Comunicación.
- Franco de Trueba, Director de Habilitaciones
- Julieta Castellano, Directora de Comunicación.
- Florencia Sotelo, pertenecientes al equipo de la Secretaría de Imagen y Comunicación.

- Agustín López, pertenecientes al equipo de la Secretaría de Imagen y Comunicación.

Por parte del equipo de asesores, asistieron:

- Nahuel Farberoff.
- Mónica Mendoza.
- Roberto Occhipinti.
- Mauro Beltrami.
- Matías Giménez.
- Paula Flotta.



**Imagen 16: Reunión mantenida entre el equipo técnico y autoridades y personal municipal.**



**Imagen 17: Reunión mantenida entre el equipo técnico y autoridades y personal municipal.**

Durante las reuniones, se aplicó un cuestionario para obtener precisiones técnicas sobre la percepción y el uso de la identidad visual del municipio. En el Anexo 13 se presenta el modelo de cuestionario. Luego se trabajó como entrevista abierta.

Los principales resultados fueron:

- Aceptación de "MI" por los vecinos: Existe una aceptación generalizada de la abreviatura "MI" (Municipio de Itzaingó) entre los residentes.
- Slogan "Un lugar para vivir": Este eslogan se considera representativo de la calidad de vida en Itzaingó, destacando las buenas condiciones que ofrece el municipio.
- Aceptación del logo actual: El personal jerárquico del municipio muestra una aceptación general del logo actual.
- Apertura al cambio: Las autoridades municipales se mostraron abiertas y predispuestas a considerar cambios o actualizaciones en la marca actual.

Tras el análisis de la información recabada y la discusión con el equipo de trabajo, se elaboraron las siguientes sugerencias técnicas para la definición de la marca y su logo:

- Identificación con "MI": La identificación con la abreviatura "MI" genera un sentido de pertenencia.
- Slogan "Un lugar para vivir": Este eslogan comunica eficazmente el concepto de calidad de vida que se busca transmitir.

- Ambigüedad potencial de "MI": Si bien "MI" es reconocido localmente, podría no ser preciso para turistas o personas no familiarizadas con el municipio.
- Fortaleza del nombre "Ituzaingó": El nombre "Ituzaingó" es distintivo, fácil de recordar y diferenciar de otros municipios, lo que representa una ventaja a aprovechar.
- Importancia del posicionamiento del nombre: Dado que Ituzaingó es un municipio relativamente nuevo, es crucial posicionar su nombre de manera estratégica.
- Convivencia de "MI" e "Ituzaingó": Existe la posibilidad técnica de integrar "MI" e "Ituzaingó" en el logo y la identidad visual, permitiendo que ambos elementos coexistan de manera efectiva.
- Percepción de calidad de vida: Hay un consenso general entre las autoridades sobre la percepción de Ituzaingó como un lugar diferente, con buena calidad de vida en comparación con otros municipios.
- Asociación con la naturaleza: Las personas entrevistadas asocian consistentemente Ituzaingó con la naturaleza, especialmente con espacios verdes y árboles.
- Esculturas del Arq. Rubén Díaz. Si bien el artista no es reconocido, en medios de comunicación y en redes sociales se viralizaron sus obras (la Torre Eiffel, el Coliseo, el bar de Moe's, entre otras) y es un aspecto a tener en cuenta para atraer a la demanda potencial. ([https://www.youtube.com/watch?v=j\\_x6kvRPs0A](https://www.youtube.com/watch?v=j_x6kvRPs0A) ; [https://www.ituzaingo-digital.com.ar/nota/1607\\_turismo-en-casa-conoce-el-recorrido-por-las-obras-de-ruben-diaz/](https://www.ituzaingo-digital.com.ar/nota/1607_turismo-en-casa-conoce-el-recorrido-por-las-obras-de-ruben-diaz/) )
- Otros personajes destacados: El cineasta Raúl Perrone, la actriz Moria Casán y el músico Indio Solari también fueron mencionados como figuras relevantes.
- Planificación integral y forma circular: La planificación y la presencia de espacios verdes son recurrentes, sugiriendo la forma geométrica del círculo como representación de la integralidad.
- Submarcas a considerar: En el marco de las reuniones mantenidas, se analizó la posibilidad de crear submarcas, como la del Corredor Gastronómico Leloir, o el Corredor Santa Rosa. Estos corredores deben ser considerados en el desarrollo de la identidad visual, dada su importancia para el municipio.

El desarrollo de una marca turística para un municipio implica un proceso de análisis y construcción colectiva que va mucho más allá de la simple creación de un logotipo o un eslogan. En el caso de Ituzaingó, el trabajo realizado entre el equipo de asesores y las partes interesadas del municipio se orientó a identificar y potenciar los valores diferenciales que conforman la identidad local, con el objetivo de posicionar a la ciudad como un destino atractivo dentro del mercado turístico.

La estrategia de marca se fundamentó en el sentido de pertenencia profundamente arraigado entre los habitantes de Ituzaingó. A partir de las entrevistas realizadas, se identificó que quienes nacieron y viven en la ciudad sienten un orgullo genuino por su lugar de origen, considerándose privilegiados de ser parte de esta comunidad. Este sentimiento de pertenencia fue el eje conceptual sobre el cual se diseñó el isologo y el eslogan de la nueva marca turística.

En cuanto al isologo, se optó por mantener la palabra “MI”, que hace referencia tanto al Municipio de Ituzaingó como al sentido de apropiación que experimentan sus habitantes. Aunque para los visitantes este elemento pueda pasar desapercibido, para los ituzaianguenses funciona como un recordatorio de su rol de anfitriones y refuerza la identidad local.

Además, se conservó el nombre “Ituzaingó” como elemento central de la marca, buscando posicionarlo claramente en el mercado turístico. Para no perder la conexión con la imagen institucional existente, si bien se presentaron alternativas, se decidió mantener el formato tipográfico tradicionalmente utilizado en la comunicación oficial del municipio.

El eslogan, por su parte, fue desarrollado tomando como punto de partida el lema institucional “Un lugar para vivir”. Tras analizar diversas alternativas:

- Un lugar para venir
- Un lugar para visitar
- Tu lugar para venir
- Tu lugar para visitar

Se definió que la marca turística adoptaría el eslogan “Un lugar para visitar”, estableciendo así una continuidad conceptual que refuerza la idea de Ituzaingó como un destino tanto para residir como para disfrutar en calidad de visitante. Esta decisión permite aprovechar el posicionamiento previo y, al mismo tiempo, abrir la puerta a nuevas audiencias y experiencias turísticas.

Durante el proceso creativo se elaboraron tres variantes de marca, cada una con su propio isotipo y eslogan. Cada propuesta fue presentada con dos alternativas tipográficas: una desarrollada por el equipo de asesores y otra basada en el manual de marca institucional. Todas las alternativas fueron evaluadas en conjunto con la contraparte municipal, priorizando la coherencia con la identidad local y la capacidad de la marca para transmitir los valores y atributos diferenciales de Ituzaingó como destino turístico. Finalmente, se seleccionó la variante que mejor sintetizaba estos objetivos, decisión que fue debidamente justificada y documentada, y en el informe final del proyecto se presentará con su manual de marca.

El caso de Ituzaingó ilustra cómo la construcción de una marca turística efectiva requiere un abordaje integral, que combine la investigación participativa, la coherencia con la identidad local y la adaptación a las tendencias del mercado. De este modo, la marca no solo se convierte en una herramienta de promoción, sino también en un vehículo para fortalecer el sentido de pertenencia y proyectar una imagen positiva y auténtica ante los visitantes y la comunidad en general.

En el Anexo 14 obra el documento con todas las alternativas presentadas, y en la tarea siguiente el logo seleccionado.

### Tarea 9. Definición del logo y la identidad visual.

De las alternativas presentadas en la tarea precedente, desde el gobierno municipal seleccionaron la siguiente marca:

Logo



---

Imagen 18: Marca Turística de Ituzaingó. Fuente: Elaboración propia

La construcción de la marca turística de Ituzaingó fue un proceso orientado a mantener una estrecha relación con la identidad institucional del municipio, evitando cualquier disociación entre la gestión pública y la promoción turística. Para lograrlo, se decidió conservar tanto la paleta de colores como la tipografía empleada en el nombre de la marca y el eslogan, siguiendo las directrices establecidas en el manual de marca vigente del municipio. Esta coherencia visual refuerza la continuidad institucional y facilita el reconocimiento inmediato de la marca, tanto por parte de los habitantes como de los visitantes.

La marca está compuesta por un isologo, es decir, una unidad visual en la que el símbolo gráfico y el texto se integran de manera inseparable. El isologo de Ituzaingó está conformado por dos elementos principales: el símbolo gráfico “MI” y el nombre de la marca, “Ituzaingó”.

El símbolo “MI” cumple una doble función. Por un lado, representa las iniciales del municipio, y por otro, evoca el sentido de pertenencia y la identidad de los ituzaingueses. Este símbolo actúa como un guiño hacia los habitantes locales, quienes se reconocen en él y se identifican como anfitriones, dispuestos a recibir y atender a los visitantes. Aunque para quienes llegan de afuera el significado del símbolo puede pasar desapercibido, para los vecinos de Ituzaingó constituye un elemento distintivo y propio, que refuerza el vínculo emocional con su ciudad.

El nombre de la marca, “Ituzaingó”, se presenta de manera destacada, funcionando como el eje central para su posicionamiento en el mercado turístico. La elección de utilizar el nombre del municipio responde a la percepción positiva que genera su sonoridad: se trata de una palabra fuerte, con peso y presencia, capaz de instalarse en la mente de quienes la escuchan o la ven. De este modo, la marca busca capitalizar las características fonéticas y simbólicas del nombre para consolidar su reconocimiento y atractivo ante los potenciales visitantes.

El eslogan seleccionado, “Un lugar para visitar”, surge como una evolución natural del eslogan institucional “Un lugar para vivir”. Esta elección responde a la necesidad de proyectar a Ituzaingó no solo como un espacio residencial de calidad, sino también como un destino turístico digno de ser descubierto y disfrutado. El eslogan refuerza la propuesta de valor de la marca, invitando a los turistas a conocer y experimentar la ciudad, al tiempo que subraya la hospitalidad y el sentido de pertenencia de sus habitantes. Así, la marca logra articular un mensaje integral: Ituzaingó es un lugar que se vive y se visita, gracias a la calidad de su oferta de servicios, sus productos y sus atractivos naturales y culturales.

En resumen, la marca turística de Ituzaingó se construyó sobre la base de la continuidad institucional, la identidad local y la invitación abierta al visitante. El isologo, con el símbolo “MI” y el nombre “Ituzaingó”, junto al eslogan “Un lugar para visitar”, conforman una propuesta sólida y coherente, capaz de posicionar al municipio como

un destino atractivo y hospitalario, sin perder de vista sus raíces y su identidad comunitaria.

Tarea 10. Presentación de la marca y la identidad visual a las partes interesadas y la comunidad.

El 29 de marzo se llevó a cabo la presentación del proyecto ante la comunidad de Ituzaiingó, en el Salón Néstor Kirchner de la Municipalidad. El evento contó con la participación de las principales autoridades municipales, incluyendo al Intendente Municipal, Pablo Descalzo; el Secretario de Gobierno, Juan Manuel Álvarez Luna; y la Secretaria de Desarrollo Productivo, Natalia Lazzeri, así como los equipos de trabajo de ambas secretarías. Por parte del equipo técnico asistieron Nahuel Farberoff, Mauro Beltrami, Gonzalo La Rosa y Roberto Occhipinti. Además, participaron representantes del sector empresarial gastronómico local.



Imagen 19: Material de difusión para la presentación del Programa de Desarrollo Turístico de Ituzaiingó

Durante la presentación, las autoridades municipales hicieron uso de la palabra para resaltar la importancia estratégica del proyecto en el marco de los objetivos definidos por la gestión local. En sus intervenciones, destacaron de manera enfática la necesidad de fortalecer la articulación entre el sector público y privado, subrayando que el trabajo conjunto es fundamental para el desarrollo sostenible de la comunidad.



**Imagen 20: Presentación del Programa de Desarrollo Turístico de Ituzaingó**

Posteriormente, los integrantes del equipo técnico expusieron los aspectos centrales de la iniciativa, apoyados en una presentación visual que se encuentra adjunta como Anexo 15. Mauro Beltrami abordó los puntos más relevantes del Sello de Calidad, explicando los criterios y estándares que se implementarán para elevar la competitividad y la excelencia en los servicios locales. Gonzalo La Rosa presentó la plataforma de turismo inteligente, detallando sus funcionalidades y el impacto positivo que tendrá en la gestión y promoción de la oferta turística del municipio. Finalmente, Roberto Occhipinti expuso sobre la Marca Turística, enfatizando la importancia de construir una identidad distintiva que posicione a Ituzaingó como un destino atractivo y competitivo en la región.



**Imagen 21: Mauro Beltrami, Pablo Descalzo (Intendente) y Juan Manuel Alvarez Luna (Secretario de Gobierno)**

Al finalizar las exposiciones, el Intendente Municipal invitó a los asistentes a expresar sus opiniones y sugerencias. Los representantes del sector gastronómico manifestaron de manera unánime su reconocimiento a la iniciativa, valorando la oportunidad de participar activamente en el proceso y destacando la relevancia de continuar implementando políticas públicas que promuevan el desarrollo productivo y turístico del municipio. Asimismo, expresaron su compromiso de colaborar en la ejecución del proyecto y su disposición a trabajar de manera coordinada con las autoridades locales para garantizar su éxito y sostenibilidad en el tiempo.



**Imagen 22: Empresario gastronómico de Itzaingó**

La jornada concluyó con un consenso generalizado respecto a la importancia de consolidar espacios de diálogo y cooperación entre los distintos actores involucrados, reafirmando la voluntad de avanzar en la construcción de una agenda común orientada al crecimiento y la innovación en Itzaingó.

Como resultado de todo el trabajo realizado a lo largo del proceso de construcción de la identidad turística, se logró definir tanto el isologo como el eslogan que representan la esencia y los valores diferenciales del destino. Este proceso incluyó diversas instancias de análisis, investigación y participación, en las que se recopilaban opiniones de actores clave, se estudiaron referencias nacionales e internacionales y se evaluaron tendencias actuales en comunicación turística.

Una vez definidos el isologo y el eslogan, se avanzó en el diseño y elaboración del Manual de Marca Turística. Este documento constituye una herramienta estratégica que reúne las normas y lineamientos para el uso correcto de la marca en diferentes soportes y aplicaciones. El manual incluye especificaciones técnicas sobre los colores institucionales, tipografías, versiones del isologo, usos permitidos, así como ejemplos de aplicaciones en piezas gráficas, señalética, material promocional y plataformas digitales. Además, ofrece recomendaciones para mantener la coherencia visual y comunicacional en todas las acciones vinculadas a la promoción turística.

La entrega formal de este manual al Ejecutivo Municipal marca un hito importante en el proceso, ya que pone a disposición de las autoridades y de todos los actores involucrados una guía clara y detallada para fortalecer la imagen del destino y potenciar su posicionamiento en el mercado. Cabe destacar que el Manual de Marca Turística puede ser consultado en el Anexo 16, donde se encuentra disponible para su revisión y aplicación por parte de quienes participen en la gestión y promoción turística del municipio.

### Tarea 11. Capacitación a los actores involucrados pertinentes sobre el uso de la marca y la identidad visual.

La gestión de la identidad visual y el uso adecuado de la marca institucional son elementos fundamentales para fortalecer la imagen y la comunicación de cualquier municipio o entidad. En este contexto, la capacitación de los actores involucrados, tanto del sector público como del sector privado, resulta esencial para asegurar la correcta aplicación de los lineamientos gráficos y conceptuales definidos en el manual de marca. El proceso de capacitación no solo brindó herramientas técnicas, sino que también promovió la apropiación de la identidad visual, facilitando la coherencia y la profesionalización de la comunicación institucional y comercial.

Durante el desarrollo de la tarea 11, se llevaron a cabo instancias de formación dirigidas a dos públicos clave: por un lado, los representantes del municipio, responsables de implementar y supervisar el uso de la marca en la gestión pública; por otro, los prestadores gastronómicos distinguidos con el Sello Itzaingó de Calidad Gastronómica, quienes representan la excelencia local y proyectan la identidad del municipio hacia la comunidad y los visitantes. Estas capacitaciones, adaptadas a las necesidades y características de cada sector, permitieron no solo transmitir conocimientos técnicos, sino también generar espacios de intercambio y reflexión sobre la importancia de la marca como herramienta estratégica para el posicionamiento y la promoción de Itzaingó.

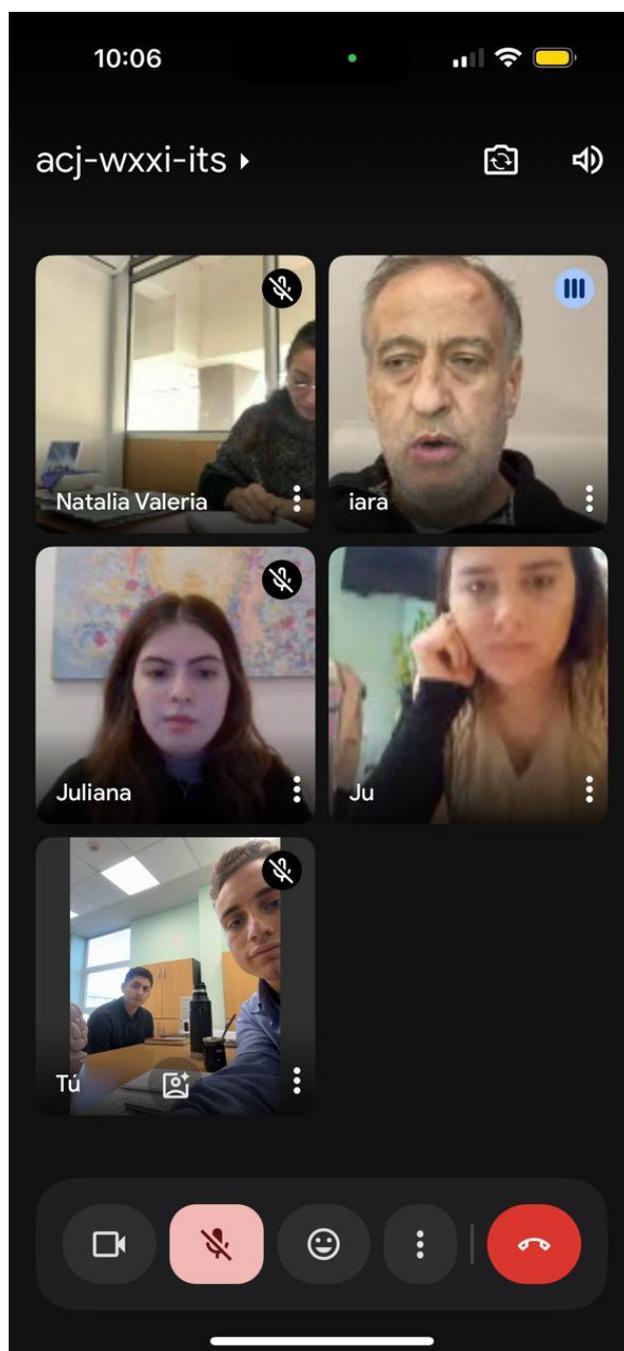
#### **Capacitación al Sector Público**

El día 29 de mayo se realizó una capacitación dirigida al sector público, enfocada en el uso adecuado de la marca y la identidad visual institucional. La actividad estuvo a cargo de Roberto Occhipinti y contó con la participación de los siguientes representantes del municipio: Nayalia, Valeria, Juliana, Franco, Julieta y Facundo.

- Modalidad: Virtual
- Duración: 2 horas
- Contenidos abordados:
  - Presentación del manual de marca

- Explicación y análisis de diferentes estrategias para el uso de la marca
- Articulación de la marca con la identidad institucional

Durante la capacitación, se promovió la comprensión integral del manual de marca, fomentando el análisis crítico sobre su aplicación y la importancia de mantener la coherencia visual en todas las comunicaciones del municipio.



**Imagen 23: Capacitación sobre la Marca Turística al sector público**

## Capacitación al Sector Privado

Por otra parte, el 01 de julio, se llevó a cabo una capacitación específica para el sector privado, dirigida a los prestadores distinguidos con el Sello Ituzaingó de Calidad Gastronómica. Esta instancia se realizó en el marco de la entrega de los resultados de la auditoría y estuvo a cargo de Nahuel Farberoff y Mauro Beltrami.

Restaurantes capacitados:

- La Gueya
- Padella
- Malcriado
- Sushiclub
- Gardenias

Modalidad: Presencial, durante la entrega de resultados de auditoría

Contenidos abordados:

- Entrega del manual de marca
- Explicación del propósito y características de la marca
- Instrucciones sobre el uso correcto del manual y su importancia para la identidad gastronómica local

A cada prestador se le entregó una copia del manual de marca con el agregado de la explicación (Anexo 17), asegurando así la correcta aplicación de la identidad visual en los establecimientos distinguidos.



**Imagen 24: Capacitación Marca Turística Sector privado. La Güeya**



**Imagen 25: Capacitación Marca Turística Sector privado. Gardenias**



**Imagen 26: Capacitación Marca Turística Sector privado. Sushi Club y Malcriado**



**Imagen 27: Capacitación Marca Turística Sector privado. Padella**

Estas acciones garantizan el cumplimiento de la tarea de capacitación a los actores involucrados, promoviendo la apropiación y el uso correcto de la marca tanto en el sector público como en el privado, y fortaleciendo la identidad institucional y gastronómica local.

## CAPÍTULO 4. PLATAFORMA DE TURISMO INTELIGENTE

En este capítulo se presentan las actividades y los resultados relacionados con el objetivo de diseñar e implementar una plataforma de turismo inteligente.

Para alcanzar este objetivo, se definieron cinco tareas específicas dentro del marco del proyecto, correspondientes a las tareas 12 a 16, que se detallan a continuación:

12. Relevamiento, análisis y clasificación de la oferta turística del destino.
13. Diseño de la plataforma de turismo.
14. Carga inicial de la información y entrenamiento del Chatbot con IA.
15. Implementación y puesta en marcha del software.
16. Capacitación al personal municipal.

En el siguiente enlace: <https://ituzaingo.ciceroneweb.com/home> se encuentra el resultado de todo el trabajo realizado. A continuación, se detallará cómo se diseñó la plataforma, la estrategia implementada para la carga de información, y el proceso de capacitación llevado a cabo. Se explicará a quiénes se capacitó, con el objetivo de que el proyecto deje como resultado una capacidad instalada en el municipio, conformada por personal con conocimientos sólidos en el mantenimiento y aprovechamiento de todas las herramientas de la plataforma. De este modo, se garantiza la sostenibilidad y el uso eficiente de la solución desarrollada, permitiendo al municipio gestionar y actualizar la información de manera autónoma y continua.

### Tarea 12: Relevamiento, análisis y clasificación de la oferta turística del destino

Para llevar adelante el relevamiento, análisis y clasificación de la oferta turística del destino, se definió una metodología basada en la recopilación de información directa de los actores involucrados. En este sentido, se estructuraron los siguientes pasos metodológicos:

1. **Creación de un archivo en Excel** con los campos necesarios para solicitar la información pertinente al municipio y a los actores locales. Este documento contiene las secciones necesarias para que la plataforma pueda identificar y clasificar la oferta turística en los siguientes rubros:
  - **Recursos Turísticos**
    1. Nombre del recurso
    2. Categoría
    3. Subcategoría
    4. Descripción
    5. Idioma
    6. Campos extra

7. Horarios
8. Duración (minutos)
9. Ubicación
10. Precio
11. Enlaces
12. Archivo Accesibilidad
13. Tipo de viajero
14. Etiquetas Alojamiento
15. Etiquetas Restauración
16. Etiquetas Estilo cocina
17. Etiquetas Recursos turísticos y ocio
18. Etiquetas Eventos
19. Etiquetas Transporte
20. Etiquetas Información y servicios
21. Etiquetas Sanitaria y de Emergencias

○ **Agenda Cultural**

1. Nombre del recurso
2. Fecha inicio evento
3. Fecha fin evento
4. Categoría
5. Subcategoría
6. Descripción
7. Capacidad Máxima (Inscripción al evento)
8. Moderador
9. Idioma
10. Campos extra
11. Horarios
12. Duración (minutos)
13. Ubicación
14. Precio
15. Campos extra
16. Enlaces
17. Archivo      Accesibilidad
18. Tipo de viajero
19. Etiquetas Alojamiento
20. Etiquetas Restauración
21. Etiquetas estilo cocina
22. Etiquetas Recursos turísticos y ocio
23. Etiquetas Eventos
24. Etiquetas Transporte
25. Etiquetas Información y servicios

## 26. Etiquetas sanitaria y de emergencias

- **Empresa Privada (Comercios)**
  1. Nombre del recurso
  2. Categoría
  3. Subcategoría
  4. Descripción
  5. Idioma
  6. Campos extra
  7. Horarios
  8. Duración (minutos)
  9. Ubicación
  10. Precio
  11. Campo extra
  12. Enlaces
  13. Ofertas
  14. Archivo Accesibilidad
  15. Tipo de viajero
  16. Etiquetas Alojamientos
  17. Etiquetas Restauración
  18. Etiquetas estilo cocina
  19. Etiquetas Recursos turísticos y ocio
  20. Etiquetas Eventos
  21. Etiquetas Transporte
  22. Etiquetas Información y servicios
  23. Etiquetas sanitaria y de emergencias
  
- **Rutas Preestablecidas**

Enlace: [https://docs.google.com/spreadsheets/d/10jCPxhLjQTyrMZKdD-pjXLcc7g74Q7Muo\\_ukENnf4\\_U/edit?gid=597921260#gid=597921260](https://docs.google.com/spreadsheets/d/10jCPxhLjQTyrMZKdD-pjXLcc7g74Q7Muo_ukENnf4_U/edit?gid=597921260#gid=597921260)

2. **Diseño de un Google Docs:** Además se diseñó un Google Docs para facilitar que los mismos establecimientos gastronómicos y otros actores locales sean responsables de completar la información sobre sus propios negocios y atractivos dentro del municipio.

Enlace: [https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfAvdBFgZF3G3tu-smNYu\\_50ihR3bMn4PAZtYvENwOlBU15mw/viewform?usp=header](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfAvdBFgZF3G3tu-smNYu_50ihR3bMn4PAZtYvENwOlBU15mw/viewform?usp=header)

Se avanzó con la carga inicial de datos de la agenda cultura, recursos turísticos y establecimientos gastronómicos, mediante una estrategia combinada de autogestión y asistencia directa. En el anexo 18 obra el listado de establecimientos gastronómicos comunicado por la Municipalidad. El municipio completó parte de la información solicitada a través de un formulario de Google Forms y el resto fue gestionado vía WhatsApp y reuniones presenciales. Gran parte del contenido turístico fue obtenido mediante búsquedas en internet por parte del equipo de implementación, con el objetivo de ampliar la cantidad de datos disponibles.

### Tarea 13: Diseño de la plataforma de turismo

Se completaron exitosamente los trámites contractuales con el Instituto Ciudades del Futuro de la Fundación Ciudad de La Plata, representantes en Argentina de la empresa iUrban – Cicerone y se formalizó la creación de una instancia de la plataforma en sus servidores para el municipio de Ituzaingó. La instancia quedó disponible operativamente a partir de la semana del **17 de febrero de 2025**. En el Anexo 19 se encuentra el documento que establece el alcance del contrato de la plataforma.

#### **Estado actualizado:**

Se configuró la plataforma con los siguientes elementos:

- Página de inicio con apartados definidos:
  - Eventos
  - Agenda
  - Gastronomicos
  - Patrimonio
  - Cultural
  - Deportivo
- Incorporación del logotipo adaptado según requerimientos del municipio.
- Banner visual creado a partir de videos de Ituzaingó editados para la identidad visual.

## Agenda de Eventos

**Agenda >>**

ABR 2025 >

L	M	X	J	V	S	D
ABR						
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30				

**No hay eventos para el día seleccionado. Mostrando próximos eventos...**

**Ciclo Arte en el Museo**

17/04/2025  
De 18:00 a 20:00  
Gral. Félix Olazábal 855, 81714F2M Ituzaingó, Provincia de Buenos Aires, Argentina

¡Hola! ¿Cómo puedo ayudarte?

- Generación de la página de inicio con los apartados definidos.

**Eventos >>**

**Ciclo Arte en el Museo**

**Ciclo Musical en la Peatonal**

**Ciclo Jazz y Funk**

**ITUCUMBIA**

¡Hola! ¿Cómo puedo ayudarte?

**Gastronomicos >>**

**ITUZAINGO PLAZA**

**Kansas Parque Leloir**

**Patrimonio >>**

**Polideportivo La Torcaza**

**Torre Santa Rosa**

**Obelisco de Ituzaingó**

**Gimnasio y Esgrima de Ituzaingó (GEI)**

¡Hola! ¿Cómo puedo ayudarte?

- Incorporación de logotipos y su adaptación según los requerimientos del cliente, junto con el desarrollo de un banner visual para la página principal, creado a partir de videos de Itzaingó obtenidos en línea y editados para integrarse con la identidad visual.



## Información y Configuración

- Creación de categorías, subcategorías y etiquetas relevantes para el destino.

Nombre	Clientes	Tipo de propietario	Creado	Actualizado	Acciones
Patrimonio	Itzaingó	Cliente	16/07/2024 12:34	14/11/2024 13:33	
Gastronomicos	Itzaingó	Cliente	16/07/2024 12:29	03/04/2025 00:49	
Alojamientos	Itzaingó	Cliente	16/07/2024 12:02	14/11/2024 14:19	
MICE	Itzaingó	Cliente	16/07/2024 11:55	03/04/2025 01:31	
Naturaleza	Itzaingó	Cliente	16/07/2024 11:52	03/04/2025 01:31	

Panel de inicio

**Gestión de contenidos**

- Estructura principal
- Editor Visual
- Editor Administrador
- Categoría
- Subcategoría**
- Etiquetas
- Tipo de viajero
- Inventario de contenidos
- Agenda y eventos
- Guías y folletos

### Subcategoría

+

Cientes  Categorías

Nombre	Categoría	Cientes	Creado	Actualizado	Acciones
Hotel Rural	Alojamientos	Ituzaingo	16/07/2024 12:24	03/04/2025 01:31	
Hotel Boutique	Alojamientos	Ituzaingo	16/07/2024 12:23	03/04/2025 01:31	
Hotel	Alojamientos	Ituzaingo	16/07/2024 12:22	03/04/2025 01:31	
Hostal	Alojamientos	Ituzaingo	16/07/2024 12:19	03/04/2025 01:31	
Casa o vivienda rural	Alojamientos	Ituzaingo	16/07/2024 12:18	03/04/2025 01:31	

5 Items por página < 1 ... 22 **23** 24 ... 32 >

Cicerone es un producto desarrollado por iUrban. Para más información visita [www.iurban.es/cicerone](http://www.iurban.es/cicerone)

## Puntos de Interes

### Plaza San Martín

**Llévatelo a tu móvil**




**Descripción**

Bustos de José de San Martín, Juan Domingo Perón, Eva Perón, Hipólito Yrigoyen y Juan Manuel de Rosas; el monolito homenaje a Felipe Vallese; la Fuente de los sapitos; el homenaje a los cóndores de Rivero; el Arco de Malvinas; el Monumento a los Cientos de Kilómetros a Malvinas; el Monumento a las Baldosas de la Memoria. Allí funcionan las ferias de emprendedores y de antigüedades.

¡Hola! ¿Cómo puedo ayudarte?

## Funcionalidades Adicionales

- Configuración de campañas de registro automatizadas, enviadas por correo electrónico cuando el usuario genera una ruta personalizada en la plataforma.

#### Tarea14: Carga inicial de la información y entrenamiento del Chatbot

La responsabilidad de reunir y sistematizar la información detallada de cada prestador del distrito fue asumida por la Municipalidad. Para facilitar este proceso, se elaboró un formulario de Google Forms cuyo enlace fue remitido a la Municipalidad, con el objetivo de que esta lo reenviara a todos los prestadores gastronómicos del distrito. La finalidad principal era que la primera carga de datos se realizara a través de una migración masiva, optimizando así la recolección y el procesamiento inicial de la información.

#### Proceso de Recolección de Datos:

- El cuestionario estuvo disponible para ser completado durante un período de tres meses.
- Desde el momento en que se habilitó el formulario hasta la fecha límite de respuesta, la Municipalidad realizó más de cuatro recordatorios a los prestadores, solicitando la información requerida.
- Este seguimiento activo buscó maximizar la participación y asegurar la integridad de los datos recopilados.

La cantidad de datos cargados en la plataforma está directamente vinculada al alcance y efectividad del uso del chatbot. Cuanta mayor y más completa sea la información disponible sobre los prestadores y sus actividades, más eficiente y útil

será la interacción de los usuarios con el chatbot, permitiendo respuestas precisas y recomendaciones personalizadas.

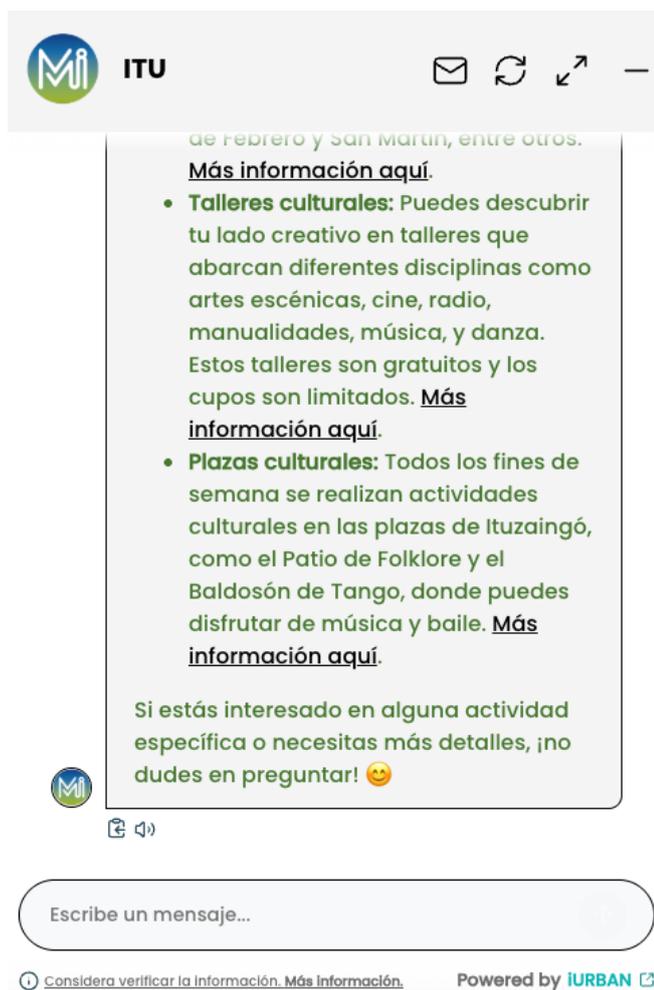
Actualmente, la plataforma concentra toda la información relacionada con las actividades y eventos del municipio. Respecto a los prestadores gastronómicos, de un total de 115 identificados en el distrito, se ha logrado migrar la información de 23 de ellos.

Si bien se recomienda continuar trabajando en la incorporación de más prestadores, la base de datos ya cargada consolida un recurso valioso que permitirá una mejor gestión, promoción de la oferta local y un mayor aprovechamiento de las funcionalidades del chatbot.

Se realizó el entrenamiento del chatbot con la información provista por el municipio, lo que permitió activar respuestas orientadas al turista.

Además, se realizó un relevamiento de información complementaria para los puntos de interés cuya información resultaba errónea, incompleta o desactualizada, junto con la búsqueda e integración de imágenes para cada uno de ellos.

Cada vez que se integren nuevos contenidos o se actualicen los ya existentes, será necesario realizar un nuevo entrenamiento del chatbot. Esta tarea se considera continua y esencial para asegurar que la información brindada al turista se mantenga actualizada y precisa. El equipo del municipio ya cuenta con esa capacitación para poder realizarlo.



de Febrero y San Martín, entre otros.

**Más información aquí.**

- **Talleres culturales:** Puedes descubrir tu lado creativo en talleres que abarcan diferentes disciplinas como artes escénicas, cine, radio, manualidades, música, y danza. Estos talleres son gratuitos y los cupos son limitados. **Más información aquí.**
- **Plazas culturales:** Todos los fines de semana se realizan actividades culturales en las plazas de Ituzaingó, como el Patio de Folklore y el Baldosón de Tango, donde puedes disfrutar de música y baile. **Más información aquí.**

Si estás interesado en alguna actividad específica o necesitas más detalles, ¡no dudes en preguntar! 😊

Escribe un mensaje...

Considera verificar la información. Más Información. Powered by IURBAN

### Tarea 15: Implementación y puesta en marcha del software

La plataforma “Planificador Inteligente” ha sido implementada con éxito y actualmente se encuentra operativa. El sistema fue configurado, adaptado a las necesidades del Municipio de Ituzaingó y puesto en marcha de manera efectiva, permitiendo a los usuarios acceder a información actualizada sobre el destino turístico.

La herramienta está disponible para su uso público a través del siguiente enlace:  
<https://ituzaingo.ciceroneweb.com/home>

### Actividad 16: Capacitación al personal municipal

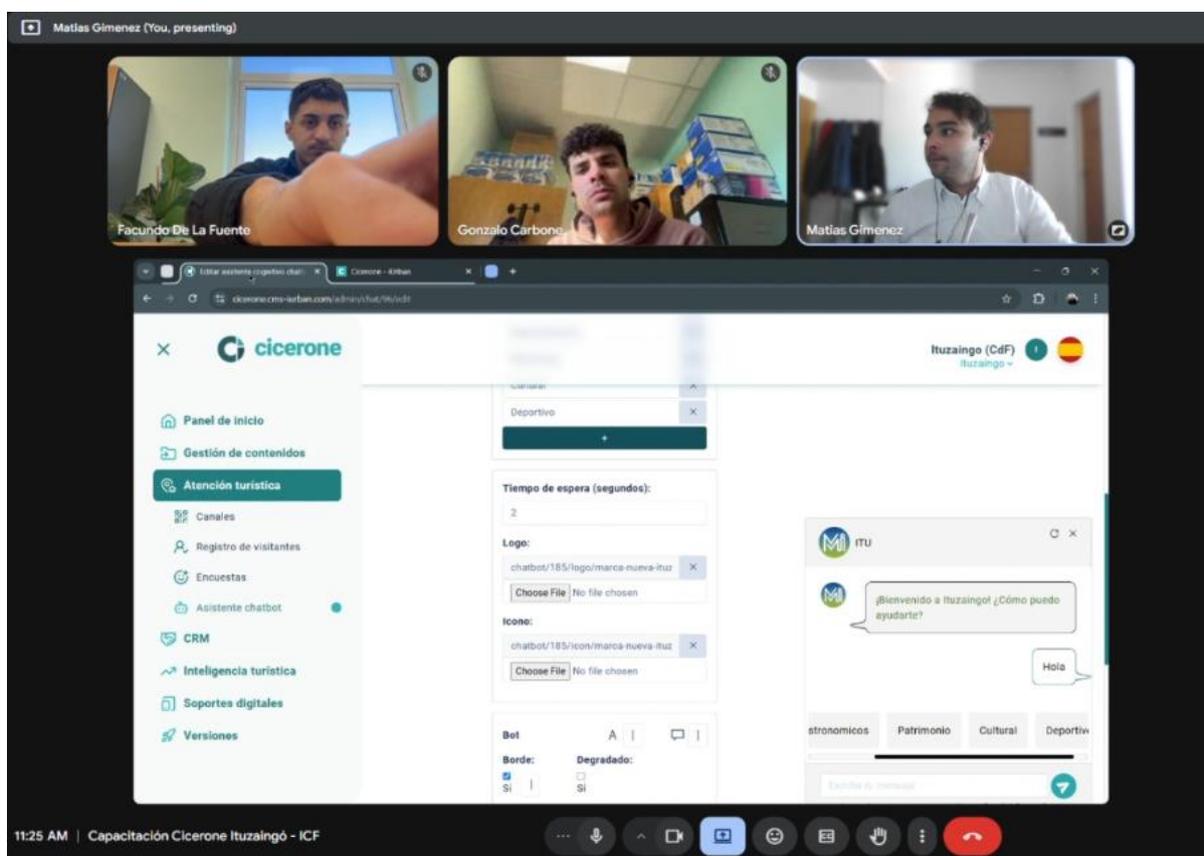
El equipo designado por la Municipalidad de Ituzaingó ha sido debidamente capacitado para el uso de la herramienta y cuenta con permisos de administrador. Esto les permite acceder a todas las funcionalidades disponibles, incluyendo la carga y edición de contenidos, gestión de eventos, monitoreo de estadísticas y actualización

de información en tiempo real. De este modo, el municipio posee autonomía total para operar y administrar la plataforma según sus necesidades.

Participaron de la capacitación:

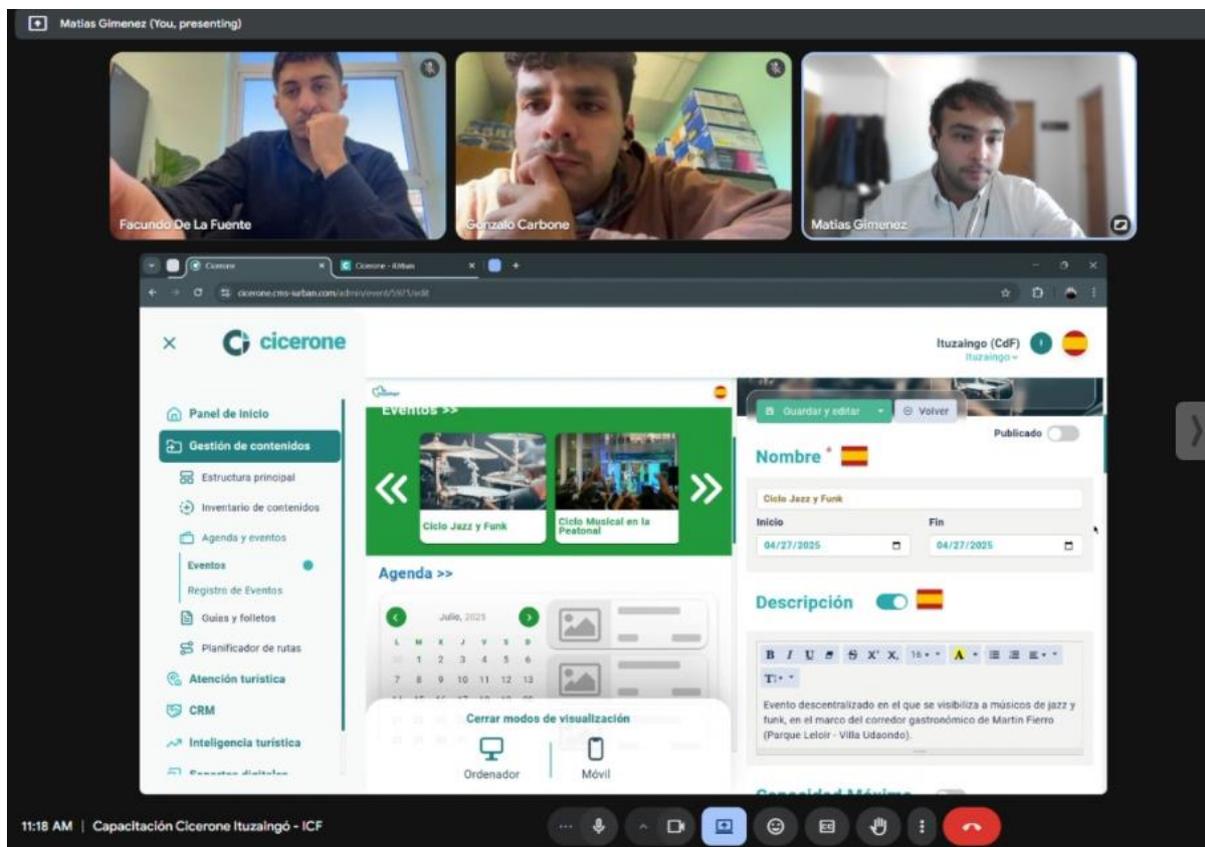
Nombre y Apellido	Cargo
Gonzalo Carbone	Integrante de la oficina de prensa del Municipio de Itzaingó
Facundo De la Fuente	Integrante de la dirección de habilitaciones del Municipio de Itzaingó
Matías Giménez	Líder de proyecto

Como parte del proceso de implementación del “Planificador Inteligente” en el Municipio de Itzaingó, se llevó a cabo una jornada integral de capacitación dirigida al equipo técnico y al personal responsable de la gestión de contenidos. El objetivo fue garantizar la autonomía operativa del municipio en la actualización y administración de la plataforma. La capacitación se estructuró en torno a los siguientes módulos clave:



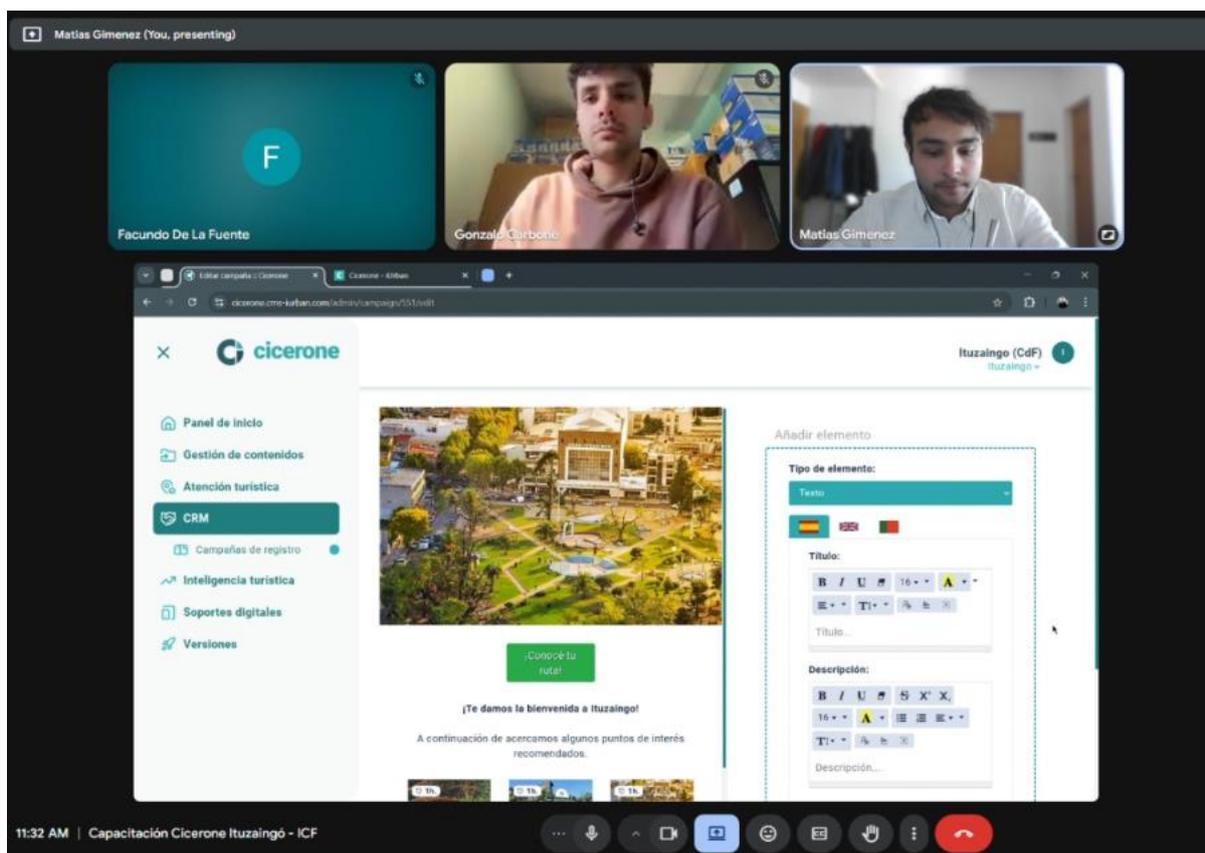
**Imagen 28: Registro de capacitación sobre la plataforma de turismo inteligente 1**

**Módulo Chatbot:** Se capacitó al equipo en la configuración y mantenimiento del chatbot turístico, una herramienta diseñada para brindar asistencia automática a los visitantes y las buenas prácticas para mejorar la experiencia conversacional. Además, se explicó cómo interpretar las métricas de uso para optimizar el contenido en función de las consultas más frecuentes.



**Imagen 29: Registro de capacitación sobre la plataforma de turismo inteligente 2**

**Módulo Eventos:** El equipo fue capacitado para incorporar eventos culturales, deportivos y sociales a la plataforma. Se explicó cómo registrar fechas, horarios, descripciones, imágenes y ubicaciones, así como cómo destacar los eventos activos y próximos. Este módulo es clave para dinamizar la agenda del destino y fomentar la participación tanto de visitantes como de residentes.



**Imagen 30: Registro de capacitación sobre la plataforma de turismo inteligente 3**

**Módulo Campañas/Mailing:** Se enseñó el uso del módulo de generación de campañas y envío de mailing, que permite destacar contenidos estratégicos dentro de la plataforma de cara al turista. El equipo aprendió a crear y gestionar mails, asociarlos a rutas, eventos o puntos de interés, y programar su aparición en fechas específicas. También se ofrecieron recomendaciones para maximizar su impacto visual y comunicacional.

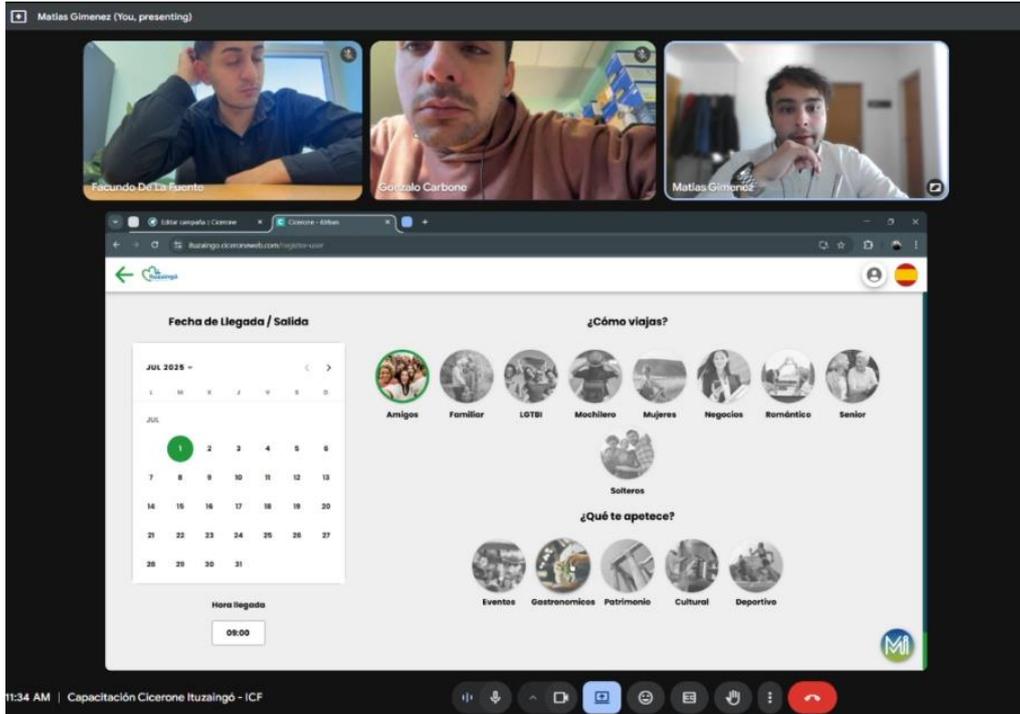
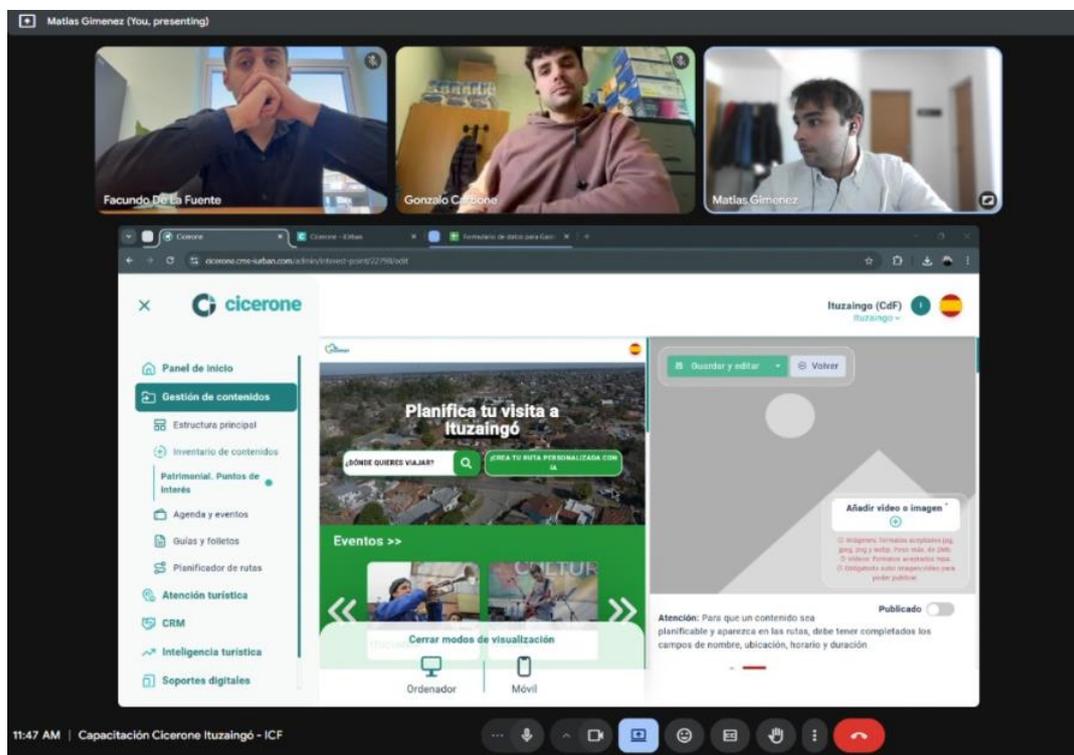


Imagen 31: Registro de capacitación sobre la plataforma de turismo inteligente 4



Imagen 32: Registro de capacitación sobre la plataforma de turismo inteligente 5

**Módulo Rutas:** Se entrenó al personal en la creación de circuitos temáticos o geolocalizados dentro del municipio. Se explicó cómo agrupar puntos de interés en recorridos, asignar descripciones, imágenes, tiempos estimados y categorías, permitiendo así ofrecer al visitante propuestas personalizadas para descubrir el destino de manera autónoma.



**Imagen 33: Registro de capacitación sobre la plataforma de turismo inteligente 6**

**Carga de puntos de interés:** Se brindaron instrucciones detalladas sobre cómo cargar, editar y eliminar puntos de interés turístico dentro de la plataforma. Esto incluyó el uso del formulario de carga, la incorporación de imágenes, descripciones, horarios de atención, ubicación geográfica y categorización. Se hizo hincapié en la importancia de mantener esta información actualizada para mejorar la experiencia del usuario.

Link de la capacitación:

[https://drive.google.com/drive/folders/1ms60CNcUaN6sc2uo3uMR8qbt0tTp0ft0?usp=drive\\_link](https://drive.google.com/drive/folders/1ms60CNcUaN6sc2uo3uMR8qbt0tTp0ft0?usp=drive_link)

## CAPÍTULO 5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El Programa de Desarrollo Turístico de Itzaingó se orientó al diseño y ejecución de tres iniciativas clave: la implementación de un Sello de Calidad para el sector gastronómico, la creación de una marca turística distintiva y el desarrollo de una plataforma de turismo inteligente. Este capítulo presenta, en primer término, una visión general sobre el proceso de desarrollo turístico en Itzaingó, resaltando los resultados alcanzados en el marco del programa.

A continuación se presentan consideraciones generales derivadas del trabajo realizado, seguidas de un análisis específico de cada uno de los productos desarrollados, evaluando su impacto, alcance y contribución a la consolidación de Itzaingó como destino turístico. Finalmente, se incluyen reflexiones sobre la importancia de mantener y fortalecer estas políticas a lo largo del tiempo, con el objetivo de asegurar que los beneficios del turismo se traduzcan en mejoras sostenibles para la experiencia de los visitantes y en un desarrollo equilibrado para toda la comunidad local.

El trabajo realizado fue exitoso, y gran parte de este logro se debe a la articulación mantenida entre el equipo técnico y la contraparte municipal. En este sentido, se trabajó principalmente en coordinación con la Secretaría de Gobierno y la Secretaría de Desarrollo Productivo, extendiéndose posteriormente a las áreas de comunicación, cultura y sistemas. No obstante, es importante resaltar que actualmente el municipio no cuenta con un área específica de turismo. Por ello, la primera recomendación es definir, a corto plazo, un área encargada de la gestión de los procesos vinculados al desarrollo turístico y a la implementación de las políticas definidas. En relación con la conformación de esta nueva área, se considera fundamental determinar el rango jerárquico que tendrá dentro de la estructura municipal, así como definir la dotación de personal necesaria para su funcionamiento. Resulta esencial que, previamente a estas definiciones, se establezcan de manera clara las competencias y atribuciones que le serán asignadas. Asimismo, es imprescindible que el equipo de trabajo cuente con al menos un profesional con formación específica en turismo, o bien una persona idónea en la materia, que posea la capacidad de articular eficazmente con los diferentes actores involucrados.

El éxito del desarrollo turístico de un destino depende, en gran medida, de la experiencia que vive el visitante durante su estadía. No se trata únicamente de contar con atractivos naturales o culturales o eventos y reuniones, sino de lograr que cada visitante que llega al lugar, por el motivo que sea, se sienta bien recibido, atendido y valorado. Cuando la experiencia es positiva, el visitante no solo tiende a regresar, sino que también se convierte en un promotor del destino, recomendándolo a otros y generando un impacto directo en la economía local.

En este contexto, el diseño e implementación de un sello de calidad en el sector gastronómico surge como una herramienta clave para fortalecer esa experiencia. Este sello tiene como objetivo principal brindar a los prestadores gastronómicos una guía de trabajo centrada en el cliente, que les permita identificar sus necesidades, responder a ellas de manera efectiva y, en lo posible, superar sus expectativas. La calidad en el servicio, especialmente en un sector tan sensible como el gastronómico, es fundamental para construir una imagen positiva del destino y garantizar que la experiencia del turista sea integral.

La encuesta de satisfacción realizada a los prestadores que ya implementaron el sello demostró el éxito del programa. Las respuestas reflejaron que consideran esta herramienta útil para la gestión de sus emprendimientos y valoran positivamente la iniciativa impulsada por el gobierno municipal. Esta percepción confirma que el sello no solo mejora la calidad del servicio, sino que también fortalece la relación entre el sector privado y el ámbito público, generando un compromiso conjunto con la mejora continua.

A partir de estos resultados, se considera importante extender la implementación del sello a otros prestadores, con el objetivo de alcanzar a todos los corredores gastronómicos del destino. Esta expansión permitiría consolidar un estándar de calidad que beneficie a todo el sector y eleve la experiencia general del visitante.

Asimismo, se recomienda avanzar en acciones de capacitación orientadas a la calidad turística, tanto para los responsables de los emprendimientos como para el personal de contacto. Contar con equipos formados en atención al cliente y en buenas prácticas de servicio es fundamental para garantizar una experiencia coherente y satisfactoria en todos los niveles. Apostar por la calidad es apostar por el crecimiento sostenible del destino.

La creación de la marca turística de Ituzaingó fue el resultado de un proceso complejo y estratégico, impulsado por el gobierno municipal con un objetivo claro: contar con una herramienta que permitiera captar la demanda turística sin perder la conexión con la identidad local y con los valores de la gestión. Lejos de ser una acción aislada o meramente estética, el desarrollo de la marca implicó un trabajo articulado que incluyó instancias de diagnóstico, análisis del territorio, identificación de atributos diferenciales y definición de un relato que represente auténticamente a la ciudad.

La marca busca sintetizar lo que Ituzaingó es y lo que aspira a ser como destino turístico. El resultado es una identidad visual y conceptual que no solo apunta a atraer visitantes, sino también a fortalecer el sentido de pertenencia de la comunidad y a posicionar al municipio en un mercado turístico cada vez más competitivo.

No obstante, contar con una marca turística es solo el primer paso. Lo verdaderamente importante es cómo se la utiliza. Una marca, por sí sola, no genera resultados si no está acompañada por una estrategia de comunicación clara, sostenida y coherente. En este sentido, el desafío actual para el gobierno local es diseñar e implementar acciones concretas que permitan visibilizar la marca, posicionarla en distintos públicos y generar experiencias que la respalden.

Es fundamental definir objetivos, públicos meta, canales de difusión y mensajes clave, así como promover la participación del sector privado y de la ciudadanía en su promoción. La marca debe ser gestionada de forma activa, con campañas promocionales, presencia en ferias, generación de contenidos digitales y acciones que la mantengan vigente y cercana.

En definitiva, la marca turística de Ituzaingó es una herramienta estratégica que refleja la identidad del municipio. Su verdadero valor dependerá del compromiso institucional para convertirla en motor de desarrollo turístico y orgullo de la comunidad local.

Por último, es fundamental destacar que la plataforma de turismo inteligente representa una herramienta de comunicación, promoción y gestión de datos de vanguardia a nivel mundial. Su alcance es realmente significativo, ya que permite potenciar la visibilidad y la competitividad del destino.

Sin embargo, es importante recordar que, como toda herramienta, su verdadero valor depende del uso que se le dé. En este contexto, Ituzaingó ya ha avanzado al definir su marca turística y su identidad, integrándolas plenamente en la plataforma. El desafío actual radica en “llenar la herramienta”, es decir, lograr que todos los prestadores de servicios, especialmente los del sector gastronómico, incorporen sus datos y propuestas en la plataforma.

El municipio ya cuenta con personal capacitado para operar y administrar esta herramienta, lo que constituye una base sólida para avanzar. Ahora, el paso siguiente es definir una estrategia efectiva para captar y registrar la información de los prestadores que faltan, asegurando así la actualización y la riqueza de la oferta local.

Además, se recomienda vincular el dominio de la plataforma a la web oficial del municipio, lo que permitirá articular campañas de marketing digital de manera más eficiente y coordinada. De este modo, se maximizan las oportunidades de promoción y se facilita el acceso a la información tanto para turistas como para los propios actores locales, consolidando a Ituzaingó como un destino innovador y preparado para los desafíos del turismo actual.

En el cierre de este proyecto, corresponde resaltar el firme compromiso asumido por la Municipalidad de Ituzaingó, encabezada por el Intendente y acompañado por cada funcionario y trabajador municipal, quienes han demostrado dedicación, compromiso y profesionalismo en cada etapa del proceso. Asimismo, es fundamental reconocer el aporte constante de los prestadores locales, cuya participación activa ha sido clave para el desarrollo del proyecto.

El acompañamiento del Consejo Federal de Inversiones (CFI) resultó esencial, permitiendo articular recursos y conocimientos estratégicos que facilitaron la definición y el ajuste de los aspectos necesarios durante la implementación.

Para el Foro de Profesionales en Turismo, participar en esta iniciativa representó una oportunidad muy importante, alineada con los objetivos de la Asociación. Nuestra contribución, basada en la experiencia técnica y el trabajo colaborativo, refuerza la importancia de la cooperación interinstitucional para fortalecer el turismo local y avanzar hacia destinos inteligentes y sostenibles.

## CAPÍTULO 6. ANEXOS

Este capítulo presenta los anexos correspondientes al trabajo. Algunos de estos anexos se incluyen directamente en el cuerpo de este documento, mientras que otros están alojados en una carpeta de Google Drive.

Cada anexo disponible en el Drive cuenta con la identificación de su ruta específica al documento correspondiente. Sin embargo, si desean acceder a la carpeta completa de anexos, pueden hacerlo a través del siguiente enlace:

[https://drive.google.com/drive/folders/1f4fbD537xfHxcl-TD6yh\\_etMs\\_H6GV5U?usp=sharing](https://drive.google.com/drive/folders/1f4fbD537xfHxcl-TD6yh_etMs_H6GV5U?usp=sharing)

### **Anexo 1 – Cuestionario para involucrados.**

#### **Introducción:**

El presente cuestionario tiene como objetivo recabar información valiosa para el Programa de Desarrollo Turístico del Municipio de Ituzaingó.

#### **Cuestionario para el sector gastronómico del Municipio de Ituzaingó.**

En el marco del diseño de políticas locales orientadas a incentivar el desarrollo productivo y mejorar la competitividad de las empresas locales, la Secretaría de Desarrollo Productivo y la Secretaria de Gobierno de la Municipalidad de Ituzaingó está trabajando en un programa de calidad para el sector gastronómico. Este cuestionario tiene como objetivo conocer su opinión sobre el abordaje de la calidad e inocuidad en la prestación de servicios gastronómicos. Sus respuestas serán fundamentales para diseñar iniciativas que fortalezcan el sector y posicionen a Ituzaingó como un destino turístico destacado por su oferta gastronómica. El cuestionario le llevará menos de 5 minutos y será de gran utilidad.

#### **Cuestionario**

5. ¿Implementa en su organización algún tipo de herramienta de calidad, como por ejemplo alguna norma técnica como la ISO 9001 o la ISO 22000, u otra?
  - Si

- No

Si la respuesta es *Si*, especifique cuál: \_\_\_\_\_

El objetivo de esta pregunta es identificar si la organización implementa herramientas o normas de gestión de calidad, como la ISO 9001 o la ISO 22000, u otras equivalentes. Esto permite conocer el nivel de compromiso de la organización con la mejora continua y la estandarización de procesos, así como obtener información relevante sobre las certificaciones existentes. Además, facilita el análisis de buenas prácticas y la identificación de oportunidades para fortalecer la calidad de los servicios ofrecidos dentro del sector evaluado, contribuyendo así a la toma de decisiones estratégicas.

6. Entendiendo que la cultura de la calidad hace referencia a abordar acciones coordinadas desde la organización para satisfacer las necesidades y expectativas del cliente, ¿considera importante el abordaje de la calidad en las organizaciones que prestan servicios gastronómicos?

- Si
- No

Explique ¿por qué?: \_\_\_\_\_

El propósito de esta pregunta es conocer la percepción sobre la importancia de la calidad en las organizaciones gastronómicas, identificando si existe conciencia sobre su impacto en la satisfacción del cliente y el éxito del negocio. Permite evaluar si los actores consideran relevante implementar acciones coordinadas para mejorar el servicio, lo que resulta fundamental para la competitividad, la fidelización de los clientes y la mejora continua dentro del sector gastronómico, y medir el grado de aceptación que puede existir para la implementación del Sello Ituzaingó de Calidad Gastronómica, y así diseñar las mejores estrategias de abordaje en territorio.

7. ¿Estaba en conocimiento que desde el gobierno municipal se está trabajando en el diseño de un programa de calidad local para el sector gastronómico, con el objetivo de mejorar la competitividad del sector y así posicionar a Ituzaingó como un destino turístico desde su oferta gastronómica?

- Si
- No

El objetivo de esta pregunta es medir el grado de conocimiento del sector con respecto al proyecto.

8. ¿Está de acuerdo con este tipo de iniciativa?

- Si
- No

El objetivo de esta pregunta es medir el grado de aceptación que puede generar la implementación del proyecto en sector gastronómico.

## **Anexo 2 – Sello Ituzaingó de calidad gastronomica**

En este apartado se presentan el documento con el conetenido del Sello Ituzaingó de Calidad Gastronómica. El documento con formato para su difusión se puede consultar en el siguiente enlace:

[https://drive.google.com/file/d/1F4rJvKhbL6B2v0J1A4sQMbpx8ba5Q9i-/view?usp=drive\\_link](https://drive.google.com/file/d/1F4rJvKhbL6B2v0J1A4sQMbpx8ba5Q9i-/view?usp=drive_link)

### **SELLO ITUZAINGÓ DE CALIDAD GASTRONÓMICA**

**Referencial de requisitos para restaurantes**

**Versión 1, edición 2025**

## ÍNDICE

- **Prefacio**
- **Introducción**
  
- **Capítulo 1. Objeto y campo de aplicación**
- **Capítulo 2. Documentos de referencia para el RF**
- **Capítulo 3. Conceptos y definiciones**
- **Capítulo 4. Contexto**
- **Capítulo 5. Planificación**
- **Capítulo 6. Procesos y actividades**
- **Capítulo 7. Evaluación del desempeño**
- **Capítulo 8. Mejora**
  
- **Anexo 1 (normativo): Requisitos adicionales incorporados en la normativa local**
- **Anexo 2 (informativo): Proceso de implementación y evaluación de la conformidad**
- **Anexo 3 (informativo): Protocolo para la actualización y el mantenimiento de las distinciones**
- **Anexo 4 (informativo): Planilla de evaluación del RF**
- **Anexo 5 (informativo): Equipo de revisión y validación del RF**

## **Prefacio**

El presente documento técnico, denominado referencial técnico (RF), corresponde al “Sello Ituzaingó de calidad turística”, el cual fue elaborado en el marco de un acuerdo de cooperación técnico profesional entre la Municipalidad de Ituzaingó, provincia de Buenos Aires, y la Asociación Civil Foro de Profesionales en Turismo. Fue impulsado por el Intendente Municipal Pablo Descalzo, cuya gestión busca fortalecer la capacidad de gestión de los establecimientos gastronómicos del distrito.

En este sentido, el RF se organiza en capítulos que agrupan diferentes temáticas propuestas para ser abordadas por las organizaciones gastronómicas del Partido.

El RF comienza con una introducción, donde se plantean los fundamentos del “Sello Ituzaingó de calidad turística”. Posteriormente, se desarrollan los capítulos 1 al 3, que plantean el objeto y campo de aplicación, las referencias normativas y la terminología aplicable al RF.

Luego, los capítulos del 4 al 8 son normativos, estableciendo los lineamientos que deben cumplir voluntariamente las organizaciones gastronómicas. En cada uno de estos capítulos, se exponen los requisitos que deben cumplirse junto con una explicación complementaria que establece recomendaciones o directrices para facilitar la aplicación de dichos requisitos.

A estos se suman los requisitos puntuales establecidos en el anexo 1, incorporados en ordenanzas municipales del Partido de Ituzaingó.

Por último, los anexos 2 al 6 son de carácter informativo, planteando aclaraciones metodológicas e institucionales.

## **Introducción**

### **Ituzaingó y la calidad turística**

El Partido de Ituzaingó, ubicado en el Área Metropolitana de Buenos Aires (AMBA), presenta una serie de ventajas competitivas para el desarrollo de la actividad turística por tres razones fundamentales.

En primer lugar, su localización y sus redes de conectividad. El distrito está ubicado en la zona oeste del AMBA, a 30 km. de la Ciudad de Buenos Aires. Lo atraviesa la autopista Acceso Oeste, conectándolo con la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y con todos los destinos que se encuentran en el corredor oeste de la Provincia Buenos Aires (como Mercedes, Lujan y el resto de los destinos ubicados por la RN N° 5, y San Andrés de Giles, San Antonio de Areco y demás destinos ubicados en el corredor de la RN N°7). Asimismo, también lo atraviesa la Autopista Camino del Buen Ayre, siendo otra opción para conectar con la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y con todos los municipios de la zona Norte de la Provincia de Buenos Aires (como Tigre, Pilar, San Isidro, Vicente López, entre otros).

En segundo lugar, sus recursos culturales y naturales pasibles de activarse como elementos incentivadores del turismo. Ituzaingó es conocido por sus espacios verdes, destacándose Parque Leloir, una zona ecológicamente protegida de las más importantes de la Provincia de Buenos Aires. Esto hace que sea conocido como “El Jardín del Oeste”. Además de sus atractivos naturales y paisajísticos, hay aspectos culturales que se destacan: como La casa museo Bernardo Houssay, la Galería de Arte de Ituzaingó y las obras del Arquitecto Rubén Díaz ( la Torre Eiffel y el Coliseo Romano, entre otros).

Por último, el crecimiento sostenido de los eventos programados durante los últimos años. El distrito fue sede de diferentes eventos, incluyendo congresos, ferias, reuniones, campañas publicitarias, eventos deportivos, entre otros. La remodelación y puesta en valor del Cine Teatro Ituzaingó, los espacios de reuniones privados y el buen estado y mantenimiento de los espacios públicos del municipio, son una fortaleza para que el Partido sea elegido por organizaciones públicas y privadas para llevar adelante sus eventos.

Los aspectos anteriormente mencionados facilitaron el desarrollo de varios corredores gastronómicos y turísticos en el partido. Entre estos, cabe destacar a:

- a) El corredor de Parque Leloir, cuya arteria principal es la Calle Martin Fierro, pero también incluye la colectora norte y sur de la Autopista del oeste; el corredor gastronómico de Santa Rosa.

b) El corredor gastronómico Ituzaingó Centro y Sur.

Un gran porcentaje de las personas que visitan y consumen servicios gastronómicos, de entretenimiento u otros, no son residentes de Ituzaingó. En la misma línea, si bien la mayoría de los prestadores de servicios están vinculados exclusivamente con la actividad gastronómica, también hay otros servicios que se ofrecen a los que visitan y consumen en los corredores gastronómico-turísticos. Por lo cual, el fortalecimiento de la calidad de la oferta gastronómica es una estrategia orientada a promover a Ituzaingó como destino turístico del AMBA.

### **Importancia del Sello Ituzaingó de calidad gastronómica**

El presente Sello Ituzaingó de calidad gastronómica, se enmarca en los principios de la Ley Nacional de Turismo n° 25.997 enunciados en el artículo 2. Los puntos destacados de este apartado legal se pueden sintetizar inicialmente considerando que el turismo es un derecho social y económico de las personas, y que contribuye al desarrollo integral y a la revalorización de la identidad de las comunidades. En este sentido, los lineamientos de los programas de fortalecimiento turístico en los municipios del AMBA deben adoptar al desarrollo sustentable como paradigma, buscando mejorar la calidad, competitividad y accesibilidad de la oferta a fin de satisfacer la demanda nacional e internacional.

La aplicación del sello gastronómico constituye una referencia para otros sectores que aportan solidariamente a la cadena de valor de los corredores turístico-gastronómicos de Ituzaingó, incidiendo en su competitividad y en la calidad de la experiencia para vecinos y visitantes.

El sello se estructura a partir de un manual o referencial que aborda, en un idioma sencillo y directo, aquellos aspectos de la operación diaria de un restaurante que deben planificarse, llevarse a cabo, controlarse y eventualmente mejorarse para asegurar la calidad de los productos y servicios, el cuidado del ambiente y la mejora del prestigio del negocio.

El “Sello Ituzaingó de calidad gastronómica” es una distinción que logran los restaurantes que implementan el presente referencial o modelo de calidad gastronómica. El sello se ha ideado para que, quienes lo logran, evidencien ante vecinos, visitantes y turistas, su esfuerzo y dedicación a la mejora de la experiencia gastronómica.

El “Sello Ituzaingó de calidad gastronómica” se basa en herramientas técnicas validadas para la gestión organizacional, como lo son las normas técnicas internacionales ISO, normas nacionales IRAM, los modelos metodológicos del Sistema Argentino de Calidad Turística y los antecedentes de referenciales y sellos

provinciales y municipales. Se ha dado especial atención a los que fueron diseñados por la Asociación Civil Foro de Profesionales en Turismo, los cuales son mencionados en el capítulo 2 del presente documento.

### **Enfoques adoptados por el Sello Ituzaingó de calidad gastronómica**

El referencial del sello incorpora al enfoque basado en procesos, el cual hace eje en la interacción eficiente y eficaz de los diferentes tipos de procesos que interactúan (tanto secuencial como simultáneamente) y que inciden en la satisfacción del cliente, la sostenibilidad, la seguridad y la inocuidad alimentaria. En otras palabras, se trata de los procesos que inciden en la capacidad de la organización de progresar en los mercados. Entre los procesos que se consideran se encuentran: la reserva, la recepción del cliente, la toma del pedido, la entrega de la comanda a la cocina, la preparación del plato, el retiro del plato y entrega en la mesa, y los procesos complementarios y posteriores, hasta el retiro del cliente del restaurante. Pero también otros procesos tales como la planificación de objetivos, la provisión de recursos, las compras, el mantenimiento de la infraestructura y la capacitación de los recursos humanos, entre otros.

Además, al enfoque de procesos se integra el pensamiento basado en riesgos. Se trata de otro enfoque orientado a prevenir fallas y errores, asegurando el flujo efectivo de insumos y de productos. En la misma línea, busca garantizar la seguridad para el personal de restaurante, para los clientes y otros.

En la misma línea, el enfoque en la inocuidad alimentaria es considerado en el referencial, garantizando el cumplimiento de leyes, reglamentos, ordenanzas y de procedimientos y prácticas propias de restaurante, proporcionado sistemática y fehacientemente alimentos inocuos.

Finalmente, el presente sello gastronómico incorpora a la sostenibilidad como eje transversal en sus requisitos. Esta es considerada en su triple impacto económico, social y ambiental. Se basa en adoptar prácticas para influir positivamente en el contexto interno y externo. Además, se promueve la toma de conciencia en todas las partes interesadas (clientes, proveedores, trabajadores, entre otros) en la importancia del uso eficiente de los recursos, identificando, controlando y reduciendo sus impactos negativos y promoviendo y potenciando los impactos positivos.

## 1. Objeto y campo de aplicación

El presente documento técnico, denominado “Referencial” (RF), tiene por objeto establecer lineamientos básicos de calidad, seguridad, inocuidad alimentaria y sostenibilidad para la mejora de la experiencia en restaurantes del Partido de Ituzaingó.

El RF expone los requisitos que los establecimientos deben cumplir para la obtención y utilización del “Sello Ituzaingó de calidad gastronómica”.

Sus objetivos son:

- Exponer herramientas prácticas y de rápida aplicación que contribuyan a mejorar la competitividad de los servicios de gastronomía.
- Incrementar progresivamente el grado de satisfacción de la demanda.
- Garantizar que los alimentos consumidos sean seguros para la salud de las personas.
- Contribuir al desarrollo turístico sostenible de las localidades del Partido.
- Posicionar a los restaurantes distinguidos con el Sello por la calidad de su oferta y sus servicios.

Todos los requisitos del RF son genéricos y son aplicables a todo tipo de restaurantes, independientemente de su tamaño, tipo, características, procesos, variedad de servicios y/o especialidades.

Un restaurante no podrá alegar conformidad respecto al “Sello Ituzaingó de calidad gastronómica” si se evidencia de forma objetiva, que la organización incumple con los requisitos del RF y/o con algún requisito legal y/o reglamentario aplicable a su personal, infraestructura, procesos, productos y/o servicios.

## 2. Documentos de referencia para el RF

El presente apartado presenta documentos que se encuentran relacionados con el referencial del “Sello Ituzaingó de calidad gastronómica”. En este sentido, se incluyen, por un lado, aquellos que forman parte del marco legal aplicable a los restaurantes, así como antecedentes y modelos metodológicos que pueden ser eventualmente considerados por los establecimientos como herramientas para la mejora del desempeño.

### 2.1 Marco legal

#### 2.1.1 Legislación nacional

- Ley Nacional N° 18.284. Código Alimentario Argentino
- Ley Nacional N° 19.587. Higiene y seguridad en el trabajo.
- Ley Nacional N° 20.744. Régimen de contrato de trabajo.
- Ley Nacional N° 24.240. Defensa del consumidor
- Ley Nacional N° 24.557. Riesgos del trabajo.
- Ley Nacional N° 25.989. Donación de alimentos (DONAL).
- Ley Nacional N° 27.454. Plan Nacional de reducción de pérdidas y desperdicios de alimentos.
- Decreto Reglamentario N° 2126/71 y sus modificatorias. Código Alimentario Argentino.
- Decreto Nacional N° 351/79 y modificatorias. Higiene y seguridad en el trabajo.
- Resolución Nacional N° 463/09. Empleadores. Riesgos del trabajo. Afiliación. Cumplimiento normativo.
- Resolución Nacional N° 525/15. Procedimiento administrativo de denuncias de accidentes.
- Resolución Nacional N° 299/11. Reglamentación de los elementos de protección personal.
- Resolución Nacional N° 900/15. Protocolo de medición de puesta a tierra.
- Resolución Nacional N° 905/15. Servicios de higiene y seguridad en el trabajo y de medicina del trabajo.

#### 2.1.2 Legislación provincial

- Ley Provincial N° 11.748 y sus modificatorias Leyes provinciales N° 12.432, N° 14.051, N° 14.879 y 14.969. Prohibición de venta, expendio o suministro de bebidas alcohólicas a menores de 18 años.
- Ley Provincial N° 13.178. Registro provincial para la comercialización de bebidas alcohólicas.
- Ley Provincial N° 11.720. Retiro de residuos especiales.
- Ley Provincial N° 13.006. Ley de habilitación y funcionamiento de panaderías en la provincia de Buenos Aires.
- Decreto Provincial N° 12/05. Medidas de seguridad contra siniestros.

#### 2.1.3 Normativa municipal

- Ordenanza Municipal del Partido de Ituzaingó N° 1130. Habilitación de comercios e industrias.
- Ordenanza Municipal del Partido de Ituzaingó N° 1131. Certificado urbanístico para la tramitación de habilitación comercial, usos del suelo, talleres e industrias.

- Ordenanzas Municipales del Partido de Ituzaingó N° 139 y N° 4755. Código de Planeamiento Urbano (C. P. U.).
- Ordenanza Municipal del Partido de Ituzaingó N° 4696. Protección, contratación y conservación del empleo local.
- Decreto del Intendente Municipal del Partido de Ituzaingó N° 595/02. Habilitación de comercios e industrias.
- Decreto del Intendente Municipal del Partido de Ituzaingó N° 596/02. Certificado urbanístico para la tramitación de habilitación comercial, usos del suelo, talleres e industrias.
- Decreto del Intendente Municipal del Partido de Ituzaingó N° 1146. Protección, contratación y conservación del empleo local.

## **2.2 Documentos técnicos de aplicación voluntaria**

Los documentos identificados en este apartado son compatibles con los requisitos del presente referencial.

### **2.2.1 Normas internacionales**

- ISO 9001. Sistemas de gestión de la calidad. Requisitos.
- ISO 14001. Sistemas de gestión ambiental. Requisitos
- ISO 22000. Sistemas de gestión de la inocuidad de los alimentos. Requisitos para cualquier organización en la cadena alimentaria.
- ISO 45001. Sistemas de gestión de la seguridad y salud en el trabajo. Requisitos con orientación para su uso.

### **2.2.2 Normas nacionales**

- IRAM SECTUR 42800 Restaurantes. Sistema de gestión de la calidad y gestión Ambiental. Requisitos

### **2.2.3 Sellos y directrices nacionales**

Asimismo, se consideran los siguientes programas y modelos de gestión nacionales:

- Los “sellos” y las “directrices sectoriales” incluidas en el Sistema Argentino de Calidad Turística (SACT) del Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación. Particularmente, el sello “CocinAR”.
- El modelo de gestión de excelencia “Premio Nacional a la Calidad” establecido por Ley Nacional N° 24.127.

### **2.2.4 Sellos provinciales y municipales**

Por último, también se ha identificado como antecedente a los siguientes sellos:

- “Sello de sostenibilidad de la provincia de San Juan” (2021), elaborado por la Asociación Foro de Profesionales en Turismo.
- “Sello de calidad turística de la provincia de La Pampa” (2022), elaborado por la Asociación Foro de Profesionales en Turismo.
- “Sello La Costa de Calidad Turística” (2014-2020), metodología del partido de La Costa, provincia de Buenos Aires.

### Capítulo 3. Términos y definiciones

En el presente apartado se exponen definiciones de conceptos utilizados en los capítulos de requisitos, a los efectos de clarificar sobre el objeto y el alcance de estos. Son aplicables los términos y definiciones relativos a la gestión de la calidad, la seguridad, la inocuidad alimentaria y la sostenibilidad incluidos en:

- Norma ISO 9000:2015. Sistemas de gestión de la calidad. Fundamentos y vocabulario.
- Norma ISO 22000:2018. Sistemas de gestión de la inocuidad de los alimentos. Requisitos para cualquier organización en la cadena alimentaria.
- Norma IRAM-SECTUR 42800. Restaurantes. Sistema de gestión de la calidad y gestión ambiental. Requisitos

Para las referencias con fecha, sólo se aplica la edición citada. Para las referencias sin fecha se aplica la última edición (incluyendo cualquier modificación de ésta).

Para facilitar la lectura, se exponen los conceptos enunciados a continuación por ser críticos para el entendimiento de los requisitos.

**Ambiente de trabajo.** Conjunto de condiciones bajo las cuales se realiza el trabajo. Las condiciones pueden incluir factores físicos, sociales, psicológicos y ambientales (tales como temperatura, iluminación, esquemas de reconocimiento, estrés laboral, ergonomía y atmósfera en el trabajo).

Fuente: ISO 9000:2015, 3.5.5.

**Buenas prácticas de manufactura.** Procedimientos necesarios para lograr alimentos inocuos y saludables.

Fuente: IRAM SECTUR 42800:2008, 3.2.

**Calidad.** Grado en que un conjunto de características inherentes de un objeto cumple con los requisitos.

Fuente: ISO 9000:2015, 3.6.2.

**Cliente.** Persona u organización que podría recibir o que recibe un producto o un servicio destinado a esa persona u organización o requerido por ella.

Fuente: ISO 9000:2015, 3.2.4.

**Codex Alimentarius.** Conjunto de normas alimentarias de carácter mundial en lo referente a la producción, elaboración y circulación de alimentos con el objetivo de asegurar la inocuidad y calidad de los mismos, proteger la salud del consumidor y promover prácticas equitativas en el comercio internacional.

Fuente: FAO - OMS (Organización Mundial de la Salud).

**Contexto de la organización.** Combinación de cuestiones internas y externas que pueden tener un efecto en el enfoque de la organización para el desarrollo y logro de sus objetivos.

Fuente: ISO 9000:2015, 3.2.2.

**Desinfección.** Eliminación o reducción del número de microorganismos a un nivel que no permita la contaminación, mediante el uso de agentes químicos o métodos físicos adecuados.  
Fuente: IRAM SECTUR 42800:2008, 3.3.

**Elaboración o manufactura.** Conjunto de todas las operaciones y procesos practicados para la obtención de un alimento o preparación terminados.  
Fuente: IRAM SECTUR 42800:2008, 3.4.

**Equipos.** Unidades de procesamiento mecánico o electrónico, cocción, conservación en frío caliente, envasado, distribución y servicio.  
NOTA. Por ejemplo: cortadora de fiambre, batidora, licuadora, horno, heladera, freidora.  
Fuente: IRAM SECTUR 42800:2008, 3.5.

**Gestión.** Actividades coordinadas para dirigir y controlar una organización. La gestión puede incluir el establecimiento de políticas y objetivos y procesos para lograr estos objetivos.  
Fuente: ISO 9000:2015, 3.3.3.

**Indicador.** Cuantificación numérica utilizada para medir o comparar los resultados efectivamente obtenidos de procesos, productos o servicios.  
Fuente: ISO 9000:2015, 3.7.

**Infraestructura.** Instalaciones, equipos y servicios necesarios para el funcionamiento de una organización.  
Fuente: ISO 9000:2015, 3.5.2.

**Inocuidad de los alimentos.** Seguridad que el alimento no causará un efecto adverso en la salud para el consumidor cuando se prepara y/o se consume de acuerdo con su uso previsto.  
Fuente: ISO 22000:2018, 3.21.

**Limpieza.** Acción y efecto de aseo y pulcritud de indumentaria e instalaciones.  
Fuente: ISO 22000:2018, 3.9.

**Manipulación de alimentos.** Todas las operaciones que se efectúan sobre la materia prima y los ingredientes para obtener el alimento terminado, en cualquier etapa desde la recepción hasta su entrega al cliente.  
Fuente: ISO 22000:2018, 3.10.

**Medio ambiente.** Entorno en el cual una organización opera, incluidos el aire, el agua, el suelo, los recursos naturales, la flora, la fauna, los seres humanos y sus interrelaciones.  
Fuente: IRAM SECTUR 42800:2008, 3.2.1.

**Mejora.** Actividad para mejorar el desempeño. La actividad puede ser recurrente o puntual.  
Fuente: ISO 9000:2015, 3.3.1.

**Parte interesada.** Persona u organización que puede afectar, verse afectada o percibirse como afectada por una decisión o actividad.  
Fuente: ISO 9000:2015, 3.2.3.

**Proveedor.** Organización que proporciona un producto o un servicio. EJEMPLO:

Productor, distribuidor, minorista o vendedor de un producto, o un servicio.

Fuente: ISO 9000:2015, 3.2.5.

**Peligro relacionado con la inocuidad de los alimentos.** Agente biológico, químico o físico en el alimento con potencial de causar un efecto adverso en la salud.

Fuente: ISO 22000:2018, 3.22.

**Queja.** Expresión de insatisfacción hecha a una organización, relativa a su producto o servicio, o al propio proceso de tratamiento de quejas, donde explícita o implícitamente se espera una respuesta o resolución.

Fuente: ISO 9000:2015, 3.9.3.

**Responsabilidad social.** Acciones de una organización para responsabilizarse del impacto de sus actividades sobre la sociedad y el medioambiente, donde estas acciones:

- Son coherentes con los intereses de la sociedad y el desarrollo sostenible.
- Están basadas en el comportamiento ético, cumplimiento con las leyes e instrumentos intergubernamentales aplicables.
- Están integradas en las actividades en curso de la organización.

Fuente: IRAM SECTUR 42800:2008, 3.12.

**Restaurante.** Establecimiento donde se vende comida para ser consumida en el mismo lugar, tanto elaborada en el establecimiento como producida por terceros.

Fuente: IRAM SECTUR 42800:2008, 3.13.

**Riesgo.** Efecto de la incertidumbre.

Un efecto es una desviación de lo esperado, ya sea positivo o negativo.

Incertidumbre es el estado, incluso parcial, de deficiencia de información relacionada con la comprensión o conocimiento de un evento, su consecuencia o su probabilidad.

Con frecuencia el riesgo se caracteriza por referencia a eventos potenciales y consecuencias o a una combinación de éstos.

Fuente: ISO 9000:2015, 3.7.9.

**Riesgo para la inocuidad de los alimentos.** Función de la probabilidad de un efecto adverso para la salud y la gravedad de ese efecto, como consecuencia de peligros en el alimento (3.18), según lo especificado en el Manual de Procedimiento del Codex Alimentarius.

Fuente ISO 22000:2018, 3.39.

**Sostenibilidad.** Estado del sistema global, incluidos los aspectos ambientales, sociales y económicos, en el que las necesidades del presente se satisfacen sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades. Los aspectos ambientales, sociales y económicos interactúan, son interdependientes y a menudo se los denomina las tres dimensiones de la sostenibilidad.

Fuente: Guía ISO 82:2014, 3.1, modificada, 3.37.



## Capítulo 4. Contexto

### 4.1 Cumplimiento de la legislación vigente

#### Requisito

El restaurante debe demostrar el cumplimiento de los requisitos legales y reglamentarios identificados en el apartado 2.1

#### Explicación complementaria

*Las organizaciones son alcanzadas por diferentes leyes, decretos, ordenanzas municipales y resoluciones lo habilitan para funcionar y que, según corresponda, reglan la infraestructura, los procesos y las relaciones laborales.*

*En este sentido, los establecimientos gastronómicos deberían considerar las leyes nacionales, provinciales, ordenanzas municipales, son aplicables a:*

- *El personal.*
- *El cliente.*
- *Productos y servicios.*
- *Procesos y procedimientos.*
- *Documentos y registros.*
- *Infraestructura e instalaciones.*
- *Residuos.*
- *Ambiente de trabajo.*
- *Otros.*

*Más específicamente, las regulaciones plantean requisitos obligatorios sobre:*

- *Salud e higiene del personal.*
- *Equipamiento del personal según su función.*
- *Capacitación del personal.*
- *Información al cliente.*
- *Seguridad de las instalaciones.*
- *Higiene e inocuidad alimentaria.*
- *Manipulación de insumos y productos en todas las etapas de los procesos de elaboración y de entrega.*
- *Temperatura de conservación y cocción de los alimentos.*
- *Control de plagas.*
- *Uso de productos de limpieza y desinfección.*
- *Cuidado ambiental.*
- *Control y uso de recursos (agua, electricidad, gas, otros).*
- *Control, y disposición final de residuos sólidos y líquidos.*
- *Control de humos, vapores, ruidos.*

- *Mantenimiento, control y desinfección de equipos e instalaciones.*
- *Otros.*

## 4.2 Análisis FODA

### Requisito

El restaurante debe analizar el contexto externo e interno relacionado con sus actividades, considerando:

- Las fortalezas.
- Las debilidades.
- Las oportunidades que pudieran ser aprovechadas.
- Las amenazas que pudieran impactar negativamente en su actividad.

El restaurante debe documentar un análisis FODA (fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas).

### Explicación complementaria

*Un análisis FODA es una herramienta para indagar, estudiar y exponer datos sobre la situación de una organización, centrándose en sus características internas (debilidades y fortalezas) y su situación externa (amenazas y oportunidades). El objetivo de trabajar con esta herramienta es la planificación e implementación de diferentes objetivos, estrategias, actividades y definirlas a partir del conocimiento de estado de situación.*

*Es recomendable pensar a las debilidades como problemas, conflictos o carencias, que suceden o pueden suceder, o son percibidos por ejemplo en la estructura o en las personas que son parte del restaurante. Pueden tomarse como referencia resultados obtenidos, quejas, comentarios del personal o de las partes interesadas (clientes, proveedores, organismos públicos), indicadores o análisis de la situación del restaurante frente a sus competidores.*

*Por su parte, las amenazas responden a variables no gobernables o externas a el restaurante, provenientes de factores políticos, económicos, sociales, culturales, tecnológicos, legales o ambientales, otros. Estas deben ser identificadas para minimizar sus efectos negativos en caso de ser necesario, aunque el restaurante no tiene control directo sobre las mismas. A modo de ejemplo, debilidades pueden ser problemas de ausentismo de personal, la falta de personal con determinadas competencias, defectos en la infraestructura o falta de mantenimiento de equipos, la falta de mecanismos de comercio electrónico implementado, entre otros. Mientras que amenazas pueden ser la caída del poder adquisitivo del salario, aumento del costo de los insumos, los servicios, conflictos laborales, entre otros.*

### 4.3 Cultura de la calidad y la inocuidad de los alimentos

#### Requisito

El restaurante debe determinar e implementar los requisitos indicados en el Anexo 1 (normativo), orientados a garantizar la seguridad, la calidad y la inocuidad de los alimentos, asegurando la calificación del personal y cumpliendo con la reglamentación vigente.

#### Explicación complementaria

*La inocuidad de los alimentos está vinculada a los riesgos asociados con su consumo por parte de las personas. Dichos riesgos pueden ocurrir en cualquier etapa de la transformación de insumos en alimentos y su consumo. Por lo tanto, es esencial el control adecuado a lo largo de la cadena de elaboración o manufactura.*

*Los procesos críticos donde se pueden producir riesgos son:*

- *Recepción de alimentos e insumos provistos por parte del proveedor.*
- *Almacenamiento de insumos antes de su manipulación.*
- *Manipulación de alimentos.*
- *Conservación de los alimentos para su consumo.*
- *Entrega de alimentos para su consumo*

*Además, durante la cocción, el enfriamiento rápido y el almacenamiento en frío podrían establecerse parámetros críticos (como temperaturas o tiempos específicos). Estos parámetros deberían ser monitoreados y registrarse regularmente.*

*El mapa de los procesos (apartado 6.2 de este RF) podría ser de utilidad para identificar puntos en que se deberían monitorearse si el alimento se encuentra dentro de los valores de aceptabilidad para continuar su procesamiento.*

## Capítulo 5. Planificación

### 5.1 Cumplimiento de las expectativas del cliente

#### Requisito

El restaurante debe determinar las expectativas de los clientes, así como también la forma específica mediante la cual da cumplimiento a las mismas.

#### Explicación complementaria

*La intención de este requisito consiste en conocer y evaluar el grado de la satisfacción del cliente y determinar oportunidades de mejora en el servicio y los productos. Analizar en qué medida se logra cumplir con las necesidades y expectativas.*

*Pueden considerarse diferentes métodos para obtener información según el tipo de cliente:*

- *Calificación y comentarios en redes sociales, aplicaciones, sitios web y plataformas digitales, entre otros.*
- *Encuestas.*
- *Entrevistas.*
- *Quejas.*
- *Felicitaciones.*
- *Análisis de participación de mercado.*

*De acuerdo con el grado de satisfacción de los distintos segmentos de clientes del restaurante, podrían tomarse decisiones como:*

- *Capacitar al personal.*
- *Mejorar la oferta del menú.*
- *Mejorar tiempos de atención.*
- *Intervenir en aspectos de ambientación del salón comedor.*
- *Agregar algún elemento adicional a la atención, el cual exceda las expectativas de los clientes.*
- *Otros.*

### 5.2 Geolocalización

#### Requisito

El restaurante debe asegurar que se encuentra geolocalizado en el lugar y la dirección correcta, dentro de las aplicaciones móviles o digitales utilizadas por la demanda. El restaurante debe mantener y gestionar el dominio de la geolocalización, a los efectos de su actualización periódica.

#### Explicación complementaria

*La geolocalización es la asignación de una ubicación espacial en un mapa de tal modo de permitir su identificación y localización por parte de un usuario.*

### **5.3 Política del restaurante**

#### Requisito

El restaurante debe documentar, implementar y comunicar una política que considere los siguientes aspectos:

- Ser adecuada al propósito del restaurante.
- Proporcionar un marco de referencia para la planificación de objetivos.
- Ser conocida y comprendida por todo el personal del restaurante.
- Incluir el compromiso con la mejora de la experiencia de los clientes.
- Incluir el cumplimiento de la legislación.
- Incorporar el compromiso con la sostenibilidad.

### **5.4 Planificación de indicadores y objetivos**

#### Requisito

El restaurante debe:

- Determinar los indicadores que permitan verificar el desempeño del establecimiento, incluyendo los pertinentes a los procesos de producción y entrega de los alimentos.
- Documentar objetivos asociados a los indicadores identificados.
- Mantener registro de los resultados de los indicadores para verificar el cumplimiento de los objetivos.

#### Explicación complementaria

*Los indicadores son puntos de referencia que pueden brindar información cualitativa o cuantitativa para evaluar características, comportamientos, estados de un producto, servicio o proceso y a partir de su lectura y conocimiento tomar decisiones.*

*En el caso del restaurante miden el nivel de cumplimiento de las especificaciones establecidas como:*

- *Puntos de temperatura.*
- *Concentración.*
- *Tiempos de proceso.*
- *Velocidad de respuesta.*
- *Cantidad.*
- *Frecuencia.*
- *Grado de cocción.*
- *Satisfacción del cliente.*

*Los indicadores que contribuyen a evaluar el desempeño del restaurante pueden estar referidos a procesos como:*

- *Índice de reservas.*
- *Cantidad de horas de capacitación recibidas por el personal.*
- *Calificación del restaurante en Google, TripAdvisor o Booking.*
- *Cantidad de quejas recibidas.*
- *Comentarios recibidos en redes sociales.*
- *Otros.*

*La importancia del indicador es que a partir de conocer el estado de lo que se está midiendo pueden tomarse decisiones como: continuar porque estamos dentro de los límites de aceptabilidad, corregir cuando hay desvíos, modificar la preparación de un alimento, capacitar al personal, etc.*

*Los indicadores son un insumo crítico para establecer objetivos.*

*Por consiguiente, la Dirección del restaurante debería determinar cuáles son los indicadores claves para el restaurante, los que favorecen el planteo de objetivos y definir los criterios y métodos para la toma y lectura del indicador*

*Se pueden considerar establecer objetivos referidos (entre otros) a los siguientes aspectos:*

- *Cantidad de cubiertos.*
- *Desempeño de los procesos.*
- *Satisfacción de los clientes.*
- *Capacitaciones al personal.*
- *Mejoras concretas que se propongan en el corto, mediano o largo plazo.*

## **5.5 Riesgos**

## Requisito

El restaurante debe documentar los riesgos, incluyendo los relacionados con:

- La prestación del servicio.
- La inocuidad de los alimentos.
- La prevención de accidentes laborales.
- La gestión de las reservas.
- La gestión de los insumos y proveedores.

El restaurante debe establecer planes orientados a prevenir la ocurrencia y minimizar los efectos negativos de los riesgos.

## Explicación complementaria

*El restaurante debería adoptar el enfoque basado en procesos y el pensamiento basado en riesgos, por ejemplo, asegurando la interacción efectiva entre procesos propios del negocio, especialmente los que involucran al cliente (reservas, recepción, toma de pedido, elaboración de platos, servicio de mesa, verificación del grado de satisfacción y finalización del servicio).*

*En este sentido, el establecimiento debería planificar y lograr un flujo efectivo de entradas y salidas, insumos y productos y la cooperación eficaz para abordar preventivamente los riesgos y minimizarlos. En el mismo orden, debería también monitorear la carga y los horarios de trabajo, para asegurar que se proporcionen los recursos adecuados (personas, utensilios, equipamiento, máquinas, equipos, etc.).*

*En este sentido, deben prevenirse los riesgos ligados a los siguientes aspectos:*

- *Accidentes laborales.*
- *Daños a la infraestructura.*
- *Contaminación de alimentos.*
- *Conflictos internos.*
- *Errores en reservas, en toma de comanda o en la oferta.*
- *Conflicto con proveedores críticos.*
- *Quejas y reclamos.*
- *Otros.*

## Capítulo 6. Procesos y actividades

### 6.1 Infraestructura y ambiente de trabajo

#### Requisito

El restaurante debe determinar, proporcionar y mantener la infraestructura necesaria para la operación de sus procesos y lograr la conformidad de los productos y servicios.

Asimismo, el restaurante debe determinar, proporcionar y mantener el ambiente de trabajo para lograr la conformidad de los productos y servicios.

#### Explicación complementaria

*La infraestructura puede incluir:*

- *Edificios y servicios asociados.*
- *Equipos, incluyendo hardware y software.*
- *Recursos de transporte.*
- *Tecnologías de la información y la comunicación.*
- *Equipos para pagos electrónicos.*
- *Iluminación de emergencia y generadores de energía.*
- *Otros.*

*El establecimiento debe planificar el mantenimiento de la infraestructura para asegurar su adecuación y disponibilidad. El alcance de esta actividad comprende las instalaciones, equipos hardware y software y servicios necesarios para el funcionamiento de la organización, incluyendo vehículos y transportes. Se recomienda prestar especial atención a los equipos de medición, considerando su calibración (o el aseguramiento de que la información que producen sea confiable). Ejemplos de estos son: balanzas, manómetros, termómetros, recipientes calibrados, sensores de temperatura, cronómetros, contadores diversos, otros.*

*Por su parte, el ambiente de trabajo consiste en combinación de factores humanos y físicos y debe asegurarse que contribuye al desarrollo eficaz de los procesos. Pueden considerarse dentro de los factores a los siguientes: conflictos personales, stress, ruidos, temperatura, humos, vapores, obstáculos que puedan provocar riesgos para el personal y el cliente, otros.*

### 6.2 Mapa de procesos

#### Requisito

El restaurante debe identificar los procesos principales de prestación del servicio y de elaboración de alimentos y de soporte a los efectos de documentar su secuencia e interacción en un mapa de procesos.

#### Explicación complementaria

*Un mapa de procesos es una descripción gráfica de la secuencia e interrelación entre los diferentes tipos de procesos de una organización y sus relaciones con el contexto.*

*El restaurante debe identificar y graficar en el mapa de procesos, cuáles son sus procesos críticos. A modo de ejemplo, es útil citar:*

- *Preparación del salón.*
- *Reservas.*
- *Atención al público.*
- *Elaboración de los alimentos.*
- *Retroalimentación del grado de satisfacción del cliente.*

*Se recomienda, además, graficar los procesos de apoyo o soporte que resultan indispensable para el funcionamiento de cualquier organización, como los siguientes:*

- *Compras.*
- *Mantenimiento.*
- *Determinación e implementación de política y objetivos.*
- *Control de stock.*
- *Control y evaluación del personal.*

### **6.3 Procedimientos operativos**

#### Requisito

El restaurante debe elaborar procedimientos operativos, según corresponda, para los procesos de prestación del servicio y asegurar su cumplimiento.

#### Explicación complementaria

*Un procedimiento consiste en la forma especificada o metodología, establecida por la dirección del restaurante para realizar una actividad, una tarea o un proceso. Ejemplos: preparación del salón, sanitización de los sanitarios, recetas de cocina, recepción y almacenamientos de insumos, control de stock de bebidas, registro y gestión de reservas, control de los instrumentos de seguimiento y medición, entre otros.*

*Muchos procedimientos no necesitan estar redactados en un soporte (papel, informático, gráfico). En estos casos, el restaurante debe asegurarse que el personal conoce la actividad y la realiza sistemáticamente.*

*Los procedimientos deben estar disponibles para el personal que debe utilizarlos y debe asegurarse que su contenido (texto, gráficos, recetas, protocolos e indicaciones) sean legibles y entendibles.*

## **6.4 Perfiles de los puestos de trabajo**

### Requisito

El restaurante debe:

- Determinar su estructura funcional, los niveles de autoridad y los puestos de trabajo en un organigrama.
- Determinar las competencias necesarias para los puestos de trabajo.
- Evaluar las competencias del personal para el puesto que desempeña.

### Explicación complementaria

*Un organigrama es la representación gráfica de la estructura de una organización donde se definen los diferentes puestos y funciones del personal, así como las relaciones jerárquicas presentes en la misma.*

*En base a este, el restaurante debe determinar cuáles son las competencias necesarias (formación, conocimientos, habilidades, actitudes y/o experiencia) para cubrir un determinado puesto de trabajo. Por ejemplo, para un puesto de atención al público se podría incluir dentro de las competencias: cordialidad, conocimiento de la carta de platos y bebidas, un idioma adicional, otros. Posteriormente, el restaurante debe evaluar el grado de cumplimiento de dichas competencias por parte de las personas que actualmente ocupan esos puestos o funciones.*

*Algunas funciones o puestos podrían ser:*

- Gerente.
- Jefe de cocina.
- Cocineros y ayudantes de cocina.
- Sommelier.
- Barman.
- Responsable de compras.
- Coordinador de eventos.
- Mozos
- Personal de limpieza.
- Otros, según las características del restaurante.

*Por último, en caso de que la persona no cumpla con todas las competencias identificadas para su función, es recomendable tomar acciones de capacitación que permitan mejorar sus conocimientos y habilidades. La capacitación puede ser externa o interna.*

## **6.5 Capacitación**

### Requisito

El restaurante debe planificar la capacitación para el personal, según corresponda, considerando las actividades necesarias para asegurar conocimiento y el cumplimiento de sus responsabilidades. Debe, además, considerar la capacitación necesaria para el personal ingresante y los empleados temporarios.

### Explicación complementaria

*Dadas las características del restaurante, donde la demanda puede variar por cuestiones estacionales o ligadas a los ciclos de consumo, por eventos sociales puntuales o por otras razones, podría ser que la dirección contrate personal extra o eventual. Para estos casos, la dirección del restaurante debe capacitar a este personal y verificar que cumple con los procedimientos y metodologías para el puesto que ocupa. Debería determinar:*

- *Tiempo mínimo de explicación sobre la operatoria del puesto de trabajo y el conocimiento y aplicación de procedimientos y otros documentos, según corresponda.*
- *Tiempo mínimo que el ingresante debe permanecer como observador del trabajo.*
- *Tiempo mínimo en el cual la persona debe realizar su trabajo supervisado o tutelado por otra persona.*

*La capacitación puede ser brindada por personal del restaurante que tiene experiencia y conocimientos necesarios para tutelar a ingresantes hasta verificar que están en condiciones de actuar en forma segura según su función.*

*En todos los casos se deben conservar registro de dichas actividades de capacitación*

## Capítulo 7. Evaluación del desempeño

### 7.1 Satisfacción del cliente

#### Requisito

El restaurante debe establecer métodos para la obtención de información relacionada con el grado de satisfacción de los clientes respecto a sus productos y servicios

El restaurante debe identificar las plataformas web, las redes sociales, u otros, donde la demanda realice valoración de los servicios.

El restaurante debe analizar el grado de la satisfacción del cliente, así como las quejas, dando tratamiento a estas últimas.

#### Explicación complementaria

*El seguimiento de la satisfacción de los clientes es un elemento clave de cualquier estrategia de mejora de la calidad. Las posibilidades de obtener esa información son diversas y puede variar según el segmento de clientes actuales y potenciales.*

*Lograr conocer el grado de cumplimiento de las expectativas de los clientes, puede aportar oportunidades para:*

- *Detectar ineficiencias, desvíos o no conformidades para resolverlas.*
- *Determinar la necesidad de diseñar y desarrollar nuevos productos o servicios.*
- *Determinar la necesidad de revisar o reemplazar un proceso con la introducción de nueva tecnología para que se convierta en más eficiente un proceso o servicio.*
- *Identificar nuevos segmentos de la demanda que eventualmente a los cuales podría dirigirse el establecimiento.*

*Las encuestas son una de las posibilidades, entre otras. Otras formas de obtención de información podrían ser a través de redes sociales, las aplicaciones, las plataformas y herramientas digitales, entre otras. El restaurante debe determinar el método que empleará para realizar el seguimiento, como también la cantidad de información confiables para la toma de decisiones.*

## Capítulo 8. Mejora

### 8.1 Autoevaluación del restaurante

#### Requisito

La dirección del restaurante debe autoevaluar, al menos una vez al año, los resultados del desempeño alcanzados en el restaurante.

El resultado de la evaluación debe incluir oportunidades de mejora en los procesos, los productos y los servicios y la planificación de nuevos objetivos.

#### Explicación complementaria

*El propósito de la autoevaluación es revisar información sobre el desempeño del sistema del negocio a fin de determinar si logra los resultados planificados. Asimismo, corregir desviaciones y establecer mejoras*

..

*La información de entrada para la autoevaluación podría incluir:*

- *Resultados de los objetivos planificados.*
- *Costos de producción.*
- *Productividad.*
- *Venta por producto.*
- *Consumos de agua y electricidad.*
- *Nivel de satisfacción de los clientes*
- *Quejas y reclamos de los clientes.*
- *Análisis de los indicadores.*
- *Análisis FODA realizado.*
- *Desempeño del personal y necesidades de capacitación.*
- *Mantenimiento de instalaciones y equipos.*
- *Evaluación de proveedores críticos.*
- *Autoevaluaciones realizadas con anterioridad.*
- *Otros.*

*El resultado de la autoevaluación podría incluir:*

- *Cambios necesarios para realizar en el sistema de gestión del restaurante, principalmente aquellos cambios basados en el análisis de contexto (externo e interno) de la organización, y en los riesgos y oportunidades.*
- *Nuevos objetivos.*
- *Búsqueda de nuevos proveedores de insumos y servicios.*
- *Mejoras en la infraestructura.*

- *Abordar un nuevo segmento de clientes.*
- *Modificar la ambientación del salón.*
- *Ampliar el menú y la oferta de bebidas.*
- *Capacitar al personal.*
- *Ampliar el estacionamiento.*
- *Otros.*

## **Anexo 1 (normativo): Requisitos adicionales incorporados en la normativa**

En este apartado, se listan los requisitos adicionales que forman parte de la normativa para incorporar en la estrategia de mejora de la calidad, la seguridad, la inocuidad alimentaria y la sostenibilidad de sus corredores turístico-gastronómicos. Estos se listan a continuación:

- j. Carga de fuego e informe final.
- k. Plan de evaluación e informe antisiniestral completo, junto con la capacitación del personal y la designación de roles.
- l. Matafuegos o extintores de incendio vigentes y aptos para el uso.
- m. Libretas sanitarias del personal.
- n. Certificado de manipulación de alimentos del personal.
- o. Certificado de limpieza de campanas y extintores.
- p. Certificado de control de plagas.
- q. Certificado de retiro de aceites usados.
- r. REBA.

## Anexo 2: Proceso de implementación y evaluación de la conformidad

La Municipalidad de Ituzaingó programa anualmente la realización de acciones para que los restaurantes de los corredores turístico-gastronómicos del Partido puedan implementar el “Sello Ituzaingó de calidad gastronómica”.

La metodología de implementación, para que una organización pueda demostrar que ha aplicado los requisitos del presente documento y en función de esto, lograr la distinción correspondiente, se detalla a continuación.

- 1) Jornada de presentación del “Sello Ituzaingó de calidad gastronómica”: En la misma, se presentan los fundamentos, objetivos, ejes de trabajo y metodología a organizaciones que estén interesadas en mejorar su gestión organizacional utilizando el modelo de calidad y sostenibilidad turística.
- 2) Sesiones de capacitación: Se dictan dos sesiones de capacitación cuyo objeto es explicar cada uno de los requisitos del presente documento, presentando formularios y planillas que orienten a las organizaciones a la conformidad con el mismo. Las sesiones de capacitación incluyen el dictado teórico de los conceptos y contenidos del RF, como también la realización de actividades de aplicación bajo la modalidad taller.
- 3) Asistencias técnicas individuales: Se realizan visitas de asistencia técnica individual a las organizaciones adheridas al sello, a los efectos de asegurar la comprensión de cada uno de los contenidos del RF y verificar la realización de las actividades acordadas con anterioridad entre las partes involucradas en la implementación.
- 4) Evaluaciones de la conformidad: Las evaluaciones se realizan de manera independiente, sistemática y documentada a efectos de observar el grado de cumplimiento de cada una de las organizaciones adheridas, tomando como criterio de referencia el RF. Los procesos de evaluación de la conformidad son confidenciales, no difundándose la información o los datos propiedad del restaurante a terceros.
- 5) Actividades de actualización del sistema de gestión: Siguiendo la misma metodología que en la realización de las evaluaciones, se realizan las actividades de actualización para asegurar que las organizaciones distinguidas en las ediciones precedentes del “Sello Ituzaingó de calidad gastronómica” continúan implementando los requisitos del RF. Véase para esto el Anexo 3 del presente documento técnico.

### **Anexo 3: Protocolo para la actualización y el mantenimiento de las distinciones**

**Objetivo:** Explicar los mecanismos para que las distinciones otorgadas continúen vigentes, exponiendo la metodología para los procesos de actualización de los sistemas de gestión y las causales de la suspensión de una distinción.

**Alcance:** Restaurantes que han logrado la distinción según el “Sello Ituzaingó de calidad gastronómica” de la Municipalidad de Ituzaingó.

#### **Descripción**

##### **1. Duración de la distinción y metodología para el mantenimiento de su vigencia**

Las distinciones otorgadas a las organizaciones por haber sido evaluadas obteniendo puntajes iguales o mayores a los mínimos establecidos, tienen una duración máxima de dos años.

Pasado los dos años desde la emisión de la distinción, los restaurantes deben ser evaluados nuevamente para verificar el grado de conformidad con las pautas incluidas en el RF. Dicha evaluación permite actualizar la distinción y mantenerla vigente por dos años más.

##### **2. Causales de suspensión o pérdida de una distinción**

###### *2.1 Legales y reglamentarias*

Serán causales de suspensión o pérdida de una distinción:

- El incumplimiento de la legislación nacional, provincial y/o municipal vigente, detectada por la autoridad de aplicación de la norma legal o reglamentaria, sin evidenciarse tratamiento orientado a asegurar el cumplimiento de ésta.
- Reiteradas sanciones por parte de una autoridad de aplicación de una norma legal o reglamentaria.

###### *2.2 Incumplimiento de la metodología para la actualización de distinciones*

La no participación en las evaluaciones bianuales de actualización ocasiona la suspensión automática de la distinción otorgada al restaurante. La duración máxima

de una distinción es de dos años, con un margen de dos meses adicionales como máximo.

### *2.3 Puntajes menores a los establecidos en los criterios de evaluación del RF*

Las organizaciones adheridas y distinguidas según el RF deben mantener implementado el sistema de gestión, dando evidencias de ello a través de documentos y registros.

Durante las evaluaciones anuales de actualización para mantener la vigencia de la distinción, aquellas organizaciones que no alcancen el mínimo puntaje establecido en los criterios de evaluación deberán proceder al tratamiento documentado de los hallazgos y faltantes, a efectos de alcanzar dicho puntaje. El tratamiento de los hallazgos debe ser enviado al evaluador, quién determinará la aceptación o no de éste.

## Anexo 4: Planilla de evaluación del RF

La planilla estandarizada que se utiliza para los procesos de evaluación de la conformidad se expone a continuación.

INFORME DE EVALUACIÓN DEL "SELLO ITUZAINGÓ DE CALIDAD GASTRONÓMICA"								
Fecha de la evaluación:								
Organización evaluada:								
Evaluador:								
Requisito	No aplica	0	1	2	3	4	5	
<b>Capítulo 4. Contexto. Puntaje máximo: 15 puntos</b>								
4.1 Cumplimiento de la legislación vigente								
4.2 Análisis FODA								
4.3 Cultura de la calidad y la inocuidad de los alimentos								
<b>Capítulo 5. Planificación. Puntaje máximo: 25 puntos</b>								
5.1 Cumplimiento de las expectativas del cliente								
5.2 Geolocalización								
5.3 Política del restaurante								
5.4 Planificación de indicadores y objetivos								
5.5 Riesgos								
<b>Capítulo 6. Procesos y actividades. Puntaje máximo: 25 puntos</b>								
6.1 Infraestructura y ambiente de trabajo								
6.2 Mapa de procesos								
6.3 Procedimientos operativos								
6.4 Perfiles de los puestos de trabajo								
6.5 Capacitación								
<b>Capítulo 7. Evaluación del desempeño. Puntaje máximo: 5 puntos</b>								
7.1 Satisfacción del cliente								
<b>Capítulo 8. Mejora. Puntaje máximo: 5 puntos</b>								
8.1 Autoevaluación del restaurante								
<b>Puntaje por participar en las sesiones de capacitación y asistencia técnica</b>	25 puntos							
<b>Referencias</b> No aplica: justificar la razón 0: No está conceptualizado el requisito 1: El requisito está conceptualizado pero sin implementación 2: Implementación inicial o en borrador del requisito 3: Requisito documentado o implementado 4: Requisito documentado e implementado 5: Requisito cuyo cumplimiento es una fortaleza del sistema de gestión								
<b>Puntajes para distinción</b> Puntaje máximo: 100 puntos Puntaje mínimo para distinción: 60 puntos								

## **Anexo 5: Organismo de estudio del RF**

### **Autoridades de la Municipalidad de Ituzaingó, provincia de Buenos Aires**

Pablo Descalzo, Intendente Municipal  
Juan Manuel Álvarez Luna, Secretario de Gobierno  
Natalia Lazzeri, Secretaria de Desarrollo Productivo  
Franco de Trueba, Director de Habilitaciones

### **Autoridades de la Asociación Civil Foro de Profesionales en Turismo**

Nahuel Farberoff, Presidente  
Gaspar Taboada, Secretario General  
Mauro Beltrami, Tesorero  
Giselle Di Nardo, Vocal  
Soledad Pereyra, Vocal Suplente

### **Equipo técnico CFI-Asociación Foro de Profesionales en Turismo**

Daniel Beltrami  
Germán Treuer  
Mariana Arla  
Mauro Beltrami  
Nahuel Farferoff

### **Versión**

1.

### **Año de revisión**

2025.

### **Anexo 3 – Documento de presentación para la sensibilización.**

Enlace al documento:

[https://docs.google.com/presentation/d/1X\\_8oqz\\_HtFfpSXtkPfACTv2tpO5VU3st/edit?usp=drive\\_link&oid=111080763312734097092&rtpof=true&sd=true](https://docs.google.com/presentation/d/1X_8oqz_HtFfpSXtkPfACTv2tpO5VU3st/edit?usp=drive_link&oid=111080763312734097092&rtpof=true&sd=true)

### **Anexo 4 – Documento de presentación Sello 1ra capacitación.**

Enlace al documento:

[https://docs.google.com/presentation/d/1NWR73qzzCmZmbnCdoUXMOpSNtEWgZqB4/edit?usp=drive\\_link&oid=111080763312734097092&rtpof=true&sd=true](https://docs.google.com/presentation/d/1NWR73qzzCmZmbnCdoUXMOpSNtEWgZqB4/edit?usp=drive_link&oid=111080763312734097092&rtpof=true&sd=true)

### **Anexo 5 – Modelos de documentos para abordaje documental del sello.**

Enlace al documento:

[https://drive.google.com/drive/folders/17-5-vAsnSgJmO4CaHtkDv8q7RmnJtMW?usp=drive\\_link](https://drive.google.com/drive/folders/17-5-vAsnSgJmO4CaHtkDv8q7RmnJtMW?usp=drive_link)

### **Anexo 6 – Presentación Capacitación Sello Inocuidad Alimentaria 1**

Enlace al documento:

[https://drive.google.com/file/d/1JI4ytLwRbuG1WLlloi-SgvnM7ITEayh1/view?usp=drive\\_link](https://drive.google.com/file/d/1JI4ytLwRbuG1WLlloi-SgvnM7ITEayh1/view?usp=drive_link)

### **Anexo 7 – Documento de presentación Sello 2da capacitación.**

Enlace al documento:

[https://docs.google.com/presentation/d/1wZYWqwgNOdqGxwg3l2FeZkb5Kb7W5myB/edit?usp=drive\\_link&oid=111080763312734097092&rtpof=true&sd=true](https://docs.google.com/presentation/d/1wZYWqwgNOdqGxwg3l2FeZkb5Kb7W5myB/edit?usp=drive_link&oid=111080763312734097092&rtpof=true&sd=true)

### **Anexo 8 – Presentación Sello BPM**

Enlace al documento:

[https://drive.google.com/file/d/1jDH\\_NININUnudhSkzuP4w6nhSA99V\\_so/view?usp=drive\\_link](https://drive.google.com/file/d/1jDH_NININUnudhSkzuP4w6nhSA99V_so/view?usp=drive_link)

### **Anexo 9 – Informes de Auditoría**

Enlace al documento:

[https://drive.google.com/drive/folders/1Jl80JBV4wR6quF5tUpB7NteuVFPBhVqu?usp=drive\\_link](https://drive.google.com/drive/folders/1Jl80JBV4wR6quF5tUpB7NteuVFPBhVqu?usp=drive_link)

### **Anexo 10 – Nota de distinción para prestadores**

Enlace al documento:

[https://drive.google.com/drive/folders/1JKngNy6GMerq3DNb08S1cYM2zblD2llz?usp=drive\\_link](https://drive.google.com/drive/folders/1JKngNy6GMerq3DNb08S1cYM2zblD2llz?usp=drive_link)

### **Anexo 11 – Manual de estilo vigente de la Municipalidad de Ituzainqó.**

Enlace al documento:

[https://drive.google.com/file/d/1XzZQTR4sIDFfBlq8JC6aHU3MYU-\\_yMpu/view?usp=sharing](https://drive.google.com/file/d/1XzZQTR4sIDFfBlq8JC6aHU3MYU-_yMpu/view?usp=sharing)

### **Anexo 12 – Manual de marca vigente de la Municipalidad de Ituzainqó**

Enlace al documento:

[https://drive.google.com/file/d/13a5YK4QovWSQ\\_Csl\\_1bY\\_6sG0mSSeJhN/view?usp=sharing](https://drive.google.com/file/d/13a5YK4QovWSQ_Csl_1bY_6sG0mSSeJhN/view?usp=sharing)

### **Anexo 13 – Cuestionario para relevamiento de Marca.**

## Cuestionario: Identidad del Municipio de Ituzaingó

### Introducción:

Este cuestionario forma parte de un proyecto de consultoría destinado a fortalecer la identidad del municipio de Ituzaingó. El proceso se desarrolla en dos etapas principales:

**Análisis y Recolección:** Se recopila información exhaustiva sobre logos, identidad visual y campañas previas para identificar éxitos, áreas de mejora y objetivos no alcanzados.

**Definición Aspiracional:** Se busca establecer la visión y los objetivos a largo plazo para la marca Ituzaingó.

Este cuestionario busca obtener información valiosa sobre su percepción del municipio, su identidad visual y sus aspiraciones para el futuro. No es necesario responder a todas las preguntas; su conocimiento y experiencia son lo más importante. Algunas preguntas son abiertas para capturar conceptos, mientras que otras son cerradas para obtener información más específica.

### A. Identidad del Municipio

Nombre: Ituzaingó

- ¿Qué características definen al municipio de Ituzaingó en su opinión? (Concepto abierto)
- ¿Con cuál de las siguientes opciones identifica más a Ituzaingó?
  - Su traducción del guaraní: "Cascada de agua"
  - El nombre "El Jardín del Oeste"
  - Ninguna de las anteriores
- ¿Qué diferencia a Ituzaingó de otros municipios?
- ¿La marca (identidad visual) debe representar a la gestión actual o al municipio en su conjunto?
- ¿Qué submarcas (lugares, eventos, etc.) del municipio deberían considerarse en la identidad de la marca?
- ¿Cómo considera que la gente percibe la imagen del municipio actualmente?
  - Muy buena
  - Buena
  - Regular
  - Mala

### B. Gráfica: Identidad y Logo

Identidad y Logo Anterior/Actual

- ¿Cuál es el logo actual? (Por favor, envíe el logo en formato editable si es posible)

- ¿Existe un manual de uso del logo?
- ¿Dispone de folletos, presentaciones u otros materiales con antecedentes de la marca?
- ¿Cómo se utiliza la gráfica del municipio en banners y otros medios?
- ¿Qué opinión tiene sobre el logo actual?
- ¿Cómo calificaría el logo actual?
  - Muy bueno
  - Bueno
  - Regular
  - Malo
- ¿Conoce alguna gráfica de otro municipio que le parezca particularmente buena?
  - ¿Cuáles?
- ¿Se han realizado campañas de comunicación en el municipio? Si es así, ¿podría describirlas?
- ¿Qué frases o slogans se han utilizado en el pasado?
- ¿Qué errores y aciertos considera que deben tenerse en cuenta en el futuro?
- ¿Cómo clasificaría las campañas anteriores?
  - Muy buenas
  - Buenas
  - Regulares
  - Malas

### C. Identidad y Logo Nuevo

Si se realizara un *refresh* de la marca, ¿qué cambios le gustaría ver?

- ¿Qué color(es) identifica(n) mejor al municipio?
- ¿Qué forma geométrica identifica al municipio?
- ¿Qué objeto(s) asocia con el municipio?
- ¿Qué personaje asocia con el municipio?
- ¿Qué animal asocia con el Municipio?
- ¿Qué lugar(es) identifica con el municipio?
- ¿Qué tipo de campaña le gustaría para el futuro?
- ¿Qué prefiere?
  - Solo el nombre del municipio destacado
  - Nombre del municipio y una frase
  - Nombre del municipio y un concepto o definición
- ¿Qué frase o slogan sería ideal para una nueva identidad visual?
- ¿Hay alguna frase o slogan que le parezca especialmente atractiva para el municipio?
  - ¿Qué pretende que transmita el logo y la identidad visual del municipio?
  - ¿Qué recomendaciones considera que deberían tenerse en cuenta en el diseño de la marca?

#### **Anexo 14 – Documento con alternativas de marca.**

Enlace al documento:

[https://drive.google.com/file/d/1NZr5d\\_o3oYXppaZgwNVLi2FHYaVf2aTN/view?usp=sharing](https://drive.google.com/file/d/1NZr5d_o3oYXppaZgwNVLi2FHYaVf2aTN/view?usp=sharing)

#### **Anexo 15 – Material utilizado para la presentación del proyecto**

Enlace al documento:

[https://drive.google.com/file/d/1Nq-pa5IELWbN4F\\_z8A5a5fnla2Sk2Bw6/view?usp=drive\\_link](https://drive.google.com/file/d/1Nq-pa5IELWbN4F_z8A5a5fnla2Sk2Bw6/view?usp=drive_link)

#### **Anexo 16 – Manual de marca turística Ituzaingó**

Enlace al documento:

[https://drive.google.com/file/d/1LQIZg1dMPEaAqzMvK0neE9rJTI2MGo1R/view?usp=drive\\_link](https://drive.google.com/file/d/1LQIZg1dMPEaAqzMvK0neE9rJTI2MGo1R/view?usp=drive_link)

#### **Anexo 17 – Manual de marca para prestadores**

Enlace al documento:

[https://drive.google.com/file/d/1cCuWM9JgbCXEiiqolw4tcK-aaEX9GjiZ/view?usp=drive\\_link](https://drive.google.com/file/d/1cCuWM9JgbCXEiiqolw4tcK-aaEX9GjiZ/view?usp=drive_link)

#### **Anexo 18 – Listado de establecimientos gastronómico de Ituzaingó.**

PARRILLA RESTAURANTE		
NOMBRE DE FANTASIA	TITULAR	DOMICILIO
MALCRIADO	AIRES DE LELOIR S.A.	MARTIN FIERRO 3290/96

-	ALVAREZ JUAN CARLOS	MARTIN FIERRO 4805
RAMY	ARIETA 3153 S.A.	JUNCAL 201
APREMIOS	ARRIAGA HECTOR MARIA	AV. INT. CARLOS RATTI 94
FABRIC SUSHI	ARROZ PARTIDO S.R.L.	MARTIN FIERRO 3347
EL BAQUEANO	ARTIGA MIGUEL ANGEL	PTE. PERON 8568 / SOLDADO ARGENTINO 3105
BAHIANO BAR	AVERSA HERNAN ABEL	DR. C. NESTOR KIRCHNER 21456/58
-	B.C.N. SRL.	CARRILLO 3861
BIG PONS	BACON AND BACON S.R.L.	MARTIN FIERRO 3290
CLUB DE CAMPO LOS PINGUINOS	BERE CALGAGNO S.R.L.	PTE. PERON 10298
TEMPLE	BIRRERÍA DEL OESTE S. A.	MARTIN FIERRO 3337/47
-	BOURRAS HORACIO OSCAR	JUAN GREGORIO LAS HERAS 47
-	BRUJAS TIGRE S.R.L.	EDUARDO MUÑIZ 35
EL SOLAR	BUZZATTO VANESA GABRIELA	GRAL. FRANCISCO F. DE LA CRUZ 81
ITALICA NEGRONI	CAMPANIA E TOSCANA S.A.	MARTIN FIERRO 3337/47
SAMURAI	CAPECE S.R.L.	MARTIN FIERRO 3519
-	CATALAN CRISTIAN EMMANUEL	CORONEL J. M. THORNE 306
CENTRAL PARK LELOIR	CENTRAL PARK LELOIR S.H.	PTE. PERON 8641
ORALE JUANITO	CHALECHILO S.R.L.	MARTIN FIERRO 2921
BAR ARABE	CHAPARRO FERNANDO DAMIAN	SANTA ROSA 1082
COWEST	COWEST S.R.L.	ANTONIO CAGGIANO 3976
LA GUEYA	DE LOS BAQUEANOS SA- VIOLA JUAN	MARTIN FIERRO 3485
TIENDA DE CAFÉ	DE ME AG DI 23 S.A.	MARTIN FIERRO 3507/13/21/35

COSTUMBRES ARGENTINAS	DULCE HORIZONTE S.R.L.	CNEL. PABLO ZUFRIATEGUI 685/7
LA CASA DE COCO	ELAUGREMA S.R.L.	PTE. PERON 9741
RINCON ESPAÑA	ELENA MIGUEL ANGEL	FARREL (ESQ. PTE. PERON) 2446
BURGER KING	FAST FOOD SUDAMERICANA S.A	SANTA ROSA 1686
BURGER KING	FAST FOOD SUDAMERICANA S.A	MARTIN FIERRO 2921
BODEGON 606 ITUZAINGO	FAVA MARIANA PATRICIA	SOLER 494
PASEO DEL OESTE	FERIA DE OFERTAS.S.R.L. (BUFFET DE COMIDAS)	PTE. PERON 7970
PALADAR NEGRO	FORMA ROSA S.R.L.	AV. INT. CARLOS RATTI 1907
BRUCE	GRILL STATION S.A.	MARTIN FIERRO 3246
KENTUCKY	HPAA COMPANY FOOD S.R.L.	CNEL. PABLO ZUFRIATEGUI 971
PALACIO D'OR	INITIATIVE GROUP S.A	MARTIN FIERRO 3687
LA MANSION	L M DEL OESTE S.A.	GDOR. MARIANO ACOSTA 178
ROCKY	LA BROCCA S.A.	MARTIN FIERRO 3290/92/94/96
LA ESQUINA	LA ESQUINA 101 S.R.L.	JUAN GREGORIO LAS HERAS 101
MI GUSTO	LA HONORIA ALIMENTOS S.A	SANTA ROSA 1164
-	LEDESMA FERNANDA	ALEGRE, VENTURA CNEL 796
LA PAVA	LOS LEÑOS DEL OESTE S.A.	SANTA ROSA 1250
LE BLE	LOS NACIONALES S.A.	MARTIN FIERRO 2997
LE PAIN QUOTIDIEN	LP LELOIR S.R.L.	MARTIN FIERRO 3551
-	LUIS WALTER ARIEL	AV. RIVADAVIA 23484

-	MARRELLA LEONARDO VICTOR	MARTIN FIERRO 4957
LOS PINOS	MENDOZA GONZALES JUAN JOSE	MARTIN FIERRO 4101
LA MALLORQUINA	MICCA 98 S.A.	MARTIN FIERRO 2944
EL CLUB DE LA MILANESA	MILAROSA S. R. L.	SANTA ROSA 1206
-	MIÑO JULIO CESAR	PTE. PERON 8531
BOSQUE LELOIR	MONOPOLI S.A.	PTE. PERON 8307
-	MORENO FABIAN ALBERTO	PTE. PERON 8675
-	MORETI RUBEN OMAR	PTE. PERON 6544
MOSTAZA	MOSTAZA Y PAN S.A.	PTE. PERON 8545
AYERZA	OESTE GOURMET S.A.	MARTIN FIERRO 3290/92/94/96
THE TOWER BEER HOUSE	ORUE MATIAS EZEQUIEL	LAVALLEJA, JUAN GRAL. 48
PICCOLO	PALTOS S.R.L. (Gte: PALMAS JULIO FIFENCIO)	GDOR MARIANO ACOSTA 95
GRONN HOUSE	PANERO MARIANA ANDREA	MARTIN FIERRO 3290/92
PARIS LELOIR S.A.	PARIS LELOIR S.A.	MARTIN FIERRO 3290
CUENTA GANADO	PARRILLA 61 S.A.	MARTIN FIERRO 3287
ROBLES DE FLORIDA	PENATE SABRINA MARIAN	MARTIN FIERRO 2997
-	PIAGGIO JORGE ENRIQUE. -	BLAS PARERA 991 /ASUNCION 1005
PIERS	PIERS GCMA S.R.L.	CAMACUA 289/99
CELIK2	PLÁ ROMINA	GRAL. LUCIO N MANSILLA 1006
AMSTERDAM	QUATRO GROUP S.R.L	MARTIN FIERRO 2994
JUANA TEATRO RESTO	QUINTANA MARTIN FACUNDO	MANUEL BELGRANO 21489

MOSTAZA	RD BURGUER S.A.	CNEL. PABLO ZUFRIATEGUI 965
KANSAS	RESTO TRUST S.A.	MARTIN FIERRO 3347
-	ROMERO DANIEL RUBEN	CNEL. LORENZO BARCALA 769
EL GRINGO	ROMERO MARIA MERCEDES	BRANDSEN, CARLOS F DE CNEL. 2610
PAUL'S	ROOFTOP BAR S.R.L.	SANTA ROSA 1102/06/ VENANCIO FLORES 5
EL JARDIN DE JUANA	RUIZ NAHUEL ESTEBAN	JUNCAL 121
SR. NELBO	RUSSO FONTOURA EBER	PTE. PERON 6793
-	SABORES DEL MUNDO S.A. (Pte. Avila Mario Arturo)	PTE. PERON 9625
LO DE CARLITOS	SECTOR D18 S.R.L. (Socio Gerente Camino Víctor)	LAVALLEJA 23/29 - MUÑIZ 26
WHY NOT?	SEVILLANO FACUNDO	EL TIRADOR 1171
PANCHO SALSA	SOMOZA CAROLINA ROMINA	AV. INT. CARLOS RATTI 1801
AZAHARES	SOSA JUAN CRUZ	PTE. PERON 9625/7609
NUCHA	SUARES SANDRA LILIAN	SOLER, MIGUEL E GENERAL 354
SUSHI CLUB	SUSHI LELOIR S.A.	MARTIN FIERRO 3254
ALMACEN DE PIZZAS	TCBOX LELOIR S.A.	MARTIN FIERRO 3246
OSIBO	TOMODACHI TWIN S.A.	MARTIN FIERRO 3055/63
BAUM	VANDETTA S.A.	MARTIN FIERRO 3290
FOREVER BURGUER	VERDUN AYELEN MICAELA	SANTA ROSA 1138/40/42
-	VICEGO MIRTA ELIDA	IRIARTE, TOMAS GRAL 25
PATAGONIA	WBC-BRASSERIE OUESTE S.A.S.	MARTIN FIERRO 3347

<b>CAFÉ BAR</b>		
<b>NOMBRE DE FANTASIA</b>	<b>TITULAR</b>	<b>DOMICILIO</b>
EL DESEMBARCO	AVALOS BODDA S.A.	DE LAS CAÑONERAS 495
CAFÉ MARTINEZ	CAFE LELOIR S.A	MARTIN FIERRO 2921
CAFÉ MARTINEZ	CAFES DEL OESTE SRL	MANSILLA, LUCIO N GRAL 914/16
BONAFIDE	CAFINAR S.R.L.	CNEL. PABLO ZUFRIATEGUI 786
CHEKA	DI COSTA SEBASTIAN ANTONIO	SANTA ROSA 1152
LA FAROLA EXPRESS	EDUFAB S.A (PTE. AVILA FABIAN)	RODRIGUEZ FRAGIO, MANUEL 98
TACO BOX	FETUMI S.A.	DEL CIELITO 1835
ATALAYA ITUZAINGO	FYA 1556 S.A.	SANTA ROSA 1556
GARDENIAS	GASTROMARKET S.R.L	MARTIN FIERRO 3022
ALMAS	GOMEZ DE LA FUENTE SARA BELEN	AV. INT. CARLOS RATTI 2261
-	GONCALVES MIGUEL ALFREDO.-	AV. INT. CARLOS RATTI 1860 - HERZL 1835/41
REGINA	GRANADOS PAULA CAROLINA	SANTA ROSA 1802
-	JESANFER DELI S.A	CNEL. PABLO ZUFRIATEGUI 658
PENTOS	LAS 66 SRL	PTE. NESTOR KIRCHNER 21598
MEMEI BISTRO Y CAFÉ	LOPEZ PAULA LUCIA	GRAL. FELIX DE OLAZABAL 683/87
LA ESPAÑOLA	PANADERIA LA ESPAÑOLA DE CASTELAR S.R.L.	SANTA ROSA 1510
DON BLANCO	PANZER GROUP S.A	MARTIN FIERRO 3290/96
JONY BAR MULTIESPACIO	PIONETTI JONATHAN DAMIAN	MANUEL BELGRANO 21581
-	RESTUCCIA CANAVESE FEDERICO	MUÑIZ 105/117 - PAYSANDU 1622
FAX	SEMERINI DIEGO ADRIAN	GDOR. ACOSTA 49

### **Anexo 19 – Alcance de uso de la plataforma Cicerone**

Enlace al documento:

[https://drive.google.com/file/d/1u0KbuD-MIYY60BUzApEkCs7eiAziBB7u/view?usp=drive\\_link](https://drive.google.com/file/d/1u0KbuD-MIYY60BUzApEkCs7eiAziBB7u/view?usp=drive_link)

## **Autoridades Municipales**

Pablo Descalzo - Intendente  
Juan Manuel Álvarez Luna – Secretario de Gobierno  
Natalia Lazzeri – Secretaria de Desarrollo Productivo  
Franco De Trueba – Director de Habilitaciones

## **Equipo técnico**

Nahuel Farberoff - Coordinador  
Mauro Beltrami  
Daniel Beltrami  
German Treuer  
Mariana Arla  
Ana Laura Barrera  
Roberto Occhipinti  
Mónica Mendoza  
Julián Mendoza  
Paula Flotta  
Luz Abdala  
Gonzalo La Rosa  
Marcelo Funes  
Tomás Giménez