

# PROPUESTA DE UN SISTEMA DE CATEGORIZACIÓN Y MEDICIÓN DEL POTENCIAL DE CRECIMIENTO ECONÓMICO DE LOS RESTAURANTES PARA LA CIUDAD DE MAR DEL PLATA

Onaine, Adolfo E. \*, Tabone, Luciana, Mortara, Verónica y Zugarramurdi, Aurora<sup>1</sup>

*Universidad Nacional de Mar del Plata, Facultad de Ingeniería, Departamento de Ingeniería Industrial. Juan B. Justo 4302 – (7600) Mar del Plata. [aeonaine@fi.mdp.edu.ar](mailto:aeonaine@fi.mdp.edu.ar)*

<sup>1</sup> *INTI Mar del Plata – Unidad de Ingeniería Económica. [auroraz@mdp.edu.ar](mailto:auroraz@mdp.edu.ar)*

## RESUMEN

Este trabajo tiene dos objetivos. El primero consiste en el diseño de un sistema de categorización a implementar en los establecimientos pertenecientes al rubro restaurantes del sector gastronómico de Mar del Plata y el segundo, estudiar su potencial de crecimiento económico.

Se utilizan enfoques metodológicos cuantitativos y cualitativos que permiten relevar y analizar la información obtenida a través de dos encuestas.

Para diseñar el sistema de categorización se establece una escala para enmarcar los restaurantes dentro de las categorías propuestas, armada en función del análisis de sistemas vigentes a nivel nacional [1] e internacional [2]. El relevamiento para determinar el potencial de crecimiento económico recoge información de variables que reflejan el comportamiento innovador considerando inversiones para aumentar la capacidad productiva, niveles de formación del personal, entre otras [3].

Se realiza una prueba piloto para probar la consistencia de los instrumentos empleados y la pertinencia de la escala de categorización propuesta. La muestra utilizada se obtiene a partir de la base de datos del rubro disponible en el Ente Municipal de Turismo de Mar del Plata, de la cual se excluyen los establecimientos de comidas rápidas y autoservicio.

Se concluye la necesidad de una reformulación de la escala del sistema de categorización para poder responder a la dinámica del rubro, manteniendo los lineamientos generales de los sistemas de referencia que permita la comparación a nivel nacional e internacional. Respecto al potencial de crecimiento económico, se determina que la actividad posee un potencial condicionado debido a la falta de inversiones, innovaciones, certificaciones de calidad y formación de capital humano.

En cuanto a las dos encuestas, se deberán acotar y diseñar mediante el uso de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para agilizar su respuesta y posterior procesamiento.

**Palabras Claves:** Sistema de categorización - Potencial de crecimiento económico – Sector gastronómico – Servicio de restaurantes - Restauración.

## 1. INTRODUCCIÓN

El presente trabajo consiste en el diseño de un sistema de categorización a implementar en los establecimientos del rubro restaurantes de la ciudad de Mar del Plata, en el partido de General Pueyrredon y en la obtención de indicadores que permitan analizar el potencial de crecimiento económico del sector y su validación a través de un muestreo.

La implementación de un sistema de categorización proporciona al cliente una clara visión de la oferta gastronómica y su nivel de calidad a la hora de elegir entre los distintos establecimientos de la ciudad. El sistema permite estandarizar las características del servicio a ofrecer para las distintas categorías y sirve como guía a los establecimientos que quieran ofrecer un servicio superior. Asimismo, pretende promover y concientizar en los empresarios la importancia que reviste la implementación de un sistema de categorización para mejorar su calidad, eficiencia, y competitividad.

La medición del potencial de crecimiento económico permite determinar las capacidades que posee el rubro restaurantes y el grado en que contribuye al crecimiento de la economía y competitividad del sector turístico de la región.

Esta propuesta surge de la política de inserción de Mar del Plata como destino de turismo internacional y de la necesidad de brindar al visitante servicios comparables con otros lugares. Mar del Plata no cuenta con un marco regulatorio a nivel local que califique los establecimientos gastronómicos y sólo existe uno a nivel provincial que data del año 1974.

Con respecto a la medición del potencial de crecimiento económico, existe un estudio realizado en la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales referido al sector manufacturero [3] con el cual se pueden comparar los resultados que se obtengan del sector turismo, al efecto de observar comportamientos comunes. Estos resultados facilitan el establecimiento de políticas de desarrollo sectorial sobre la base de datos cuantitativos.

## 2. MARCO DE REFERENCIA

### 2.1. Los restaurantes en la economía regional

En los últimos años el sector Comercio y servicios ha adquirido creciente significación en el conjunto de la actividad económica, siendo en Argentina el responsable del 67.3% del Producto Bruto Interno (PBI) en el año 2010. En el avance mostrado por el PBI en el año 2010 en referencia al año anterior participa con el 60,4% [4]. Este comportamiento se refleja también en el partido de General Pueyrredon, donde este sector representa el 63.9% del Producto Bruto Geográfico (PBG), convirtiéndose en el más importante de la economía de la región [5].

Dentro de las actividades que comprenden al sector de servicios se encuentra el turismo que, tal como lo consigna la Organización Mundial del Turismo, comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes a lugares distintos al de su entorno habitual por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, negocios y otros. En tal sentido, implica el traslado de las personas fuera de su lugar de residencia y la estadía en destino incluyendo el traslado, las actividades realizadas y los servicios y productos creados para satisfacer las necesidades de los viajeros. De esta manera, las actividades consideradas dentro del turismo incluyen la hotelería, las agencias de viajes, el transporte de pasajeros de larga y media distancia y la gastronomía y representan el 10,4% del PBG del sector de Comercio y servicios de la ciudad de Mar del Plata. El rubro restaurantes aporta el 22% en el conjunto de los componentes del turismo [5 y 6]. Si bien este rubro comprende el expendio de comidas y bebidas al público en general, que incluye los servicios en restaurantes, bares y otros establecimientos con servicios de mesa y/o en mostrador se considera relevante la participación del restaurante propiamente dicho en el PBG local. El trabajo se acota al restaurante como *“establecimiento donde se vende comida para ser consumida en el mismo lugar, tanto elaborada en el establecimiento como producida por terceros”* [7] y para la prueba piloto de los instrumentos se excluyen los locales de comidas rápidas y autoservicio.

Mar del Plata se ha caracterizado por presentar una afluencia de turismo simultánea diversificada, debido a que ha sido un centro receptor de turismo interno proveniente de los distintos sectores socio-económicos del país. Asimismo, dentro de la Provincia de Buenos Aires, la ciudad es el destino más significativo y reconocido del litoral atlántico por su diversidad de oferta y volumen de demanda [8].

Dada las condiciones del mercado turístico que presenta destinos que temporada a temporada incrementan su competitividad y turistas con exigencias renovadas, surgen nuevos escenarios de acción, donde las empresas del sector deben generar cambios para mejorar la calidad de servicio y su eficiencia.

Con el objetivo de posicionar de manera estratégica a la oferta turística de la ciudad y contribuir a la economía del sector, el estudio se centra en la actividad de quien tiene o explota un restaurante (restauración), por ser un componente fundamental del sector turístico que le aporta el 32,1% del PBG y 6753 puestos de trabajo [5].

## **2.2. Sistema de categorización**

Para que la categorización sea susceptible de comparación a nivel nacional e internacional, se toman como referencia los sistemas nacionales e internacionales tales como los implementados en: las Provincias de Buenos Aires y Entre Ríos en nuestro país; el principado de Asturias y la ciudad de Aragón en España; y la establecida por la AAA Publishing Tourism Information Development para Estados Unidos de Norteamérica y Canadá.

La Provincia de Buenos Aires a través del decreto N°6838/74 establece una clasificación por categorías para restaurantes y negocios afines, que fue reglamentado el 4 de Octubre del 1974. El régimen de clasificación abarca los siguientes establecimientos: Restaurantes, casas mixtas, estilo Munich grills, copetines al paso con o sin servicio de salón, cafés, bares y confiterías con anexo de bar que brinden servicio de comida, pizzerías, pizzerías grills. La normativa establece las diferentes categorías en función de las características del servicio de cocina, del personal del salón y del servicio de salón. Dichas categorías son: Especial, A, B, C y D, identificadas respectivamente por cinco, cuatro, tres, dos y un tenedor. [9]

El Sistema de Categorización de la Provincia de Entre Ríos se aprueba por el decreto N° 3025/83 que establece la reglamentación y categorización de restaurantes y establecimientos afines clasificándolos como: Restaurantes; Establecimientos dedicados a especialidades gastronómicas: parrillas, pescaderías, pizzerías, etc.; Autoservicios; Cafés y Bares y confiterías. Las categorías consideradas para los restaurantes son: 1, 2, 3, 4, y 5 tenedores. Para su categorización se deben cumplimentar con un conjunto de requisitos mínimos respecto de la estructura edilicia, del servicio y atención al cliente. [1]

El Principado de Asturias, España, cuenta con una normativa para categorizar establecimientos gastronómicos mediante el Decreto N°32/2003 reglamentado el 30 de Abril del 2003. Clasifica a los establecimientos gastronómicos en: Restaurantes; Cafeterías; Bares, cafés o similares y Sidrerías. Con respecto a los restaurantes, la normativa establece las diferentes categorías en función de la calidad de sus instalaciones y servicios y del cumplimiento de una serie de requisitos técnicos referentes a entrada, guardarropa, sala de espera, comedor, comedores adicionales, teléfono, zona de clientes y sanitarios. Dichas categorías son: de lujo, primera, segunda, tercera y cuarta, identificadas respectivamente por cinco, cuatro, tres, dos y un tenedor. Define como restaurante a aquellos establecimientos que dispongan de cocina y de comedor, preferentemente independizado, en los que se ofrecen al público las comidas y bebidas relacionadas en sus cartas. Establece que la carta de platos y carta de bebidas deben contener las relaciones de comidas y de bebidas, respectivamente, con sus correspondientes precios y deben de presentarse al cliente en el momento que éste manifieste su intención de consumir. Los restaurantes pueden servir menús, siendo obligatoria la prestación del menú de la casa para los de tercera y cuarta categoría y voluntaria para los demás. El menú de la casa debe ofrecer de manera conjunta bajo un precio global, al menos, dos platos, pan, una bebida y postre. Su existencia y precio se reflejará en la carta de platos y su composición se determinará en la misma o en hoja aparte, que se entregará junto con ella. Si se agota alguno de los platos integrantes del menú de la casa, deberá sustituirse por otro de similares características. [2]

En la Comunidad de Aragón, España, la categoría de un restaurante se establece mediante el cumplimiento de determinados requisitos de estructura edilicia y servicio al cliente. Esta categorización se expresa gráficamente mediante tenedores. Los restaurantes pueden clasificarse en cinco categorías: 5 tenedores (lujo), y de cuatro a un tenedores, debiendo identificar su categoría mediante una identificación o placa visible en el exterior del local [10].

La AAA Publishing Tourism Information Development publica la Approval Requeriments Diamond Ratings Guidelines para Restaurantes establece una escala de categorización basada en diamantes. Contempla características objetivas y subjetivas en cuando a los alimentos, los servicios, la decoración y la ambientación [11].

## **2.3. Medición del potencial de crecimiento económico**

Para realizar la medición del potencial de crecimiento económico, se toma como referencia un estudio desarrollado para la industria manufacturera del partido de Gral. Pueyrredon que clasifica a los sectores económicos en bajo, condicionado y alto potencial de crecimiento económico [3]. De esta manera, los resultados obtenidos del presente trabajo son susceptibles de comparación con los demás sectores económicos de la región considerada.

Dicho estudio toma como base el concepto de desarrollo endógeno expuesto por Vázquez Barquero [12], que entiende que el desarrollo económico tiene como origen la aplicación de conocimientos a los procesos productivos que se dan en un sistema de innovación local, regional o nacional. El crecimiento endógeno puede materializarse a través del aprendizaje y la experiencia de los agentes que se difunden en el entorno y mejoran la competitividad de las firmas. Esto significa que el aumento de los conocimientos de la fuerza de trabajo, por un lado, mejora la productividad en cada empresa, y por el otro, beneficia a la economía local en conjunto. Desde otra perspectiva, el desarrollo endógeno se configura como un fenómeno de carácter

absolutamente colectivo, con especial incidencia del tejido institucional en la promoción del cambio tecnológico, motor del crecimiento de toda economía [3].

En base a este enfoque, se consideran variables para la medición del potencial de crecimiento económico tales como: Capital físico, Innovación, Calidad y Capital Humano. Los indicadores correspondientes a cada variable considerados se presentan en la Tabla 1.

Tabla 1 *Indicadores para la medición del potencial de crecimiento económico*

<b>Variables de medición</b>	<b>Indicadores</b>
<i>Capital físico</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Estado del capital físico</li> <li>2. Inversión en capital físico durante el año anterior al relevamiento</li> <li>3. Inversión en capital físico prevista para el año en el que se realiza el relevamiento</li> <li>4. Uso de la capacidad instalada durante el año anterior al relevamiento</li> <li>5. Uso de la capacidad instalada prevista para el año en el que se realiza el relevamiento</li> </ol>
<i>Innovación</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Nuevos productos</li> <li>2. Productos existentes</li> <li>3. Proceso productivo</li> <li>4. Comercialización</li> <li>5. Organización y gestión</li> </ol>
<i>Calidad</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Certificación ISO</li> <li>2. Certificación de calidad</li> </ol>
<i>Capital humano</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ocupados con bajo nivel de instrucción</li> <li>2. Ocupados con nivel de instrucción medio o alto</li> <li>3. Profesionales</li> <li>4. Demanda de operarios con bajo nivel de calificación</li> <li>5. Demanda de operarios con nivel de calificación medio o alto</li> <li>6. Demanda de profesionales</li> <li>7. Inversión en capital humano</li> </ol>

Fuente: elaboración propia en base a [3]

### 3. DESARROLLO

Para el diseño del sistema de categorización se toma como guía los sistemas nacionales e internacionales ya descriptos. Además, se incorporan variables que surgen de las características particulares de los restaurantes de la región estudiada. De esta manera, el sistema no sólo responde a las necesidades locales sino que también es susceptible de comparación a nivel nacional e internacional.

Con respecto a la medición del potencial de crecimiento económico, se toma como referencia el estudio presentado a nivel local adaptándolo a las particularidades del sector gastronómico.

Se utilizan enfoques metodológicos cuantitativos y cualitativos que permiten relevar y analizar la información obtenida a través de dos encuestas.

#### 3.1. Sistema de Categorización propuesto

Para diseñar el sistema de categorización se comienza por establecer las siguientes definiciones:

- Restaurante: establecimiento que disponga de cocina y de comedor, preferentemente independizado, en los que se ofrecen al público las comidas y bebidas ofrecidas en sus cartas.
- Carta: Se entiende por carta de platos y carta de bebidas, la nómina de comidas y de bebidas, respectivamente, con sus correspondientes precios, que se ofertan en los restaurantes.
- Menú de la casa: Se entiende a la oferta conjunta bajo un precio global de, al menos, dos platos, pan, una bebida y postre.

En segundo lugar, se establece la siguiente clasificación en Categoría / Denominación:

- Lujo o clase mundial / 5 tenedores: Es de renombre y provee consistentemente una experiencia de clase mundial. Es alta cocina en su mejor expresión. Los menús son de vanguardia, utilizando solo ingredientes de excelente calidad. La comida se prepara de una manera muy imaginativa y única. La combinación de técnica e ingredientes es extraordinaria, y refleja el arte impecable y el conocimiento de los chefs más destacados. Un maitre lidera un staff experto de servicio que excede las expectativas del cliente atendiendo a cada detalle de un modo discreto.

- Primera Clase / 4 tenedores: Están orientados a las personas que buscan una experiencia distintiva de comida fina. Frecuentemente orquestados por un chef ejecutivo y un staff experto, los menus reflejan un alto grado de creatividad y complejidad, utilizando presentaciones imaginativas para mejorar la calidad e ingredientes frescos. El staff de servicio, tan profesional como el de cocina, demuestra un fuerte deseo de satisfacer y hasta exceder las expectativas del cliente. Un asesor de vinos está generalmente disponible para proveer conocimiento específico en selección de vinos. El ambiente es muy refinado, confortable y armonioso, incorporando materiales de calidad y una variedad de elementos de alto diseño para dar una impresión de primera clase.
- Segunda Clase / 3 tenedores: Suele emplear un chef profesional y un staff de apoyo de cocineros muy entrenados. El menú se prepara hábilmente y suele reflejar interpretaciones de las nuevas tendencias o el dominio de la cocina tradicional. Típicamente hay mayor oferta de bebidas como complemento del menú, como vinos internacionales y regionales, cervezas especiales, y tragos. Un gerente de salón profesional lidera un staff de servicio eficiente. El servicio refleja cierto grado de refinamiento, como la aceptación de reservas, la asistencia personal, o la habilidad de adaptarse a las necesidades específicas del cliente. La decoración muestra el uso coordinado de elementos de diseño para proveer un estilo distintivo y buen confort. Los restaurantes a este nivel son un preámbulo a los restaurantes de categoría y se suelen posicionar para el público adulto.
- Familiar informal / 2 tenedores: Muestra mejoras notables en la presentación de la comida, como el uso de adornos en combinación con la vajilla. Típicamente, el menú ofrece una amplia variedad con recetas familiares favoritas o comida estilo casero, frecuentemente preparadas por pedido y a un precio razonable. El servicio, si bien suele ser limitado, es de un lenguaje informal y ameno. El entorno, si bien limitado en su alcance, suele reflejar un estilo definido. Todos los elementos se combinan para proveer una experiencia familiar.
- Básico / 1 tenedor: Debe cumplir requisitos básicos pertenecientes a la administración, limpieza y calidad general. El foco está puesto en proveer comida familiar sencilla y sana, a un precio económico. Generalmente, el menú se limita a una especialidad, tal como hamburguesas, pollo, pizza o empanadas. El servicio es limitado, en muchos casos autoservicio, y el entorno es usualmente utilitario.

Las variables observadas para el encuadre en las categorías tienen en cuenta:

- Las características del establecimiento: entrada de los clientes, del personal de servicio y mercancías; recepción; vestíbulo o sala de espera; guardarrobas; superficie del salón; sanitarios; cocina; escalera de servicio; montaplatos y mobiliario entre otros.
- Los servicios tales como: estacionamiento, telefonía, climatización, ascensor, copa bienvenida; copa o café despedida; reservas telefónicas; personalización de las mesas y agasajo de cumpleaños entre otros.
- Otros factores intervinientes en el servicio: menú impreso; presentación de la mesa: vajilla, cristalería, lencería y decoración; uniformes del personal y formación del personal incluyendo idiomas.

Definidas la clasificación/ denominación y las variables se diseña una grilla de categorización que establece los requisitos de cada variable para acceder a las diferentes categorías. La evaluación de los resultados de las variables permite determinar la categoría que podría ostentar el establecimiento y proponer un plan de mejora para alcanzar la categoría superior más representativa.

### **3.2. Medición del potencial de crecimiento económico**

El objetivo del estudio consiste en identificar un conjunto de variables que permitan medir el potencial de crecimiento económico dentro del rubro restaurantes del Partido General Pueyrredon para determinar si es alto, condicionado o bajo. Se definen para cada una de las variables consideradas como determinantes del crecimiento los indicadores adecuados para su medición, realizándose luego un agrupamiento según el comportamiento observado de modo de poder determinar si el sector posee un bajo, condicionado o alto potencial de crecimiento económico.

Las variables e indicadores fueron seleccionados en base al estudio de potencial de crecimiento económico de la industria manufacturera del partido de Gral. Pueyrredon [3]. El objetivo de esta elección es que los resultados del trabajo sean susceptibles de comparación con los demás sectores económicos de la región.

En la Tabla 2 se presentan cada una de las variables consideradas y los indicadores adecuados para su medición.

Tabla 2 *Indicadores para la medición del potencial de crecimiento económico*

<b>VARIABLES DE MEDICIÓN</b>	<b>INDICADORES</b>
<i>Capital físico</i>	1. Estado del capital físico 2. Inversión en capital físico durante los últimos 5 años 3. Inversiones para aumentar la capacidad productiva durante los últimos 5 años
<i>Innovación</i>	1. Introducción de innovaciones de producto en los últimos 5 años 2. Introducción de innovaciones de proceso en los últimos 5 años
<i>Calidad</i>	1. Certificación de calidad en los últimos 5 años
<i>Capital humano</i>	1. Nivel de formación del responsable del servicio 2. Nivel de formación del Personal de cocina 3. Programa de capacitación en los últimos 5 años

Fuente: elaboración propia

En las Tablas 3 y 4, se establecen las características de las variables para los grupos de bajo y alto potencial en los que se pueden clasificar los sectores económicos.

Tabla 3 *Indicadores de bajo potencial de crecimiento económico*

<b>VARIABLES DE MEDICIÓN</b>	<b>BAJO POTENCIAL</b>
<i>Capital físico</i>	1. $\geq 70\%$ del capital físico antiguo 2. $\leq 30\%$ con inversión en capital físico durante los últimos 5 años 3. $\leq 30\%$ con inversiones para aumentar la capacidad productiva durante los últimos 5 años
<i>Innovación</i>	1. $\leq 30\%$ con innovaciones de producto introducidas en los últimos 5 años 2. $\leq 30\%$ con innovaciones de proceso introducidas en los últimos 5 años
<i>Calidad</i>	1. $\leq 30\%$ con certificación de calidad en los últimos 5 años
<i>Capital humano</i>	1. Nivel de formación del responsable del servicio: $\geq 70\%$ idóneo 2. Nivel de formación del Personal de cocina: $\geq 70\%$ cocina artesanal 3. $\leq 30\%$ con programa de capacitación en los últimos 5 años

Fuente: elaboración propia

Tabla 4 *Indicadores de alto potencial de crecimiento económico*

<b>VARIABLES DE MEDICIÓN</b>	<b>ALTO POTENCIAL</b>
<i>Capital físico</i>	1. $\geq 70\%$ del capital físico moderno y/o de punta 2. $\geq 70\%$ con inversión en capital físico durante los últimos 5 años 3. $\geq 70\%$ con inversiones para aumentar la capacidad productiva durante los últimos 5 años
<i>Innovación</i>	1. $\geq 70\%$ con innovaciones de producto introducidas en los últimos 5 años 2. $\geq 70\%$ con innovaciones de proceso introducidas en los últimos 5 años
<i>Calidad</i>	1. $\geq 70\%$ con certificación de calidad en los últimos 5 años
<i>Capital humano</i>	1. Nivel de formación del responsable del servicio: $\geq 70\%$ terciario y/o universitario 2. Nivel de formación del Personal de cocina: $\geq 70\%$ de grado y/o escuela gastronómica 3. $\geq 70\%$ con programa de capacitación en los últimos 5 años

Fuente: elaboración propia

Se considera con potencial de crecimiento económico condicionado, aquellas actividades que no cumplan en su totalidad los requisitos establecidos en los dos grupos anteriores.

### 3.3. Metodología

Para cumplir los objetivos del trabajo se diseñaron dos encuestas descriptivas, con preguntas abiertas y cerradas, dicotómicas y múltiples, que permiten definir la realidad del sector gastronómico y caracterizarlo [13].

La primera encuesta posee 56 preguntas divididas en cinco dimensiones: información sobre el restaurante en general, información sobre los sectores del restaurante, equipamiento de proceso/cocina, información sobre los recursos humanos e información sobre los servicios complementarios. A través de estos datos se determinan las características de las variables consideradas para su posterior categorización.

A través de la segunda encuesta se obtiene la información necesaria para caracterizar las distintas variables consideradas en el análisis de potencial de crecimiento económico. La misma posee 39 preguntas agrupadas en seis dimensiones: datos del entrevistado, cambio tecnológicos sobre tecnologías blandas y duras, inversiones realizadas, proyecciones del sector y planes de inversión. Para probar la consistencia de los instrumentos empleados y la pertinencia de la escala de categorización propuesta se realiza una prueba piloto con una muestra de 38 establecimientos gastronómicos. Dicha muestra se obtiene a partir de la base de datos del rubro disponible en el Ente Municipal de Turismo de Mar del Plata (EMTur), de la cual se excluyen los establecimientos de comidas rápidas y autoservicio.

Con los resultados de la primera encuesta se determina la categoría correspondiente a cada una de las variables. La categorización alcanzada por el restaurante está dada por la mínima categoría obtenida en las variables. La observación del resto de las variables permite determinar la categoría superior más próxima a alcanzar y proponer un plan de mejora para lograrlo.

Con los resultados de la segunda encuesta, se obtienen los datos que permiten calcular las variables que caracterizan el potencial del crecimiento económico del sector gastronómico de la región.

#### **4. RESULTADOS**

A partir de la experiencia piloto en la cual se relevaron 38 establecimientos gastronómicos, se prueba la pertinencia del sistema de categorización y medición del potencial de crecimiento económico propuestos. Los datos de las encuestas son recopilados por medio de entrevistas personales a los responsables del servicio en el establecimiento.

Con respecto al sistema de categorización, de total de los establecimientos relevados el 2.38% pertenece a la Categoría 2 Tenedores y el 97.62% restante a la Categoría 1 Tenedor.

En cuanto a la medición potencial de crecimiento económico, a continuación se analizan los resultados obtenidos para cada variable:

- Capital físico: El 15.79% es antiguo, el 57.89% es moderno y el 26.32% es de punta. Se destaca que un 26% realizan inversiones en maquinarias y equipos y que el 22% lo hacen para aumentar su capacidad productiva, en los últimos 5 años.
- Innovación: El 22% introduce innovaciones de productos y el 17% de procesos, en los últimos 5 años.
- Calidad: Del total de los establecimientos, solo el 6% cuenta con una certificación de calidad, en los últimos 5 años.
- Capital humano: el 6% de los responsables del servicio cuenta con un título universitario relacionado con la gastronomía, el 3% con título terciario relacionado a la gastronomía y el 91% es idóneo. Con respecto al nivel de formación del personal de cocina, el 52% posee formación de escuela gastronómica, el 50% de cocina artesanal y sólo el 7% posee título de grado. Finalmente, el 7% de los establecimientos muestreados expresa contar con un programa de capacitación, en los últimos 5 años.

En función de estos resultados, se determina que la actividad analizada posee un potencial de crecimiento económico condicionado.

#### **5. CONCLUSIONES**

En función de los resultados obtenidos, donde el 97.62% de los establecimientos relevados no superan la Categoría de 1 Tenedor, se plantea la necesidad de revisar minuciosamente la base de datos de restaurantes del EMTur y una reformulación de la escala del sistema de categorización.

Dentro de la base de datos del rubro restaurantes, se encuentran establecimientos que tienen como actividad principal la cafetería y como servicio secundario el expendio de platos de comida, lo que implica que las variables consideradas no posean la relevancia requerida y afecten en forma negativa a la evaluación de la pertinencia de la escala propuesta.

La necesidad de revisión de la escala del sistema de categorización se plantea a partir de que la clasificación de un establecimiento en las distintas categorías queda definido por el valor más bajo obtenido en las variables.

La nueva escala debe responder a la dinámica del rubro sin perder los lineamientos generales de los sistemas de referencia para permitir la comparación a nivel nacional e internacional.

Con respecto al estudio del potencial de crecimiento económico, se puede decir que para aumentarlo se debe poner énfasis en la introducción de innovaciones en productos y procesos. Este comportamiento se refleja también en la falta de inversiones realizadas en el sector en los últimos 5 años. Otro punto débil es la falta de certificaciones de calidad, herramienta necesaria para la mejora continua del servicio brindado y los procesos asociados. Con respecto al capital

humano, se evidencia la falta de formación profesional en el sector que constituye una importante restricción al desarrollo del mismo.

Finalmente, se plantea para el diseño de las nuevas encuestas el uso de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para agilizar su respuesta y posterior procesamiento.

## 6. REFERENCIAS

- [1] Subsecretaría de Turismo (1983). “Decreto N° 3025-83: Reglamentación y categorización de restaurantes, cafés, bares, confiterías y establecimientos afines de la Provincia de Entre Ríos”. Boletín Oficial del Gobierno de la Provincia de Entre Ríos. 2 de noviembre de 1983. Paraná, Entre Ríos, Argentina.
- [2] Consejería de Industria, Comercio y Turismo (2003). “Decreto 32/2003: Ordenación de la actividad de restauración”. Boletín Oficial del Gobierno del Principado de Asturias. 12 de Mayo de 2003, pp 6217-6223. Principado de Asturias, España.
- [3] Mauro, Lucía Mercedes (2008). *Cambio tecnológico y competencias laborales en el proceso de desarrollo económico. Análisis para el Partido de General Pueyrredon y zona*. Tesis de grado de la carrera de Licenciatura en Economía Universidad Nacional de Mar del Plata. Mar del Plata, Buenos Aires, Argentina.
- [4] Molteni, Gabriel; de León, Gonzalo; Giudice, Lucía y Pellegrini, Paula (2011). El sector de comercio y servicios genera dos tercios del PIB de la República Argentina. Serie Informes Relevancia del Sector. Departamento de Economía, Cámara Argentina de Comercio. Abril de 2011. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina.
- [5] Wierny, Marisa (2012). *Producto Bruto Geográfico del Partido de General Pueyrredón: año base 2004. Estimaciones y Metodología*. Mar del Plata, Buenos Aires, Argentina. 1ra. Edición Mar del Plata. ISBN 978-987-544-431-7 Universidad Nacional de Mar del Plata.
- [6] Mantero, Juan Carlos y Varisco, Cristina (2002) “Sector Turismo” CEPAL – SERIE Estudios y perspectivas – Oficina de la CEPAL en Buenos Aires N° 11. pp 95-112. ISSN Electrónico 1684-0356. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina.
- [7] IRAM (2008) *Norma IRAM-SECTUR 42800:2008 Restaurantes. Sistema de gestión de la calidad y el ambiente. Requisitos*. Primera edición 2008-01-16. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina.
- [8] Castellucci, Daniela (2010) “Turismo, desarrollo y calidad hacia un servicio sostenible”. *4to Congreso Latinoamericano de Investigación Turística*. CD: ISBN 978-9974-98-057-0. Montevideo, Uruguay.
- [9] Gobierno de la Provincia de Buenos Aires (1974). “Decreto 6838/74: Restaurantes y negocios afines - Clasificación por categorías”. La Plata, Buenos Aires. 4 de Octubre de 1974. <http://www.gob.gba.gov.ar/legislacion/legislacion/74-6838.html>
- [10] Departamento de Economía, Hacienda y Fomento (1999). “Decreto 81/1999: Normas sobre ordenación de bares, restaurantes y cafeterías y establecimientos con música, espectáculo y baile”. Boletín Oficial del Gobierno de Aragón, Número 84, 5 de julio de 1999, pp 4144-4148. Aragón, España.
- [11] AAA Publishing Tourism Information Development (2009). Approval Requirements Diamond Ratings Guidelines Restaurant. Revised 6/2009. Florida, USA.
- [12] Vázquez-Barquero, Antonio. (2000). “Desarrollo endógeno y globalización”. *Revista EURE*. Vol 26, N° 79, pp 47-65. Santiago de Chile.
- [13] García Ferrando, Manuel; Ibañez, Jesús; Alvira Martín, Francisco (2000). *El análisis de la realidad social: Métodos y Técnicas de investigación*. Madrid, 3° Edición. Editorial Alianza. Madrid, España.