

Foro de Planificación y Desarrollo de Turismo Gastronómico

Calafate, Santa Cruz - 14 de junio de 2017

Relatoría

Introducción

El Ministerio de Turismo de la Nación ha definido como una de sus principales líneas de actuación, el desarrollo del Turismo Gastronómico, bajo la premisa de posicionar a la cocina argentina en el plano nacional e internacional, destacando la diversidad de la oferta gastronómica de nuestro país y revalorizando la cadena de valor integrada por productores primarios, distribuidores, profesionales del sector, establecimientos gastronómicos, educativos, entre otros.

Esta tipología de turismo se basa en la puesta en valor de los alimentos identitarios de cada región, destacando el contenido histórico asociado a los mismos y consecuentemente trabaja con los actores de la cadena gastronómica a fin de integrarlos a la oferta turística y poner a disposición del turista actual y potencial un conjunto de propuestas entre las cuales es posible mencionar: visita a bodegas, comer en restaurantes que ofrecen especialidades regionales, observar y participar de una demostración de cocina, hacer degustaciones, asistir a festivales vinculados a la gastronomía local, recorrer rutas turísticas, entre otros.

El Turismo Gastronómico se desarrollará atendiendo a los siguientes postulados de base:

- Sinergia entre actores: nuclea a los integrantes de la cadena de valor del producto abarcando desde el proceso de producción, elaboración, comercialización hasta llegar al consumidor final.
- Diversificación productiva: promueve la reactivación de las economías regionales, generando nuevas oportunidades para el incremento del empleo, aumento en el ingreso de divisas y contribuye a la meta nacional de la disminución de la pobreza.
- Unidad nacional: impulsa una revolución cultural basada en la revalorización del patrimonio gastronómico argentino para su aprovechamiento turístico y el disfrute por parte de residentes y turistas.
- Federalización del desarrollo: integra a los destinos turísticos de cada una de las provincias del país y contribuye, desde sus idiosincrasias y matrices productivas, a la diversificación de la oferta turística nacional.

Con el objeto de revalorizar el patrimonio cultural gastronómico argentino, el Ministerio de Turismo de la Nación impulsa un trabajo interinstitucional bajo el sello de **Cocinar**, en el que participan:

-Comité Asesor: integrado por profesionales de la prensa, investigación, instituciones académicas, chef y otras autoridades y personalidades destacadas en la materia.

Socios estratégicos:

Para poder llegar a la raíz de la identidad culinaria argentina y lograr el éxito de **Cocinar**, trabajaremos articuladamente con las siguientes instituciones claves:

Colaboran:

- Comité Interministerial de Facilitación Turística
- Ministerio de Cultura de la Nación
- Cámara Argentina de Turismo

Apoyan:

- Ministerio de Agroindustria de la Nación, INTA y Fundación ArgenINTA
- Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva
- Ministerio de Educación de la Nación
- Consejo Federal de Turismo
- FEHGRA
- AHT
- AHRCC
- FEDECATUR

En este sentido, se definió la realización de Foros de Planificación y Desarrollo del Turismo Gastronómico en cada una de las provincias y la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, con la finalidad de concretar un trabajo participativo junto a los referentes del sector público, privado y académico, cuyos resultados serán insumos fundamentales para la formulación del **Plan Estratégico de Turismo Gastronómico 2017-2027**.

Foro de Planificación y Desarrollo de Turismo Gastronómico

Equipo técnico:

-Lic. Natalia Cardozo, Referente de Turismo Gastronómico, Ministerio de Turismo de la Nación.

-Lic. Juan Montero, Referente de Promoción Turística, Ministerio de Turismo de la Nación.

-Lic. Daniela Lapegrini, Referente de Desarrollo Turístico, Ministerio de Turismo de la Nación.

-Lic. Ezequiel Gliubizzi, Referente de Planificación Turística, Ministerio de Turismo de la Nación.

-Ing. Agr. Guillermo Castro Feijoo, Fundación ArgenINTA.

-Lic. Eleonor Fernández, INET, Ministerio de Educación de la Nación.

-Lic. Claudina Kutnowski, Ministerio de Cultura de la Nación.

-Sr. Diego Plottier, Cámara Argentina de Turismo.

-Cocinera invitada: Ximena Sáenz.

Para mayor información comunicarse a: cocinar@turismo.gob.ar

<http://www.turismo.gob.ar/noticias>

Durante el encuentro se implementó una metodología de taller participativo, mediante la articulación de Coordinadores de mesa que facilitaron el trabajo de los participantes. Procurando de este modo garantizar un debate plural y proactivo en torno a las consignas planteadas.



A continuación se expresan los aportes realizados por los asistentes en cada una de las mesas de trabajo. En una instancia posterior, estos resultados serán analizados por parte del equipo técnico y el Consejo Asesor de Cocinar, a fin de identificar posibles líneas de acción a implementar en territorio.

1. Patrimonio cultural gastronómico identitario. Estado de situación.
Consigna: Postule materias primas, productos gastronómicos y platos típicos representativos de la identidad cultural gastronómica de la provincia y analice el estado de situación.

Elemento identitario (denominación)			Estado de situación		
Materias primas (listar y priorizar entre 3 y 5):	Productos gastronómicos (listar y priorizar entre 3 y 5):	Platos típicos y bebidas (listar y priorizar entre 3 y 5):	Ventajas Aspectos positivos	Desventajas Aspectos negativos	Observaciones (anotaciones generales que amplíen los puntos anteriores)
<ul style="list-style-type: none"> Calafate. 	<ul style="list-style-type: none"> Licor de Calafate, dulces, alfajores rellenos con el dulce. Mermeladas, helados, postre, chutney, salsas, té en hebras. 		<p>-Es el fruto por excelencia que identifica a la localidad. Se trata de un fruto silvestre que crece en forma espontánea, a la intemperie, resiste el frío y el clima.</p> <p>-Se utiliza el fruto, la flor y la leña.</p> <p>-Actualmente se están haciendo estudios sobre el calafate en cuanto a sus propiedades.</p> <p>-Existencia de una ordenanza que formalizó la creación del sello "hecho en El calafate".</p> <p>-El Calafate junto al cordero son los productos mas requeridos por los turistas. Es el souvenir por excelencia del turista.</p>	<p>-Es muy difícil para cosechar, debido a las espinas que posee el arbusto.</p> <p>-El rinde de cosecha por arbusto, es muy bajo. Competencia con frutos del bosque.</p> <p>-Muchos establecimientos y productores rebajan el dulce con dulce de Ciruela o Sauco y lo etiquetan como de "Calafate", generando un engaño al consumidor. Lamentablemente no hay controles para frenar esta modalidad, si bien existe una ordenanza para la producción del dulce, la misma no se respeta.</p> <p>-Planta agreste, sin "domesticar"; problema de producción asociado al</p>	<p>-Además se utiliza para cosméticos (cremas, etc.)</p> <p>-Solo se llega a conseguir un buen dulce de Calafate (100 %) por la recomendación generalmente de los guías de turismo.</p> <p>-Si bien se sanciona la ordenanza de creación del sello "Hecho en El Calafate", falta aplicar un mayor control sobre el cumplimiento de la misma.</p>

			<p>-Es un producto silvestre con propiedades medicinales, nutritivas, antioxidantes.</p>	<p>clima; problema de cosecha (manual); problema de logística; poco aprovechamiento total del fruto, no es muy "rendidor".</p> <p>-Falta acceso a productos orgánicos.</p> <p>-Posee elevados costos de producción.</p> <p>-No tiene un circuito turístico establecido.</p> <p>-Escaso conocimiento de las técnicas de preparación y elaboración necesarias para el logro de un producto identitario de calidad.</p> <p>-Pérdida de interés sobre la elaboración de productos a base de esta materia prima debido a que es muy laboriosa su producción.</p> <p>-Existe una fiesta provincial que se realiza en la localidad de Tecka (se realizó en Febrero).</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • Cordero. 		<ul style="list-style-type: none"> • Se cocina al 	-Se puede acceder	-Con el paso del tiempo se	-Además se

		<p>palo, al horno "chulengo", en empanada, en escabeche. También se utiliza la grasa para Chicharrón. Al asador, estofado, guiso. Capón al horno, loco de capón. Cordero a la menta con salsa de calafate.</p>	<p>fácilmente a las preparaciones a base de cordero.</p> <ul style="list-style-type: none"> -Carne de excelente calidad de bajo contenido graso. -Es el plato típico de la región. -Fiesta en Sociedad Rural de Río Gallegos (Dic.). -Inclusión de preparaciones basadas en cordero en escuelas de cocina (Río Gallegos / San Julián). -Posicionamiento en la mente del turista como un producto icónico de la región. -Versatilidad de la oferta de derivados de la carne de cordero. -Existencia de circuitos turísticos, estancias que reciben turistas donde pueden participar de una experiencia completa vinculada al cordero y se complementa con otras actividades como puede ser cabalgatas. 	<p>ha visto reducida la producción. La demanda supera la oferta.</p> <ul style="list-style-type: none"> -Actualmente existe un solo frigorífico que faena en la provincia, está ubicado en Río Gallegos. -Falta de certificación DOC. -Las carnicerías no venden cortes fraccionados. -Problemas productivos vinculados al bienestar animal y condiciones climáticas (frío extremos, sequías, entre otros). -El 80 % de la carne de cordero que se consume no se produce en la provincia, esta situación se repite también con las verduras. -La producción de corderos de la provincia esta disminuyendo, saturación del suelo, crisis productiva del campo, es mas costoso para el poblador comer cordero que carne de vaca. -Necesidad de que se impulse la producción local 	<p>aprovecha la lana de cordero.</p> <ul style="list-style-type: none"> -Estacionalidad: de noviembre a febrero.
--	--	--	--	--	---

				de cordero.	
<ul style="list-style-type: none"> Guanaco. 		<ul style="list-style-type: none"> Escabeches y Cazuelas, Empanadas, Albóndigas. Asado. Milanesas. 	<ul style="list-style-type: none"> -Carne magra, muy rica en propiedades. La comunidad local la consume. -Por su sabor y sus cualidades esta materia prima posee un gran potencial para integrar la oferta gastronómica tradicional de la provincia. -Buena calidad de la carne, principalmente del lomo y la pierna. -Se está incentivando su consumo. -Producto abundante, versátil en sus preparaciones. -Existencia del plan provincial de manejo del guanaco. -Se habilito recientemente la caza y la comercialización dentro de la provincia. -El desafío es conseguir continuidad del producto. 	<ul style="list-style-type: none"> -Gran superpoblación de guanaco, en invierno bajan de las cumbres para alimentarse y generan peligro en las rutas. -No figura en las cartas de los restaurantes. -No posee control bromatológico. -No hay salas de faena. Se compra en mercados informales. Escasea para consumo interno. 	

			-Este producto se encuentra en plena etapa de desarrollo.		
• Choique.			-Existencia de muchas propiedades en las yemas del huevo del Choique. -Se realizan escabeches muy ricos de este animal. -Existen algunos criaderos.	-Difícilmente aparece en las cartas de los restaurantes, solo en algunos se ofrecen platos a base de la carne de choique. -No han prosperado los criaderos.	
• Ajo.			-Si bien no es una provincia con gran tradición de este cultivo, se han dado muy buenas cosechas, entre otros del ajo violeta y ha crecido su producción. -Gobernador Gregores y El Calafate, es la mayor zona productora de ajos.	-Se ha ido perdiendo el cultivo del ajo y se traen de otros lugares que poseen menos sabor y tamaño.	
	• Vodka y licores.		-Se producen y destilan licores en Calafate con productos locales (Destilería Helmich). -Estos productos se ofrecen		

			en toda la provincia y en El Calafate se sirven en el "Bar de Hielo".		
• Cerveza.			<p>-Ha crecido mucho la producción de esta bebida y su consumo.</p> <p>-En Calafate se encuentra la cervecería "La Zorra" que tiene varios tipos de cerveza de producción propia.</p> <p>-Se dan en la provincia Orégano</p>		
• Vodka y licores.			<p>-Se producen y destilan licores en El Calafate con productos locales, existe la destilería Helmich que se ocupa de esta actividad.</p> <p>-Estos productos se ofrecen en toda la provincia y en El Calafate se sirven en el "Bar de Hielo".</p>		
• Algunas plantas aromáticas y hierbas.			-Orégano, Paramela, Tomillo, entre otras.		
• Cereza.	• Alfajores de cereza, mermeladas, jaleas,		-Fiesta Nacional de la cereza en Los Antiguos (Ene) con visita a chacras, valoración de productos	-Falta de interés de la población en trabajo rural y en esta producción.	Estacionalidad: diciembre y enero/febrero.

	conservas.		derivados.	<ul style="list-style-type: none"> -Condiciones de trabajo informales. -Alto costo de insumos. -Faltan denominaciones de origen de los productos. Las mejores cerezas se exportan. 	
<ul style="list-style-type: none"> • Frutos rojos. 			-Demanda instalada.	<ul style="list-style-type: none"> -Escasa producción y sin potencial de crecimiento. -Se exporta gran parte de la producción sin quedar excedentes para aprovechamiento de la actividad turística. 	<p>Se necesita más capacitación y apoyo a la inversión.</p> <p>Necesidad de mano de obra especializada.</p>
	<ul style="list-style-type: none"> • Chocolates y alfajores. 		-Tiene potencial.	<ul style="list-style-type: none"> -Altos costos de producción y comercialización. -Bajo volumen producido. -Falta instalar el producto chocolate-alfajor. 	
<ul style="list-style-type: none"> • Róbaló. 		<ul style="list-style-type: none"> • Grillado, Empanadas, Conservas. 	-Se organiza una Fiesta en Puerto de Santa Cruz (Febrero) pero es deportiva, no de consumo de Róbaló.	<ul style="list-style-type: none"> -Bajo consumo local. -Producto no industrializado, mercado informal. -Se han desarrollado 	<p>Estacionalidad: septiembre a mayo.</p>

				concursos o certámenes gastronómicos con el producto pero han sido poco Exitosos.	
• Rosa mosqueta .	• Dulces y conservas, Alfajores.		-Gran disponibilidad de estos productos.		
• Grosella.	• Dulces y conservas.	• Pastelería.			
• Ruibarbo.	• Dulces y conservas.	• Pastelería.			
• Trucha.	• Ahumados.	• Picadas.	-Se cocinan con maderas de la zona lenga y álamo, otorgándole un sabor especial al ahumado.		

Otros elementos gastronómicos: Hongos, Truchas, Perca, Róbalo, Pejerrey, Centolla. Achicoria salvaje, raíces de plantas autóctonas, Ruibarbo, Papas, Flores, Mariscos, el agua como recurso que da calidad a los productos. Café carretero. Sal Marina, Algas. Frutas Finas, Cerdo, Chaura, Mutilla, plantas silvestres, arbustos, Rúcula, rabanito. Lavanda (vinagre, té). Róbalo, pejerrey chupín, grillado. Pastas rellenas con pescados, cordero. Paramela (Vodka de paramela).

Turismo Gastronómico

(generalidades observadas por los participantes que son comunes a la provincia e inciden en el desarrollo de la oferta de Turismo gastronómico)

Ventajas Aspectos positivos	Desventajas Aspectos negativos	Observaciones (anotaciones generales que amplíen los puntos anteriores)
• Aprovechamiento de la Marca "Patagonia".	• Problemas de logística, accesibilidad (se depende de la vía aérea), grandes distancias, caminos cortados por las inclemencias climáticas (nieve).	

<ul style="list-style-type: none"> Diversidad de recursos naturales y gran belleza del entorno paisajístico. 	<ul style="list-style-type: none"> Gran monopolio de mercado en el rubro Supermercado, influye en la formación de precios. 	
<ul style="list-style-type: none"> Alta demanda de productos gastronómicos locales. 	<ul style="list-style-type: none"> Deficiente conectividad. Se mencionó a modo de ejemplo la ruta N° 288 que conecta el oeste con el este de la provincia se encuentra en mal estado de conservación. (Muchos caminos sin asfalto). 	<p>-En la temporada invernal suelen haber muchas complicaciones con las rutas (nevadas, hielo, etc.) esto termina generando sobreprecios en varios productos.</p>
<ul style="list-style-type: none"> Turismo de alto poder adquisitivo. 	<ul style="list-style-type: none"> Elevados costos de transportes. 	
<ul style="list-style-type: none"> Santa Cruz está posicionada por el atractivo del Glaciar Perito Moreno. 	<ul style="list-style-type: none"> Concentración de la oferta turística en tres/cuatro destinos de la provincia. 	
<ul style="list-style-type: none"> Se generan experiencias únicas: caminata sobre el glaciar, participación en actividades de las estancias. 	<ul style="list-style-type: none"> Existencia de pocos productos aptos para celíacos. 	
<ul style="list-style-type: none"> Existencia de productos con gran potencial por ej: destilados del Chaltén. 	<ul style="list-style-type: none"> Mala alimentación de la población local, gran crecimiento en el consumo de alimentos industrializados. 	
<ul style="list-style-type: none"> Crecimiento de Bodega Lago Posadas, icónico por ser productor de vino en una de las zonas más australes de nuestro país. 		
<ul style="list-style-type: none"> Ruta 40 reconocida por su atractivo turístico. 	<ul style="list-style-type: none"> Los profesionales de gastronomía no incorporan los productos locales en la carta de los establecimientos. 	
<ul style="list-style-type: none"> Existencia de diversas actividades tales como: visita a estancias, 	<ul style="list-style-type: none"> La quita de frecuencia de vuelos por parte de AR impactó en la 	

<p>cabalgata, trekking, navegación, a las que se les puede agregar valor incorporando experiencias gastronómicas auténticas.</p>	<p>llegada de turistas.</p>	
<ul style="list-style-type: none"> Existencia de experiencias gourmet (elaboraciones caseras, servicio de pasos). 	<ul style="list-style-type: none"> Necesidad de re-organizar el calendario de festividades anuales 	
<ul style="list-style-type: none"> La cocina patagónica es reconocida a nivel mundial. 	<ul style="list-style-type: none"> Capital provincial no turística. Falta salón de eventos en Río Gallegos. 	
<ul style="list-style-type: none"> Gran potencial gastronómico para el desarrollo del producto. 	<ul style="list-style-type: none"> Falta de acciones promocionales para atraer mayores corrientes turísticas. 	<p>-Falta de acciones promocionales fundamentalmente en destinos menos conocidos.</p>
<ul style="list-style-type: none"> Gran cantidad de ferias vinculadas a la gastronomía ej (Sabores de Santa Cruz, paseos y sabores (Calafate), feria de productores de cereza (Los Antiguos), semana gastronómica en Calafate. 	<ul style="list-style-type: none"> Se necesita regularizar zoonosis, bromatología, SENASA. 	
<ul style="list-style-type: none"> Fiestas provinciales vinculadas a la gastronomía, ej El Salmón, de la Cereza, de la trucha. Fiesta Provincial del cordero Patagónico. 1ra Feria Provincial de la cerveza artesanal (RGL). Feria de los Álamos Vino (El Calafate). 	<ul style="list-style-type: none"> Oferta turística con precios muy elevados, disminución de turistas, marcada estacionalidad. 	
<ul style="list-style-type: none"> Buena oferta educativa en materia gastronómica. 	<ul style="list-style-type: none"> Los oferentes son muy pocos porque las grandes cadenas son las que suelen tener los recursos económicos para mantener la cadena de comercialización. 	
<ul style="list-style-type: none"> Profesionalismo de los recursos 	<ul style="list-style-type: none"> Existencia de la condición de 	

humanos.	emergencia agropecuaria.	
<ul style="list-style-type: none"> • Variedad de oferta de productos y materias primas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Necesidad de capacitación para elaborar productos gastronómicos bajo condiciones bromatológicas adecuadas. 	
<ul style="list-style-type: none"> • Los pobladores de El Calafate se consideran buenos anfitriones, deseosos de recibir turismo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta concientización general de la población para entender la importancia del turismo como actividad económica. 	
<ul style="list-style-type: none"> • Existencia de técnicas originarias que se mantienen. Ej: Curanto. 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de oficio en algunas localidades, como por ejemplo en San Julián donde al igual que otros sitios los trabajadores temporales no aportan la calidad necesaria para ofrecer un servicio o producto de calidad. 	
	<ul style="list-style-type: none"> • La Fiesta del Lago, de gran relevancia provincial, no incluye propuestas cuyos ejes sean la gastronomía. 	-Los eventos provinciales y locales pueden ser una gran oportunidad para dar a conocer la identidad gastronómica santacruceña.

2. Conceptualización de la experiencia turística (por la tarde):

A continuación se describen algunas experiencias que surgieron en las mesas:

Consigna: Elija una o dos experiencias gastronómicas que el turista puedan vivenciar en la provincia. Describa sus características principales.

1-Denominación de la experiencia (el nombre debe hacer referencia a la/s vivencia/s que puede experimentar el turista):

XXXXX

Localización:

El Calafate y zonas cercanas (estancias).

Descripción:

La vivencia incluye la degustación de un plato tradicional por excelencia como es el cordero santacruceño a la estaca, además brinda a los turistas la posibilidad de aprender a elaborar algo típico y sencillo como pueden ser empanadas de cordero. Todo esto disfrutando de un paraje increíble y único en la Argentina, como las estancias de la Patagonia santacruceña.

Servicios asociados (alojamiento, gastronomía, guías, agencias de viajes que comercialicen la experiencia, etc.)

Tendría todos los servicios asociados con la posibilidad de hospedarse en algunas estancias que cuenten con el servicio.

Temporalidad (en que momento del año se puede vivenciar la experiencia):

Sobre todo en temporada media y alta, ver si las condiciones a veces lo permiten para hacerlo en baja (pero sería más difícil).

2-Denominación de la experiencia (el nombre debe hacer referencia a la/s vivencia/s que puede experimentar el turista):

“Degustación del guanaco con aroma santacruceño”/ stepka Glaciar.

Descripción:

Guanaco: se sugiere la preparación al disco.
Stepka: destilado de paramela (arbusto) con hielo del Glaciar.

3-Otras experiencias:

1. Estancias.
Participación en actividades rurales, se mencionan aspectos históricos vinculados a la zona, cabalgatas, esquila.
2. Experiencia Gourmet.
Navegación en barco frente al glaciar.
Excursión frente al glaciar con comidas y hospedaje.
3. Pesca a Mosca. (Noviembre a Mayo)
Argentina destino importante a nivel mundial.
Solo lodges autorizados.
4. Nativo.
Mezcla cocina de campo, con excursión en 4x4, comen dentro de una cueva.
Avisaje de fauna.

Servicios asociados

En todos los casos asociados hay servicios relacionados como hotelería, guías de turismo, transfers y servicios gastronómicos.

Temporalidad:

En líneas generales es la misma estacionalidad que la alta temporada.

3. Acciones de fortalecimiento de la oferta de Turismo Gastronómico.

Consigna: A partir de las materias primas, productos gastronómicos, platos típicos identificados por la mañana mencione al menos entre 3 a 5 acciones que permitan potenciar las fortalezas y/o contrarrestar las debilidades.

Acciones de fortalecimiento (priorizar 2 acciones por mesas de trabajo)

- Mejorar la Infraestructura vial, perteneciente tanto a las rutas provinciales como nacionales.

<ul style="list-style-type: none"> • Reactivar el funcionamiento de ferrocarriles locales que sirvan para transporte de mercaderías, a fin de optimizar la comunicación principalmente en invierno cuando las rutas se tornan intransitables.
<ul style="list-style-type: none"> • Regular la comercialización de carnes salvajes.
<ul style="list-style-type: none"> • Promover capacitaciones que incentiven a los productores a comercializar nuevos productos y diversificar la oferta.
<ul style="list-style-type: none"> • Establecer certificaciones tipo “DOC” para beneficio de algunos productos que son representativos de la provincia como el fruto del Calafate.
<ul style="list-style-type: none"> • Adaptar los controles realizados a los pequeños productores mediante medidas acorde a su escala de producción.
<ul style="list-style-type: none"> • Optimizar la comunicación de las actividades que realiza el municipio (El Calafate) vinculadas a la puesta en valor de la gastronomía local.
<ul style="list-style-type: none"> • Impulsar el desarrollo del turismo rural integrando la producción y gastronomía local.
<ul style="list-style-type: none"> • Generar herramientas de apuntalamiento a la producción.
<ul style="list-style-type: none"> • Regularizar habilitaciones comerciales y productivas.
<ul style="list-style-type: none"> • Concientizar a la comunidad sobre la existencia de una demanda sostenida y la necesidad del aprovechamiento comercial de la misma.
<ul style="list-style-type: none"> • Cordero: agregar otros cortes de carne y otras categorías animales junto a sus derivados (leche, quesos, etc.).
<ul style="list-style-type: none"> • Calafate: convertir los recursos gastronómicos en productos turísticos.
<ul style="list-style-type: none"> • Río Gallegos: realizar estudio de potencial del cordero patagónico.
<ul style="list-style-type: none"> • Potenciar la difusión de las experiencias gastronómicas que se realizan en excursiones o visitas a establecimientos.
<ul style="list-style-type: none"> • Dar a conocer entre los agentes de viajes la oferta gastronómica de la provincia.
<ul style="list-style-type: none"> • Fomentar el uso de productos locales tales como hierbas y frutos del bosque andino patagónico para ser incorporado en los platos locales.
<ul style="list-style-type: none"> • Profesionalizar a los productores e incorporarlos a la oferta de Turismo Gastronómico local.
<ul style="list-style-type: none"> • Mejorar los sistemas de manipulación de alimentos.
<ul style="list-style-type: none"> • Incrementar las acciones promocionales de los productos que ofrece la provincia.
<ul style="list-style-type: none"> • Generar un circuito gastronómico de productores.
<ul style="list-style-type: none"> • Poner énfasis en el trabajo de difusión a realizar mediante las redes sociales.
<ul style="list-style-type: none"> • Capacitar a los informantes turísticos sobre turismo gastronómico.
<ul style="list-style-type: none"> • Potenciar la presencia de productos gastronómicos tradicionales de la provincia en ferias de gran envergadura Ej FIT, FITUR, etc.
<ul style="list-style-type: none"> • Diseñar un sello gastronómico provincial.

• Crear una red de productores a fin de mejorar la distribución de los productos locales.
• Conformar un registro Municipal de Productores locales.
• Normalizar los sistemas de producción.
• Diversificar los microemprendimientos productivos vinculados a la gastronomía de la provincia.
• Promover acciones para la creación del Colegio de cocineros de Santa Cruz.
• Promover la generación de una agenda de eventos gastronómicos.
• Instalar un frigorífico de carnes salvajes.
• Facilitar el registro de productos locales, fomentar la producción local.
• Gestionar la Denominación de origen controlada de El Calafate.
• Generar cocinas comunitarias (caso modelo Villa La Angostura).
• Concretar acciones de capacitación para formar a los guías locales sobre actividades vinculadas al turismo gastronómico, manipulación de alimentos, idiomas, entre otros.
• Analizar la exención de los impuestos (o reducción de los mismos) para los restaurantes que ofrecen platos gastronómicos identitarios.
• Promover El Calafate como vidriera de la oferta turística del resto de la provincia.

2.2. Ideas proyecto de Turismo Gastronómico.

Consigna: Esquematice una idea-proyecto sobre el tema que la provincia identifique como importante e innovador para el desarrollo de alguna propuesta de Turismo Gastronómico (a partir de lo identificado por la mañana).

Propuesta a desarrollar	Descripción
Denominación:	Ruta mar austral.
Marco institucional:	Secretaría de Turismo provincial. Áreas de Pesca y producción provincial y de nación. Parques Nacionales. Universidades. Propietarios. Empresarios.
Objetivo:	Valorizar los recursos naturales y marítimos del litoral de Santa Cruz.
Descripción:	Esta iniciativa se extiende por la Ruta 3 que une 5 parques nacionales, pingüineras, loberías, puertos y ciudades. Algunas de las acciones incluidas son: -Restaurantes identificados (georreferenciados) y calificados. -Concurso anual a los mejores platos a base de pescados y mariscos.

	-Compromiso en la capacitación.
Propuesta a desarrollar	Descripción
Denominación:	Paladar Santa Cruz.
Marco institucional:	Estado provincial, municipios, asociación de productores, entes mixtos de turismo, cámaras, federaciones.
Objetivo:	Desarrollar, potenciar y revalorizar las actividades gastronómicas de la provincia, para posicionarlas y proyectarlas a nivel nacional e internacional.
Descripción:	Generar un sello de marca y arbitrar los medios para una correcta difusión, identificando los canales mas apropiados y generando ferias itinerantes para la promoción de los productos.
Ubicación espacial:	Río Gallegos.
Propuesta a desarrollar	Descripción
Denominación:	Semana Gastronómica Santacruceña Itinerante.
Marco institucional:	Secretaria de Turismo, Cámara/ Asociaciones afines, Municipios, Productores, Ministerio de producción, INTA, Concejo agrario.
Objetivo:	Posicionar la gastronomía como un producto turístico innovador de la provincia.
Descripción:	Proponer un listado de materias primas para utilizar en los platos que se ofrecerán en el evento. Identificando productores locales que participarían. De ésta manera se generará una semana gastronómica itinerante en la provincia. 4 ejes. Los Antiguos, Caleta Olivia, Calafate, Río Gallegos.
Ubicación:	Toda la Provincia
Propuesta a desarrollar	
Denominación:	“Sumale sabor a tu viaje”.
Marco institucional:	Secretaria de Turismo provincial - Ente mixto de El Calafate.
Objetivo:	-Fomentar e incentivar la producción del lugar. -Reactivar las economías locales. -Romper la estacionalidad del periodo invernal.

Descripción:	Mediante esta propuesta se promoverá que el turista pueda vivenciar y descubrir los platos típicos y los sabores de El Calafate a través de un voucher compuesto por un sistema de cupones. Esta cuponera gastronómica se puede descargar de las webs oficiales o se puede retirar en la oficina de turismo. Consta de 3 cupones de descuentos en restaurantes, cada cupón es distinto y pueden ser: 1) Carnes de Cordero, Guanaco, etc.). 2) Pescado. 3) Pastelería con frutas, viandas con productos locales.
Ubicación espacial:	El Calafate.
Propuesta a desarrollar	Descripción
Denominación:	Más Santa Cruz.
Marco institucional:	Secretaría de Turismo de la provincia, Sector privado con el acompañamiento del Ministerio de Turismo de la Nación.
Objetivo:	Extender la temporada alta en cada uno de los extremos de la misma mediante la realización de dos actividades específicas.
Descripción:	Las actividades propuestas son: a. La Fiesta Provincial de El Calafate a realizarse en mayo con cierre de temporada de recolección con actividades vinculadas a aprender todo lo que se puede elaborar con el fruto de El calafate. b. Feria Itinerante de Productos y Sabores, una semana gastronómica itinerante que se detenga en cada espacio con un "socio" del lugar y que brinde capacitaciones y platos específicos y chef invitado. El objetivo es realizar la feria en el mes de septiembre, y de esta manera poder iniciar antes la temporada alta del destino, en este caso El Calafate.

Sugerencias de actuación

A continuación se detallan algunas recomendaciones prácticas basadas en el modelo de desarrollo turístico implementado por CocinAR. Las mismas solo tienen un espíritu orientativo, pudiendo implementarse de acuerdo a los ejes de trabajo definidos por el organismo de Turismo de la provincia y el estadio de desarrollo en el que se encuentre el producto.

Se sugiere en principio tomar como insumo la Relatoría, cuyo documento sintetiza un relevamiento de los componentes gastronómicos identitarios de la provincia detectado durante el trabajo con los participantes del Foro, como así también las acciones de fortalecimiento e ideas fuerza definidos en este contexto.

Es importante profundizar y darle continuidad a este trabajo participativo, además de **corroborar** con los Ministerios que corresponda las afirmaciones vinculadas a **datos de producción, bromatología, SENASA** y otros que se expresan en este documento. Esto permitirá resolver problemas referidos a los alimentos y saberes del territorio que enriquecerán la oferta turística.

A su vez, como complemento se mencionan las siguientes consideraciones:

- ✓ Institucionalizar un **instrumento de gestión** para la puesta en valor y fortalecimiento de la oferta gastronómica provincial (plan estratégico, programa, proyecto, mesa de Turismo Gastronómico, comisiones mixtas, etc.).
- ✓ Consolidar el **mapa de actores de la provincia**, vinculados al Turismo Gastronómico (referentes de Turismo, Cultura, Agroindustria, Educación, INTA, cámaras y asociaciones empresarias, instituciones educativas, investigadores, antropólogos culinarios, etc.).
- ✓ Generar **instancias participativas** con los referentes integrados al mapa de actores a los fines de identificar en forma conjunta las principales líneas de actuación a implementar en territorio.
- ✓ Abordar el **desarrollo del Turismo Gastronómico como un proceso participativo** en el que podrán intervenir las distintas áreas del organismo provincial de Turismo vinculadas a la temática (planificación, desarrollo, promoción, calidad, etc.) e implementar acciones interinstitucionales e interdisciplinarias.
- ✓ **Estructurar la oferta de Turismo Gastronómico** según la potencialidad de la provincia. Esta modalidad turística nos sugiere algunas opciones para diversificar la oferta: diseño de experiencias turísticas gastronómicas, circuitos, rutas gastronómicas, museo vinculado a una materia prima, centro de interpretación de sabores, ferias y festivales gastronómicos, visita a productores, entre otros.
- ✓ **Promover la formación integral de experiencias gastronómicas** mediante actividades educativas que permitan integrar a las escuelas Agro-técnicas con las escuelas de cocina de la provincia y de este modo generar propuestas formativas modernas y adaptadas a las necesidades de los mercados actuales.
- ✓ Organizar **talleres educativos destinados a los jóvenes** con el espíritu de fortalecer la Identidad culinaria local.

- ✓ Implementar herramientas destinadas a **mejorar la calidad de los servicios** de los destinos turísticos.
- ✓ Impulsar acciones sostenidas de **promoción y comunicación** de la oferta de turismo gastronómico de la provincia (presencia ferias, fam press, notas de prensa, etc.).
- ✓ Promover la **comercialización de experiencias gastronómicas turísticas** mediante agencias de viajes y/o portales habilitados para tal fin.

Anexo 1: Listado de participantes

APELLIDO	NOMBRE	INSTITUCIÓN	CARGO	LOCALIDAD	MAIL
Villanueva	Natalia	UNPA-UARG	docente	Río Gallegos	
Mugnani	Dante	Hacienda El Negral	Dueño	Calafate	haciendaelnegral@gmail.com
Calderón	Elisa	Alfajores Koonek	Dueña	Calafate	elisacalafate@hotmail.com
Freile	Mariángeles	Sectur provincial	administrativa	Calafate	freilemariangeles@hotmail.com
Saade	Moira	Sectur provincial	Directora de planificación	Calafate	moirasaade@cotecal.com.ar
López	Ricardo	Gastronómico	Propietario	Río gallegos	prolihuen@yahoo.com.ar
Jorge	(amigos de la cocina)	FELAGA	Director	Río Gallegos	jotaevolucion@gmail.com
Santiago	Laura	Sectur provincial	Secretaria	Río gallegos/Calafate	lsantaiago@santacruzpatagonia.gob.ar
Herrera	Daniel	Veracruz Restaurante	Socio Gerente	El calafate	danielherrera@cotecal.com.ar
Tuimes	Nahuel	Apart Libertador	Socio	El Calafate	nahuel2ar@gmail.com
Guerrero	Ana Ruth	Chocolatería Guerrero	Propietaria	El Calafate	anaguerrero@cotecal.com.ar
Silva Korec	Maximiliano	Patagonia Deli	Propietario	El Calafate	patagoniadelicotelcal.com.ar
Taillieu	Pascale	Hacienda El Negral	Propietario	El Calafate	haciendaelnegral@gmail.com
González	Diego	CES de Agostini-Design Suites	Cocinero. Gerente general	El Calafate	dgonzalez@designsuits.com
Manzano	María Elena	Caminos y sabores	Productora	El Calafate	mariamariel@hotmail.com
Vergara	Guillermo	Hotel Xelena	Chef ejecutivo	El Calafate	guillermovergaracocinero@gmail.com
Iribarren	Luciana	Caminos y sabores	Productora	El Calafate	Lucianairibarren1@yahoo.com.ar
Bollmann	Bonny	Patagonia	Propietaria	El Calafate	patagonia@cotecal.com.ar
Fernández	Viviana	Dulces Tentaciones	Productora	El Calafate	vivianacalafate@hotmail.com
Quirós	Susana	CES de Agostini	Docente	El Calafate	susanaq@cotecal.com.ar
Seeber	Germán	Ing. Agr. Centro educativo "joven labrador"		El Calafate	gerseeber@gmail.com
D'aversa	Cecilia	CES "Padre Alberto de Agostini"	Rectora	El Calafate	rectoriaces@cotecal.com.ar
Rodriguez Giglio	Elisa	CES "Padre Alberto de Agostini"		El Calafate	elisa.glaciares@gmail.com
Diez	Gastón	CES "Padre Alberto de Agostini"	Alumno	El Calafate	gastondiez3@gmail.com

Romanska	Natasha	CES "Padre Alberto de Agostini"		El Calafate	natasharomanska@hotmail.com
Urdapilleta	Patricia	Bureau de El Calafate y CES "Padre Alberto de Agostini"		El Calafate	patricia@cotecal.com.ar
Florio	Mariela	Asociación El Calafate Bureau Convenciones y visitantes		El Calafate	elcalafatebureau@gmail.com
Camino	Joaquín		Productor de alimentos sin conservantes, infusiones y panificados	El Calafate	astor.camino@gmail.com
Gutiérrez	Sofía		Productor de alimentos sin conservantes, infusiones y panificados	El Calafate	sofi24guti@gmail.com
Papasergio	Esteban Luis		Estudiante	El Calafate	estebanpapasergio@hotmail.com
Simunovic	Alexis	Secretario de Turismo		El Calafate	secretariodeturismo@elcalafate.tur.ar
Sánchez Iturrioz	María Cecilia	Colegio de educación secundaria orientado en turismo "Padre Manuel González"		El Calafate	maricelsi2@hotmail.com
Binet	Rodrigo			El Calafate	rbinet@santacruzpatagonia.gob.ar
Lenton	Pablo			El Calafate	paulenton@yahoo.com.ar
Agulla	Alejandro	HG Río Gallegos		Río Gallegos	agulladat@hotmail.com
Rosalía	Cartelli	HG Río Gallegos		Río Gallegos	rdcartelli@yahoo.com
Díaz	Miriam	Cultura			miriamdiaz@hotmail.com
Costa	Iris	HG Río Gallegos		Río Gallegos	jlfer.bertin@gmail.com
Fernández Bertín	Jorge	HG Río Gallegos-CAT		Río Gallegos	jlfer.bertin@gmail.com
Velázquez	Javier	Conservas Don Armando			naosrestaurant@yahoo.com
Guerrero	Ana	Cámara de Comercio, Turismo. Industria y afines		El Calafate	anaguerrero@cotecal.com.ar
Vargas Calderón	Teresita de Jesús	Fábrica artesanal "El perito"		El Calafate	Tere_vargas_caledron@yahoo.com.ar
Passarfilii	Selene	Gerente Cámara de Comercio, Turismo. Industria y afines		El Calafate	rodonovelle@gmail.com
Navarro	Viviana	Unidad Académica Río Galleos.		Río Gallegos	vivimarieln@yahoo.com.ar

		Universidad Nacional de la Patagonia Austral			
Moreno	María Victoria	CES "Padre Alberto de Agostini"	Docente	El Calafate	vicoyle7@hotmail.com
Apis	Adriana	Hostería Rukahué	Propietaria	El Calafate	rukahue@cotecal.com.ar
Zeike	Guillermo	Hotel Design	Chef	El Calafate	resto-fte@designsuites.com
Calderón	Elisa	Alfajores Koonek		El Calafate	elisacalafate@hotmail.com
González Yanzón	Ailín	CES "Padre Alberto de Agostini"	Docente	El Calafate	ailingon@hotmail.com
Saade	Moira	Sec. de Estado			msaade@santacruzpatagonia.gob.ar
Villalba	Juan	Sec. de Estado de Turismo			
Freile	Mariángeles	Sec. de Estado de Turismo			mfreile@santacruzpatagonia.gob.ar
Ventureyra	María Pía	Secretaría de Turismo		El Chaltén	turismoelchalten@gmail.com
Spataro	Mariano		Docente-Sommelier	El Calafate	mariano.spataro@gmail.com
Bonaveri	Juan Pablo	Hotel Eolo Patagonia's Spirit			jpbonaveri@gmail.com