

Foro de Planificación y Desarrollo de Turismo Gastronómico Comodoro Rivadavia, Chubut – 28 de octubre de 2016

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 ha previsto la realización de 24 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, cuyo 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. Mariángeles Samamé, Directora de Productos, Ministerio de Turismo de la Nación.
- Lic. Florencia Grossi, Directora Nacional de Promoción Turística, Ministerio de Turismo de la Nación.
- Lic. Natalia Cardozo, Referente de Turismo Gastronómico, Ministerio de Turismo de la Nación.
- Mg. María Daniela Ricciardi, Referente de Planificación, Ministerio de Turismo de la Nación.
- Ing. Agr. Claudia Bachur, Fundación ArgenINTA.
- Lic. Claudina Kutnowski, Ministerio de Cultura de la Nación.
- Diego Plottier, CAT.

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

<http://www.turismo.gov.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.

CONSIGNA 1

Postule materias primas y/o productos gastronómicos representativos de la identidad cultural gastronómica de la provincia, que integre la oferta turística y analice el estado de situación:

Ventajas:

- ✓ Existencia de un Circuito de ferias, con gran variedad gastronómica.
- ✓ Economías regionales con potencial de desarrollo identitario, posicionamiento.
- ✓ Cada lugar tiene su producto de origen.
- ✓ Intención de desarrollar la identidad gastronómica de la provincia, los festivales impulsan este proceso.
- ✓ Convicción de algunos referentes chubutenses de defender los productos locales y ponerlos en valor.
- ✓ Biodiversidad con potencial para su aprovechamiento económico.

Desventajas:

- ✓ No se cuida el proceso de elaboración de los productos en general, no hay una trazabilidad fácil en la provincia.
- ✓ Falta infraestructura adecuada para facilitar la recolección y procesamiento de las materias primas.
- ✓ Falta financiamiento de apoyo a los pequeños productores.
- ✓ Escasa organización para hacer pools de compras y adquirir productos.
- ✓ Necesidad de instalación de plantas de procesamiento para los productos, lo cual encarece la elaboración de los mismos.
- ✓ Falta de mataderos móviles para facilitar la faena de animales.

- ✓ Se va perdiendo la producción del Merken de origen (condimento mapuche).
- ✓ Falta desarrollo de mercados, altos costos por falta de infraestructura para el procesamiento y comercialización de productos locales.
- ✓ Las grandes distancias afectan la logística de distribución e incrementa los costos.
- ✓ Falta de cultura gastronómica en la población local.
- ✓ Falta de calificación por parte de los profesionales y concientización acerca de la importancia de utilizar productos locales en sus preparaciones.
- ✓ Falta de capacitación en dulces y conservas.
- ✓ Necesidad de realizar incentivos para fomentar el consumo interno de pescados de mar.
- ✓ Baja calidad educativa en las instituciones vinculadas a la gastronomía.
- ✓ Insuficiente conectividad aérea.
- ✓ Corta estadía promedio en los destinos.
- ✓ Deficiente mantenimiento de la infraestructura vial.
- ✓ Falta de acompañamiento por parte de algunos colegas gastronómicos en la implementación de acciones para la puesta en valor y posicionamiento de la cocina local y productos locales. Falta de objetivos compartidos entre los actores vinculados a la gastronomía.
- ✓ Falta de articulación interinstitucional para la consolidación de una oferta de Turismo Gastronómico en la provincia.
- ✓ Elevados costos de las tarifas aéreas vigentes.
- ✓ Faltan vuelos interprovinciales.

Se expresa a continuación las principales ventajas y desventajas asociadas a los productos seleccionados:

Elemento identitario (denominación)	Estado de situación	
	Ventajas	Desventajas
1-Mar: mariscos, algas, crustáceos, sales (de restinga, sal de mar, salitre), plantas acuáticas, pescados de mar (Merluza negra, Salmón, Abadejo, Lenguado, Truchas, etc.), Langostinos (salvajes).	<ul style="list-style-type: none"> Las algas poseen un proceso definido, se cosecha entre julio y agosto. Pescados y mariscos: están instalados en el imaginario popular del turismo. <p>-Se mantiene la extracción manual/artesanal lo que permite cuidar el medio ambiente.</p> <p>-La estacionalidad no es un inconveniente ya que es un producto que se puede conservar y stockear.</p> <p>-En Caleta Córdova (30' de Comodoro Rivadavia) se realiza la "Feria del Mar" donde numerosos puestos ofrecen productos frescos (del mar a la cocina). Esta feria se realiza los sábados y domingos desde hace mas de cuatro años.</p> <p>-Existen productos de gran calidad, tales como el salmón blanco y las truchas. Es muy consumida la trucha silvestre, los platos se pueden degustar en casas de campo y agroturismo.</p> <ul style="list-style-type: none"> Las sales son únicas porque se produce en tierras volcánicas de la costa chubutense. 	<ul style="list-style-type: none"> Falta capital de trabajo y material adecuado para que los pescadores puedan extraerlo, la planta de procesamiento es compartida, no tienen volumen de comercialización, los precios son muy altos. El consumo del salmón rosado (no es producto autóctono) está fuertemente instalado en el consumo y es percibido como un plato de calidad y buena categoría. Sin embargo no es un producto de calidad ya que contiene altos grados de toxicidad y no es un pescado tan saludable como se cree. Los cocineros locales han realizado varias actividades para desmotivar el consumo pero aún no lo han podido lograr con las estrategias implementadas. <p>-Marea Roja: cuando este fenómeno ocurre la población considera que toda la región ha sido afectada y disminuye el consumo. Se debería trabajar más en la información al consumidor ya que cuando sucede esto la gente no consume pescado bajo ningún concepto.</p> <ul style="list-style-type: none"> Grandes problemas de logística, no se permite venta en banquina, el pescado se exporta en su totalidad, lo que llega a tierra es robado, no pasa por ningún control. No existe mercado del pescado. Los barcos congelan todo, tienen planta en tierra pero congelan casi todo en altamar. La mayor parte del pescado que se ofrece en los restaurantes es congelado, ya que aunque lo compran fresco en la costa a revendedores no habilitados, los restaurantes lo compran y lo congelan. No hay oferta de pescado fresco de calidad y con controles a los restaurantes. Es muy necesario instalar un mercado

		<p>del pescado.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hay langostinos salvajes, dicen los mejores del mundo, de esto hay mucha oferta. También mejillones.
<p>2-Meseta: tomillo, cordero, Guanaco, conejo, peces de lago o río, liebre, quesos, lavanda y molle, torta galesa, espumantes. Té Gales.</p> <p>3-Cordillera: frutas finas, vinos (El Hoyo, Trevelin, etc.), ciervo, cerveza, torta galesa, pavo en la cordillera, miel, ahumados, hongos (girgolas, hongos de ciprés y hongo de pino), trucha, rosa mosqueta.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • La carne de cordero es de muy buena calidad. Existen diversas razas. Posee Denominación de origen. • El cordero es muy importante, se come a la estaca, asado. Existen muchas variedades de lana. • Excelente calidad de los quesos Gourmet. <ul style="list-style-type: none"> • Existe un trabajo conjunto entre productores y cocineros. • Frutas finas: la comunidad se identifica fuertemente con estas materias primas. Son de muy buena calidad por las condiciones climáticas en donde se desarrollan. Están presentes en el recetario tradicional de la gastronomía local. Las Cerezas por ejemplo poseen más de 33 cm. <p>-En la localidad de “El Hoyo” (cercano a Lago Puelo) en el mes de Enero se realiza la Fiesta Nacional de la fruta fina que convoca a locales y a turistas internacionales.</p> <p>-La estacionalidad no es un factor que genere una marcada desventaja ya que la mayoría de sus productos derivados permiten un consumo</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Es la región que presenta un menor desarrollo turístico. • Cordero: la logística es difícil, no hay frigoríficos habilitados en todas las zonas, afectan en gran medida las largas distancias existentes. • El viejo tambo actualmente está con problemas de gestión. • Té Gales: falta diversificar la oferta de esta materia prima, por ejemplo armar souvenirs, vender te galés, etc. <ul style="list-style-type: none"> • Frutas finas: existe un bajo porcentaje de productores que abren sus puertas al turismo. <p>-La legalización del trabajo del chacarero generó un incremento en los costos.</p> <p>-Aspectos logísticos vinculados a accesos, distribución son deficientes.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Té Gales/tortas galesas: los precios son elevados. <p>-La demanda supera la oferta actual de establecimientos. Numerosos turistas que viajan al destino (Gaiman) luego debido a la limitación de plazas no puede participar de la experiencia.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Corta estadía promedio (1 noche). • Proliferación de Casas de Té similares en otros puntos de la provincia.

y una comercialización permanente.

- Té Gales/tortas galesas: están posicionados local e internacionalmente.

-Son productos de gran calidad y con una fuerte identidad ya que son recetas familiares.

-Gaiman es el destino turístico por excelencia en donde se ofrecen estas preparaciones.

-Las nuevas generaciones siguen con el legado de sus antepasados manteniendo viva las tradiciones familiares.

-Es un producto que puede potenciar otras actividades/circuitos cercanos a ellos.

- Vinos: hay pocas bodegas (7), son de muy buena calidad. Se ubican en las localidades de El Hoyo, Paso del Sapo, Trevelin y Sarmiento. La bodega Nant y Fall (Trevelin) por su cercanía con un extenso campo de tulipanes (que atrae al turismo) y a un antiguo molino harinero, potencia actualmente la oferta turística de la región. Además por su cercanía con una zona de bosques petrificados tiene potencial para sumarse a circuitos cercanos y complementar la oferta existente.
- Whisky: existe una destilería llamada “La Alazana” que se menciona como la 1°

destilería de “Single Malt” en Argentina, se localiza en Lago Puelo. La destilería permite las visitas al establecimiento.

CONSIGNA 2

Postule materias primas y/o productos gastronómicos que sean representativos de la identidad cultural de la provincia, que a criterio de la mesa estén en condiciones de ser desarrollados turísticamente (entre 3 y 5):

Elementos gastronómicos identitarios
• Oliva.
• Pescados de mar que aún no se han explotado.
• Algarroba y molle.
• Almeja panopea (tiene potencial pero existe una problemática con la extracción por la jurisdicción de las aguas).
• Sal marina.
• Liebre.
• Martineta.
• Guanaco.
• Trigo.
• Vinos.
• Quesos de oveja y vaca (existe un producto “Prado del Río” que es de calidad Premium).
• Cervezas Artesanales. Se están realizando varias fiestas/festivales como por ejemplo: Oktoberfest (Trelew), Beerfest (Esquel). Por su cercanía con la región de 7 lagos puede complementarse con otras actividades y con la región donde se producen Frutas Finas.
• Whisky.

CONSIGNA 3

A partir de las materias primas y/o productos gastronómicos 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
<ul style="list-style-type: none"> • Proclamar a la gastronomía como política de estado.
<ul style="list-style-type: none"> • Realizar capacitaciones en: Gestión de negocios, herramientas de marketing, formulación de proyectos, entre otros.
<ul style="list-style-type: none"> • Mejorar la currícula educativa de los establecimientos vinculados a la gastronomía (promover nuevas generaciones de cocineros formados en técnicas de aprovechamiento de productos locales).
<ul style="list-style-type: none"> • Diseñar rutas gastronómicas y planificar la comercialización de las mismas.
<ul style="list-style-type: none"> • Impulsar la denominación de origen (pesca artesanal, algas)
<ul style="list-style-type: none"> • Concretar acciones de comunicación para concientizar a la población local sobre el valor de la gastronomía local.
<ul style="list-style-type: none"> • Optimizar las acciones de promoción de los destinos turísticos.
<ul style="list-style-type: none"> • Mejorar la infraestructura vial.
<ul style="list-style-type: none"> • Mejorar la comunicación interna entre los referentes de la oferta de Turismo Gastronómico de la provincia.
<ul style="list-style-type: none"> • Unificar criterios de trabajo entre INTI y Bromatología.
<ul style="list-style-type: none"> • Crear Centros Regionales de Control Bromatológico.
<ul style="list-style-type: none"> • Realizar acciones de concientización destinadas a sensibilizar a los prestadores de servicios turísticos-gastronómicos.
<ul style="list-style-type: none"> • Cordero al asador o estaca: Fomentar la crianza de carnes multipropósito, con el fin de proveer mas carne al mercado -Generar herramientas para que los pequeños productores puedan faenar (generar un marco jurídico legal).
<ul style="list-style-type: none"> • Cordero al asador o estaca.
<ul style="list-style-type: none"> • Langostinos: Certificar de origen patagónico.
<ul style="list-style-type: none"> • Frutos rojos: generar beneficios para que la gente vuelva al campo, disminuir la brecha entre productos y consumidor final. Mejorar la logística, el tren de carga sería una excelente alternativa. Rever la estructura impositiva de los productos.
<ul style="list-style-type: none"> • Trucha salvaje: fomentar el sembrado. Crear una planta de ahumado y embasado. Retomar la fiesta de la Trucha en Sarmiento.
<ul style="list-style-type: none"> • Hongos de pino: revalorizar y fomentar su consumo. Acciones de sensibilización para que la gente consuma los hongos. Existen 24 especies de hongos comestibles.
<ul style="list-style-type: none"> • Generar una mesa de dialogo y articulación intersectorial de la gastronomía provincial.

• Replicar el modelo de laboratorio de sabores que contenga control sobre elaboración, registro y presentación de los productos locales.
• Identificar a los productores con mayores inconvenientes y brindarles acompañamiento técnico para asegurar la continuidad de la producción.
• Difundir las características del Monotributo social agropecuario.
• Generar instancias de capacitación a nivel local.
• Impulsar líneas de crédito para formación profesional.
• Revisar el tema de la oferta académica que es solo privada y generar propuesta educativa de carácter público.
• Gestionar Becas para especialización gastronómica.
• Mejorar las condiciones bromatológicas, trabajar con SENASA y otros organismos al respecto.
• Fomentar el consumo local de los productos que se exportan a granel sin identificación de origen, identificación de los mismos por origen.
• Fomentar los productos gastronómicos identitarios en las fiestas provinciales.
• Releva la cocina doméstica en los diferentes pueblos y ciudades de la provincia.

CONSIGNA 4

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 en la consigna 1):

Propuesta a desarrollar	Descripción
Denominación:	Comisión mixta provincial de planificación y desarrollo de Turismo Gastronómico.
Marco institucional:	Ministerio de Turismo de Chubut, en articulación con el sector público, privado y académico. Mintur acompaña.
Objetivo:	Posicionar a Chubut como destino de Turismo Gastronómico en el plano nacional e internacional.
Descripción:	Mediante la presente iniciativa se espera crear una comisión integrada por referentes de los sectores público, privado y académico con la finalidad de gestionar acciones destinadas a consolidar la oferta de Turismo Gastronómico de la provincia.
Ubicación espacial:	Rawson.
Actividades a desarrollar:	<ul style="list-style-type: none"> • Generar la estructura organizativa y definir un estatuto con descripción de funciones y responsabilidades. • Organizar reuniones periódicas • Planificar acciones sensibilización, planificación, comunicación.

Gestionar financiamiento.

Articular con la Incubadora gastronómica (invernáculos) de la Universidad Tecnológica Nacional.

Propuesta a desarrollar	Descripción
Denominación:	Torneo Internacional de Cocineros Protocolo de Organización de Eventos Gastro-Turísticos.
Marco institucional:	Iniciativa privada en articulación con FEHGRA, AHT, CAT y el Ministerio de Turismo de la Provincia.
Objetivo:	-Posicionar la provincia, sus destinos y productos a partir de la cocina local. -Organizar equipos de trabajo a fin de optimar recursos.
Descripción:	La presente idea proyecto incluye la organización de un torneo donde los productos utilizados por los cocineros sean exclusivamente de la provincia. El evento además brindará participación a los productores mediante stand promocionales, desarrollará actividades y capacitaciones vinculadas a la gastronomía principalmente.
Ubicación espacial:	No se requiere espacio físico, pero en caso de necesitarlo Comodoro Rivadavia podría ser una alternativa.
Actividades desarrollar:	a Coordinar la logística del armado de los diversos eventos y actividades que tiene la provincia en toda su extensión. Generar un espacio de trabajo en conjunto e incubadora de ideas.

Propuesta a desarrollar	Descripción
Denominación:	Ruta gastronómica con experiencias asociadas.
Marco institucional:	Provincial con articulación municipal publico/privada.
Objetivo:	Poner en valor la gastronomía chubutense asociando las cocinas locales con sus paisajes. Generar mayor afluencia de turistas. Prolongar la estadía promedio de los turistas y visitantes en las localidades.

	Quebrar la estacionalidad a través de actividades vinculadas a la gastronomía. Fortalecer a los productores locales a través de las rutas gastronómicas.
Descripción:	Este proyecto apunta a fortalecer la oferta de rutas gastronómicas existentes en la provincia, mediante la priorización de una ruta que ofrezca visita a productores y restaurantes de la zona. Se otorgará a los turistas un pasaporte donde podrán colocar los sellos correspondientes a los establecimientos y restaurantes visitados. Se fortalecerá la comercialización en tramos a través de agentes de viajes, principalmente donde no hay transporte público. Se proveerá de App con georreferenciación, descargable por tramos. Asimismo se trabajará en la estandarización de servicios y normas de calidad.
Ubicación espacial:	Puede iniciarse por la ruta 3 o la ruta 40.
Actividades a desarrollar:	<p>Conformar una mesa de enlace para la actualización y ajuste de la ruta gastronómica a fortalecer.</p> <p>Relevar y actualizar la información referida a las rutas gastronómicas existentes, priorización de una ruta gastronómica e identificación de productores asociados a la misma.</p> <p>Instalar puntos panorámicos en los cuales se pueden vivenciar experiencias sensoriales, considerando la accesibilidad al medio físico de las instalaciones.</p> <p>Generar aplicaciones móviles.</p> <p>Elaborar un plan de marketing de la ruta gastronómica.</p> <p>Instalar señalética, cartelería interpretativa, desarrollar material promocional.</p>

Propuesta a desarrollar	Descripción
Denominación:	Desarrollar un mercado de productos de mar.
Marco institucional:	Secretaría de pesca, SENASA, SEPYME, Gobierno provincial.
Descripción:	Mejorar el acceso de los productos a los consumidores locales.
Ubicación espacial:	Rawson.

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 el relevamiento de los componentes gastronómicos identitarios de la provincia, como así también las acciones de fortalecimiento e ideas fuerza definidos por los participantes del Foro. 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 complementando 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 (desarrollo, promoción, 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: diseño de 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.
- ✓ 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	TELÉFONO
Frydlewicz	Marcelo	IRAM	Gerente filial	Comodoro Rivadavia	patagonia@iram.org.ar	297-4201096
Rapretti	Gustavo	Propietario restaurante	Cocinero	Puerto Madryn	gustavorapretti@gmail.com	
Mazquiarán	Norma	Secretaría de Turismo		Río Mayo	turismoquenguel@yahoo.com.ar	297-156249156
Kramer	Eugenio	Secretaría de Turismo	Subsecretario de Turismo	Puerto Madryn	ekramer@madryn.gov.ar	2804-600591
Przewoznik	Marcos	MNV catering	Cocinero	Puerto Madryn	przmarcos@gmail.com	2804-779774
Bressan	Bárbara	Lepetit Resto	Trelew	Trelew	lepetit.rc@gmail.com	2804-635191
Quero	María José	Té y blends	Productora	Esquel	majo1973@hotmail.com	2945-15468134
Ludueña	Noel	Paso ancho berries	Productora	Esquel	neoluduenaa@icloud.com	2945-15417746
Barroso	María	El Escondite de los duendes	Propietaria	El Hoyo	serviagro2005@hotmail.com	
Gigli	Carlos	El Escondite de los duendes	Propietario	El Hoyo	serviagro2005@hotmail.com	
Tejada	Mariano	Ele Multiespacio	Jefe de Cocina	Comodoro Rivadavia	cocina@elemultiespacio.com.ar	
Soto	Pablo	FEHGRA	Propietario	Comodoro Rivadavia	pablosoto@yahoo.com.ar	
Aparicio	Lucas	Dirección de Turismo	Director	Gaiman	laparicio@gaiman.gov.ar	
Pérez	Luis	Dirección de Turismo	Informante	Gaiman	lu choperez_88_8@hotmail.com	
Paredes	Analia	Restaurante Puerto Cangrejo	Responsable administrativo	Comodoro Rivadavia	puertocangrejocatering@speedy.com.ar	
Cruz	Nancy	Restaurante Puerto Cangrejo	Cocinero	Comodoro Rivadavia	yiyanan@hotmail.com	
Estrada	Andrés	Buenas costumbres	Cocinero	Comodoro Rivadavia	aestradacocina@gmail.com	
Pugh	Momi	Dulce Ticar	Propietaria	Esquel	Momi_esquel@yahoo.com.ar	
Chiaradia	Paula	Esquel a la olla	Chef	Trevelin	paulachiaradia@hotmail.com	

Kinsella	Lilia B.	AAEHGCLA Filial Comarca Los Alerces	Vicepresidente	Esquel	vicepresidencia@aaehgcla.org.ar	291-154277191
Magaldi	Juan José	INTA	Jefe AER	Comodoro Rivadavia	magaldi.juan@inta.gob.ar	15682016
Montes Robert	Mónica	Dirección de Turismo	Municipio de Trelew	Trelew	montesrobertsmonica@gmail.com	15427947
Jaichencho	Mavy	Festival Cocina de los lagos	Cocinera	Lago Puelo	mavitaj@hotmail.com	
Córdoba	Rodrigo	Fiesta del langostino, Circuito de los sabores	Cocinero	Trelew/Rawson	cordobarodrigo@hotmail.com	
Blanco	Mariela	Secretaría de Turismo y Deporte	Secretaria de Turismo	Puerto Madryn	mblanco@madryn.gov.ar secturmadrin@gmail.com	280-4511567-4730554
Álvarez	Walter	Atalaya	Cocinero	Esquel	walter-alvarez@hotmail.com	15415260
Calderón	Luis	Festival Morfilandia	Propietario	Puerto Madryn	radiomadrin@hotmail.com	280-4191166
Lafone	Nicolás	Chef	Propietario	Puerto Madryn	nicolaslafone@hotmail.com	280-4192745
Rodríguez	Claudia	Secretaría de Turismo	Secretaria de Turismo	Sarmiento	rodriguezclaudiamarcela135@gmail.com	
Ancao	Joana	Secretaría de Turismo	Comunicación	Puerto Madryn	jancao@madryn.gov.ar	
Castro	Ezequiel		Productor	Puerto Madryn	ezequiel_castro@live.com.ar	154354890
Ríos	Laureano	Sabor Mapuche	Productor	Esquel	sabormapuche@gmail.com	
Rosales	Adrián	Peperoni	Cocinero	Comodoro Rivadavia	adrirosales@hotmail.com	
Vera	Roberto	Peperoni	Cocinero	Comodoro Rivadavia	javiervera62@gmail.com	