

Foro de Planificación y Desarrollo de Turismo Gastronómico

Alta Gracia, provincia de Córdoba – 24 de agosto 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, 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 Turísticos, Ministerio de Turismo de la Nación.
- Lic. Marcela Luján, Directora Nacional de Calidad Turística, Ministerio de Turismo de la Nación.
- Lic. Natalia Cardozo, Referente de Turismo Gastronómico, Ministerio de Turismo de la Nación.
- Lic. Ezequiel Gliubizzi, Referente de Planificación Estratégica, Ministerio de Turismo de la Nación.
- Lic. Juan Montero, Referente de Promoción Turística, Ministerio de Turismo de la Nación.
- Lic. Leonor Fernández, INET, Ministerio de Educación de la Nación.
- Ing. Agr. Claudia Bachur, Fundación ArgenINTA.
- Lic. Claudina Kutnowski, capacitadora, Ministerio de Cultura de la Nación.
- Sr. Diego Plottier, Cámara Argentina de Turismo.
- Cocinera invitada: Dolly Irigoyen.

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"> • Maní. 	<ul style="list-style-type: none"> • Pasta de maní. 		<p>-Es el mayor productor del país, en la provincia existen los más grandes exportadores de esta materia prima.</p> <p>-Se utiliza para frituras.</p> <p>-La pasta de maní se comenzó a utilizar en los restaurantes.</p>	<p>-Es uno de los cultivos en donde más agrotóxicos se utilizan.</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • Espárragos. Alcaparras. 			<p>-Se cultivan espárragos de muy buena calidad.</p> <p>-Se exporta gran parte de la producción.</p> <p>-Este producto aparece en primavera y se cosecha durante 2 meses (cosecha a mano). Son de color blanco y verde, ambos son de la misma planta pero cambia el proceso de producción.</p>	<p>-Aun no está instalado el consumo de espárragos en el país.</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • Hongos. 			<p>-Tipos de hongos de la provincia: Molle, Coco y de Pino entre los principales. La mayoría son silvestres.</p> <p>-Se consiguen en gran cantidad.</p> <p>-Se realizan variedad de platos (se usan para rellenos y salsas).</p>		

<ul style="list-style-type: none"> • Pescados. 			<p>-En la provincia se consiguen principalmente: Pejerrey (en los diques y embalses) y Truchas en criaderos.</p> <p>-También se ha incrementado la captura de Tarariras.</p>		<p>Trucha nativa, de color blanco, de río. Es un productivo delicado. Se ofrece en restaurantes pero no es silvestre, es de criadero. La pesca artesanal está vedada. Está en un momento de predación, y se ha reemplazado por truchas de criaderos.</p>
		<ul style="list-style-type: none"> • Cerveza Artesanal. 	<p>-Gran cantidad de productores en toda la provincia.</p> <p>-Se realiza la Fiesta Nacional de la Cerveza en Villa General Belgrano con gran participación de cerveceros artesanales.</p> <p>-Ha crecido mucho su producción, los cerveceros utilizan en sus cocciones productos de la zona para aromatizar sus cervezas.</p>		

<ul style="list-style-type: none"> • Miel Frambua (uva sabor frambuesa). 		<ul style="list-style-type: none"> • Vino. 	<p>-Ha crecido mucho la producción de vino en la provincia.</p> <p>-Se han recuperado varias bodegas de baja producción (estaban prácticamente abandonadas).</p> <p>-Las principales zonas son: Traslasierra, Quilino y Colonia Caroya.</p> <p>-Se está recuperando muy bien la histórica producción de Caroya.</p> <p>-Pequeña producción de alta gama. Tiene su festividad, por 3er año consecutivo.</p> <p>-Ha sido incorporando a la oferta turística, todas las bodegas ofrecen visitas guiadas.</p> <p>-Algunos vinos de los allí producidos han recibido premios, reconocimiento local e internacional.</p>	<p>-Necesita difusión tanto en el público/consumidor como en el sector gastronómico.</p> <p>-El vino cordobés se siente devaluado frente al público local. No se ofrece en los restaurantes, quizás esto vinculado a la baja producción y la distribución.</p> <p>-Necesidad de mejorar la calidad de los servicios (camareros, sommelier, etc., que tengan mayor conocimiento sobre los productos).</p> <p>-Necesidad de una política vinculada al desarrollo del vino y gestionar que la provincia sea catalogada como vitivinícola.</p>	
	<ul style="list-style-type: none"> • Harina de maíz blanco. 	<ul style="list-style-type: none"> • Polenta blanca. Bagna cauda. Locro. 	<p>-Los cultivos y platos tradicionales provienen de los inmigrantes friulanos, se procesa el maíz blanco solo en Colonia Caroya. Se ofrece como snack.</p> <p>-Se ha recuperado hace poco este cultivo y ha crecido mucho su consumo.</p>		

<ul style="list-style-type: none"> • Chivitos/cabritos. Carnes salvajes. Cerdos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Conservas, quesos, Embutidos. Salames. 	<ul style="list-style-type: none"> • Cabrito a la llama, lomitos, asado a leña, chorizan. Estofado de palomas. 	<p>- Cabrito: se consume principalmente a la cruz, son muy conocidos los de Quilino (las pasturas del lugar son ideales para el cabrito).</p> <p>-Se organiza el Festival del Cabrito durante el verano.</p> <p>-El cabrito de Quilino es un producto estacional.</p> <p>-Jabalí (es plaga), liebre y vizcacha se realizan escabeches.</p> <p>-Paloma, es muy buscada por los que practican caza (muchos extranjeros vienen a realizar esta práctica).</p> <p>-Uno de los platos típicos en los que se usan los salames es “La Roñosa” de origen friulano con su variante de la zona de Colonia Caroya.</p> <p>-Salames: son en su gran mayoría de muy buena calidad en toda la provincia. Tienen Denominación de origen (DO).</p> <p>-En Oncativo se elaboran salames picado fino y en Colonia Caroya picado grueso (ambas localidades son las más importantes en cuanto a producción).</p> <p>-En la ciudad de Córdoba se organiza el Festival del Choripán. Sede mundial del</p>	<p>-Competencia desleal en los chacinados (Hay muchos que utilizan el nombre de Colonia Caroya, pero no son elaborados en la localidad).</p>	
---	--	---	---	--	--

			choripán.		
		•Fernet.	-Es la provincia de mayor consumo de esta típica bebida.		
•Zarzamora.	• Mermeladas, salsas. Alfajores.		-Se usan para chutneys para acompañar platos. -Se integran a la oferta gastronómica como ingredientes.	-Escasa producción.	
•Oliva.	• Aceites. Conserva de aceitunas. Aceitunas.		-Se dan muy buenos aceites de Oliva sobre todo en la zona de Traslasierra y Cruz del Eje.		
• Hierbas aromáticas.			-Menta, Poleo, Tomillo Serrano, Peperina, Palo Amarillo, Azafrán entre otras.	-Algunas no se encuentran en el Código alimentario nacional.	-Cada vez hay más huertas orgánicas, esto ha crecido mucho en los últimos años.
•Rana.			-Producto emergente cuenta con un festival en la localidad de San Agustín, cabecera del departamento. -En Córdoba existe el único criadero en el país, AGV, vida verde. -La rana se desarrolla desde hace 40 años. Se consumen a la provenzal.	-En el criadero no reciben al turismo.	

		<ul style="list-style-type: none"> • Cocina centroeuropea: pastelería y platos tradicionales. 	<p>-Villa Gral. Belgrano: se destaca la influencia de diversas corrientes migratorias como un factor que marca la identidad y sus tradiciones (suizos y alemanes).</p>		
--	--	--	--	--	--

Otros elementos gastronómicos: miel. Arrope, Algarroba, Pan casero (criollos, pastelitos, preñado). Budín de Pan-Flan casero. Dulce de higo. Arrope de chañar y Tuna. Papas, calabaza y rúcula. Sastaca.

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
<ul style="list-style-type: none"> • Existencia en Alta Gracia del “el camino de la producción”, incluye la visita a varios productores de la región (entre ellos productores de espárragos, vinos, fiambres, hierbas, etc.). 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de capacitación para el sector gastronómico por parte de los sectores públicos.
<ul style="list-style-type: none"> • La ciudad cuenta con el gran Mercado de Abasto como centro de distribución de frutas y verduras importante en la capital provincial. 	<ul style="list-style-type: none"> • Deficiencia en la prestación de servicios.
<ul style="list-style-type: none"> • Se están recuperando varias bodegas en la provincia y así buscan enriquecer el “camino del vino” en Córdoba. 	<ul style="list-style-type: none"> • Si bien existen “los caminos del vino y del té”, les falta mayor difusión.
<ul style="list-style-type: none"> • Se está desarrollando “El camino del té” en la zona de Calamuchita. 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de créditos en el sector para que los pequeños emprendedores puedan renovar su equipamiento y brindar un producto de calidad.

<ul style="list-style-type: none"> • Hay muy buenos festivales gastronómicos en la provincia, de muy buena concurrencia de público. 	<ul style="list-style-type: none"> • Gran informalidad en el sector.
<ul style="list-style-type: none"> • Existencia de cocineros de relevancia que abrieron establecimientos gastronómicos en la capital provincial. 	<ul style="list-style-type: none"> • Necesidad de mejorar la conectividad digital (teléfono, Internet). Facilitar los medios de pago de los servicios.
<ul style="list-style-type: none"> • Córdoba se ha transformado en un Hub aéreo local e internacional. 	<ul style="list-style-type: none"> • Necesidad de difundir herramientas para pequeños productores. Facilitar el rápido y ágil acceso a herramientas de fortalecimiento vinculadas a la producción.
<ul style="list-style-type: none"> • Existencia de una política orientada al desarrollo del Turismo Gastronómico en la provincia. 	<ul style="list-style-type: none"> • Marcada estacionalidad de la actividad turística.
<ul style="list-style-type: none"> • Se concretan diferentes acciones promocionales que contribuyen al posicionamiento de la gastronomía (fiestas, festivales). 	<ul style="list-style-type: none"> • Gran superposición de fiestas y festivales entre las diferentes localidades de la provincia.
<ul style="list-style-type: none"> • Existencia de una diplomatura en gestión e innovación gastronómica (desarrollada por la agencia Córdoba turismo). 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de sensibilización al prestador, sobre la importancia de la actividad (muchos locales cierran en los feriados).
<ul style="list-style-type: none"> • Existencia de recursos humanos comprometido con la actividad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Algunos restaurantes no tienen en cuenta en sus cartas la incorporación de menús sin TACC.
<ul style="list-style-type: none"> • En Traslasierras se está llevando a cabo un trabajo de rescate de materias primas locales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta integración de la oferta turística.
<ul style="list-style-type: none"> • San Marcos Sierras posee una tendencia al vegetarianismo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de articulación entre los prestadores. Falta de iniciativas por parte del sector privado.
<ul style="list-style-type: none"> • Existencia de la Feria “Sabor chuncano” que reúne los sabores de traslasierras. 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de capacitación a los empleados (Ej: los mozos no conocen los vinos locales).
<ul style="list-style-type: none"> • Principales ejes de Córdoba: establecimientos gastronómicos y fiesta populares vinculadas a la gastronomía. 	<ul style="list-style-type: none"> • Escasa profesionalización del servicio.
<ul style="list-style-type: none"> • Córdoba es una provincia mediterránea como gran diversidad entre las distintas regiones. 	<ul style="list-style-type: none"> • Profesionales académicos con formación deficiente.
<ul style="list-style-type: none"> • El humor cordobés es un intangible que está posicionado en la mente de los turistas actuales y potenciales. 	<ul style="list-style-type: none"> • La fluctuación de la demanda afecta a la actividad.

	<ul style="list-style-type: none"> • La escala de producción es pequeña y no alcanza a abastecer el mercado interno, costos elevados, baja calidad de los productos.
	<ul style="list-style-type: none"> • Falta la instalación de red de gas natural en las localidades más pequeñas.
	<ul style="list-style-type: none"> • Elevadas tarifas y costos de los servicios públicos dificultan el desarrollo de la actividad turística.
	<ul style="list-style-type: none"> • Necesidad de una mayor difusión del Valle de Punilla.
	<ul style="list-style-type: none"> • Falta asociativismo entre los sectores.
	<ul style="list-style-type: none"> • Necesidad de mantenimiento de la Ruta Nacional 38.
	<ul style="list-style-type: none"> • Necesidad de mayores controles por parte del SENASA (Traslasierras).
	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de conexión entre los distintos valles.
	<ul style="list-style-type: none"> • Ruta del vino: necesidad de fortalecimiento de la misma. Existen carteles pero no funciona como tal, algunas bodegas están cerradas (Traslasierras).

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

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

Localización (ciudades comprendidas):

Valle de Calamuchita: Santa Rosa de Calamuchita, Embalse, Va. Gral. Belgrano, La Cumbrecita, Villa Rumipal.

Descripción general (que vivencias se pueden experimentar, cuales son sus características distintivas: que características las hace únicas, auténticas y memorables a la experiencia?¹, que actividades incluye la experiencia?):

Apreciar un atardecer en el río. Paseo al cerro.

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

Guías. Agencia de viajes. Transporte. Excursiones. Hospedaje. Gastronomía serrana.

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
<ul style="list-style-type: none"> Promover desde el estado el otorgamiento de pequeños créditos para la adquisición de maquinarias específicas y de éste modo brindar un mejor servicio.
<ul style="list-style-type: none"> Establecer un sistema de prácticas profesionales gastronómicas para que los restaurantes cuenten con personal que se interese más en esta actividad.
<ul style="list-style-type: none"> Establecer registros de pequeños productores por zonas, para que se los pueda identificar más fácil y así acelerar las cadenas productivas. (deben estar actualizadas y contar con geo-localización).
<ul style="list-style-type: none"> Elaborar periódicamente diagnósticos, vinculados a las necesidades de capacitación. Brindar cursos de: Buenas Prácticas para la manipulación de alimentos. Generar un manual de procedimientos para esta temática. Curso de atención al cliente, aprovechamiento de materias primas locales, fomento de nuevas tendencias gastronómicas.
<ul style="list-style-type: none"> Incentivar desde el estado provincial la incorporación de los productores en la actividad turística y fomentar el asociativismo entre los mismos.

¹ **Único:** aspecto singular identitario. **Auténtico:** genuino, verdadero. **Memorable:** deja una fuerte huella emocional. **Multisensorial:** puede ser vivenciado a través de los sentidos.

<ul style="list-style-type: none"> • Generar un sello gastronómico para los restaurantes que utilizan materias primas de la región.
<ul style="list-style-type: none"> • Concientizar sobre la alimentación sin TACC, fundamentalmente fuera de los grandes centros urbanos de la provincia.
<ul style="list-style-type: none"> • Aprovechar el auge de la gastronomía para que desde una cocina de calidad, se posicione la provincia como un destino de turismo gastronómico.
<ul style="list-style-type: none"> • Fomentar la generación de ámbitos de intercambio y debate entre el sector público y privado.
<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar el programa anfitrión turístico destinado a la sensibilización de los actores locales.
<ul style="list-style-type: none"> • Implementar un sistema de rotación de horarios de apertura (similar al que utilizan las farmacias cuando están de turno) para restaurantes, como alternativa de solución ante la falta de establecimientos gastronómicos abiertos al público durante los días feriados).
<ul style="list-style-type: none"> • Realizar estudios vinculados a la re-interpretación de recetas tradicionales.
<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar un registro de cocineros tradicionales.
<ul style="list-style-type: none"> • Crear mesas de trabajo interinstitucionales para el fortalecimiento del Turismo Gastronómico provincial.
<ul style="list-style-type: none"> • Promover un plan de formación de recursos humanos que incluya prácticas profesionales en los establecimientos gastronómicos locales.
<ul style="list-style-type: none"> • Reactivar a los mercados municipales locales, promoviendo la incorporación de las huertas orgánicas de la zona. Integrar a los productores. Ofrecer promociones de productos a precios accesibles.
<ul style="list-style-type: none"> • Generar nuevas ferias gastronómicas en la provincia.
<ul style="list-style-type: none"> • Apoyar a cocineros y productores locales en la participación en ferias nacionales.

3.1. 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:	"Alta Gracia Gastronómica".
Marco institucional:	Sector público (Municipalidad) en conjunto con el sector privado.
Objetivo:	Ordenar y sistematizar la oferta gastronómica de Alta Gracia.

Descripción:	La idea consiste en armar circuitos gastronómicos según el tipo de comida ofrecido. Una vez realizada la clasificación se arman diversos recorridos como por ejemplo el de los “Fuegos” para todas las parrillas, el del “Lúpulo” para todas las cervecerías, recorrido del “Torrado” para todas las cafeterías, entre otros. De esta forma se podrían armar cupones de descuentos o promociones en conjunto entre los establecimientos gastronómicos y de este modo combinar los diferentes recorridos.
Ubicación espacial:	Alta Gracia, luego replicar el modelo en otras localidades de la provincia.
Propuesta a desarrollar	Descripción
Denominación:	Escuela Itinerante de oficios.
Marco institucional:	Turismo- Educación –Producción- CAT- Inst. Educativos- prestadores de servicios.
Objetivo:	Jerarquizar la prestación de servicios en general y gastronómicos en particular.
Descripción:	Generar una Escuela de oficios destinada a sensibilizar acerca de la importancia del turismo gastronómico como dinamizador de las economías locales y regionales.
Ubicación:	Valle de Calamuchita.
Propuesta a desarrollar	Descripción
Denominación:	100% Cordobés.
Marco institucional:	Municipios- productores – Agencia Córdoba Turismo- Cámara de turismo provincial.
Objetivo:	Identificar y revalorizar aquellos productos locales con el fin de potenciar el desarrollo del Turismo Gastronómico.
Descripción:	Se realizarán diferentes capacitaciones para todos los actores que intervienen en la cadena de valor del Turismo Gastronómico a fin de lograr el desarrollo y posicionamiento del producto.
Localización:	Toda la provincia de Córdoba.
Propuesta a desarrollar	Descripción
Denominación:	Consejo mixto de gestión de Turismo Gastronómico.
Marco institucional:	Agencia Córdoba Turismo, sector académico, sector privado (con representatividad en cada Valle).
Objetivo:	Capacitar, gestionar y promocionar el patrimonio gastronómico identitario de Córdoba.
Descripción:	-Asesorar y acompañar en el desarrollo de ferias gastronómicas. -Gestionar herramientas para favorecer la participación en ferias nacionales.

	<ul style="list-style-type: none"> -Estandarizar pautas de gestión de eventos vinculados a la gastronomía. -El Consejo tendrá como función establecer el nexo entre los restaurantes y productores para incentivar la utilización y consumo de materias primas. -Generar un mapa de productores. -Redactar manual de buenas prácticas en manipulación e higiene de alimentos. -Promover la certificación de un sistema de gestión de la calidad. -Incentivar la investigación aplicada, generar proyectos para apoyar el desarrollo gastronómico.
Localización:	Córdoba.

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

APPELLIDO	NOMBRE	INSTITUCIÓN	CARGO	LOCALIDAD	MAIL
Stanich	Melina	Sectur de la Cumbre	Informante	La Cumbre	melistanich@hotmail.com
Bearzotti	Mariano	Secretaria de turismo y deporte		Santa Rosa de Calamuchita	bearzottimariano@gmail.com
Baldor	Celia	Escuela de Gastronomía	Directora	Córdoba	celia@celiaeig.com
Brollo	M. Victoria	Municipalidad de Colonia Caroya	Informante	Colonia Caroya	vikybrollo@gmail.com
Camaño	Lorena	Municipalidad de Jesús María	Informante	Jesús María	lore_412@hotmail.com
Bergagna	María José	Turismo Caroya	Dir. Cultura	Colonia Caroya	coloniacaroyaturismo@gmail.com
Arcuri	Federico				fearcuri@gmail.com
Avil	Fernando	Posada Comedor El turista	Propietario	San Agustín	francoavil75@hotmail.com
Sosa	Teresa	MTS Turismo y eventos	Propietaria	Córdoba	mtseventosyturismo@gmail.com
Furfaro	Jorge	Bodega familia Furfaro	Presidente	Calamuchita	furfarjorge@gmail.com
Valenti	Sebastián	Dirección de Turismo	Director	Córdoba	valentiturismocba@gmail.com
Luján	Marcela	Mintur	DNCT	CABA	mlujan@turismo.gov.ar
Asen	Joaquín	Agencia Córdoba Turismo	Turismo gastronómico	Córdoba	joaquinasen@gmail.com
Chávez	Elvio	The wok	Propietario. Cocinero	Alta Gracia	elviochavez@live.com.ar
Montovani	Emiliano	El quijote	Propietario	Córdoba	montovani@gmail.com
Tognocchi	Emi	Escuela de gastronomía Azafrán	Directora	Córdoba	emi@azafran.com.ar
Martini	Sergio	Escuela gastronómica del mediterráneo Argentina	Director	Santa Rosa de Calamuchita	info@estudiacocina.com
Zuzulich	Roal	Herencia	Propietario	Alta Gracia	roalzuzulich@yahoo.com.ar
Buchiell	Maximiliano	Alquimia	Propietario	Alta Gracia	alquimiaescueladecocina@gmail.com
Chaijale	Andrés	A.CH.E. asesoría	Propietario	Córdoba	ajchaijale@hotmail.com
Altamirano	Martín	La Torgnole gastronomique	Chef. Propietario	Ascochinga	martinaltamirano@latorgnole.com.ar
González	Leonardo	Dirección de Turismo	Empleado	Córdoba	leon1277@hotmail.com
Gaido	Carolina	Dhara Viajes	Titular	Córdoba	carito-gaido@hotmail.com
Camaño	Julio	CATUR	Agrónomo	Villa María	juliohcamaño@hotmail.com
Chiacchio	Beatriz	Municipalidad	Dirección de Turismo	Alta Gracia	altagraciaturismo@gmail.com
González	Lara	Agencia Córdoba Turismo	Direc. Regional, empleada	Córdoba	lara.gonzalez@gmail.com
Buchiell	Maximiliano	Alquimia	Propietario-Chef	Alta Gracia	alquimiascueladecocina@gmail.com
Languasco	Marcelo	Sec. de Turismo		Capilla del Monte	languascomarcelo@gmail.com

Allende	Gonzalo	La Mistral	Docente	Mina Clavero	gonzaloallende@hotmail.com
Del río	Gabriela	Sabía que venías	Chef- pastelera	Capilla del Monte	gabidelrio@sabiaquevenias.com.ar
Maques	Martín	Sabía que venías	Cocinero-Propietario	Capilla del Monte	martinmaques@sabiaquevenias.com.ar
Stanich	Melina	Secretaría de turismo	Informante turístico	La Cumbre	melistanich@hotmail.com
Medina	Santiago	Casa Caraffa	Propietario	La Cumbre	sjmedina@gmail.com
Dagfel	Iván	Punto G cocina	Propietario. Cocinero	Mina Clavero	ivandagfel@hotmail.com
Blondel	Santiago	Gapasai Restó	Chef. Propietario	La Cumbre	santiblonde@hotmail.com
Altamirano	Martín	Latorgnole Gastronomique	Chef	Ascochinga	martinaltamirano@latorgnole.com.ar
Ravich	Andrea	Joint Group	Directora	Córdoba	andrearavich@jointgroup.com.ar
Orellana	Leonardo	Siglo 21	Chef/docente	Córdoba	leorellana@hotmail.com
Fanto	Silvia	Universidad Provincia de Córdoba	Coord. Gestión	Córdoba	Silvia.fanto@gmail.com