

# Foro de Planificación y Desarrollo de Turismo Gastronómico

## Neuquén –01 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 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 Turísticos, Ministerio de Turismo de la Nación.
- Lic. Juan Montero, Referente de Promoción Turística, Ministerio de Turismo de la Nación.
- Lic. Ezequiel Gliubizzi, Referente de Planificación, Ministerio de Turismo de la Nación.
- Ing. Agr. Claudia Bachur, Fundación ArgenINTA.
- Lic. Eleonor Fernández, INET-Ministerio de Educación de la Nación.
- Sr. Fabián Prieto, INET-Ministerio de Educación de la Nación.
- Lic. Claudina Kutnowski, Capacitadora, Ministerio de Cultura de la Nación.
- Lic. Isabella Maglietti, Subsecretaría de Alimentos y Bebidas, Ministerio de Agroindustria de la Nación.
- Sr. Diego Plottier, Cámara Argentina de Turismo.

Para mayor información comunicarse a: [cocinar@turismo.gob.ar](mailto:cocinar@turismo.gob.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.

**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"> <li>Chivo, cordero, ciervo.</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Pancutra, Pastas rellenas con carne de cordero. Empanadas de carne de cordero. Estofado o cazuela de cordero. Milanasas de ciervo.</li> </ul>	<p>-Existencia de varios frigoríficos, uno de los más importantes que se ocupa de la faena de Cordero y Chivos es Cordec (Corporación de la Cuenca del Curi Leuvú). Se obtiene una gran producción a través de un distribuidor (Cedisur) de Río Negro.</p> <p>-La gran mayoría de los restaurantes incluye en sus cartas platos elaborados a base de Corderos, no así con Chivos.</p> <p>-En Junín de los Andes existe una escuela que faena chivos durante el mes de diciembre. Además posee un Frigorífico que faena carnes salvajes.</p> <p>-El ciervo ahumado es muy demandado.</p> <p>-Neuquén es una de las provincias productoras caprinas más importantes del país.</p>	<p>-Dificultades para conseguir Cordero durante todo el año. Se suele comprar el producto en los supermercados.</p> <p>-Mayores dificultades presenta la adquisición de la carne de Chivo, existen varios reclamos por parte de cocineros que no pueden preparar platos a base de ésta materia prima.</p> <p>-Marcada estacionalidad (principalmente de Chivo). Existe una centralización del negocio en Chos Malal.</p> <p>-La comercialización de chivo suele ser informal (no entregan factura), es una materia prima costosa.</p>	<p>Comunidades originarias crían chivos en el norte.</p> <p>El estado provincial esta montando 6 nuevos mataderos habilitados por SENASA en la provincia. Están trabajando en la adquisición de un camión refrigerado para hacer ellos mismos la distribución y acortar los costos de cadena de distribución.</p> <p>Chivito: se menciona entre los participantes como alternativa de solución el acortamiento del proceso para el acceso de la materia prima, mediante herramientas que brinde el estado para facilitar la faena.</p>

					El Merluzón de anzuelo: es un ejemplo de comercio justo, quieren emular el proceso con el chivo.
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Piñón.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Harina, dulce, alfajor de Piñón.</li> </ul>		<p>-Aparece en las cartas de varios restaurantes, a veces se guarda la producción para las comunidades mapuches que lo utilizan en algunas preparaciones.</p> <p>-Se obtiene principalmente en Semana santa.</p>	<p>-El fruto de Piñón se puede cosechar cada dos años, esto complica un poco las reservas de este producto. Crece de la araucaria y se recolecta, existen restricciones según la temporada para permitir la reproducción del bosque de araucarias. Los recolectores lo venden en forma directa.</p> <p>-Depredación por parte de los turistas que extraen los piñones afectando el árbol que no podrá dar piñones por seis años.</p> <p>-Es un producto ancestral de las comunidades originarias que se encuentra en extinción. Hay escasez de producción, se restringió la cosecha a los pobladores de los ámbitos donde están las araucarias por escasez de semilla. Problemática con la formalización de rotulado del piñón.</p> <p>-La comunidad local no suele consumirlo.</p>	-No posee más de 3 formas de preparación.

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fruta fina.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dulces y conservas.</li> </ul>		<p>-Variedad de frambuesas, moras, arándonos, frutillas y cerezas, entre otras.</p> <p>-Se utilizan tanto como fruta fresca, en tortas y en muchos casos para realizar dulces.</p> <p>-Poseen una marcada estacionalidad.</p> <p>-Dulcería Vera: existencia de 14 dulceras comunitarias, éstas poseen habilitación y funcionan como cooperativa.</p>	<p>-A veces terminan comprando frambuesas y otras frutas en Chubut.</p> <p>-Plottier: cooperativismo de 15 productores de frutas finas: revalorización desde agroturismo estudiantil, no cuentan con apoyo por parte del municipio.</p>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Uvas.</li> </ul>			<p>-Zona de viñedos en San Patricio del Chañar.</p> <p>-Va mejorando paulatinamente la producción de los vinos de Neuquén.</p> <p>-Se dan muy bien las cepas: Cabernet Sauvignon, Malbec, Merlot, Pinot Noir, Chardonnay y Sauvignon Blanc.</p>	<p>-Se repite la problemática de vendimia y oliva, no se consiguen empleados para la cosecha porque quienes tienen planes sociales prefieren no estar formalizados para evitar la pérdida de este beneficio del Estado.</p>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manzana silvestre.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sidra.</li> </ul>		<p>-La libre recolección es una ventaja y no hay restricciones para ofrecerlos en supermercados.</p> <p>-La Sidra es una elaboración propia de los pueblos originarios.</p>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fruta de</li> </ul>			<p>-Se está experimentando para</p>	<p>-Cadena de comercialización muy</p>	<p>Necesidad de impulsar</p>

pepa.			incorporar e incrementar el consumo de la manzana en las escuelas, ésta son compradas en los galpones (es fruta no exportable porque tiene detalles organolépticos).	larga. La mayoría de la producción va a galpones de empaque.	en la población local, el consumo de materias primas que no va a exportación.
• Cerveza.			-Cada vez se abren más emprendimientos cerveceros en toda la provincia.  -La ciudad de Neuquén es una de las ciudades del país con mayor expendio de cerveza artesanal.		-Se trabaja para la organización de una Cámara de Productores para empezar a trabajar en conjunto.
• Orégano y productos de huertas.			-Gran producción de Orégano en la provincia y además se dan otras aromáticas como el Tomillo, Romero y Menta, entre otras.		
• Manzanas y peras.			-La principal zona productora del país.  -Se organizan Fiestas Nacionales vinculadas a estas materias primas.	-Las peras y manzanas de mayor calidad se exportan, por ello la población local y los turistas no pueden acceder a esta selección de frutas.	
• Trucha.			-Gran cantidad de criaderos de truchas. La trucha se consigue todo el año, pero congelada. Es posible visitar criaderos de trucha.  -Se comercializa muy bien. Posee buena logística de distribución.  -Es un producto bien característico de la región y suelen ser de muy		

			buena calidad.  -Se utiliza en muchos platos de la región, además se pueden preparar pates, escabeches, ahumados, etc.		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ñaco (harina de trigo tostada).</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Chupilca.</li> </ul>	<p>-Se puede conseguir en las ferias, pero con gran informalidad, principalmente en la región norte de la provincia.</p> <p>-Se esta trabajando desde la provincia para que se comience a utilizar más, por ejemplo durante el Festival del Chef (Villa Pehuenia) se presentaron tortas de Ñaco para fomentar su consumo.</p>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hongos de pino. Morillas.</li> </ul>			<p>-Se consiguen en muchos lugares de la provincia, sobre todo en las zonas boscosas.</p> <p>-Se preparan muchos platos con esta materia prima.</p>	-La morilla es muy costosa y difícil de producir.	
<p>Otros elementos gastronómicos: Hierbas aromáticas. Guiso de arroz, de fideos, mondongo, lentejas, manzana, pera, vino, Torta frita, Chocolate. Pan casero. Jabalí. Quesos. Locro. Quínoa, Pimienta araucana. Perca. Caña coligue. Cazuela de pavo. Mote, alfajor de piñón, carbonada. Liebre. Miel. Carnes silvestres (presente en los platos típicos y conservas).</p> <p>Cocina puerta adentro: las comidas en la casa de familias son las empanadas, pastas, asado, estofado chileno.</p>					

<b>Turismo Gastronómico</b>		
(generalidades observadas por los participantes que son comunes a la provincia e inciden en el desarrollo de la oferta de Turismo gastronómico)		
<b>Ventajas</b> Aspectos positivos	<b>Desventajas</b> Aspectos negativos	<b>Observaciones</b> (anotaciones generales que amplíen los puntos anteriores)
<ul style="list-style-type: none"> <li>Centro Pyme ADENEU (provincial) es muy bueno para generar espacios de comercialización para todos los neuquinos. Organizan ciclos y encuentros de diferentes alimentos y materias primas (relacionados con la gastronomía).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Falta coordinación entre el Gobierno provincial y los productores en ciertas cuestiones que deben contemplarse para evitar la compra de productos en otras provincias.</li> </ul>	Se establecen cuellos de botellas en la distribución que hacen que el restaurante o el establecimiento gastronómico tengan que abastecerse de productos provenientes de otras provincias.
<ul style="list-style-type: none"> <li>Se realizan ferias y diferentes emprendimientos (organizados desde los municipios) en las plazas de las ciudades para satisfacer a la pequeña demanda (Neuquén, Junín de los Andes, Plottier).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Falta de Cámaras que nucleen y ayuden al emprendedor a avanzar cuando comienza a desarrollar su actividad.</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>La provincia posee un sello gastronómico, éste distingue a los establecimientos que ofrecen por lo menos 3 platos elaborados con productos de la provincia.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Necesidad de fomentar acciones de articulación entre los productores y los establecimientos gastronómicos.</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Gran diversidad de productos y materias primas en la provincia.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>En la provincia existen caminos y rutas en muy mal estado de conservación que complican la llegada a varios lugares como por ejemplo a las bodegas.</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Muy buenos profesionales tanto en el turismo como entre los productores gastronómicos (sobre todo en los gastronómicos).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Desigual distribución de la afluencia turística en la provincia. Por ejemplo en la zona del valle no se visualizan índices de crecimiento.</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Existencia de la Mesa de desarrollo rural Lacar: cuenta con una mesa técnica (INTI, INTA, municipio, Agricultura familiar, agencia de producción de Neuquén y SENASA) desde la cual se promueve el desarrollo de diferentes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Se ha ido perdiendo tanto la cocina “de la abuela” como así también la de los pueblos originarios. Algunos productos perdidos: pimienta araucana, hongo diguena, perca.</li> </ul>	

<p>protocolos de recolección para varios productos locales. Los productores elaboran sus productos en cocinas habilitadas y luego los comercializan. Esto provocó que los cocineros populares resurgieran y se revalorizara el trabajo que realizan.</p>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Incremento en Chos Malal de productos basados en el chivo y restaurantes que ofrecen platos tradicionales elaborados con esta materia prima.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Deficiente logística de distribución de productos.</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nuevas experiencias turísticas vinculadas al Turismo Gastronómico.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No hay formación específica en servicio, atención al cliente o idiomas.</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• La gastronomía se fue incorporando en la oferta turística de la provincia.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La marcada estacionalidad del turismo atenta contra el prestador de servicios.</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se combinan actividades relacionadas a la pesca, montañismo, campamentos con experiencias de comida y bebida (cerveza en la nieve). Se preparan platos con lo que pescan los turistas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mucha rotación del personal vinculado a la actividad turística.</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Algunas casas de té utilizan productos de la zona.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Problemática con algunas frutas, principalmente manzana y pera. También con verduras que no llegan fresca a los consumidores.</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Creciente interés del turismo internacional en los productos típicos.</li> </ul>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Existencia de numerosas festividades vinculadas a la gastronomía: <ul style="list-style-type: none"> <li>-Fiesta del chocolate de San Martín de los Andes.</li> <li>-Semana del chocolate en San Martín de los andes.</li> <li>-Sabores Patagónicos en Cerro Bayo.</li> <li>-Enbiga Phuenia, Caviahue y Neuquén.</li> <li>-Fiesta Semilla.</li> <li>-Festivales del chef de altura, cocina de siete lagos.</li> </ul> </li> </ul>		

<ul style="list-style-type: none"> <li>Existencia de la Ruta del vino que pone en valor este producto tan complementario del Turismo Gastronómico.</li> </ul>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>Existencia de un Proyecto de ruta gastronómica que unirá a los restaurantes distinguidos por la Subsecretaría de Turismo del Neuquén.</li> </ul>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>En el Alto Valle lo autóctono fue siendo desplazado -mas allá de que no había una cultura demasiado desarrollada- por la influencia de la colonización española e italiana.</li> </ul>		

## 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):

- 1) "Las bodegas del valle" (proyecto integral).
- 2) Los chalets casa de té "Merienda en una finca neuquina".

**Localización:**

- 1) Zona de los Valles.
- 2) Zona de Centenario.

**Descripción:**

1) Las bodegas (del Valle de San Patricio del Chañar) en su gran mayoría tiene un Departamento de Turismo que organiza recorridos por los viñedos, donde allí se descubre todo el proceso, con una degustación final (en vendimia se puede cosechar). En otoño se realiza solo un paseo por los viñedos. Muchas veces se puede combinar con una comida en el restaurante de la bodega.

2) Se realizan visitas a la chacra en donde se descubren los diferentes productos de la zona, la chacra posee una casa de té en la cual se puede disfrutar de una merienda acompañada con productos de la finca (dulces y quesos principalmente). De esta forma se impuso lo gastronómico al agroturismo que fue lo que se realizó en los inicios del proyecto.

**Servicios asociados:**

1) Las visitas a las bodegas, se promocionan a través de Neuquenter y se comercializan a través de varias agencias como "la ruta del vino".

2) Se brinda información sobre éstas experiencias a través de las oficinas de información turística.

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

1- Se realiza todo el año y en época de cosecha (incluye participar en la vendimia).

2- La casa de té está abierta todo el año y el recorrido por la finca se realiza en temporada de cosecha.

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

XXXX

**Descripción:**

Se proponen diversas actividades deportivas, participación en la Fiesta provincial del chocolate neuquino, coincide con la apertura de los centros de sky.

- Potencial para impulsar eventos internacionales: Car 42, carrera de montaña, motocross.
- Plottier y Centenario: posee una casa de té, se invita a los turistas a participar de las cosechas, también está abierto a las escuelas.
- Circuito de los productores: similar a la ruta del vino de Mendoza.
- Turismo rural impulsado por las comunidades mapuches, las agencias comercializan este tour, se puede comer un chivo criollo.
- Termalismo, Copahue. Experiencia complementaria al centro de sky, declarada tercer mejor agua termal del mundo por la OMS.
- Trekking en Caviahue, ascenso al cráter del volcán para realizar baños, emana vapores y gases.

**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)
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Generar una base de datos con información de base productiva de las diferentes zonas de la provincia.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recuperar las cocinas tradicionales sobre todo de la región del norte.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fomentar el consumo interno de productos locales mediante un trabajo articulado entre productores y restaurantes de la provincia.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Replicar el modelo implementado por la escuela agrotécnica (ex EMETA) en la zona del Chañar en las zonas donde aún no tienen este tipo de centros educativos (allí se realizan capacitaciones, cursos y talleres técnicos de muy buen nivel).</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Impulsar capacitaciones orientadas a la elaboración de platos tradicionales (por ejemplo: como cocinar piñones), comidas sin TACC, entre otros temas).</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Generar un registro estadístico actualizado para la obtención de información que facilite la toma de decisiones.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ejecutar acciones de mejoramiento de rutas y caminos.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Promover acciones de marketing para facilitar el posicionamiento de platos y productos típicos de Neuquén.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mejorar la señalética turística.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Actualizar la información turística y profesionalizar los canales de difusión de la misma.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Promover actividades de ecoturismo.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollar Centros de interpretación de sabores, paisajes y cultura local.</li> </ul>

• Promover la creación de escuelas técnicas con título en gastronomía.
• Impulsar acciones de capacitación para mejorar la calidad de los servicios. Idiomas.
• Fortalecer el transporte público, algunas ciudades tienen muy difícil acceso.
• Alta rotación del personal por la estacionalidad de la actividad.
• Fortalecer la oferta educativa en materia de Turismo Gastronómico.
• Generar un registro de profesionales de la gastronomía y turismo y promover la inserción laboral mediante una Unidad de empleo local.
• Incorporar el uso de frutas tradicionales en las cartas de los restaurantes.
• Crear un registro de productores para que provean directamente a los restaurantes.
• Valorizar el contexto, origen y método del producto en las cartas de los restaurantes.
• Generar un relato, como hace el vino con el terroir, con las materias primas locales.
• Promover la incorporación de alimentos regionales en góndola de supermercados.

## 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
<b>Denominación:</b>	<b>“Saboreando Neuquén”.</b>
<b>Marco institucional:</b>	Sector público: Ministerio de Producción y Turismo; Subsecretaría de Cultura, CFI y la Universidad Nacional del Comahue; y el sector privado.
<b>Objetivo:</b>	Establecer un sistema de promoción de materias primas por región, generando una cadena de comercialización que involucre a productores, establecimientos gastronómicos y los consumidores.
<b>Descripción:</b>	Se propone la organización de semanas gastronómicas donde se realicen cartas/comidas temáticas trabajando a nivel provincial mediante la utilización de una sola materia prima que genere la realización de diferentes productos derivados como por ejemplo platos principales y postres. El mismo buscará promover la puesta en valor de elementos de la cultura y patrimonio de la provincia.
<b>Ubicación:</b>	Toda la provincia.

Propuesta a desarrollar	Descripción
<b>Denominación:</b>	-Mercados de distribución de Neuquén: Neuquén trabaja. -Centro de estudios e investigación del chocolate.
<b>Marco institucional:</b>	Participación de los sectores publico/privado/académico. INTI / INTA.
<b>Objetivo:</b>	-Garantizar el acceso a productos neuquinos a todos los actores vinculados a la gastronomía. -Promover la cultura chocolatera patagónica. -Consolidar el posicionamiento como un centro de referencia a nivel Sudamérica en elaboración de chocolate artesanal. -Formar profesionales chocolateros.
<b>Descripción:</b>	Se promueve la creación de un espacio donde profesionales vinculados a la gastronomía pueden abastecerse de productos propios de la provincia. A través de una plataforma web se podrá realizar el pedido y la adquisición del mismo en el mercado de distribución más cercano. Asimismo se promoverá la creación del Centro de investigación del chocolate como un espacio clave para el desarrollo de tareas investigativas y propuestas vinculadas a este producto.
<b>Ubicación espacial:</b>	San Martín de los Andes, Neuquén, Chosmalal.
Propuesta a desarrollar	Descripción
<b>Denominación:</b>	<b>Degusta los aromas y los sabores del Neuquén.</b>
<b>Marco institucional:</b>	Cámara de Turismo provincial, Organismo de Turismo de la provincia, Asociación de hoteles y gastronómicos, organismos municipales de turismo, Ministerio de Turismo de la Nación, CFI, Ministerio de Educación.
<b>Objetivo:</b>	-Promover una alternativa de desarrollo turístico en los meses de baja estacionalidad. -Hacer intervenir a los distintos actores de la cadena de valor de turismo, y de turismo gastronómico generando experiencias duraderas y vínculos emocionales con los turistas. -Aprovechar la belleza de Neuquén en otoño que está pleno de colores.
<b>Descripción:</b>	A través de esta propuesta se ofrecerá una semana de experiencias gastronómicas, las cuales permitirán a los turistas intervenir en las siguientes producciones: visita a comunidad originaria para comer asado y aprender como se hace. Recolección de rosa mosqueta y desecarla. Pescar trucha y cocinarla, extraer miel y conocer los aspectos principales de la vida de una colmena, ahumar distintas variedades de carne, recolectar hongos, producir cerveza. Sentir de cerca, vivir una aventura.
<b>Ubicación:</b>	En todos los corredores turísticos de la provincia.

Propuesta a desarrollar	Descripción
<b>Denominación:</b>	<b>CocinAR Neuquén.</b>
<b>Marco institucional:</b>	Subsecretaría de Turismo de la provincia en forma conjunta con restaurantes locales.
<b>Objetivo:</b>	Revalorizar los productos y la gastronomía neuquina.
<b>Descripción:</b>	Hacer un ciclo de cocineros, en el cual dos cocineros invitados van a cocinar a un restaurante de cada localidad. Realizar un fuerte contenido de prensa para difundir el patrimonio gastronómico identitario de la provincia.
<b>Ubicación espacial:</b>	Villa la Agostura, Caviahue, Pehuenia, San Martín de los Andes.

## 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
Sierra	Diego	Cerveza Epulafquen	Dueño	VLA	<a href="mailto:info@cervezaepulafquen.com.ar">info@cervezaepulafquen.com.ar</a>
Marottoli	Beatriz	C.F.P N° 24 VLA	Docente/Guía	VLA	<a href="mailto:bettylaguia@yahoo.com.ar">bettylaguia@yahoo.com.ar</a>
Conds	Ricardo	Sigmund	Dueño	Junín de los Andes	<a href="mailto:sigmundrestaurant@hotmail.com">sigmundrestaurant@hotmail.com</a>
Abraham	Claudio	Patagonia River Ranch	Cocinero	Junín de los Andes	<a href="mailto:turquesabraham@yahoo.com.ar">turquesabraham@yahoo.com.ar</a>
Rivera	Juan	Juanito Bar	Cocinero	Junín de los Andes	<a href="mailto:zapalarivera@hotmail.com">zapalarivera@hotmail.com</a>
Jara	Rosalía	Owe	Mozo	Neuquén	<a href="mailto:rosalia@gmail.com">rosalia@gmail.com</a>
Mendoza	Marisol	Secretaria de turismo	Área técnica	VLA	<a href="mailto:mmendoza@neuquen.gov.ar">mmendoza@neuquen.gov.ar</a>
Villalobos	Elisabeth	Educación. Supervisión escolar FP	Supervisora	San Martín de los Andes	<a href="mailto:supervisionescolarfp@gmail.com">supervisionescolarfp@gmail.com</a>
Morales	Gustavo Daniel	Subsec. turismo		Andacollo	<a href="mailto:andacolloprensa@gmail.com">andacolloprensa@gmail.com</a>
Traimon	Valeria	Subsec. turismo		NQN	<a href="mailto:valeriatraimon@gmail.com">valeriatraimon@gmail.com</a>
Maureira	Alejandro	Subsec. turismo	Director de turismo	NQN	<a href="mailto:alejomaureira@gmail.com">alejomaureira@gmail.com</a>
	Sergio	Hotel Correntoso	Responsable AABB	NQN	<a href="mailto:sergio@correntoso.com">sergio@correntoso.com</a>
Bestard	Pablo	UNCO	Docente	NQN	<a href="mailto:pablo.bestard@gmail.com">pablo.bestard@gmail.com</a>
Olivera	Carolina	Subsecretaria de turismo Neuquén	Técnica	NQN	<a href="mailto:colivera@neuquen.gov.ar">colivera@neuquen.gov.ar</a>
Orqueda	Juan	Aretha Cervecería Resto	Propietario	Villa la Angostura	<a href="mailto:orquedajuan@gmail.com">orquedajuan@gmail.com</a>
Marchant	Alejandra	Bodega Palma	Chef	San Patricio Chañar	<a href="mailto:alej-marchant@gmail.com">alej-marchant@gmail.com</a>
Beltrán	Lorena	Sol del Añelo	Coord. Gastronómica	Añelo	<a href="mailto:ibeltran@soldelanelo.com.ar">ibeltran@soldelanelo.com.ar</a>
Larrondo	Juan José	A volar RLDG	Periodista	Neuquén	<a href="mailto:juanjoselarrondo@gmail.com">juanjoselarrondo@gmail.com</a>
Ortuño	José	La casa del flaco	Cocinero-propietario	Centenario	<a href="mailto:Jose.82@live.com">Jose.82@live.com</a>
Romera	Santiago	CEDISUR	Marketing	Neuquén	<a href="mailto:santiagoromera@cedisur.com.ar">santiagoromera@cedisur.com.ar</a>
Araujo	Neri	Alternativa Eventos VLA	Propietario	Villa La Angostura	<a href="mailto:alternativaeventosvla@hotmail.com">alternativaeventosvla@hotmail.com</a>
Hernández	Guillermo	Viejos Tiempos	Jefe de cocina	Villa La Angostura	<a href="mailto:guillermohernandez@hotmail.com">guillermohernandez@hotmail.com</a>
Oilhaborda	Ariel	Viejos tiempos	Encargado	Villa La Angostura	<a href="mailto:aaoilhaborda1986@gmail.com">aaoilhaborda1986@gmail.com</a>
Cánepa	Leonardo	Sorrentos Restó	Propietario	Villa Pehuenia	<a href="mailto:leocanepa@hotmail.com">leocanepa@hotmail.com</a>
Gorritz	Daniela	Subsecretario de Turismo	Área Calidad	Neuquén	<a href="mailto:danielagrriz@neuquen.gov.ar">danielagrriz@neuquen.gov.ar</a>
De Mendonça	Emmanuel	Hotel Correntoso	Jefe de cocina	Villa La Angostura	<a href="mailto:edemendonca@yahoo.com.ar">edemendonca@yahoo.com.ar</a>
Tesorero	Matías	Borravino	Propietario-Cocinero	Villa Pehuenia	<a href="mailto:borravinowinebar@hotmail.com">borravinowinebar@hotmail.com</a>

Olivera	Verónica	Los García	Propietario	Plottier	<a href="mailto:losgarcia@live.com">losgarcia@live.com</a>
Morsella	Leonardo	Waldhaus	Propietario-Chef	Villa La Angostura	<a href="mailto:leomorsella@gmail.com">leomorsella@gmail.com</a>
Fernandez Ravazzani	Juan Manuel	Parador del lago	Propietario	Villa Pehuenia	<a href="mailto:fernandezravazzanijm@gmail.com">fernandezravazzanijm@gmail.com</a>
Rodríguez	Gastón Esteban	Municipio Caviahue-Copahue	Coordinador Ejecutivo	Caviahue-Copahue	<a href="mailto:comunicacioncaviahuecopahue@gmail.com">comunicacioncaviahuecopahue@gmail.com</a>
Ocares	Luis Alberto	Hotel del Comahue	Chef	Neuquén	<a href="mailto:luisocares10@hotmail.com">luisocares10@hotmail.com</a>
Simonetti	Flavio Ernesto	Hotel Península de los Cohiues	Coordinador Resto	Villa Pehuenia	<a href="mailto:simonetti.flavio@gmail.com">simonetti.flavio@gmail.com</a>
García	Marta	Subsecretaría de Turismo de Neuquén	Responsable de marketing	Neuquén	<a href="mailto:martagarcia@nequeun.gov.ar">martagarcia@nequeun.gov.ar</a>
Escobar	Beatriz	Subsecretaría de producción	Asesora técnica	Neuquén	<a href="mailto:bettesco@yahoo.com.ar">bettesco@yahoo.com.ar</a>
Roster	Guillermo	Las Balsas Relaix y Chateau	Souf chef	Villa La Angostura	<a href="mailto:guillerooster@hotmail.com">guillerooster@hotmail.com</a>
Enríquez	Nahuel Antonio	Parador Arrayanes	Chef	Villa La Angostura	<a href="mailto:nahuel.enriquez87@gmail.com">nahuel.enriquez87@gmail.com</a>
Urquiza	Nicolás	Torino Bar Bistiza	Propietario	San Martín de los Andes	<a href="mailto:nicolasurquiza@yahoo.com.ar">nicolasurquiza@yahoo.com.ar</a>
Reynoso	Maximiliano	Hosteria Las balsas	Pastelero	Villa La Angostura	<a href="mailto:reynosomaximiliano@gmail.com">reynosomaximiliano@gmail.com</a>
Criminesi	Juan Pablo	Humos del Bayo		Villa La Angostura	<a href="mailto:humosdelbayo@gmail.com">humosdelbayo@gmail.com</a>
De Lafore	Gabriel	Escuela Don Javier de Nevares	Docente	Villa La Angostura	<a href="mailto:gabrieldelafore@hotmail.com">gabrieldelafore@hotmail.com</a>
Apaolaza	Alejandro	Secretaria de Turismo San Martín de los Andes	Subsecretario	San Martín de los Andes	<a href="mailto:ale.apaolaza@gmail.com">ale.apaolaza@gmail.com</a>
Leiva	Emmanuel		Cocinero. Propietario	Neuquén	<a href="mailto:casatintarestaurante@gmail.com">casatintarestaurante@gmail.com</a>