

Foro de Planificación y Desarrollo de Turismo Gastronómico

Tucumán – 29 de junio de 2017

Relatoría

Introducción

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

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

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

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

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

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

Socios estratégicos:

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

Colaboran:

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

Apoyan:

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

En este sentido, se definió la realización de Foros de Planificación y Desarrollo del Turismo Gastronómico en cada una de las provincias y la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, con la finalidad de concretar un trabajo participativo junto a los referentes del sector público, privado y académico, 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. Natalia Cardozo, Referente de Turismo Gastronómico, Ministerio de Turismo de la Nación.
- Lic. Juan Montero, Referente de Promoción Turística, Ministerio de Turismo de la Nación.
- Lic. Daniela Lapegrini, Referente de Desarrollo Turístico, Ministerio de Turismo de la Nación.
- Ing. Agr. Claudia Bachur, Fundación ArgenINTA.
- Lic. Eleonor Fernández, INET, Ministerio de Educación de la Nación.
- Lic. Diego Bresler, Ministerio de Cultura de la Nación.
- Sr. Diego Plottier, Cámara Argentina de Turismo.
- Cocinera invitada: Juliana López May.

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"> Limón. Frutillas, arándanos. Naranjas, Uva. Lima. 	<ul style="list-style-type: none"> Se producen esencias, cáscaras para fruta abrigantada y jugos concentrados. Dulce con queso, con higos y limas. 	<ul style="list-style-type: none"> Lemonchelo, postres, limonadas. Limón con crema, licuados, pastelería. Licores, postres, jugos, pastelería. Vinos. Jugos naturales. 	<p>-Limón: Tucumán es el principal productor de limón del país, se exporta. Está disponible en los restaurantes. Es uno de los elementos gastronómicos más identitarios de la provincia.</p> <p>-En Tafí Viejo se organiza la Fiesta Nacional del Limón, aquí es donde se encuentra la mayor producción de limones. En Tafí se hizo la limonada más gran del mundo en 2011.</p> <p>-El Limón no tiene estacionalidad marcada, hay producción todo el año. Se utiliza casi todo el fruto ya que se aprovechan también los residuos del mismo.</p> <p>-Integra a modo complementario la oferta gastronómica. Ej: en las empanadas, en milanesas, es indispensable el uso del limón. También se consume por sus propiedades medicinales. Está presente en los tragos locales.</p> <p>-Frutillas: existe producción a contraestación. En San Miguel y Tafí del Valle, se complementan los periodos de producción y se puede ofrecer gran parte del año.</p> <p>-Arándanos: se utilizan para elaborar dulces y jugos. Gran parte de la producción se exporta. Es saludable, está posicionando en el turismo internacional (USA/Europa). Tiene potencial para ser incorporado en la oferta de turismo gastronómico provincial.</p>	<p>-Limón: localmente se consume un producto de menor calidad porque los de mejor calidad se exportan.</p> <p>-La estacionalidad del producto afecta los precios y la disponibilidad.</p> <p>-La Fiesta de Tafí se realiza en septiembre, no suele conseguirse limón fresco en esa temporada.</p> <p>-Las fábricas no se pueden visitar debido a restricciones técnicas.</p> <p>-Tampoco hay mucho interés de las citrícolas en e diseño de visitas guiadas al turista.</p> <p>-Faltan experiencias turísticas vinculadas.</p> <p>-Frutilla: utilización de muchos agroquímicos en su cultivo.</p> <p>-Arándanos: poseen una estacionalidad más marcada que el limón. La mayoría se exporta al exterior, prácticamente no queda excedente para consumo local y del turista.</p> <p>-Carece de experiencias turísticas vinculadas a esta materia prima.</p>	<p>Otra producción de exportación es la del arándano, se produce en Santa Lucia.</p> <p>Una de las empresas productoras más conocidas y grandes es Trapani.</p>

<p>-Naranjas: es característico en Tucumán la presencia de árboles de naranjas en las calles, con esta fruta se suele elaborar dulces. Se produce en forma espontánea.</p> <p>-Uvas: ha crecido paulatinamente la producción de la vid. Actualmente existen 14 bodegas, tienen un gran potencial.</p> <p>-En Colalao se dicta la carrera de vitivinicultura.</p> <p>-Amaicha posee la primera bodega comunitaria, ha ganado numerosos premios por la calidad de sus productos. La uva que se cultiva en esta localidad fue traída de España. Es la segunda bodega del mundo manejada por pueblos originarios.</p> <p>-Las principales zonas vitivinícolas son: Tolombón y San Pedro. Se dan muy bien las siguientes cepas: Torrontés, Malbec, Cabernet Sauvignon, Bonarda, Syrah y Tannat.</p> <p>-Ha crecido la exportación de los vinos tucumanos.</p> <p>-Las bodegas ofrecen visitas guiadas a los turistas.</p> <p>-Existen proyectos para realizar circuitos que incluyan, además de las bodegas de Tucumán, las de Salta y Catamarca, potenciando de este modo ésta región vitivinícola.</p> <p>-Jugos naturales: se elaboran a base de diversas frutas locales, principalmente: cítricos, frutillas, arándanos.</p> <p>-Ha crecido mucho el consumo de jugos naturales.</p>	<p>-Localmente no se consume por el precio y por desconocimiento del producto.</p> <p>-La calidad es muy variada (a veces buena a veces no tiene sabor).</p> <p>-No está Presente en la gastronomía local.</p> <p>-Naranjas: se fue perdiendo el consumo de jugo de naranjas a nivel local. Es una materia prima estacional, no suele ofrecerse en los establecimientos hoteleros y gastronómicos.</p> <p>-No hay regulación para este producto por eso no lo pueden distribuir masivamente.</p> <p>-Vinos: la producción vitivinícola necesita mayor difusión. No suele estar presente en los restaurantes, se debería potencial su inclusión. En algunos casos se trata de pequeñas producciones que presentan cierta discontinuidad de la oferta.</p> <p>-Necesidad de establecer una marca que identifique a los vinos tucumanos, señalización (lo que hay es muy poco).</p>
---	--

<ul style="list-style-type: none"> Maíz. 		<ul style="list-style-type: none"> Humita en chala y plato, carbonada, guaschalocro, mote de choclo, tamal, puchero. Locro, mazamorra. Pastel de novia. Sopa de maíz hecha con pequeños tamales. 	<p>-En San Pedro se organiza la Fiesta Provincial de la humita.</p> <p>-Humita: es de consumo habitual en la comunidad y por parte del turista. En semana santa se ofrece, lo consumen en las casas, y se ofrece en los restaurantes, la humita esta asociada al hecho de compartir en la familia.</p> <p>-En Simoca se mantiene la elaboración del pastel de novia (no así en el resto la de la provincia).</p> <p>-Estos platos tradicionales se suelen ofrecer en la gran mayoría de los restaurantes de San Miguel de Tucumán y en las principales ciudades de la provincia.</p> <p>-Pastel de novia: plato muy tradicional de la provincia. Lo ofrecen en la feria de Simoca. Se consume fundamentalmente en el campo, no en la ciudad, se comenzó a consumir en casamientos.</p>	<p>-Humita: es estacional, solo se ofrece en pleno verano, es un plato calórico que debería prepararse en invierno.</p> <p>-Ambrosía: se fue perdiendo la tradición de consumo.</p> <p>-Pastel de novia: no se ofrece en casi ningún restaurante.</p>	
<ul style="list-style-type: none"> Caña de azúcar. 	<ul style="list-style-type: none"> Miel de caña, alfajores, arropo, turrón, tabletas, alfeñique. 		<p>-Son los clásicos productos regionales que se ofrecen al turista, poseen propiedades terapéuticas.</p> <p>-La caña de azúcar está ligada a la historia de la provincia, la mayoría de las localidades crecieron en función de esta materia prima. Es la producción más grande de la provincia. Genera muchos puestos de trabajo.</p> <p>-Existencia de la Ruta del azúcar, tiene mucho potencial (Museo del Obispo Colombre es muy visitado por contingentes turísticos, Ingenio La Florida, se puede hacer la visita, funciona en época de zafra, casa de los obreros, San Pablo ex ingenio reconvertido, allí hay una universidad actualmente).</p> <p>-Existencia de numerosos ingenios activos e inactivos</p>	<p>-La comunidad no suele consumir estos productos, cultivo temporal.</p> <p>-La Ruta del azúcar requiere de mayor difusión, se podría ampliar y complementar con otros atractivos vinculados a la gastronomía.</p> <p>-Los cañeros chicos van desapareciendo por falta de rentabilidad y el negocio es absorbido por los grandes productores. Los ingenios azucareros pertenecen a las grandes empresas.</p>	<p>Jugo de caña se utiliza para preparación de carnes, como un glaseado.</p>

			<p>en toda la provincia.</p> <p>-La caña de azúcar está presente en la mente del visitante. Existe un museo de la caña ubicado en la ciudad capital. Se organiza un festival en Aguilares.</p>		
<ul style="list-style-type: none"> Lácteos. 	<ul style="list-style-type: none"> Quesos de cabra, queso de vaca en Tafí del Valle, Queso M (tipo manchego) quesillo, dulce de leche, dulces artesanales. 		<p>-En Tafí del Valle se organiza la Fiesta Nacional del queso.</p> <p>-Estos productos se pueden adquirir fácilmente, se respetan las técnicas de elaboración artesanal, se incorporó tecnología (mix), se permite la visita guiada a los turistas.</p> <p>-Se organizó un museo con las maquinas que se utilizaban en la elaboración de los quesos.</p> <p>-Hay 2 cuencas lecheras en la provincia: Tapia, Departamento de Trancas y Tafí del Valle. Trancas ofrece quesos y quesillos, hay productores artesanales, es un regalo icónico de la provincia. Se realiza Expoláctea (marzo).</p> <p>-Existencia de una gran cantidad de pequeños productores que realizan quesos.</p> <p>-Existencia de un programa que se llama "Lácteo Solidario" en San Miguel, cuyo objetivo es incentivar el consumo de lácteos.</p> <p>-Queso: posee DO en Tafí del Valle. Posibilidad de que los productores o vendedores cuenten sobre el producto. Se complementa con otras actividades como tejedoras artesanales, cerámicas.</p>	<p>-El Quesillo necesita un fermento especial, por lo tanto presenta algunas dificultades (por su corta vida útil y las condiciones de elaboración), no es considerado producto alimenticio a nivel nacional pero si provincial.</p> <p>-Muchas veces los quesos con marca y registro son tres veces más caros que los caseros sin marca.</p> <p>-Insuficientes acciones promocionales del producto.</p>	<p>-Se promueve que los pequeños productores utilicen la leche de sus vacas para elaborar quesos, ya que muchas veces por conveniencia económica suelen comprar la leche.</p> <p>-Se esta analizando que el quesillo sea considerado alimento regional.</p>

<ul style="list-style-type: none"> • Cayote, Cuaresmillo, Tuna, zapallo, batata. Palta. 	<ul style="list-style-type: none"> • En almíbar y dulces. 	<ul style="list-style-type: none"> • Humita, locro, zapallo en almíbar, carbonada, mote de choco. Dulce, empanadilla, quesadilla, pastelería. 	<p>-Integra la mayoría de los platos tradicionales, se lo puede estacionar, se puede consumir gran parte del año, posee varias aplicaciones, es accesible para la población local.</p> <p>-Cayote: es fácil de cultivar, es muy consumido por la comunidad y turistas.</p> <p>-Es estacional pero se puede consumir sus productos derivados como por ejemplo el dulce todo el año.</p> <p>-El dulce de cayote se suele preparar en las casas, es una actividad compartida en familia que se ha transmitido de generación en generación.</p> <p>-Palta: Tucumán es el primer productor nacional. Ha crecido mucho la producción de palta, hay una gran diversidad de especias que se utilizan para condimentos.</p> <p>-Se preparan postres tradicionales con estos frutos, generalmente acompañados con quesos.</p> <p>-Quesadilla, empanadilla: aptos para intolerantes a la lactosa.</p>	<p>-Palta: es cara para el consumo local.</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • Carne vacuna. Llama 	<ul style="list-style-type: none"> • Charqui. 	<ul style="list-style-type: none"> • Empanadas , sándwich de milanesa de carne. Guiso de arroz con charqui. 	<p>-La empanada es el emblema de la provincia, tiene su Fiesta Nacional de la empanada.</p> <p>-En San Miguel de Tucumán Se organiza la maratón de la milanesa, varias sandwicheras ofrecen este plato, se preparó la milanesa más grande mundo.</p> <p>-Charqui: su sabor no se compara con ningún fiambre, no necesita frío, mas saludable ya que no tiene nitritos, es amigable con el medio ambiente ya que no consume energía.</p>	<p>-Charqui: alto contenido de sal, no apto para hipertensos. No se consigue fácilmente en el mercado.</p>	

<ul style="list-style-type: none"> Otros elementos gastronómicos 	<p>Menta (crece naturalmente, no se aprovecha), Achilata (hielo con conservante y saborizante de frutilla se hace solo en la provincia). Pescados: Truchas, pejerreyes (pesca en el Dique Angostura -Tafí del Valle). Miel (es miel de azahar, posee un sabor y textura diferentes), Chilto.</p>		<p>-Sándwich de milanesa: localmente ha crecido mucho en los últimos 50 años. Se prepara de una manera muy particular, el pan, el aderezo, la lechuga en juliana. Se usa la nalga.</p> <p>-Lo consume el turista y es recomendado por lo locales como algo emblemático.</p> <p>Llama: se puede conseguir esta carne en los Valles (Tafí) y en Trancas también.</p> <p>-Ha crecido mucho el consumo y cada vez se elaboran más platos con este materia prima.</p>		
---	--	--	--	--	--

Turismo Gastronómico

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

Ventajas Aspectos positivos	Desventajas Aspectos negativos	Observaciones (anotaciones generales que amplíen los puntos anteriores)
<ul style="list-style-type: none"> Potencialidad para desarrollar rutas turísticas (por ejemplo: del azúcar) que pongan en valor los elementos gastronómicos identitarios locales. 	<ul style="list-style-type: none"> Escasa oferta de platos tradicionales en los establecimientos gastronómicos locales. 	<ul style="list-style-type: none"> Fundamentalmente se ofrecen minutas.
<ul style="list-style-type: none"> La amabilidad de la comunidad receptora. 	<ul style="list-style-type: none"> La falta de facturación (informalidad de los pequeños productores) dificulta el acceso a la materia prima por parte de los establecimientos gastronómicos, por ello escasean los platos tradicionales en los menús. 	<ul style="list-style-type: none"> INTA trabaja en la formalización de los pequeños productores para incorporarlos en la cadena de comercialización.

<ul style="list-style-type: none"> Hay una tradición culinaria que se va pasando de generación en generación y así la identidad queda vigente. 	<ul style="list-style-type: none"> Se necesita mejorar la articulación y conexión entre los eslabones de la cadena de valor desde la producción hasta el consumidor final. 	<ul style="list-style-type: none"> Resistencia de la comunidad ante los procesos de innovación en la gastronomía.
<ul style="list-style-type: none"> El patrimonio inmaterial ha cobrado importancia en la provincia, se están gestionando acciones para su puesta en valor. 	<ul style="list-style-type: none"> Escasa oferta gastronómica destinada al turismo, la mayoría de los establecimientos trabajan con clientes corporativos. 	<ul style="list-style-type: none"> los grandes establecimientos hoteleros (Hilton, etc.) suele trabajar con clientes corporativos.
<ul style="list-style-type: none"> La mayoría de los alimentos son producidos artesanalmente generando el fomento y revitalización de las economías regionales. 	<ul style="list-style-type: none"> Deficiente calidad de los servicios (en locales gastronómicos regionales). 	
<ul style="list-style-type: none"> Diversidad cultural (pueblos originarios/comunidades de inmigrantes). 	<ul style="list-style-type: none"> Existen trabas regulatorias en ciertos productos, que terminan perjudicando a los emprendedores, sobre todo a los pequeños. 	<ul style="list-style-type: none"> Se podría beneficiar a los productores artesanales (a los pequeños) y darles beneficios impositivos y no exigirles lo mismo que a los grandes productores.
	<ul style="list-style-type: none"> La comunidad considera a la provincia como un destino de escala, se necesita generar mayor conciencia turística. 	<ul style="list-style-type: none"> El turismo no es la principal actividad económica de Tucumán, sino que vive más que nada de su agricultura.
	<ul style="list-style-type: none"> Insuficiente infraestructura en toda la provincia sobre todo en las rutas. Falta comunicación de algunas de las acciones que se lanzan desde la provincia y al mismo tiempo falta compromiso por parte del sector vinculado al Turismo Gastronómico. 	
	<ul style="list-style-type: none"> La ruta de la empanada quedó en desuso (Estaba compuesta por San Miguel, Yerba Buena y Famaillá). 	
	<ul style="list-style-type: none"> Pérdida de identidad regional y del conocimiento de alimentos ancestrales. 	
	<ul style="list-style-type: none"> No se puede fumigar algunas frutas que poseen plagas. 	
	<ul style="list-style-type: none"> Los productos emblemáticos de la provincia se vincula poco con la gastronomía local. 	
	<ul style="list-style-type: none"> En San Miguel de Tucumán se organizan ferias 	

	con productos orgánicos dos veces al mes.	
	<ul style="list-style-type: none"> • Los productos no están presentes en las ferias que llevan sus nombres. 	
	<ul style="list-style-type: none"> • La comunidad local prácticamente no consume lo que produce. 	
	<ul style="list-style-type: none"> • La cocina diaria de los pobladores locales no integra la oferta turística de Tucumán. 	
	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de capacitación en servicios. 	
	<ul style="list-style-type: none"> • Necesidad de generar subproductos vinculados a las materias primas emblemáticas de Tucumán. 	
	<ul style="list-style-type: none"> • Necesidad de contar con un Plan de desarrollo de Turismo Gastronómico que oriente acciones a ejecutar para el desarrollo y posicionamiento del producto. 	

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):

“Estancia las Carreras, experiencia en los Valles”.

<p>Localización:</p> <p>Taff del Valle.</p>
<p>Descripción:</p> <p>Se puede vivenciar la experiencia completa sobre la producción de quesos con visita al tambo incluida, disfrutar de una muy buena gastronomía y realizar cabalgatas por los valles en un mismo producto.</p>
<p>Servicios asociados (alojamiento, gastronomía, guías, agencias de viajes que comercialicen la experiencia, etc.)</p> <p>Incluye visitas, alojamiento, gastronomía, son varias las agencias que comercializan este producto.</p>
<p>Temporalidad (en que momento del año se puede vivenciar la experiencia):</p> <p>Casi todo el año, pero con mas opciones de cabalgatas en verano.</p>

<p>2-Denominación de la experiencia (el nombre debe hacer referencia a la/s vivencia/s que puede experimentar el turista):</p> <p>xxxxx</p>
<p>Localización:</p> <p>Feria de Simoca (1700). A 50 km de SM de Tucumán.</p>
<p>Descripción:</p> <p>Inicialmente la gente de campo iba a comprar productos, es un mercado donde el contacto con el producto es directo. Desde especias, faenamamiento en el sitio, comidas populares, artesanías, espacios para degustar bebidas y comidas. Chivito, locros, humitas, comidas regionales. Simoca es la capital nacional del Sulky. Se realizan paseos en sulky, se puede vivir la experiencia de preparar jugo de caña y consumirlo. La música que se escucha es guaracha (Santiago de Estero). Existe una gastronomía propia de esa zona. Empanadillas de batata, queso criollo casero, pastel de novia (cerdo, orejones o pelones, se termina con merengue). Achilata (agua tipo granita).</p>

Servicios asociados

No posee servicios de hotelería, la feria se realiza durante el día, no requiere pernocte. Está presente en las propuestas de las agencias de viajes.

Temporalidad

Solo se realiza los sábados al mediodía. En las vacaciones de invierno esta abierta todos los días.

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)

- Gestionar acciones (beneficios, incentivos, capacitaciones, líneas de crédito, etc.) para favorecer el crecimiento de la matriz productiva local.
- Generar acciones de concientización turística (para valorar los recursos y atractivos de la provincia).
- Optimizar las acciones de promoción del patrimonio gastronómico identitario de Tucumán.
- Optimizar la articulación entre los eslabones de la cadena de valor.
- Mejorar la infraestructura de los establecimientos gastronómicos regionales.
- Capacitación: atención al público, seguridad e higiene.
- Trabajar con el sector privado para la generación de visitas a los establecimientos en donde se dé a conocer los productos identitarios y su proceso de elaboración.
- Aprovechar las técnicas y saberes culinarios aportados por los inmigrantes asentados en la provincia. (ej: colectividad sirio libanesa).
- Incorporar contenidos curriculares que vincule “folclore, gastronomía, tradición”, para que los estudiantes reciban conocimientos sobre el patrimonio gastronómico identitario de la provincia.
- Mejorar la infraestructura en general de la provincia, sobre todo en rutas y señalética.
- Establecer una marca gastronómica provincial para posicionar a Tucumán como destino gastronómico, esto a partir de un trabajo mancomunado entre el sector público y el privado.
- Desarrollar paquetes especiales para que el turista “gastronómico” pueda acceder a las cocinas de los establecimientos y aprender sobre la cocina tucumana.
- Desarrollar desde el Ente Tucumán Turismo un circuito para que los turistas conozcan los lugares rurales de donde surgen las materias primas de la provincia.

<ul style="list-style-type: none"> • Incentivar la realización de fiestas y/o ferias gastronómicas, es el lugar donde se da a conocer los alimentos con identidad.
<ul style="list-style-type: none"> • Fomentar el desarrollo del turismo rural.
<ul style="list-style-type: none"> • Aumentar la frecuencia y servicios de medios de transporte que permitan conocer destinos no tan frecuentados por el turismo.
<ul style="list-style-type: none"> • Promocionar el turismo no tradicional. Ej : Tafi viejo(Turismo Rural), Villa Batiruan (entre cerros).
<ul style="list-style-type: none"> • Posicionar una marca que represente la identidad del patrimonio gastronómico identitario de Tucumán.
<ul style="list-style-type: none"> • Instruir a los guías de turismo en producto y platos tucumanos.

2.2. Ideas proyecto de Turismo Gastronómico.

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

Propuesta a desarrollar	Descripción
Denominación:	Revalorización del mercado del norte.
Marco institucional:	Municipalidad, gobierno de la provincia.
Objetivo:	<ul style="list-style-type: none"> -Generar un espacio en el cual el visitante pueda descubrir los productos tucumanos. -Articular la cadena de valor (acercar la materia prima al consumidor). -Diversificar la oferta turística de San Miguel de Tucumán. -Poner en valor la identidad del patrimonio gastronómico tucumano. -Prolongar la estadía promedio del destino.
Descripción:	Esta iniciativa busca revalorizar el mercado del norte en donde el visitante pueda conocer, degustar y adquirir los productos locales, vivenciar la cultura local, desde su gastronomía, artesanía, espectáculos tradicionales. Para ello se espera mejorar el posicionamiento de imagen del mercado.
Ubicación espacial:	San Miguel de Tucumán.
Propuesta a desarrollar	Descripción
Denominación:	"Tour Cuenca Láctea Norteña".
Marco institucional:	Sector privado, Ente Tucumán Turismo, Turismo de San Pedro y la Mesa de Lechería.
Objetivo:	Posicionar y fortalecer a la cuenca lechera de Trancas, y además generar un circuito turístico-productivo que pueda replicarse en otras regiones productoras de la provincia.

Descripción:	Tour de una jornada completa saliendo de San Miguel de Tucumán en viaje hasta Choromoro, Trancas. Una vez allí los visitantes desayunarán productos del tambo y se realizarán actividades específicas relacionadas con la cuenca lechera: visita a un tambo en el que se dará a conocer las diversas instancias del proceso productivo artesanal (en Choromoro) donde además se desayunarán productos típicos de la provincia y derivados de la leche. Para el almuerzo se dirigirán a San Pedro de Colalao (a 50 km. de Trancas) donde se almorzará. En San Pedro se visitará un tambo de escala industrial para conocer otro proceso productivo diferente al de Choromoro. En ambos se podrán realizar actividades que permitan al visitante conocer y vivenciar esta actividad en primera persona. Opcional, se pueden recorrer los atractivos de San Pedro (réplica de la virgen de Lourdes, la piedra pintada).
Ubicación:	Trancas y San Pedro, Tucumán.
Propuesta a desarrollar	Descripción
Denominación:	Intercambio recíproco de gastronomía Tucumana.
Marco institucional:	Ente Tucumán, Cámara de Turismo, Municipios, Comunas.
Objetivo:	Incluir en los destinos de turismo rural oferta gastronómica con identidad.
Descripción:	Una vez al mes, se realizará un intercambio gastronómico que potencie el desarrollo del turismo rural involucrando a los emprendedores locales. Famaillá colaborará en cada una de las localidades rurales, transmitiéndoles técnicas ancestrales de la elaboración de la empanada Tucumana, de la mano de sus campeonas. Todos los participantes contarán con los elementos de trabajo necesarios para aprender la elaboración del producto. La comunidad anfitriona ofrecerá actividades propias de turismo rural del lugar. Se propone a su vez que las localidades anfitrionas realicen una jornada en la cual se incluya la cosecha de fruta de estación para la elaboración de dulces. Cada jornada se organizará según los recursos disponibles en el destino.
Ubicación:	Se comenzará en Ruta provincial 311 en San Pedro de Colalao, luego Villa Batirua.
Propuesta a desarrollar	
Denominación:	1º Festival Tucumano de los cítricos / 1er Festival de las Frutas Rojas.
Marco institucional:	Público/Privado. Ente, Producción, INTA, entidades afines al turismo y a la hotelería.
Objetivo:	Difundir la variedad de productos que tiene la provincia y acercarlos al consumidor, promoviendo que éste lo incorpore a su consumo diario como así también motivar para que sea integrado en la oferta turística.
Descripción:	Algunas actividades previstas son: exposición de productos. Clases de cocina en vivo. Ventas de conservas. Concursos basados en recetas con estos productos como protagonistas principales. Concurso de desarrollo de productos derivados de las materias primas. Concientizar sobre el uso de los productos. Talleres literarios.
Ubicación espacial:	La Rural, o el Hipódromo.

Sugerencias de actuación

A continuación se detallan algunas recomendaciones prácticas basadas en el modelo de desarrollo turístico implementado por CocinaAR. 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
Zamora	María José	Ente Cultural	Área Patrimonio	San Miguel de Tucumán	Jozamora64@gmail.com
Britos	Elena		Campeona Nacional de la empanada	San Miguel de Tucumán	
Iturbe	Benjamín	La Estrella	Socio Gerente	Concepción	benjoiturbe@gmail.com
Mariani	Elva Aurora	Intihuatana Posada	Titular	San Pedro de Colalao	elvamariani22@gmail.com
Valenta	Ilda	La Posada Alemán	Titular	RP 31	Ildaalbornoz08@hotmail.com
Lestard	Mauricio	Ente Tucumán Turismo	Responsable de calidad	San Miguel de Tucumán	calidadturistica@tucumanturismo.gob.ar
Runco	Fernanda	Municipalidad de Yerba Buena	Proyectos	Yerba Buena	turismo@yerbabuena.gob.ar
Melik Matar	Vanesa	Fac. de Filosofía y L.	Investigación	San Miguel de Tucumán	vanesamelikmatarvane@outlook.com
Núñez	Martha	UNSTA-cerela	Investigación docente	San Miguel de Tucumán	martanunez1408@gmail.com
Álvarez	Lorena	Hotel Luna Huana	Pastelera	Tafí del Valle	jenymackencie@hotmail.com
Di Benedetto	Graciela	UNSTA	Decana		
Martín	Julio Alberto	Empresa de encurtidos	Titular	Bella Vista	juliomartin@gmail.com
Gallardo Gambeta	Juan	Universidad Santo Tomás	Profesor	San Miguel de Tucumán	juangallardogambeta@hotmail.com
Fernández	Claudio	Truman Bar	Chef	San Miguel de Tucumán	fernandezclaudionicolos@gmail.com
Díaz Cano	Paulina	Hotel Luna Huana/La Guadalupe	Ejecutiva de ventas	Tafí del Valle	hosteria.lunahuana@hotmail.com
Bustos	María José	Zapping travel	Gerente	San Miguel de Tucumán	majo@zappingtravel.com
Comsina	Rául L.	IGI Tucumán	Coordinador	San Miguel de Tucumán	rcomsina@hotmail.com
Graiff	María Pía	Stutz vinos	Sommelier/Gerente	San Miguel de Tucumán	graiff@hotmail.com
Chocobar	Mario Alberto	Hotel Sol San Javier	Chef	San Javier	albertochocobar78@gmail.com
Lazante	Luis Marcelo	Las Cañitas/GL	Gerente	San Pedro de Colalao	marcelo.l.lazante@gmail.com
Disanto	Lidia	Hotel Sol San Javier	Responsable de compras	San Miguel de Tucumán	liladi@live.com
Paz	Analia	Hotel Sol San Javier	Asesor	San Miguel de Tucumán	litapazbulacio@hotmail.com
Herura	Nora del Valle	Hostería San Pedro	Productor, asesor	San Miguel de Tucumán	cielodetafi@gmail.com
Abdala	Graciela del V.	Empanadas del Tucumán	Propietaria	San Miguel de Tucumán	graabdala@gmail.com

Namani Sanabria	Claudina	Instituto Americano	Rectora	San Miguel de Tucumán	claudinamamani@hotmail.com
Porta	Andrés	La cucú	Propietario	San Pedro de Colalao	andyporta@hotmail.com
Arismendi	Álvaro	Nueva Cocina Argentina	Fundador	Yerba Buena	chefmanagertuc@gmail.com
Campero	Silvia	El águila y el cordero	Propietaria	San Miguel de Tucumán	
Nazar	Miguel A.	Carpa de Estela Pachado	Propietaria	San Miguel de Tucumán	
Cáceres	Alicia	Bar La isla	Propietaria	El Cadillal	caceresalicia1975@gmail.com
Lescano	Rodolfo	Higos Felices	Fundador	Timbó Viejo	rodolfolescano@hotmail.com
Zerrizuela	Virginia	Ente Tucumán Turismo	Referente Técnico Desarrollo	San Miguel de Tucumán	virgizv@gmail.com
Salim Grau	Jacqueline	UNT	Directora, Posgrado de Turismo Cultural	San Miguel de Tucumán	jacquelinesalimgrau@hotmail.com
Nieva	Florencia	Cold Press zumo 100%	Emprendedor	San Miguel de Tucumán	hornoflo@gmail.com
Yapura	Alberto	Hotel Luna Huana	Chef	Tafí del Valle	alberto30y@gmail.com
Bulacio	Gabriela	Canela catering	Chef ejecutiva	Yerba Buena	info@canelacatering.com.ar
García	Marta Sonia	Hotel Bicentenario	Jefe de cocina	San Miguel de Tucumán	Sonia8119.msg@gmail.com
Acuna Gani	Mayra	Restobar El Empuje	Jefe de cocina	San Miguel de Tucumán	claudiagani@hotmail.com
Patrono	Norma I.	La Criolla resto-arte	Titular	San Miguel de Tucumán	patro_norma@yahoo.com
Rodríguez	María Eugenia	Ente Cultural Tucumán	Personal Técnico	San Miguel de Tucumán	pahiv@yahoo.com
Cambera	Silvia	La Sala Vieja	Propietaria		silviacambera@hotmail.com
Martínez	María Ángela	Antares Tucumán	Chef Pastelera	San Miguel de Tucumán	maria.angela.martinez@gmail.com
González	Jorge Luis	Hostería Atahualpa Yupanque	Director	Tafí Viejo	hosteriatafiviejo@gmail.com
Jones	Ben	Cuisitive	Consultant	San Miguel de Tucumán	info@cuisitive.com
González	Ramón		Chef	San Miguel de Tucumán	gonzalezrf@hotmail.com
Soria	Damián	Hotel Garden Park	Cocinero	San Miguel de Tucumán	hector.damian.soria@gmail.com
Gómez Salinas	Diego	Las Canitas	Cocinero principal	San Miguel de Tucumán	Cocinerochef39@gmail.com
Consalvo	Héctor	Mirta Budeguer	Cocinero	San Miguel de Tucumán	
Jaskelioff	Yamil	La Bertotti	Chef Ejecutivo	Concepción	yamilezequielfchef@gmail.com
Pachado	Estela	Carpa de Estela	Propietaria	Famaillá	
Andrade	Lucía	La Salamanca	Propietaria	San Miguel de Tucumán	lasalamanca@gmail.com
Clemente	Julia Alejandra	Hotel Garden Park	Chef	San Miguel de Tucumán	cocina@gardenpark.com
Zelarayan	Miguel	Sheraton	Chef	San Miguel de Tucumán	miguel.zelarayan@sheraton.com
Tula	Gonzalo	Howard Jhonson	Chef	San Miguel de Tucumán	tula.gonzalo@gmail.com
Aigier	Fernando Diego	IES Famaillá	Docente	Famaillá	feraugier2001@yahoo.com.ar

García	Luis	Luis García Las Carretas	Cocinero	San Miguel de Tucumán	luismarcelogarcia@hotmail.com
Rébola	Sebastian	Ministerio de Interior	Prensa	San Miguel de Tucumán	rebolombres.bagnes@gmail.com
Ordóñez	Rodolfo	Garden Parks Hotel	Jefe de AA y BB	San Miguel de Tucumán	alimentosybebidas@gmail.com
Figueroa	Julia	Ente Tucumán	Tec. Dirección de Desarrollo	San Miguel de Tucumán	juliafigueroa@gmail.com
Orellana	Jessica	Hilton	Cocina	San Miguel de Tucumán	Jessica.con@gmail.com
Mirada de Lima	Ailín	Hotel Hilton	Chef	San Miguel de Tucumán	delina.ailin@gmail.com
Quarroz	Pablo	UNSTA	Docente, Chef	San Miguel de Tucumán	pquarroz@tic.com.ar
Hevia	Mariano	EATT	Director de Desarrollo	San Miguel de Tucumán	mhevia@tucumanturismo.gov.ar
Gutiérrez	Soraya	Castillo de piedra Tafí	Chef manager	Tafí del Valle	info@castillodepiedra.com
Fornes	Luis	INTA	Coordinador regional	Famaillá	fornes.luis@inta.go.bar