

# Foro de Planificación y Desarrollo de Turismo Gastronómico

## Tierra del Fuego – 03 de abril 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. 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. Cecilia Camba, referente de Planificación, Ministerio de Turismo de la Nación.
- Lic. Juan Montero, Referente de Promoción Turística, Ministerio de Turismo de la Nación.
- 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.

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

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

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



Acto de apertura



Mesa amigos de la cocina

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>Centolla y Centollón.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Centolla ahumada en frascos y escabeche, Packs congelados de centolla.</li> </ul>	<p>Centolla al natural, a la parmesana, Pasta con centolla. Rissotto, sopas.</p>	<p>-Elemento gastronómico de gran posicionamiento en la mente del consumidor. Son los productos más buscados por los turistas que llegan a Tierra del Fuego.</p> <p>-La mayoría de los restaurantes ofrecen platos basados en estas materias primas.</p> <p>-Existencia de ahumaderos de centolla que se pueden visitar.</p> <p>-Disponibilidad de centolla durante todo el año.</p> <p>-Existencia de períodos de veda, se realiza una explotación controlada. Se ha fijado un límite a la extracción, con el fin de preservar el recurso.</p> <p>-Es un producto emblemático de TDF. La centolla es sabrosa, solo se produce en esta región. El agua del canal hace que el producto sea único.</p>	<p>-La marea roja es una gran problemática para este producto.</p> <p>-Marcada estacionalidad. En época de veda (entre abril y junio) crece la venta informal debido a que durante ese período escasean los productos frescos. Durante esta época del año no se efectúan controles suficientes en un sector del canal (desde Almanza hasta Ushuaia).</p> <p>-Ha disminuido un poco la cosecha y el tamaño de las piezas.</p> <p>-El Centollón lleva más tiempo de procesamiento que la centolla.</p> <p>-Problemática con la forma de procesamiento, envasado y conservación de la centolla.</p> <p>-Prefectura no permite que los turistas puedan observar la</p>	<p>-La Centolla es un producto de Recolección.</p>

				<p>extracción de centollas.</p> <p>-Falta conocimiento general sobre las posibilidades de abastecimiento a los restaurantes y formas de preparación de platos tradicionales basados en esta materia prima.</p> <p>-Los estándares de procesamiento resultan inadecuados a las exigencias de la gastronomía.</p> <p>-20 pescadores tienen la licencia de extracción. Solo 3 personas tienen la licencia y planta habilitada por organismo provincial para el procesamiento de esta materia prima.</p> <p>-Falta fortalecer el desarrollo de la Ruta de la centolla (Puerto Almanza).</p> <p>-El cumplimiento de la legislación proteccionista existente es laxo. Es necesario revertir esta situación, ya que luego de 17 años no hubo recuperación del recurso.</p>	
--	--	--	--	---	--

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Salicornia (espárrago de mar).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ensaladas al natural, pickles, hervida (como acompañamiento).</li> </ul>	<p>-De a poco se va incorporando en los menús de los restaurantes, fundamentalmente de Ushuaia.</p> <p>-Se esta desarrollando este producto con un progreso ordenado (Desde el INTA se brinda asesoramiento para el cultivo y difusión de las propiedades).</p>	<p>-No tiene una gran producción y resulta difícil conseguirla, fundamentalmente para los hoteles o restaurantes que la ofrecen.</p>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Merluza Negra.</li> </ul>			<p>-Es otro de los productos estrella de la provincia. Se puede consumir solo en los restaurantes más prestigiosos de la provincia.</p> <p>-Mediante un convenio con la Cámara Hotelera Gastronómica se han realizado gestiones para que se agilice el tema de la producción de pescados (principalmente de la Merluza Negra) y centollas.</p> <p>-Una regulación nueva hace que el producto pueda conseguirse localmente. Antes se conseguía vía Buenos Aires. Solo para comercios adheridos a la Cámara Hotelera Gastronómica de Tierra del Fuego.</p> <p>-Existencia de un Convenio entre 2 operadores privados y el gobierno para que el 25% de la captura interna sea para abastecer la producción artesanal.</p>	<p>-Últimamente no se capturan muchos ejemplares grandes, (a partir de 6 kilos).</p> <p>-Costo elevado, no es consumido por la comunidad, de difícil preparación.</p> <p>-Dificultades para conseguir el producto fresco. Lo envían desde Ushuaia hacia a Buenos Aires y luego regresa al lugar de origen.</p> <p>-La mayoría es producto de exportación. También suele consumirlo el turista. La comunidad prácticamente no lo consume.</p> <p>-Es un producto emblemático pero no aprovechado turísticamente.</p>	<p>-Se pesca desde 1500-2000 mts. de profundidad.</p> <p>-Existencia de una planta municipal que realizaba la preparación de este producto, actualmente se encuentra con problemas de funcionamiento.</p>

			-Existencia de restaurantes que compran toneladas, almacenan y lo venden a través de sus platos y otros de menores tamaños dependen de la pescadería. La mayoría se exporta.		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cordero fueguino.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Salames de cordero y bondiola, Chalona (carne cocida a la sal).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cordero al asador, a la estaca. Empanadas.</li> </ul>	<p>-Es uno de los principales productos de la provincia.</p> <p>-En Río Grande solo existe un frigorífico en funcionamiento (Los Jazmines).</p> <p>-Se consigue en todos los restaurantes. Muy consumido por los turistas y la comunidad local.</p> <p>-Reducido en grasa, no tiene desperdicio.</p> <p>-El cordero es diferente por su pastura y cercanía con el mar.</p> <p>-La Estancias Las Hijas, ofrece experiencias turísticas. Disponen de hospedaje.</p>	<p>-Debido a que el precio es muy elevado ha bajado considerablemente el consumo.</p> <p>-Al no haber tantos frigoríficos en la provincia la producción ha disminuido por lo tanto se termina consumiendo cordero de Santa Cruz.</p> <p>-No hay suficiente producción para abastecer el consumo interno.</p> <p>-Algunos campos están dejando de producir cordero para dedicarse a otras actividades.</p> <p>-La raza no es específica para consumo, posee un doble uso (lana y carne). Existe un flagelo causado por la presencia de perros salvajes que atacan y producen la mortandad de varios ejemplares de cordero.</p> <p>-Los productores prefieren criar bovinos y no ovinos, por ello hay</p>	<p>La Estancia María Behety ofrece experiencias turísticas, también trabaja con los pescadores.</p>

				una disminución de ovinos. No hay disponibilidad permanente, a veces se consume productos de Santa Cruz o resto de la Patagonia.	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Ovejas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Quesos, chacinados. Dulce de leche.</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>-La producción de quesos transita una etapa de mejoramiento de la calidad de los productos. Tienen un gran potencial.</li> <li>-En la Misión Salesiana se producen muy buenos quesos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Se ha generado un cuello de botella en la comercialización (demasiadas trabas burocráticas).</li> <li>-Necesitan apoyo gubernamental para seguir creciendo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-El sello de Calidad de TDF ayuda a potenciar estos productos.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Conejo.</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>-Posee grandes posibilidades de desarrollo, ya que se pueden preparar varias recetas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Este producto ha sido introducido en la provincia. Existió una súper población de conejos, en la actualidad no tiene una gran producción, por un tema de poca cultura de la comunidad en el consumo de esta carne.</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Trucha.</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Papillón.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Queda solo un criadero en Puerto Almanza (solo se consumen de criadero).</li> <li>-Las presas grandes son solo para devolución (solo está permitido sacar una pieza por persona).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-La gran mayoría de las truchas que se consumen en la provincia las traen desde Río Negro.</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Cholgas, Mejillones, Langostilla,</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Mejillones a la provenzal y al ajillo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Existencia de grandes producciones de estos frutos de mar.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Se produjo una disminución de los puntos de pesca de mariscos.</li> <li>-El mayor problema es el corte de producción por la marea roja. Este</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-El productor de mejillones podría dedicarse a sembrar y producir algas comestibles, pero esto debería realizarse con mucha responsabilidad</li> </ul>

Bogavante				<p>problema afecta para no agotar los recursos. principalmente a los moluscos durante la primavera y verano. Se demora alrededor de 15 días para entregar el resultado de los muestreos de marea roja, por este motivo se suele comercializar el producto contaminado.</p> <p>-Faltan acciones de fomento a la producción de estas materias primas.</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Róbalo.</li> </ul>			<p>-Tiene gran potencial, es muy rico. Es bien característico de esta zona.</p>	<p>-No es fácil conseguirlo.</p> <p>-Existencia de mucha irregularidad entre los productores.</p> <p>-No suele estar presente en las cartas de restaurantes.</p> <p>-Falta mejorar el vínculo entre productor y empresario gastronómico.</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Pimienta de Canelo.</li> </ul>			<p>-De a poco va creciendo la producción. Es de muy buena calidad.</p> <p>-INTA trabaja junto a productores locales para promover su desarrollo.</p>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Otras materias primas:</li> </ul>	<p>Hongos varios (Morilla, Hongo de pino, LLao LLao, Pan de indio). Frutas finas: Frambuesa, Frutilla, Frutilla silvestre, Arándano, Corinto, Grosella, Manzanita del diablo, Zarzamora. Ruibarbo, Cassis, Corinto, Grosella, Calafate.</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>Se asocia mucho a la ciudad de Ushuaia con la Centolla, la Merluza negra y otros frutos de mar. Deben aprovechar esa identificación que tiene el turista en general de estos productos con el destino.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Existen demasiados problemas e irregularidades en el asesoramiento a los productores (sobre todo desde el Estado provincial). Demasiadas trabas burocráticas por parte de Bromatología, SENASA afectan fundamentalmente a los pequeños emprendedores.</li> </ul>	<p>Algunas veces se realizan experiencias que en un principio resultan buenas para la localidad pero después fracasan. Por ejemplo en Tolhuin un programa de Julián Weich “Cumpliendo sueños” potenció mucho una Casa de Dulces por 3 meses, pero después el proyecto no tuvo continuidad resultando un fracaso y la casa de Dulces cerró.</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>El INTA está realizando un trabajo muy fuerte en territorio, para reactivar la producción primaria. Fomenta la soberanía alimentaria (poder alimentar a la comunidad sin depender de otras provincias). Promueven el desarrollo de productos locales como la pimienta de canelo, ruibarbo, Salicornia. Colaboran además en el desarrollo de la Ruta de la centolla, en Puerto Almanza.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Dificultad en el abastecimiento de algunos productos, por su estacionalidad, veda o su escasa producción. También afecta la ubicación geográfica de la provincia.</li> </ul>	<p>Ejemplo de problemáticas: “la crisis de la manteca” se generó por los cortes de rutas que imposibilitaban la llegada de camiones a la provincia. La isla se quedó sin manteca, lo que generó un conflicto para todos.</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las otras ciudades importantes de la provincia se pueden asociar con los siguientes productos gastronómicos, Tolhuin: con el Cordero y las frutas y Río Grande con la Trucha y el Cordero también.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Falta desarrollar a Ushuaia como el principal polo gastronómico de la provincia.</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>A pesar de que la mayoría de los productos y materias primas que llegan a la provincia no son de buena calidad, se logra preparar platos de</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Falta un mercado que centralice los productos identitarios de Tierra del Fuego.</li> </ul>	

<p>muy buena calidad.</p>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tierra de pioneros: la isla es una tierra de aventuras, posee una belleza paisajística sin igual que brinda un marco natural sumamente atractivo para el visitante.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se encuentra disociado el consumo local con el consumo del turista.</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• La provincia posee un abanico de productos gastronómicos únicos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de capacitación adecuada para los inspectores de bromatología.</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Oportunidad de aprovechar otros productos únicos y auténticos de la zona. Variedad de productos de recolección.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Baja estadía promedio.</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pureza ambiental.</li> <li>• En Río Grande se organiza la Fiesta Nacional del Róbalo (aunque este pez cuesta conseguirlo).</li> <li>• En Río Grande hay varios invernaderos, en Ushuaia también, gracias a un incentivo de INTA, pero a los productores les cuesta a veces cambiar la matriz productiva que se precisa para incorporar un nuevo producto. Se deberían sumar más aportes por parte del Estado.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta mejorar la conectividad.</li> <li>• Falta conciencia sobre la importancia estratégica del Turismo Gastronómico como herramienta de desarrollo de los destinos.</li> <li>• Los cruceros que se hacen por Latinoamérica y llegan a Ushuaia no aportan suficientes ingresos económicos en la provincia debido a que los turistas no suelen consumir servicios en la ciudad, sin embargo existe otro segmento (antártico) que se queda en la ciudad y brinda mayores posibilidades de generar mas consumo.</li> </ul>	

<ul style="list-style-type: none"> <li>Mucha variedad gastronómica local.</li> <li>La Municipalidad de Río Grande está desarrollando una App dónde se podrá encontrar determinados productos identitarios. En esta localidad se realizan en el año 4 ferias de la producción. Existe además una escuela de gastronomía.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Es difícil la sostenibilidad de la Ruta de la Centolla debido a la informalidad existente entre los productores locales. La Ruta debería crecer en forma planificada, cuesta el avance de este proyecto porque falta infraestructura (ej: muelle), la posesión de las tierras es otro tema a resolver, no hay escuelas, tampoco servicio médicos.</li> <li>Varios barcos están operando en puerto Williams, se está perdiendo oportunidad de consumo.</li> <li>Elevado costo de vida, alta rotación de personal en los establecimientos gastronómicos.</li> </ul>	<p>Es necesario que se lleve a cabo un trabajo conjunto entre los organismos de: Turismo, Medio ambiente y Producción.</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Se da muy buena producción natural de cordero por la buena calidad de las tierras y los pastizales (espacios poco intervenidos).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>No se cuida al turista porque la población residente considera que no van a regresar.</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Existencia de un sello de calidad.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Escasa profesionalización de la actividad turística y gastronómica.</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Dificultades y desafíos para obtener la materia prima de calidad.</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Falta de pescadores y capacitación en la cocina.</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>El mercado local generalmente no consume los productos locales.</li> </ul>	

	<ul style="list-style-type: none"> <li>Falta de articulación entre los principales destinos turísticos de la provincia, Río Gallegos, Tolhuin, Ushuaia. Falta de asociativismo.</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Necesidad de promover acciones destinadas a la recuperación, ordenamiento e incentivo de la producción local.</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>No resultó el acuario y pescadería de Ushuaia, que además servía platos elaborados con productos locales.</li> <li>Existe solo una pescadería en Ushuaia y una en Río Grande.</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Algunos restaurantes no conocen y/o no incluyen productos locales en sus menús.</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>En el caso de algunos productos faltan herramientas para facilitar el abastecimiento (ejemplo: pimienta de canelo).</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Falta de capacitación de los recursos humanos sobre manipulación de productos locales.</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Falta apoyo por parte de los entes gubernamentales, por ejemplo para conservar o mantener por más tiempo productos que tienen mucha estacionalidad.</li> </ul>	

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Necesidad de profesionalizar la actividad turística y gastronómica.</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Existencia de pocos colegios agrotécnicos o institutos terciarios gastronómicos.</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Varios productos poseen mucha estacionalidad y poco desarrollo.</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Existencia de una matriz muy chica de NyCs (nacidos y criados) vs. VyQs (venidos y quedados). Genera una falta de sentido de pertenencia para con la ciudad de residencia.</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conectividad telefónica y de Internet deficiente.</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presencia de contaminación a causa de los desechos domiciliarios (debido al consumo de productos envasados).</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de maquinarias en frigoríficos.</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Costo salarial alto para procesar y elaborar productos diversos. Falta de estimulación del Estado. Poca competitividad del sector gastronómico, porque los principales contratantes son Estado, industria y comercio. El turismo es el único que compite internacionalmente.</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Deficiente infraestructura portuaria, fundamentalmente de los muelles. Existe el proyecto de construcción de un muelle en Puerto Williams, esto afectaría la</li> </ul>	

	competividad del puerto de Ushiaia.	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Se percibe como una amenaza la falta de planificación del Turismo Gastronómico.</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) “Experiencia Ushuaia, su historia y su gastronomía”.
- 2) “Navegue el Canal de Beagle observando la fauna marina”.

#### Localización:

- 1) Ushuaia.
- 2) Puerto Almanza y Pingüinera.

#### Descripción:

- 1) Se visitan 2 lugares emblemáticos que muestran toda la historia de la ciudad y en los mismos se pueden degustar típica gastronomía de Tierra del Fuego. Ambos sitios cuentan con un Museo que el visitante puede recorrer y así conocer la historia de esta provincia. Los lugares son el Almacén de Ramos Generales y la Taberna del Viejo Lobo.

2) Navegación por el Canal Beagle observando la fauna marina. Saliendo desde la ciudad de Ushuaia, se realizan avistajes de aves, lobos marinos y pingüinos. Esto incluye almuerzo durante la excursión.

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

- 1) Agencias que comercializan este producto, incluye gastronomía y todo esto se realiza con guías especializados.
- 2) idem 1.

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

- 1) Abierto todo el año (salvo 15 días en mayo).
- 2) Se realiza de noviembre a marzo.

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

Cordero al palo.

**Descripción:**

Degustar el cordero fueguino al palo, con leña de lenga o de ñires. Comer el cordero con las manos sintiendo el aroma del fuego que acompaña. Mientras se relata la historia del lugar, atravesada por la cultura de la Producción local.

**Localización** (ciudades comprendidas):

USH- estancias- Tolhuín- Río Olivia- entorno natural.

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

Se puede combinar con excursión a los lagos- 4x4- visita a estancias.

Se comercializa por agencia de viajes, Internet, acompañamiento de guía local.

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

Todo el año- Diciembre es la mejor época (entre septiembre y noviembre baja un poco la producción).

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

-----  
**Localización** (ciudades comprendidas):

1. Tierra Mayor, a 15 km. de Ushuaia, cercano no al Cerro Castor.
2. Estancias en época de esquila. En zona de Río Grande.
3. Estancias con coto de pesca. En zona de Río Grande.

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

1. Su fuerte es durante el invierno igualmente funciona todo el año. El paisaje lo hace único. Ski de fondo, trineo de perros, motonieves. Circuitos. La gastronomía ofrecida es cordero a la estaca.
2. Visita a una estancia, participar y ver la esquila. Conocer una estancia patagónica en producción. Cabalgatas y circuitos de caminatas. Se menciona que hay 3 estancias turísticas, siendo la primera en desarrollar actividades la Estancia Haberton.
3. Pesca. Es practicado fundamentalmente por el turismo internacional. El Hospedaje y las comidas se ofrece en las estancias. Se pesca Trucha y Salmón King.

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

En todos los casos hay servicios asociados. Alojamiento, guías, agencias y gastronomía de menor o mayor calidad pero incluida.

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

1. Tierra Mayor, todo el año siendo su fuerte en época invernal.
2. Las Estancias en temporada (Octubre a Marzo).
3. En temporada de Pesca en temporada de Noviembre a mayo.

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

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

-----

**Localización** (ciudades comprendidas):

Ushuaia, Río Grande y Tolhuin.

**Descripción general** (que vivencias se pueden experimentar, cuales son sus características distintivas: que características las hace únicas, auténticas y memorables a la experiencia?<sup>2</sup>, que actividades incluye la experiencia?):

Recorrido de dos días por Ushuaia, Río Grande y Tolhuin; probando gastronomía del mar, de la montaña y la estepa.  
Toda la Patagonia en 200 km., reflejada a través de su gastronomía.  
Se destaca la experiencia de probar productos locales, de muy buena calidad.  
Degustación de Cordero en las estancias de Tolhuin.

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

Estancias (pocas)  
Agencias de viaje.  
Productores locales.

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

Todo el año.

<sup>2</sup> **Único:** aspecto singular identitario. **Auténtico:** genuino, verdadero. **Memorable:** deja una fuerte huella emocional. **Multisensorial:** puede ser vivenciado a través de los sentidos.

### 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>Recuperar el sistema de pasantías (que en su momento había funcionado muy bien) para que los restaurantes puedan tener estudiantes (de gastronomía) trabajando en sus establecimientos.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>En el ámbito turístico, que los establecimientos educativos de la provincia puedan realizar convenios para que los estudiantes realicen más prácticas profesionales y así comenzar a desarrollar sus carreras laborales.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Aumentar la formalización laboral mediante políticas provinciales o nacionales, fundamentalmente para que los pequeños productores puedan desarrollarse.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Promover políticas interinstitucionales, por ejemplo entre INTA y el gobierno de la provincia, para la realización de programas de incentivos de nuevos cultivos en Tierra del Fuego.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Consolidar a Puerto Almanza como un destino turístico mediante la optimización de su infraestructura de servicio.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Generar las condiciones para desarrollar un frigorífico que consolide la producción de la provincia y de esta forma evitar el monopolio de los grandes mercados.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Capacitación de los recursos humanos, temáticas: calidad de atención al cliente y servicios, adecuados a la idiosincrasia local y las necesidades de los establecimientos gastronómicos. Estacionalidad y trazabilidad de los productos. Conservas de materias primas locales.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Impulsar la generación de pooles de productores para resolver las problemáticas de abastecimiento.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Recrear la cultura de la producción, la historia de la producción para el fortalecimiento de la base gastronómica identitaria de la provincia.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Impulsar acciones que faciliten el contacto entre el productor y consumidor.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Organizar fam tour en donde se puedan vivir las experiencias gastronómicas fueguinas.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Organizar circuitos turísticos en los que se acompañe con un relato experiencial vinculado a la gastronomía local.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Mejorar la infraestructura, especialmente la conectividad.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Promocionar la gastronomía fueguina en ferias internacionales.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Impulsar la realización de fiestas populares gastronómicas. Ejemplo: Fiesta Provincial del Cordero Patagónico.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Concientizar al consumidor y los restaurantes sobre el valor de los productos locales.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Trabajar sobre la identidad de Tierra del Fuego (tener en claro quiénes somos y hacia donde vamos).</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Formular un Plan Estratégico de Turismo Gastronómico.</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Concientizar sobre la importancia de la actividad turística.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Impulsar propuestas innovadoras que diversifiquen la oferta turística de la provincia, basada en la puesta en valor de la gastronomía fueguina.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Instalar cartelería en ruta (Ruta de la centolla), miradores, cartelería en accesos a las chacras y espacios de producción.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollar el Turismo Enogastronómico.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fomentar casos de Micro Emprendimientos nuevos con productos locales.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crear un Mercado Central.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sensibilizar a la población sobre la variedad de productos y platos locales.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Promover un conjunto de productos identitarios para que los establecimientos gastronómicos puedan incorporarlos en sus menús.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Promover acciones orientadas a brindar apoyo y soluciones técnicas por parte de SENASA, bromatología.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Generar acciones de marketing, difusión y capacitaciones sobre cómo vender los productos.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Facilitar el acceso a la red de agua potable (hay muchos problemas para conseguir agua potable).</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Promover a Tolhuin como polo productivo y centro de distribución de productos.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Instalar en Tolhuin un matadero.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Brindar asistencia técnica a microemprendedores para desarrollo de productos.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mejorar la conectividad de Internet y telefónica.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reducir las trabas para el productor local y facilitar el abastecimiento de mercaderías perteneciente a otros destinos.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Generar incentivos para el productor y pescador local, de modo que el producto quede en el destino y se genere un compromiso de abastecimiento de la isla.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Generar espacios de asociatividad entre los distintos integrantes de la cadena de valor.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollar un canal de comercialización que no dependa de Buenos Aires (una alternativa podría ser: circuito Madryn-Calafate-Ushuaia).</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestionar la Denominación de origen para la Salicornia.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Instalar cámaras frigoríficas.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Modernizar las instalaciones de los mataderos.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Generar un calendario de estacionalización de productos y de vedas.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollar una aplicación provincial para vincular a los productores con los prestadores del servicio (restaurantes, hoteles, etc.).</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunicar líneas de financiamiento.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar cursos de gastronomía y talleres en los colegios secundarios.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Divulgar y sensibilizar sobre la Ley de Pyme.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sentar las bases sólidas para poder atravesar las dificultades y desafíos en materia de calidad de la gastronomía fueguina.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Agilizar trámites para facilitar y promover la producción local.</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Concientizar al consumidor y a los restaurantes sobre la necesidad de valorizar los productos locales.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Necesidad de trabajar aunando esfuerzos, independientemente de las diferentes jurisdicciones de las provincias.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar capacitaciones y promover un sentido de compromiso del personal con los establecimientos.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recrear la historia productiva de la provincia.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apoyar a Tolhuin para que se desarrolle como centro de distribución de materias primas.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Establecer y fomentar un sistema de pasantías para formar a los futuros profesionales del rubro.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Infraestructura: en Almanza (infraestructura, servicios básicos (luz, agua, red cloacal, energía)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fidelizar a los clientes propios y los potenciales.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mejorar la calidad en las prestaciones, en toda la cadena de valor (Hotelería, gastronomía, guías de turismo, agencias de viajes, transporte, etc.)</li> </ul>

## 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>“Generar una Marca de sello gastronómico”.</b>
<b>Marco institucional:</b>	Trabajo en conjunto entre: INFUETUR, Cultura, Producción, Universidad y el sector privado (Cámaras correspondientes).
<b>Objetivo:</b>	-Establecer una marca fuerte como herramienta de comunicación que una a los diversos sectores vinculados al Turismo Gastronómico y esté asociado al Destino. -Posicionar a la provincia como destino gastronómico.
<b>Descripción:</b>	Generación una Marca para reordenar los principales eventos gastronómicos, que estén nucleados bajo un sello que garantice un estándar de calidad y revalorice principalmente los productos locales.
<b>Ubicación:</b>	Toda la provincia.
Propuesta a desarrollar	Descripción
<b>Denominación:</b>	<b>Mesa de facilitación para el fortalecimiento y formalización de productores locales.</b>
<b>Marco institucional:</b>	SENASA, Aduana, INTA, sectores público y privado vinculados al Turismo y la Gastronomía.

<b>Objetivo:</b>	-Generar un marco institucional para el fortalecimiento y formalización de productores locales. -Consolidar la oferta de Turismo Gastronómico de la provincia.
<b>Descripción:</b>	La iniciativa impulsa la creación de una mesa de productores con formato de cooperativa. Ésta generará un esquema de gestión para agilizar los trámites administrativos que deben llevar a cabo los productores locales. Tendrá un carácter provincial y facilitará el análisis de problemáticas asociadas al sector productivo. Asimismo se ocupará de implementar acciones de fortalecimiento y desarrollo de la oferta de Turismo Gastronómico de Tierra del Fuego.
<b>Ubicación espacial:</b>	Ushuaia.
<b>Propuesta a desarrollar</b>	<b>Descripción</b>
<b>Denominación:</b>	<b>Ruta del Cordero Fueguino.</b>
<b>Marco institucional:</b>	INFUETUR- Mintur- municipios- delegaciones municipales – centros invernales- INPROTUR- INTA- Agroindustria. Instituciones educativas- asociaciones de profesionales del sector- Cultura- Ambiente- Gendarmería- Prefectura- Ejército-Armada- CAT- Sociedad Rural- prestadores de servicios de transporte- productores-artesanos- Vialidad Nacional y provincial- Obras Públicas.
<b>Objetivo:</b>	-Recuperar y poner en valor la identidad y la gastronomía fueguina. -Impulsar mediante el diseño de recorridos la consolidación de un mapa gastronómico fueguino. -Difundir la identidad gastronómica local mediante ferias itinerantes.
<b>Descripción:</b>	Se propone el diseño de una Ruta gastronómica del cordero fueguino al palo de leña de lenga y ñire. Este proyecto busca poner en valor un plato tradicional emblema de la gastronomía fueguina.
<b>Ubicación:</b>	Ushuaia y Río Grande. Cabo Espíritu Santo, pasando por San Sebastián. Río Grande. Tolhuin.
<b>Propuesta a desarrollar</b>	
<b>Denominación:</b>	<b>Festival Isla del Fuego.</b>
<b>Marco institucional:</b>	Entidades públicas y privadas vinculadas directa e indirectamente al turismo.
<b>Objetivo:</b>	-Dar a conocer los productos de la tierra y el mar. Acercarlos al público para que los conozca y generar un atractivo turístico a partir de la puesta en valor de la gastronomía. -Concientizar sobre la importancia del turismo como actividad económica y el cuidado del recurso natural.
<b>Descripción:</b>	Este Festival promueve la puesta en valor de las materias primas identitarias, tales como la centolla, cordero y merluza negra y su cocción al fuego en todas sus variantes. También de los productos silvestres existentes en la isla. Incluye charlas y capacitaciones sobre cocina local, el uso de los productos y conservación de alimentos. Se espera poder generar un contacto directo con los productores y recolectores como así también trabajar sobre la denominación de origen de las materias primas mencionadas.

<b>Ubicación espacial:</b>	Ushuaia.
<b>Propuesta a desarrollar</b>	<b>Descripción</b>
<b>Denominación:</b>	<b>Mercados concentradores de Tierra del Fuego.</b>
<b>Marco institucional:</b>	Municipios. Bromatología de provincia. Productores locales.
<b>Objetivo:</b>	Instalar un mercado central de productos locales en cada una de las ciudades principales de la provincia.
<b>Descripción:</b>	Los mercados se implementarán mediante la participación de productores y productos locales. Se ejecutará con la colaboración de Agroindustria. Requerirá de acciones de capacitación, logística. Fundamentalmente se promoverán los productos con denominación de origen y/o certificados de calidad. Cada mercado será regulado por las municipalidades correspondientes a su jurisdicción.
<b>Ubicación espacial:</b>	En Río Grande, Ushuaia y Tolhuin.

## 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
Cornejo	Mónica Viviana	CENT 35	Docente	Tolhuin	<a href="mailto:mcornejo8300@yahoo.com">mcornejo8300@yahoo.com</a>
Antonio	Lorena Liliana	La Cimarrona	Socia casa de té	Río Grande	<a href="mailto:alorena521@gmail.com">alorena521@gmail.com</a>
Loira	Andrés	Ruka Kellen	Productor	Ushuaia	<a href="mailto:artesan@arnet.com.ar">artesan@arnet.com.ar</a>
Martinelli	Lucila Mariana	Slow Food Finisterre	Fiduciaria	Ushuaia	<a href="mailto:lucilamartinelli73@gmail.com">lucilamartinelli73@gmail.com</a>
Rerich	Yésica	UNTDF	Estudiante	Ushuaia	<a href="mailto:yesica.perich@gmail.com">yesica.perich@gmail.com</a>
Luzuriaga	Celia	Sect. Turismo munic.	Jefa Div. su. inf.	Ushuaia	<a href="mailto:celiamara77@hotmail.com">celiamara77@hotmail.com</a>
Ramírez	Julio	La Posada de los Ramírez	Gerente	Tolhuin	<a href="mailto:juliohoracioreamirez11@gmail.com">juliohoracioreamirez11@gmail.com</a>
Rodríguez	Claudio	Sec. de turismo Ushuaia	Jefe Dpto. Calidad y F.	Ushuaia	<a href="mailto:calidad@turismoushuaia.com">calidad@turismoushuaia.com</a>
Livraghi	Enrique	INTA	Extensionista	Ushuaia	<a href="mailto:livraghi.enrique@inta.gob.ar">livraghi.enrique@inta.gob.ar</a>
Rivera	Catalina	Ruka Kellen	Productor	Punta Paraná	<a href="mailto:artesan@arnet.com.ar">artesan@arnet.com.ar</a>
Berbel	Roberto	Dir. Turismo	Director	Tolhuin	
Ruiz Díaz	Sandra	INFUETUR	Dir. Prov.	Ushuaia	
Mateo	Damián	INFUETUR	Dir. Prov.	Ushuaia	<a href="mailto:coordinaciongeneral@tierradelfuego.org.ar">coordinaciongeneral@tierradelfuego.org.ar</a>
Araya	Marcos	Esc. de cocina	Director	Río Grande	
Molpesekes	Celeste	Ag. INTA. USH.		Ushuaia	
Acevedo	Javier	Chacinados San Andrés	Propietario	Río Grande	<a href="mailto:sanandres_rg@hotmail.com.ar">sanandres_rg@hotmail.com.ar</a>
Rivas	Susana	Lennox Hotel	Cocinero	Ushuaia	<a href="mailto:susanarivas228796480@gmail.com">susanarivas228796480@gmail.com</a>
Santana	Lorena	CENT 35	Estudiante	Río Grande	<a href="mailto:santanalorena95@hotmail.com">santanalorena95@hotmail.com</a>
Díaz	Emanuel	Arakur	Director AA&BB	Ushuaia	<a href="mailto:emanuel.diaz@arakur.com">emanuel.diaz@arakur.com</a>
Ferreyra	Ricardo	TDF Gourmet	Propietario	Ushuaia	<a href="mailto:richard@tdfgourmet.com">richard@tdfgourmet.com</a>
Praussellot	Federico	Oveja Verde	Propietario	Almanza	<a href="mailto:ovejaverde@gmail.com">ovejaverde@gmail.com</a>
Albirzú	Mónica	Period. Gastro		BA	<a href="mailto:albirzu.monica@gmail.com">albirzu.monica@gmail.com</a>
Gotó	M. Cristina	CuismetUms	Editora	CABA	<a href="mailto:cristmagoto">cristmagoto</a>
Spontón	Emiliano	INTA A. Ushuaia	Jefe Agencia	Ushuaia	<a href="mailto:sponton.emiliano@inta.gob.ar">sponton.emiliano@inta.gob.ar</a>
Arredondo	Gustavo	Turismo	Responsable	Ushuaia	<a href="mailto:infoterraincognita@gmail.com">infoterraincognita@gmail.com</a>
Rodríguez	Paula	Arte Gastronómico (cocina libre de gluten)	Socia	Ushuaia	<a href="mailto:lacuentadepaulasr@gmail.com">lacuentadepaulasr@gmail.com</a>
Chiara	Facundo		Cocinero	Ushuaia	<a href="mailto:facundochiara@hotmail.com">facundochiara@hotmail.com</a>
Marlens	Gabriela	Universidad Nacional de Tierra del Fuego Chocolates Laguna Negra - Rest. Andino Gourmet	Estudiante	Ushuaia	<a href="mailto:gabrieela.m@hotmail.es">gabrieela.m@hotmail.es</a>
Elicabe	Martín		Gerente	Ushuaia	<a href="mailto:admin@lagunanegra.com.ar">admin@lagunanegra.com.ar</a>
Carcamo	Carlos	Kemerik Pesca	Dueño	Ushuaia	<a href="mailto:kemerik@hotmail.com">kemerik@hotmail.com</a>
Ibarrola	Raúl	Produc. Hortícola	Dueño	Ushuaia	
Adillon	Lino	Restoran Volver	Cocinero	Ushuaia	<a href="mailto:linoadillon@hotmail.com">linoadillon@hotmail.com</a>
Ojeda	Ma. Victoria	IN.FUE.TUR	Desarrollo de Prod.	Ushuaia	<a href="mailto:victoria.ojeda@infuetur.gob.ar">victoria.ojeda@infuetur.gob.ar</a>
Müller	Lola	San Andrés	Dueña	Río Grande	<a href="mailto:sanandres_rg@hotmail.com.a">sanandres_rg@hotmail.com.a</a>

					<a href="mailto:ismith@magyp.com.ar">ismith@magyp.com.ar</a>
Maglietti	Isabella	Min. Agroindustria	Técnico	Buenos Aires	
Svetlitz L.	Luci. Amand.	Educación	Docente - Guía de turismo	Río Grande	<a href="mailto:amandasalsi@hotmail.com">amandasalsi@hotmail.com</a>
Maglione	Alejandro	Diario La Nación	Columnista	Buenos Aires	
Piana	Ernesto	Antropólogo	Jubilado	Ushuaia	<a href="mailto:arqueologiaterradelfuego@gmail.com">arqueologiaterradelfuego@gmail.com</a>
Vivian	Ernesto	Kaupé Restaurant	Cocinero - Propiet.	Ushuaia	<a href="mailto:evivian@kaupa.com.ar">evivian@kaupa.com.ar</a>
García Cosoleto	Sebastián	Tierra de Leyendas Hotel	Cocinero - Dueño	Ushuaia	<a href="mailto:sebas@tierradeleyendas.com.ar">sebas@tierradeleyendas.com.ar</a>
Requejado	Ramiro	Tante Sara	Gerente	Ushuaia / Río Grande	<a href="mailto:ramiror@tantesara.com">ramiror@tantesara.com</a>
Lovisololo	Natalia	Cámara Hotelera y Gastronómica	Comisión Directiva	Ushuaia / Río Grande	<a href="mailto:natilovisololo@gmail.com">natilovisololo@gmail.com</a>
Pérez	Lucía	IN.FUE.TUR	Dir. Panif. Y DT	Ushuaia	
Acosta	Cristina	Paso Garibaldi	Dueño - Cocinero	Ushuaia	<a href="mailto:cristina_acosta32@hotmail.com">cristina_acosta32@hotmail.com</a>
González	Guillermo	CENT 35. Río Grande	Coordinador Docente	Río Grande	<a href="mailto:maranatta160867@hotmail.com">maranatta160867@hotmail.com</a>
Villena	Pablo	CIEFAD	Delegación TDF	Tolhuin	<a href="mailto:pvillena@ciefap.org.ar">pvillena@ciefap.org.ar</a>
Chenlo	Sergio	UNTDF	Coordinador de Carrera Turismo	Ushuaia	<a href="mailto:schenlo@untdf.edu.ar">schenlo@untdf.edu.ar</a>
Bianciotto	Oscar	UNTDF	Docente Investigador	Ushuaia	<a href="mailto:oscar_bianciotto@hotmail.com">oscar_bianciotto@hotmail.com</a>
Montelargo	Alejandra	IN.FUE.TUR	Jefe Dpto. Coord. Y Gestión	Río Grande	<a href="mailto:alejandram@tierradelfuego.org.ar">alejandram@tierradelfuego.org.ar</a>
Oviedo	Dolores	IGA Escuela Gastronómica	Administrativa	Río Grande	<a href="mailto:informes@escuelalaboral.com">informes@escuelalaboral.com</a>
Peralta G.	Joshué	CENT 35	Alumno	Río Grande	<a href="mailto:josue_1love@hotmail.com">josue_1love@hotmail.com</a>
Batalla	Carolina	Las Hayas - Los Acebos	Gerente Gral.	Ushuaia	<a href="mailto:gerencia.ushuaia@tremunhotels.com.ar">gerencia.ushuaia@tremunhotels.com.ar</a>
Chasco	Enrique	El Almacén Ramos Generales SA	Titular	Ushuaia	<a href="mailto:godolphin@speedy.com.ar">godolphin@speedy.com.ar</a>
Hoyos	Mauricio	Misión Salesiana RG	Administrador	Río Grande	<a href="mailto:mhoyos@donbosco.org.ar">mhoyos@donbosco.org.ar</a>
Fernández A.	C. Anelis	Taberna del viejo lobo	Encargado	Ushuaia	<a href="mailto:anelis.fa@hotmail.com">anelis.fa@hotmail.com</a>
Videla G.	Ileana	Arte Gastronómico	Cocinera	Ushuaia	<a href="mailto:ileana.videla@gmail.com">ileana.videla@gmail.com</a>
Repetto	Natalia	Tante Sara		Ushuaia	<a href="mailto:natalialrepetto@hotmail.com">natalialrepetto@hotmail.com</a>
Miller	Ailin	Los Cauquenes	Supervisora	Ushuaia	<a href="mailto:miller_ailin@hotmail.com">miller_ailin@hotmail.com</a>
Britos	Esteban F.	Rest. Tante Sara	Mozo	Ushuaia	<a href="mailto:estebitanne@hotmail.com">estebitanne@hotmail.com</a>
Rodríguez	Ezequiel	Vinoteca Quelhue Univ. Nacional de TDF	Titular Estudiante turismo	Ushuaia	<a href="mailto:ezequiel@quelhue.com.ar">ezequiel@quelhue.com.ar</a>
Zubillaga	Evelyn	Disfrute.com.ar		Ushuaia	<a href="mailto:evelynzubillaga15@gmail.com">evelynzubillaga15@gmail.com</a>
Bordoni	Silvia		Fotógrafa	Bs. As.	<a href="mailto:lofotos@hotmail.com">lofotos@hotmail.com</a>
Arbelaiz	Andrea	Brista Luz	Editora Gral	Bs. As.	<a href="mailto:andrearbelaiz555@gmail.com">andrearbelaiz555@gmail.com</a>
Abolsky	Esteban	Arakur	Director	CABA	<a href="mailto:esteban_abolsky@arakur.com">esteban_abolsky@arakur.com</a>
Henninger	Marilina	Cámara Comercio RG	Vce Presidente	Río Grande	<a href="mailto:marilinhenn@gmail.com">marilinhenn@gmail.com</a>
Zulueta	Mariano	Municipio RG	Sub Secretario	Río Grande	<a href="mailto:marianozulueta@hotmail.com">marianozulueta@hotmail.com</a>
Gieli	Silvia	INFUETUR	Sec. de Política Interna	Ushuaia	<a href="mailto:silgigli@gmail.com">silgigli@gmail.com</a>
Alazard	Stella	Dir. De Turismo RG	Directora de Turismo	Río Grande	<a href="mailto:smalazard@riogrande.gob.ar">smalazard@riogrande.gob.ar</a>

Arellano	Stella	La Cimarrona	Responsable	Río Grande	<a href="mailto:clubdecampolacimarrona@gmail.com">clubdecampolacimarrona@gmail.com</a>
Molini	Nicolás	Los Cauquenes	Jefe de cocina	Ushuaia	<a href="mailto:nmolini@loscauquenes.com">nmolini@loscauquenes.com</a>
Ramírez	Cecilia	CIVyT - La posada de los Ramírez	Titular	Tolhuin	<a href="mailto:coramirez58@gmail.com">coramirez58@gmail.com</a>
Badaracco	Pablo	Sabores del Fuego	Jefe de cocina	Ushuaia	<a href="mailto:pmbadaracco@gmail.com">pmbadaracco@gmail.com</a>
Teitelman	Santiago	Las Hayas	Jefe de cocina	Ushuaia	<a href="mailto:santi_deviaje@yahoo.com">santi_deviaje@yahoo.com</a>
Hernández	Jessie	M. Industria	Directora Prog. Prod.	Río Grande	<a href="mailto:jessiemh2004@yahoo.com.ar">jessiemh2004@yahoo.com.ar</a>
Martínez	Andrea	M. Industria	Asesora Técnica	Río Grande	<a href="mailto:avmtdf@hotmail.com">avmtdf@hotmail.com</a>
Colonna	Analía	Emprendedora	Propietaria de proyectos	Ushuaia	<a href="mailto:analia@grapes.com.ar">analia@grapes.com.ar</a> <a href="mailto:saboresdelfuegoush@gmail.com">saboresdelfuegoush@gmail.com</a>
Badaracco	Pablo Martin			Ushuaia	<a href="mailto:saboresdelfuegoush@gmail.com">om</a>