

## Foro de Planificación y Desarrollo de Turismo Gastronómico

Jujuy – 07 de noviembre de 2016

### Relatoría

#### Introducción

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

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

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

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

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

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

#### Socios estratégicos:

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

#### Colaboran:

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

#### Apoyan:

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

En este sentido, se ha previsto la realización de 24 Foros de Planificación y Desarrollo del Turismo Gastronómico en cada una de las provincias y la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, con la finalidad de concretar un trabajo participativo junto a los referentes del sector público, privado y académico, cuyo resultados serán insumos fundamentales para la formulación del **Plan Estratégico de Turismo Gastronómico 2017-2027**.

#### **Foro de Planificación y Desarrollo de Turismo Gastronómico**

##### **Equipo técnico:**

- Lic. Mariángeles Samamé, Directora de Productos Turísticos, Ministerio de Turismo de la Nación.
- Mg. Marcela Luján, Directora Nacional de Calidad Turística, Ministerio de Turismo de la Nación.
- Lic. Laura Dugo, Directora de Acciones Promocionales, 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 Turística, Ministerio de Turismo de la Nación.
- Ing. Agr. Guillermo Castro, Fundación ArgenINTA.
- Lic. Claudina Kutnowski, Ministerio de Cultura de la Nación.
- Diego Plottier, CAT.

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.

A continuación se expresan los aportes realizados por los asistentes en cada una de las mesas de trabajo. En una instancia posterior, estos resultados serán analizados por parte del equipo técnico y el Consejo Asesor de Cocinar, a fin de identificar posibles líneas de acción a implementar en territorio.

### CONSIGNA 1

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

Ventajas:

- La región Yungas posee un desarrollo turístico incipiente, se encuentra en una etapa de crecimiento.
- Gran diversidad de productos en una provincia tan pequeña (de características similares a la oferta del Perú).
- Los productos andinos se están posicionando a nivel mundial. Actualmente son una tendencia en ascenso. Esto representa una gran oportunidad para la provincia en su conjunto.
- Se está trabajando desde el ámbito universitario en proyectos vinculados al diseño de nuevos circuitos gastronómicos. Desde la Secretaría de Turismo de la provincia también se está trabajando

en el desarrollo de rutas y circuitos gastronómicos, sumando a las agencias de viaje, productores, etc.

- Desde la Secretaría de Turismo se están realizando acciones de concientización turística en colegios, en muchos casos, interinstitucionales.
- Desde la Asociación de Rutas Alimentarias se está trabajando en el desarrollo turístico de diferentes rutas gastronómicas de la provincia, se asocian a los hoteleros, gastronómicos, artesanos, productores. Esto revaloriza la cultura y la tradición de la provincia.
- Existencia de “Jujuy a la carta”, es una red de restaurantes conformado por 3 restaurantes de San Salvador, Purmamarca, El Carmen. Se busca que los establecimientos gastronómicos ofrezcan platos típicos en sus menús, trabajar con pool de compras y complementarlo con la visita a productores locales.
- La cocina jujeña posee una fusión transandina. Sus platos son abundantes, las porciones son generosas.
- La amplitud térmica contribuye a la calidad de los productos.
- En El Carmen existe una Cámara de Turismo que reúne a gastronómicos y hoteleros.
- Existe un proyecto para crear un distrito gastronómico, en el Corredor Senador Pérez – Lamadrid.
- Actualmente se esta re-funcionalizando el mercado central de Jujuy.

#### Desventajas:

- Falta de conocimiento de los platos locales por parte de algunos integrantes de la comunidad.
- Líneas de certificación y calidad de los productos, en ocasiones no garantizadas.
- Existencia de producciones informales.
- Uso de agroquímicos, abrasivos y monocultivo que generan impacto en la economía local.
- La población no suele consumir los productos locales, existe una desvalorización de la materia prima de la provincia.
- Los accesos a las regiones son complicados, falta señalética.
- Falta consolidar el posicionamiento de las regiones turísticas Valles, Punas y Yungas.
- No hay suficiente platos típicos en la provincia.
- Incremento de la comercialización ilegal influenciado por la ubicación geográfica de la provincia.
- Actividad productiva y turística sujetas a las condiciones climáticas.
- Se van perdiendo las costumbres y saberes gastronómicos locales, debido a que los mayores fallecen, los jóvenes emigran y no se transmiten ni continúan los mismos.
- Hay mucha producción para autoconsumo (por ejemplo: ganado vacuno, cabeza guateada) pero no suelen venderlo fuera de sus lugares de cultivo por que no tienen forma de sacar los productos. La provincia posee lugares hermosos pero de difícil accesibilidad, por el mal estado de los caminos.
- Actualmente no existen circuitos de Turismo Gastronómico que se comercialicen desde las agencias.
- Existe la marca “Consuma Jujeño” pero aun no está muy desarrollada. No hay mucho apoyo a los productores locales.
- En muchos casos existe una desconexión entre los productores y los establecimientos gastronómicos.
- Necesidad de contar con un mapa provincial gastronómico.
- Falta cartelería y señalización turística en los pueblos.
- Falta de acompañamiento al pequeño productor por parte del área de bromatología y SENASA.
- Los precios elevados en los alquileres de locales dificulta la inauguración de establecimientos gastronómicos.

- El mercado de la vieja terminal requiere de remodelaciones, es un mercado informal, posee problema de higiene.
- Se observa una escasa articulación entre las instituciones provinciales que tienen vinculación directa en el desarrollo del Turismo Gastronómico.
- La situación del turismo (y en particular el Turismo Gastronómico) tiene estadios de desarrollo muy heterogéneos en las distintas regiones de la provincia (Valles, Yungas, Puna, Quebrada). Siendo estas dos últimas las más desarrolladas.
- Hay una gran informalidad en la producción y comercialización de alimentos en toda la provincia. Los productos alimenticios más valorados con identidad territorial poseen bajos volúmenes de producción (escasa productividad), son elaboraciones artesanales y de baja escala. Las normativas bromatológicas y de la AFIP parecieran no contemplar o ajustarse a la realidad de estos actores. Convirtiéndose en un gran escollo para el desarrollo sostenible de la provincia. Algunos productos de alto valor cultural como la carne de llama (entre otros productos) no se encuentran en el código alimentario argentino.
- Infraestructura general de la provincia deficiente (conectividad vial, aérea, digital).

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

Elemento identitario (denominación)	Estado de situación	
	Ventajas	Desventajas
<p><b>1-Puna:</b> quínoa, papa andina, Olluco, carne llama (lomo), charqui, chacinados, quesos de cabra, vaca y cordero. Hierbas curativas para infusiones. Guisados, estofados, sopas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Existen tres ferias de trueque de productos locales en la Puna (esta modalidad comercial se va perdiendo en la provincia).</li> <li>• Los productores cultivan un máximo de 4 hectáreas, para no erosionar los campos. se necesita que se triplique el rendimiento.</li> <li>• Existen en esta región platos a base de productos secos, mayor consumo de carne, papas y quínoa.</li> <li>• Esta región ha recuperado sabores identitarios gracias la cercanía con Bolivia y los inmigrantes de ese país.</li> <li>• La Puna funciona como proveedor de materia prima, necesita desarrollarse turísticamente a través del mejoramiento de Rutas y Comunicaciones, entre otras necesidades.</li> <li>• Quínoa: mediante la fabricación de maquinas adecuadas para el cultivo de quínoa se trata de mejorar la cosecha (cooperativa), no es extensible para toda la provincia y productores. Se puede preparar guisos de quínoa, jugo, postres.</li> <li>• Quínoa, papa y llamas: productos saludables,</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No hay suficiente mano de obra local, existe dificultad para realizar el lavado químico, se requieren muchos litros de agua y en el Norte hay escasez, actualmente la cosecha se realiza de forma manual.</li> <li>• Por otro lado es menor el consumo de productos frescos y verduras.</li> <li>• Para algunos turistas, los platos de esta región pueden tener un sabor muy intenso por sus métodos de preparación e ingredientes.</li> <li>• La región cuenta con poca oferta gastronómica y turística.</li> <li>• EL turismo interno está vinculado solamente a eventos/festividades populares muy puntuales.</li> <li>• Quínoa: no hay suficiente producción para exportar, la producción continua es una falencia, no hay oferta continua de platos gastronómicos típicos, cuesta que se consuma en los hogares por el tipo de preparación que requiere.</li> <li>• Llama: solo se consume el lomo. Falta de difusión y concientización en la comunidad local sobre la calidad de los productos, los</li> </ul>

	<p>ecológicos, sabores únicos, poseen poco procesamiento, son naturales, no tienen químicos, productos familiares comunitarios, tienen trazabilidad.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Carne de llama: carne magra (sin colesterol), orgánica. Producción adaptada al clima local. -Platos típicos: Sopa majada (Tistincha), empanada de llama, estofado de llama y tamales de llama. -Fiestas: Existen en muchas localidades ferias de llama (exposiciones de animales, concursos, exposiciones de fibra y tejidos).</li> <li>• Papa andina: no necesita grandes superficies e insumos para su producción. Gran diversidad de variedades, colores, sabores y tamaños. Fácil de cocinar. Durabilidad en el tiempo (producto no perecedero). No necesita cadena de frío. Se preserva su identidad. -Platos típicos: generalmente las papas son preparadas como guarnición (fritas o hervidas). Pueden servirse con queso de cabra o con choclo, salteadas con hierbas. Como plato único está el guiso de papas. -Fiestas: Feria de la papa andina, mayo en Tumbaya.</li> </ul>	<p>productos no mantienen la cadena de frío, alta intermediación entre el productor y consumidor. La carne de llama posee una bacteria pero existe un plan sanitario para controlar la misma.</p> <p>-No hay frigoríficos habilitados para la faena de llamas. Escaso apoyo de la provincia y del estado en general para la producción y el agregado de valor a estas carnes.</p> <p>- No tienen control bromatológico.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Papa andina: Problemas sanitarios afectan su producción. Existen dificultades que influyen la comercialización (asimetrías en la cadena, afecta el poder de negociación), problemas de logística (largas distancias hasta los grandes mercados). Competencia con la papa boliviana. Los productores utilizan escasa tecnología, teniendo rendimientos bajos. Los productores tienen un banco de saberes en cuanto a producir y cocinar y estos conocimientos no trascienden a los cocineros.</li> </ul>
<p><b>2-Quebrada:</b> cordero, habas, cabrito, maíz, hortaliza y frutos, quesos de cabra, vaca, yacón, duraznos, hierbas</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los productos de la quebrada tienen muchos beneficios nutricionales. Todo lo orgánico está de moda y es elegido por los turistas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Existen muchos intermediarios, es costoso el precio final de los productos.</li> </ul>

<p>curativas para infusiones, vinos de altura. Carne de llama, Platos “Picantes” como el Picante de Pollo, Asado de cordero, Tamales, Humitas, Empanadas. Ají.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El maíz y queso de cabra son los elementos gastronómicos mas conocido de la zona, gastronomía ancestral.</li> <li>• La mayoría de la oferta está disponible durante todo el año.</li> <li>• Los platos típicos son conocidos por el turismo y son demandados habitualmente. Tienen presencia en restaurantes y sitios de comida informales.</li> <li>• Maíz: gran biodiversidad (variedades, tamaños, colores) generando una riqueza en sus preparaciones y bebidas fermentadas (Chicha). Hay presencia de bancos de germoplasma (Banco de semillas). Algunas preparaciones derivadas del maíz: mote (que no está en el código argentino). -La producción del maíz en la Quebrada y Puna es estacional (estas humitas se realizan con maíz andino), en los Valles y Yungas se realizan humitas con maíz amarillo (de poca estacionalidad). -Tamal: es reconocido en todo el noroeste argentino, con gran identidad local y una alta carga cultural. -Tanto los tamales como humitas son utilizados como preparaciones principales y entradas. Las humitas pueden ser saladas o dulces. Y pueden tener queso, carne picada y charqui. -Humita: Fácil de servir. Está asociado a</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• En provincias vecinas existen versiones similares de los platos típicos, necesitan un valor agregado para diferenciarse.</li> <li>• Carne de Llama: no hay frigoríficos, existe una limitación geográfica para la crianza. Se considera poco atractivo el negocio desde el punto de vista comercial pero se reconoce al mismo tiempo que tiene mucho potencial.</li> <li>• La leche no suele pasteurizarse por eso suele tener bacterias.</li> <li>• Escasez de agua, debido a las escasas precipitaciones.</li> <li>• Elaboración muy rudimentaria, en el caso de algunos productos.</li> <li>• Los egresados de instituciones gastronómicas suelen tener dificultad para incorporarse al mercado laboral local.</li> <li>• Hace falta la instalación de salas de ordeño para los productores.</li> <li>• Maíz: Hay material genético que se está perdiendo, ej.: maíz Chullpi, maíces que solo se dan en algunas localidades. También se van perdiendo los saberes de sus preparaciones. Se acceden a estos maíces a través de ferias organizadas por INTA/municipalidad u ONG’S. -Los productores utilizan escasa tecnología,</li> </ul>
--	--	--

	<p>ceremonias o ritos (ej. Semana Santa). Preparación con alta carga cultural.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vinos de altura: Maimará, Purmamarca; Monterrico, poseen bodegas habilitadas para la visita al turista. “Mis primeros frutos” son vinos artesanales endulzados con Stevia. En Purmamarca existe una asociación de productores que tienen código del INV, aun no están preparados para recibir el turista.</li> <li>• Cervezas artesanales: falta de continuidad en la provisión, pero los turistas piden mucha cerveza artesanal. La producción es de pequeña escala.</li> <li>• Platos típicos: el maíz suele ser utilizado para la preparación de tamales y humitas. Locro: es un guisado de maíz con otros ingredientes. Mediante la fermentación del maíz se realizan las chichas. Fiestas: Se destaca el carnaval y semana santa, son dos momentos que se muestra todo. En Semana Santa se destacan los festejos de Yaris, Tumbaya, Tilcara y Puna. Festival del choclo de Maimará (entre carnaval y Semana Santa). Feria de maíz de Yavi Chico (15/11), se muestran 27 clases de maíces.</li> <li>• Existencia de la Tecnicatura de Gastronomía especializada en cocina regional y cultura alimentaria en Tumbaya.</li> </ul>	<p>logran bajos rendimientos.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Los cocineros usan preferentemente dos tipos de maíces en sus preparaciones, el amarillo y el blanco.</li> <li>-Tamal: los turistas desconocen las diferentes preparaciones de tamales que existe en cada región (principalmente se diferencian por sus ingredientes).</li> <li>-Presencia de semillas alóctonas.</li> <li>-Falta de disponibilidad de algunas especies.</li> <li>-Marcada estacionalidad.</li> </ul>
--	---	---

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• En Purmamarca se organiza cada año la callecita de Purmamarca en donde se ofrecen degustaciones y venta de productos gastronómicos locales).</li> </ul>	
<p><b>3-Yungas:</b> charqui de vaca, quesillo de vaca, miel de caña, mangos, guayaba, paltas y papaya, naranja, derivados de maíz, oca (papa dulce), habas, zapallo, cayote, cítricos, yacón, tomate chilto, duraznos, manzana, peras, damascos, maracuyá, banana, higos, membrillo, ciruelas, mamón. Mora, uvilla (silvestre), apache (parecida a la tuna), uva. Hiervas curativas para infusiones, carne de vaca, cerdo, carne de cordero, caña de azúcar.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El Ministerio de Turismo y producción junto a la Fundación Pro yungas, realizan acciones de capacitación y brindan asistencia técnica para que los productores puedan mejorar las ventas de sus productos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mango: crece en abundancia pero no es consumido localmente, se importa desde Bolivia y se vende a un precio elevado para la población.</li> <li>• El sistema de riego no llega a toda la producción.</li> <li>• Falta de fumigación para evitar que se pudra la fruta.</li> <li>• Falta de acciones de capacitación sobre producción, higiene, manipulación de alimentos.</li> <li>• Faltan acciones que promuevan el emprendedurismo gastronómico.</li> <li>• En Calilegua se necesita la apertura de nuevos comedores.</li> </ul>

<p><b>4-Valles:</b> legumbres, porotos, hortalizas, pejerrey, frutilla, caña de azúcar, quesos, miel de abejas, tomate chilto, pimientos, duraznos silvestres, hierbas curativas para infusiones, carne vacuna, maíz, cayote, sandía. Quesillo. Salame de llama. Chacinados. Tabaco.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hay mucha plantación de caña de azúcar, muchos ingenios, muy fuertes a nivel país. Producto potenciado: la caña de azúcar.</li> <li>• Maíz: posee una gran capacidad nutricional y forma parte de la base de la dieta alimentaria de la región. <ul style="list-style-type: none"> <li>-Se puede producir en huertas familiares.</li> <li>-Usan el mote, la chicha, hay muchos derivados del maíz, maíz cocido: Chirca.</li> <li>-En las propuestas de Turismo rural se ofrecen estos platos, en los restaurantes generalmente no se ofrecen, solo en algunos regionales.</li> <li>-En Tumbaya venden los diferentes maíces de colores.</li> <li>-En Chorrillos se organiza el Festival del oro amarillo.</li> <li>-su incorporación a la oferta turística está medianamente desarrollada.</li> </ul> </li> <li>• Cayote: forma parte de la oferta turística en todas las regiones y se usa en preparaciones saladas y dulces. <ul style="list-style-type: none"> <li>-Hay buen nivel de producción durante todo el año. Cuanto más se conserva más dulce es su pulpa. Gran diversidad en sus preparaciones (bombones, empanadillas, dulces, helados, entre otros).</li> </ul> </li> <li>• Corredor de la Ruta 4: posee un desarrollo incipiente, 4 o 5 productores, casas de té, vinos, cerveza artesanal, chacinados, es un circuito gastronómico complementario de la</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Carne vacuna: falta de matadero, frigorífico.</li> <li>• Falta difusión de algunos productos y de técnicas de aprovechamiento de éstos. Ejemplo: elaboración de productos a base del tomate de árbol (no se consumen internamente).</li> <li>• Se exporta la mejor azúcar o se envía a otras provincias y queda la de menor calidad en Jujuy.</li> <li>• Maíz: faltan establecimientos preparados para recibir el turista, salvo en la cooperativa de Turismo rural local.</li> <li>• Cayote: falta de provisión continua, por ello los establecimientos gastronómicos se abastecen en Salta. Se desconoce que hay productores en Jujuy que disponen de ésta materia prima durante todo el año. <ul style="list-style-type: none"> <li>-No existen circuitos asociados a esta materia prima. Hay buenos productores de conservas pero no están incluidos en la oferta turística.</li> <li>-Elaboración prolongada y trabajosa. La industria no respeta la identidad cultural del cayote (hebras).</li> </ul> </li> <li>• Queso de cabra: grandes problemas con bromatología y SENASA por utilizar leches sin pasteurización y cuajos naturales. Las majadas de cabras tienen un alto porcentaje de endogamia (no hay incorporación de nueva</li> </ul>
--	--	---

	<p>visita a Terma de Reyes.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Queso de cabra: producto emblemático de toda la provincia (Quebrada, Puna y Valle). Hay varios tipos de queso, que son utilizados en diferentes preparaciones típicas. El queso de la Quebrada y Puna se hace con leche no pasteurizada, cuajos naturales y calentado a leña y moldes trenzados dándole un sabor muy típico y diferente a los quesos industriales. Generalmente son quesos salados.</li> </ul> <p>-Además de venderse los quesos solos, hay preparaciones muy reconocidas como el “queso con choclo” y “queso con miel de caña o dulce de cayote”.</p> <p>-Platos típicos: choclo con queso, papa con queso, empanada con queso y quínoa, queso y dulces o mieles, sopa y pillá, entre otros.</p> <p>-Fiestas: Puesto del Marqués, Fiesta del queso. Pumamarca. San Antonio, festival de quesillos.</p>	<p>genética por parte del productor) produciendo una merma en la producción de leche. Problemas de higiene en la producción y comercialización. No se respeta la cadena de frío (en general son quesos blandos) y posee muchos intermediarios hasta llegar al consumidor final. No hay estandarización en los procesos de elaboración.</p>
<p><b>Otras materias primas y productos:</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Anchi (postre).</li> <li>• Quesillo con miel.</li> <li>• Miel de caña.</li> <li>• Durazno, tienen un sabor especial, mas concentrado.</li> <li>• Dulce de tuna.</li> <li>• Arrope/ jalea de tuna.</li> <li>• Sopa de maní.</li> </ul>	

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Api.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Picantes.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pisara.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mote pelado.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Habas en verde.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Habas en seco.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Harina morada, harina tostada de maíz.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hulpada (jugo de harina tostada).</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ancañoca (Yturbe, se organiza la Fiesta de la ancañoca).</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Picada norteña (Tistincha, haba, queso de cabra y mote) está mas presente en las casas de familias.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Yasgua (salsita para la espera de la comida) se ofrece en la mayoría de los restaurantes.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Charquicán.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cangrejo de río, de muy buena calidad.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pejerrey.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bolleras de Yala.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Chuño.</li> </ul>

## CONSIGNA 2

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

Elementos gastronómicos identitarios
• Sopa majada.
• Cabeza guateada.
• Tomate chilito.
• Yacón (tipo de mandioca, que tiene muchas propiedades nutritivas, por ej. para los diabéticos).
• Palta (en la zona de las yungas. No hay suficiente volumen para consumo interno, se termina exportando).
• Chuño (derivado de la papa).
• Charqui (de llama y de vaca, aunque no tiene mucha producción como para poder comercializarlo).
• Chalona (carne de cordero, tampoco tiene mucha producción).
• Yuyos medicinales, hierbas aromáticas.
• Anchi (un tipo de postre).
• Bebidas típicas: chicha, aloja.
• Frutos tropicales (banana, papayas, maracuyá, palta y mango) y citrus (naranja, mandarina, limón).
• Porotos.
• Buñuelos de El Carmen.
• Quínoa.
• Miel: miel de abeja, miel de caña y miel de suelo (avispa).
• Frutillas, duraznos, higos, guayaba.
• Buñuelos con miel.
• Pejerrey en suflé (comida típica del valle).
• Región de Las Yungas, con una gran variedad en la oferta de materias primas.
• La Región de Valles Altos y Bajos: Estas regiones faltan integrarse con otras regiones y/o circuitos ya desarrollados.
• Puna: Llama (suficiente producción), Papas andinas. Hierbas aromáticas.
• Valles: quesillo, Cayote, frutas, maíz, queso de vaca, charqui, chalona (carne disecada de cordero), ají Quitucho/coyincho, tomate de campo. Cerveza artesanal. Tabaco. Stevia, Porotos.

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Yungas: frutas tropicales, quesillo, miel de caña.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Quebrada: cordero, maíz y queso de cabra, habas. Yacón.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Leche de cabra y derivados (Quebrada) en Ocloya existen dos emprendimientos de Turismo rural en el cual hacen participar a los turistas de las actividades rurales (ordeño de cabra, elaboración de productos a base de ésta materia prima, entre otros). En la Quebrada hay muchos productores pero no esta armado el circuito turístico.</li> </ul>

### CONSIGNA 3

**A partir de las materias primas y/o productos gastronómicos identificados por la mañana, mencione al menos entre 3 a 5 acciones que permitan potenciar las fortalezas y/o contrarrestar las debilidades.**

Acciones de fortalecimiento
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Maíz:               <ul style="list-style-type: none"> <li>-Poner en valor propiedades y diferentes usos.</li> <li>-Llevar adelante acciones de capacitación.</li> <li>-Diagramar nuevos circuitos gastronómicos fortaleciendo los valores de la identidad local, al mismo tiempo que contribuyendo a la diversificación económica.</li> <li>-Incorporar mecanismos para garantizar la gestión de la calidad en todas las instancias (desde el cultivo hasta el consumo).</li> </ul> </li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fortalecer las ferias agropecuarias locales.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Generar una oferta de capacitaciones: comercialización, como agregarle valor a los productos, estándares de calidad, (habilitaciones necesarias, packaging, higiene y manipulación de alimentos, asesoramiento al emprendedor para que pueda colocar sus productos en el mercado, a restaurantes para que mejoren sus servicios, idiomas, salud (ej: platos para celíacos, etc.), menús en braille, capacitaciones para los mozos (para que vendan mejor los productos locales). Reactivar las acciones de capacitación a los productores locales acerca de las diferentes técnicas de producción y de cuidado y mejoramiento de los diferentes productos y materias primas gastronómicas.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sensibilización (capacitación) para revalorizar el patrimonio gastronómico local.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Redes de cooperación turística (Alfarcito-Abra Pampa) replicar la experiencia de Alfarcito en otros destinos.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Generar nuevas ferias gastronómicas ej: sabores de la puna, quebrada y valles.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Incentivar a que los restaurantes ofrezcan platos típicos en sus menús (generar un sistema de incentivos).</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crear nuevos platos a base de productos locales.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Incrementar la participación en ferias gastronómicas.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Formular un Plan de comunicación (para difundir la oferta local).</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mejorar los mercados: seguridad alimentaria, higiene, bromatología.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mejorar el sistema de control de los organismos competentes (los mercados suelen ofrecer productos importados).</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hacer visible al productor mediante la creación de rutas gastronómicas.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Campaña de promoción para posicionar la gastronomía de cada región de Jujuy.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rescate y revalorización de recetas ancestrales. Platos a rescatar: Tijtincha (carne hervida) luego se hace secar, Kalapurca (maíz y cordero), machorra (desmenuza la carne, con harina de maíz), Chicha (bebida de maní y maíz), chanfaina, cabeza guateada, chilcan, ulpada, mazamorra con lejía.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mejorar la conectividad aérea, contar con mayores frecuencias.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mejorar la comunicación con los pequeños productores. Comunicar beneficios, regulaciones, etc.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Legislación adecuada para la elaboración de alimentos de baja escala y/o artesanal.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Promoción y concientización al turista de las características y costumbres de la provincia. Fortalecer y apoyar al Turismo rural (capacitación, apoyo a la producción, ampliar las opciones de financiamiento). Mejorar rutas (ej. Ruta 83). No hay una visión integral y planificación.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Generar nuevas rutas alimentarias.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Impulsar acciones de desarrollo turístico en las regiones de Las yungas y Valles.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Facilitar y propiciar la formalización de los proveedores informales de productos, como por ejemplo de la carne de llama, cordero.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestionar a través de INTA el saneamiento de por ejemplo las papas, según las zonas de la provincia, a través de la enseñanza del procedimiento de saneamiento al productor, con productos orgánicos (no químicos).</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Avanzar en un relevamiento exhaustivo de la diversidad de productos regionales, para que no se extingan, y se puedan rescatar y poner en valor; así como las técnicas de producción ancestrales.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Generar desde el Estado el marco legal y los incentivos necesarios para que el empresario gastronómico pueda incorporar estudiantes de gastronomía en sus emprendimientos, bajo la figura de pasantías y-o prácticas profesionales voluntarias.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Retomar el mailing automático de la Secretaría de Turismo de la provincia para que envíe información a los prestadores turísticos acerca de las diferentes festividades y festivales asociados con la gastronomía, etc.</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunicación de las líneas de crédito y financiamiento existentes para apoyo a microemprendedores, con acompañamiento y capacitación técnica para que los proyectos tengan continuidad en el tiempo. Técnicas de comunicación y comercialización. Propuesta: armar cocinerías x cada una de las regiones de la provincia.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Promover padrinazgo de establecimientos: que los más grandes le enseñen a los más pequeños (con un sello de establecimiento padrino desde la Secretaría de Turismo) – RSE.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Armar productos desde las agencias de viaje que le ofrezcan a los turistas extranjeros “cocina vivencial” en los establecimientos gastronómicos.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestionar acciones para lograr más frigoríficos, transporte habilitado, control de los animales, capacitación del cuidado de los animales. Por ej., a través de una faena móvil, con alguna máquina que permita envasar al vacío la carne de llama.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fomentar desde el Ministerio de educación la implementación de talleres de turismo en las escuelas primarias y secundarias, con un módulo referido a la cultura y la gastronomía jujeña. Proponer a las escuelas de gastronomía que realicen talleres, ferias gastronómicas, de cocina jujeña a los colegios primarios y-o secundarios.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fomentar la conciencia turística, particularmente del Turismo gastronómico, a través de diferentes medios de comunicación (medios jujeños, canal 2, 4, 7, etc.).</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Generar ferias gastronómicas (productores, privados, etc.) en espacios públicos de la provincia, haciendo foco en la calidad de estos espacios.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Armar un producto en las agencias de viaje para visitar los mercados locales.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Implementar programas de calidad y cuidado sanitario, en las ferias y mercados locales.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacitar sobre la gastronomía jujeña a los informantes turísticos de la provincia, incluyendo degustaciones y cuestiones vivenciales. Que conozcan la gastronomía de las diferentes regiones de Jujuy.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Construcción de mataderos frigoríficos para carnes de llama, cordero y otros animales que posean el mismo problema.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Queso y lácteos principalmente: son los que tienen más problemas de certificación. Se propone un trabajo articulado con SENASA (materia Prima), Bromatología (proceso de elaboración y certificación). Acompañar estas acciones con un marco legal adecuado.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fortalecer a la ciudad de San Salvador como vidriera de la cartera de productos de toda la provincia.</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Trabajar con educación para que incluyan en sus contenidos cuestiones alimentarias.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Facilitar la participación y traslado de los productores hacia las ferias donde puedan comercializar sus productos. Fomentar que las ferias sean autóctonas y los productores locales.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar acciones de promoción de las ferias municipales para atraer a una mayor afluencia de visitantes.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Armar un espacio CocinAR donde los diferentes establecimientos gastronómicos puedan mostrar sus productos para degustaciones por parte de la población y de los turistas. Inversión mutua gobierno-empresario. Que los establecimientos gastronómicos estén identificados con la marca Cocinar.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Certificación de productores de calidad de origen. Se podría hacer con restaurantes.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mejorar la cadena de valor, no hay frigorífico. Armar un día de feria con un frigorífico móvil.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fomentar el asociativismo entre los actores que integran la cadena de valor gastronómica.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hacer pool de compras para facilitar la adquisición de materias primas e insumos.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaborar Guías de Turismo Gastronómico.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Generar Clubes de excelencia.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Promover la certificación de la salud de los animales, por parte de veterinarios habilitados para tal fin.</li> </ul>

#### CONSIGNA 4

Esquematice una idea-proyecto sobre el tema que la provincia identifique como importante e innovador para el desarrollo de alguna propuesta de Turismo Gastronómico (a partir de lo identificado en la consigna 1):

Propuesta a desarrollar	Descripción
Denominación:	Plataforma digital: Red de comercialización Turismo Gastronómico Jujeno.

<b>Marco institucional:</b>	Secretaría de Turismo Ministerio de producción Economía regional – Jujuy (Rubén Daza) Mintur – CocinAR Cámaras y asociaciones de la provincia (por ejemplo: Rutas Alimentarias, UTGHRA, etc.) Secretaría de agricultura familiar – INTA-INTI.
<b>Objetivo:</b>	Diseñar un espacio virtual a través del cual se genere una red de contactos entre productores (mapa de producción), prestadores de servicios turísticos y gastronómicos.
<b>Descripción:</b>	Mediante la presente iniciativa se logrará la creación de un mapa de producción de la provincia, se buscará que los datos de los productores y prestadores de servicios se mantengan actualizados a través de 4 coordinadores regionales, más uno provincial.
<b>Ubicación espacial:</b>	Toda la provincia.
<b>Actividades desarrollar:</b>	<p>a</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Identificar a los coordinadores regionales y provinciales.</li> <li>Relevar a los productores de la provincia.</li> <li>Relevar a los prestadores de servicio (establecimientos gastronómicos, hoteles, agencias de viaje, etc.).</li> <li>Diseñar el espacio digital, a través de la cámara de software de la provincia.</li> <li>Registrar los productores y servicios relevantes.</li> <li>Difundir la existencia de esta herramienta virtual.</li> <li>Sumar a las rutas alimentarias a la base de datos.</li> <li>Generar una distinción como integrante de esta red.</li> <li>En una segunda instancia: Relevar necesidades y generar un espacio de trabajo tipo RNE Mintur.</li> <li>Certificación de los productos.</li> <li>Página web con los productores. Certificación de origen.</li> <li>Una marca: Compre jujeño.</li> </ul>

Propuesta a desarrollar	Descripción
<b>Denominación:</b>	<b>Comente Jujuy todo el año.</b>

<b>Marco institucional:</b>	Secretaría de Turismo, Cultura, Producción, Bromatología, SENASA, INTA, INTI, Cámara Hotelera y gastronómica, asociaciones varias, universidades, municipios, escuelas gastronómicas.
<b>Objetivo:</b>	Posicionar la oferta turística gastronómica jujeña a nivel nacional e internacional. Revalorizar los productos y cultura jujeña. Rescatar y valorizar productos y alimentos de las 4 regiones ecológicas que se encuentran en Jujuy, para potenciar los saberes y sabores de la cultura jujeña.

Propuesta a desarrollar	Descripción
<b>Denominación:</b>	<b>Unir Jujuy.</b>
<b>Marco institucional:</b>	Proyecto Mixto (publico/privado).
<b>Objetivo:</b>	Potenciar las diferentes regiones de la provincia, sus productos. Generar concientización, capacitar sobre diferentes aspectos. Generar intercambios de productos como se suele (o solía) hacer en los mercados jujeños.
<b>Descripción:</b>	Generar unión entre toda la cadena de valor de aquellos que son parte de la industria turística-gastronómica.
<b>Ubicación espacial:</b>	Itinerante.
<b>Actividades a desarrollar:</b>	La 1era fase está focalizada dentro de la geográfica local. Se espera generar un fortalecimiento de la identidad y conectar regiones turísticas. La 2da fase tiene un desarrollo más comercial en donde se propone que Jujuy salga al país desarrollando diferentes actividades para promocionar sus productos, cocina y destinos.

Propuesta a desarrollar	Descripción
<b>Denominación:</b>	<b>Sello distintivo de la gastronomía identitaria jujeña "Sabores con historia".</b>
<b>Marco institucional:</b>	Secretaría de Turismo de la provincia en articulación con el sector público, privado y académico. Mintur acompaña
<b>Objetivo:</b>	Revalorizar el patrimonio gastronómico y productivo de la provincia a través la implementación de un sello de calidad.
<b>Descripción:</b>	Crear un sello distintivo de la gastronomía identitaria jujeña que incluya una serie de beneficios e incentivos para los establecimientos que cumplan las directrices elaboradas para tal fin:

	Requisitos: utilización de productos gastronómicos identitarios en sus menús, seguridad e higiene, cocinero jujeño, todos los empleados capacitados en manipulación de alimentos, seguridad e higiene. Control de calidad de los productos y manufactura. Beneficios: promoción nacional e internacional de los establecimientos.
<b>Ubicación espacial:</b>	Toda la provincia.
<b>Actividades a desarrollar:</b>	Hacer visible al productor para que pueda contar su producción e idiosincrasia. Generar un manual de recomendaciones Destinatarios: productores y establecimientos gastronómicos.

Propuesta a desarrollar	Descripción
<b>Denominación:</b>	<b>Feria "Aji".</b>
<b>Objetivo:</b>	Organizar ferias estacionales en la Ciudad de San Salvador de Jujuy para la revalorización de la identidad gastronómica de la provincia.
<b>Descripción:</b>	Estas ferias permitirán optimizar la relación entre el productor y consumidor. Visibilizar la oferta gastronómica de la provincia. Consolidar a la ciudad capital como la vidriera gastronómica de Jujuy.

Propuesta a desarrollar	Descripción
<b>Denominación:</b>	<b>"Pachamaiz"</b>
<b>Marco institucional:</b>	Ministerio de Cultura y Turismo de la Provincia de Jujuy. Ministerio de Turismo de la Nación. INTA. SENASA. Universidades, Municipios, Escuelas e Institutos de Cocina, entre otros.
<b>Objetivo:</b>	Fortalecer los sistemas productivos para la biodiversidad y la conservación de los maíces. Poner en valor la cadena de valor de la producción y comercialización de los maíces. Poner en valor al Maíz como uno de los íconos de la identidad del patrimonio gastronómico de la Provincia de Jujuy.
<b>Descripción:</b>	Evento y espacio de encuentro para el intercambio de experiencias y la difusión del Maíz como uno de los íconos de la identidad del patrimonio gastronómico de la Provincia de Jujuy.
<b>Ubicación espacial:</b>	Perico, Caspalá, Tumbaya Grande, Purmamarca, Maimará, toda la Quebrada, Yaví, Yungas, Valle Grande y Valle Colorado, Ojo de

		Agua.
<b>Actividades desarrollar:</b>	<b>a</b>	Relevamiento y diagnóstico.
		Diagramación de un recorrido basado en el patrimonio gastronómico, para complementar la oferta en destino.
		Convocatoria para la generación y el fortalecimiento de los vínculos internos mediante la creación de cooperativas.
		Sensibilización y concientización sobre la importancia del maíz.
		Puesta a disposición en las góndolas del aeropuerto de la producción local de los maíces.
		Realización de la Fiesta de la Harina para el Tamal.
		Realización de concursos de la harina de maíz.
		Colocación de puestos en los mercados, relatando su propia historia, por ejemplo “El maíz cuenta su historia”.
		Incorporación de mecanismos que garanticen la calidad de la producción.

## Sugerencias de actuación

A continuación se detallan algunas recomendaciones prácticas basadas en el modelo de desarrollo turístico implementado por CocinAR. Las mismas solo tienen un espíritu orientativo, pudiendo implementarse de acuerdo a los ejes de trabajo definidos por el organismo de Turismo de la provincia y el estadio de desarrollo en el que se encuentre el producto.

Se sugiere en principio tomar como insumo la Relatoría, cuyo documento sintetiza el relevamiento de los componentes gastronómicos identitarios de la provincia, como así también las acciones de fortalecimiento e ideas fuerza definidos por los participantes del Foro. Es importante profundizar y darle continuidad a este trabajo participativo, además de **corroborar** con los Ministerios que corresponda las afirmaciones vinculadas a **datos de producción, bromatología, SENASA** y otros que se expresan en este documento. Esto permitirá resolver problemas referidos a los alimentos y saberes del territorio que enriquecerán la oferta turística.

A su vez, como complementando se mencionan las siguientes consideraciones:

- ✓ Institucionalizar un **instrumento de gestión** para la puesta en valor y fortalecimiento de la oferta gastronómica provincial (plan estratégico, programa, proyecto, mesa de Turismo Gastronómico, comisiones mixtas, etc.).
- ✓ Consolidar el **mapa de actores de la provincia**, vinculados al Turismo Gastronómico (referentes de Turismo, Cultura, Agroindustria, Educación, INTA, cámaras y asociaciones empresarias, instituciones educativas, investigadores, antropólogos culinarios, etc.).
- ✓ Generar **instancias participativas** con los referentes integrados al mapa de actores a los fines de identificar en forma conjunta las principales líneas de actuación a implementar en territorio.
- ✓ Abordar el **desarrollo del Turismo Gastronómico como un proceso participativo** en el que podrán intervenir las distintas áreas del organismo provincial de Turismo vinculadas a la temática (desarrollo, promoción, etc.) e implementar acciones interinstitucionales e interdisciplinarias.
- ✓ **Estructurar la oferta de Turismo Gastronómico** según la potencialidad de la provincia. Esta modalidad turística nos sugiere algunas opciones: diseño de circuitos, rutas gastronómicas, museo vinculado a una materia prima, centro de interpretación de sabores, ferias y festivales gastronómicos, visita a productores, entre otros.
- ✓ **Promover la formación integral de experiencias gastronómicas** mediante actividades educativas que permitan integrar a las escuelas Agro-técnicas con las escuelas de cocina de la provincia y de este modo generar propuestas formativas modernas y adaptadas a las necesidades de los mercados actuales.
- ✓ Organizar **talleres educativos destinados a los jóvenes** con el espíritu de fortalecer la Identidad culinaria local.
- ✓ Implementar herramientas destinadas a **mejorar la calidad de los servicios** de los destinos turísticos.
- ✓ Promover la **comercialización de experiencias gastronómicas turísticas** mediante agencias de viajes y/o portales habilitados para tal fin.

### Anexo 1: Listado de participantes

APELLIDO	NOMBRE	INSTITUCIÓN	CARGO	LOCALIDAD	MAIL	TELÉFONO
Costa	Mercedes	Restaurante El Patio	Cocinera, propietaria		<a href="mailto:mmcosta@live.com.ar">mmcosta@live.com.ar</a>	0388 5028265
Martínez	Vilma	Instituto de Calidad	Director		<a href="mailto:vilma778@yahoo.com">vilma778@yahoo.com</a>	15 4047002
Colizojo	Silvina	Comisión Municipal Yala	Productora	Yala		15 4629368
Ruggeri	Ana Clara	Comisión Municipal Yala	Directora de Turismo	Yala	<a href="mailto:turismoyala@gmail.com">turismoyala@gmail.com</a>	0388 154975120
Mendoza	Mariela Vilma	Productos Mariela Buñuelos	Propietaria	El Carmen	<a href="mailto:marielavilmamendoza@gmail.com">marielavilmamendoza@gmail.com</a>	154384176
Calapaña	Cristian Leonel	Restaurante La Cacharpaya	Encargado	Humahuaca		3887421016 / 03885096828
Tolaba	Vilma R.	Comedor S. Francisco	Propietario	San Francisco Valle Grande		388403970
Báez	Abraham Avelino	Comisión Municipal Caspala	Secretario de cultura y turismo	Caspalá	<a href="mailto:abraham41bz@gmail.com">abraham41bz@gmail.com</a>	3884556299
Vera	Nilda Raquel	Confitería Calilegua	Confitería	Calilegua		3886443647
Ovando	Hugo	A. Tawantinsuyo	Titular	S.S. Jujuy	<a href="mailto:tawantinsuyo@arnetb12.com.ar">tawantinsuyo@arnetb12.com.ar</a>	4244658
Vilte Araya	Mercedes	Quinoa Escuela Gastronómica	Directora		<a href="mailto:quinoagastronomia@gmail.com">quinoagastronomia@gmail.com</a>	4235178
Mamani	Daniel	Quinoa Escuela Gastronómica	Gerente		<a href="mailto:quinoagastronomia@gmail.com">quinoagastronomia@gmail.com</a>	4235178
Sánchez	Chung	Restaurante Chug-King	Titular		<a href="mailto:restojujuy@gmail.com">restojujuy@gmail.com</a>	4222982
Vilte	Américo	Sectur - Jujuy	Técnico	S.S. Jujuy	<a href="mailto:sustentabilidadturismojujuy@gmail.com">sustentabilidadturismojujuy@gmail.com</a>	3888566782
Guanuco	Mónica del Carmen	Centro profesional de bromatólogos de Jujuy			<a href="mailto:monifca173@hotmail.com">monifca173@hotmail.com</a>	0388 154173173
Ainstein	Melina	Municip. De Palpalá	Jefa de Turismo	Palpalá	<a href="mailto:turismo@palpala.gob.ar">turismo@palpala.gob.ar</a>	0388 154292179
Vargas	Mauro	Quimeras Quebrada Humahuaca	Productor			15 5210953
Arias	Tatiana E.	Valle - Pampichuela	Productor	Pampichuela	<a href="mailto:tatianas2013@hotmail.com">tatianas2013@hotmail.com</a>	420476
Pereyra	María Ester	Valle - Pampichuela	Productor	Pampichuela		420476
Jurado	Cristina María	Dic. Turismo Perico	Coordinadora	C. Perico	<a href="mailto:juradomariadelvalle@gmail.com">juradomariadelvalle@gmail.com</a>	388 4421648

Vilca	Néstor	Coordinador Productos Andinos Tumbaya	Coordinador	Tumbaya		388 15 5803244
Llanos	Mauro César	Mauro César Catering	Asesor gastronómico		<a href="mailto:maurollanoscheff@hotmail.com">maurollanoscheff@hotmail.com</a>	388 15 4799303
Amchiba	Yolanda	Viracocha	Cocinera	S.S. Jujuy		15 5044062
Paiva	Ramón	Productor de miel	Productor	San Antonio	<a href="mailto:pa_api@yahoo.com.ar">pa_api@yahoo.com.ar</a>	388 15 5814964
Alem Ibañez	Nahir	Secretaría de turismo	Resp. Ruta 40		<a href="mailto:nahitaalem@gmail.com">nahitaalem@gmail.com</a>	15 5895802
Velásquez	Marcela Noemí	Restaurante regional La Casona de Alejo	Propietaria		<a href="mailto:marcela2072@hotmail.com">marcela2072@hotmail.com</a>	15 6866355
Tolaba	Estefanía Carmen Soledad	San Francisco - Dpto. Valle Grande	Cocinera	San Francisco - Va. Grande	<a href="mailto:sole_tefi_21@hotmail.com">sole_tefi_21@hotmail.com</a>	03886 15 508458
Canoniero	María Gabriela	Municipalidad de SS de Jujuy	Directora de turismo	S.S. Jujuy	<a href="mailto:gabrielacanoniero@gmail.com">gabrielacanoniero@gmail.com</a>	0388 4217197
Guerra	Ester	Centro profesional de bromatólogos de Jujuy	Presidente		<a href="mailto:fca.ester@hotmail.com">fca.ester@hotmail.com</a>	03888 15 4459134
Castillo	Rosa	C.M.M.	Empleada		<a href="mailto:info@lacasadeltata.com.ar">info@lacasadeltata.com.ar</a>	0388 155898158
Benicio	Carmen	INTA Abra Pampa	Referente VA		<a href="mailto:benicio.carmen@inta.gob.ar">benicio.carmen@inta.gob.ar</a>	0388 7156308
Maerin	Nélide	La Casa del Tata	Titular	Maimará	<a href="mailto:info@lacasadeltata.com.ar">info@lacasadeltata.com.ar</a>	15 4330997
Gómez	Andrea	Productora Quesillos	Titular	San Antonio	<a href="mailto:andrea_verogomez">andrea_verogomez</a>	15 4432687
Rivadeneira	Gabriela	SECTUR	Referente gastronómico		<a href="mailto:juuygastronomico@gmail.com">juuygastronomico@gmail.com</a>	15 4296398
Olmos	Adriana Carina	Consejo de la Hiasemp	Empleada		<a href="mailto:carinamko@hotmail.com">carinamko@hotmail.com</a>	15 5010877
Rodríguez	Ángel David	Product. Quinoa Mesa Quimera Puna	Productor			388 4705783
Pemberton	Matías	Hotel El Manantial del Silencio	Gerente		<a href="mailto:gerencia@hotelmanantialdelsilencio.com">gerencia@hotelmanantialdelsilencio.com</a>	490 8080
Gómez	Nora	S.I.R.R.I.	Técnica en cocinas y cultura		<a href="mailto:nora_gomez_chef@hotmail.com">nora_gomez_chef@hotmail.com</a>	0388 155734697
Mamani	Rita Carina	Delicias de Mi Tierra - Comisión Municipal Tumbaya	Tec. Sup. En Gast. Regional y Cult. Al.	Tumbaya	<a href="mailto:karina_fd_20@hotmail.com">karina_fd_20@hotmail.com</a>	15 4852075
Romero	Carolina	IES Nro 6 (Cocina regional y cult. Aliment.)	Estudiante			15 4867362

Pinaya	Susana	Municipalidad S.S. Jujuy	Arquitecta	S.S. Jujuy	sepinaya@yahoo.com.ar	15 5049672
Aparicio	Mariana	Esc. Prof. Nro. 8 Sarmiento	Vicedirectora		marianoaparicio@yahoo.com	0388 154698492
Alarcón	Silvia Raquel	Esc. Prof. Nro. 8 Sarmiento	Directivo		silviaalarcon08@hotmail.com	0388 154883324
Pereyra	Fabián Jesús	Esc. Prof. Nro. 8 Sarmiento	Prof. Chef docente		mot_favi@hotmail.com	0388 155835674
Tolaba	César Isidro	Saborearte	Prof. De cocina		saborearte15@gmail.com	
Gerardi	Juan Ignacio	Bioconexión	Fundador	S.S. Jujuy	juani0388@gmail.com	
Carrillo	Abraham	INTA Abra Pampa	Tec. Charcutier		abrahamcarrillo000@gmail.com	3885057245
Güizzo	Ignacio	Cámara de Turismo de Jujuy	Presidente		<a href="mailto:camaradeturismojujuy@gmail.com">camaradeturismojujuy@gmail.com</a>	3884868543
Arias	César José	Restaurante	Propietario		<a href="mailto:ariascesarjose@gmail.com">ariascesarjose@gmail.com</a>	3884405088
Latorre	Sergio	Cocinero Purmamarca	Propietario	Purmamarca	<a href="mailto:sergio.m.cocinero@hotmail.com">sergio.m.cocinero@hotmail.com</a>	388154072699
Arrueta	Juan Eduardo	Chef Instruct. IGA	Chef instructor		<a href="mailto:juanarrueta@hotmail.com">juanarrueta@hotmail.com</a>	388155058548
Cabana	Beatriz	Manos jujeñas	Capacitador		<a href="mailto:coop.manos@hotmail.com">coop.manos@hotmail.com</a>	3884222366
Cáceres	Héctor	Cictec	Presidente		<a href="mailto:hectorpeponocaceres@gmail.com">hectorpeponocaceres@gmail.com</a>	3884372683
Cabrera	Carlos	La Peña de Carlitos	Propietario		<a href="mailto:lapieniadecarlitos@hotmail.com">lapieniadecarlitos@hotmail.com</a>	3885239893
Rodríguez	María Florencia	El Nuevo Progreso	Cocinera / propietaria		<a href="mailto:elnuevoprogreso@hotmail.com">elnuevoprogreso@hotmail.com</a>	155812481
Puca	Natalia Rebecca	Olaroz Restaurante	Encargada		<a href="mailto:olarozrestaurante@gmail.com">olarozrestaurante@gmail.com</a>	154369960
Torres	Celestina	Rumi Cruz Trucha	Cuida		eleno@live.com.ar	3885219828
Figueroa	Santiago	Comunidad aborigen pueblo Toar	Integrante		lajascumbreazul@hotmail.com	3884330993
Ramos	Néstor Ramos	Munic. Abra Pampa		Abra Pampa	nestor-ramos@hotmail.com	388715629812
Torres	Enzo A. Alex	Rumi Cruz Trucha	Estudiante		aalex.eano@gmail.com	3887157470276
López	Lucio	Asociación Rutas Alimentarias	Presidente		rutas2012@gmail.com	4247383
Morales	Apolinar	Comisión municipal Santa Catalina	Secretario de Producción	Santa Catalina	secretariadeproduccioncmssc@gmail.com	3885408025
Fagiani	Ma. Julia	INTA	Agroind.,		<a href="mailto:maryfagiani@hotmail.com">maryfagiani@hotmail.com</a>	3886570922
			Investigación, In. Tropicales			
Elías	Alejandra Eugenia	Concejo deliberante	Concejala	La Quiaca	<a href="mailto:alejandraeelias@hotmail.com">alejandraeelias@hotmail.com</a>	15 5040154
Revuelta	Ma. Guadalupe	IES Nro. 6 - Sede El	Tec. Sup. En	El Carmen	<a href="mailto:guadaluperevuelta@hotmail.com">guadaluperevuelta@hotmail.com</a>	0388 154702828

		Carmen	Gastronomía			
Contreras	Aníbal Gustavo	Cocinero	Titular		<a href="mailto:anibalgcontreras@hotmail.com">anibalgcontreras@hotmail.com</a>	0388 15 4309108
Siles	Liliana	SECTUR	Calidad		<a href="mailto:calidadturismojujuy@gmail.com">calidadturismojujuy@gmail.com</a>	
Padilla	Eugenio Alberto	Cocinero	Titular		<a href="mailto:cocinarte.chefeuge.jujuy@gmail.com">cocinarte.chefeuge.jujuy@gmail.com</a>	15 4366283
Vargas	Agustina	INTA Humahuaca	Productor	Humahuaca		0388 15 5080353
Abarza	Silvia	Fac. Cs. Agrarias UNJU	Docente investigador		<a href="mailto:silviajujuy@yahoo.com">silviajujuy@yahoo.com</a>	15 4712392
Farfan	Lidia	Centro capacitación UTHGRA	Cocinera		carmenfar@yahoo.com	15 5081192
Martínez	Juan Carlos	UTHGRA CGT	Sec. Gral.		jcmuthgra@hotmail.com	15 4102901
Escobar	Eduardo	Municip. Tilcara	Área gastronomía	Tilcara	edonescobar@hotmail.com	15 5825342
Cruz Espinosa	Silvina Mariela	Mod. Contexto de En.Cie.Tco.	Tallerista gastronómico		marielajujujuy19@gmail.com	388 4070673
Mamani	Oscar Fredy	Téc. Sup. Regional	Docente		ofm_212@yahoo.com.ar	388 15 6822020
Godoy	Julio Alberto	Valle Colorado	Docente	Valle Colorado		0388 4259207
Lazzeri	María Josefina	INTA Hornillos	Extensionista	Hornillos	<a href="mailto:luluroen2003@yahoo.com.ar">luluroen2003@yahoo.com.ar</a> ; <a href="mailto:lizzerimaria@inta.gob.ar">lizzerimaria@inta.gob.ar</a>	0387 15 5829348
Vilte	José Gabriel	La Posta Rest.	Propietario		<a href="mailto:gabrielvilte05@yahoo.com.ar">gabrielvilte05@yahoo.com.ar</a>	154336011
Cruz	Hilda Rosalía			Caspalá		388154656004
Ortiz	José	Bureau	Presidente		<a href="mailto:jujuybureau@gmail.com">jujuybureau@gmail.com</a>	155801805
Verón	Gastón	Aromas de la Quebrada	Socio gerente			155098471
Schaer	Pablo	Aromas de la Quebrada	Socio gerente		<a href="mailto:pablo.schaer@aromasdelaquebrada.com.ar">pablo.schaer@aromasdelaquebrada.com.ar</a>	388151770588
Dalal	Sonia Graciela	Restaurante Momentos	Administrad.	San Pedro	<a href="mailto:gracieladalal@hotmail.com">gracieladalal@hotmail.com</a>	388815530506
Cerone	Angelina	Sec. de Turismo	Sub directora de proyectos		<a href="mailto:aceronejujuy@gmail.com">aceronejujuy@gmail.com</a>	388154870364
Keselman	Martín	Cía. De Sabores SRL	Socio gerente		<a href="mailto:martin@ciadesabores.com">martin@ciadesabores.com</a>	388154482598
Ghigo	Sebastián	IGA	Socio gerente		<a href="mailto:sebaghigo@hotmail.com">sebaghigo@hotmail.com</a>	3884149000
Aparicio	María Elisa	Cultura. Pat. Inmaterial	Coordinadora		<a href="mailto:meaparcio90@hotmail.com">meaparcio90@hotmail.com</a>	3885821636
Virazate	Eduardo	Privado			eduardovirazate@hotmail.com	388615510225
Montes	Miguel E.	Mesa técnica asociación rutas alimentarias	Referente	Palpalá	miguelmontes304@gmail.com	3884477805
Acevedo Correa	Eugenia	Colores de Purmamarca	Gerente	Purmamarca	acevedocorreaeugenia@gmail.com	381156447191

Chami	Juan Manuel	Tres Andinos La Posta	Chef	Purmamarca	jmchami@hotmail.com	
Paredes	Hugo	Tierra de Quinoa Humahuaca	Productor	Humahuaca	hernan_2044@hotmail.com	388154771470
Rivero	Florencia	Tres Andinos	Referente		info@tresandinos.com.ar	388154709362
Quispe	Pablo	Comisión M. S. Francisco	S. de turismo y cultura	M. S. Francisco	<a href="mailto:quispepablo02@hotmail.com">quispepablo02@hotmail.com</a>	0388 598800
Zalazar	Claudio A.		Cocinero			03886 428355
Ríos	Dante	INTA	Productor	Abra Pampa	<a href="mailto:rios.dante@inta.gob.ar">rios.dante@inta.gob.ar</a>	0386 4699964
Sarmiento	Teresita		Cocinera taller de cocina	Purmamarca	<a href="mailto:lodeteresa@hotmail.com">lodeteresa@hotmail.com</a>	0388 4131090
Guitizn	Verónica	Pampichuela	Cocinera			0388 5039234
Fraccaro	Norma Beatriz	Pampichuela	Vocal comisión		<a href="mailto:normabeatrizfraccaro@gmail.com">normabeatrizfraccaro@gmail.com</a>	03886 443367
Rivero	Miguel Ángel	Complejo quinoa de Jujuy	Coordinador		<a href="mailto:riveromiguelangel2011@gmail.com">riveromiguelangel2011@gmail.com</a>	0388 4961439
Olmos	Noemí del Valle		Turismo	Cucho - Palpalá	<a href="mailto:noemi.n.o.35@gmail.com">noemi.n.o.35@gmail.com</a>	3884793315
Huanco	Olga Marta	Dr. Manuel Belgrano	Cocinera regional	Dr. Manuel Belgrano		3885880370
Medrano	María Fernanda	Coto de pesca	Productora		mafer686@hotmail.com	3884077742
Ríos	Patricia	Dirección de control productivo y comercial	Directora		priospcp@gmail.com	156859424
Balderrama	Liliana	Comisión Municipal Tumbaya	Coordinación general	Tumbaya	lilibalde@gmail.com	3885750124
López	Carolina	Comi. Mun. El Fuerte	Vocal	El Fuerte	caro.lopez24@outlook.com	3885214826
Ortiz	Pablo R.	Municipalidad Calilegua	Secretario Turismo	Calilegua	pabloortiz1813@gmail.com	3886640833
Lamas	Griselda	Municipalidad de Abra Pampa	Dirección de Turismo	Abra Pampa	dir_cultur_abrapampa@hotmail.com	3885405915