

Foro de Planificación y Desarrollo de Turismo Gastronómico

La Rioja - 19 de agosto 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, Ministerio de Turismo de la Nación.
- Lic. Carina Chiuchich, Directora de Marketing, 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.
- Claudia Bachur, Fundación ArgenInta.
- Diego Plottier, CAT.
- Martín Mena, Ministerio de Cultura de la Nación.
- Diego Bresler, Ministerio de Cultura de la Nación.

Para mayor información comunicarse a: 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:

Aspectos comunes a todos los Polos Turísticos de la provincia de La Rioja:

Ventajas:

- ✓ El 75% de los turistas que visita La Rioja quiere consumir productos regionales.
- ✓ El turista resalta la amabilidad y honestidad de los pobladores locales.
- ✓ En la provincia se ha instituido el Día de la cocina riojana.
- ✓ La cocina riojana posee influencia Sirio Libanesa, italiana y española.
- ✓ La Secretaría de Turismo provincial dispone de una guía de servicios a disposición del turista que ofrece información de la oferta gastronómica por Corredores Turísticos.
- ✓ El Chef Hugo Véliz ha sido reconocido como embajador de la cocina riojana junto a Teresita Flores.
- ✓ El mayor desarrollo turístico se encuentra en el Corredor de la Producción. Chilecito (enoturismo, ahora también produce olivo); Arauco (también con olivo); entre otros.
- ✓ La escuela pública EPET N° 2, incluye en su currícula la enseñanza de la cocina regional. Además, en el nivel secundario se promueve el conocimiento de la misma.

Desventajas:

- ✓ La provincia carece de una cultura gastronómica identitaria. Se fueron perdiendo los productos autóctonos.
- ✓ Escasa sensibilización en la comunidad sobre la potencialidad del turismo como actividad económica.
- ✓ Falta mayor presencia de los productos y platos locales en los establecimientos gastronómicos de la provincia.
- ✓ Necesidad de diversificar la oferta y adaptarla a los diferentes segmentos socioeconómicos de mercado.
- ✓ Falta materias específicas de cocina regional en los establecimientos de educación privada, éstos fundamentalmente incluyen en sus currículas la enseñanza de técnicas y tendencias de cocina internacional.
- ✓ Necesidad de aplicar acciones de fortalecimiento para la comercialización del Turismo Gastronómico.
- ✓ Falta realizar seguimiento de inversiones para que los excedentes de los productores y/o emprendedores se reinviertan.
- ✓ Falta de capacitación en los mozos, baja calidad de los servicios gastronómicos en general.
- ✓ Un problema importante es la escasez de agua, esto afecta en gran medida a la producción de cultivos.

Elemento identitario (denominación)	Estado de situación	
	Ventajas	Desventajas
1-Vino (industrializado y semi-industrializado)	<ul style="list-style-type: none"> • El Torrontés Riojano es la única variedad de uva originaria en Argentina, con derivación genética de uvas españolas. Es la cepa insignia de La Rioja. Tiene denominación de origen. Desde el 2013 reconocen a esa variedad como cepa original de Argentina. Es un producto de calidad. • 1987 salió elegido como medalla de oro al mejor vino blanco del mundo en Burdeaux. • Es mas seco, perfumado, es más frutal, se fusionó con una planta de Europa (moscatel de Alejandría) y una planta criolla generando una cepa única en el mundo. • En Chilecito se organiza el “Festival del Torrontés”. • La bodega “La Riojana” ofrece visitas guiadas en la cual se muestra la producción y elaboración de vino. • La accesibilidad a las bodegas es muy buena, están localizadas sobre rutas provinciales o nacionales asfaltadas. • También se cosecha Malbec, Bonarda, Cabernet, etc. • Tienen bastante presencia los vinos artesanales. Se está trabajando para defender su identidad. Son de muy buena calidad. • Actualmente la provincia exporta vino orgánico a Nueva Zelanda y jugo de uva orgánico. • El vino patero está instalado en la cultura popular incluso tiene su festival en Aimogasta. 	<ul style="list-style-type: none"> • El poblador local no suele tomar vino Torrontés. Siente vergüenza por lo propio, valora mas la producción de otras ciudades vitivinícolas. • Este Varietal no esta promocionado, Salta creció mucho en este sentido, se ha ido perdiendo el posicionamiento del Torrontés riojano. • Son muy pocas las bodegas que ofrecen visitas al turista. Cuentan con una infraestructura muy básica. No tienen restaurantes en las bodegas. • En general los propietarios de bodegas no están convencidos de que el turismo puede ser una posibilidad de crecimiento comercial. • Falta señalética turística en los destinos asociados al producto. • Existió un camino del vino artesanal, pero no tuvo continuidad. • Suele haber excedente en la producción de Torrontés, pero se envía a otra provincia (ej. Salta), pierde identidad riojana. • Existe el alfajor de vino Torrontés, tiene poco reconocimiento dentro de la comunidad local, existe un solo productor que lo elabora. • Falta formalizar un circuito turístico en torno a este producto, en algunos casos las agencias de viajes organizar recorridos y visitas a partir de una demanda concreta. • El Vino Artesanal incluye un proceso semi-industrial (no llega a tener calidad de exportación). • Las bodegas artesanales (hasta 5000 litros)

	<ul style="list-style-type: none"> • Existe un Camino del vino, emplazado en La Costa, Chilecito, Villa Unión. • Bodegas grandes: La puerta, Riojana, San Huberto, Bodega de Aminga. Chañarmuyo (Tiene hotel en la viña, restaurante y vinos de alta calidad. http://www.chanarmuyo.com/hotel-de-vino/). 	<p>necesitan capacitación en comercialización.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Como no se consiguen envases de vidrio el mosto a granel se vende a Mendoza. • Los participantes mencionaron que el decreto 840, tolerancia cero con el alcohol, les parece exagerado.
<p>2- Oliva, aceituna</p>	<ul style="list-style-type: none"> • El proceso de producción se industrializó, la provincia es una gran exportadora, la calidad es altísima. • Se ofrece durante todo el año. • Existen diferentes variedades de aceitunas (aprox. 50). La variedad Arauco es la más carnosa. • Existe un proyecto en marcha de Museo de la Aceituna (de Nucete). • Es un producto 100 % rentable, ya que se aprovecha en su totalidad. • Tanto los productores artesanales como industriales están aptos para recibir a los turistas. • El aceite de oliva ha sido incorporado en la alimentación de la comunidad local. • En Aimogasta se encuentra el Olivo cuatricentenario, declarado Monumento Histórico Nacional. 	<ul style="list-style-type: none"> • El proceso de producción no se da a conocer a los turistas. • Se habilitaron algunos establecimientos para recibir al turista pero dada la escasa cantidad de visitas, dejaron de ofrecer ese servicio. • A los productores les cuesta invertir en servicios de atención al visitante porque no observan un rédito inmediato. • Se puede usar el carozo para combustible pero al no tener tratamiento adecuado resulta altamente contaminante. • No está certificada la denominación de origen de la aceituna Arauco, que es la más característica de la provincia. • Se encuentra pre-identificada la “Ruta del olivo”, pero no estarían recibiendo al turista.

<p>3-Cabrito Derivados: leche quesillo, cuajada, cueros, dulce de leche, queso.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • El consumo del cabrito es una tradición de las familias riojanas. • El turista elige consumir cabrito cuando visita destinos de La Rioja. • El flujo de turistas en la provincia no es constante, excepto Villa Unión que recibe visitantes constantemente. • En Olta se realiza el Festival del Cabrito: la última edición convocó a 6000 personas de los cuales aproximadamente 2000 eran turistas. • En Olta se aplican buenas prácticas sanitarias del cabrito; se hizo un barrido sanitario. 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de un frigorífico para faenar. • Es compleja la distribución y abastecimiento del cabrito en toda la provincia. • Necesidad de formalizar controles por parte del SENASA. • No hay disponibilidad de cabritos durante todo el año. Es importante reservar con antelación si se quiere degustar platos típicos basados en cabrito. • Falta profesionalizar la cadena de comercialización. • Tiene mucha demanda y poca oferta.
<p>4-Nuez</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Producción constante, buena relación precio-calidad. • Existe un posicionamiento del producto como identitario de la provincia. • Se pueden visitar fincas productoras con visitas guiadas como es el caso de “Huayrapuca”. • Se destacan las nueces confitadas. • Este producto posee usos múltiples: Aceite de nuez, Blends de nuez y oliva, nuez confitada, Harina de nuez, Se utiliza la cáscara de nuez para artesanías. • Existe una gran producción en Chilecito. • Excelente calidad. En Famatina, posee sello de origen INTI. 	<ul style="list-style-type: none"> • No se quiere trabajar con esta materia prima porque no resulta rentable.

<p>5-Algarroba</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Este producto ha sido incorporado en la cultura popular, incluso en la música y en la gastronomía. • Es una materia prima con gran potencial para desarrollar y poner en valor por parte del sector turístico-gastronómico. • Actualmente se usa para la alimentación de los animales. • Alimento saludable, sin TACC. • Es orgánico, carece de componentes químicos. • Es una materia prima versátil se puede utilizar en platos salados y dulces. • Se preparan bebidas con algarroba. • Existe una ley de protección desde 1969. 	<ul style="list-style-type: none"> • No forma parte de la oferta turística. • No existe una festividad vinculada. • La comunidad no consume los productos derivados de la algarroba. • Se necesita una toma de consciencia para revalorizar los productos locales. • El ingreso per capita es bajo por eso se dificulta poner en valor la materia prima. • El costo de los platos típicos locales son más caros. • Les sale mas barato dárselo a los animales que procesar esta materia prima. • La materia prima es suficiente pero la elaboración de productos a base de algarroba es escasa. • No está industrializado el aprovechamiento de la algarroba, en general existen emprendimientos familiares.
<p>6-Conejo</p>	<ul style="list-style-type: none"> • En Sanagasta se realiza la Fiesta Provincial del Conejo. • Existe un Plan cunícola provincial que le ha dado un fuerte incentivo a su producción y comercialización. Se registraron alrededor de 200 productores a nivel provincial. • Se consigue a buen precio en supermercados. • Formas de preparación: Conejo al disco, Hamburguesas de conejo, Jamón crudo de conejo. 	

<p>7-Otros productos y/o materias primas: cerdo (costeletas a la riojana), cabeza guateada, patay, pastelitos de membrillo y batata, chanfaina, jarilla, esturión.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • La jarilla forma parte de la cocina de los abuelos, fundamentalmente de la zona rural. Es aromatizante. Preparaciones: ahumados con jarilla, pan cocido con jarilla. • El esturión fue introducido para producir caviar. Preparaciones: filete de esturión y caviar. 	<ul style="list-style-type: none"> • Los precios elevados del azúcar y los frascos para envasar, desmotivan la producción de algunos productos, ej: dulces de lima.
---	---	--

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:

Elementos gastronómicos identitarios
<ul style="list-style-type: none"> • Nueces.
<ul style="list-style-type: none"> • Empanadilla (empanada dulce de melón cayote).
<ul style="list-style-type: none"> • Tableta (alfajor con un relleno de naranja amarga o dulce de pelón).
<ul style="list-style-type: none"> • bollito (bolita de fraile recubierta de merengue).
<ul style="list-style-type: none"> • Dulce de Dátil en almíbar.
<ul style="list-style-type: none"> • Cuaresmillo.
<ul style="list-style-type: none"> • Tortilla rellena.
<ul style="list-style-type: none"> • Arrope de Chañar.
<ul style="list-style-type: none"> • Dulce de leche de cabra.
<ul style="list-style-type: none"> • Arrope de Uva y de Tuna.
<ul style="list-style-type: none"> • Jugo de Uva.
<ul style="list-style-type: none"> • Pasa de uva y de Higo Frezzi en Chilecito.
<ul style="list-style-type: none"> • Aromáticas: Poleo, te de burro, cedrón, yerba del monte.
<ul style="list-style-type: none"> • Muña Muña.
<ul style="list-style-type: none"> • Algarroba, en los llanos sobre todo.
<ul style="list-style-type: none"> • La castaña.

<ul style="list-style-type: none"> • La Albaca.
<ul style="list-style-type: none"> • Chicha, Alojía.
<ul style="list-style-type: none"> • Añapa, deriva de la algarroba.
<ul style="list-style-type: none"> • Charqui.
<ul style="list-style-type: none"> • La Chanfaina.
<ul style="list-style-type: none"> • Alfajor con Arrope de Torrontés.
<ul style="list-style-type: none"> • Alfajor de Turrón.
<ul style="list-style-type: none"> • Pan casero con Chicharrón y tortilla asada.
<ul style="list-style-type: none"> • Mix de frutas y frutos secos (se está posicionando).
<ul style="list-style-type: none"> • Naranja amarga.
<ul style="list-style-type: none"> • Frutas de pepita y de carozo (durazno, ciruela, manzana, membrillo): dulces, jaleas, licores, orejones. Empanadillas. Pasas de uva, de higo.
<ul style="list-style-type: none"> • Tomate (hay mucha producción).
<ul style="list-style-type: none"> • Pollo.
<ul style="list-style-type: none"> • Cabrito.
<ul style="list-style-type: none"> • Miel.
<ul style="list-style-type: none"> • Jojoba.
<ul style="list-style-type: none"> • Oliva.
<ul style="list-style-type: none"> • Vino Torrontés.
<ul style="list-style-type: none"> • Cabeza guateada (desarrollo incipiente), es una cabeza de vaca se cocina enterrada durante varias horas, se podría aprovechar como plato bandera de la provincia, pero actualmente solo lo hacen en algunos campos ya que requiere de espacio al aire libre para hacerlo.

CONSIGNA 3

A partir de las materias primas y/o productos gastronómicos identificados por la mañana, mencione acciones que permitan potenciar las fortalezas y/o contrarrestar las debilidades identificadas anteriormente.

Acciones de fortalecimiento
Posicionar al Vino Torrontés Riojano como marca.
Fortalecer a los pequeños productores, cocineros o chef que puedan sumarse en las visitas guiadas de las grandes bodegas.
Realizar capacitaciones para fomentar la creación de emprendimientos creativos.
Impulsar acciones de desarrollo de Turismo del vino para incorporar a las bodegas artesanales en la oferta turística de la provincia.
Instalar señalética en los destinos turísticos.
Generar visitas autoguiadas mediante aplicaciones móviles o fijas.
Mejorar la conectividad digital.
Diversificar la oferta turística (organización de peñas, festivales, actividades recreativas, etc.) para extender la estadía promedio.
Impulsar prácticas de asociativismo.
Realizar capacitaciones para mejorar la comunicación del producto.
Tematizar a la gastronomía riojana con el Torrontés.
Formular un Plan de marketing para posicionar el producto.
Fortalecer la identidad de los productos locales.
Promocionar el vino Torrontés en toda la provincia para que sea incorporado en la oferta turística local.
Elaborar un circuito gastronómico en la provincia para generar actividades turísticas basada en los productos locales.
Generar una base de datos de la oferta de turismo gastronómico y mantenerla actualizada.
Hacer estudios de mercados y determinar el nivel de satisfacción de los turistas.
Re-significar la Diagonal del Torrontés a través de un Museo Torrontés.
Oliva: mayor difusión turística, brindar información educativa respecto de los beneficios y propiedades de la misma, adecuación de la infraestructura para recibir al turista y complementariedad con otros productos gastronómicos. Fomentar la instalación de stand de venta y otorgar amenities con oliva en los establecimientos hoteleros.
Cabeza guateada: difundir su preparación, ya que en términos visuales es muy llamativo. Crear una experiencia en torno al proceso de elaboración del plato en el cual los turistas puedan participar. Fomentar que las bodegas y viñedos en condiciones de ofrecer este plato lo incorporen en su oferta gastronómica. Fomentar la preparación y venta del plato en el marco de los festivales que se organizan en la provincia.
Alfajor Torrontés: fomentar la incorporación de stand de venta en los hoteles de la provincia.

<p>Avanzar en el modelo de Chilecito en el tema de “conductor designado”, y replicarlo a otros destinos de la provincia. (Con el fin de alinear las necesidades de poner en valor fiestas y festivales donde quizá se pueda beber alcohol, sin correr el riesgo luego de que los conductores tengan que volver a sus lugares de residencia habiendo consumido alcohol. De esta forma, para cada grupo de gente que ingrese en la localidad donde se hace la fiesta o festival, se designa un responsable de conducir a la vuelta, siendo que el resto de las personas del grupo podrán consumir y probar las posibles bebidas alcohólicas que en los festivales se ofrezcan).</p>
<p>Capacitar al personal de contacto de los destinos gastronómicos de la provincia y afines en calidad de atención al cliente.</p>
<p>Generar un estudio profundo de la identidad gastronómica riojana. Revisar, validar, dotar de contenido a la Marca: Sabores con aroma a torrontés.</p>
<p>Diseñar un modelo o protocolo de turismo gastronómico, para estandarizar el proceso de desarrollo de la oferta turística provincial.</p>
<p>Realizar acciones de difusión de la gastronomía riojana.</p>
<p>Fomentar el financiamiento y la incubación de proyectos vinculados a la temática.</p>
<p>Impulsar políticas públicas provinciales para el fomento del turismo gastronómico, generando nuevas estrategias de vinculación con el sector privado, productivo y público.</p>
<p>Comunicar las líneas de crédito y financiamiento existentes.</p>
<p>Fomentar la incorporación de los productos locales en los establecimientos gastronómicos, en cantidad y calidad.</p>
<p>Desarrollar circuitos y rutas gastronómicas con temáticas afines a los productos identitarios de la provincia.</p>
<p>Formalizar una red de actores vinculados al turismo gastronómico (por región y/o corredor turístico).</p>
<p>Fortalecer y potenciar los servicios turísticos en los circuitos existentes, y generar nuevos en donde se identifique la necesidad.</p>
<p>Revisar y/o ajustar currículas de carreras afines (gastronomía, turismo, hotelería), incluyendo materias que aporten conocimiento sobre la gastronomía regional. Realizar seminarios para colegios secundarios.</p>
<p>Vincular con otros productos turísticos de la provincia a través de acciones específicas: por ej. con turismo activo, cultural de artesanías, turismo de salud y bienestar, turismo de reuniones, (religioso), etc.</p>
<p>Fomentar el uso de marcas, slogans e imágenes que tengan que ver con la gastronomía autóctona en los establecimientos gastronómicos de la provincia con el fin de generar una identidad local.</p>
<p>Mejorar las condiciones bromatológicas, trabajar con SENASA y otros organismos al respecto.</p>
<p>Fomentar el consumo local de los productos que se exportan a granel sin identificación de origen, identificación de los mismos por origen.</p>
<p>Fomentar productos gastronómicos en las fiestas provinciales.</p>
<p>Relevar la cocina doméstica en los diferentes pueblos y ciudades de la provincia.</p>

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:	Red Provincial de Turismo Gastronómico.
Marco institucional:	Secretaría de Turismo de la provincia. Universidades que dictan carreras de turismo y gastronomía. (CONICET) Escuelas de gastronomía. Ministerio de Planeamiento e Industria. Secretaría de Agricultura y Ganadería. INTA. SENASA. Cámara de bodegueros. Comercio exterior. Cámaras de prestadores de servicio: AAVYT de La Rioja. Direcciones municipales de Turismo. Secretaría de Cultura. Ministerio de Educación. Poder legislativo (Consejo deliberante). Ministerio de Turismo de la Nación. (Aduana).
Objetivo:	Constituir y poner en funcionamiento la red para el fortalecimiento y desarrollo del Turismo Gastronómico en la provincia.
Descripción:	La creación de esta red permitirá desarrollar y posicionar fuertemente, en forma armónica y sustentable, la gastronomía riojana como un atractor de calidad, del turismo interno, regional, nacional e internacional.
Ubicación espacial:	A nivel provincial.
Actividades a desarrollar:	Identificar actores integrantes de la red. Firmar un acta acuerdo. Generar un campus virtual (o aprovechamiento de los disponibles), para el trabajo de la red.

	Realizar diagnósticos: recopilación de datos en la comunidad (territorio), sistematización y análisis de la información disponible (documental). Relevamiento de la cantidad y calidad de los servicios.
	Realizar reuniones regionales.
	Capacitar a los actores de la red.
	Generar acciones de Promoción.
	Generar acciones de Capacitación y gestión de la Calidad.

Propuesta a desarrollar	Descripción
Denominación:	Mini Tours. Red de paseos turísticos "Conectando La Rioja".
Marco institucional:	Iniciativa privada, con regulaciones, habilitaciones y apoyo necesario de parte de la Secretaría de Turismo de la provincia para su funcionamiento.
Objetivo:	Facilitar la visita a los destinos turísticos de la provincia.
Descripción:	Este proyecto surgió a partir de un propietario de agencia de viaje local presente en la mesa de trabajo, contó con el acompañamiento del resto de los participantes. Actualmente se están desarrollando tours (servicio de combi) conectando La Rioja (capital) con Sanagasta. La intención es replicar la experiencia en otros destinos turísticos de la provincia. La compra de vehículos se realizaría mediante herramientas de financiamiento del Banco Nación.
Ubicación espacial:	Toda la provincia.
Actividades a desarrollar:	Diseñar los recorridos incluyendo sectores gastronómicos (productivos, restaurantes, bodegas, etc.). Difundir la iniciativa para la incorporación de prestadores que ofrezcan este servicio. Promocionar los circuitos diagramados.

Propuesta a desarrollar	Descripción
Denominación:	Comisión de promoción de la gastronomía riojana.
Marco institucional:	Comisión sin fines de lucro.
Objetivo:	Promocionar la gastronomía riojana y promover el dialogo de todos los actores involucrados.

Descripción:	Se conformará la Comisión mediante la integración de referentes claves de la gastronomía provincial, integrando en el proceso a productores, chef, representantes de establecimientos gastronómicos, antropólogos, periodistas y personalidades vinculadas a la identidad gastronómica local.
Ubicación espacial:	Filiales regionales emplazadas en puntos estratégicos de la provincia.
Actividades a desarrollar:	Definir capacitaciones para el sector y asesoramiento a las instituciones publicas. Consensar una agenda de trabajo a implementar en territorio.

Propuesta a desarrollar	Descripción
Denominación:	Realizar una acción similar a lo que hace Europa con "Wines in moderation". http://www.wineinmoderation.eu/en/home/ . En La Rioja la ley de alcoholemia cero produjo una disminución de comensales en los restaurantes locales.
Marco institucional:	Legislación provincial impulsada por la Cámara de Diputados de la provincia.
Objetivo:	Fomentar la tolerancia de un máximo de consumo de 2 copas de vino por persona a fin de que la gente pueda salir a comer y tomar vino moderadamente.

Propuesta a desarrollar	Descripción
Denominación:	Creación de un Consejo de Turismo Gastronómico con participación del sector público, privado y académico.
Marco institucional:	Ente mixto con Personería jurídica.
Objetivo:	Promover y coordinar acciones que permitan fortalecer y fomentar la gastronomía local.
Descripción:	Se redactará una carta de intención para que se organice una asamblea y se forme el Consejo con personería jurídica propia.
Ubicación espacial:	La Rioja capital. Delegaciones ubicadas en puntos estratégicos de la provincia.
Actividades a desarrollar:	Consensar una agenda de trabajo a implementar por el Consejo. Realizar un Inventario turístico. Organizar Clases de cocina local abierta. Dictar Capacitaciones (atención al turista, idiomas, etc.). Diseñar visitas guiadas. Trabajar en la inclusión de personas con discapacidad.

Articular acciones con universidades.
Organizar la semana del Torrontés y la noche de los restaurantes.

Propuesta a desarrollar	Descripción
Denominación:	Feria de cocina federal itinerante: Reencuentro de Sabores Riojanos.
Marco institucional:	Coordina Secretaría de Turismo en articulación con el sector privado, académico y la comunidad local.
Objetivos:	Lograr la interacción y el vínculo entre los productores, los chef y/o cocineros. Difundir los productos que están en el mercado mediante la organización de Workshops. Desarrollar rutas gastronómicas.
Descripción:	Se organizará una Feria itinerante en la cual se reunirán a los productores regionales y cocineros que podrán dar a conocer sus productos, recetas y técnicas de elaboración locales.
Ubicación espacial:	1 evento por región, algunos lugares sugeridos son: Chilecito – Olta- La Rioja- Villa Unión- Aimogasta.
Actividades a desarrollar:	Elaborar un protocolo para la organización de las ferias. Se podría buscar sponsors para que cubrir los gastos de logística e infraestructura. Organizar el Concurso de la empanadilla Riojana mediante las cámaras de turismo y gastronomía locales. Realizar acciones de capacitación y sensibilización. Organizar ciclos de Cocina en Vivo dando a conocer recetas y productos locales.

Propuesta a desarrollar	Descripción
Denominación:	Centro de interpretación de la cocina regional riojana.
Marco institucional:	Secretaría de Turismo de la provincia.
Objetivo:	Difundir las características y particularidades de la cocina riojana.
Descripción:	El Centro de interpretación constituirá el ámbito de actuación en el que se exhibirá el patrimonio gastronómico cultural de la provincia de La Rioja. En este espacio se podrán realizar acciones promocionales para dar a conocer los productos regionales y sus procesos de elaboración. Se podría incluir en este proceso a las amas de casa, cocina popular y escuelas

	agrotécnicas.
Ubicación espacial:	La Rioja capital.

Otras propuesta a desarrollar
Ruta del Torrontés. Caminos del olivo.

Conclusiones preliminares del Foro provincial

Finalizado el encuentro los coordinadores de mesa tuvieron la labor de definir las principales conclusiones de la jornada, las cuales se detallan a continuación:

Existen paradigmas para valorizar la cocina riojana:

- ✓ Paradigma clásico: el aceite de oliva y el vino Torrontés son los productos más vendidos en la provincia, ambos requieren de políticas concretas para potenciar su desarrollo y posicionamiento.
- ✓ La nuez es otra materia prima que presenta falencias en sus propuestas turísticas.
- ✓ La Algarroba presenta un gran potencial para su incorporación en la oferta turística, forma parte de la identidad provincial.
- ✓ Alfajor de vino Torrontés: esta propuesta innovadora resignifica la bebida tradicional de la provincia, requiere de mayor difusión.
- ✓ Cabeza guateada, forma parte de la cocina tradicional, se podría poner en valor.
- ✓ En el caso del cabrito algunos participantes coincidieron en la falta de provisión ante la gran demanda y falta de políticas públicas orientadas a la formalización de la cadena de comercialización.
- ✓ Existen algunos corredores identificados, puntualmente el Corredor de la producción es el que está mayormente vinculado a la gastronomía local. Este corredor requiere de intervenciones concretas para consolidar su oferta turística.

- ✓ La provincia no cuenta con una oferta de turístico gastronómico estructurada, es necesario avanzar en su desarrollo para luego trabajar en aspectos de promoción y comercialización.
- ✓ Se evidenció la necesidad de fortalecimiento de la articulación entre el sector público y privado.
- ✓ Se observó el compromiso de los jóvenes y emprendedores para con el desarrollo de La Rioja como destino de Turismo Gastronómico.

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
Narvaez	Lorena del Valle	UNLAR	Docente		lorenarvaez82@yahoo.com.ar	0380 154347538
Ferreyra	Mónica Patricia	Ministerio de planeamiento	Lic. En Turismo		pankyferreyramaza@hotmail.com	0380 4679492
Orquera	Ezequiel	Corona del Inca	Ing. Agrónomo		ezequielorquera@gmail.com	0380 154240134
Cejas	Miriam E.	Ministerio de planeamiento	Ing. Agroind.		cejaseli@gmail.com	0380 154516954
Romero	Pedro A.	Olta Coord. Turismo	Coordinador	Olta	pablo.a.barros@gmail.com	03826 403993
					www.oltaturistica.com.ar	
Gaitan	Jorge O.	INTA	Coordinador	Chilecito	gaitan.jorge@inta.gob.ar	3826 422828
Vera	Matías	La Guía Pizza Resto	Chef dueño	Chilecito	arielmatisvera@gmail.com	03825 15567505
Ortiz	Gastón	De la Ostia	Jefe de cocina	Chilecito	gastonortiz_099@hotmail.com	3825411971
Cespedes	Pedro	Vinos Las Cruces	Propietario	Chilecito	vinolascruces@hotmail.com	03825 669387
Olivera	Rodolfo	Turismo	Encargado	Villa Castelli	turismovillacastelli@hotmail.com	15518162
Gimenez	Rodrigo A.	Turismo	Empleado	Villa Castelli	adryloquito22@gmail.com	3804363550
Barros	Pablo Alejandro	Sec. Turismo	Director planificación	La Rioja	pablo.a.barros@gmail.com	3804325389
Nuñez	Mercedes Verónica	UNLAR	Estudiante		mercedesveronica.n21@gmail.com	154244372
Figueroa	Andrés Esequiel	Municipalidad	Director turismo		andresefigueroa@outlook.es	03825 15408257
Pizarro	María Celia	Secretaría de Turismo	Coordinador	La Rioja	mariacelia_p@yahoo.com.ar	0380 15 4254839
González	María Cecilia	UNLAR	Coord. De carrera		lic_mcgonzalez@yahoo.com.ar	0380 15 4568408
Moreta	Fernando	Moretta Catering	Chef	Chilecito	morettas@hotmail.com	03825 663397
Cisneros	Graciela	Moretta Catering	Empresaria	Chilecito	morettas@hotmail.com	03825 675893
Medina	Marcelo	Aguitur	Guía		mamchelo@hotmail.com	0380 4376063

Zavattieri	Armando	FEHGRA / CAT	Presidente		arzavat@gmail.com	0380 4422005
El Hage	Pablo	Avellaneda	Gerente		elhage11@hotmail.com	03804 416779
Olivera	Daniel	Sec. Cultura Turismo	Municipalidad		danielfolk.famatina@gmail.com	03825 434901
Vera H.	Lorenzo	EPET Nro 2 P. Albarracin	Estudiante		chittvera@hotmail.com	15 552436
Gasparovich	Mario	Secretaría de Turismo	Coordinador	La Rioja	gasparovich@gmail.com	03825 520999
Pizarro	Nicolás Santos	INTA	Jefe AER El Portezuelo	El Portezuelo	pizarro.nicolas@inta.gob.ar	11 68641195
Cosseddu	María Soledad	Cambio Rural II (INTA)	Promotora / asesora	Olta	mariasol22@hotmail.com	03804 502833
Palacios	Fernanda	UNLAR	Estudiante Lic. Turismo.		fernandapalacios_2@hotmail.com	03804 416127
Belcecchi	Héctor	Emprendedor Gastron.	Titular	Chilecito	rura_tapek@hotmail.com	03825 15 415748
Olivera	Ricardo	Agenia de Viajes	Titular	Chilecito	info@vicenturismo.tur.ar	03825 15 670562
Sarquis	Francisco	Secretaría de Turismo	Coordinador	La Rioja	sarquisfrancisco@gmail.com	03804 593551
Irazoque	John Eric	UNLAR / Sec. de Turismo	Estudiante	La Rioja	ericjohn-2010@hotmail.com	03804 779644
Sánchez	Carolina	UNLAR	Estudiante	La Rioja	carolinasanchez@hotmail.com.ar	03804 417165
Guzmán	Lorena	Secretaría de Turismo	Coordinador	La Rioja	l-ore-guzman@hotmail.com	0380 157382272
Sánchez	Romina	Dir. Tmo. Mcipal. Cap.	Inf. Turístico	La Rioja	rominasanchez22@hotmail.com	03804 596419
Ferro	Isidro	El Rancho de Ferrito	Propietario	Chilecito		03825 422481
Herrera	Fernanda Aylen	UNLAR	Estudiante Lic. En Turismo		feer.herrera91@gmail.com	0380 154350117
Noguera	Pedro	Viejo guardaparque	Guía		pedronoguera80@gmail.com	0380 605020
El Hoge	Georgina	El Parque	Directora / Propietaria		elparquedeavellaneda@gmail.com	3804 215131

Paz Montivero	Julieta Denice	UNLAR	Estudiante	Vinchina	patata.-100@hotmail.com	03825 539985
Kevlyan	Juan	Centro comercial La Rioja	Director		juankev@hotmail.com	0380 154300344
Cortese	Melisa	Orígenes	Adicionista	La Rioja	hncocinero@gmail.com	0380 4620740
Braille	Rosa	Casa de té "La Rosa"	Dirección		rosabraile@hotmail.com	03827 432984
Popov	Gustavo	Catering	Cocinero	Chilecito	gjpopov@hotmail.com	03825 437809
Plaza	Javier O.	Eventos, Plaza, EPET 2, Rioja Mística	Chef, profesor		javyplaza@hotmail.com	03825 660122
Paredes	Carlos	Racimo - Club de vinos	Director sommelier		carlosmparedes@hotmail.com	0380 4383314
Bustos	Oracio Ramón	ONG diversas	Varios		oraciobustos@gmail.com	0380 4433934 / 154599158
Guajardo	Ester	Museo folklórico	Encargada		estelaguajardo81@gmail.com	3804203381
Catalán	María	Museo folklórico	Guía y otros		mariacatalanychau2@hotmail.com	03804 660936
Morales	Natalia	Desarrollo social	Estudiante Lic. En turismo			154443695 (0380)
De la Fuente	María Alejandra	Dpto. Arauco	Lic. En turismo		mariadelafuente22@yahoo.com	3827/408690
Veliz	Hubo Nicolás	Restaurante Orígenes	Chef propietario		hncocinero@gmail.com	0380 4556534
Nieva	Fabrizio	Aguitur	Secretario		fabricionieva13@hotmail.com	0380 4251570
Mercado Castro	Ana Carolina	Dir. Turismo Municipal	Enc. Promoción Tca. - Enc. Personal		coto_m178@hotmail.com	0380 4751813
Herrera	Ana Cecilia	Dir. Turismo Municipal	Secretaria		lic.anaceciliaherrera@gmail.com	15 4440785
Tula	Micaela Alejandra	Centro INTI La Rioja	Técnica		mtula@inti.gob.ar	0380 4311213
Salguero	Paula	Apacheta Posada Rural	CEO		paulaundec@hotmail.com	03825 15407576
Fumo	Walter	Resto "El Viejo Capayan"	Dueño		walgusy@hotmail.com	03825 15662088

Lozano	Alexis	Estudiante / Legislatura	Empleado		alexis.lozano.al@gmail.com	03804 662923
Orquera	José	Corona del Inca EVT / CAT LR - AEVyT LR	Socio gerente. Secr.		peperorquera@gmail.com	0380 4663811
Croci	Santiago I.	UNLAR	Estudiante		crocisantiago@hotmail.com	03804 243359
Ferreyra	Valentín	UNLAR	Estudiante		valentin_raider@hotmail.com	3808212836
De la Vega	Diego	Montearena	Dueño	Sanagasta	montearenas@gmail.com	3804248774
Casellas	Juan José	INTI - La Rioja	Director		casellas@inti.gob.ar	3804202537
D'Alessandro	Valentino	Finca Huayrapuca	Propietario	Famatina	valendalessandro@hotmail.com	
Chiavazza	María Claudia	Finca Huayrapuca	Propietaria	Famatina	cuatrovientosconcept@hotmail.com	0380 4446050