

Foro de Planificación y Desarrollo de Turismo Gastronómico

Mendoza – 16 de marzo de 2017

Relatoría

Introducción

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

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

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

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

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

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

Socios estratégicos:

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

Colaboran:

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

Apoyan:

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

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

Foro de Planificación y Desarrollo de Turismo Gastronómico

Equipo técnico:

- Lic. Mariángeles Samamé, Directora de Productos, Ministerio de Turismo de la Nación.
- Lic. Natalia Cardozo, Referente de Turismo Gastronómico, Ministerio de Turismo de la Nación.
- Lic. Natalia Álvarez Zabaleta, Referente de Calidad Turística, Ministerio de Turismo de la Nación.
- Lic. Ezequiel Gliubizzi, Referente de Planificación Turística, Ministerio de Turismo de la Nación.
- Lic. Juan Montero, Referente de Promoción Turística, Ministerio de Turismo de la Nación.
- CPN Horacio Repucci, Secretario de la Cámara Argentina de Turismo.
- Sr. Diego Plottier, Cámara Argentina de Turismo.
- Ing. Agr. Claudia Bachur, Fundación ArgenINTA.
- Lic. Claudina Kutnowski, 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.

1. Patrimonio cultural gastronómico identitario. Estado de situación.

Consigna: Postule materias primas, productos gastronómicos y platos típicos representativos de la identidad cultural gastronómica de la provincia y analice el estado de situación.

Elemento identitario (denominación)	Estado de situación	
	Ventajas Aspectos positivos	Desventajas Aspectos negativos
1. Materias primas	<ul style="list-style-type: none"> • Oliva. <p>-Existen distintas variedades de olivares. Algunos establecimientos olivícolas ofrecen visitas guiadas en donde se explica su proceso y se puede degustar los productos derivados de esta materia prima.</p> <p>-Posee diferentes usos (aceituna, aceite de oliva, cosmetología, pasta de aceituna, aceto, etc.).</p> <p>-Posee numerosos beneficios para la salud.</p> <p>-Muchas familias cultivan olivares en sus hogares.</p> <p>-Existencia de distintos atractivos que conforman la oferta turística: Museo del Olivo, circuito olivícola, Fiesta de la olivicultura, Catas de aceites, entre otros.</p> <p>-Maipú: posee variedades tradicionales, mayor porcentaje en la relación ácidos oleico y linoleico. Región originaria de producción, cosecha manual-labores culturales asociadas, fiestas regionales de la olivicultura.</p> <p>-Mendoza: aceitunas cultivadas en la provincia de Mendoza. Existen variedades tradicionales, mayor porcentaje en la relación ácidos oleico y linoleico.</p> <p>-Se encuentra en proceso de certificación de Indicación geográfica.</p>	<p>-Su consumo no es tan masivo.</p> <p>-Necesidad de concientizar a la comunidad para fomentar su consumo.</p> <p>-No se aplica tantos controles en los procesos de elaboración de aceites como sí sucede con el vino (por ello algunos aceites no son tan saludables).</p> <p>-Elevado precio.</p> <p>-Alta dependencia del clima, esto hace variar la disponibilidad y el precio, deficiente manipulación del producto en los restaurantes.</p>
	<ul style="list-style-type: none"> • Maíz. <p>-Es la materia prima base para preparar humita, ésta es</p>	<p>-Escasa valoración de los productos locales por parte de la</p>

	<p>particular y única.</p> <p>-El maíz se cultiva en toda la zona andina debido a que la influencia incaica llegó hasta Mendoza.</p>	<p>comunidad.</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Ajo. 	<p>-Mendoza es el 2do productor en el mundo.</p> <p>-Se lo utiliza para preparar aceite de oliva saborizado con ajo.</p> <p>-Es el principal cultivo de exportación de Mendoza, importante para la salud por sus propiedades.</p>	<p>-La población no lo valora.</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Tomate. 	<p>-Disponible todo el año, grandes producciones de tomate perita de buena calidad y sabroso, es uno de los alimentos que tiene mayor tradición (chichoca).</p> <p>-Es tradicional la preparación de conserva, dulce de tomate, por parte de los abuelos, es orgánico.</p> <p>-El tomate se suele utilizar para la preparación de conserva (Enero-Marzo). Muchas familias realizan estas conservas.</p> <p>-Gran parte de la producción del tomate se destina para la exportación.</p> <p>-El tomate distintivo es el tomate criollo.</p>	<p>-Las grandes distancias son un problema (para ser considerado producto local no puede superar los 80 kms.).</p>

<ul style="list-style-type: none"> • Uva. 	<p>-Las pasas de uva se consumen internamente.</p> <p>-Posee múltiples usos (vino, mosto, arropo, diversos tratamientos con aceites, mermeladas y jaleas, cosméticos, aceto, uva en conserva, peras al Malbec, aceite de pepita de uva, sal a base de Malbec).</p>	<p>-No está presente en la mesa de los mendocinos, bajo consumo familiar.</p> <p>-Es escasa la comercialización como fruta. Suele comercializarse desde los frigoríficos existentes en la provincia.</p> <p>-Su precio es muy elevado.</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Membrillo. 	<p>-Ha crecido mucho su cultivo, principalmente en el Valle de Uco.</p>	<p>-Marcada estacionalidad.</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Melón. 	<p>-Tiene potencial, hay buen volumen de producción en la provincia.</p>	<p>-No se consume a nivel local.</p>

<ul style="list-style-type: none"> • Chivo. 	<ul style="list-style-type: none"> -Se produce fundamentalmente hacia el sur de la provincia (Malargüe, Gral. Alvear). -La crianza del chivo es un trabajo transgeneracional en las familias. -Se realizan grandes eventos como: La Fiesta del Chivo, La Vuelta del Veranador. En la última edición de la Fiesta del Chivo (2017) se hizo al asador, tal como lo preparan los veranadores. -Figura en las cartas referenciado como Chivo de Malargüe. -Se realizan faenas kosher. -Se puede consumir en los restaurantes. -Se cocina enzarpado o al horno de barro. -Los consumidores locales y turistas piden chivo en los restaurantes durante todo el año, está muy ligado con la cuestión religiosa, en La Asunción (zona huarpe) existen 3 emprendimientos habilitados que ofrecen comidas típicas en base a Chivo. 	<ul style="list-style-type: none"> -Falta promocionar más el sur como zona productiva de Mendoza. -Tiene marcada estacionalidad. -Debería tener una denominación de origen.
<ul style="list-style-type: none"> • Trucha. 	<ul style="list-style-type: none"> -Se cultiva fundamentalmente en Malargüe y Tupungato. -Diversifica la carta de los restaurantes, le da variedad. 	

<ul style="list-style-type: none"> Miel. 	<p>-La provincia posee muchas colmenas y variedad de miel. Son productos de muy buena calidad (Sobre todo en Lavalle y Malargüe).</p> <p>-Miel de primera cosecha - Miel Clara: posee una humedad menor al 15%; color menor a 20 mm (blanco agua al blanco); HMF menor a 5 mg/kg; acidez menor al 17 meq/kg de miel; características melisopalinológicas miel multifloral, pólenes predominantes Jarilla blanca (Larrea divaricata), algarrobo (prosopis flexuosa), crucíferas, melilotus.</p> <p>Miel de segunda cosecha - Miel Oscura: humedad menor al 15%; color menor a 60 mm (ámbar extra claro al ámbar claro); HMF menor a 5 mg/kg; acidez menor al 17 meq/kg de miel; características melisopalinológicas miel multifloral, polen predominante falta caracterizar, sólo se cuenta con información de que es una miel con mayor aporte de polen de jarilla blanca (Larrea divaricata) y j. negra (Larrea nítida), con aporte de polen de pájaro bobo (Tesaria absinthioides). Libre de polen transgénico.</p> <p>-Se encuentra en proceso de certificación de Indicación geográfica.</p>	<p>-Su consumo no es masivo.</p> <p>-Falta regulación de los productores.</p>
<ul style="list-style-type: none"> Frutas de carozo. 	<p>-Frutas secas (orejones, ciruelas, peras): se comercializan mucho en el exterior.</p>	

2. Productos.	<ul style="list-style-type: none"> Vino. 	<p>-Existe una tendencia a utilizar el vino en las comidas. Esto es reciente. Se lo utiliza también para preparar pan de vino y pasta de vino.</p> <p>-La Ruta del Vino y este producto en particular es el eje para potenciar el turismo de la provincia, es la carta de presentación de Mendoza.</p> <p>-Existe señalética muy buena en casi toda la Ruta del Vino (Maipú está muy bien señalado).</p> <p>-Disponible turísticamente. Mucha diversidad de oferta turística en torno al vino.</p> <p>-En los restaurantes está disponible el Vino Turista, que es producido por determinadas bodegas de calidad media baja: habría que incrementar la calidad de éstos (no es lo mismo que el vino de la casa).</p> <p>-En el este de la provincia están impulsado el vino Bonarda.</p>	<p>-En algunos de los sitios que poseen gran cantidad de establecimientos y pertenecen a la Ruta del Vino no existe señalética suficiente para orientar al turista.</p> <p>-Falta de apoyo a pequeños establecimientos productores de vino.</p> <p>-Se percibe al turismo vitivinícola como turismo de elite, habría que democratizarlo más.</p> <p>-Decreció el consumo de vino por parte de la población local a partir de los años 70' con el ingreso de las bebidas sintéticas y la competencia ahora con otras bebidas, además se despolarizó por el aumento de los precios.</p> <p>-A veces el vino es mas barato en Buenos Aires que en Mendoza. El mejor vino se exporta y en la provincia se pueden consumir los de menor calidad.</p> <p>-En el este no hay circuitos turísticos conformados sobre la base de las bodegas existentes.</p>
	<ul style="list-style-type: none"> Conservas de tomate, Dulce de tomate, chutney, tomate desecado y confitado. 	<p>-Existe una gran tradición de conservas en la provincia.</p>	<p>-Alta dependencia estacional, por lo cual se promueve el consumo de tomate cubeteado o en salsa que reemplaza al tomate fresco durante la estación de baja.</p> <p>-No se percibe al tomate como protagonista de los platos, el tomatacán es ofrecido en pocos restaurantes. Existe una fábrica que se llama Alcaraz, ésta elabora productos con tomate. Actualmente los turistas la pueden visitar.</p>
	<ul style="list-style-type: none"> Pasta de aceitunas, aceitunas rellenas, 		<p>-En los restaurantes no se consigue aceituna sajada.</p>

	<ul style="list-style-type: none"> tapenade, cosméticos, aceitunas sajadas. 		
	<ul style="list-style-type: none"> Otros productos. 	<p>-Manzana, cereza, nueces, damasco, cebolla, hierbas aromáticas, chivo, cerdo, conejo, ciruela, melón, sandía. Dulces caseros ajo en polvo, ajo en spray, pasta de ajo, sal de ajo, escamas de ajo. Embutidos caseros. Especies (topinabur, salicornia, zampa). Miel, pollo y huevos, agua mineral, vegetales y hortalizas de alta calidad mencionando que son “casi orgánicos”.</p>	
3. Platos típicos y bebidas.	<ul style="list-style-type: none"> Humita cuyana. 	<p>-Se utiliza de relleno en varios platos: pastel, calabaza o morrones rellenos.</p> <p>-Se prepara con tomate y albahaca.</p>	
	<ul style="list-style-type: none"> Tomaticán. 	<p>-Este Plato se prepara principalmente en las casas de las familias mendocinas por lo tanto tiene diversas formas de preparación, pero todas tienen la identidad de la provincia.</p>	<p>-Al no existir una receta unificada muchas veces se termina degustando algo “similar” a un Tomaticán.</p> <p>-No aparece mucho en las cartas de los restaurantes.</p>
	<ul style="list-style-type: none"> Empanadas al horno de barro. 	<p>-Se ofrece al turista principalmente en los establecimientos productivos.</p> <p>-Aparece en muchas cartas con la aclaración que es “empanada mendocina”.</p> <p>-Gran variedad de ingredientes en su preparación (huevo, aceituna verde, orégano y mucha cebolla).</p>	
	<ul style="list-style-type: none"> Tortitas. 	<p>-Se hace con materia grasa animal.</p> <p>-Existen diversos tipos (con chicharrón, raspada, pinchada, de hoja, cara sucia: con azúcar negra).</p> <p>-Se ofrecen Torta fritas en el Valle Grande.</p>	

<ul style="list-style-type: none"> • Chivo al horno de barro. 	Empanadas de chivo, pastel de chivo y chilindrón (Chivo a la olla), Chanfaina, Queso de cabra.	
<ul style="list-style-type: none"> • Pasta fusionada (canelones de choclo). 	-La pasta es buena, rica y diversa en la mayoría de los restaurantes, porque se hace a conciencia. En todos los menús que no son fijos se ofrece pastas.	
<ul style="list-style-type: none"> • Pastelito dulce. 	-Se hacen en toda la provincia y son muy ricos sobre todo los de membrillo.	
<ul style="list-style-type: none"> • Otros platos tradicionales. 	-Pastel de carne y papa. Carnes asadas. Carne a la masa. Pan casero. Humita en olla / chala. Ternera c/cuero. Carne a la masa. Chaya. Sopaipilla (tipo torta fritas). Carbonada / puchero. Pollo al disco. Locro de choclo fresco. Escabeches. Huevos Quimbos. Ponderaciones (un postre). Isla flotante.	

Turismo Gastronómico

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

Ventajas Aspectos positivos	Desventajas Aspectos negativos
<ul style="list-style-type: none"> • Al ser una provincia grande en superficie, Mendoza ofrece distintas áreas productivas. Cada una aporta características distintivas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de información precisa acerca de establecimientos productivos o productores locales.
<ul style="list-style-type: none"> • Existen ferias gastronómicas y/o mercados en distintos departamentos: mercado central en la capital, Guaymallén, Godoy Cruz, etc. 	<ul style="list-style-type: none"> • Existen problemas de distribución de los productos locales.
<ul style="list-style-type: none"> • En cada Departamento, los sabores son propios, cada receta tiene sus propios secretos, de acuerdo a la región de Mendoza y los productos que allí se encuentren. 	<ul style="list-style-type: none"> • Carencia de motivación y concientización acerca de la importancia de brindar un servicio de calidad al turista en el sector gastronómico.

<ul style="list-style-type: none"> • Gran Calidad y diversidad de los productos regionales. El clima seco favorece los cultivos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de formación en los mozos y en el sector gastronómico en general.
<ul style="list-style-type: none"> • Existe afluencia de turistas durante todo el año. 	<ul style="list-style-type: none"> • Escasa variedad de productos, no se consiguen fácilmente. El mendocino consume poco los productos locales. Los de mejor calidad se exportan.
<ul style="list-style-type: none"> • Gran cantidad de establecimientos gastronómicos. 	<ul style="list-style-type: none"> • El ciudadano mendocino suele mostrar resistencia ante la innovación en la cocina.
<ul style="list-style-type: none"> • El paisaje natural es un diferenciador de la propuesta turística que posee la provincia. 	<ul style="list-style-type: none"> • Algunos productos están demasiado industrializados.
<ul style="list-style-type: none"> • Combinación de productos turísticos, ejemplo: Turismo Gastronómico-Turismo del Vino –Turismo Aventura). 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de señalética en las distintas rutas gastronómicas.
<ul style="list-style-type: none"> • Gran cantidad de actividades gastronómicas (ej: Maratón a la carta). 	<ul style="list-style-type: none"> • En las ferias de Mendoza capital se venden productos que no son de la provincia pero en los departamentos la situación es distinta.
<ul style="list-style-type: none"> • El Turismo Gastronómico hace crecer a la gastronomía local. 	<ul style="list-style-type: none"> • Existen controles fitosanitarios muy estrictos en los accesos a la ciudad de Mendoza, por ejemplo: no se puede traer productos de otras localidades de Mendoza. Se necesita que flexibilizar los mismos.
<ul style="list-style-type: none"> • En la zona rural la gastronomía atrae a los turistas: la gente suele ir para consumir chivo, luego hacen una visita por los establecimientos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Los pequeños productores no disponen de herramientas suficientes para poder vender sus productos en la ciudad de Mendoza, debido a los controles fitosanitarios estrictos.
<ul style="list-style-type: none"> • Grandes extensiones disponibles para el cultivo, es importante cuidar y proteger ese espacio. Esto es muy valorado, es una oportunidad para aprovechar el cultivo urbano. 	<ul style="list-style-type: none"> • Necesidad de optimizar el marco legislativo vinculado a la gastronomía y agroindustria local.
<ul style="list-style-type: none"> • El desarrollo del Parque Biotecnológico en el predio del Facultad de Ciencias Agrarias donde participan INTA, Univ. De Cuyo, entre otros, se encuentra actualmente en desarrollo y sin dudas es la gran apuesta para aunar en un lugar todos los esfuerzos que se vienen haciendo de manera aislada y a través de diferentes organismos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Existe Informalidad de todo el sector gastronómico.
	<ul style="list-style-type: none"> • Alta carga impositiva.

	<ul style="list-style-type: none"> • Grandes distancias con la ciudad capital dificulta el acceso a la materia prima.
	<ul style="list-style-type: none"> • Deficiente conectividad con los principales centros turísticos.
	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de capacitación en el interior de la provincia.
	<ul style="list-style-type: none"> • Los precios de los servicios son elevados para los turistas internos de la provincia, por ello eligen Merlo como destino turístico.
	<ul style="list-style-type: none"> • La calidad de los servicios turísticos es deficiente.
	<ul style="list-style-type: none"> • Faltan políticas de apoyo al pequeño emprendedor, productor (en general a toda la cadena de valor).
	<ul style="list-style-type: none"> • La marca Mendoza no incluye a la totalidad de los centros turísticos, ésta se focaliza en la ciudad fundamentalmente. Es necesario federalizar el desarrollo turístico de Mendoza.
	<ul style="list-style-type: none"> • Escasa diversidad de actividades culturales en la ciudad de Mendoza (como alternativa a la oferta gastronómica) para así poder realizar acciones como por ejemplo “Noche de los Museos”.
	<ul style="list-style-type: none"> • No hay transportes públicos que conecte la Ruta del vino. Si el turista no cuenta con auto o contrata un tour es muy difícil acceder.
	<ul style="list-style-type: none"> • Necesidad de una guía que unifique la oferta gastronómica de la provincia. Actualmente existen 5 guías distintas en las cuales figuran solo los establecimientos que son auspiciantes de las mismas.
	<ul style="list-style-type: none"> • El público local no consume los platos típicos que se ofrecen al turista. Falta de identidad. Elevado Precio de los platos.
	<ul style="list-style-type: none"> • Informalidad en el sector productivo rural.
	<ul style="list-style-type: none"> • Existe una marcada estacionalidad de la actividad.
	<ul style="list-style-type: none"> • Gran deficiencia en la conectividad intermunicipal.

	<ul style="list-style-type: none"> • Problemas en la comunicación e información sobre la oferta gastronómica local.
	<ul style="list-style-type: none"> • Mucha informalidad por parte del empresariado local.
	<ul style="list-style-type: none"> • Muchos establecimientos están dispersos en el territorio (no están agrupados).
	<ul style="list-style-type: none"> • No existe una tarifa diferencial para la comunidad local. • El mercado central tiene precios muy elevados, el consumidor local no tiene el concepto de comprar el producto directo mas barato porque el intermediario incrementa el costo.
	<ul style="list-style-type: none"> • La actividad turística ha impactado en el aumento de los precios de los productos locales.
	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de señalización de establecimientos productivos. • Pocos establecimientos kid friendly.
	<ul style="list-style-type: none"> • Los participantes mencionaron que los productos vino y oliva anulan otras ofertas gastronómicas con potencial turístico, especialmente son las ofertas del centro de la ciudad las más afectadas sobre todo porque las actividades turísticas impulsan al turista fuera de la ciudad.
	<ul style="list-style-type: none"> • Se mencionó además que el Mercado Central de la ciudad de Mendoza experimenta problemas de seguridad.
	<ul style="list-style-type: none"> • Necesidad de generar leyes para regular a los pequeños productores ya que actualmente las pequeñas empresas son reguladas por empresas de mayor envergadura.
	<ul style="list-style-type: none"> • Preocupación por la usurpación de terrenos en localidades como Cacheuta y por los altos niveles de contaminación derivados de esas usurpaciones.

2. Conceptualización de la experiencia turística (por la tarde):

Para el armado de una experiencia turística gastronómica, se han sugerido las siguientes temáticas:

- “Maridaje en ambientes naturales”.
- “Carne a la olla en Ullúm”.
- “Chivo a la llama de norte a Sur”.
- Cocina tus propias empanadas en horno de barro en San Martín.
- Viajes en globo bebiendo Malbec.
- Asado de fin de cosecha.

A continuación se describen algunas experiencias que surgieron en las mesas:

Consigna: Elija una o dos experiencias gastronómicas que el turista puedan vivenciar en la provincia. Describa sus características principales.

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

“Experiencia puesto Díaz”.

Localización (ciudades comprendidas):

General Lavalle.

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

Lo más genuino es poder compartir con la gente del lugar las vivencias, conocimientos, tradiciones locales, es un lugar bien popular donde el turista se siente parte de la experiencia. Hay un quincho de comidas típicas, se pueden probar productos del lugar y los mozos explican la elaboración de los platos. La vivencia se acompaña con música folklórica local.
Plato típico a ofrecer: chivo al horno de barro (Gral. Lavalle).

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

Todo el año.

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

“Sabor a Mendoza, un viaje al pasado”.

Localización (ciudades comprendidas):

Ciudad de Mendoza.

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

Incluye degustación de vinos, maridaje con productos identitarios de características únicas (frescos, saludables, propios, artesanales), en el marco de un paisaje montañoso y bajo la influencia de la calidez humana de los mendocinos.

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

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

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

“Experiencia completa de un día mendocino”.

Localización (ciudades comprendidas):

Esta experiencia se puede realizar tanto en la primera Zona de Mendoza, en Valle de Uco y en San Rafael.

Descripción general (que vivencias se pueden experimentar, cuales son sus características distintivas: que características las hace únicas, auténticas y memorables a la experiencia?³, que actividades incluye la experiencia?):

El turista una vez que llega a la bodega puede además de realizar la tradicional visita por el establecimiento, recorrer los viñedos, cosechar la uva, descubrir los productos del lugar, y para culminar la experiencia cocinando algún plato con los productos que posee el establecimiento (las clases de cocina son en su gran mayoría bilingües).

Para finalizar degustan lo realizado en un lugar especialmente preparado dentro de la bodega. Como alternativa también se pueden realizar paseos en bicicleta.

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

Se comercializa a través de agencias, o de forma directa con la bodega. Incluye: guías y comidas, menos el alojamiento (salvo algunas bodegas que cuentan con habitaciones).

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

Esta experiencia se puede realizar todo el año.

3. Acciones de fortalecimiento de la oferta de Turismo Gastronómico.

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

³ **Único:** aspecto singular identitario. **Auténtico:** genuino, verdadero. **Memorable:** deja una fuerte huella emocional. **Multisensorial:** puede ser vivenciado a través de los sentidos.

Acciones de fortalecimiento (priorizar 2 acciones por mesas de trabajo)
<ul style="list-style-type: none"> • Fortalecer la gastronomía mendocina en paralelo al turismo del vino, para promocionar el maridaje (comida + vino).
<ul style="list-style-type: none"> • Empoderar al sector gastronómico a través de la cohesión de distintos actores de la cadena de valor, lo que facilitará la comunicación y promoción de la gastronomía mendocina.
<ul style="list-style-type: none"> • Mejorar la oferta cultural, que incluya al mendocino en su propuesta y logren el acercamiento del mendocino con su comida.
<ul style="list-style-type: none"> • Mejorar la calidad de los platos para poder generar experiencias gastronómicas integrales.
<ul style="list-style-type: none"> • Optimizar la difusión de las fiestas que reúnen a distintas colectividades mostrando sus comidas típicas.
<ul style="list-style-type: none"> • Motivar y profesionalizar a los recursos humanos vinculados a los servicios turísticos y gastronómicos.
<ul style="list-style-type: none"> • Conformar asociaciones de Turismo Rural vinculados a la gastronomía y generar experiencias auténticas que difundan los paisajes, sabores y alimentos locales.
<ul style="list-style-type: none"> • Generar acciones de fidelización de toda la comunidad para que asuman un rol como Anfitriones turísticos.
<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar una normativa para facilitar la cadena de comercialización de los productores locales.
<ul style="list-style-type: none"> • Optimizar la comunicación de capacitaciones en los destinos turísticos.
<ul style="list-style-type: none"> • Promocionar la gastronomía identitaria mediante la participación de cocineros locales en ferias nacionales e internacionales.
<ul style="list-style-type: none"> • Optimizar la articulación entre las asociaciones empresarias y los municipios.
<ul style="list-style-type: none"> • Generar una mesa interinstitucional para el fortalecimiento y desarrollo del Turismo Gastronómico de Mendoza (integrar a las agencias de viajes).
<ul style="list-style-type: none"> • Formalizar una agenda promocional integral para todos los municipios.
<ul style="list-style-type: none"> • Optimizar la educación turística (formar a los niños en edad escolar en cuestiones referidas a la tradición histórico-cultural y la gastronomía local).
<ul style="list-style-type: none"> • Promover un convenio con IGA y asociaciones empresarias para realizar capacitaciones acordes a las necesidades del mercado.
<ul style="list-style-type: none"> • Realizar guías universales para que todos los emprendedores estén nucleados en un mismo medio y que no haya 5-6 guías gastronómicas distintas.
<ul style="list-style-type: none"> • Mejorar las conexiones con buses oficiales (del Ente de Turismo de la provincia) para que la Ruta del vino y otro sectores turísticos se puedan conectar entre si.
<ul style="list-style-type: none"> • Mejorar la señalética turística tanto de la Ruta del vino como en la Ruta del olivo (salvo en Maipú).
<ul style="list-style-type: none"> • AEGA hace buenas capacitaciones (pero se deberían optimizar y diversificar las capacitaciones y la forma de comunicar estos eventos).

<ul style="list-style-type: none"> Realizar capacitaciones en el marco de “Sabor Mendoza”, además desde “Sabor Mendoza” se debería hacer un relevamiento de la oferta real de establecimientos gastronómicos.
<ul style="list-style-type: none"> Fomentar la incorporación de la uva en los menús de los restaurantes, principalmente en temporada de Vendimia.
<ul style="list-style-type: none"> Mejorar las rutas del sur (Malargüe) que conectan con centros turísticos muy importantes, ya que se encuentran en muy mal estado de conservación.
<ul style="list-style-type: none"> Fomentar e incentivar los eventos gastronómicos locales.
<ul style="list-style-type: none"> Incentivar la participación de los prestadores gastronómicos locales en las festividades culturales.
<ul style="list-style-type: none"> Fortalecer las actividades culturales para potenciar la oferta gastronómica de los distintos oasis.
<ul style="list-style-type: none"> Brindar a los prestadores gastronómicos capacitación sobre herramientas de comunicación para la difusión de sus establecimientos.
<ul style="list-style-type: none"> Mejorar la comunicación entre los organismos locales de turismo y el Ente de Turismo en relación a la habilitación de los establecimientos gastronómicos.
<ul style="list-style-type: none"> Mejorar los controles sobre los prestadores de servicios gastronómicos.
<ul style="list-style-type: none"> Concientizar al prestador gastronómico en materia de calidad de servicio y precio de los productos ofrecidos.
<ul style="list-style-type: none"> Vino: fortalecer la calidad del vino turista, facilitar la disponibilidad de copa de vino – no botella- (el segmento turístico que viene a consumir vino a Mendoza no es joven, por lo cual habría que captar a este segmento).
<ul style="list-style-type: none"> Aceitunas sajasadas: realizar una campaña de consumo de estación, promover que las cartas de los restaurantes sean cartas de estación, realizar concursos de productos que sean pensables.
<ul style="list-style-type: none"> Tomate y ajo: para promover su visibilidad hacer visitas turísticas a zonas hortícolas donde se pueda apreciar la cosecha e involucrar a los turistas en el proceso productivo, presentar las diferentes formas de usos de hortalizas.
<ul style="list-style-type: none"> Generar diferentes políticas para sectores industriales y para no industriales.
<ul style="list-style-type: none"> Desarrollar un Ente Interministerial para facilitar la comunicación entre los diferentes organismos vinculados afines al desarrollo gastronómico-turístico.
<ul style="list-style-type: none"> Necesidad de desarrollar una herramienta digital que pueda conectar a los diferentes integrantes de la cadena del turismo gastronómico.
<ul style="list-style-type: none"> Necesidad de comenzar a ordenar y relevar el territorio para constituir una oferta de Turismo Gastronómico sólida. Integrar en este proceso al ISCAMEN (Instituto de Sanidad y Calidad Agropecuaria de Mendoza).
<ul style="list-style-type: none"> Educar al consumidor en hábitos de consumo saludable y orientado a integrar productos identitarios locales en su alimentación.
<ul style="list-style-type: none"> Necesidad de diversificar la oferta turística actual (para no quedar encasillados en productos como el vino).

2.2. Ideas proyecto de Turismo Gastronómico.

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

Propuesta a desarrollar	Descripción
Denominación:	El bus del maridaje: bus enogastronómico de Mendoza.
Marco institucional:	Ente de Turismo de Mendoza, asociaciones locales, Mintur, cámaras gastronómicas, sector académico.
Objetivo:	Poner en valor los productos locales. Diversificar y complementar la oferta gastronómica con la ecoturística. Satisfacer la demanda, en busca de experiencias gastronómicas de calidad.
Descripción:	Establecer un recorrido que incluya distintos establecimientos productivos en los que se ofrezcan diversas actividades tales como clases de cocina, degustaciones, cosecha y venta de productos típicos, a los que se permita acceder a través de un bus que combine tanto establecimientos gastronómicos como bodegas.
Ubicación espacial:	Zona capital y alrededores. Distintos horarios y variación de recorrido por días.
Propuesta a desarrollar	Descripción
Denominación:	Proyecto de ley "Sabor a Mendoza".
Marco institucional:	Articulación entre el Ente de Turismo provincial, AEHGA, municipios y sector educativo.
Objetivo:	Institucionalizar la marca sabor a Mendoza para el fortalecimiento y desarrollo turístico de la gastronomía local.
Descripción:	Formular un proyecto de ley que institucionalice la marca sabor a Mendoza, dotándola de una estructura organizativa destinada a operativizar estrategias de capacitación, desarrollo, promoción y comunicación del turismo gastronómico en Mendoza.
Propuesta a desarrollar	Descripción
Denominación:	"Comer Cultura, come Mendoza".
Marco institucional:	Impulsado por los sectores público (Turismo, Cultura, y otros organismos) y privado (Bodegas, restaurantes, agencias de viajes, hoteles, etc.).
Objetivo:	Desarrollar un Programa destinado a redescubrir los encantos de la provincia.

	Incremento del turismo interno como extranjero.
Descripción:	El programa “Comer Cultura” propone recorrer los 4 Oasis que posee Mendoza, se puede recorrer 1 solo Oasis o la totalidad de ellos, vivenciar la cultura y la gastronomía de la provincia a través de sus platos, sus fiestas y su gente. Desde los organismos oficiales (Turismo) se certificará la calidad de los servicios prestados y este certificado se revalidará anualmente. Este programa se puede hacer de forma flexible en cuanto a su duración, pero no tiene una duración mayor a 7 días.
Ubicación:	Se puede recorrer toda la provincia desde los 4 Oasis (Norte, Sur, Centro y Este) y esto se puede realizar en cualquier época del año.
Propuesta a desarrollar	Descripción
Denominación:	“Plan integral de capacitación para los prestadores de Turismo Gastronómico”.
Marco institucional:	Ente de Turismo Mendoza - Ministerio de Educación - Universidad de Cuyo – FEHGRA - Cámara de Turismo Provincial.
Objetivo:	Capacitar a los diferentes actores de la oferta turística gastronómica. Mejorar las prestaciones turísticas a fin de alcanzar un servicio de excelencia en toda la provincia.
Descripción:	Implementar un Plan de capacitación integral haciendo especial énfasis en temas vinculados a la seguridad e higiene, comercialización, Marketing Empresarial, idiomas (Inglés y portugués).
Ubicación espacial:	En toda la provincia de Mendoza.
Propuesta a desarrollar	Descripción
Denominación:	“Turismo Verde Mendoza” Una experiencia en el cinturón hortícola de Mendoza.
Marco institucional:	Mesa interinstitucional conformada por el Ministerio de Economía, Infraestructura y Energía, Ente de Turismo y UNICIPIO (nuclea a los municipios y al Ministerio de Ambiente). Apoyo de INTA, BID, Universidad de Turín y universidades mendocinas.
Objetivo:	Fortalecer y revalorizar por medio del turismo a los productores del cinturón verde, promoviendo la integración intersocial. Diversificar la oferta turística de la provincia. Proteger la zona rural mendocina. Promover la sustentabilidad ambiental y los buenos hábitos alimentarios.

Descripción:	Se promoverán distintas actividades en el ámbito rural: cosecha de alimentos para preparar la comida, trabajo en huertas, clases de cocina y degustación de gastronomía de la zona rural, además se promoverá que la gente pueda participar de la elaboración de productos ecológicos y saludables. Existe una finca biodinámica "Cosmos" trabaja con los ciclos de la luna, el turista puede llevarse los plantines que se allí se producen, ofrece meriendas saludables, posibilidad de acceder a planes familiares, charlas educativas sobre las propiedades saludables de la huerta.
Ubicación espacial:	Cinturón verde de la ciudad de Mendoza (Las Heras, Lujan de Cuyo, Guaymallén, Godoy Cruz, Maipú, Lavelle, Mendoza).
Propuesta a desarrollar	Descripción
Denominación:	"Centro Integral de Culinaria Mendocina."
Marco institucional:	Facultada de Ciencias Agrarias INTA INTI CCT (Centro Científico Tecnológico, organismo dependiente del Conicet) AEGHA Academia del Vino FUNC (Fundación Universidad Nacional de Cuyo) Escuela de Gastronomía Ministerio de Educación.
Objetivo:	-Investigar, preservar el patrimonio cultural gastronómico y desarrollar la culinaria mendocina. -Poner en valor productos y procesos. -Desarrollo de alimentos nutraceuticos. -Analizar y desarrollar la cadena de valor. -Estudio y difusión de casos de impacto social.
Descripción:	La iniciativa pretende crear un Centro de Investigación desarrollo, formación y difusión de la culinaria mendocina. En una etapa posterior incorporar la oferta turística.
Ubicación espacial:	Dentro del futuro Parque Biotecnológico.

Sugerencias de actuación

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

Se sugiere en principio tomar como insumo la Relatoría, cuyo documento sintetiza un relevamiento de los componentes gastronómicos identitarios de la provincia detectado durante el trabajo con los participantes del Foro, como así también las acciones de fortalecimiento e ideas fuerza definidos en este contexto.

Es importante profundizar y darle continuidad a este trabajo participativo, además de **corroborar** con los Ministerios que corresponda las afirmaciones vinculadas a **datos de producción, bromatología, SENASA** y otros que se expresan en este documento. Esto permitirá resolver problemas referidos a los alimentos y saberes del territorio que enriquecerán la oferta turística.

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

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

Anexo 1: Listado de participantes

APELLIDO	NOMBRE	INSTITUCIÓN	CARGO	LOCALIDAD	MAIL
Ranaldi	Luciana C.	Dirección Turismo de Lujan de Cuyo	Coordinación Gastronómica	Luján de Cuyo	prestadoresturismo.lujan@gmail.com
Castillo	Ana María	Dirección de turismo de Lavalle	Jefa de Turismo	Lavalle	anamariadel Pilarcastillo@gmail.com
Castillo	Eliana	DGE	Coordinador CCT de la Provincia	Mendoza	fliacastillomartinez@hotmail.com
Ancina	Daniel	Restaurante El Obrador	Dueño	S Rafael	danielancina@yahoo.com.ar
Gaspiretti	Sergio	Restaurante La Valtellina	Dueño	Los Molles	gaspiretti@hotmail.com
Flores Muninot	Héctor M	Restaurante Risco Plateado	Dueño	Malargüe	mauriruminot@gmail.com
Alonso	Armando	Escuela Int. Islas Malvinas	Presidente	Mendoza	presidencia@ein.esc.edu.ar
Martín de Gaetano	Milagro	Santo Delirio y Restaurante A tu mesa Catering	Dueña/ Cocinera	San Martín	atumesacatering@hotmail.com
Leandro Carranza	Leandro	Esc Int Islas Malvinas	Director	Mendoza	gastronomia@em.edu.ar
Muñiz	Alejandro	Ministerio de economía	365 Tentaciones	Mendoza	
Pizarro	Cristina	Ministerio Economía	365 Tentaciones	Mendoza	cristinapizarro2002@yahoo.com.ar
Barboza	Sonia	Bodega Melipal	Enc Turismo	Lujan	info@bodegamelipal.com
Agüero	Roberto	Bianco Nero	Socio Gerente		roberto@bianco.nero.com.ar
Fragapane	Leticia	Susana Balbo Wins	Enc Turismo	Lujan	leticiafragapane@gmail.com
Suárez Garcés	Carolina	Pro Mendoza	Relaciones Institucionales	Mendoza	institucional@promendoza.com
Suárez Raggerone	Patricia	Bodega Norton	Chef Ejecutiva	Lujan	psuarez@norton.com.ar
Hisa	Graciela	Empresaria Catering Restó	Chef Ejecutiva	Tunuyán Ciudad	gracielahisa@hotmail.com
Vela	Agustina	Trapiche L Way	Enogastronómica	Maipú	eventos@trapiche.com.ar
Urrutigoity	María Paz	Conboca ferial Gastronómico	Cocinera, Organizadora	Luján	info@mariaurrutigoity.com
Bianchi	Luciana	Particular Rubro Gastronómico	Ing en alimentos	Godoy Cruz	bianchi.luciana@gmail.com
Sisteró	Alicia	Conboca festival	organizadora	Mendoza	aliciasistero@gmail.com
Sarsotti	Erica	El Patio de Dabushka	dueña	Gral. Alvear	patiorural@yahoo.com.ar
González	Diego	Santo delirio	Chef dueño	San Martín	atumesacatering@hotmail.com
Lammlí	Astrid	Docente gastronómico		Lujan	astridlammlí@gmail.com
Rodríguez	Jimena	Chef Catering	Chef	Maipú	jimena.eventospersonalizados@gmail.com
Cortinóvis	Giuliano	Antigua Residencia	Presidente		g.cortinóvis47@gmail.com
Goyeneche	Luciana	Turismo Las Heras	Coordinadora Gastronómica	Las Heras	promocionturistica@lasheras.gov.ar
Forconi	Antonella	Municipalidad de Godoy Cruz		Godoy Cruz	turismo@godoycruz.gov.ar
Oldrá	Claudia	Director de Turismo de Tunuyán		Tunuyán	turismotunuyan@gmail.com
Miglierina	Flavio	Resto Amare	Dueño	San Rafael	fmiglierina@hotmail.com

Longlois	Gastón	Algodón Wine Estates	Chef	San Rafael	glonglois@algodonwinestates.com
González	Gustavo Daniel	Asador cocina regional IGA	Dueño Chedd	San Rafael	gygeventosgastroeconomicos@outlook.es
Bustos Neguelova	Cintia	Municipalidad de Mendoza	Jefe org de eventos	Mendoza	cbustosneguelova@gmail.com
Rinaldo	Felipe	Ciudad de Mendoza	Director de cultura	Mendoza	feliperinaldo10@gmail.com
Guevara	Eliana	Municipalidad de Maipú	Chef	Maipú	elianachef@hotmail.com
Ontardi	Clara	INTA	Ing Agrónomo	Luján	contardi.clara@inta.gob.ar
Cipolla	Paola	Const/ Kauken	Chef	San Martín	paocipo1@gmail.com
Gregorat	Federico	Federico Gregorat Catering	Propietario	Mendoza	federicogregorat@gmail.com
Lorente	Josep	... Viajes y turismo	Desarrollo Producción	Mendoza	josep.lorente@.....
Rivas	María Argentina	Mar servicios gastronómicos	Propietario	Malargüe	mariarivas2011@yahoo.com.ar
Ontiveros	Sandra	Rte Ente Turismo Cámara Comercio Malargüe		Malargüe	chanyontiveros@gmail.com
Navarro	Julia	Dirección de Turismo de Malargüe	...	Malargüe	juliamgue@gmail.com
Trujillo	Emiliano	Bodega Familia Zuccardi	Sous Chef	Maipú	etrujillo@familiazuccardi.com
Peralta	Nicolás	Intercontinental Mendoza	Chef Ejecutivo	Guaymallén	nicolas.peralta@intercontinentalmendoza.com
Zavattieri	María Laura	Instituto IGA	Directora	Godoy Cruz	laurazavattieri@hotmail.com
Aballay	Stella Maris	Maestro Pastelero	Propietario	San Rafael	maryaballay@yahoo.com
González	Fabiana	Municipalidad de General Alvear	Directora	Alvear	fabigonzalezlopez@gmail.com
Barbera	Beatriz	AEGA-Bureau		Mendoza	beatrizbarbero@hotmail.com
Pettit	Federico	CASA VIGIL	Gerente	Maipú	fedepettit@casaelenemigo.com
Muñoz	Angelino	Dirección de Turismo San Rafael	Coordinador	San Rafael	angelino.jp@gmail.com
Molina	Carlos Ariel	Bamboo Resto	Cocinero	Alvear	unacarred94@hotmail.com.ar
Rizza	Silvia	Resto Donostia	Dueña	Godoy Cruz	silviarizza10@hotmail.com
Gutiérrez	Ana Paula	Ente Turismo/IGA		San Rafael	anapaulagutierrez@hotmail.com
Cavagnaro	Rocío	AEHGA	Empleada	Mendoza	rociocavagnano@hotmail.com
Vannesh	Gustavo	AEHGA		Mendoza	gustavovanncos@hotmail.com