

Foro de Planificación y Desarrollo de Turismo Gastronómico

Bahía Blanca, provincia de Buenos Aires – 21 de septiembre de 2017

Relatoría

Introducción

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

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

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

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

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

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

Socios estratégicos:

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

Colaboran:

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

Apoyan:

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

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

Foro de Planificación y Desarrollo de Turismo Gastronómico

Equipo técnico:

- Lic. Natalia Cardozo, Referente de Turismo Gastronómico, Ministerio de Turismo de la Nación.
- Lic. Natalia Álvarez Zabaleta, Referente de Calidad Turística, Ministerio de Turismo de la Nación.
- Lic. Juan Montero, Referente de Promoción Turística, Ministerio de Turismo de la Nación.
- Lic. Diego Bresler, capacitador, Ministerio de Cultura de la Nación.
- Cocinero invitado: Pedro Rastellino.

Para mayor información comunicarse a: cocinar@turismo.gob.ar

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

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



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

1. Patrimonio cultural gastronómico identitario. Estado de situación.

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

Elemento identitario (denominación)			Estado de situación		
Materias primas (listar y priorizar entre 3 y 5):	Productos gastronómicos (listar y priorizar entre 3 y 5):	Platos típicos y bebidas (listar y priorizar entre 3 y 5):	Ventajas Aspectos positivos	Desventajas Aspectos negativos	Observaciones (anotaciones generales que amplíen los puntos anteriores)
Pescados y mariscos: Brótola, Gatuzo, Corvina Rubia, Lenguado y Congrio. Langostino, pescadilla, corvina, palometa (Ing. White). Ostras (en Patagones, Los Pocitos.			-Muy buena pesca en Monte Hermoso. Pesca artesanal en la zona de Pehuencó. -Se consiguen principalmente camarones en la zona cercana a Bahía y ostras en Patagones. -En Patagones se organiza la Fiesta Provincial de la ostra. -En Bahía Blanca se organiza la Fiesta del camarón y el langostino.	-Se ha observado una disminución de la pesca debido a la contaminación de las aguas, sin embargo sigue siendo de buena calidad la materia prima adquirida. -Insuficiente abastecimiento local de pescados, no alcanza para cubrir la región, por lo tanto se termina dependiendo de otros puertos importantes. -Cierta informalidad en la comercialización de los pescados. -Elevados costos de los platos elaborados a base de pescado. -Desarrollo de las ciudades a espaldas del mar. -Comunidades pocos consumidoras del producto. -Desconocimiento de los usos de otras variedades de pescado.	-En Carmen de Patagones hay muy buenas ostras, falta quien organice la captura y comercialización del producto. Las ostras de Pocitos son muy buenas (San Blas).

				-Mariscos: no son de buena calidad, no están incorporados en todos los restaurantes. Se traen de San Antonio Oeste y de Puerto Madryn.	
	• Vinos.		-Se producen muy buenos vinos en Medanos, Villa Ventana y Saldungaray, forman parte de la ruta del vino de la provincia.	-Falta de presencia de las bodegas en la región. -Falta de valoración y conocimiento del producto. -Falta de una política de concientización del producto.	
	• Cerveza artesanal.		-En los últimos años se han generado nuevos emprendimientos de cerveza. -En Bahía Blanca existen dos fábricas de cerveza que producen en gran escala para cubrir la ciudad. -Púan es gran productor de cebada. Tiene su propia Fiesta de la Cebada.	-En Bahía Blanca compran la materia prima a otras localidades porque los productores locales no tienen suficiente producción para abastecerlos.	-La empresa Cargill saca la cebada para todo el mundo desde el puerto de Bahía Blanca.
• Oliva.			-Se producen muy buenos aceites y aceitunas en la provincia, sobre todo de Coronel Dorrego.		
• Carne de vaca y cordero.	• Quesos regionales. crema, dulce de leche, leche. Chacinados	• Asado, cubanitos de dulce de leche.	-Quesos: existencia de elaboradores históricos en las distintas regiones. -Gran variedad de quesos en la región. -Alto valor social, gran reconocimiento del producto.	-No hay frigorífico de cordero. Hay dificultades en la logística de distribución. No está certificado. -Quesos: dificultad para que la comercialización esté en manos de las familias locales.	

			-Excelente calidad de la carne debido a la buena alimentación del vacuno de llanura. -Asado: Cocción al disco es propio de la región. -Se realizan muy buenos salames en Tonquinst y en general en toda la zona. Cubanitos: son típicos de Bahía Blanca. Se elaboran también helados.		
• Miel.			-Excelente producto para maridar con la cerveza, el cerdo, pastelería y panadería. Permite desarrollar varias actividades (cocinar, charlas, visitas guiadas, uso medicinal, etc.). -Existencia de variedad de miel, diferenciadas por floración. -Nobleza del producto y su relación con el medio ambiente. -Desarrollo de empresas relacionadas con la actividad apícola. -Patentamiento del producto. -Producto de exportación (Cooperativa agrícola de Pigué), integra la Ruta de la Miel.	-Falta de valorización del producto. -Falta de habilitación - bromatología. -Utilización de agroquímicos. -El consumo interno es muy bajo. -Falta de una política de concientización del producto.	

Otros elementos gastronómicos: frutas finas (arándanos), gastronomía de colonias inmigrantes: francesa, italiana, alemana, vasca, mallorqui, española, sirio libanesa, daneses, bolivianos. Trigo. Ajo, cebolla. Pimienta rosa. Chiplu. Strudel. Jabalíes, vizcacha, nutria. Hongos (citaque, gírgolas). Zapallo, tomate, pimientos.

Turismo Gastronómico

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

Ventajas Aspectos positivos	Desventajas Aspectos negativos	Observaciones (anotaciones generales que amplíen los puntos anteriores)
La oferta gastronómica de Bahía Blanca es una de las mejor posicionadas del sur de la provincia.	Falta de concentración de la oferta gastronómica en la zona para generar un mayor atractivo que potencie el turismo gastronómico. Saliendo de Bahía Blanca el resto de las localidades poseen la oferta muy dispersa.	La Gastronomía en general insume muchos costos (en mano de obra, productos frescos, etc.). Esto genera que muchos emprendimientos por falta de una planificación adecuada cierren al poco tiempo.
Bahía Blanca combina paisaje de puerto, ciudad y campo, es una gran ventaja para posicionar a esta región como destino turístico gastronómico.	Históricamente a Bahía Blanca se la identifica como “ciudad de paso”, están buscando cambiar esta situación.	
Tienen fiestas de gran importancia en las cercanías de este centro urbano que pueden potenciar la zona. Ejemplo: Puán (170 km de Bahía Blanca) Fiesta de la Cebada Cervecera, en Pigué (132 km de B. Blanca) Fiesta del Omelette y en la Comarca Turística de Sierra de la Ventana (100 km), Fiesta Provincial de la Vendimia.	Insuficiente infraestructura en Bahía Blanca para albergar grandes congresos (no hay centro de convenciones, ni grandes estadios).	
Autódromo en proceso de construcción avanzado, representa una oportunidad para extender la estadía promedio de los turistas que se acerquen a vivir las carreras.	El puerto de Ing. White dejó de trabajar con mariscos y comenzó con cereales. Razón por la cual se empezó a perder la compra de mariscos.	

En Pehuen -Co hay un frigorífico.	Muchos pescadores artesanales sin suficiente infraestructura para conservar el pescado.	
Presencia de establecimientos educativos de gastronomía que podrían potenciar la oferta gastronómica.	La industria pesquera no se supo adaptar a las condiciones sanitarias que se exigen actualmente.	
Tradición del hombre de campo, ligado a todo el sur de la provincia de Buenos Aires.	Polo petroquímico, generó un deterioro en la calidad de las aguas. Existencia de enfermedades comprobadas por la contaminación provocada por las refinerías.	
Diversidad de paisajes en toda la zona sur de la provincia: laguna, campo, mar y sierra.	Bahía Blanca no se posiciona como cabecera regional. Falta aprovechamiento de la ciudad en complemento con Pehuen-có y Monte Hermoso.	
Alta calidad de los productos: miel, olivo, vino.	El turismo rural no está muy consolidado porque además se evidencia un importante éxodo rural.	
Crecimiento de bares y lugares gastronómicos en la zona de Bahía Blanca.	En Punta Alta faltan productos identitarios. No existe un área municipal que trabaje el tema.	
Arquitectura de Salamoné en la zona.	Resistencia al trabajo asociativo en Bahía Blanca. Escasa vocación turística del destino. Locales cerrados fuera del horario tradicional.	
Incremento de vuelos que llegan a la zona.	Falta de circuitos turísticos que integren a toda la zona. Se requiere una mayor inversión para el mejoramiento de la infraestructura existente.	
Tranquilidad de los pueblos rurales.	Hubo un intento de regionalización del sudoeste de Buenos Aires. Existe una ley del sudoeste pero no se implementó, se generó desde el sector agropecuario. Falta de interacción entre productores, comerciantes y municipios.	
Termas en Medanos y Parque Luro complementa la oferta turística.	En Pehuen-có falta un mayor acompañamiento por parte del estado.	

En Pringles, Pigüé (elaboración de omelette) y Coronel Suárez (cultivo de trufas) se promueven diferentes espacios gastronómicos (domingos) en el se ofrecen productos y elaboraciones locales.	Escasa conectividad vial, deficiente infraestructura de caminos.	
	Escasa disponibilidad de productos. Es deficiente la articulación entre el productor y los establecimientos gastronómicos locales.	
	Necesidad de un registro de productores.	
	Falta de conciencia turística en algunos municipios, necesidad de fortalecer la capacidad anfitriona de las localidades de la región.	Algunos municipios no tienen voluntad ni conciencia para recibir al turista.
	Falta de comunicación, coordinación y difusión de acciones.	
	Necesidad de fortalecimiento de la identidad gastronómica local.	
	Falta de formación del personal gastronómico.	
	Falta una marca turística que represente a la "llanura pampeana".	
	Poco desarrollo en alojamientos turísticos.	
	Desconocimiento de materias primas por parte de la comunidad local y visitantes, en Bahía Blanca sus pobladores no reconocen tener identidad gastronómica.	
	Necesidad de fomentar acciones que permita desarrollar el mar y el campo.	
	Bahía blanca carece de cordón hortícola.	INTA va desarrollar el cordón hortícola.
	Necesidad de capacitaciones para: camareros en	

	idiomas, información turística.	
	Los restaurantes no incluyen platos tradicionales de pescados.	
	El consumidor prefiere productos no artesanales porque tienen costos menos elevados.	Bahía Blanca tenía muchos molinos harineros, hay emprendimientos de micro molinos con potencial de desarrollo.
	Falta el acompañamiento de algunos municipios para el desarrollo del Turismo Gastronómico.	
	Dificultades para normalizar la comercialización de productos gastronómicos locales.	

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

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

Acciones de fortalecimiento
Aprovechar lo que significa Bahía Blanca como ciudad importante de la zona (en cuanto a servicios y oferta) para que los pueblos y municipios vecinos cuando la visiten consuman más gastronomía, turismo y cultura en este importante centro.
Crear una plataforma digital que facilite la comunicación entre productores, establecimientos y organismos dedicados a esta actividad/ promover acciones de formación, inter- consulta. Organización de calendario de fiestas regionales, entre otros.
Organizar una feria itinerante con pequeños productores de la región para diversificar y mejorar la oferta.
Concientizar sobre gastronomía local aprovechando eventos que se realizan en Bahía Blanca (ejemplo en el marco de “Fisa” se organiza el evento “Entra a la Cocina”).
Promover líneas de créditos que ayuden a los emprendedores a adquirir equipamiento moderno para sus establecimientos.
Promover desde el sector público acciones de capacitación: atención al cliente, buenas prácticas y administración de emprendimientos gastronómicos, idiomas.
Formalizar y controlar el comercio informal de los pescados y mariscos.

• Promover una certificación de los procesos de tratamiento del pescado.
• Generar información y comunicación en los municipios para desarrollar el producto turismo gastronómico.
• Incorporar en Casa de turismo de la provincia folletería de toda la zona.
• Generar acciones de sensibilización en desarrollo, promoción y comercialización de la oferta de turismo gastronómico: Tornquist, Saavedra, Dorrego, Pehuen-có, Bahía Blanca, Punta Alta, Villarino, etc.
• Abastecer de gas natural a Pehue-có.
• Capacitar a los RRHH de turismo en los municipios de la región.
• Organizar un encuentro regional con los sectores, productores, cocineros, agentes vinculados a turismo, la hotelería y la gastronomía.
• Difundir todo lo que sucede en la región utilizando como punto de referencia la ciudad de Bahía Blanca. Ejemplo: oficina de turismo regional con folletería, de hotelería, gastronomía, actividades turísticas, espectáculos, rutas gastronomía, comercios, etc.
• Generar un Registro de actores vinculados al turismo gastronómico (productores, establecimientos gastronómicos, instituciones educativas vinculadas, cocineros, etc.) y articulación de acciones para el desarrollo del producto.
• Elaborar un plan de comunicación de la oferta turística vinculada a la gastronomía.
• Concretar acciones de fortalecimiento de la identidad gastronómica local.
• Desarrollar un plan de capacitación y sensibilización para la región.
• Trabajar en la legislación de carne de caza para facilitar su comercialización.
• Diseñar un Mapa regional que contenga todas las propuestas gastronómicas de la región, haciendo hincapié en los productos de la tierra.
• Adaptar la normativa municipal a las producciones artesanales (facilitar las habilitaciones según características del destino (Ej: en Pehuen-có se les dificulta la habilitación de emprendimientos gastronómicos porque en la localidad no hay agua potable).
• Profesionalizar las acciones de bromatología, no disponen de personal idóneo para ejecutar la fiscalización.
• Facilitar normativas que promuevan la realización de ferias gastronómicas.
• Brindar asesoramiento técnico para fortalecer procesos de producción y comercialización (junto al INTA) de elementos gastronómicos locales.
• Potenciar el desarrollo del Turismo rural.
• Generar una aplicación que oriente a los turistas sobre la oferta gastronómica de la región.

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:	Proyecto “Bahía Integra”.
Marco institucional:	Participan los municipios de la zona, asociaciones afines al sector hotelero, gastronómico y el sector académico entre otros.
Objetivo:	Articular a los actores intervinientes en la producción y consumo regional para organizar diferentes actividades (comerciales, eventos gastronómicos, culturales entre otros).
Descripción:	Crear y organizar un registro de productores zonales y regionales de acceso público, tanto de productores, empresarios gastronómicos, sector turístico y cultural e instituciones educativas.
Ubicación espacial:	Bahía Blanca y zona de influencias.
Propuesta a desarrollar	Descripción
Denominación:	Circuito “La diversidad del Sudoeste: de las sierras al mar.”
Marco institucional:	Subsecretaría de Turismo de la provincia de Buenos Aires. Área de Turismo de los municipios involucrados: Bahía Blanca, Cnel. Rosales (Punta Alta, Pehuen -có), Monte Hermoso, Dorrego, Torquinst, Puan, Villarino, Patagones, Saavedra, Guaminí, A. Alsina, Cnel. Pringles, Cnel. Suárez. FEGHRA local. Cámaras de comercio de la región. Instituciones educativas de la región.
Objetivo:	Transmitir a los turistas las cualidades y riquezas de cada lugar de la región.
Descripción:	Diseño de un circuito regional que se pueda comunicar a través de folletería, sitio web y otros medios de marketing y promoción. Este circuito debe integrar los diferentes recursos y atractivos que ofrece cada municipio de la zona, y que se identifican como complementarios. En este sentido, la gastronomía juega un rol central en la exhibición de la diversidad cultural, a través de los diferentes platos y productos que se pueden ir degustando en cada lugar, y que reflejan el aporte de inmigrantes, colectividades, etc. Este circuito puede gestionarse a través de una red de referentes de turismo locales, junto con los referentes gastronómicos. Generando encuentros que fomenten la integración regional.

Propuesta a desarrollar	Descripción
Denominación:	Oficina de Turismo Regional.
Marco institucional:	Municipios de la Región. Subsecretaría de Turismo de la provincia.
Objetivo:	Difundir la oferta turística - gastronómica regional.
Descripción:	Esta oficina brindará información sobre: gastronomía, turismo, hotelería, actividades, espectáculos de la región.
Localización:	Ciudad de Bahía Blanca elegida como ciudad intermedia. Rutas 3 norte, 3 sur , 33 y 36
Propuesta a desarrollar	Descripción
Denominación:	Cocina Bue sur.
Marco institucional:	Sector público, privado y académico.
Objetivo:	Ordenar, articular y planificar el desarrollo del Turismo Gastronómico de la región sur.
Descripción:	Elaborar un Masterplan integrando las propuestas de la región, experiencias y sabores. Algunas acciones a concretar: convocatoria, diagnóstico, planes con medición, cronogramas, alianzas).
Localización:	Región sur.
Propuesta a desarrollar	Descripción
Denominación:	Feria itinerante de la zona sudoeste de la provincia.
Marco institucional:	Asociaciones de turismo municipales, canales de TV, INTA.
Objetivo:	Dar a conocer los productos típicos de la zona.
Descripción:	Talleres, degustaciones, capacitaciones, entre otras actividades que coincidan con la realización de alguna fiesta gastronómica local.
Localización:	Sudoeste de la provincia de Buenos Aires.
Propuesta a desarrollar	Descripción
Denominación:	Fiesta de la comida al disco del sudoeste bonaerense “a-mar y campo”.

Marco institucional:	INTA, Universidades, región del sudoeste de la provincia de Buenos Aires, Asociación de hoteles, restaurantes, confiterías y afines, escuelas de gastronomía, acompañan la Subsecretaría de turismo de la provincia, organismos de turismo municipales.
Objetivo:	-Fortalecer la identidad gastronómica regional. -Impulsar el agroturismo y turismo gastronómico.
Descripción:	Se organizará una mesa de trabajo en la localidad con referentes claves (restaurantes, productores, asociaciones civiles sin fines de lucro, etc.). Se ofrecerán eventos artísticos, degustación y venta de comidas al disco. Se integrará a la comunidad en este proceso.
Localización:	Primera sede: Pehuen-có, mes de diciembre.
Propuesta a desarrollar	Descripción
Denominación:	Termas/mas/sierra.
Marco institucional:	Organismos municipales de Turismo de la región sudoeste. Subsecretaría de Turismo de la provincia.
Objetivo:	Potenciar la oferta turística de la región sudoeste.
Descripción:	Crear un circuito turístico aprovechando zonas de mar en verano, sierras en invierno y termas durante todo el año.
Localización:	Sierra de la ventana, Monte Hermoso, Pehuen-Có.

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
Arocena	Julia	Dirección de Turismo	Directora	Bahía Blanca	mjarocena1@gmail.com
Sapurar	Antonella	Universidad Nacional del sur	Estudiante	Bahía Blanca	sapurar.antonella@gmail.com
Micucci	Leticia	Sucrerie café	Cocinera-comerciante	Bahía Blanca	
Marchese	Martín	El Almacén	Propietario	Bahía Blanca	marchese@hotmail.com
Álvarez	Alejandra	Municipalidad	Equipo técnico	Coronel Pringles	pringlesalejandra@gmail.com
González	Ramiro	CONICET-INTA	Investigador-promotor	Bahía Blanca	rmatute@crba.edu.ar
Zani	Bruno	Vinoteca Brix	Propietario	Bahía Blanca	brunojani@gmail.com
Lofredo	Alan	Goyena	Estudiante	Bahía Blanca	aleex9237@gmail.com
Tamalet	Julio César		Cocinero	Pehuen-có	juliantamalet@hotmail.com
Malaspina	Nahuel	Municipalidad	Subsecretario de Turismo	Patagones	turismopatagones@gmail.com
Spinelli	Andrea	Servicio de catering/Goyena	Propietaria. Profesora	Bahía Blanca	andreaspinelli@hotmail.com
Amanti	Carlos	Goyena	Profesor	Bahía Blanca	carlosamantini@gmail.com
Miranda	María Belén	IGA	Compras/cocinera	Bahía Blanca	miranda.mbelen@hotmail.com
Buffo	Miguel	IGI	Docente	Bahía Blanca	miguel.buffo@gmail.com
Kohan	Gabriel	Puerto sabores	Propietario	Pehuen-có	latradicionqueviene@gmail.com
Bustos	Roberto	UNS	Docente	Bahía Blanca	usbustos@uns.edu.ar
Cimanosti	Oscar Alberto	Grupo cortaderas	Restaurante El gringo vigo	Coronel Suárez	turismoelgringovigo@yahoo.com.ar
Nizovoy	Dora	Coop. Serv. Y Obras públicas	Encargada de Finca olivícola	Puan	olivaepuantu@gmail.com
Castoldi	Federico	INTA	Jefe de agencia	Bahía Blanca	castoldi.federico@inta.gob.ar
Sorrivas	Máximo	IGA	Docente	Bahía Blanca	sorrivasmáximo@gmail.com
Laurent	Gabriela	UNS	Docete	Bahía Blanca	gabriela.laurent@uns.edu.ar
Payanacci	Danilo	Yorac	Titular	Bahía Blanca	yorakresto@gmail.com
Christinasen	María del Valle	Restó San Cristóbal	Titular	Bahía Blanca	mariadelvalle66@hotmail.com
Sagarzan	Romina	Casa Crespo	Titular	Bahía Blanca	rominasagar@gmail.com
Bianco	Lucía	Museo del Puerto Ing. White	Coordinadora de área de cocina	Bahía Blanca	biancolv@yahoo.com
Moreno	Verónica	Universidad Nac. Del Sur	Ayudante	Bahía Blanca	veronicamoreno@hotmail.com
Zuccarini	Luisina	Universidad Nac. Del Sur	Ayudante	Bahía Blanca	zuccariniluisina@gmail.com
Meliusky	Lisandro	Hapiness	Titular	Bahía Blanca	lmeliusky@happiness.com.ar
González	Manuela	Inst. Gastronómico Int.	Profesora	Bahía Blanca	chefmanuelagonzale@gmail.com
Sabater	Ana María	IGI	Docente	Bahía Blanca	sabateranamaria@gmail.com
Maipach	Jorge	Asociación de Turismo	Vicepresidente	Bahía Blanca	jmaipach@gmail.com

OMS	Eloy	Restaurant Tributo	Socio	Bahía Blanca	eloyoms@gmail.com
Troilo Spina	Vera	IGA	Estudiante	Bahía Blanca	vera.ts@outlook.com
Díaz	María Sol	IGA	Estudiante	Bahía Blanca	mgs-08-07@outlook.com
García	Silvina	Restaurante Monteverde	Propietario	Pehuen-có	sgarciagaclea@hotmail.com
Tanana	Ariadna	UNS	Docente	Bahía Blanca	atanana@criba.edu.ar
García	Pablo	INTA	Técnico-Agente de proyecto	Bahía Blanca	garcia.pabloeduardo@inta.gob.ar
Tourn	Elian	INTA-UNS-CAP	Docente	Bahía Blanca	
Montalbán	Marisol	Municipios	Coordinación de Turismo	Bahía Blanca	marisolmontalban@gmail.com
Petrucci	Fernanda	CFPN N° 402	Estudiante	Bahía Blanca	
Mesiti	Walter	Hotel "Casa crespo"	Empleado	Carmen de patagones	walter-mesti@hotmail.com
Maza	Karina	La Toscana	Propietaria	Pehuen-có	la-pampeana2010@hotmail.com
Vieytes	María Lidia	Municipalidad	Directora de Turismo	Benito Juárez	turismobenitojuarez@gmail.com
Larralde	María Eugenia	Cof. Omelette		Pigüe	mariabras2003@yahoo.com.ar
Speake	María Ángeles	Universidad Nac. Del sur	Docente	Bahía Blanca	angeles.speake@gmail.com
Jones	Ian	Goyena	Alumno	Bahía Blanca	ian.jones4@hotmail.com
Blanco	María Lorena	Municipio	Administrativo	Coronel Pringles	loreprin@hotmail.com
Muraunih	Javier	Origen Mendoza	Propietario	Bahía Blanca	origenmza@gmail.com
Colonella	Julieta	INTA-MINAGRO	Agente de proyecto.Cambio rural	Coronel Suárez	colonella.julieta@inta.gob.ar
Lucisich	Ricardo Damian	Coop. Olivícola Cabildo	Asociado	Bahía Blanca	lucisich@live.com
Biagetti	Ariel Adrián	Café x medio	Propietario	Bahía Blanca	info@cafexmedio.com.ar
Fabbri	Ana María	Turismo Patagones	Profesional Técnico	Patagones	anamariafabbri@hotmail.com
Gil	Valeria	UNS		Bahía Blanca	
Rodríguez	Cecilia	UNS		Bahía Blanca	
De Miguel	Natalia	UNS		Bahía Blanca	
Zuccarini	Luisina	UNS		Bahía Blanca	