

Foro de Planificación y Desarrollo de Turismo Gastronómico Salta – 09 de noviembre de 2016

Relatoría

Introducción

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

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

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

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

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

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

Socios estratégicos:

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

Colaboran:

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

Apoyan:

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

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

Foro de Planificación y Desarrollo de Turismo Gastronómico

Equipo técnico:

- Lic. Mariángeles Samamé, Directora de Productos, Ministerio de Turismo de la Nación.
- Mg. Marcela Luján, Directora Nacional de Calidad Turística, Ministerio de Turismo de la Nación.
- Lic. Laura Dugo, Directora de acciones promocionales, Ministerio de Turismo de la Nación.
- Lic. Natalia Cardozo, Referente de Turismo Gastronómico, Ministerio de Turismo de la Nación.
- Lic. Cecilia Camba, Referente de Planificación Turística, Ministerio de Turismo de la Nación.
- Ing. Agr. Claudia Bachur, Fundación ArgenINTA.
- Lic. Claudina Kutnowski, Ministerio de Cultura de la Nación.
- Diego Plottier, CAT.

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:

Ventajas:

- Existen materias primas, cultura y tradición heredadas y transmitidas de generación en generación.
- Fuerte arraigo cultural histórico reflejado en la gastronomía.
- Se conserva la ritualidad de las costumbres tradicionales como por ejemplo “Dar de comer a la Pacha”.
- Gran diversidad productiva, reflejo de las condiciones agroecológicas de la provincia.
- Cocina hereditaria, perdurable y democrática.
- Orgullo por las tradiciones.

- La provincia esta posicionada local e internacionalmente en el mercado turístico.
- Amabilidad para recibir al turista.
- Existe voluntad política de trabajar en conjunto para fortalecer la oferta de Turismo Gastronómico provincial.
- Se trabaja en las escuelas para promover el afecto por las tradiciones
- La comunidad tiene mucho conocimiento sobre su gastronomía.
- Existencia de escuelas de gastronomía en la provincia.
- Existencia de numerosos Concursos, Ferias y Festivales vinculados a la gastronomía local.
- Los productos y/o platos típicos de mayor presencia en la provincia son las empanadas, los tamales y los vinos.
- Salta posee una Red de Turismo Campesino muy bien desarrollada.
- El Ministerio de Ciencia y Tecnología de la Nación posee líneas de financiamiento para fomentar la innovación tecnológica en los procesos productivos, algunas se están ejecutando en la provincia. Las universidades también están comenzando a trabajar en esta línea (ej: proyecto para deshidratar hortalizas).

Desventajas:

- Falta de asociativismo en el sector productivo. Existe informalidad en los productores.
- Alto grado de informalidad en el sector, repercute en la comercialización del producto.
- Existen acciones privadas de pequeña escala y de forma aislada.
- Necesidad de mayores acciones de promoción de la gastronomía salteña.
- Necesidad de contar con más capacitaciones, equipamiento técnico para mejorar la oferta.
- Falta de diferenciación en el código alimentario.
- Existe un bajo porcentaje de productores que abren sus puertas al turismo.
- La legalización del trabajo del chacarero generó un incremento en los costos de producción.
- Logística de acceso y distribución de la producción deficiente.
- Los grandes productores acaparan el mercado de los condimentos. Se necesita proteger a los pequeños productores y evitar la adulteración de los productos.
- Alta complejidad para habilitar productos.
- Falta de mataderos y frigoríficos.
- Falta de aprovechamiento y comercialización de algunos productos (ej: mago, papaya), por falta de conocimiento y concientización de la población local.
- Falta incorporar valor agregado a los productos desde el punto de vista tecnológico. Existe materia prima, pero muchos productores desconocen como podrían optimizar su aprovechamiento.
- Dificultad de acceso a las líneas de financiamiento existentes debido a que los productores carecen de personería jurídica, que es uno de los requisitos exigidos para acceder a los mismos.
- Dificultad de acceso a las tecnologías necesarias para aplicar determinadas técnicas, por ejemplo: Deshidratación de hortalizas.
- Deficiente conectividad digital.
- La diferencia de precios por parte de los comerciantes es una de las quejas más recurrentes de los turistas.

- Dificultad de acceso a los sitios donde se cultivan las materias primas (distribución interna deficiente).
- La legislación vigente favorece al gran productor, no así al de menor escala.
- Problemáticas bromatológicas y en las habilitaciones municipales. Falta de marcos regulatorios en algunos casos y de controles en otros.
- Falta de estrategias para fortalecer el turismo en localidades que menos desarrollo turístico.

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

Elemento identitario (denominación)	Estado de situación	
	Ventajas	Desventajas
<p>1-Puna: variedades de papa (género botánico solanum y oxalidacias). Llama, cabra, queso de cabra, ovejas, cordero. Hierbas medicinales y aromáticas: airampo, copa copa, chipi chape, pupusa, baila buena, rica rica, quichamal. Maíz capia. Dulce de cayote, cuaresmillo. Airampo (cactus, se utiliza en infusiones). Arbejas, porotos, Habas, chicha, quínoa, anchi, caldo majau, mote chicharrón. Sal.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • La Secretaría de Asuntos Agrarios fomenta el fortalecimiento de la producción primaria. • En San Carlos existe trabajo asociativo, los productores juntan las producciones para vender sus productos y fortalecer la oferta. • Se está trabajando con productos salteños como sello diferenciador “Hecho en Salta”. 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de mataderos oficiales. • La disponibilidad de productos está sujeto a las inclemencias climáticas (lluvias insuficientes, etc.). • Se necesita ayuda para los productores de llama. • Falta de elaboración e implementación de un plan anti-cíclico. • SENASA trabaja fundamentalmente con grandes productores y los pequeños quedan afuera. Solo existen tres frigoríficos en la provincia y dos usinas lácteas. Los requisitos exigidos requieren de mucha inversión que los pequeños productores no pueden afrontar. • Falta de asociativismo entre los productores. • Papa andina, maíz capia: producción de subsistencia. • Llama, cordero, cabra: no hay matadero/frigorífico habilitado en la provincia. -La carne de llama no se encuentra en el código alimentario. -Escasa accesibilidad de los turistas y gastronómicos a los platos elaborados en base a estas tipologías de carnes. • Dulce de cayote/queso de cabra: problema de higiene en su elaboración, falta de permisos bromatológicos. -Las reglamentaciones no contemplan las características de la elaboración artesanal.

		<p>-Bajo volumen de producción. -Escasa accesibilidad de los turistas y gastronómicos a los quesillos.</p>
<p>2-Pre-puna y Valles intermedios: habas, arvejas, maíz capia, cebolla, ajo, duraznos, zanahoria, frutas de carozo y de pepitas, quínoa, amaranto, chinchillas, hortalizas (tomate, pimiento, zapallo, lechuga y acelga), legumbres, uvas, especias (pimiento para pimentón, comino, anís) aromáticas, chicha de molle, uva Torrontés, mistela, cabrito y cordero. Membrillo, pasa de uva. Vinos de altura. Queso de cabra, alfalfa. Condimento: comino, orégano, pimentón, anís, pimienta. Charqui. Cuaresmillo, Higos y brevas. Arrope de chañar. Tuna. Papas (papines), masas artesanales (con recetas ancestrales): gaznate. Poroto pallar. Nogales. Truchas. Producción de cabra y ovejas. Maíz morocho. Cebolla. Quesadilla (se hace con arrope de uva de la zona). Nueces: nuez criolla (pequeña), producción silvestre. En menor cantidad, nuez mariposa (elaboración: nueces confitadas). Frutas secas: pasas de uva, higos, durazno. Perales, manzanas (pequeñas y de menor escala). Aloja de algarroba y de maíz. Chicha de uva. Miel de uva.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Cocina fresca, diversa por sus condiciones agroecológicas, hereditaria, perduró en el tiempo, el mismo salteño consume sus platos típicos, se consigue en varios establecimientos (algunos productos: tamales, humita, empanadas, queso de cabra, miel, dulces, papas andinas, quínoa). • Las Escuelas agrotécnicas se han transformado en semilleros de emprendimientos vinculados a la producción. • Existen utensilios y técnicas de elaboración y cocción de la época de los diaguitas. • Existen productores formales, están todos registrados con marca y señal. • Algunas escuelas enseñan gastronomía a los niños. • Existen kioscos saludables. • Ruta del vino y bodegas abiertas. Gran cantidad de festivales. • Vinos: vino artesanal, existe una 4ta generación de bodegueros. Es necesario revalorizar y transmitir la historia de los vinos. • Uva: actualmente se aprovechan las semillas y el hollejo. Se quiere elaborar dulce de uva y aceite de uva. 	<ul style="list-style-type: none"> • La comunidad necesita fortalecer su identidad gastronómica, en este sentido es necesario implementar acciones desde los más pequeños. • En algunos casos se desconoce el origen de los productos y beneficios de los mismos. • Se suelen combinar los productos locales con los más populares para generar mayor rentabilidad en los establecimientos gastronómicos. • La disponibilidad de carne de llama está sujeta a las inclemencias climáticas y a la faena que debe estar autorizada por SENASA. • El abastecimiento de algunos productos es un problema, se requiere de un mecanismo para que estén disponibles en tiempo y forma. • Es necesario fortalecer la unión entre el sector productivo y gastronómico. • Es insuficiente la presencia de platos típicos en los restaurantes. • Se necesita trabajar en sellos argentinos, denominación de origen, etc. Certificaciones de calidad para estandarizar la calidad de productos. • Hay escasez de personas que quieran realizar trabajo de campo. • Infraestructura deficiente, rutas deterioradas, falta de señalética, estaciones de servicios. • Algunos productores no aplican buenas prácticas de manejo.

		<ul style="list-style-type: none"> • Algunos establecimientos no elaboran platos típicos con productos locales a pesar de que están disponibles. • Existe mayor oferta que demanda, afecta la calidad de los productos. Hay muchos inversores externos que agudizan el problema de la sobre oferta. • Ausencia de una identidad gastronómica. • Falta de capacitación de los RRHH que brindan servicios turísticos. • Vinos artesanales: se está perdiendo esta forma de elaborar vinos (desgranado a mano, vino patero). Algunas familias tratan de preservarlo.
<p>2-Norte verde: frutas tropicales: maracuyá, banana, mango, tomate de árbol, uvilla, porotos, maíz, mandioca, batata, maíz pizingallo, soja, maní, queso de vaca, pescados de río, cerdo, mieles (de abejas silvestres), caña de azúcar. Cítricos (mandarina, naranja y pomelo). Berenjenas, zapallitos, palta verde, cítricos (mandarinas, naranja, pomelo). Papaya. Albahaca, batata, mandioca. Pimientos. En la zona de Tartagal: producción de cereales. Orán: muchas fincas, verduras y frutas. Producción porcina, bovina (tipo cebú). Miel. Pescados: sábalo, surubí, dorado, pacú, boga. Esturión (especie exótica introducida), Ají quitucho. Carnes de</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Maíz: diversidad productiva. Gran capacidad nutricional. -Favorece el desarrollo de un trabajo inclusivo que mejora la economía local. -Las comunidades originarias tienen una cultura de la conservación de las semillas (por tanto, se logran diversas variedades). -Tiene presencia en todos los platos típicos de la región. -La oferta esta promocionada. -Chicoana se está consolidando como un destino gastronómico, basando su oferta en las preparaciones derivadas del maíz (tamales, humitas, etc.). Cuenta con un Patio de comidas "Sabores de Chicoana", en el cual las tamaleras locales ofrecen sus platos típicos. Chicoana ha sido declarada como Capital Nacional del Tamal. -Se realizan diversos festivales que revalorizan 	<ul style="list-style-type: none"> • Maíz: marcada estacionalidad del cultivo, lo cual genera faltantes de oferta. -Hay diferencias en los productos finales de maíz (algunos no rinden, son más aguados). • Escasa oferta de platos típicos. • Clima desfavorable (excesivo calor). • Alta conflictividad social, está presente el flagelo de la droga. • Pescado de río: la venta es informal, sin controles bromatológicos. • Falta un mayor aprovechamiento, en general, de las frutas tropicales. Únicamente los pequeños productores los suelen trabajar, a través de conservas y dulces.

<p>monte y de río: yacaré, vizcacha, conejo, chanco de monte, corzuela, mulita.</p>	<p>este alimento: Festival del tamal, Festival del choclo, Festival de la humita salteña (San Lorenzo), Festival de la chicha en La Calera, entre otros.</p> <ul style="list-style-type: none"> • El paisaje es muy atractivo por sus ríos y selvas exuberantes. • Las comunidades originarias tienen una cultura de la conservación de las semillas. • Mucha producción de frutas tropicales. 	
<p>3-Chaco salteño: maní, tomate, miel (silvestre y de producción), cítricos (pomelo, limón), papa, ganado mayor y menor (cerdo), soja. Sandía.</p>		
<p>4-Sur: ganadería, Agua mineral. Embutidos: Chorizo colorado. Quesos en general y quesillo (de vaca). Dulce de leche. Legumbres y Cereales: Porotos alubia, negro, colorado, cranberry. Miel por 3 colores (citrus, chilca, suncho). Arándanos. Cítricos (naranja). Árbol de tomate. Nuez Pecan. Orégano. Ají rojo. Ají del monte o kitucho. Ají de Cayena, oveja. Hortalizas. Huevos, soja, ganadería vacuna, caprina y bovina. Tuna. Cártamo (se usa para aceite). Lácteos. Mistol, chañar, algarroba. Cítricos. Charqui.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Los productores se están empezando a organizar, formando una cooperativa o asociación. Se va a comenzar a producir huevos deshidratados. • Hay mucha ganadería, sobre todo vacuna. • Hay mucha producción porotera, mucha variedad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de sensibilización y promoción sobre el desarrollo turístico. Se infiere que la zona es auto sostenible y no necesita del turismo para generar recursos y trabajo.
<p>5-Norte andino: cítricos (naranjas), ulupica, llamas y ovejas, Maíz. Papas verdes y lisa. Frutales de carozo, habas, Quínoa. Hierbas: albahaca, poleo,</p>		

<p>cedrón, muña muña, rica rica, borraja. Cabras. Quesos artesanales.</p>		
<p>6-Valle de Lerma: huevos y leche, duraznos, uva, carne de conejo, maíz diente de caballo, ají y ají cayena (se hace la pimienta de cayena). Amaranto y Yacón. Tabaco, cuenca lechera. Gaznates y colaciones. Vinos de altura: Torrontés, Tannat, Malbec, Cabernet Sauvignon. Mistela. Pescados: sábalo, criaderos de trucha y truchas naturales. Pejerrey. Albahaca. Yerba buena. Menta. Tomillo, romero. Chirimoya. Higo níspero, zapallo verde. Hortalizas, Frutas frescas y desecadas de carozo y pepitas. Queso de cabra. Porotos (negros, blancos). Producción bovina, porcina y caprina. Hierbas aromáticas: yerba buena, menta, tomillo, romero. Ají cayena.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Vinos: factor de atracción turística, generador de empleo. • Mucha producción de hortalizas (son cinturón verde). • Se promueve una ley caprina. • Existen frigoríficos que están trabajando en chacinados con segundo agregado de valor. • Gran potencial turístico. 	<ul style="list-style-type: none"> • Vinos: excesivo consumo de marcas extranjeras. • Baja estadía promedio de los turistas. • Infraestructura insuficiente. • Escasa accesibilidad de los turistas a los productos y a la información turística de la zona.
<p>Platos típicos: empanadas salteñas, locro, humita, tamal, carbonada, huaschalocro, frangollo, quesillo, dulce de cayote, empanadilla, dulces regionales. Pastel de choclo. Cazuelas de carnes regionales. Chanfaina. Cabeza guateada, Tortilla rescoldo. Tortilla a la parrila. Tortilla rellena. Bollos. Dulces de cayote, cuaresmillo, Higos en almíbar, zapallo. Quesillo de miel de caña, con cayote o con cuaresmillo. Nueces confitadas. Turrón salteño. Torta de</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Empanada salteña: existencia de demanda y oferta. Se produce en serie. Genera gran cantidad de fuentes de trabajo. • Los platos más posicionados son: Empanadas salteñas, Humita: en chala, a la olla, Tamales (variedad), Locro. 	<ul style="list-style-type: none"> • Empanada salteña: oferta atomizada. -Calidad heterogénea. -Necesidad de acciones de capacitación (manipulación de alimentos). -Falta de mantenimiento de la cadena de frío.

<p>leche. Platos a base de pescado: frito, a la romana, con verduras, envuelto en papel aluminio. Derivados de la caña de azúcar: tabletas de miel de caña, Alfeñique, chancaca, jalea de miel de caña, etc., (esto se está perdiendo). Guarapo (bebida fermentada). Conservas. Anchi. Mazamorra. Leche planchada. Ambrosía. Sopa de maní. Dulce de leche “Campo Quijano”, Bollo con chicharrón. Picante de pollo. Platos de cocina árabe, boliviana. Empanadilla. Dulce de tuna. Nísperos. Dulce de nuez. Api. Chilcán (harina cocida), Chicha de maíz, maní. Alojja. Milanesa y salteado de llama. Escabeche de conejo, yacaré, vizcacha (en el chaco salteño). Asado a la llama (carne vacuna, llama, cabrito, cordero – con carnes regionales). Plato a desarrollar: bocaditos de mandioca con queso.</p>		
---	--	--

CONSIGNA 2

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

Elementos gastronómicos identitarios
<ul style="list-style-type: none"> • Quínoa.
<ul style="list-style-type: none"> • Quesillo (requiere control bromatológico).

<ul style="list-style-type: none"> • Achira.
<ul style="list-style-type: none"> • Mandioca. • Pollos (pequeños productores).
<ul style="list-style-type: none"> • Chacinados (con segundo agregado de valor).
<ul style="list-style-type: none"> • Yacón.
<ul style="list-style-type: none"> • Tamal.
<ul style="list-style-type: none"> • Humita.
<ul style="list-style-type: none"> • Cazuela de llama.
<ul style="list-style-type: none"> • Quesos de cabra.
<ul style="list-style-type: none"> • Frutillas.
<ul style="list-style-type: none"> • Cártamo.
<ul style="list-style-type: none"> • Tabaco.
Puna
<ul style="list-style-type: none"> • Habas (chupe de habas o habas con queso).
<ul style="list-style-type: none"> • Hierbas aromáticas.
<ul style="list-style-type: none"> • Charqui para usos culinarios.
<ul style="list-style-type: none"> • Chalona (charqui de carne de llama y oveja).
<ul style="list-style-type: none"> • Pachamanca.
<ul style="list-style-type: none"> • Huatia.
Norte Verde y chaco salteño (de estos productos hay disponibilidad, requieren valor agregado y preparación de platos típicos)
<ul style="list-style-type: none"> • Frutas tropicales.
<ul style="list-style-type: none"> • Carnes exóticas.
<ul style="list-style-type: none"> • Miel de los montes (avispa moro).
<ul style="list-style-type: none"> • Tomate.
Zona Sur
<ul style="list-style-type: none"> • Agua mineral (Palau).
<ul style="list-style-type: none"> • Miel.
<ul style="list-style-type: none"> • Nuez pecan.
Norte Andino

<ul style="list-style-type: none"> Hierbas (todas).
<ul style="list-style-type: none"> Frutos de carozo, pepita e higos.
Valle de Lerma.
<ul style="list-style-type: none"> Aceite de oliva.
<ul style="list-style-type: none"> Ambrosia.
<ul style="list-style-type: none"> Hortalizas.
<ul style="list-style-type: none"> Ferías de la quebrada.
<ul style="list-style-type: none"> Vinos.
Valles calchaquíes
<ul style="list-style-type: none"> Cocinas regionales.
<ul style="list-style-type: none"> Algarroba.
<ul style="list-style-type: none"> Arropes.

CONSIGNA 3

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

Acciones de fortalecimiento
<ul style="list-style-type: none"> Poner en valor las cocinas pre- colombina y colonial.
<ul style="list-style-type: none"> Fortalecer los mercados locales para que sean representativos de la gastronomía salteña. Incorporar espacios para que los productores puedan ofrecer sus productos. Generar acciones legales para que se constituyan correctamente.
<ul style="list-style-type: none"> Otorgar beneficios impositivos a los establecimientos gastronómicos que ofrezcan platos típicos.
<ul style="list-style-type: none"> Generar ferias gastronómicas municipales.
<ul style="list-style-type: none"> Incentivar la formalización de los productores.
<ul style="list-style-type: none"> Promover el abastecimiento de productos mediante la aplicación de un sistema de faena. Legalizar la cadena de distribución.
<ul style="list-style-type: none"> Brindar asesoramiento y acompañamiento a los productores para incorporar los productos locales y platos típicos en la oferta turística local.
<ul style="list-style-type: none"> Fomentar la soberanía alimenticia.
<ul style="list-style-type: none"> Minimizar la intervención de los intermediarios para que el productor obtenga mayores beneficios.

<ul style="list-style-type: none"> • Crear una plataforma digital para registrar a todos los productores, gastronómicos, etc. y de este modo favorecer la comercialización del producto en tiempo y forma.
<ul style="list-style-type: none"> • Aprovechar la Ruta del vino de Salta para ampliar la oferta turística.
<ul style="list-style-type: none"> • Maíz, empanada y vinos: realizar un relevamiento y diagnóstico de la oferta. Detectar los recursos gastronómicos con potencialidad turística para diversificar la oferta del destino. Fomentar la implementación de buenas prácticas en los servicios ofrecidos al turista.
<ul style="list-style-type: none"> • Gestionar inversiones para mejorar la infraestructura y equipamiento existente en Animaná (Dpto. San Carlos). Crear un centro de exposición y venta de los productos locales (incluyendo vinos, artesanías, etc.).
<ul style="list-style-type: none"> • Animaná: generar más infraestructura y equipamiento para el desarrollo de una bodega. Crear un Centro de exposición y venta de productos locales (incluyendo vinos, artesanías, etc.). Nota: existe actualmente un proyecto presentado por este tema.
<ul style="list-style-type: none"> • Generar nodos de concentración y logística de productos para que lleguen más directamente al consumidor final, con una intervención menor del intermediario. Por ejemplo: generar un espacio de venta del pequeño productor en Rosario de Lerma.
<ul style="list-style-type: none"> • Organizar una edición de Caminos y Sabores Norteños, evento de carácter itinerante. Cuatro ferias, una por región y por temporadas: donde se expongan sabores locales y de otras regiones de la provincia.
<ul style="list-style-type: none"> • Diseñar circuitos y productos turísticos que se puedan ofrecer desde las agencias receptoras de Salta. Integrar al mapa turístico de la provincia a destinos de menor desarrollo pero con gran potencialidad turística (Animaná, Molinos, etc.).
<ul style="list-style-type: none"> • Revalorizar y transmitir la historia de los productos y platos locales, a través de acciones de sensibilización destinadas a alumnos de colegios técnicos.
<ul style="list-style-type: none"> • Generar acciones de salvaguardia y puesta en valor de la artesanía local, incluyendo la cultura gastronómica.
<ul style="list-style-type: none"> • Reactivar el sello “hecho en Salta”, para identificar a los productos regionales.
<ul style="list-style-type: none"> • Trabajar en “denominaciones de origen” de los productos regionales.
<ul style="list-style-type: none"> • Implementar protocolos de calidad en las producciones de los alimentos y platos locales (apuntando a los pequeños productores).
<ul style="list-style-type: none"> • Brindar asistencia técnica a microemprendedores (pequeños productores o gastronómicos) para la formulación de proyectos vinculados a la puesta en valor de los productos locales.
<ul style="list-style-type: none"> • Hacer más eficiente la comunicación de las líneas de crédito y financiamiento disponibles.
<ul style="list-style-type: none"> • Difundir casos de éxito entre los jóvenes que estudian carreras vinculadas a la gastronomía para que puedan emprender proyectos.
<ul style="list-style-type: none"> • Productos regionales de pequeños productores: generar rondas de negocios entre restaurantes y pequeños productores regionales. Amar cooperativas. Desarrollar rutas gastronómicas. Formalizar el funcionamiento de los productores.
<ul style="list-style-type: none"> • Impulsar acciones para la puesta en valor de las materias primas más representativas de la identidad productiva de Salta y posterior procesos de elaboración hasta llegar a la generación de platos típicos.
<ul style="list-style-type: none"> • Apoyar y desarrollar ferias de productores locales.
<ul style="list-style-type: none"> • Fortalecer el vínculo entre el productor y el empresario gastronómico.

- Diseñar estrategias de comunicación destinadas a difundir las características y bondades de los productos locales.
- Articular estrategias de desarrollo de propuestas de Turismo Gastronómico en los tres niveles de gobierno: nación, provincia y municipio.

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:	Ruta de las Frutas Tropicales.
Marco institucional:	INTA INAI INTI Ministerio de producción Ministerio de Turismo de la Nación Ministerio de Cultura y Turismo de la provincia AHT provincial Cámara Hotelera Gastronómica de la provincia. CAT provincial Cámara de comercios de Salta Cámara de producción de Salta Centro de empresarios de Tartagal (priv.) Comisión de Turismo de Orán (priv.) Oficinas de turismo de las localidades integrantes.
Objetivo:	Desarrollar y posicionar turísticamente la ruta de las frutas tropicales.
Ubicación espacial:	Norte Verde.
Actividades a desarrollar:	<ul style="list-style-type: none"> a Identificar las localidades participantes. Generar un convenio marco de cooperación entre las partes. Diseñar una marca de la ruta. Identificar los sitios puntuales dentro de las localidades donde se presentarían o comercializarían las frutas. Identificar los actores clave que van a realizar las acciones de la ruta (productores, gastronómicos, etc.)

Identificar las actividades asociadas (por ejemplo: visita a algún museo, mercado, a las cosechas, plantas de producción, etc.)
Generar espacios de elaboración y venta de productos. Una alternativa es un patio de comidas, podría ofrecer jugos tropicales, cheesecake, etc.
Armar recetarios en base a las frutas para compartir en toda la ruta.
Generar las acciones de promoción y marketing asociadas.

Propuesta a desarrollar	Descripción
Denominación:	Sabores de Chicoana. Mercado de alimentos.
Marco institucional:	Municipalidad de Chicoana. Ministerio de Cultura y Turismo de Salta. Ministerio de Ambiente y Producción (Subsecretaría pyme). Ministerio de Asuntos Indígenas y Desarrollo Comunitario. Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad de la Nación. INTA. Honorable Concejo Deliberante de Chicoana. Tamaleros, panaderos y pasteleros. Pequeños productores. Comunidad de Chicoana en general.
Objetivo:	Poner en valor las producciones locales, como rasgo identitario fortalecedor de las economías locales y regionales. Generar un espacio de intercambios productivos y relacionales para la comunidad de Chicoana mediante “Sabores de Chicoana”. Ampliar la estructura edilicia del Mercado municipal de Chicoana.
Descripción:	La presente propuesta tenderá al fomento del desarrollo local, mediante la puesta en valor y comercialización de la producción agrícola y gastronómica local, como fortalecimiento del desarrollo turístico de Chicoana.
Ubicación espacial:	Chicoana.
Actividades a desarrollar:	Adecuación del espacio físico. Relevamiento de la oferta de productos regionales para la diversificación de la oferta. Implementación de acciones de capacitación en buenas prácticas para la manipulación de alimentos a las personas involucradas con la actividad especialmente en elaboración de dulces y conservas/cultivo de hierbas aromáticas. En elaboración de packaging responsable para la entrega de los productos. Gestión de microemprendimientos. Lanzamiento del programa “Como cocinar lo que cocinamos”. Diseñar nuevos circuitos turísticos.

Propuesta a desarrollar	Descripción
Denominación:	Cocina del Pueblo Salteño, Salta La Rica, Autenticando Salta, Cocina de Altura.
Marco institucional:	Articulación entre entidades públicas: Ministerio de Cultura y Turismo, Ministerio de Producción e INTA.
Objetivo:	Identificar a la cocina tradicional y autóctona de la provincia.
Descripción:	Certificar normas que autenticuen el origen y el “saber hacer” de la cocina salteña. Que sea verdadera cocina salteña mediante el cumplimiento de determinados estándares de calidad aplicables a los ingredientes, métodos de cocción y técnicas.
Ubicación espacial:	Salta capital.
Actividades a desarrollar:	Capacitar, generar registros históricos, certificar la calidad, vincular productores con restaurantes a través de la creación de una base de datos.

Propuesta a desarrollar	Descripción
Denominación:	Asociación de productores y cocineros salteños slow food.
Marco institucional:	Asociación privada con acompañamiento del Ministerio de Cultura y Turismo de la provincia, Mintur, sector público y privado relacionado.
Objetivo:	Articular un trabajo en conjunto entre los actores para asegurar la calidad, cantidad y continuidad de la producción local con la finalidad de proveer una alimentación saludable a la población.
Descripción:	Crear una asociación para acercar los productores a los establecimientos gastronómicos y de esta forma asegurar la calidad, cantidad y continuidad de la producción local, como así también proveer una alimentación saludable a la población local y los turistas.
Ubicación espacial:	Salta (virtual) con encuentros presenciales parciales en la provincia.
Actividades a desarrollar:	Organizar una Feria turística cada año.
	Generar un recetario (mediante una aplicación web) para que el turista pueda acceder a los platos típicos de Salta.
	QR para bajar recetas de la provincia.
	Salvaguardar recetas locales.
	Recopilador de sabores.

Propuesta a desarrollar	Descripción
Denominación:	Manos a la obra.
Objetivo:	Crear fuentes de trabajo. Generar mano de obra capacitada en gastronomía. Capacitar en temas técnicos. Permitir estructurar proyectos sustentables.
Descripción:	La idea refiere a la creación de un espacio de cocina comunitaria completamente equipado, por región turística.
Actividades a desarrollar:	<p>Cocinar por turnos según la especialidad.</p> <p>Realizar capacitaciones inherentes a las técnicas de elaboración de platos típicos, en cada región turística.</p> <p>Organizar eventos donde se den a conocer los productos que se generan en el ámbito de los espacios de cocina comunitaria.</p> <p>Intercambiar información de recetas y productores de distintas regiones a través del desarrollo de encuentros entre cocineros de diversas áreas con la finalidad de retroalimentar el proceso.</p> <p>Comercializar lo que se produce en ferias gastronómicas.</p> <p>Resolver necesidades compartidas en forma grupal, tales como legales, comerciales, de marketing, packaging, costos y finanzas, técnicas innovadoras, de diseño gráfico, compras comunitarias de insumos clave etc.</p>

Propuesta a desarrollar	Descripción
Denominación:	Ruta de los sabores de altura – Web “Salta tan rica que te atrapa”.
Marco institucional:	Ministerio de Cultura y Turismo de Salta INTA SENASA Bromatología.
Objetivo:	Fortalecer el vínculo productor/cocinero y potenciar la presencia de la cocina y bebida local para revalorizar la herencia gastronómica ancestral y la diversidad productiva de la provincia. Hacer un mapa de comida regional para revalorizar la cocina autóctona.
Descripción:	Para llevar adelante ésta idea proyecto se deberá definir un producto (materia prima o plato) distintivo por pueblo y desarrollarlo a través de un evento (fiesta, feria, etc.). A su vez será necesario que los restaurantes locales tengan incluido en el menú, un submenú regional que utilice el producto. La integración de estos pueblos, define el mapa de sabores.
Ubicación espacial:	Restaurantes en los pueblos y ciudades.

Actividades desarrollar:	a Armar un menú por pueblo basado en el producto seleccionado.
	En salta capital, seleccionar los platos típicos de los pueblos que deseen para formar parte de un menú integral.
	Organizar rondas de negocios entre cocineros locales, hoteleros y restaurantes de Salta para que se puedan comercializar sus productos.

Propuesta a desarrollar	Descripción
Denominación:	"Sullos".
Objetivo:	Revalorizar e innovar la gastronomía salteña.
Descripción:	Habilitar un restaurante- escuela en la capital salteña. Esta escuela se retroalimentará de Sullos de cada una de las 4 regiones de la provincia. La función del Sullo de la capital será mostrar no solamente las preparaciones de la zona centro sino de las otras regiones. Cada Sullo regional deberá posicionarse como un restaurante emblema de comidas típicas del lugar.

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 acciones de fortalecimiento e ideas fuerza. Es importante profundizar y darle continuidad a este trabajo que nuclea los aportes de todos de los participantes del Foro. 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
Navarro	Carolina	Cooperativa "Juntas para crecer"	Secretaria		caronavarro83@gmail.com	15 5547111
González	María de los Ángeles	Cooperativa "Juntas para crecer"	Vocal 1era		mariadelosangelesgonzalez@gmail.com	15 4082783
Velásquez	Angélica Liliana	Sabores de Chicoana		Chicoana		387 155753456
Ortega	Alejandra Julia	Sabores de Chicoana		Chicoana		
Ramos	Eugenia Fanny	Juntos por un sueño	Asociada		eugenia.ramos.ayo@gmail.com	15 4592084
Medina	Silvia Andrea	Coop. Juntas por un sueño	Presidenta		silmedina15@hotmail.com	15 5896042
Delgado	Laura Cintia	Prog. Ellas Hacen / Coop. Mujeres valientes salteñas	Secretaria		lau84_box@yahoo.com	4710134/155725517
Arias Barrios	Adriana Verónica	Coop. Argentina Trabaja / Fuerza trabajo y valor	Asociado			155661023
Zambón	Luciana	Mint. Cultura y Tmo Salta	Dir. Planificación		lzambon@turismosalta.gov.ar	4310950
Acoria	Reyna Vanesa	Restaurante San Antonio Cobres	Ayudante		reynavanesa_88@hotmail.com	387 5530736
Mendivil	Silvina	Municipio Ro. de Lerma	Inform. Turística	Ro. de Lerma	turismo.rosariodelerma@gmail.com	15 6127965
Ríos	Oscar	Gastronómico Eros	Chef		osqui23@gmail.com	15 5014888
Naveda	Elsa Edith	Comisión de Turismo Orán		Orán	elsa739@hotmail.com	3878 449309
Sánchez	Claudia	Municipio de Tartagal	Directora	Tartagal	claudia_tar@yahoo.com	3873 15565658
Ávila	Silvia	Gastronomía privada	Propietaria	Tartagal	querikocomidas@gmail.com	3873 413835
Liendro	Sergio	Municipalidad de Cerrillos	Informante turístico	Cerrillos	srld13@hotmail.com	0387 154899395
Millán Beltrán	Ana	Ministerio de Ciencia y Tecnología	Asesora local		anamillanbeltran@hotmail.com	154487118
Navarro	Mirta	Municipalidad de Cerrillos	Informante turístico	Cerrillos	navarro.mirta@yahoo.com	154599846
Canchari	Lucas	Municipalidad de Cerrillos	Informante turístico	Cerrillos	jarluc2102@yahoo.com.ar	155135842

Rodríguez	Edith	Asociación Salteña del Valle de Animaná	Presidente	Animaná	floresedi@hotmail.com	155000898
Mamani	Alba	Municipalidad de Cerrillos	Informante turístico	Cerrillos	amamani@gmail.com	154569334
Bacigalupo	María (Maju)	MCyT - consultora	Consultora en Salta	(Pcia. Entre Ríos)	majubaci@hotmail.com	011 15 54065626
Checa	María Alicia	MCyT - consultora	Asistente		acheca@turismosalta.gov.ar	4310950
Chávez	Andrea	INTA	Investigador		chavez.andrea@inta.gob.ar	0387 15 4658486
San Millán	Mercedes	Comé Sano!	Dueña		mersanmillan@hotmail.com	156053246
Laguna	Rosana	Municip. Chicoana	Asesora técnica turismo	Chicoana	rosanailaguna@yahoo.com.ar	0387 154826634
Argañaraz	Samvel	Spiedo Italia	Dueño		spiedoitalia@hotmail.com	0387 4209602
Basla	Ro. Judith	Sec. de Turismo	Coord. De Capacitación		ibasla@turismosalta.gov.ar	
Teseira	Ma. Elena	Escuela de Turismo Ucasal	Sec. Técnica		meteseira@ucasal.edu.ar	154694649
Cornejo	Ana	Ministerio de Cultura y Turismo	Subs. De Desarrollo	Salta	acornejo@turismosalta.gov.ar	156832500
Tapia	Fernanda	La Casa de Juan	Propietaria		fertapia@hotmail.com	154484602
Sansone	Carlos	Adu Group	Propietario		csansone@adugroup.com.ar	154044031
Flores	Jacinto	Bodeguita	Propietario		karlossalta@gmail.com	0387 4223341
Sandoval	Dalmacio	Tatahuaso Coop. Agropecuaria	Presidente		sandovaltatacoop@idea.com.ar	0387 4993571/155333321
Morales	Liliana	Restaurante El Airampo	Gerente	San Antonio de los Cobres	lylymor69@hotmail.com	0387 155168754
Rodríguez	Eusebia	Restaurante El Airampo	Propietario	San Antonio de los Cobres	lylymor69@hotmail.com	0387 155168754
Cabada	Carlos	Radio Pymes y Desarrollo	Conductor		carlos_cabada@hotmail.com	4221856
Alonso	Alejandro	Sala de Payogasta	Gerente	Payogasta	saladepayogasta@gmail.com	
Cruz	Darío Marcelo	Restaurante Adelito	Socio		dariomarcelo67@hotmail.com	155217690
Bergesi	Juan Blas	Chivima Resto Veg.	Cocinero - dueño		blasbergesi@hotmail.com	387 155144035
Brichetto	Victoria	Min. Tur. Salta	Área Planificación		vbrichetto@turismosalta.gov.ar	261 5105558
Baldonte	Marcela Noemí	Sabores de Chicoana	Repostería	Chicoana		0387 4048138
Rodríguez	Reina Justina	Restaurante Quinoa Real	Cocinera - Gerente	San Antonio de los Cobres	quinoareal.sac@gmail.com	0387 4909270

			Administrativo			
Terán	Mariela	Sec. de Industria	Jefe Director		mariela_teran@yahoo.com.ar	
Gerardi	Juan	Bioconexión	Fundador	(Pcia. Jujuy)	juani0388@gmail.com	3885145077
Coronel	Vanesa Analía	Coop. "O.M.E.S."				155142112
Ibáñez	Liliana	Coop. "O.M.E.S."	Socia			155527011
Reynaga	Carlos Marcelo	Secretaría de Turismo	Docente gastronómico		carlosreynaga2008@hotmail.com	15 5081304
Tormos	Cecilia Macarena	Dirección de Turismo R. de Lerma	Inf. Turístico	Ro. de Lerma	macarenatormosd@gmail.com	387 154627338
Ojeda	Néstor Ignacio	Dirección de Turismo R. de Lerma	Cocinero	Ro. de Lerma	nachoojeda@live.com	387 155325706
Szanto	Alejandro	Secr. Agr. Familiar	Ref. Valor Agregado		eszanto@magyp.gob.ar	
Caudillo	Patricia	Secr. Agr. Familiar	Comunicación		patriciacau@gmail.com	4221117
Ame	Miller	UNSAL / Coyuyo	Comensal. Doc.			155006106
Meyer	Lisandro	Salamanca. Escuela.	Gerente		lisandromeyer@hotmail.com	387154075104
Acosta	Felipe	La casa de las empanadas	Propietario	Cafayate	facafayate@hotmail.com	386815454108
Aparicio	David	Secretaría de Turismo	Cocinero		dapariciokronos@gmail.com	0387 155005895
Reynaga	Paola	Secretaría de Turismo	Pastelería			15 4693193
Del Carpio	Julieta	Ministerio de Cultura y Turismo	Técnico territorial		julietadelcarpio@gmail.com	0387 154509922
Tilca	Alejandro		Coordinador Sol		ing_atilca@yahoo.com	155180145
Monasterio	María Antonieta	Coop. Juntos a la Par			poldimedina0906@gmail.com	3875967643
Berabal	Gladis Lucía	Coop. Juntos a la Par	Presidenta		gladysberabal16@gmail.com	155362042
Arévalos	María Antonieta	Inst. Padre Roque Chiedi	Rectora		marian74@hotmail.com	155392555
Daguerre	María Rosa	Universidad Católica de Salta	Docente		mariarosada@gmail.com	3874117579
Jovanovics	Sofía	Ministerio de Cultura y Turismo	Técnica de Planificación		popijovano@hotmail.com	387154199998
Morales	Rosa	Sabores de Chicoana (Patio de comidas)	Cocinera	Chicoana		
Soria	Marta Alicia	Feriante de comidas y masas regionales	Cocinero		martaaliciasoria@gmail.com	154107790
Delgado	Liliana	Restaurante Haura Huasi	Dueña	San Antonio de los Cobres	alfredo_cabero@hotmail.com	4909195

Córdoba	Rita	Estudiante hotelería	Estudiante		ritacordoba123@gmail.com	4245518
Vera	Marcelo	Comunicación			veramoho@hotmail.com	
Angelina	Abelardo	Salamanca	Director		aeangelina42@gmail.com	
Ibarguren	Alicia	Secretaría de Turismo	Dir. De Capacitación	Salta	aibarguren@turismo.salta.gov.ar	387154630399
Burgos	Facundo	Sec. Turismo y Cultura	Dir. Eventos turísticos		facundoburgos21@gmail.com	387154106789
Vázquez	Sol	Sec. Turismo y Cultura Muni.	Dir. Prensa y Difusión		solvazquez1991@gmail.com	
López	Macarena	Dirección de Comercio Exterior	Profesional asistente		direccioncomercioexteriorsalta@gmail.com	3875058868
Bordones	Estefanía	Sec. de Turismo Chicoana	Secretaria	Chicoana	chicoanainstitucional@gmail.com	
Tuiz	Lucía	Municipalidad Las Lajitas	Sec. de Turismo	Las Lajitas	sacul_net@hotmail.com	
Terán	Mariela	Secretaría de Industria	Jefe Director		mariela_teran@yahoo.com.ar	
Salom	José Luis	Fac. de Negocios UCASAL	Decano		jlsalom@ucasal.edu.ar	
Ramos	René Alejandro	Fac. de Negocios UCASAL	Jefe de Extensión		rramos@ucasal.edu.ar	156056880
Burgos	Luis Enrique	Revista El Club Cocineros	Colaborador		luisenborg@gmail.com	
Flores	Jacinto	Bodega	Propietario		karlozsalta@gmail.com	
Canchi	Jonathan	Municipalidad Isla de Cañas	Dir. Cultura y Turismo	Isla de Cañas	jonicanchi@gmail.com	3878364507
Flores	Rogelio	Municipalidad Irujo	Sec. Gestión	Irujo		