



Ente Mendoza
Turismo

MENDOZA
ARGENTINA

I FORO DE IDENTIDAD GASTRONÓMICA DE MENDOZA AGOSTO - 2019



INFORME FINAL



¿Quiénes somos?

- Una provincia con una gran riqueza natural, donde se destaca la Cordillera de los Andes, con la cumbre más alta de América, el C° Aconcagua.
- Una tierra desértica que basa su desarrollo en el aprovechamiento del agua de deshielo a través de una gobernanza e infraestructura modelo que genera oasis urbanos y rurales, cuya sostenibilidad está garantizada por la ley de aguas de 1884, la 1° ley mendocina, por tal historial se habla de la cultura del agua.
- Con los mejores estándares de vida de Argentina.
- Abierta a la inmigración, desde fines del 1800 y aun hasta la actualidad, en tanto cosmopolita. Somos el resultado de muchas recetas heredadas, legado que adoptamos y adaptamos hasta hacerlas parte de nuestra identidad.
- un destino turístico consolidado a nivel nacional y para los mercados sudamericanos como Chile y Brasil.
- La mayor productora de vinos del país, miembro de la red de grandes capitales del vino desde 2005. prototipo del turismo del vino según la Organización Mundial del Turismo.
- Variedad de alimentos de producción local de óptima calidad: hortalizas, frutas frescas, frutos secos, carnes y lácteos, bebidas (vino, cerveza, sidra, espirituosas), aceites, miel, huevos e hierbas y especias. Ver placas 5 al 10.



¿Qué caracteriza a la gastronomía de Mendoza?

- Características naturales de los alimentos, con estándares cercanos a la producción orgánica, consecuencia del agua de deshielo, del clima semiárido y con las cuatro estaciones marcadas, la riqueza mineral del territorio/suelo y la presencia de las culturas que conforman la actual sociedad de Mendoza..
- Negocios gastronómicos variados en rubros, distintos niveles de consumo, trayectorias, tamaño, temáticas, formas de cocción y franquicias nacionales e internacionales. Ampla distribución territorial, con mayor concentración en áreas urbanas que rurales y de secano.
- Aplicación de normas y procesos de control de salubridad e inocuidad.
- La gastronomía mendocina está potenciada por la plusvalía de los vinos locales y se caracteriza por la posibilidad del maridaje.
- Ampla oferta educativa en temáticas vinculadas; Ciencias Agrarias, Enología, nutrición, bromatología, turismo y gastronomía específicamente.

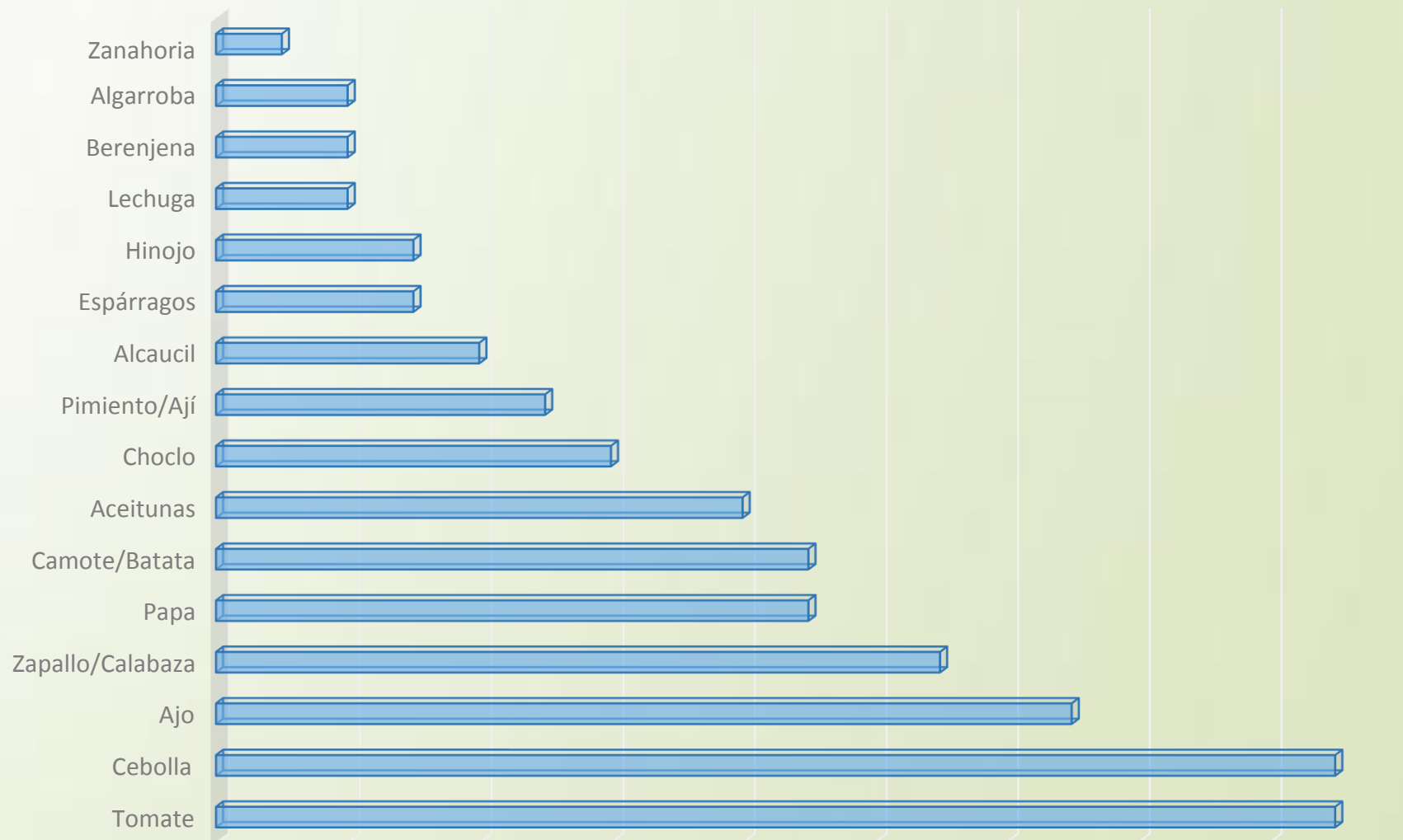


¿Qué caracteriza a la gastronomía de Mendoza?

- En consecuencia, hay un recurso humano especializado, la presencia del chef de reconocimiento nacional e internacional, asimismo, Mendoza es considerada una plaza de relevancia para sumar a los antecedentes de profesionales de otras provincias y extranjeros, mayormente latinoamericanos.
- Mendoza es una de las provincias del interior con mayor oferta de formación universitaria y demostrada creatividad como ejemplifica la Fiesta Nacional de la Vendimia. Estas celebraciones junto a otras fiestas, forman un calendario provincial de eventos vinculados a bebidas y alimentos.
- La consolidación del Enoturismo, junto a la capacidad de creatividad, innovación y reinversión definen el proceso de instalación del fenómeno del desarrollo de la gastronomía como atractivo turístico
- la gastronomía mendocina se caracteriza no solo por la calidad de sus alimentos; fresca, olores, colores, como así también por sus métodos de cocción: horno de barro, rescoldo, conservas y salazones.

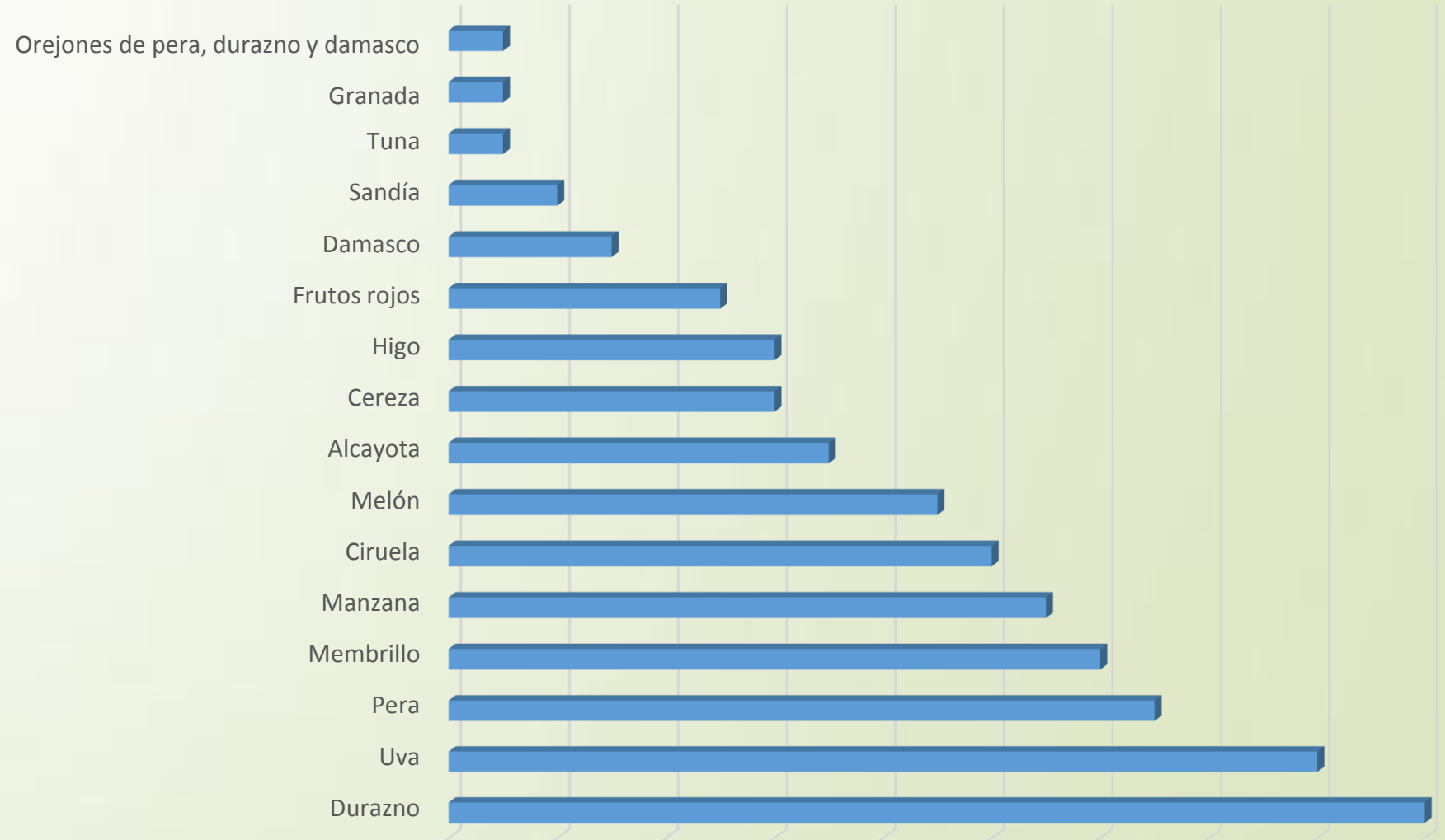


Alimento Identitario: hortalizas



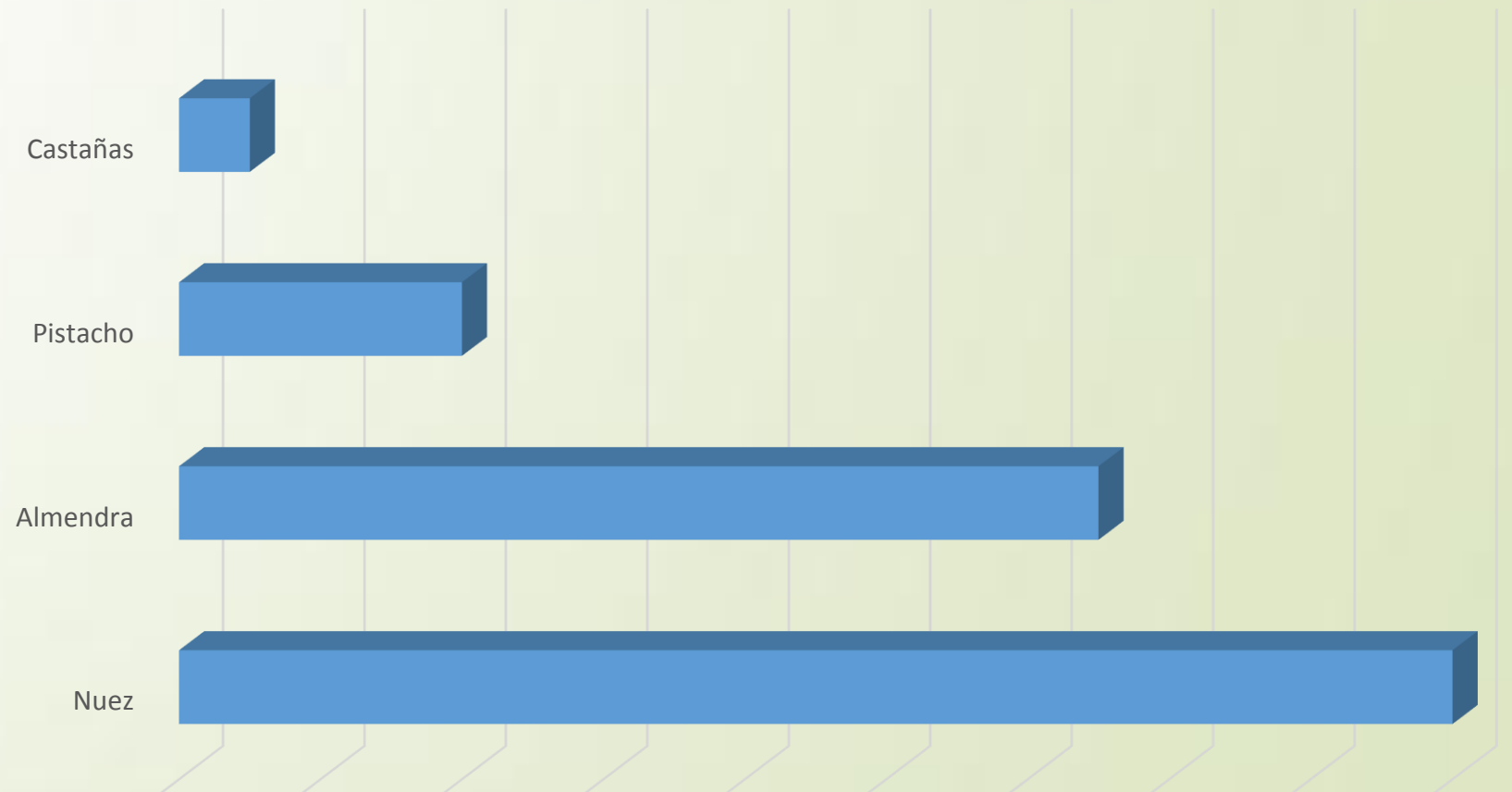


Alimento Identitario: frutas



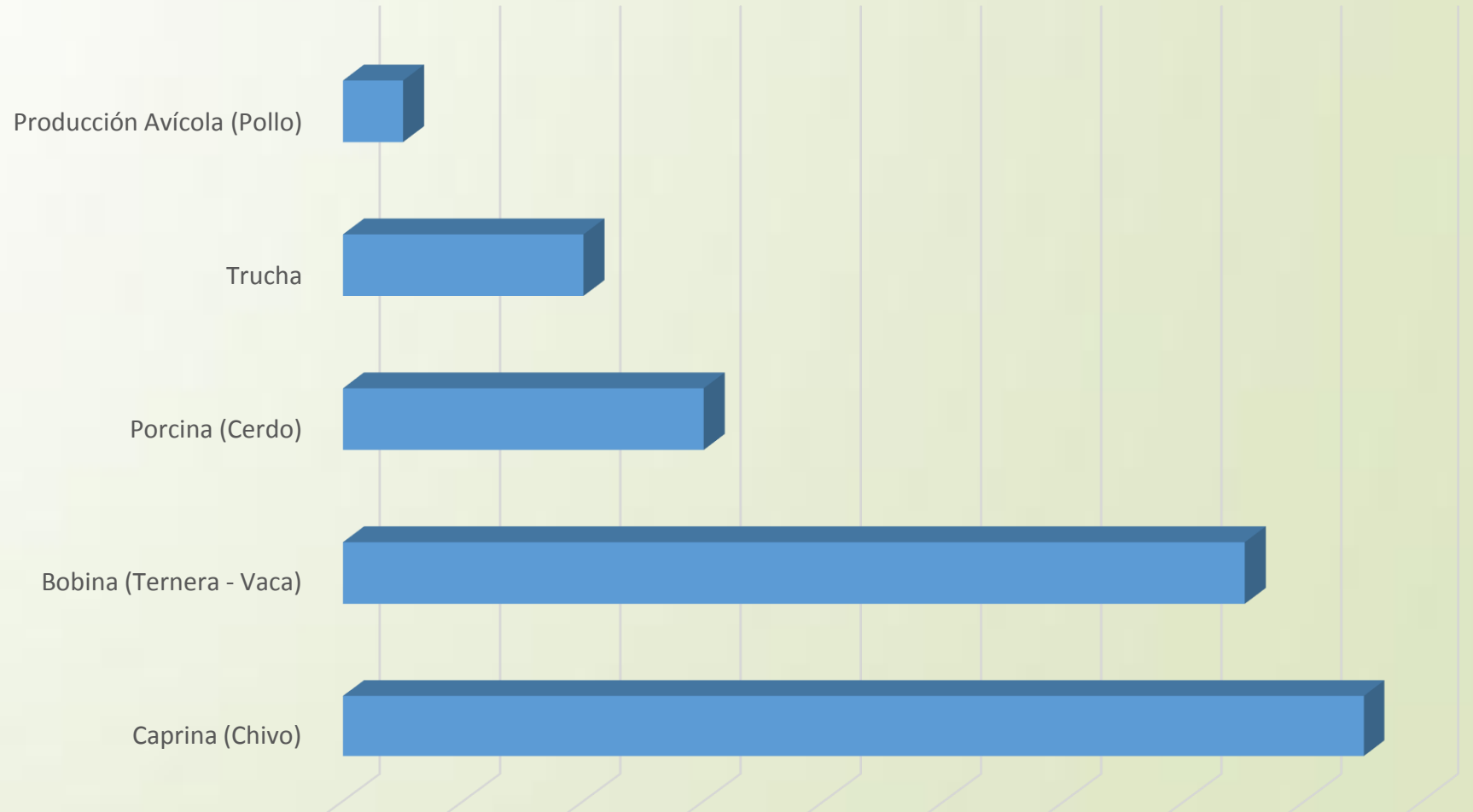


Alimento Identitario: frutos secos



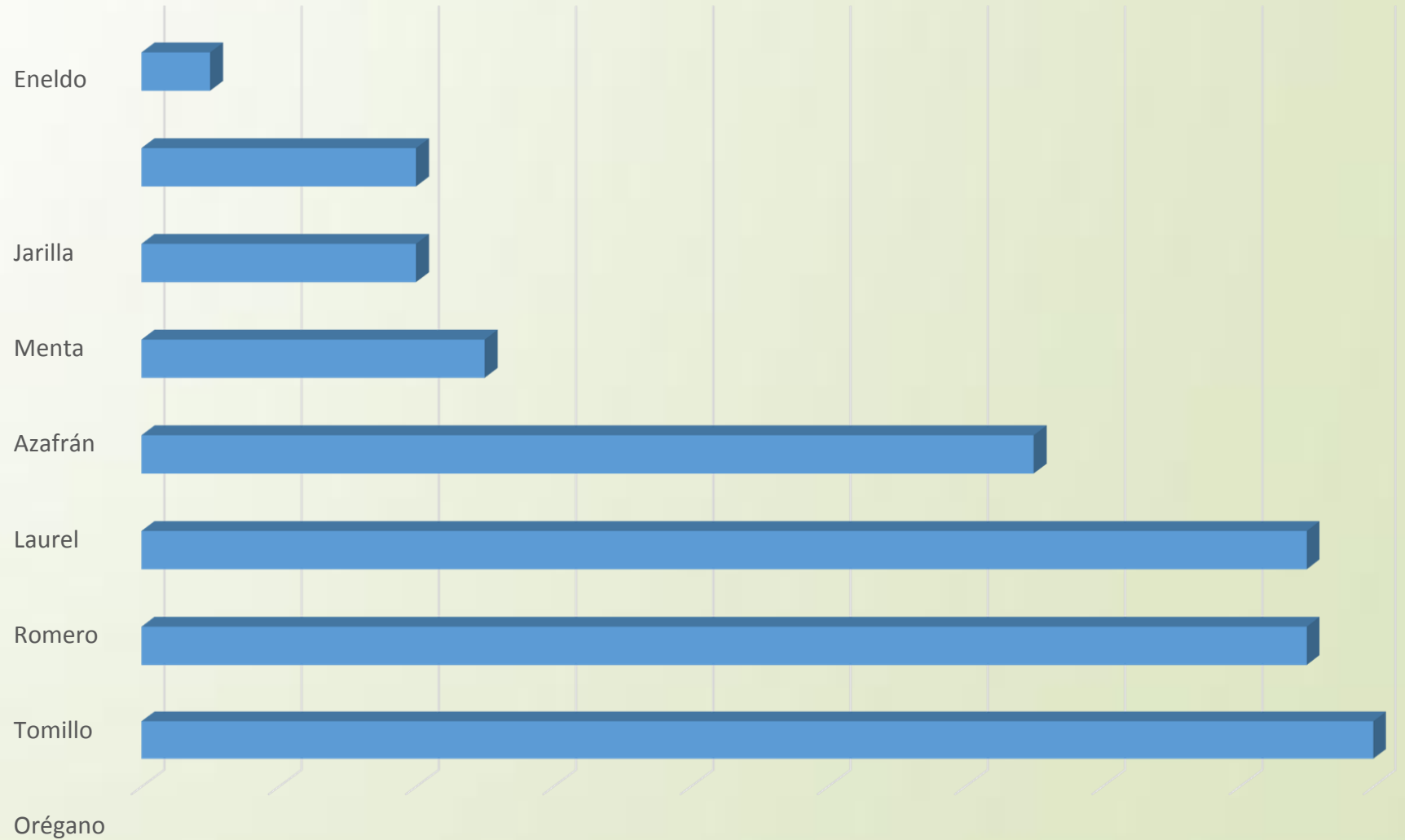


Alimento Identitario: carnes



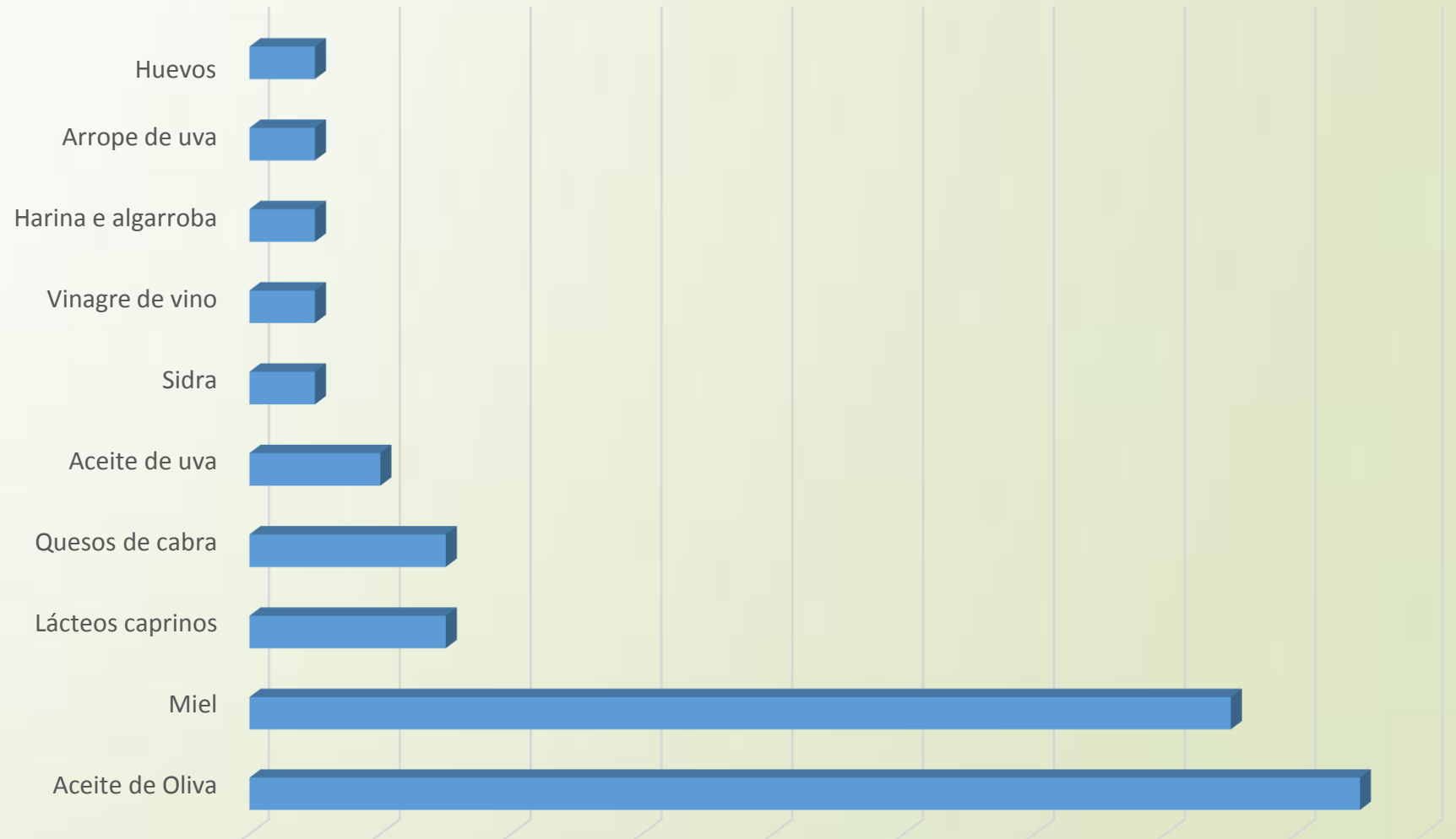


Alimento Identitario: hierbas y especias





Alimento Identitario: otros productos





¿Qué cree que esperan los consumidores de la gastronomía de Mendoza?

- El consumidor interno, reclama precios más económicos para poder acceder a otro tipo de gastronomía, por ejemplo de restaurantes de bodegas.
- Turismo nacional e internacional quieren vivir la "experiencia" de gastronomía local más vino.
- Los extranjeros buscan el vino y la carne vacuna, sin tener un conocimiento de la diferencia entre Mendoza y Argentina en su conjunto.
- Experiencias diferentes que dejan recuerdos perdurables.
- Se percibe que la gastronomía mendocina está en crecimiento.
- En la difusión del destino tanto por el sector público como privado se comunica cada vez más las fortalezas de enoturismo y la gastronomía mendocina.



¿Qué cree que esperan los consumidores de la gastronomía de Mendoza?

- ☐ El turismo nacional busca la naturaleza, tranquilidad. Productos regionales, conservas.
- ☐ El turismo internacional busca vinos y carnes. Aunque en general aprecian el contacto con la naturaleza y la hospitalidad.
- ☐ Experiencia integral, (diversidad de productos, procedencia, etc.) Llevarse un pedacito de Mendoza como metáfora.
- ☐ Establecer formas de dialogar con el consumidor.
- ☐ Transversalmente, los tres mercados eligen por sus cinco sentidos, buscan una experiencia placentera, los consumidores actualmente van a comer manejando mucha información sobre lo que van a consumir y comparan lugares.
- ☐ Las expectativas están muy ligadas al rangoetario del consumidor.
- ☐ En cuanto al mercado local buscan precio y abundancia. El turista nacional busca principalmente vino y en segundo plano la comida, miran también el trato y el sabor. El consumidor internacional prioriza lo local, lo que consideran auténtico.



¿Cuál es la relación entre producto, calidad y estacionalidad?

- Se considera que la gastronomía debe estar muy relacionada con la calidad de los alimentos y para eso, debe haber un contacto directo entre los productores y los cocineros y se deben utilizar los ingredientes de estación en las cartas, o bien, revalorizar las técnicas de cocina como conservas para que se puedan usar todo el año pero de buena calidad y si es posible hechos artesanalmente, ya sea comprando a pequeños productores o con producción propia como muchos ya están haciendo.
- Estacionalidad desdibujada por productos que ingresan de otras regiones del país. Productos baratos de buena calidad que permiten innovar a bajos costos
- Ni existe una brecha entre calidad y estacionalidad, por su variedad y por las técnicas de conservación implementadas.
- Condiciones climáticas, de territorio y estacionalidad marcan una diferenciación de productos identitarios. menús estacionales

¿Cuál es la relación entre producto, calidad y estacionalidad?

- La condición climática que determina cuatro estaciones bien definidas, contribuye a la elaboración de menús estacionales. La estacionalidad asegura calidad.
- También se destaca la ventaja que ofrece la variedad de alimentos y sus diferentes formas de conservarlos. Pasas, charquis, salsas, dulces, frutas deshidratadas y conservas. Muy buena de la calidad de nuestros productos identitarios.
- Los alimentos estacionales ponen en juego la innovación. Crear nuevas formas con ingredientes conocidos, accesibles y abundantes darán por resultado productos de calidad.



¿Cuál es la visión que tenemos de la gastronomía de Mendoza?

- Cocina de mercado o de producto con una clara tendencia a cocina de estación y de revalorización de técnicas culinarias que permitan utilizar los productos todo el año (conservas, mermeladas, etc.). Me gustaría la generación de recetas emblemáticas de Mendoza, ya sea por las técnicas, por el uso de productos identitarios y sumar cocina tradicional relacionada con los usos y costumbre de Mendoza. Esas recetas emblemáticas puede ser parte de cualquier carta de los restaurantes de Mendoza.
- Especialización de los diferentes terroirs de Mendoza hacia productos de alta calidad que permita mejorar la calidad de la gastronomía en general. Denominaciones de origen y certificaciones de calidad.
- Innovadora. Evolucionando. Rescatando tradiciones. Creadora de recuerdos.
- Imaginamos a nuestra gastronomía en crecimiento, competitiva, ayornada



¿Cuál es la visión que tenemos de la gastronomía de Mendoza?

- Con lo cultural, económico, social, con la tradición y la innovación, marcando una ruta gastronómica de la mano del enoturismo con muchas más posibilidades.
- Darle identidad a la gastronomía mendocina con productos estacionales de primera calidad y saludables.
- En constante crecimiento con rutas gastronómicas en distintas zonas de la provincia-.
- La gastronomía estará más involucrada con el destino, no solamente en restaurantes sino en comercios afines, donde se podrá encontrar la diversidad de los productos más cerca del consumidor final.
- Se profundizará el nivel de exigencia y expectativas hacia nuestra gastronomía, lo que obligará a generar experiencias auténticas.
- Mendoza será una capital referente no solo en enoturismo sino en el maridaje con la gastronomía a nivel nacional e internacional.
- Tener un relato de la Mendoza gastronómica que sea asumida por la población local.



¿Cuál es la visión que tenemos de la gastronomía de Mendoza?

- ❑ La gastronomía se convertirá en un atractivo turístico, y contribuirá en el desarrollo sostenible de la provincia.
- ❑ El desarrollo involucrará toda la cadena de valor, incluido los productores. Se impulsará el uso de alimentos orgánicos.
- ❑ Con más opciones para vegetarianos y veganos.
- ❑ Trabajando articuladamente los sectores públicos y privados para optimizar la gestión de los residuos.
- ❑ Con una cocina inclusiva, pensada para diabéticos y celíacos, entre otras dietas especiales.
- ❑ Articulada e integrada entre el productor, el cocinero y el que hace el servicio.
- ❑ Una gastronomía que cuente quienes somos a través de sus sabores. De calidad, variada y que sea una recuerdo agradable.



¿Qué actividades harías para promocionar la gastronomía de Mendoza



Otras actividades sugeridas por el grupo

- ❑ Políticas educativas que incluyan en las curriculas contenidos del sistema alimentario local y los beneficios en la salud de una dieta equilibrada.
- ❑ Estrategias de comunicación y promoción que responda a los interés de Mendoza y su gastronomía
- ❑ Involucrar más efectivamente la gastronomía provincial con la actividades destacadas de cada departamento de la provincia ejemplo festival del chivo
- ❑ Mayor oferta de cursos y concursos y también contar con más facilidades y apoyo gubernamental para llevar a cabo las capacitaciones.
- ❑ Comunicación de los productos identitarios para afianzar los mismos.
- ❑ Programa de vinculación del productor al consumidor





Otras actividades sugeridas por el grupo

- ☐ Mantener a los cocineros informados con un listado de productores a quienes recurrir. Fortalecimiento de las cadenas de valor.
- ☐ Redes de difusión de eventos y actividades.
- ☐ Nombrar y capacitar a embajadores para difundir cultura gastronómica, localmente y en el exterior.
- ☐ Buscar un hilo conductor a través de una investigación.
- ☐ Generar una agenda permanente.
- ☐ Desarrollo de la gastronomía como política de estado
- ☐ Que tengan oportunidades las escuelas para conocer Mendoza y su gastronomía
- ☐ Facilitar encuentro entre productores y gastronómicos más los consumidores por medio de ferias y promoviendo la compra directa del productor al consumidor

Sugerencias generales

- 
- ❑ Reforzar la calidad de atención al clientes en todos los restaurantes de Mendoza.
 - ❑ Identificar productos identitarios, concurso y promoción de estos productos. Mapa y AAP sobre ruta gastronómica, con recetas y productos identitarios.
 - ❑ Señalética coherente y estratégica
 - ❑ Difusión de productos innovadores
 - ❑ Mejorar la comunicación entre los actores de la cadena de valor. Generar
 - ❑ historias y relatos apropiables a los territorios.
 - ❑ Generar mesas de trabajo interdisciplinario público y privado.



Ente Mendoza
Turismo



MENDOZA
ARGENTINA