

## Taller de formación

Versión virtual

### Turismo gastronómico: un catalizador para la reactivación y desarrollo de una economía sostenible.

1 al 24 de febrero, 2022.

10.00 am a 12.00 am hora de Argentina

Región 1: Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Paraguay y Uruguay

#### I SEMANA

Día 1

1º de febrero

<b>Protocolo de inauguración.</b> Charla inaugural: <i>Turismo Gastronómico y desarrollo rural.</i> Expositora: Sandra Carvão. Jefa del Departamento de Inteligencia de Mercados Turísticos y Competitividad, OMT.	10.00 am
<b>1. El turismo del siglo XXI es sostenible o no existirá.</b> a. Tendencias y criterios para el turismo sostenible. b. Construyendo destinos resilientes ante el cambio.	11.00 am

Día 2

3 de febrero

<b>2. Gastronomía para el fortalecimiento del turismo.</b> a. Gastronomía como objetivo de viaje. b. Gastronomía, expresión cultural y símbolo de identidad entre la tradición y la innovación. c. El territorio, la despensa a descubrir.	10.00 am
<b>d. Producción de alimentos y gastronomía para generar destinos turísticos gastronómicos sostenibles. Proyecto <i>Slow Food Travel</i>.</b>	11.00 am

**Invitado:** Michele Rumiz, Director Slow Food Travel, Slow Food. Italia



### Objetivos de aprendizaje I Semana

- Comprender los temas inclusivos de sostenibilidad, tendencias, cambio climático y los principios del turismo gastronómico, con el fin de promover un desarrollo turístico más resiliente.
- Atender las expectativas de la demanda actual de turismo gastronómico, con visión de destino sostenible resiliente.
- Fundamentar su iniciativa turística gastronómica en la valorización del patrimonio culinario y gastronómico del propio territorio.

## II SEMANA

### Día 1

8 de febrero

<p><b>3. Turismo gastronómico en sintonía con las tendencias de consumo y destinos sostenibles.</b></p> <p>a. El turista gastronómico, sus preferencias y tendencias de consumo post Covid-19.</p> <p>b. Operadores turísticos resilientes y responsables.</p>	<p>10.00 am</p>
<p><b>4. Productos y experiencias de Turismo Gastronómico</b></p> <p>a. Características de un producto o experiencia de Turismo Gastronómico de calidad.</p> <p>b. Productos y alimentos de calidad al centro de una oferta turística gastronómica competitiva: Certificación y trazabilidad de productos alimenticios.</p> <p><b>Invitado:</b> Achille Bianchi. Experto en certificación de calidad de productos alimenticios. Italia</p>	<p>10.35 am</p> <p>11.15 am</p>

### Día 2

10 de febrero

<p><b>5. La cadena de valor</b></p> <p>a. De la despensa a la mesa: pequeños productores, artesanos del gusto y cocineros tradicionales, pilares fundamentales en la construcción de destinos turísticos gastronómicos sostenibles y singulares.</p> <p>b. Maridar las experiencias gastronómicas, una estrategia para desestacionalizar.</p>	<p>10.00 am</p>
---	-----------------

c. Destino de Turismo Gastronómico: Encadenamiento y clusters con stakeholders.

11.00 am

**Invitado:** Dr. Antonio Montecinos Torres, Consultor internacional en Turismo, Gastronomía y Negocios de Alimentos y Bebidas, México.

### Objetivos de aprendizaje II Semana



- Comprender cómo funcionan los procesos de encadenamientos, clusters y redes productivas y cómo inciden en el mejoramiento de la competitividad de todos los sectores que intervienen en la cadena de valor y en la construcción de destinos turísticos gastronómicos.
- Aplicar los conocimientos aprendidos en las propias iniciativas para que sean consistentes con las nuevas tendencias, promoviendo la innovación, atendiendo la sostenibilidad y fortaleciendo el desarrollo económico del propio territorio.
- Reconocer la responsabilidad que tienen los operadores turísticos y gastronómicos en la regeneración del turismo y en la creación e impulso de productos turísticos gastronómicos en sintonía con la construcción de destinos turísticos sostenibles.

### III SEMANA

Día 1

15 de febrero

#### 6. Las experiencias gastronómicas, un abanico de infinitas posibilidades

- a. Las experiencias gastronómicas de mayor tendencia
- b. Las rutas turísticas gastronómicas, el vino como precursor.

10.00 am

11.10 am

**Invitado:** Elvira Bortolomiol, Presidente del Consorcio di Tutela del Prosecco di Conegliano Valdobbiadene DOCG, Italia

**Día 2**  
**17 de febrero**

<b>7. Mercadeo y comunicación en el turismo gastronómico</b>	
a. Storytelling, cómo generar una narrativa que enganche	10.00 am
b. Canales de comercialización de productos y experiencias de turismo gastronómico para prestadores de servicios	
c. Posicionamiento del Branding de un destino turístico gastronómico.	11.00 am
<b>Invitado:</b> Héctor Gatto, Subsecretario de Políticas Gastronómicas de la Ciudad de Buenos Aires. Argentina.	



**Objetivos de aprendizaje III Semana**

- Identificar el abanico de experiencia gastronómicas disponibles, su capacidad competitiva y determinar cuál o cuáles son las más idóneas a desarrollar en el propio territorio con los recursos que se tiene.
- Familiarizarse con los elementos que generan narrativas y productos atractivos en el Turismo Gastronómico.
- Individuar los canales y plataformas digitales más efectivos para la promoción y comercialización de experiencias o producto de Turismo Gastronómico

**IV SEMANA**

**Día 1**  
**22 de febrero**

<b>8. Turismo gastronómico: calidad y análisis de costos</b>	
a. Calidad y monitoreo, herramientas para la competitividad	10.00 am
b. Costos para emprender y gestionar una experiencia o producto de Turismo Gastronómico.	10.35 am
Expositora: Sarah Cordero Pinchansky. Secretario Socio-Económico IILA-Italia.	
c. La calidad en turismo gastronómico en un proyecto de alcance internacional.	11.15 am
<b>Invitado:</b> David Mora, Basque Culinary Center, Donostia-San Sebastián, España	

**Día 2**  
**24 de febrero**

<b>9. Presentación de las iniciativas de proyectos</b>	10.00 am
<b>Mensaje de cierre:</b> Embajadora Antonella Cavallari. Secretaria General del IILA.  <i>Alianza Público – Privado: capacitación y estrategia para la gobernanza de un destino turístico gastronómico sostenible.</i>  <b>Cierre del curso.</b>	11.40 am



**Objetivos de aprendizaje IV Semana**

- Identificar elementos que inciden en la puesta en marcha y costos operativos de un producto o experiencia gastronómica.
- Interiorizar que un profesional del Turismo Gastronómico requiere capacitación y actualización continua para generar ofertas turísticas gastronómicas innovadora y competitiva.
- Presentar al grupo la propia iniciativa de proyecto desarrollada a lo largo del curso.

**ORGANIZACIÓN**

- Organización y coordinación general – Secretaría Socioeconómica de la IILA.
- Coordinadora académica - Ana Báez - Presidenta de Turismo & Conservación Consultores y líder internacional en temas de turismo sostenible.
- Responsable de desarrollo e implementación de contenidos – Rosina La Terza –Fundadora de Roma Gastronómica y especialista en turismo gastronómico.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

### I. Semana

---

- Azcárate, T., Benayas, J., Nerilli, G., & Justel, A. (2019). "GUÍA PARA UN TURISMO SOSTENIBLE. Retos del sector turístico ante la Agenda 2030." Red Española para el Desarrollo Sostenible (REDS) y el Instituto de Turismo Responsable (RTI). Madrid. [Ver](#)
- Biosphere. (2021). La guía definitiva del turismo sostenible. Conoce, actúa y rentabiliza: Lo que las empresas del sector turístico deben hacer para situarse a la vanguardia del turismo sostenible. Biosphere Tourism. [Ver](#) (Énfasis en tendencias y tips)
- Mincomercio Colombia & WWF (2021). Curso online, 'La gastronomía sostenible como no la habías visto antes'. [Ver](#)
- Organización Mundial del Turismo (2021). Conclusiones del 6to Foro Mundial de Turismo Gastronómico. OMT. [Ver](#)
- Organización Mundial del Turismo & Basque Culinary Center. (2019). Guía para el desarrollo del turismo gastronómico. OMT. [Ver](#)
- Video recomendado para formación personal sobre cambio climático. [Ver](#)

### II. Semana

---

- Montecinos Torres, A. (2020). *Turismo gastronómico: Regeneración y desarrollo rural ante COVID-19*. Instituto de capacitación turística de México (ICTM). [Ver](#)
- Organización Mundial del Turismo. (2021). El tablero de información de la OMT sobre medidas nacionales para apoyar al turismo frente a la COVID-19. UNWTO. [Ver](#)
- Roma Gastronómica. (2020). Programa Rostros del Turismo Gastronómico: Annalisa Pompeo. [Ver](#)
- Wolf, E. (2021). State of the Food & Beverage Tourism Industry Report. World Food Travel Association. [Ver](#)

### III. Semana

---

- El portal de innovación y Food Tech [Ver](#)
- Gobierno de la Región Veneto y la Asociación Strada del Prosecco y Vini dei Colli Conegliano Valdobbiadene. [Ver](#)
- Roma Gastronómica. (2020). *Programa Rostros del Turismo Gastronómico: Almudena Villegas*. [Ver](#)
- World Travel and Tourism Council & Trip.com Group. (2021). *Trending in travel: Emerging consumer trends in Travel & Tourism in 2021 and beyond*. World Travel and Tourism Council and Trip.com Group. [Ver](#)

### IV. Semana

---

- CEGAHO, Centro Empresarial Gastronómico Hotelero (2020). Workshop Internacional virtual, Competitividad en Destinos y Negocios Gastronómicos Bioseguros, "Claves de Implementación Acelerada por Expertos Internacionales". [Ver](#)
  - Mil Centro, Inmersión Mundo Mil. [Ver](#)
  - Organización Mundial del Turismo & Basque Culinary Center. (2019). *Guía para el desarrollo del turismo gastronómico*. OMT. [Ver](#)
  - Roberta Garibaldi (2021). Rapporto "Turismo Enogastronomico e Sostenibilità" 2021. [Ver](#)
  - The World Travel & Tourism Council and The Trip.Com Group (2021). *Trending In Travel*. [Ver](#)
  - World Food Travel Association (2021). State of the Food & Beverage Tourism Industry Report. [Ver](#)
  - World Food Travel Association (2021). *Taste of Place Reports – Latin America*. [Ver](#)
  - World Tourism Organization. (2017). Affiliate Members Report, Volume Sixteen—Second Global Report on Gastronomy Tourism. UNWTO: Madrid. [Ver](#)
-