tendencias

Red de Turismo Responsable

La actividad turística puede tener impactos negativos sobre las comunidades si no se realiza en forma planificada. Una red trabaja desde hace tres años por la sustentabilidad en el sector.

municipios rurales

Con todos los paisajes

Desde el mar a las sierras, atravesando ríos y lagunas, en la provincia de Buenos Aires hay 42 municipios que se organizaron para formar un Consorcio que los hizo más fuertes.

breves

- "Quesos de América del Sur" recibió el premio Gourmand al mejor libro de quesos de 2011.
- Está en marcha el Curso de Antropología Alimentaria dictado por la Dra. Patricia Aguirre en el IDAES-UNSAM.

Caminos y Sabores

Alimentos regionales, artesanías y turismo. Una cita con las raíces de nuestra identidad.

BUENOS AIRES, MARTES 24 DE ABRIL DE 2012.

Foto: Ruta de la Yerba Mate

Ruta alimentaria

Por el camino del oro verde

Detrás de la Ruta de la Yerba Mate hay más de 180 emprendimientos y 18 mil productores. Miles de kilómetros del litoral argentino se posicionan en el mundo gracias a la creatividad y el agregado de valor a un producto emblema. Personas, lugares, infusiones, alimentos, hotelería y hasta cosmética forman parte de la cultura de la yerba argentina.

tendencias

Juan José Galeano es el Secretario Ejecutivo de la Red de Turismo Responsable.

Turismo responsable

Vacaciones con bajo impacto ambiental

La actividad turística es propensa a generar impactos sociales, naturales y económicos negativos si se desarrolla de manera no planificada. Una Red de Turismo Responsable trabaja para que todo sea sustentable.

La actividad turística constituye un factor fundamental para el desarrollo económico y social de las diversas comunidades del país. Sin embargo, puede tener consecuencias negativas para el patrimonio de las localidades, el medioambiente y la calidad de vida de sus pobladores si no se planifica de forma adecuada. La Red de Turismo Responsable (RTR) promueve una gestión ética en el sector, bajo parámetros definidos de manera conjunta entre el sector público, privado y la sociedad civil.

Juan José Galeano, Presidente de Generación Par, organización no gubernamental que impulsó la conformación de la red y que está a cargo de su Secretaría Ejecutiva, señala que bajo el concepto de "Turismo Responsable" esta organización busca afianzar prácticas relacionadas con la sustentabilidad de los recursos naturales, el impacto sobre los valores culturales y los efectos sobre la economía de la población local, trabajando en seis ejes básicos: "distribución del ingreso, eficiencia energética, no generación de contaminación y gestión de residuos, trabajo digno, accesibilidad para personas con capacidades diferentes e información para el consumidor".

La sustentabilidad en primer lugar

El código de ética, constituido en forma conjunta e igualitaria

La organización busca afianzar en el sector turístico prácticas relacionadas con la sustentabilidad de los recursos naturales, el impacto sobre los valores culturales y los efectos sobre la economía de la población local.

entre todos los miembros de la RTR, consta de 54 artículos que atraviesan cada uno de los ejes y cuyo objetivo es ir más allá de las leyes vigentes. Así, en lo que hace a la distribución del ingreso, la red promueve que las agencias turísticas tengan un 15% del producto total como valor máximo a cobrarle al turista. "De esa manera se asegura que de lo que paga el turista, el mayor porcentaje va a otros productos y actores locales, reduciendo la parte que cobra el intermediario", señala Galeano.

La red promueve políticas de ahorro energético, como el uso de artefactos lumínicos de bajo consumo. Respecto de la contaminación, propone –entre otros puntos– la construcción de espacios verdes sobre los techos de los establecimientos turísticos, que reducen la masa de aire caliente que se forma sobre los espacios urbanos, disminuyen el dióxido de carbono y renuevan el oxígeno. "Tenemos, por ejemplo, un hostel cerca de Plaza Serrano que forma parte de la red que tiene una terraza cubierta con pasto, y que además de aportar a la cuestión ecológica, constituye un atractivo adicional para el viajero", resalta Galeano.

En cuanto a la gestión de residuos el objetivo es el reciclado, promoviendo que los únicos materiales que lleguen al relleno sanitario sean aquellos no reciclables. Sobre el empleo, el código incluye ítems como brindarle información veraz al empleado, condiciones de trabajo acorde a las normas laborales y de salubridad y el acceso a luz solar y ventilación, entre otros. Sobre la accesibilidad se promueve una información clara de acuerdo a las especificidades de cada discapacidad.

El código de ética constituye en sí una forma de información al consumidor y sirve para evaluar a cada uno de los establecimientos que forman parte de la red. "A pesar de que tenemos sello, la verdadera certificación no la provee la red, ni un tercero, sino el consumidor mismo", enfatiza Galeano. "Si un hotel se publicita dentro de la red diciendo que tiene el 100% de lámparas de bajo consumo y cuando el viajero va, tiene la mitad, la red habilita una vía de reclamo directo a su alcance".

Los beneficios de formar parte de la RTR, según Galeano, son muchos: como sello de marketing, como factor de regulación y generador de lealtad en el mercado, como espacio de capacitación y de acceso a la información, y como transformador del negocio dentro del concepto de Turismo Responsable, que gana cada vez más importancia. "Además –concluye el Presidente de Generación Par– aunque parezca poco, existe el beneficio de trabajar juntos: muchos miembros de la red empezaron a comercializarse entre ellos porque empezaron a ver un proceso de confianza que de otra manera no existe en el mercado turístico".

Una red en crecimiento

La Red de Turismo Responsable vio la luz en 2008, concretando su primera reunión en agosto de 2009. Desde entonces la organización creció, contando actualmente con 30 miembros, entre los que se encuentran organismos públicos, empresas privadas, organizaciones sociales, medios de comunicación y universidades, todas ellas ligadas en forma directa al turismo. Funciona en tres "nodos" del país: Buenos Aires, Salta y Rosario.
El próximo paso será incorporar miembros a nivel internacional: "Estamos trabajando en el armado de los nuevos nodos de la red –señala Galeano– que hoy tiene un carácter de organización local, pero cuya condición y formación impulsan a formar una organización internacional, que nuclee de esta manera a los nodos actuales con otros destinos turísticos".
"El objetivo es que cualquier entidad de cualquier parte del mundo pueda participar en la definición de los indicadores, y que los viajeros puedan encontrarse con el mismo tipo de evaluación respecto al Turismo Responsable", destaca.

Si querés suscribirte a la edición digital del suplemento Caminos y Sabores escribinos a info@caminosysabores.com.ar

PARA COMUNICARSE CON EL SUPLEMENTO CAMINOS Y SABORES

Por mail
prensa@caminosysabores.com.ar

Por teléfono
011 4309-7663

Seguinos
caminosysabores

Twitter
@feriacys

Más información
www.caminosysabores.com.ar

nota de tapa

Foto: Ruta de la Yerba Mate

En la Ruta se articulan más de 180 emprendimientos y 18 mil productores y empresarios de la Mesopotamia.

Alimentos y regiones

Un abrazo yerbatero

Más de 180 empresas ligadas al "oro verde" apostaron a trabajar en conjunto para crecer, y con el nacimiento de la Ruta de la Yerba Mate convirtieron la infusión en un emblema del litoral y de la Argentina ante el mundo.

Si bien actualmente nos encontramos en un contexto de indefiniciones en torno al precio de la yerba mate -como producto de que el Gobierno autorizó una suba del 89% de la hoja verde y del 109% para la yerba canchada que se paga a los productores-, existe un vasto grupo de instituciones ligadas al sector que decidieron dejar de lado las diferencias y trabajar en conjunto para desarrollar una marca país que permita identificar a los argentinos en todo el mundo.

Esas instituciones decidieron agruparse en la Asociación Ruta de la Yerba Mate, un circuito turístico y gastronómico que recrea los antiguos caminos de las colonias jesuíticas y les permite, hoy, seguir apostando al crecimiento solidario. Estos senderos nacieron cinco siglos atrás, cuando los pueblos originarios del litoral les transmitieron a los colonos que la yerba mate podía ser consumida en infusiones. Y los españoles, que una vez que la probaron no pudieron dejar de tomarla, desarrollaron vías de comunicación entre las quince misiones que estaban desperdigadas por las actuales provincias de Corrientes y Misiones.

Hoy, dichos caminos articulan a más de 180 emprendimientos y 18 mil productores y empresarios de la Mesopotamia, en una ruta alimentaria única en el mundo que incluye pequeñas y grandes plantaciones yerbateras; agroindustrias en las que se puede conocer el proceso hasta el producto final; restaurants, bares, panaderías y confiterías que ofrecen una gastronomía completa basada en la yerba o alojamientos –desde hoteles tradicionales hasta estancias o eco-lodges-.

La Ruta "es la articulación del turismo, de la cultura, la historia, la producción y la industria, a través de la yerba mate como símbolo de la amistad, y como lo único que nos puede aunar a todos los sectores".

Pero una de las particularidades de esta asociación es que lograron darle tal impulso a la yerba que muchos otros sectores se integraron. Por ejemplo, existen clínicas y centros de belleza con jabones, champúes, cremas tonificantes, lociones o perfumes en base al "oro verde"; empresas de transporte terrestre y aéreo, y empresas de viajes y turismo que organizan las visitas; deportistas de alta elite que cuando compiten llevan este emblema de la mesopotamia en el pecho; y galerías de arte y otros negocios temáticos en los que la esencia de la cultura verde se hace sentir.

Sabor compartido

Actualmente, este itinerario turístico que se apoya en la yerba y que comienza en el norte correntino y culmina en la frontera del norte misionero, se transformó en un complemento a la clásica visita a las Cataratas. El presidente de la Asociación Ruta de la Yerba Mate, Alejandro Gruber, sostuvo que la Ruta "es la articulación del turismo, de la cultura, la historia, la producción y la industria, a través de la yerba mate como símbolo de la amistad, y como lo único que nos puede aunar a todos los sectores".

Los circuitos turísticos actuales permiten conocer a la yerba desde sus múltiples puntos de vista: "Por ejemplo, cerca de la misión jesuítico-guaraní de San Ignacio hay cooperativas de productores, y luego se puede visitar un establecimiento tradicional de yerba orgánica donde se puede conocer el antiguo proceso de secanza. En el camino, por supuesto, también se pueden encontrar con otros productos de la región, como los pickles, choclitos y mermeladas que complementan esta visita gastronómica y cultural, sentarse en un restaurant de la ruta a comer un pescado típico de río como surubí o pacú con salsa de yerba mate o conocer artistas que en sus obras trabajan sobre el cosechero rural", explicó.

Un objetivo común

Uno de los desafíos más importantes en un emprendimiento colectivo consiste en dejar de lado las pretensiones individuales y abrir paso al bien común. ¿Cómo lo alcanzaron en este caso? Alejandro consideró que uno de los pilares consistió en "sintetizar el espíritu del producto". "Creo que la gente que conforma la ruta entendió que tenemos un producto muy rico que nos representa e integra. Además, logramos trabajar en forma equilibrada, alcanzando resultados para cada uno de los sectores", dijo.

Según el presidente de la entidad, esto permitió adquirir confianza de los integrantes, algo que se fortaleció cuando la entidad expuso logros como la fuerte presencia internacional a costo cero, ya que son una entidad sin fines de lucro. "A tal punto es fuerte el colectivo, que lanzamos un producto clave: los primeros blends [mezclas] de yerba mate. Esto significa que se comercializan juntas tres yerbas de establecimientos distintos –una masiva, una medianamente conocida, y un pequeño productor- más un envase para que el usuario las agrupe. Es decir que las yerbateras grandes aceptaron estar en un pack junto a menos conocidas. ¿Sorprendente? No, ése es el espíritu de la yerba mate: reunir e integrarse", concluyó.

Para contactarse con esta Ruta
www.rutadelayerbamate.org.ar

La yerba en todos lados

A partir del trabajo colectivo, la creatividad comenzó a dar sus frutos, y hoy la yerba está disponible en sus múltiples formas y facetas. En las heladerías misioneras, por ejemplo, el helado de yerba mate es líder junto con el chocolate con almendras. Además, hay tragos con y sin alcohol, postres como triflé, mousse o crème brûlée a base de yerba mate, y licores, caramelos, bombones, alfajores, budines y scones.

municipios rurales

Una provincia con todos los paisajes

Desde el mar a las sierras, atravesando ríos y lagunas, en la provincia de Buenos Aires hay 42 municipios que lograron dejar atrás antagonismos políticos para unirse y potenciar el desarrollo turístico de la región.

Foto: COTAB

Los pueblos de Buenos Aires ofrecen una oportunidad de vivir las tradiciones.

Buenos Aires tiene mucho más que la Costa Atlántica para ofrecerle a los turistas. Hay pueblos con cultura e historias rurales, paisajes gauchescos, lugares de pesca, excursiones de aventura, espacios para los deportes como el jet ski o el parapente, se puede volar en globo, andar en lancha, a caballo o hacer escalada. Detrás de cada una de estas actividades, y una innumerable cantidad de otras, hay comunidades enteras, municipios que apuestan al turismo como herramienta de desarrollo.

Desde hace más de una década, un grupo de 42 distritos forman parte del Consorcio de Municipios Turísticos de la provincia de Buenos Aires (COTAB). Desde allí han logrado poner el interés grupal por encima del individual, aprendiendo de los errores de cada uno y potenciando los proyectos de los otros.

Ezequiel Steinberg es secretario de Prensa de la COTAB y subsecretario de Turismo de San Miguel del Monte. Cuenta que todos los meses los funcionarios del área de turismo de los municipios se reúnen, hacen acuerdos y toman decisiones conjuntas con mucha velocidad. “Es una de las pocas áreas de Gobierno que tiene este tipo de unión, donde quedan afuera los partidismos y al mismo tiempo se llevan a cabo políticas de Estado, porque se trabaja concretamente en las necesidades de cada uno y en el desarrollo colectivo. Uno empieza a sentirse mucho más cerca de los municipios vecinos, más allá de los kilómetros que nos separan”, describe.

Es en estos encuentros donde muchas veces se consolidan las rutas turísticas que promueve la provincia de Buenos Aires. ”Por ejemplo, entre Lobos y San Miguel del Monte se acaba de armar la ruta del pejerrey”, anuncia Steinberg y agrega: “es interesante, porque cuando asume un secretario nuevo, cuenta con una base de iniciativas que puede aplicar en su municipio. Porque acá todo se socializa. Si en tu municipio hay una laguna, el resto de los pueblos con laguna comparte las actividades que se llevaron a cabo”.

Superar la competencia

El funcionario de San Miguel del Monte insiste en que una de las fortalezas del COTAB es la solidaridad y el asociativismo. “Más allá de las competencias, hemos aprendido a compartir. Todos tenemos acceso a lo que hace el otro, entonces sabemos que si un día un municipio vecino organiza una actividad, nosotros no haremos nada que pueda perjudicarlo”, expone.

En Buenos Aires, las distancias entre distritos terminan siendo pequeñas. “Desde San Miguel del Monte hay 50 kilómetros a Lobos o a General Belgrano, o 70 hasta Las Flores, de modo que lo que yo tengo que hacer es promocionar el show de los municipios vecinos”, analiza Steinberg. Por esta razón, considera que no es preocupante si una noche los visitantes invirtieron su dinero en otro municipio. “Todo lo contrario, el turista fue feliz, y luego vendrá a Monte. El pueblo vecino pasa a ser un insumo turístico para mi labor; ese es el gran cambio. No competimos, sino que nos complementamos”.

Así, las actividades turísticas trascienden cada pueblo. Es el caso del Enduro Rally, una suerte de Dakar en la que participan motos y cuatriciclos que van uniendo los pueblos del Consorcio. También se hacen descuentos para los habitantes de los pueblos de estos distritos. Esto ocurre en Mundo Marino, donde con sólo mostrar el documento y acreditar que se es poblador del COTAB, se accede a beneficios. En esa dirección se trabaja en una guía de descuentos para toda la provincia.

Para Steinberg, el futuro es promisorio: “Hoy hay 42 municipios que trabajan en conjunto y representan a toda la provincia. Desde la costa a las lagunas, los ríos a las sierras, en el COTAB tratamos de amalgamar todo lo lindo de la provincia para potenciar su desarrollo”.

Pueblos con historia

Cada vez más el público de las ciudades busca vivir las experiencias recreativas que ofrece el interior. Los pueblos rurales permiten conectarse con la tranquilidad de la infancia, enviar a los hijos al almacén en bicicleta, y recorrer –a través de lugares como las pulperías o de elementos como los aljibes - los vestigios de la historia que nos definen como país.

Noticias breves

Premian libro de quesos sudamericanos

El libro “Quesos de América del Sur”, editado por Albatros, recibió el Premio Gourmand World Cookbook Awards 2011 en la categoría “Mejor libro de quesos 2011”. En sus páginas, ocho autores latinoamericanos abordan la historia y tradición quesera de diez países de la región. El libro contó con el auspicio del Instituto Nacional de Tecnología Industrial de Argentina (INTI), y el Laboratorio Tecnológico de Uruguay (LATU).

Para mayor información, consultar www.cookbookfair.com

Curso de Antropología Alimentaria

La reflexión crítica sobre la alimentación como hecho social, y la actual situación mundial y nacional en el tema, serán los ejes del Curso de Antropología Alimentaria dictado por la Dra. Patricia Aguirre en el Instituto de Altos Estudios Sociales de la Universidad Nacional de San Martín (IDAES-UNSAM). El curso, de modalidad presencial (los martes de 18 a 20 hs.), consta de dos cuatrimestres que se pueden cursar en forma independiente. El primer módulo, relativo a “Antropología Alimentaria General”, comenzó el 10 de abril y se extenderá hasta el 21 de julio; el segundo, sobre “Problemática Alimentaria Argentina”, se cursará del 22 de agosto al 1 de diciembre. Informes e inscripción: IDAES, Paraná 145 - 5º piso. Tel.: 011 4373-7007. Correo electrónico: idaes@idaes.unsam.edu.ar

Caminos y Sabores
Alimentos regionales, artesanías y turismo. Una cita con las raíces de nuestra identidad.
Del 6 al 9 de julio - La Rural
Ciudad Autónoma de Buenos Aires
RESERVE SU STAND
Organiza F/ex arg Ferias y Exposiciones Argentinas SA
Informes: (011) 4309-7663 - comercial@caminosysabores.com.ar
www.caminosysabores.com.ar
Seguinos en caminosysabores @feriacys