

**TURISMO AGROALIMENTARIO Y REVALORIZACIÓN DE ALIMENTOS
TRADICIONALES: EL CASO DEL YATAY [*BUTIA YATAY*] EN UBAJAY, ARGENTINA**

Agri-Food Tourism and Revaluation of Traditional Foods: The Case of
Yatay [*Butia Yatay*] In Ubajay, Argentina

**IVONNE VÁZQUEZ HERNÁNDEZ¹, ANDREA EDURNE JIMÉNEZ-RUIZ², YANELLI DANIELA
PALMAS CASTREJÓN³, DANIEL DE JESUS CONTRERAS⁴, ROCÍO DEL CARMEN SERRANO
BARQUÍN⁵,**

DOI: <http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v12i2p309>

RESUMEN⁶

La relación entre patrimonio alimentario y turismo se ha constituido en una de las alternativas más importantes de desarrollo para los espacios rurales. En este sentido, el turismo agroalimentario se presenta como una opción para revalorizar los productos alimenticios agrícolas locales y fomentar el desarrollo de las comunidades. En el presente artículo se aborda el caso de un alimento emblemático, con identidad territorial y de profunda significación sociocultural en la comunidad de Ubajay [Argentina]: el Yatay [*Butia Yatay*]. A partir de una investigación exploratoria, se determina el potencial turístico del Yatay para articular una ruta agroalimentaria como posibilidad para su revalorización. Se llevó a cabo un diagnóstico turístico del territorio con énfasis en los recursos agroalimentarios y gastronómicos derivados del Yatay. Los resultados demuestran la existencia de

309

¹ **Ivonne Vázquez Hernández** – Licenciada en Turismo por la Facultad de Turismo y Gastronomía, Universidad Autónoma del Estado de México, Toluca, México. E-mail: ivonne.vh93@gmail.com

² **Andrea Edurne Jiménez-Ruiz** – Doutora. Professora na Universidad Autónoma del Estado de México, Toluca, México. Currículo: <https://orcid.org/0000-0002-6928-6567> E-mail: andreaedurnejr@gmail.com

³ **Yanelli Daniela Palmas Castrejón** - Doutora. Professora na Universidad Autónoma del Estado de México, Toluca, México. Currículo: https://www.researchgate.net/profile/Daniela_Palmas E-mail: hashir04@hotmail.com

⁴ **Daniel De Jesus Contreras** - Doutor. Professor na Universidad Autónoma del Estado de México, Temascalpetec, Estado de México, México. Currículo: https://www.researchgate.net/profile/Daniel_De_Jesus_Contreras E-mail: djcontreras66@yahoo.com

⁵ **Rocío del Carmen Serrano Barquín** - Doutora. Professora na Universidad Autónoma del Estado de México, Toluca, México. Currículo: https://www.researchgate.net/profile/Rocio_Barquin. E-mail: rocioserba14@gmail.com

⁶ **Processo Editorial:** 15 MAR 19. Avaliado: MAI - DEZ. Aceito: 3 MAR 20

un producto emblemático, capacidad asociativa y una canasta de bienes y servicios susceptibles de integrar una ruta agroalimentaria. Se concluye que el turismo agroalimentario representa una estrategia para revalorizar y preservar alimentos tradicionales, y con ello, generar beneficios en la escala económica, social, cultural y ambiental.

PALABRAS CLAVE

Turismo Agroalimentario. Ruta Agroalimentaria. Desarrollo Rural. Yatay [*Butia Yatay*]. Ubajay, Argentina.

ABSTRACT

The relationship between food heritage and tourism has become one of the most important development alternatives for rural spaces. In this sense, agro-food tourism is presented as an option to revalue local agricultural food products and encourage the development of communities. In the present article the case of an emblematic food, with territorial identity and of deep sociocultural significance in the community of Ubajay (Argentina) is addressed: the Yatay (*Butia Yatay*). From an exploratory investigation, the tourist potential of the Yatay is determined to articulate an agri-food circuit as a possibility for its revaluation. A touristic diagnosis of the territory was carried out, with emphasis on agro-food and gastronomic resources derived from the Yatay. The results show the existence of an emblematic product, associative capacity and a basket of goods and services susceptible of integrating an agri-food route. It is concluded that agrifood tourism represents a strategy to revalue and preserve traditional foods, and with that, generate benefits in the economic, social, cultural and environmental scale.

KEYWORDS

Agri-Food Tourism. Agro-Food Route. Rural Development. Yatay [*Butia Yatay*]. Ubajay, Argentina.

INTRODUCCIÓN

No es un hecho novedoso afirmar que el turismo representa hoy una de las alternativas más importantes para el desarrollo económico de un país o de una región, pues contribuye a la generación de empleos y al ingreso de un número mayor de divisas; tampoco lo es, el que la actividad turística no sólo genera beneficios económicos, también se erige como una opción para la preservación del patrimonio y para la revalorización de actividades productivas tradicionales. En este sentido, sólo recientemente aspectos tan cotidianos como la alimentación han despertado interés entre segmentos de turistas que buscan experiencias más auténticas a partir de lo que se come en los destinos que visitan. En palabras de Poulain (2007), “la alimentación es una cuestión

central del fenómeno turístico porque es una necesidad biológica para los turistas y, sobre todo, porque constituye una inestimable vía de acceso a la cultura y a la historia del país visitado” (p. 62).

Los alimentos han ocupado un espacio significativo en la historia de la humanidad, no sólo por su carácter fisiológico básico, sino también como símbolo de identidad y sentido de arraigo (Sosa & Araiza, 2013). Es precisamente esta última característica la que se vincula a la actividad turística, considerándola un recurso turístico en sí mismo, que despierta el interés de los turistas por visitar un lugar o conocer un destino con el objeto fundamental de aprender y degustar la preparación de sus productos y alimentos típicos (Barrera, 2006). Este fenómeno es creciente y ha desarrollado una modalidad propia con bastantes rasgos de consolidación, denominado como turismo gastronómico (Hjalager & Richards, 2002).

Las posibilidades que ofrece esta modalidad son diversas, pero destacan las rutas gastronómicas, agroalimentarias, de productos orgánicos, entre otras. El concepto de ruta agroalimentaria involucra toda la cadena de obtención y preparación de los alimentos, desde la producción, agroindustria y comercialización final, integrando así más actores al desarrollo de los circuitos turísticos como fincas productoras, agroindustrias rurales y artesanales, restaurantes, locales, etc.; que tengan como objeto destacar en alguna parte de la cadena [producción, transformación y venta] del producto característico de la ruta (Junganaru, Junganaru & Anghel, 2008; Barberani, 2012; Dulcire, 2012; Sosa & Araiza, 2013).

Desde hace algunos años las rutas agroalimentarias han conformado una alternativa para la revalorización de ciertos elementos gastronómicos y territoriales del patrimonio; alrededor del mundo, existen distintos recursos tanto naturales, como culturales, que pueden ser susceptibles de aprovechamiento (Richards, 2003). Aunado a esto, los elementos que integran dichas rutas agroalimentarias se encuentran vinculados a elementos del desarrollo local y del turismo (Barrera, 2008). Lo anterior ha constituido una vía de desarrollo económico y social para las comunidades locales donde las condiciones territoriales propician el desarrollo de alguna actividad agrícola, permitiendo a la comunidad local identificar prácticas que sean de importancia para ofrecer a los visitantes.

Desde la mirada del desarrollo local y el turismo, se puede inferir que existen estrategias de desarrollo en sintonía con las características y el potencial del territorio, derivado de los atractivos

que poseen, además de sus condiciones sociales y económicas. Se trata de fortalecer el carácter local de las iniciativas de desarrollo mediante la participación de los actores. En este sentido, las propuestas de turismo vinculadas al patrimonio agroalimentario representan una estrategia local que hace posible la proyección del desarrollo desde una mirada de preservación del territorio, de la riqueza cultural y social como parte de una estrategia de vida comunitaria (Gambarota & Lorda, 2017)

El desarrollo local debe ser comprendido más allá de una perspectiva económica, ya que fundamentado en la sustentabilidad puede ser un proceso dinámico de ampliación de capacidades locales que permite mejorar la calidad de la vida de todos los integrantes de la población (Palmas, Serrano-Barquín & Gutiérrez, 2017). En este sentido, Blanco y Riveros (2003) mencionan que “la organización de rutas alimentarias representa una excelente herramienta para articular las producciones agrícolas y agroindustriales con atractivos naturales y culturales, pudiéndose lograr un alto grado de participación y de beneficio para la población y el desarrollo local” (s.p). La implementación de una ruta agroalimentaria deberá plantear, entonces, la puesta en valor de los recursos humanos, culturales, naturales, materiales e inmateriales de la zona. Además, incidir en la participación de los actores públicos y privados, de acciones y proyectos que fomentan el crecimiento económico, la justicia social y la preservación del patrimonio del territorio (Díaz, 2011). En este contexto, el enfoque social del turismo agroalimentario resalta la participación comunitaria y vinculación de los distintos elementos y actores del territorio para la implementación de diversas estrategias turísticas que generen cambios económicos, sociales, culturales y ambientales en los espacios en los que se desarrolla (Thomé, De Jesús, Pérez & Jiménez, 2017).

En el marco de lo anteriormente expuesto, el objetivo de este artículo consiste en presentar un análisis del potencial turístico de un alimento tradicional del municipio de Ubajay, ubicado en la provincia de Dos Ríos, Argentina, para articular una propuesta de turismo agroalimentario como estrategia para su revalorización. Para tal efecto, se llevó a cabo un análisis exploratorio que contempló dos etapas: (a) un diagnóstico turístico del territorio con énfasis en los recursos alimentarios y gastronómicos; y (b) un ejercicio de programación a partir de la formulación de una propuesta de ruta agroalimentaria. El documento se compone de cinco apartados; una introducción, continuando con una revisión de los aspectos más relevantes sobre el turismo agroalimentario y su

potencial contribución a la revalorización de alimentos tradicionales; la metodología empleada, seguidamente se exponen los resultados de la investigación destacando la potencialidad del territorio y de los recursos agroalimentarios asociados al Yatay, y finalmente, se presentan las conclusiones del estudio.

TURISMO AGROALIMENTARIO Y REVALORIZACIÓN DE ALIMENTOS TRADICIONALES

Al margen de las diferentes denominaciones, que han ido surgiendo con el paso de los años y modas, empleadas para designar al turismo cuyo interés central se ubica en el aprovechamiento recreativo de cocinas, platos o productos, este trabajo se inclina por el término turismo agroalimentario fundamentado en diversas razones. En primer lugar, y a diferencia de conceptos como turismo gastronómico o turismo culinario, que se concentran en la elaboración de platillos o el conocimiento de las cocinas y su trasfondo, en el turismo agroalimentario se busca la integración de toda la cadena productiva del alimento, que provienen de zona no urbanas, considerando al sector primario o secundario para que todo el proceso de elaboración de un platillo sea valorado desde sus orígenes hasta su consumo (Lakovidou & Turner, 1995). Dicha integración supone que todos los actores involucrados en el sistema productivo tienen la misma participación y que los beneficios son distribuidos equitativamente. Campesinos, productores, cocineros, promotores culturales, colectivos de cocina, entre otros, convergerían en el mismo escenario para la promoción del patrimonio alimentario (Espeitx, 2004).

En segundo lugar, se trata de una actividad cuya premisa principal radica en que los alimentos han de ser conocidos en su origen. Lo anterior significa que, para efectos del turismo agroalimentario, los alimentos sólo tienen sentido en relación con un territorio físico, histórico y sociocultural que funciona como soporte de su producción. El territorio, además, es un reservorio de recursos naturales y culturales que articulados al elemento central [el alimento] conforman un entramado de bienes y servicios complementarios (Kizos & Losifides, 2007; Espinosa, Bendig, Pérez & Calás, 2019). Finalmente, el turismo agroalimentario resalta la dimensión patrimonial de los alimentos al considerarlos elementos trascendentales en la estructura sociocultural de las comunidades depositarias y cuyo valor, más allá del alimento *per se* y motivaciones lúdicas o estéticas, radica en el conocimiento de la cultura local (De Jesús, Thomé, Espinoza & Vizcarra, 2017). Por tal motivo, no se trata de alimentos procedentes de sistemas agroalimentarios industrializados y globales, sino de

productos que reflejan la historia y la dinámica de territorios particulares; es decir, productos territorialmente localizados y de profunda significación sociocultural (Velarde, 2012).

Los llamados alimentos tradicionales son aquellos cuya elaboración u obtención se encuentra asociada a determinadas prácticas culturales con una profundidad histórica comprobada y, por tanto, representan un elemento importante de la cultura, la identidad y el patrimonio (García, Palmas, Tapia & Ortiz, 2019). Aspectos como la calidad e identidad reflejan los vínculos territoriales, históricos o sociales del producto con su lugar de origen, y son la pauta para construir expresiones culturalmente vinculadas a los usos y significados de los alimentos (Galluzo, 2015). Desde luego, estos alimentos son objeto de interés patrimonial y turístico por su capacidad diferenciadora de la cultura alimentaria global y son, asimismo, un instrumento efectivo para impulsar el desarrollo del turismo de un determinado territorio (Medina & Leal, 2017). Bajo esta lógica, los ejes sobre los que se basa el turismo agroalimentario son: (a) uno o varios productos con identidad territorial y profundidad histórica; (b) un sistema agroalimentario localizado que incluye las diferentes etapas del proceso productivo; (c) capacidad organizativa para la producción alimentaria y la prestación de servicios; (d) un territorio físico y social que funciona como soporte de la oferta turística; y (e) productos y servicios basados en un eje temático (Kizos & Losifides, 2007; De Jesús et al., 2017).

Por otra parte, es importante considerar que el interés por el turismo agroalimentario se ubica en el cruce de tres fenómenos socioeconómicos de escala global. Por un lado, nos encontramos frente al declive del modelo tradicional de turismo [sol y playa] y ante la emergencia de nuevos patrones de consumo turístico que demandan aspectos como singularidad, diferencia o autenticidad (Ávila & Barrado, 2005), ocasionado la proliferación de diversas tipologías de turismo de escala local, con mayor participación comunitaria, apegadas a los principios de la sustentabilidad y más acordes con las especificidades del territorio (Serrano-Barquín, Pérez, Manjarrez & González, 2010). Dentro de las principales actividades que se implementan en el turismo que busca un acercamiento con las comunidades se encuentran los talleres artesanales, etnoturismo, ecoarqueología, agroturismo, preparación y uso de medicina tradicional, talleres gastronómicos, fotografía rural, aprendizaje de dialectos, vivencias místicas, rutas agroalimentarias, entre otras (Ivars, 2000).

La reestructuración productiva de los espacios rurales y la consolidación de una Nueva Ruralidad, es otro de los factores que explica el interés creciente por el patrimonio alimentario desde la

perspectiva turística. Los ajustes estructurales de las economías nacionales en Latinoamérica implementados entre la década de los años 1980 y 1990 condujeron a una severa crisis en los espacios rurales que supusieron el declive de las actividades tradicionales del sector primario (Bonnal, Bosc, Diaz & Losch, 2003). Ante este escenario y como una respuesta natural, en diversos espacios académicos, políticos e institucionales se habló de una Nueva Ruralidad fundamentada en la multifuncionalidad del territorio y en la pluriactividad de los actores locales (Pérez & Caballero, 2003; Kay, 2009; Carton de Grammont & Martínez, 2009). Uno de los rasgos característicos de la Nueva Ruralidad se refiere a la transición de los paisajes de producción hacia los paisajes del consumo (Cloke, 2006) y la emergencia de actividades no agrícolas como el turismo, los servicios ambientales y el papel cada vez más creciente del patrimonio cultural en la articulación de nuevas opciones productivas. Los alimentos tradicionales ocupan un lugar estratégico en la definición de nuevas opciones de desarrollo mediante su valorización en tanto componentes del patrimonio inmaterial (Espeitx, 2004).

En el mismo sentido, la globalización alimentaria que, entre otras cosas, ha conducido a la estandarización y homogeneización de la producción/consumo de alimentos, ha originado igualmente una preocupación cada vez más acentuada por reivindicar el valor nutricional, pero también cultural, social y simbólico de los alimentos típicos, tradicionales o artesanales (Contreras, 2017). En este contexto, se asume que tales alimentos constituyen una inestimable fuente para perpetuar la memoria colectiva y construir las identidades, de ahí que su carácter patrimonial sea hoy uno de los principales rasgos sobre los que se articulan las diferentes iniciativas de desarrollo, en tanto alternativas para su rescate; es decir, su patrimonialización (Suremain, 2017; Hernández, 2018; Roigé, Frigolé & De Marmol, 2014). Ésta adopta diferentes carices, pero resulta particularmente significativa su vinculación con el turismo porque supone nuevos usos y significados mediante los cuales se busca generar desarrollo.

Así, el turismo agroalimentario se presenta como una modalidad novedosa para diversificar el mercado turístico y descongestionar los destinos saturados; supone una alternativa de desarrollo rural mediante la activación turística del patrimonio cultural y particularmente los platillos o productos tradicionales; y significa una importante posibilidad para revalorizar el patrimonio alimentario de las áreas rurales que, en algunos casos, se encuentran en vías de extinción.

LAS RUTAS AGROALIMENTARIAS COMO EXPRESIONES DEL TURISMO BASADO EN ALIMENTOS

En un sentido amplio, las rutas agroalimentarias “son itinerarios turísticos basados en alimentos en torno a los cuáles se construyen productos recreativos y culturales que permiten al visitante explorar la cadena de valor del alimento, desde la producción primaria hasta el plato” (Barrera & Bringas, 2008, p. 39). Las rutas se organizan en torno a un producto clave que las caracteriza y les otorga el nombre, y a su vez se complementan con actividades en las que se vinculen los recursos con los que cuenta el territorio. El turismo, en el caso de una ruta alimentaria, permite resaltar la historia, la memoria y el origen de los alimentos. La identidad de los alimentos, ante el proceso de globalización, permite revalorar lo propio y tradicional de cada zona y constituir así un factor importante a considerar para la conformación de una ruta (Bocanegra & Vázquez, 2006).

Las rutas, así mismo, deben generar una red que propicie al desarrollo local, por medio de la complementación de saberes, productos, gastronomía tradicional, conocimientos relacionados con la tierra y alimentos agrícolas, entre otros de diferentes territorios si es posible (Corigliano, 2003). De acuerdo con Tresserras (2007), existen distintos tipos de rutas agroalimentarias, entre las que destacan las siguientes: (a) rutas que destacan algún platillo; (b) rutas que destacan una cocina de carácter étnico; y (c) rutas que destacan algún producto, ya sea alimento primario o elaborado. Sin embargo, las rutas más famosas y difundidas en el mundo son las estructuradas en torno a un producto estrella donde el factor calidad y las denominaciones de origen juegan un rol primordial en su promoción y su comercialización (Schlüter & Thiel, 2008). Algunos de los elementos que constituyen una ruta agroalimentaria según Barrera y Bringas (2008) son:

- El alimento identitario o una canasta de alimentos que dan soporte a la ruta.
- Un contexto cultural inserto de manera indisoluble, que es lo más destacable, distingue e identifica a la ruta a través de sus diferentes manifestaciones. Patrimonio cultural intangible [historias, memorias, costumbres, tradiciones, etc.] y patrimonio cultural tangible [patrimonio arquitectónico, patrimonio arqueológico, patrimonio paleontológico, obra escrita].
- Un área geográfica delimitada.
- Organizaciones públicas y privadas que apoyen la ruta.

Hernández, I. V.; Jiménez-Ruiz, A. E.; Castrejón, Y. D. P.; Contreras, D. de J.; Barquín, R. del C. S. & (2020). Turismo agroalimentario y revalorización de alimentos tradicionales: el caso del Yatay [*Butia yatay*] en Ubajay, Argentina. **Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade**, 12(2), pp. 309-333, DOI: <http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v12i2p309>

- Productores del sector primario.
- El sector productivo de alimentos, artesanías, souvenirs

El desarrollo de las rutas alimentarias o gastronómicas es relativamente reciente, han surgido en las dos últimas décadas del siglo XX, teniendo como origen en Europa y se han implementado en distintas latitudes geográficas. Sin embargo, todas parten de la puesta en valor de un producto específico y característico de la región en donde se desarrollan (Barrera, 2010). En Argentina la implementación de este tipo de rutas se produce a finales de los noventa, a partir del proyecto Rutas y Circuitos Alimentarios Argentinos, que fue financiado por del Banco Interamericano de Desarrollo [BID], y desarrollado por la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentos [AGPyA] de la República Argentina. En este contexto se identifican importantes experiencias de rutas a cargo de productores agropecuarios y agroindustriales en el territorio rural del país.

Sin embargo, la promoción por parte de la Secretaría de Turismo de la Nación es escasa y se centra en casos específicos, como es el de la Yerba Mate (Barrera, 2003). En la ruta de La Yerba Mate, a partir de un itinerario turístico se describe la cultura e identidad de este producto, se recorre la zona productora, abarcando toda la provincia de Misiones y el norte de Corrientes. En torno a su cultivo se han desarrollado productos turístico-culturales y gastronómicos, que permiten reconocer el proceso de la elaboración de la yerba mate a través de toda la cadena productiva, involucrando su pasado y su presente, y también el de su comunidad (Barrera, 2010; Barrera & Stanaiak, 2013).

De esta manera las rutas agroalimentarias han conformado desde hace algunos años un medio de desarrollo e inclusión para las comunidades o regiones en las que se desarrollan. Son un elemento sustantivo para el desarrollo económico, sociocultural e incluso medioambiental. En este contexto es importante reconocer la existencia y trascendencia de diversas regiones que cuentan con un alto potencial de aprovechamiento gastronómico.

METODOLOGÍA

El enfoque de la investigación es de carácter exploratorio encaminado a profundizar en el conocimiento del potencial que ofrece la gastronomía en su estado actual para la Municipalidad de Ubajay en Argentina y sus sinergias con el turismo. Para ello, se siguió como proceso metodológico

el análisis teórico conceptual de elementos que después se utilizaron para la aplicación de la matriz DAFO; asimismo, se señala la oferta gastronómica de la región, los puntos fuertes y principales debilidades, así como las amenazas que podría encontrar el posible desarrollo de una propuesta turística fundada en el patrimonio gastronómico local.

A nivel metodológico, se eligió la matriz DAFO, por medio de ésta, se puede elaborar un diagnóstico preliminar acerca del desarrollo de la gastronomía bajo un enfoque turístico (Lago & Sevilla, 2008). Dicha herramienta permitió tener una visión detallada de la situación actual del turismo agroalimentario y poder definir directrices y nuevas propuestas de actuación. Literalmente, el análisis DAFO es un acrónimo para Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades. Desde una perspectiva práctica y conceptual representa un método de reflexión-acción muy clarificador. En este contexto, el diagnóstico se realizó en dos etapas. La primera etapa se centró en la identificación de las características internas del turismo agroalimentario en la zona y la segunda etapa, se basó en el análisis de los elementos exógenos, es decir, aquellos aspectos propios del contexto de referencia y que de una manera directa o indirecta afectan al objeto del estudio.

Para el trabajo en campo se emplearon técnicas como la observación directa por más de 480 horas [registradas en distintas fechas en un diario de campo], se aplicaron entrevistas semiestructuradas a 10 pequeños productores y transformadores del Yatay, sobre su nivel de asociativismo y su disponibilidad para participar en una propuesta de turismo agroalimentario, cabe destacar el muestreo se realizó por bola de nieve, debido a que no se deseaba que los productores se sintieran forzados a participar, pues en algunos comentarios cuando se tuvo el primer acercamiento en el territorio fueron negativos; sin embargo con el paso del tiempo, esta actitud fue cambiando, siendo la confianza, un beneficio que da la academia en los proyectos aplicados y que se han tenido con las comunidades a diferencia del sector gubernamental o privado. Se realizaron también, 10 entrevistas semiestructuradas a prestadores de servicios para conocer la oferta turística y, a 100 turistas para conocer sus motivaciones en cuanto a una propuesta de turismo vinculado a la gastronomía en Ubajay.

Realizar una investigación exploratoria basada en un análisis DAFO permitió analizar el diagnóstico, haciendo un contraste con los conceptos planteados, para valorizar los alimentos tradicionales, derivados del Yatay por medio de una ruta agroalimentaria.

ZONA DE ESTUDIO Y ELEMENTO GASTRONÓMICO BASE

La municipalidad de Ubajay se localiza en la región noreste de Argentina y pertenece a la Provincia de Entre Ríos, denominada así debido a que por sus condiciones geográficas se encuentra justo entre el río Paraná y el río Uruguay. Cuenta con una población aproximada de 3,500 habitantes (INDEC, 2010). La principal actividad económica es la explotación maderera y forestal; en este sentido, la industria de la madera tiene en la localidad y alrededores aproximadamente diez aserraderos. La ganadería y el cultivo de soja también forman parte de las principales actividades económicas de la comunidad (INDEC, 2010).



Figura 1 - Ubicación de la municipalidad de Ubajay

Fuente: Elaboración de Alfredo Heredia.

Ubajay, perteneciente a la microrregión de Palmares, posee un importante patrimonio natural que incluye diversidad de ecosistemas como pastizales y selva en galería. De particular relevancia es la protección y conservación del Palmar Yatay que ha motivado la constitución del Parque Nacional El Palmar y el Refugio de Vida Silvestre La Aurora del Palmar, ambos situados en el territorio de Ubajay. Respecto a su patrimonio cultural, Ubajay se destaca por la Fiesta Provincial del Yatay, misma que le ha valido para destacar su identidad vinculada a la gastronomía, al folklore regional y a la cultura criolla. Estos aspectos conforman elementos importantes para el desarrollo de la actividad turística (Turismo Entre Ríos, 2018). La importancia de la Palmera Yatay en la municipalidad ha sido tal, que anteriormente era conocida como Pueblo Palmar y Colonia Palmar Yatay.

Una característica de la palmera del Yatay, es su capacidad de soporte respecto a las temperaturas extremas y frías, llega a medir hasta 18 m de altura y sus hojas más de 3 metros de largo. Da un fruto conocido como Yatay solamente 4 meses al año [de primavera a otoño], de pulpa fibrosa, su semilla es conocida por algunos terratenientes como coquito y es utilizada principalmente para preparación de alimentos y bebidas alcohólicas y no alcohólicas, así como, medicinas tradicionales (Bonomo & Capeleti, 2014).

Es importante destacar que ésta es una de las palmeras con ubicación más austral en el mundo, mismas que producen el pequeño fruto de color naranja característico de la región denominado Yatay (Fig. 2 y 3) (Guzmán, Monza & Valenzuela, 2016). La palmera produce aproximadamente cinco racimos con alrededor de 100 frutos cada uno y un rendimiento promedio de 5 kilogramos por racimo (Bonomo & Capeletti, 2014). El fruto producido es carnoso y de forma ovoide, cuya mayor producción ocurre entre el verano y el otoño, que va de los meses de enero a abril.



Figuras 2 y 3 - El fruto Yatay

Fonte: Fotografías de Ivonne Vázquez Hernández

ANÁLISIS PARA EL TURISMO AGROALIMENTARIO EN UBAJAY

Con base en la investigación, se distinguen tanto puntos débiles, como elementos estratégicos para la posible implementación del turismo agroalimentario en Ubajay, los cuales se sintetizan en la siguiente tabla. Posteriormente se muestran los resultados, en primer lugar, se describen los componentes endógenos y posteriormente los exógenos. Se observa que actualmente en la Municipalidad de Ubajay no se cuenta con una oferta bien definida e integrada de turismo vinculada a lo agroalimentario. Sin embargo, una de las principales fortalezas, es la existencia de un producto tradicional identitario, el fruto del Yatay, es un alimento tradicional que crece en la palmera Yatay [*Butia Yatay*], especie endémica de la región noreste de Argentina que pertenece al género de la familia de las palmeras [*arecaceae*], comprende unas 20 especies y se encuentra distribuida en Suramérica (Bonomo & Capeletti, 2014).

Cabe destacar que esta región es el único lugar que alberga la mayor extensión territorial significativa de palmar Yatay en esta región de Argentina, por lo que es esencial su conservación. Los Palmares tienen densidades que van desde unas pocas decenas hasta más de seiscientas palmas por hectárea en algunos sitios y se encuentran principalmente en regiones de llanuras, próximas a grandes lagunas. Lo anterior le brinda un alto valor paisajístico, de biodiversidad e histórico-cultural, elementos sustantivos para el desarrollo del turismo.

Los registros arqueológicos han demostrado que esta especie era empleada con fines alimenticios desde el Holoceno por sociedades dedicadas a la caza, la recolección, la pesca y la horticultura. Por su parte, los datos etnográficos recabados en distintas comunidades del Noreste de Argentina confirman la continuidad de su empleo para fines alimenticios, medicinales y como material para la construcción de viviendas (Bonomo & Capeletti, 2014). Recientemente, la comunidad de Ubajay ha destacado por la producción y conservación de Palmera Yatay, a partir de la elaboración de varios platillos derivados del fruto como son: licor, jalea, conservas y alfajores, así como postres, helados, flanes y pasteles. Estos productos son principalmente para consumo personal, sin embargo, hay quienes los comercializan en el parque Nacional el Palmar y en la Aurora del Palmar donde se concentra la mayor oferta gastronómica de platillos. A pesar de que estos derivados del Yatay aún no cuentan con alguna certificación que brinde valor agregado, son considerados por los locales como alimentos de calidad y con alto valor cultural.

Cuadro 1 - Análisis FODA del potencial de Ubajay para turismo agroalimentario

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
ANÁLISIS INTERNO	<p>Existencia de un alimento tradicional identitario y medicinas tradicionales</p> <p>Diversidad de usos gastronómicos del producto primario</p> <p>Productores clave de alimentos elaborados con el Yatay</p> <p>Oferta de recursos naturales y culturales susceptibles de aprovechamiento turístico</p> <p>Servicios turísticos de hospedaje y alimentos</p> <p>Capacidad asociativa e interés de actores clave para detonar un proyecto de turismo agroalimentario</p> <p>Palmeras con una existencia de más de 250 años de vida.</p>	<p>Carencia de una oferta turístico- gastronómica integrada y bien organizada</p> <p>Escasos vínculos entre actores del territorio</p> <p>Poca diversificación de los servicios gastronómicos</p> <p>Ausencia de ideas innovadoras</p> <p>Escasas vías de comunicación terrestre para arribar al destino</p> <p>Infraestructura turística limitada y de mediana calidad</p> <p>Escaso interés de algunos pobladores en el Yatay</p> <p>Escaso conocimiento sobre la actividad turística</p>
	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
ANÁLISIS EXTERNO	<p>Productos complementarios</p> <p>Interacción con diversos sectores</p> <p>Interés de determinados segmentos de consumidores por alimentos tradicionales</p> <p>Interés por parte de actores</p> <p>Vínculo e interés entre instituciones y productores locales</p>	<p>Iniciativas externas de recorridos turísticos sobre el Yatay</p> <p>Influencia gastronómica de otras regiones</p> <p>Falta de apoyo a las actividades turísticas con Yatay.</p>

Fuente: Elaboración propia con base en la investigación.

Durante un sondeo realizado en marzo del 2018 en Ubjay y sus alrededores, se indago sobre el interés por parte de los turistas en la implementación de turismo agroalimentario en la región. Los resultados arrojaron que los interesados son familias provenientes sobre todo de espacios urbanos en los que se tiene poco vínculo con los espacios naturales. Además, son personas interesadas en el conocimiento y consumo de productos gastronómicos naturales con identidad cultural. Dentro de las actividades que les gustaría realizar están el asistir a alguna platica sobre el crecimiento, cuidado y cosecha del fruto. Además, les gustaría adentrarse en la importancia que éste tiene en la

conservación del medio ambiente. También es de su interés saber el uso gastronómico que se le da al fruto y participar en la elaboración y degustación de diversos platillos.

Lo anterior, representa la oportunidad de conformar una oferta turística agroalimentaria que involucre el reconocimiento, preparación y degustación de estos platillos tradicionales interactuando a su vez, con la cultura y los actores locales. En este sentido, no bastará con poseer un alimento emblemático o de gran tradición. Es necesario también contar con una oferta de recursos naturales y culturales que puedan complementar la experiencia turística, se requiere además contar con una oferta básica de servicios, así como productos complementarios y sobre todo que a la población local le interese su implementación. Además, se tendrán que establecer vínculos con diversos actores del territorio para generar un producto turístico integral.

Otros productos gastronómicos complementarios que distinguen a la región son la carne y la yerba mate. Actualmente parte de la comunidad aún se encuentra muy involucrada en la ganadería y realizan las denominadas *carneadas*, donde las familias se reúnen por varios días para realizar desde la matanza del animal, limpieza de la carne y piel, hasta la preparación de embutidos y realización del asado. Además, se realizan jineteadas, otro rasgo cultural que distingue a la comunidad es el desfile de agrupaciones gauchas donde los pobladores muestran su vestimenta típica. Así mismo el consumo de yerba mate, es una tradición muy marcada de la región Entre Ríos, debido a su cercanía con la provincia de Misiones en donde hay una fuerte producción de la yerba. La región se distingue por la variedad de formas de preparación y consumo del mate que va desde el mate amargo, mate dulce, terere, mate de té y mate cocido (Turismo Entre Ríos, 2018). Los productos antes mencionados pueden contribuir en el impulso del turismo agroalimentario mediante Festivales, Ferias o fiestas, etcétera.

La región se distingue por su variedad de recursos naturales y culturales. Dentro de las manifestaciones culturales de la región destaca la ‘fiesta provincial del Yatay’, que se realiza anualmente en el mes de enero con lo cual se da inicio a la temporada de cosecha del fruto del Yatay; esta festividad se caracteriza por resaltar espectáculos de la cultura criolla, jineteadas, aspectos del folklore regional como danzas y cantos típicos, además se lleva a cabo la elección de la reina del Yatay y el paisano mejor vestido. En esta celebración también se destaca la exhibición de

artesanías y platillos típicos (Turismo Entre Ríos, 2018) y todos estos elementos bien podrían anclarse o fortalecer propuestas de turismo agroalimentario.

También es reconocido por su producción maderera, sobre todo para artesanías como: materas, porta retratos, llaveros, cajas para té, entre otras. En la región existen artesanos que trabajan con las hojas de palmeras como materia prima, realizando tejidos tipo cestería, así como muñecas o algunas otras piezas ornamentales. Esta región fue impulsada desde el sector público para promocionar las actividades turísticas de la región, siendo los sitios más representativos el Parque Nacional El Palmar y el Refugio de Vida Silvestre La Aurora del Palmar. En este lugar se ubica el reducto más importante de palmera Yatay del país, sobre sale por su alto valor ambiental y paisajístico. Actualmente además de brindar refugio a la vida silvestre de la región, en él se han implementado una serie de actividades y servicios para turistas como caminatas, paseo a caballo, en bicicleta, safari entre otras.

En relación a la oferta de servicios turísticos, se cuenta con una modesta y escasa oferta de hospedaje como son, Hotel Amanecer, Hotel Rincón del Pueblo y Hotel la Palmera, estos establecimientos tienen capacidad para recibir entre treinta y cuarenta huéspedes aproximadamente, en su mayoría cuenta con los servicios básicos, aunque algunas son muy sencillas por lo que algunos turistas que buscan servicios de mayor calidad optan por hospedarse en La Aurora del Palmar, donde el espacio y características de los servicios reflejan una calidad y experiencia más amplia. En cuanto a establecimientos de alimentos y bebidas están el restaurante Lo de Hechinger, restaurante Mamma Mía y restaurante bar Las Moras, cabe destacar que son establecimientos pequeños y por el momento ninguno integra algún producto derivado del Yatay en su menú, en su mayoría ofertan principalmente platillos derivados de la influencia de la cocina italiana y comida rápida o de otras regiones, dejando un poco de lado la gastronomía local que distingue a la zona como el asado, el guiso, empanadas entre otros. Además, se cuenta con el Museo Histórico de Ubajay La Estación, en él se preserva y resguarda el patrimonio histórico de la localidad, el museo se encuentra en buen estado y cuenta con diversos espacios verdes, que invitan al turista al descanso en el campo.

Por otro lado, en cuanto a la población local se identifica que actualmente hay una falta de interés en las nuevas generaciones por conocer y conservar los conocimientos e historia anclados al Yatay.

Es decir, no visualizan la importancia, histórica, gastronómica e incluso económica que podría derivar de su aprovechamiento. Sin embargo, se sugiere que, por medio de propuestas como el turismo agroalimentario, se involucren en el cuidado y preservación del recurso, con la oportunidad de obtener un ingreso extra. En cuanto a la población adulta, se identificaron a ocho productores clave, dedicados a la elaboración de platillos derivados del Yatay. A pesar de no ser su principal actividad económica, les permite generar algunos ingresos y sobre todo conservar la tradición. Dichos productores se mostraron interesados en la integración de una red de desarrollo, en la que distintos actores [productores locales, artesanos, empresas turísticas del sector privado, organizaciones gubernamentales y pequeñas empresas locales] se vinculen y creen sinergias para que a partir de su participación en la relación gastronomía-turismo se obtengan beneficios no solo económicos sino también, socioculturales y hasta ecológicos. En este sentido será necesaria una adecuada planificación, vínculos entre actores y desarrollar en los locales, conocimientos y habilidades de cara a la actividad turística.

Una de las principales amenazas de acuerdo a la matriz FODA, es la reciente oferta de recorridos relacionados con el Yatay en el refugio de vida silvestre La Aurora del Palmar, organización de carácter privado que en alianza con Fundación Vida Silvestre, la Red de Reservas Naturales Argentinas y la Organización de Sitios Ramsar (Sistema Provincial de Áreas Protegidas, 2005), desarrollan acciones encaminadas a la conservación de la producción tradicional del fruto. La Aurora del Palmar destaca como pionero en la incorporación del Yatay en su oferta gastronómica y es, hasta el momento el único sitio que cuenta con registro de cosecha y producción, ascendiendo la elaboración de licor y jalea a mil frascos por temporada (Información de campo, 2018).

En este contexto, el refugio juega un papel muy importante en la implementación de turismo vinculado a lo gastronómico en Ubajay, siendo su eje de acción la educación ambiental, el desarrollo de talleres y la capacitación dentro y fuera del sitio, para transmitir y contagiar este modelo de manejo responsable (Información de campo, 2018). Esta iniciativa turística se muestra como una opción de diversificación de las actividades dentro de La Aurora y a pesar de que la mayoría de sus empleados provienen del pueblo de Ubajay, se deja fuera a los productores, transformadores y locales en general. Si se pretende insertar propuestas de turismo agroalimentario que contribuyan a una mayor reproducción de beneficios a nivel local, será sustantiva la colaboración de la población

y el establecimiento de vínculos entre actores que contribuyan a la revalorización y concientización tanto de turistas como de locales sobre de la importancia del Yatay como alimento tradicional identitario.

PROPUESTA RUTA AGROALIMENTARIA DEL YATAY

Ahora bien, una vez analizados los resultados de la matriz DAFO, se presenta una propuesta que permite la potencialización de las fortalezas y oportunidades reveladas en el diagnóstico anterior.

Ruta: Aromas y sabores del Yatay - Objetivo del recorrido: Experimentar el proceso de cosecha y transformación del Yatay, así como una degustación de cocina regional que incluye distintos platillos donde su ingrediente principal es el fruto.

Tabla 2 - Diseño del circuito

Atractivos	Actividades	Servicios turísticos	Perfil deseado
Sendero del Yatay, Parque Nacional el Palmar	Senderismo	Interpretación guiada sobre patrimonio agroalimentario.	Turistas interesados en conocer sobre el crecimiento, cuidados y cosecha del Yatay como producto con identidad cultural. Dispuestos a interactuar con la comunidad, disfrutar de espacios naturales, y degustar la gastronomía local
Centro de Ubajay y plaza San Martín	Platicas de educación ambiental relacionadas con el Yatay	Visita a sitios históricos y culturales de la comunidad.	
Casa de Productor	Participación en el proceso de cosecha y elaboración de productos de Yatay	Degustación de platillos.	
Casa de la Artesanía	Platica sobre la importancia histórica y cultural del fruto		
Aurora del Palmar	Degustación gastronómica de distintos platillos elaborados con Yatay		

Fuente: Elaboración Propia

Se sugiere la implementación de una Ruta Agroalimentaria que se fundamenta en el aprovechamiento del Yatay, fruto identitario de la región, complementándolo con la visita a otros espacios de interés turístico de la comunidad. Su objetivo es que con cada replica, se potencialice y dinamice al territorio del palmar a fin de generar desarrollo a nivel local. En cuanto a la comunidad se busca la participación de los locales en el desarrollo de las actividades propuestas que incidan

más allá de lo económico a partir de empleo o ingresos extra, se busca también, la revalorización del fruto y sus productos derivados, además de la concientización de su identidad como parte de una región única. Con relación a los turistas se pretende el ofertar un proyecto de turismo agroalimentario que vaya más allá de la degustación y que le brinde una experiencia gastronómica única, basada en el rescate de procesos, en el profundo conocimiento de la historia y los hábitos alimentarios tradicionales.

APORTACIONES

Si bien el turismo agroalimentario aún no está claramente delimitado en cuestión epistémica, diversos (Lakovidou & Turner, 1995; Kizos & Losifides, 2007; Thomé, 2015; De Jesús et al., 2017; Espinosa et al., 2019) autores lo han definido como un proceso integrado por diversos componentes que van del campo a la mesa, estudiando desde hace más de una década sus implicaciones en diferentes partes del mundo. El punto central de esta modalidad turística radica en que los alimentos sean conocidos en su origen y en que el territorio en toda la extensión de la palabra, sea su soporte. El turismo agroalimentario entonces, debe trascender la satisfacción física del turista, se requiere de una participación transversal y constante entre sus gestores, actores y consumidores; la coordinación de la oferta, así como su adecuada promoción y comercialización. Luego entonces, el agroturismo puede ser denominado como los viajes cuyo principal interés radica en el conocimiento y disfrute de productos alimentarios. A diferencia del agroturismo y el turismo gastronómico, es una propuesta que incide en la incorporación de distintos actores que a partir de actividades lúdicas en cualquier momento de la cadena productiva puede brindar beneficios a dicho colectivo.

En relación a las rutas alimentarias, se han planteado como un modelo de diversificación turística en torno a un alimento emblemático, sin embargo, se ha soslayado a la participación de diversos actores relevantes en su producción, transformación y conservación. En este sentido, las rutas planteadas desde el enfoque agroalimentario representan una gran oportunidad para que confluyan tanto el territorio, como sus actores y sistemas agroalimentarios promoviendo el desarrollo local. Las rutas agroalimentarias se han estudiado desde diversas dimensiones: (i) mercadológica, plantea a las rutas como una estrategia de diversificación de la oferta, una táctica

de negocio entre políticas agrarias y turismo, elemento sustantivo para el desarrollo turístico; desde la (ii) dimensión social, destacando el papel del capital social como fundamental para la acción colectiva, organización y vinculación con actores para su emprendimiento; (iv) cultural, asumiendo que son estrategias que inciden en el desarrollo local y territorial a partir del patrimonio gastronómico. Por otra parte, sobre salen estudios cuyo objetivo principal es analizar el potencial de los territorios de cara a la implementación de las rutas agroalimentarias, principalmente en destinos que recién se insertan a la actividad turística.

En este sentido, se identifica la limitante que representa la falta de una metodología específica para ello, la herramienta de la matriz FODA para el presente estudio nos brinda el contexto endógeno y exógeno del territorio estudiado, destacando sus características positivas y negativas, brindado la oportunidad de generar estrategias para fortalecer lo positivo. Sin embargo, se trata de un acercamiento general, por tanto, es necesario desarrollar aproximaciones metodológicas que deriven en un análisis integral y especializado de la relación turismo-alimentos, así como de sus beneficios. La información emanada del presente trabajo puede aportar datos para futuras investigaciones que analicen el potencial de los territorios para desarrollar el turismo vinculado a los alimentos. Por otra parte, queda abierta la posibilidad para futuras investigaciones relativas a las rutas agroalimentarias. Desde una perspectiva ecológica las rutas contribuyen no solo de desarrollo territorial y revalorización del patrimonio, sino también a la conservación de los recursos alimentarios mediante actividades turística que involucren su cuidado; bajo la perspectiva de género, analizar cuál es el papel de las mujeres en el turismo agroalimentario, así como el estudio de casos en los que se reflejen sus verdaderos beneficios.

CONCLUSIONES

El turismo agroalimentario se muestra como un ente complejo que va más allá de la oportunidad de revalorizar los alimentos patrimonio de los diversos territorios, involucra perspectivas económicas, políticas, sociales culturales hasta ecológicas, por ello es importante su estudio. En la actualidad Ubajay no cuenta con una oferta de turismo bien definida, sin embargo posee el potencial necesario para integrar propuestas de turismo agroalimentario, particularmente para la implementación de una ruta agroalimentaria que revalorice sus recursos y les brinde valor agregado, las características

más representativas son: (1) Se cuenta con la existencia del fruto Yatay como producto con identidad territorial; (2) sistema agroalimentario su producción, transformación y comercialización; (3) se tiene la disposición de actores clave interesados en integrarse en redes sociales encaminadas en la formulación, desarrollo, implementación y gestión de actividades turísticas; (4) posee una oferta de servicios vinculados al turismo y la gastronomía que si bien pocos, existe la posibilidad de hacer uso de instalaciones de la población local para desarrollar diversas actividades.

Además, se cuenta con otros recursos naturales y culturales que pueden complementar una propuesta de turismo agroalimentario y atraer al sector de consumidores interesados en los alimentos y en vivir experiencias auténticas. Hasta el momento son escasas las acciones de cooperación y asociatividad entre los actores del sector. Sin embargo, hay un gran interés por parte de productores y transformadores del fruto, así como de miembros de la población local, prestadores de servicio y algunas instituciones en unir esfuerzos para la creación de una oferta gastronómica bien integrada. El trabajo en conjunto, puede derivar en una mayor comercialización de los productos locales, en innovación de procesos, diversificación de la oferta, mejora de la infraestructura turística y desarrollo de capacidades en el capital humano.

Las rutas agroalimentarias permiten destacar las características culturales, sociales y económicas de los territorios. A partir de recorridos, trayectos y actividades organizados transmiten a los turistas el proceso productivo, la tradición, las formas de preparación de los alimentos con identidad, incluyendo su degustación y consumo. En este sentido, es prioritario desarrollar una cultura gastronómica más amplia, que fomente la inclusión y participación social, la conservación de los recursos, la participación de las mujeres entre otros elementos para incidir en el desarrollo de los destinos.

REFERENCIAS

Ávila, R. y Barrado, D. (2005). Nuevas tendencias en el desarrollo de destinos turísticos: marcos conceptuales y operativos para su planificación y gestión. *Cuadernos de Turismo*, 15, 27-43.

[Link](#)

Barberani, S. (2012). The Poetics of Food Consumption: Alimentary Rhetorics and Creative Practices. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 3(7), 285-291. [Link](#)

Hernández, I. V.; Jiménez-Ruiz, A. E.; Castrejón, Y. D. P.; Contreras, D. de J.; Barquín, R. del C. S. & (2020). Turismo agroalimentario y revalorización de alimentos tradicionales: el caso del Yatay [*Butia yatay*] en Ubajay, Argentina. **Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade**, 12(2), pp. 309-333, DOI: <http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v12i2p309>

- Barrera, E. (2006). Turismo rural: Un agronegocio para el desarrollo de los territorios rurales. En C. M. Vieites, M; A. Acerbi et al. *Agronegocios* alternativo enfoque, importancia y bases para la generación de actividades agropecuarias no tradicionales. pp. 271-331. Buenos Aires: Hemisferio Sur.
- Barrera, E. & Bringas, O. (2008). Las rutas alimentarias: una arquitectura turística basada en la identidad de los alimentos. *Gastronomic Sciences*, 3(706), 1-11. [Link](#)
- Barrera, E. (2010). *Las rutas alimentarias: una estrategia de desarrollo que vinculados alimentos con identidad local y el turismo*. México.
- Barrera, E. & Staniak, C. (2013). Rutas Alimentarias. Una estrategia de desarrollo turístico inclusivo basada en alimentos con identidad. Turismo rural y conservación en la costa de Jalisco. En M. M. Gonzalez Ledesma, G. C. J. León & G.S. Moreno (Coord.). *Turismo rural y en áreas protegidas*, pp. 23-34. Madrid: Síntesis.
- Blanco, M. & Riveros H. (2003). *Las rutas alimentarias, una herramienta para valorizar productos de las industrias rurales*. El caso de la ruta del queso Turrialba (Costa Rica). Ponencia presentada en el Congreso Agroindustria Rural y Territorio – ARTE. Toluca, México. [Link](#)
- Bocanegra, C. y Vázquez, M.A. (2006). *Desarrollo regional y local: tendencias, retos y estrategias*. Hermosillo: Universidad de Sonora. [Link](#)
- Bonnal, P., Bosc, P.M., Diaz, J. & Losch, B. (2003). Multifuncionalidad de la agricultura y nueva ruralidad. ¿Reestructuración de las políticas públicas a la hora de la globalización? Bogotá, Colombia: Universidad Javeriana, Clasco, Redcapa. [Link](#)
- Bonomo, M., & Capeletti, L. (2014). Uso prehispánico de las palmeras *syagrus romanzoffiana* y *butia Yatay* en el nordeste argentino: aportes desde la etnografía y la biometría. *Revista Del Museo De Antropología*, 7(2), 227-234. [Link](#)
- Carton, de G. H. & Martínez, L. (Comps.). (2009). *La pluriactividad en el campo latinoamericano*. Quito, Ecuador: Flacso. [Link](#)
- Cloke, P. (2006). Conceptualizing rurality. En Cloke, P., Marsden, T. & Mooney, P.H. (eds). *The Sage Handbook of Rural Studies*. pp. 18-28. London: Sage.
- Corigliano, M. A. (2003). The route to quality: Italian gastronomy networks in operation. In A-M. Hjalager & G. Richards (Eds). *Tourism and gastronomy*. p. 180-199. Routledge. [Link](#)

Hernández, I. V.; Jiménez-Ruiz, A. E.; Castrejón, Y. D. P.; Contreras, D. de J.; Barquín, R. del C. S. & (2020). Turismo agroalimentario y revalorización de alimentos tradicionales: el caso del Yatay [*Butia yatay*] en Ubajay, Argentina. **Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade**, 12(2), pp. 309-333, DOI: <http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v12i2p309>

- De Jesús, C. D., Thomé-Ortiz, H., Espinoza-Ortega, A. & Vizcarra-Bordi, I. (2017). Turismo agroalimentario: Una perspectiva recreativa de los alimentos emblemáticos desde la geografía del gusto. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 26(3), 549-567. [Link](#)
- Dulcire, M. (2012). The organisation of farmers as an emancipatory factor: The setting up of a supply chain of cocoa in São Tomé. *Journal of Rural and Community Development*, 7(2), 131-141. [LINK](#)
- Espeitx, E. (2004). Patrimonio alimentario y turismo: una relación singular. *Pasos*, 2(2), 193-213. [Link](#)
- Espinosa, J.M., Bendig, B. R., Pérez C.L. & Calás, F.D. (2019). La gastronomía como atractivo turístico del destino cuba. potencialidades para su desarrollo en la Provincia La Habana. *Rosa dos Ventos Turismo e Hospitalidade*, 11(1), 50-65, [DOI](#) , [Link](#)
- Galluzo, N. (2015). Relationships between agritourism and certified quality food in italian rural areas. *Roman Review of Regional Studies* 11(1), 77-88. [Link](#)
- Gambarota, D. & Lorda, M.A. (2017). El turismo como estrategia de desarrollo local. *Revista Geográfica Venezolana*, 58(2), 346-359. [Link](#)
- García, L. G., Palmas, Y. D. C., Tapia, F. H., & Ortiz, H. T. (2019). ¿Puede el turismo ayudar a la valorización del dulce típico de leche en Toluca, Estado de México? Análisis por medio de la cadena de valor. *Turismo y Sociedad*, 24, 161-179. [Link](#)
- Guzmán, A., Monza, X. & Valenzuela, S. (2016). Turismo sustentable o ecoturismo: Un análisis de caso en la reserva natural privada La Aurora del Palmar, Entre Ríos, Argentina. *RIAT: Revista Interamericana de Medioambiente y Turismo*, 12(1), 88-104. [Link](#)
- Hjalager, A.M. & Richards, G. (2000). *Tourism and gastronomy*. London: Routledge.
- Hernández-Ramírez, J. (2018). Cuando la alimentación se convierte en gastronomía. Procesos de activación patrimonial de tradiciones alimentarias. *Cultura-Hombre-Sociedad*, 28(1), 154-176. [Doi](#) [Link](#)
- Ivars, J. (2000). Turismo y espacios rurales: conceptos, filosofía y realidades. *Investigaciones Geográficas*, 23, 59-88. [Link](#)
- Juganaru, I. D., Juganaru, M., & Anghel, A. N. (2008). Sustainable tourism types. *Annals of University of Craiova-Economic Sciences Series*, 2(36), 797-804. [Link](#)

Hernández, I. V.; Jiménez-Ruiz, A. E.; Castrejón, Y. D. P.; Contreras, D. de J.; Barquín, R. del C. S. & (2020). Turismo agroalimentario y revalorización de alimentos tradicionales: el caso del Yatay [*Butia yatay*] en Ubajay, Argentina. **Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade**, 12(2), pp. 309-333, DOI: <http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v12i2p309>

- Kay, C. (2009). Estudios Rurales en América Latina en el periodo de la globalización neoliberal: ¿una nueva ruralidad? *Revista Mexicana de Sociología*, 71(4), 607-645. [Link](#)
- Kizos, T., & Iosifides, T. (2007). The contradictions of agrotourism development in Greece: evidence from three case studies. *South European Society & Politics*, 12(1), 59-77. [Link](#)
- Lakovidou, O., & Turner, C. (1995). The female gender in Greek agrotourism. *Annals of Tourism Research*, 22(2), 481-481. [Link](#)
- Lago, R.J. & Sevilla G.L. (2008). Análisis DAFO de los Picos de Europa de León. *Pecunia*, 7, 125-148. [Link](#)
- Medina, F. X. & Leal, L. P. (2017). *Gastronomía y turismo en Iberoamérica*. México: Trea.
- Palmas, C.D., Serrano-Barquín, R. D. C. & Gutiérrez, J. G. (2017). Metodología del turismo armónico. Una propuesta de valoración de conocimientos para San Pedro Tultepec de Quiroga, Estado de México. *Nova Scientia*, 9(19), 717-750. [Link](#)
- Pérez, A. & Caballero, J.M. (2003). *La Nueva Ruralidad en Europa y su interés para América Latina*. Roma: FAO, Banco Mundial. [Link](#)
- Poulain, J.-P. (2007). Los patrimonios gastronómicos y sus valorizaciones turísticas. En J. Tresserras & F.X. Medina (Eds.). *Patrimonio gastronómico y turismo cultural en el Mediterráneo*. pp. 39-71. Barcelona: Universitat de Barcelona-Ibertur. [Link](#)
- Richards, G. (2003). Gastronomy: an essential ingredient in tourism production and consumption?. In A. Hjalager & G. Richards (Eds). *Tourism and gastronomy*, pp. 17-34. London: Routledge.
- Roigé, X., Frigolé, J. & Del Marmol, C. (2014). *Construyendo el patrimonio cultural y natural*. Parques, museos y patrimonio rural. Azira, Valencia: Germania.
- Serrano-B.R., Pérez R.C., Manjarrez, C.É. & González M.L. (2010). Turismo armónico como alternativa sustentable: Para una comunidad en el estado de México. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 19(6), 970-993. [Link](#)
- Sosa, M. E. & Araiza, P. L. (2013). La conformación de una ruta alimentaria como estrategia de desarrollo turístico rural para el municipio de Ures, Sonora, México. *Estudios Sociales Hermosillo, Son.* 21(42), 151-174. [Link](#)
- Schlüter, R. & Thiel, D. (2008). Gastronomía y turismo en Argentina: Polo gastronómico Tomas Jofré. *Pasos* 6(2), 249- 268. [Link](#)

Hernández, I. V.; Jiménez-Ruiz, A. E.; Castrejón, Y. D. P.; Contreras, D. de J.; Barquín, R. del C. S. & (2020). Turismo agroalimentario y revalorización de alimentos tradicionales: el caso del Yatay [*Butia yatay*] en Ubajay, Argentina. **Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade**, 12(2), pp. 309-333, DOI: <http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v12i2p309>

Suremain, C. (2017). Cuando la alimentación se hace patrimonio. Rutas gastronómicas, globalización y desarrollo local (México). *Trace. Travaux et Recherches dans les Amériques du Centre*, 72, 165-181. [Link](#)

Thome, O. H. (2015). Turismo agroalimentario y nuevos metabolismos sociales de productos locales. *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas*, 6(6), 1373-1386. [Link](#)

Thomé, O. H., De Jesús, C. D., Pérez, S.M. & Jiménez, R. A. E. (2017). Agricultura familiar matlatzinca y turismo a lo largo de un gradiente altitudinal. En William Gómez-Demetrio & Humberto Thomé-Ortiz. *Estudios de caso sobre Ciencias Agropecuarias y Rurales en el Siglo XXI*. pp. 85-99 México: Colofón. [Link](#)

Tresserras, J. & Medina, F.X. (2007). *Patrimonio gastronómico y turismo cultural en el Mediterráneo*. Barcelona: Universitat de Barcelona-Ibertur. [Link](#)

Turismo Entre Ríos. (2018). *Portal turístico. La Ciudad de Ubajay, Entre Ríos*. [Link](#)

Velarde, I. (2012). La construcción social de productos agroalimentarios típicos en procesos de desarrollo territorial local: disputas entre saberes teóricos y saberes prácticos. *Mundo Agrario* 12(24), 1-21. [Link](#)