



Contacto: sidi@unsam.edu.ar

SINERGIAS ENTRE LA PRODUCCIÓN AGROALIMENTARIA Y EL TURISMO GASTRONÓMICO EN URIBELARREA

Fernández, Franco Patricio

EEyN-UNSAM

fpfernandez@estudiantes.unsam.edu.ar

Luques, Belén Antonella

EEyN-UNSAM

belenluques2000@gmail.com

RESUMEN

En la actualidad, cada vez más turistas están buscando nuevas experiencias y aprendizajes, y entre ellas las vivencias gastronómicas. Es por eso que el turismo gastronómico es un fenómeno emergente y en expansión. En Argentina, el turismo rural ganó popularidad junto al turismo gastronómico, debido a que los visitantes se acercan a las estancias o campos fomentando los eventos, las actividades de las zonas rurales y sus platos típicos. Uribelarrea es un pueblo rural del partido de Cañuelas, ubicado a 80 km de la Ciudad de Buenos Aires, es uno de los polos gastronómicos más conocidos de la provincia y hoy en día ofrece más de 20 propuestas a sus visitantes para una experiencia vivencial única que contribuye al crecimiento de Uribelarrea y a la preservación de sus prácticas culinaria y local.

Palabras clave: gastronomía - producción - turismo - Uribelarrea - Cañuelas - tambo



Contacto: sidi@unsam.edu.ar

2. INTRODUCCIÓN

En la actualidad, cada vez más turistas están buscando nuevas experiencias y aprendizajes, y entre ellas las vivencias gastronómicas. En estos términos, el turismo gastronómico es un fenómeno emergente y en expansión. En Argentina, el turismo rural ganó popularidad junto al turismo gastronómico, debido a que los visitantes se acercan a las estancias o campos fomentando los eventos, las actividades de las zonas rurales y sus platos típicos.

Uribelarrea es un pueblo rural del partido de Cañuelas, ubicado a 80 km de la Ciudad de Buenos Aires. En la actualidad, es uno de los polos gastronómicos más conocidos de la provincia y ofrece más de 20 propuestas a sus visitantes para una experiencia vivencial única que contribuye al crecimiento de Uribelarrea y a la preservación de sus características culinarias locales. Este pueblo rural de la Provincia de Buenos Aires, que en los últimos años se ha convertido en un atractivo gastronómico de cercanía por las actividades convocantes que presenta para la llegada de visitantes, posee una relación muy fluida con los productores del lugar. Entonces, nos preguntamos ¿cuál es la función del turismo en la interrelación entre la oferta gastronómica y los productores locales de la zona?

Si bien el turismo gastronómico es importante para el desarrollo local, el siguiente trabajo propone analizar cuál es el diálogo que existe entre el proceso turístico y el proceso productivo que se da en la localidad. Para ello, tomaremos como caso de análisis al establecimiento “Valle de Goñi”, un destacado tambo de Uribelarrea que ha logrado trabajar en conjunto con los almacenes gastronómicos locales, la producción y el turismo.

3. METODOLOGÍA

El diseño de investigación es de carácter cualitativo, exploratorio y descriptivo. Se utiliza un muestreo intencional para acercarse a los actores clave de la oferta gastronómica, productiva y turística en Uribelarrea. La recopilación de datos se lleva a



Contacto: sidi@unsam.edu.ar

cabo mediante entrevistas no estructuradas o libres, observaciones directas, revisión de materiales promocionales y un registro que fue realizado luego de la visita. A partir de esto, obtuvimos resultados que fueron integrados a las conclusiones respecto al caso estudiado.

Objetivo general

Analizar el rol del turismo en términos de experiencia en el desarrollo e implementación de las estrategias de articulación que se dan entre la oferta de turismo gastronómico y la producción local en Uribelarrea a través del análisis del Tambo “Valle de Goñi”.

Objetivos específicos

- Describir el desarrollo del turismo gastronómico en Uribelarrea y su relación con los diferentes actores locales.
- Identificar las estrategias de articulación que se dan en la interrelación entre la oferta gastronómica y sus productores locales.
- Analizar el rol de la experiencia turística en el desarrollo e implementación de estas estrategias a partir del estudio del Tambo “Valle de Goñi”.

4. MARCO TEÓRICO

En los últimos años, la gastronomía se ha convertido en un atractivo turístico importante para muchas regiones del mundo, no solo por la calidad y variedad de sus productos, sino también por la experiencia culinaria que se ofrece a los visitantes. A fines de la pandemia (Covid-19 durante 2020-2021), el turismo rural se convirtió en una opción para las personas que necesitaban tomarse un descanso en lugares donde pudieran pasar el día y estar al aire libre. Junto al turismo rural, la gastronomía tomó un gran impulso para los visitantes que llegaban a los pueblos. En este sentido, Uribelarrea –al ser un pueblo rural argentino– se presenta como un destino interesante para analizar cuál es el rol del turismo en términos de experiencia en el desarrollo e implementación de estrategias de articulación y valoración entre la oferta de turismo gastronómico y la



Contacto: sidi@unsam.edu.ar

producción local, tomando como caso de estudio: el Tambo Valle de Goñi. Para comprender la interrelación que existe entre el turismo, la gastronomía y la producción local en los pueblos se realizó la lectura de literatura especializada y actualizada.

Para Hall y Mitchell (2003), el turismo gastronómico es la experiencia turística que incluye la visita a productores locales (primarios y secundarios), festivales gastronómicos, restaurantes y lugares especializados dentro del motivo principal, entendido como la degustación de alimentos. Esta definición resalta la importancia de la experiencia gastronómica en el turismo, posicionando a los alimentos y su producción como elementos centrales en la motivación de los viajeros. En este sentido, el turismo gastronómico en Uribelarrea ha demostrado ser una estrategia efectiva para promover la oferta culinaria local y fomentar la exploración de la riqueza y diversidad de la producción gastronómica de la zona. Mediante la participación de los turistas en visitas a productores locales, se les brinda la oportunidad de obtener un conocimiento directo sobre los procesos de producción, los ingredientes autóctonos utilizados y las técnicas empleadas en la elaboración de los alimentos. Estos aspectos son fundamentales en la comprensión de la gastronomía como una manifestación cultural de un país, tal como lo sostiene Bessière (1998), quien resalta que la gastronomía y los mercados de alimentos locales desempeñan un papel crucial en la experiencia cultural y turística de una región. Además, se reconoce cada vez más que esta relación entre la producción local de alimentos y el turismo tiene un impacto significativo en el suministro local de alimentos, fortaleciendo así la identidad local (Hjalager y Richards, 2002; Mak et al., 2012).

4.1. URIBELARREA

Uribelarrea es una localidad del partido de Cañuelas dentro de la provincia de Buenos Aires, Argentina. Fue fundada en 1888 por el estanciero Miguel Nemesio de Uribelarrea, quien donó parte de sus tierras con el propósito de establecer una colonia agrícola. En 1892, Uribelarrea ya contaba con 19 construcciones y con la Iglesia de Nuestra Señora de Luján que la diseñó el arquitecto Pedro Benoit, esto permitió que comience a funcionar la estación ferroviaria que conectaba al pueblo con los partidos de



Contacto: sidi@unsam.edu.ar

Cañuelas y Lobos. La llegada del ferrocarril marcó un punto de inflexión para el progreso de la comunidad, en las décadas de 1930 y 1940 Uribelarrea se había convertido en un polo lechero ya que llegó a contar con más de un centenar de tambos y queserías que abastecen a la ciudad de Buenos Aires a través del ferrocarril “del Sur”.

En la década de los 90 se canceló la totalidad de los servicios interurbanos y larga distancia que todavía prestaba Ferrocarriles Argentinos, esto generó un problema para los pueblos que tenían mayor comunicación con la ciudad o con los centros de elaboración ya que se vieron afectados sus sistemas productivos. Para poder salir de esa crisis, los pueblos comenzaron a buscar otras alternativas para desarrollarse.

En 2009 se lanzó el Programa Pueblos Turísticos, el cual tuvo como objetivo principal: acompañar a pequeñas localidades en el desarrollo turístico sostenible con énfasis en el impacto en las economías y dinámicas locales y la creación de nuevas fuentes de trabajo. Uribelarrea fue uno de los primeros pueblos que participó desde el lanzamiento del programa junto a una red de pueblos rurales conocidos como Carlos Keen, Lobos, Tomás Jofré, San Antonio de Areco, entre otros. Con Pueblos Turísticos la localidad de Uribelarrea comenzó a trabajar con la comunidad y a experimentar la planificación de abajo hacia arriba. Con este tipo de turismo comunitario se identificó en un mapa a los actores productivos como es el caso del Colegio Agrotécnico Salesiano “Don Bosco”, puesto que es un elemento clave porque los alumnos elaboran productos como quesos, dulce de leche, salames, etc., y además es un elemento atractor de turistas que visitan el lugar exclusivamente para comprar productos que no se encuentran en las góndolas.

Durante el año 2020, en el contexto de la pandemia, se decretó el aislamiento como una medida preventiva para disminuir el contagio del virus. Esta decisión trajo serias consecuencias en el sector del turismo, debido a que las personas no podían viajar. A fines de ese mismo año, surgieron nuevas tendencias en el turismo que brindaron oportunidades a zonas y destinos que no eran habituales o populares entre los viajeros. El turismo de cercanía se convirtió en la primera opción para aquellas personas que deseaban pasar tiempo libre, desconectarse y estar en lugares menos concurridos. Esto hizo que los pueblos ubicados a menos de 100 km de la ciudad de Buenos Aires pudieran promover y visibilizar su oferta y la articulación entre los distintos actores.



Contacto: sidi@unsam.edu.ar

Uribelarrea eligió la gastronomía junto con la producción local para fortalecer la oferta turística del lugar.

4.2. ESTRATEGIAS DE ARTICULACIÓN ENTRE LA OFERTA GASTRONÓMICA Y LOS PRODUCTORES LOCALES

Dentro de la interrelación entre la oferta gastronómica y los productores locales, resulta relevante analizar las estrategias de articulación y valoración implementadas. En una entrevista realizada al Secretario de Producción de Cañuelas, el Lic. Marcelo Di Giacomo, explicó que los dueños de los restaurantes y los productores encontraron una estrategia de promoción ofreciendo los productos en sus almacenes gastronómicos. A modo de ejemplo, destacó que el restaurante “El Palenque” ofrece una variedad de productos locales de productores de la zona como “Valle de Goñi” y del Colegio Agrotécnico Salesiano “Don Bosco”, este enfoque se basa en la idea de proporcionar a los comensales la posibilidad de encontrar tanto los ingredientes utilizados en los platos servidos en el lugar, como productos que los turistas pueden llevar consigo para prolongar la experiencia culinaria. Por ejemplo, la estrategia de incluir productos locales en el almacén gastronómico refuerza la conexión entre la oferta culinaria y la participación de los productores locales. Al proporcionar a los clientes la oportunidad de adquirir los mismos ingredientes utilizados en los platos, se promueve la valoración de los productos y se fomenta un sentido de pertenencia a la comunidad local. Además, se destaca que la decoración y ambientación del lugar también forman parte de las estrategias de articulación y valoración implementadas. El entrevistado menciona la presencia de elementos relacionados con la cultura argentina y con la identidad de Uribelarrea, como referencias al deporte y la música. Estos elementos contribuyen a crear un ambiente auténtico y representativo, en el que los comensales pueden sumergirse completamente en la experiencia local.

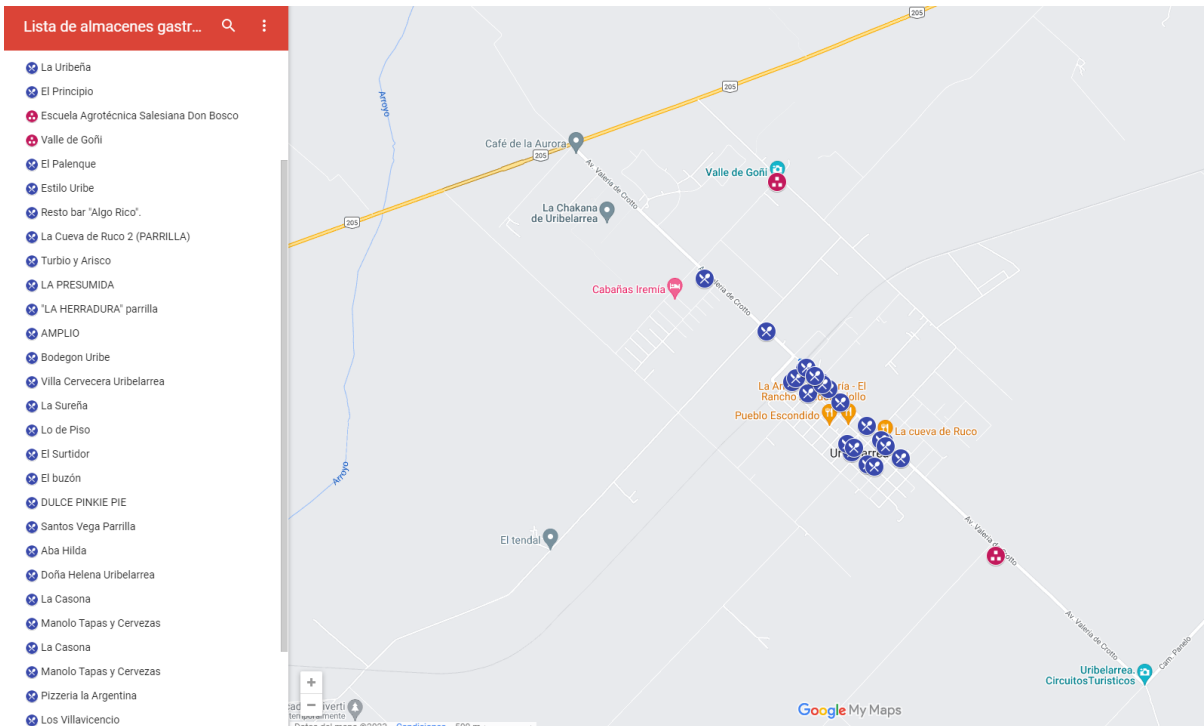
Para lograr una comprensión más completa de esta dinámica, presentamos un mapa que resalta los lugares más significativos en términos gastronómicos y productivos en Uribelarrea. Dicho mapa nos permitió visualizar y explorar los diversos espacios donde se manifiesta esta sinergia, proporcionando una visión panorámica de la riqueza y



Contacto: sidi@unsam.edu.ar

diversidad de experiencias disponibles tanto para los visitantes como para la comunidad local.

IMAGEN 1: MAPA INTERACTIVO CON LOS ALMACENES GASTRONÓMICOS EN URIBELARREA



Fuente: elaboración propia a partir de google maps

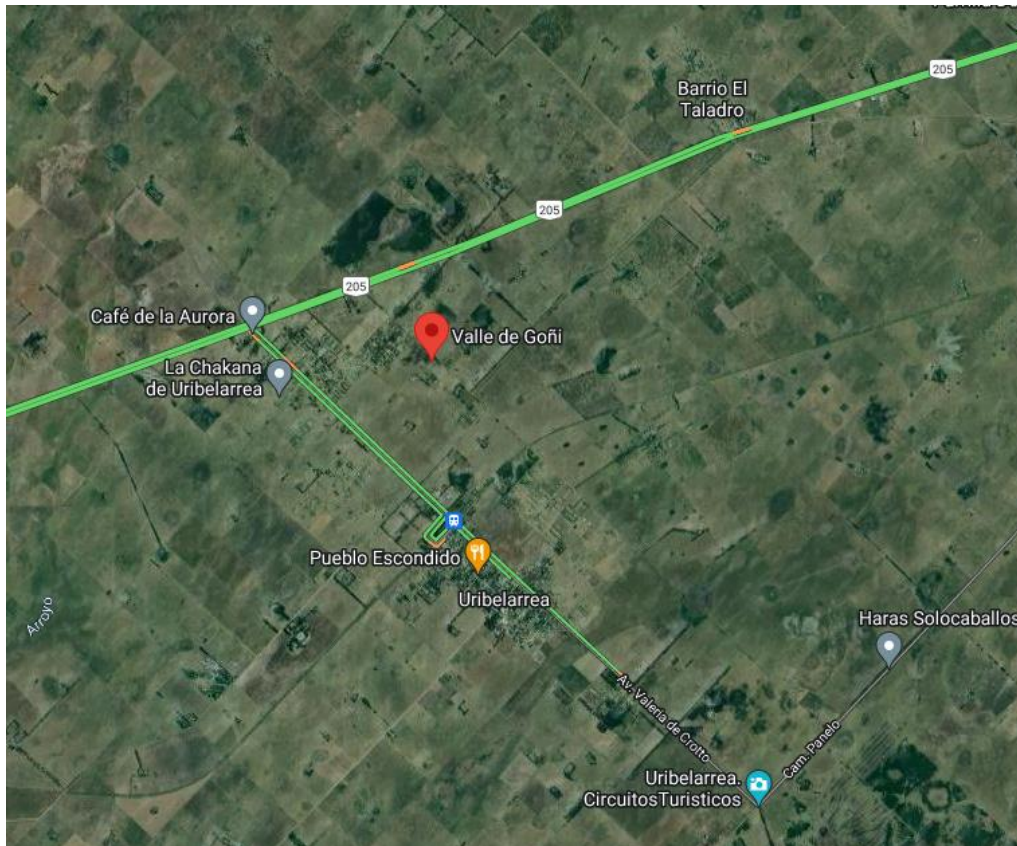
4.3. ESTUDIO DE CASO: EL TAMBO “VALLE DE GOÑI”

Valle de Goñi es un establecimiento de producción de quesos de cabras que se encuentra ubicado a la altura del km 80,5 de la RN 205 y está a 4 kilómetros del centro de Urubelarrea. En 1997 los propietarios Regina Schiff y Horacio Martinez adquirieron 20 cabras, procedentes del sur del Bolsón, para dedicarse a la producción de quesos, al no tener industria propia, trabajaron en conjunto con el Colegio Agrotécnico Salesiano Don Bosco. El establecimiento cuenta con unas seis hectáreas, y si bien su nombre proviene de un valle y un municipio de la comunidad Navarra, España, se lo pusieron en homenaje a los abuelos de Horacio, Zulema Goñi y su esposo.

IMAGEN 2: MAPA CON UBICACIÓN DEL TAMBO “VALLE DE GOÑI” EN URIBELARREA



Contacto: sidi@unsam.edu.ar



Fuente: google maps

La propietaria Regina nos contó que el emprendimiento no estaba pensado para el turismo, Valle de Goñi nació 100% dedicado a la producción de quesos ya que era el lugar donde cuidaban a las cabras, producían en el Colegio Don Bosco y asistían a ferias para vender sus productos, luego con la crisis de 2001, participaron en la Feria Rural de Urubelarrea. Tras tener su propia paila¹ y así producir en Valle de Goñi, comenzaron a trabajar junto a una familia que elabora quesos de ovejas y con restaurantes de la zona, para ello, agregaron un nuevo producto que fue el Dulce de Leche. Con el paso de los años abrieron un salón de té donde la gente podía ir a degustar directamente sus productos, hasta que llegó la pandemia en 2020 y tuvieron que buscar otras alternativas para poder reinventarse. Con esa finalidad entraron a la Asociación de Turismo (ATU) donde se articulan todos los interesados de la zona para fomentar el turismo en Urubelarrea.

¹ Paila: máquina que ordeña a las cabras.



Contacto: sidi@unsam.edu.ar

En 2021, desarrollaron una propuesta turística que brinda a los visitantes la oportunidad de interactuar directamente con las cabras y participar en la elaboración de productos lácteos, como quesos y dulce de leche, utilizando la leche de cabra. Destaca especialmente la producción de tres variedades de quesos: pategrás, sardo de cabra y provoleta de cabra, que se elaboran los días martes y jueves. Además, se produce dulce de leche de cabra en los días restantes. Esta variedad de productos ofrece una experiencia gastronómica única a los visitantes.

Su mercado objetivo se enfoca principalmente en el turismo de fin de semana y en los consumidores locales que adquieren sus productos. Durante los meses de junio y julio, se ofrece el "Desayuno Goñi", donde los visitantes pueden alimentar a los cabritos con biberón y disfrutar de un desayuno junto a los niños. Esta experiencia brinda un acercamiento especial a la vida en la granja y a la producción de lácteos.

Para visitar el Valle de Goñi, es necesario realizar una reserva previa los sábados, domingos y feriados, dado que hay un máximo de personas por visita pautado, en la que ofrecen diferentes opciones, como la visita guiada con desayuno o la opción de "Almuerzo Nubian", que incluye una visita guiada al mediodía y finaliza a las 14:45 horas. También se ofrece una visita guiada por la tarde a las 15:30 horas, que incluye una merienda. Estas propuestas permiten a los visitantes conocer de cerca la actividad ganadera, aprender sobre el proceso de elaboración de productos lácteos y disfrutar de la gastronomía local.

En cuanto a la producción de leche, cada cabra del Valle de Goñi produce aproximadamente dos litros diarios, en comparación con los 30 litros diarios que puede llegar a producir una vaca. Esta diferencia resalta la naturaleza artesanal y de escala local de la producción láctea en este tambo, lo cual contribuye a su carácter único y auténtico.

En resumen, esta investigación evidencia que el turismo desempeña un papel fundamental en la relación entre la oferta gastronómica y los productores locales en Urubelarrea, específicamente en el caso de "Valle de Goñi". Su propuesta turística



Contacto: sidi@unsam.edu.ar

permite a los visitantes experimentar de cerca la vida en la granja, participar en la elaboración de productos lácteos y disfrutar de una variedad de actividades, como el "Desayuno Goñi" y el "Almuerzo Nubian". Con respecto a la promoción, la dueña se mostró muy contenta con los visitantes que hacen vídeos de los recorridos y los etiqueta porque es una forma de hacerse conocer en las redes sociales.

Esta interacción entre el turismo y la producción local contribuye al desarrollo económico de la región y a la promoción de la gastronomía local basada en la leche de cabra.

5. RESULTADOS

El 13 de mayo de 2023 se realizó una visita a Uribelarrea para obtener mayor información directa sobre la articulación que se da entre la gastronomía, la producción local y el turismo en el lugar. Uribelarrea se encuentra a 80 km de la ciudad de Buenos Aires, lo cual lo convierte en un destino de cercanía de la ciudad. En 2009, entraron al programa Pueblos Turísticos que tenía por objetivo acompañar el desarrollo turístico sostenible de pequeñas localidades rurales junto a la comunidad local. Identificaron al Colegio Agrotécnico Salesiano Don Bosco como un elemento atractor y a la vez productor, ya que sus alumnos son los que elaboran productos como quesos, dulce de leche, entre otros. Si bien este programa está orientado al turismo rural, el turismo gastronómico es un nicho importante a la hora de atraer turistas. Con el surgimiento de la Asociación de Turismo de Uribelarrea (ATU) en 2021, la localidad cobró reconocimiento al promocionarse gastronómicamente, esto se vio reflejado a mediados de ese mismo año, momento donde las personas buscaban una forma de "escapar de la ciudad" para poder pasar el día al aire libre luego de haber estado encerrados a causa del Covid-19.

En nuestro registro detectamos que gran parte de la comunidad de Uribelarrea trabaja mancomunadamente, esto quiere decir que los restaurantes trabajan en conjunto con los productores locales. Utilizan productos locales en sus comidas o los agregan en sus góndolas para poder venderlos y así los visitantes puedan conocerlos. En una entrevista



Contacto: sidi@unsam.edu.ar

libre realizada por los autores a la propietaria del restaurante El Palenque, Verónica expresó:

“La idea es acompañar, en la pandemia armamos un almacén de productos regionales, que si bien estaba en el proyecto, lo hemos podido hacer [...] tenemos productos locales por ejemplo, del tambo Valle Goñi, el dulce de leche que es del campeón de la Fiesta del dulce de leche y aquellos productos que nos acompañan en la gastronomía, ese es el mix del resultado del almacén. Vos comes acá y puedes encontrar lo mismo allá, el aceite que usamos en las ensaladas, el salami que ponemos en la picada o el dulce de leche en el flan.”

Por otro lado Regina, dueña de Valle de Goñi, comentó en una entrevista que *“se trabajó mucho con los restaurantes porque la gente (los visitantes) no podía ir a la costa y elegían los pueblos. Para nosotros fue beneficioso porque mucha gente que no conocía el pueblo nos empezó a conocer, [...]”*

6. CONCLUSIONES

Es fundamental entender el papel que desempeña el turismo en el desarrollo y fortalecimiento de la economía local, así como en la preservación de las prácticas de esta comunidad. Los productores también tienen un gran protagonismo en la provisión de ingredientes frescos y de calidad para los restaurantes y establecimientos gastronómicos de la zona, tal como mencionamos en nuestro caso de estudio; en Valle de Goñi se elaboran distintos tipos de quesos de cabra y dulce de leche, los visitantes pueden probar los productos en el mismo establecimiento y también en restaurantes de Uribelarrea. Esto contribuye a promover la economía local, ya que se fomenta la compra y el consumo de productos locales, generando empleo y fortaleciendo las cadenas de suministros regionales.

La relación que existe entre los productores locales y la oferta gastronómica, genera una cadena de valor muy favorable para la promoción y preservación de las prácticas de Uribelarrea; donde los restaurantes y establecimientos gastronómicos se fortalecen al



Contacto: sidi@unsam.edu.ar

implementar técnicas culinarias heredadas y transmitidas de generación en generación, que a su vez, al utilizar elementos de producción local para su elaboración logran un toque distintivo en su oferta turística.

Se puede mencionar que la promoción de la oferta gastronómica a través de redes sociales y medios de comunicación es una estrategia efectiva, dado a que una etiqueta o mención del pueblo o del restaurante amplía el alcance de la marca "Uribelarrea", despertando el interés a más personas para descubrir al pueblo junto con sus atractivos. Como resultado crea oportunidades económicas y socioculturales para los habitantes de Uribelarrea, quienes con su compromiso y actitud, han demostrado una notable disposición para brindar un ambiente agradable para todo aquel que quiera conocer sus costumbres y valores. Así mismo, esto ha fortalecido los lazos comunitarios, incentivando a la población local a continuar desarrollando sus habilidades en distintas disciplinas y a mantener sus prácticas arraigadas en la cocina regional.

En conclusión la hospitalidad y calidez de los habitantes locales han contribuido a que Uribelarrea se posicione como un destino acogedor y atractivo, lo que ha despertado el interés y la satisfacción de los visitantes, generando así un círculo virtuoso que impulsa la participación activa de la población local en el sector turístico

2. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bessièrre, J. (1998). Local development and heritage: traditional food and cuisine as tourist attractions in rural areas. *Sociologia ruralis*, 38(1), 21-34.

Hall, M., & Mitchell, R. (2003). The changing nature of the relationship between cuisine and tourism in Australia and New Zealand: from fusion cuisine to food networks. In *Tourism and gastronomy* (pp. 200-220). Routledge.

Hjalager, A. M., & Richards, G. (2002). 13 Still undigested: research issues in tourism and gastronomy. *Tourism and gastronomy*, 224.

Leal Londoño M (2015). Estrategias de promoción gastronómica asociadas al turismo en áreas geográficamente marginadas, Doi <https://doi.org/10.4000/viatourism.445>



Contacto: sidi@unsam.edu.ar

Magri Harsich, Gabriela (2020) La sostenibilidad sociocultural del turismo gastronómico en la ciudad de Uribelarrea. Una primera aproximación (2017-2018) [Tesis de Maestría] Universidad Nacional de Quilmes. Recuperado del repositorio institucional digital de acceso abierto de la Universidad Nacional de Quilmes: <https://ridaa.unq.edu.ar/handle/20.500.11807/2232>

Mak, A. H., Lumbers, M., Eves, A., & Chang, R. C. (2012). Factors influencing tourist food consumption. *International Journal of Hospitality Management*, 31(3), 928-936.

Schlüter. R y Thiel Ellul. D (2008). Gastronomía y turismo en Argentina Polo gastronómico Tomás Jofré. 6(2), p.250. Doi <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2008.06.019>