



Soberanía alimentaria en Tomás Jofré, ¿una posibilidad para contribuir al turismo regenerativo?

De Felice, Guillermo

gdefelice@estudiantes.unsam.edu.ar

Martinez Gomez, Shulinen

smartinezgomez@estudiantes.unsam.edu.ar

Tutora: Hruby, Roxana

CIDETUR-EEYN-UNSAM

rhruby@unsam.edu.ar

Docentes de cátedra: Ricardo Cortés, Roxana Hruby, Mercedes González Braco, Triana Sánchez Attanasio, Yazmín Abraham, Martín Rodríguez Buscia.

1. INTRODUCCIÓN

El presente trabajo se centrará en la localidad de Tomás Jofré, partido de Mercedes, indagando en las particularidades de la oferta gastronómica de esta localidad. A partir del esfuerzo sostenido en el tiempo, la comunidad logró que el destino fuera ganando cada vez más relevancia, al punto de ser considerado hoy en día como “el polo gastronómico de Mercedes” y recibiendo cerca de 7000 personas por domingo. Sin embargo, en base a lo investigado por Schlüter y Thiel Ellul, los visitantes también “consideran a Tomás Jofré como un lugar de tranquilidad, de contacto con la naturaleza y campo” (2008, p. 256).

Las formas de turismo (y consumo) masivo propias del mundo globalizado, ponen en riesgo la sostenibilidad a largo plazo de los destinos (Bertoni y Ferraro, 1998) y, por supuesto, Tomás Jofré no está exento de este condicionante. Por lo tanto, en función de la convergencia de los intereses y expectativas manifestadas por el turista, se buscará investigar sobre la posibilidad de lograr una autosuficiencia alimentaria donde la gran parte de las frutas, verduras y hortalizas que componen los platos ofrecidos en el lugar, sean cultivados por los propios restaurantes para lograr un abastecimiento sustentable. También, se indagará acerca de la posibilidad de ofrecer una participación activa al turista en su visita, de manera que contribuya con algunos de los principios que plantea el turismo regenerativo y socialmente responsable.

Para lograrlo, se profundizará en los gustos y preferencias del visitante de Tomás Jofré a partir de una encuesta (análisis de la demanda) y, posteriormente, una entrevista etnográfica con el dueño del restaurante “La Macanuda”.



OBJETIVO GENERAL

- Analizar la viabilidad de la soberanía alimentaria en el polo gastronómico de Tomas Jofré, a fin de contribuir con acciones más orientadas a un turismo regenerativo.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Conocer el interés de al menos un/a (1) propietario/a de restaurante en producir sus propias frutas, verduras y hortalizas.
- Observar el interés de el/la dueño/a en ofrecer una nueva actividad vinculada a las propuestas que el turismo regenerativo promueve.
- Indagar sobre posibles limitaciones, tales como: espacio, infraestructura, conocimiento, abastecimiento e impacto económico.

ESTADO DEL ARTE

El término de soberanía alimentaria surgió hace más de 25 años y, durante este tiempo, se le fue adjudicando distintas definiciones e interpretaciones. Para el presente trabajo, consideramos muy acertada la primer definición que se le dió en la Cumbre Mundial sobre la Alimentación, expresada por la Organización de las Naciones Unidas por la Alimentación y la Agricultura (FAO) en 1996 en la ciudad de Roma:

Soberanía alimentaria es el derecho de cada nación para mantener y desarrollar su propia capacidad para producir los alimentos básicos de los pueblos, respetando la diversidad productiva y cultural. Tenemos derecho a producir nuestros propios alimentos en nuestro propio territorio de manera autónoma. La soberanía alimentaria es una precondition para la seguridad alimentaria genuina. (La Vía Campesina, 1996, párr.3)

Es un concepto que en el último tiempo viene adquiriendo más relevancia debido a la profundización en los beneficios directos de dicha práctica, como por ejemplo: mejor precio por comercialización directa, mejor calidad de los alimentos, ahorro energético, y disminución de la contaminación derivada de la producción, distribución y consumo masivo. (SciELO Argentina, 2014)

Todo esto está íntimamente ligado al turismo mundial y, particularmente a Argentina, donde el sector de Hoteles y restaurantes es bien conocido por liderar en determinados meses el crecimiento de la actividad económica (+51,5% interanual en Enero 2022, según INDEC). Continuar con formas de turismo y consumo masivo no es sostenible a largo plazo, lo que da como resultado una saturación total (en especial de la capacidad de carga) del destino. La forma de hacerle frente a esto es a partir de formas de turismo más conscientes que tengan en cuenta no solo el desarrollo económico, sino también el ambiental y el cultural. De aquí surge el concepto de “turismo regenerativo”, en el cual se busca

despertar tanto en los visitantes como en las comunidades anfitrionas, una conciencia más responsable a nivel social, ambiental y económico en pro de los beneficios de los residentes locales, los sitios turísticos y de un disfrute más equilibrado de los visitantes. Esta orientación pone de manifiesto la interconexión necesaria de las tres relaciones que este modelo de turismo propicia -consigo mismo, con el otro y con la naturaleza- (Avecilla Teruel, 2018). Surge entonces un planteamiento orientado hacia la regeneración, tanto en áreas rurales y naturales, como remotas, pues se busca beneficiar a la comunidad local y motivar en el visitante un sentido de compromiso en favor de los recursos visitados (Duxbury et al., 2020), promoviendo la generación de impactos positivos al agregarle, con su intervención, valor al sitio.

Existen casos donde esta orientación hacia el turismo regenerativo, se pone de manifiesto a través de sus diversas herramientas (como la soberanía alimentaria), buscando lograr un desarrollo más sistemático de los destinos. Un ejemplo de esto es la Comunidad Indígena de Amaicha del Valle, Provincia de Tucumán, Argentina. Allí, mediante el turismo comunitario se logró alcanzar una autosuficiencia alimentaria que acarreó beneficios locales como la aceptabilidad cultural, la forja de lazos entre las comunidades y su entorno natural, desarrollo económico, entre otros. (Moser, 2021). Otro ejemplo evidente de la regeneración y sus beneficios es Alpamanta, un viñedo de 35 hectáreas que está ubicado al sur de la Ciudad de Mendoza. En esta bodega, como menciona Battaglia, “se realizan prácticas agrícolas que están centradas en el respeto por el suelo y su biodiversidad, ayudando al ecosistema a mantenerse en equilibrio, dado que “en la viticultura orgánica se busca de manera natural mantener un viñedo sano y en equilibrio para evitar enfermedades y plagas sin hacer uso de productos químicos y sintéticos como herbicidas, fungicidas” (2019, p. 52). En los últimos meses, la bodega Alpamanta se está abriendo al turismo realizando visitas y recorridos por la finca y compartiendo los beneficios que este modelo de producción genera en la naturaleza y en la comunidad local (Alpamanta, s.f.).

Estos ejemplos permiten un acercamiento a la óptica del turismo regenerativo, evidenciando sus objetivos, qué pretende lograr y cómo. Según expresa Teruel,

“El turismo regenerativo se enfoca en una visión holística, ecológica del mundo y mantiene un enfoque integrado (aspectos sociales, culturales, ambientales, económicos, políticos y espirituales), entre los beneficios se encuentran: utilizar modelos de sistemas completos a través de la comprensión de relaciones de sistemas vivos, seres humanos y la naturaleza, quienes co-evolucionan; genera capacidades y el sentido de compartir; enfoca los recursos primarios y aspectos de la vida para producir tecnologías y resguardo; desarrolla el sentido de identidad de la comunidad; usa las particularidades del lugar como parámetros para determinar el tipo de ingeniería y soluciones de diseño apropiadas al lugar e involucrar a los actores sociales en los procesos de planeación” (2021, p. 76).

En este sentido y como señala Teruel Avecilla,

La contribución del turismo al bienestar económico depende de la calidad y de las rentas que el turismo ofrezca. Por tanto, que éste se desarrolle bajo la mirada de la regeneración es la forma

de asegurar la construcción de un futuro común en el que prime el bienestar del hombre y de la tierra, construyendo relaciones que se beneficien recíprocamente (2018, p.60).

Por lo detallado anteriormente, creemos que aplicar prácticas de producción y consumo responsables a través de la soberanía alimentaria, permitirían orientar el desarrollo de un turismo regenerativo en Tomás Jofré.

DESARROLLO

El turismo gastronómico en el país viene teniendo un crecimiento sostenido en el tiempo, tanto cualitativo como cuantitativo. La conexión entre viajes y alimentación se convirtió en un atractivo turístico como tal, el cual revaloriza la gastronomía nacional (Trivi, 2014). De aquí la importancia y los beneficios de que los destinos se expandan bajo una soberanía alimentaria, la cual no solo brinda una mayor seguridad en los alimentos que consumen la población local y los turistas, sino que además genera las condiciones para un desarrollo sostenible y una economía interna que propicia independencia para los productores. (Tapia Santos et al., 2018).

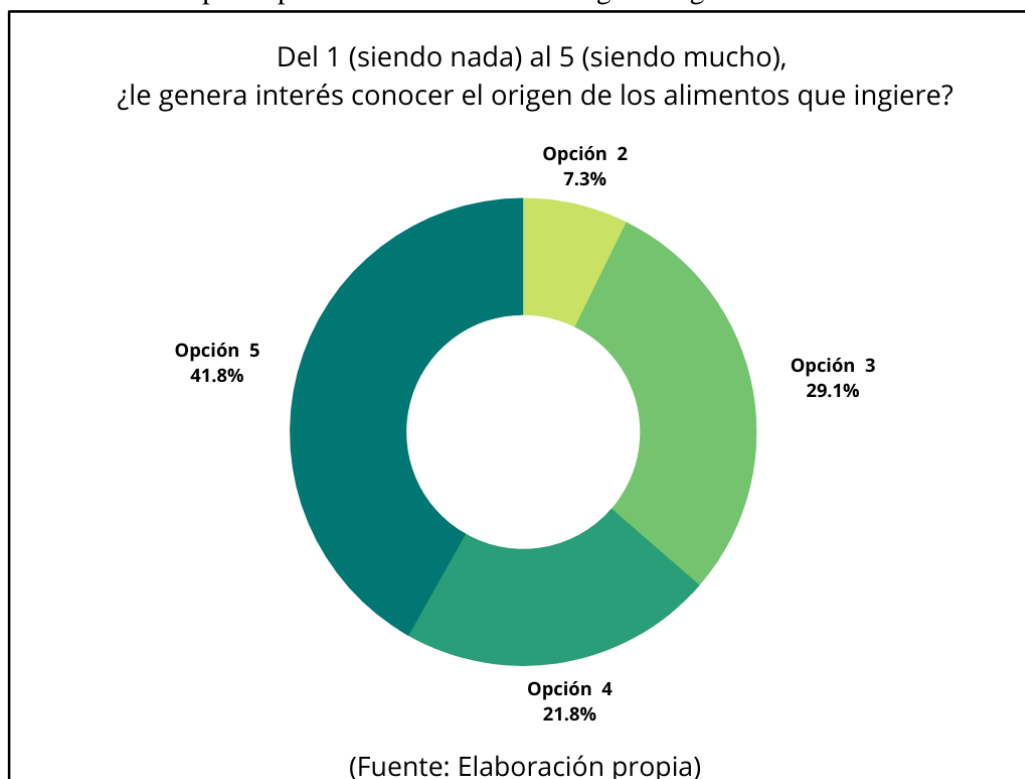
Los primeros registros de actividad gastronómica en Tomás Jofré datan de 1924, pero no fue hasta mediados de los '90 del s.XX, que comenzó a ganar popularidad y a instalarse como un polo gastronómico de fuerte actividad turística (Schluter y Thiel Ellul, 2008). Dado que,

Jorge Born, hoy más conocido como Tomás Jofré, es una pequeña localidad ubicada dentro del partido de Mercedes (a 15 km de la capital del partido) y a 85 km de la Capital Federal, la cual nace a partir de la construcción de la estación Km. 98 en 1908 por parte de la Compañía General de Ferrocarriles de la Provincia de Buenos Aires. Esta estación pertenece al ramal ferroviario Belgrano Sur que llegaba a la Ciudad de Rosario. Tres años más tarde, específicamente el 24 de marzo de 1911, se funda el poblado. (Frangiosa, Taqui & Veiga, 2021, p.35).

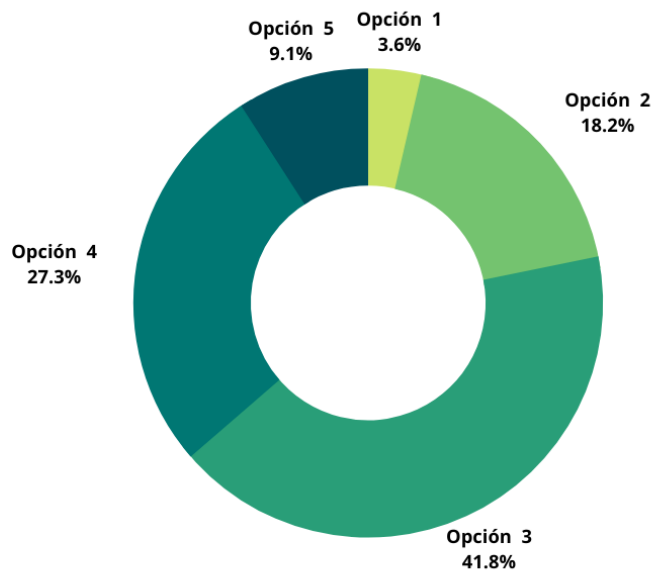
Actualmente cuenta con 21 restaurantes registrados de manera oficial y en plena temporada tiene picos de entre 7000 y 8000 turistas por domingo. Es importante esta cifra ya que es un pueblo de aproximadamente 220 habitantes, lo que significa que recibe casi un 3100% más de personas por jornada. Esta cantidad de visitantes repartidos en los 21 restaurantes nos indica que, en promedio (media), cada restaurante atiende 333 comensales por día de fin de semana. Es claro que manejar estos números de forma prolongada no es sostenible ni responsable a menos que se haga desde una perspectiva holística que integre lo ambiental, lo social y lo económico desde una visión sistémica.

Por lo expuesto y ante la falta de información sobre las prácticas alimentarias de Tomás Jofré es que surge la necesidad de entender las formas de producción, abastecimiento y consumo por parte de los actores: restaurantes, proveedores y turistas. En primer lugar, se procedió a realizar una encuesta de 4 preguntas a personas que ya hayan estado en Tomás Jofré y que dejaron una reseña (positiva o negativa) en redes sociales. Esto bajo la motivación de que puedan hacerlo desde la comodidad de su casa, en el

momento del día que tengan disponibilidad y también bajo el perfil de que les interesa dejar una opinión sobre lo que piensan de los destinos que visitan. Se obtuvieron un total de 55 respuestas, las cuales sirvieron como materia prima para la realización de los siguiente gráficos estadísticos:

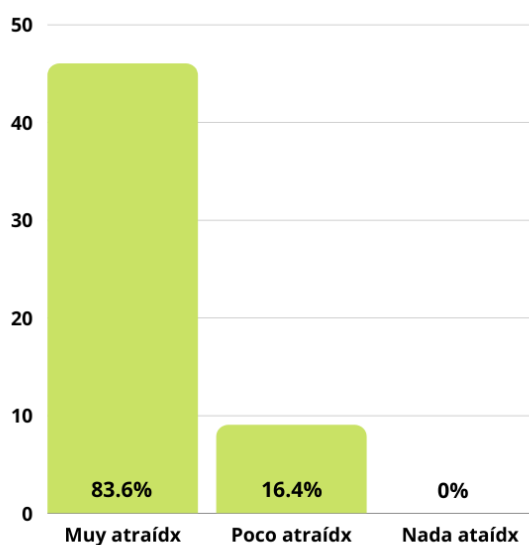


Del 1 (siendo nada) al 5 (siendo mucho),
¿tiene algún conocimiento al respecto?

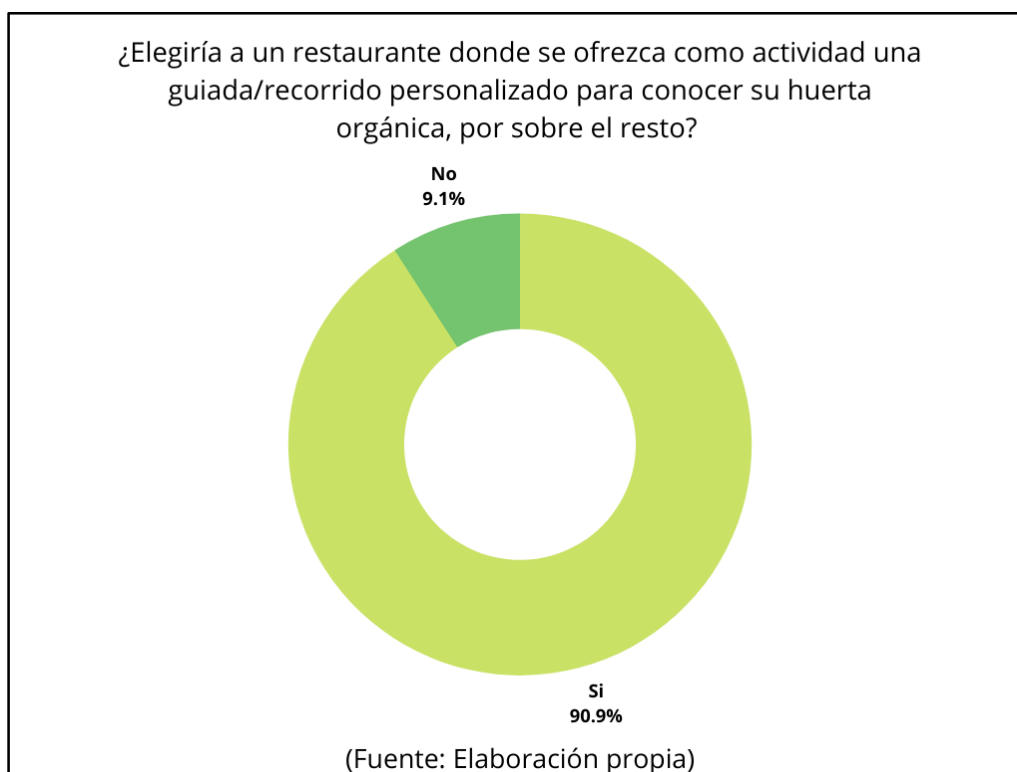


(Fuente: Elaboración propia)

¿Que tan atraído se sentiría por un restaurante que produzca sus
propias frutas, verduras y hortalizas?



(Fuente: Elaboración propia)



A partir de esta encuesta representativa (ya que el 100% de los participantes almorzaron al menos 1 vez en Tomás Jofré), podemos observar un gran interés del turista en conocer el origen de los alimentos que ingiere (41,8%) dejando en evidencia, que además hay un nivel de conocimiento medio (41,8%), que puede y debe seguir siendo profundizando.

Respecto a los restaurantes como tal, una amplia mayoría (83,6%) se sentiría muy atraída por comer en un restaurante que produzca sus propias frutas, verduras y hortalizas, y aún un porcentaje mayor (90,9%) elegiría este tipo de establecimientos por sobre el resto.

Por otro lado, podemos ver que lo manifestado por los visitantes está íntimamente relacionado con lo que plantea Müller:

Es necesario intensificar el grado de conciencia de las personas para proteger la naturaleza, de manera que la vean como algo que está más allá de plantar árboles, reciclar los residuos o reducir los pagos de servicios públicos. Es pasar del pensamiento de “Egosistemas” a “Ecosistemas” en donde el ser humano se visualiza como parte del todo y no por encima de todo (Reyes Rojas & Casasola Guerrero, 2021, como se citó en Müller, 2016).

Con este pequeño estudio de demanda sobre el perfil del consumidor de Tomás Jofré, se decidió avanzar con la entrevista etnográfica a Daniel, dueño de “La Macanuda”. Con una duración aproximada de 30 minutos, la información que pudimos obtener fue la siguiente:

Según señala el entrevistado, La Macanuda es el rancho más antiguo de Tomás Jofré, comenzó vendiendo dulces encurtidos y pastas artesanales en el año 2005. En 2011, bajo la motivación del crecimiento sostenido del turismo, les surgió la idea de reinventarse con un nuevo proyecto gastronómico, el cual finalmente concretaron en 2012: “Hace más de 10 años que estamos abiertos en la parte gastronómica, desde Julio del 2012. Somos un restaurante de campo, nacido de un proyecto familiar, comenzamos con un quincho y actualmente contamos con salón principal, galería y parque”. (e/p; 08 de Noviembre de 2022).

Luego, se le presentó un documento PDF que contenía los 4 gráficos vistos precedentemente, donde quedan manifestados los gustos y preferencias de la demanda. Al conversar sobre la soberanía alimentaria, nos comentó que no tenía conocimientos al respecto y que además cree que actualmente nadie en Tomás Jofré trabaja con esta forma de autoabastecimiento: “La verdad, no, no conozco. Igualmente en Tomás Jofré no hay ningún lugar que produzca sus propios alimentos para consumo. Por lo menos eso creo...”. (e/p; 08/11/2022).

Ante su desconocimiento en el tema, buscamos entender si era algo que le gustaría revertir, encontrándonos con una respuesta positiva pero no a llevar a cabo actualmente:

Claro que sí, me interesaría conocer, el tema es que lo veo difícil para aplicar por lo menos por ahora. Estaría buena la opción, pero creo que lleva mucho trabajo y tiempo, y la gente mientras sigue viniendo. Es posible, pero como les digo, lo veo complicado porque no tengo tiempo y porque tampoco es mi actividad principal, yo en la semana tengo otro trabajo además del restaurante. (e/p; 08/11/2022).

Al continuar la charla, se le comentó sobre ejemplos de pequeños casos de éxito en el inicio del cultivo propio, a lo que nos aportó lo siguiente:

Nosotros tenemos algunas hierbas aromáticas y algunos cherrys, que crecen pero nada más. Quizás sea una buena idea para un próximo proyecto cuando haya más tiempo. Tema carne, asados y vacíos o cerdos ahí si es más complicado, no por la crianza sino el tema de faena, esas cosas me parece que le corresponde a un frigorífico o algo así. (e/p; 08/11/2022).

Con la entrevista finalizada y luego de haber interactuado con la oferta y la demanda gastronómica de Tomás Jofré, notamos que ambos coinciden que en el mediano/largo plazo las condiciones óptimas para realizar turismo en la zona están orientadas a un equilibrio sistémico, el cual se dará a partir de acciones alineadas a los ideales enunciados por el turismo regenerativo, como podría ser la soberanía alimentaria.

CONCLUSIÓN

Luego del trabajo de investigación realizado, en el cual se consultó y analizó tanto la perspectiva del consumidor como del oferente, llegamos a las siguientes conclusiones:

En primer lugar, los turistas (y las personas en general) son cada vez más conscientes y responsables de los alimentos que consumen. Si bien actualmente manifiestan no tener un conocimiento avanzado en el tema, lo que sí tienen es mucho interés en aprender, para así poder entender de donde proviene lo que comen y el impacto que esto tiene en su salud y el medioambiente. Sus preferencias son claras, y al momento de elegir entre un restaurante que produzca sus propias frutas/verduras/hortalizas y uno que no, se quedarían ampliamente con la primera opción. Además, se encuentran motivados frente a un restaurante en el cual, además de comer, puedan realizar algún otro tipo de actividad como por ejemplo: un recorrido personalizado por la huerta, donde puedan adquirir conocimiento y también aportar algún beneficio que genere valor.

Por otro lado, Daniel (el dueño del restaurante “La Macanuda”), mostró un genuino interés al momento de recibir las estadísticas de los consumidores, sin embargo, consideró que tanto la falta de tiempo, como el escaso conocimiento sobre soberanía alimentaria, se presentan como las principales limitaciones para llevar a cabo un cambio estructural y de abastecimiento en este momento. En este sentido, no descarta la posibilidad de realizarlo a futuro, ya que eventualmente han podido dar un primer paso en el cultivo de hierbas y cherrys. Esta respuesta por parte del entrevistado nos permite interpretar su “rechazo” como una postura más conservadora, de querer “mantener lo que funciona” y no asumir riesgos que considera “innecesarios”.

Consideramos que el proyecto es viable a mediano y largo plazo, pero para lograrlo se necesitará un trabajo en conjunto entre restaurantes/comunidad local, organismos públicos y visitantes, es decir, se debería aplicar la noción de diseño co-creado, característica fundamental del turismo regenerativo. Creemos que con una fuerte presencia y ayuda del municipio se podrían brindar capacitaciones y asistencia a los dueños de los restaurantes, con la finalidad de facilitar la puesta en marcha del cambio a la soberanía alimentaria y así contribuir a un modelo más orientado a las formas que el turismo regenerativo propone.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Moser, María L. (2021). El Turismo Comunitario como herramienta para alcanzar la Soberanía Alimentaria en comunidades indígenas: la experiencia de la Comunidad Indígena de Amaicha del Valle, Provincia de Tucumán, Argentina. Universidad Nacional de San Martín.

<http://ri.unsam.edu.ar/bitstream/123456789/1426/1/TFPP%20EEYN%202021%20MML.pdf>

La Vía Campesina. (1996, 16 de Noviembre). 1996 : Declaración de Roma de La Vía Campesina que define por primera vez la Soberanía Alimentaria. *La Vía Campesina Movimiento Campesino Internacional*.

<https://viacampesina.org/es/1996-declaracion-de-roma-de-la-via-campesina-que-define-por-primera-vez-la-soberania-alimentaria/>

(2014). Argentina: soberanía alimentaria: El asociativismo, el comercio justo y la innovación tecnológica y organizacional, junto a una política de promoción estatal, ayudan a los agricultores familiares a asegurar el alimento de la población. RIA. Revista de investigaciones agropecuarias, 40(1), 10-15. Recuperado el 11 de noviembre de 2022.

http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1669-23142014000100002&lng=es&tlng=es.

(2022). Argentina: Hoteles y restaurantes, el sector que lidera el crecimiento de la actividad económica. Recuperado en 11 de noviembre de 2022, de

<https://www.argentina.gob.ar/noticias/hoteles-y-restaurantes-el-sector-que-lidera-el-crecimiento-de-la-actividad-economica>

Ocaña Zambrano et al. (2021). HACIA UN TURISMO SOSTENIBLE, CONSCIENTE Y REGENERATIVO EN LA RESERVA DE LA BIOSFERA DEL CHOCÓ ANDINO DE PICHINCHA. Universidad UTE, Turismo y Conservación, ILAC International College.

https://www.researchgate.net/profile/Walter-Ocana-Zambrano/publication/356439782_Hacia_un_Turismo_Sostenible_Consciente_y_Regenerativo_en_la_Reserva_de_la_Biosfera_del_choco_Andino_de_Pichincha_Rumo_ao_turismo_sustentavel_consciente_e_regenerativo_na_Reserva_da_Biosfera_de_Choco_A/links/619bca113068c54fa51233e6/Hacia-un-Turismo-Sostenible-Consciente-y-Regenerativo-en-la-Reserva-de-la-Biosfera-del-choco-Andino-de-Pichincha-Rumo-ao-turismo-sustentavel-consciente-e-regenerativo-na-Reserva-da-Biosfera-de-Cho.pdf

Sánchez Valdés, A. & Vargas Martínez, E. (2015). Turismo sustentable: Un acercamiento a su oferta. Universidad Autónoma del Estado de México.

<https://www.redalyc.org/pdf/904/90444727013.pdf>

Thiel Ellul, D. & Schlüter, R. (2008). Gastronomía y turismo en Argentina Polo gastronómico Tomás Jofré. Universidad Nacional de San Martín & Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos.

http://www.pasosonline.org/Publicados/6208/PS0208_8.pdf

Frangiosa et al. (2021). Circuito de Turismo Gastronómico por los pueblos de Tomás Jofré, Mercedes y Carlos Keen. Universidad Nacional de San Martín.

<http://ri.unsam.edu.ar/bitstream/123456789/1716/1/TFPP%20EEN%202021%20FF-TME-VAG.pdf>

Bertoni, M. & Ferraro, R. (1998). CONSIDERACIONES PARA UN TURISMO SUSTENTABLE A PARTIR DEL MODELO TURÍSTICO MASIVO. Universidad Nacional de Mar del Plata.

http://nulan.mdp.edu.ar/29/1/FACES_n5_29-43.pdf

Duxbury, N., Bakas, F. E., Vinagre de Castro, T., & Silva, S. (2020). Creative Tourism Development Models towards Sustainable and Regenerative Tourism. Sustainability, 13(1), 2. MDPI AG. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.3390/su13010002>

Teruel Avecilla, (2018) ANÁLISIS Y APROXIMACIÓN A LA DEFINICIÓN DEL PARADIGMA DEL TURISMO REGENERATIVO. Proyecto final de graduación presentado como requisito parcial para optar por el título de Máster en Gestión de Turismo Sustentable. San José, Costa Rica
https://www.academia.edu/38564797/An%C3%A1lisis_y_aproximaci%C3%B3n_a_la_definici%C3%B3n_del_paradigma_del_Turismo_Regenerativo?auto=citations&from=cover_page

Reyes Rojas & Casasola Guerrero, (2021). Turismo regenerativo: más allá de la sostenibilidad.
https://www.ambientico.una.ac.cr/wp-content/uploads/tainacan-items/5/35078/010_-Gloriana-Reyes.pdf

Battaglia, D. (2019). RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA: ¿UNA VENTAJA COMPETITIVA PARA EL MERCADO VITIVINÍCOLA MENDOCINO? Universidad Nacional de Cuyo.
http://tesisenfermeria.bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitales/14311/battaglia-fce.pdf

Trivi, N. (2014). TURISMO Y ALIMENTACIÓN, UNA RELACIÓN PUESTA EN TENSIÓN. UNA CRÍTICA DEL PLAN DE MARKETING DE TURISMO GASTRONÓMICO 2012-2016 DESDE EL PUNTO DE VISTA DE LA SOBERANÍA ALIMENTARIA. FaHCE-UNLP/CONICET.
<https://ri.conicet.gov.ar/handle/11336/37551>

Tapia Santos et al. (2018). LA SOBERANÍA ALIMENTARIA COMO MOTOR DE DESARROLLO TURÍSTICO DE LA ECONOMÍA EN LA COMUNIDAD SASAY DEL CANTÓN SANTA ANA. SECOB-Servicio de Contratación de Obra Pública.
https://www.researchgate.net/profile/Mikel-Ugando-Penate-3/publication/338925127_Memorias_del_1er_Congreso_Internacional_de_Gerencia_y_Gestion_Productiva_de_Pontificia_Universidad_Catolica_del_Ecuador_Sede_Manabi_desarrollado_en_Paraninfo_Paulo_Emilio_Macias_de_la_Universidad_Tecn/links/5e3348d4a6fdccd96578f81b/Memorias-del-1er-Congreso-Internacional-de-Gerencia-y-Gestion-Productiva-de-Pontificia-Universidad-Catolica-del-Ecuador-Sede-Manabi-desarrollado-en-Paraninfo-Paulo-Emilio-Macias-de-la-Universidad-Te.pdf#page=49

Alpamanta. (s/f). Alpamanta.com. Recuperado el 15 de noviembre de 2022, de <https://alpamanta.com/>

ANEXO

ENCUESTA (PREGUNTAS) A LOS CONSUMIDORES

Se harán pocas preguntas, cortas y directas para obtener una mayor participación y predisposición a responder por parte del turista.

1. Del 1 (siendo nada) al 5 (siendo mucho), ¿le genera interés conocer el origen de los alimentos que ingiere?

1 - 2 - 3 - 4 - 5

2. Del 1 (siendo nada) al 5 (siendo mucho), ¿tiene algún conocimiento al respecto?

1 - 2 - 3 - 4 - 5

3. ¿Que tan atraído se sentiría por un restaurante que produzca sus propias frutas, verduras y hortalizas?

MUY ATRAÍDO - POCO ATRAÍDO - NADA ATRAÍDO

4. ¿Elegiría a un restaurante donde se ofrezca como actividad una guiada/recorrido personalizado para conocer su huerta orgánica, por sobre el resto?

SÍ - NO

ENTREVISTA ETNOGRÁFICA

Se realizará luego de haber encuestado a los consumidores para tener un contexto lo más representativo posible, el cuál se informará a los dueños/as de los restaurantes a fin de que conozcan los intereses y preferencias de sus clientes.

Preguntas que se buscan responder (idealmente sin realizarlas de forma directa):

- Contexto del negocio: ¿Hace cuánto tiempo funciona el restaurante? ¿Hace cuanto se encuentra a cargo del mismo? Espacio abierto para conocer la historia del mismo.
- Mostrar el resultado de las encuestas: ¿Conoce sobre la soberanía alimentaria? En caso de que no, ¿le interesa conocer? ¿Le interesaría la posibilidad de aplicar este modelo a su restaurante?



¿Le interesaría ofrecer una actividad al visitante, que complemente la experiencia gastronómica?

- Limitaciones: Si no muestra interés, entender los por qué. En caso de que muestre interés, ¿ve alguna posible limitación? Ya sea por falta de conocimiento, falta de lugar para una huerta propia, económico, tiempo, abastecimiento, etc.