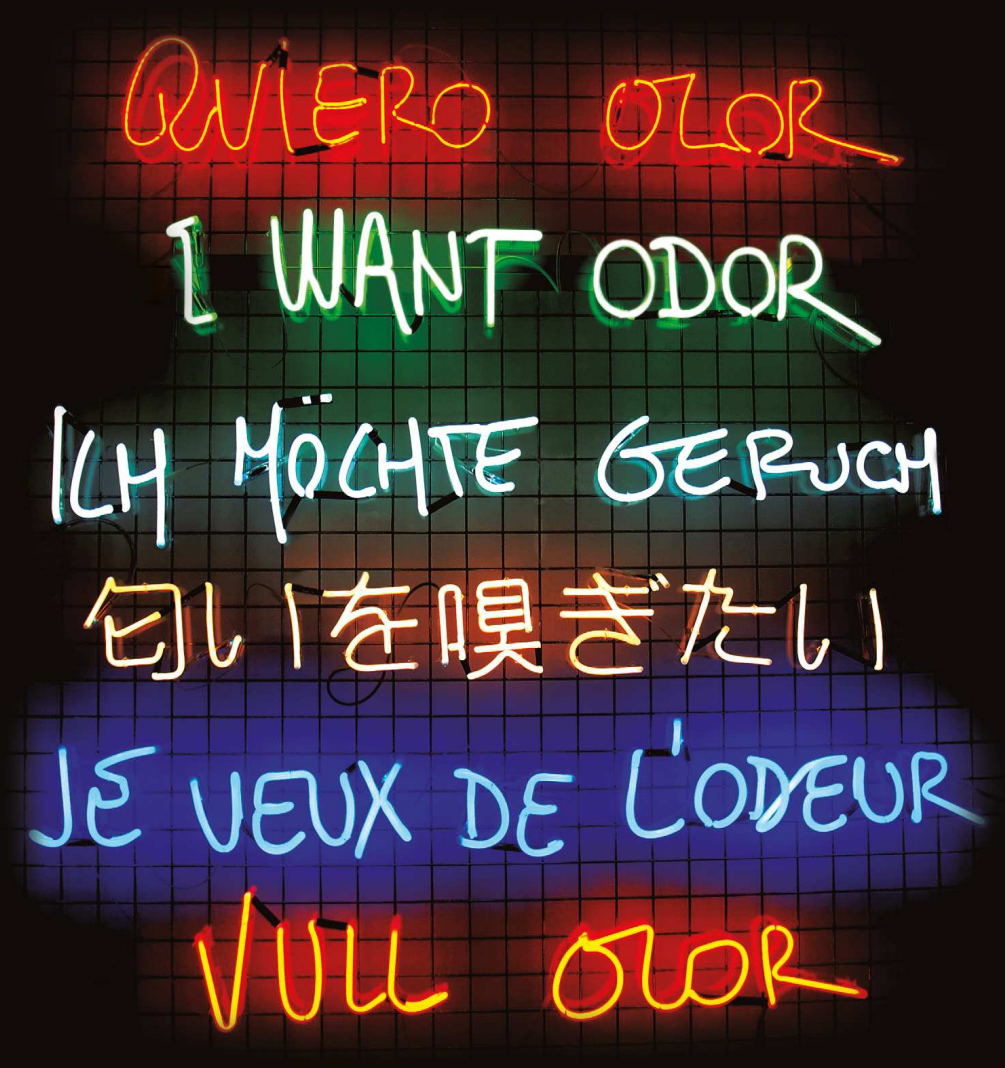



# essential

MAGAZINE

Octubre 2019

ventós

# Olores, fragancias y arte

**Ernesto Ventós Omedes**
Artista y Perfumista

Nací en Barcelona, en el seno de una familia que se ha mantenido conectada durante generaciones al mundo de las fragancias y de los perfumes. Crecí rodeado de bidones de esencias que cargaban el ambiente de espliego, lavanda, menta y naranja, siendo éstas últimas mis preferidas. Los veranos en casa de mis abuelos maternos llenan gran parte de mis primeras experiencias olfativas.

Privado del sentido del oído desde que nací, mi propia naturaleza dio prioridad al olfato como medio de comunicación con los demás y de expresión propia en mi entorno.

> **Intento tratar mis creaciones olfativas con paciencia, determinación y constancia, un proceso parecido a la actividad de los artistas plásticos.**

Mi aprendizaje como perfumista comienza a la edad de 17 años, trabajando al lado de mi padre y, sobre todo, de 1965 a 1968, cuando voy a trabajar a Suiza con mi maestro Arturo Jordi, y a Francia, a una fábrica de Grasse. Me familiaricé con las diferentes esencias y sus características ejercitando la memoria de mi nariz, estudiando los numerosos componentes hasta conseguir crear fórmulas y aplicarlas a distintos productos. Intento tratar mis creaciones olfativas con paciencia, determinación y constancia, un proceso parecido a la actividad de los artistas plásticos. Mezclo pequeñas dosis de materias primas buscando la armonía de la fórmula. Utilizo mi creatividad e imaginación con técnica y perseverancia hasta crear olores distinguidos o muy populares, pero siempre generadores de satisfacción para el olfato de las personas.

> **Crecí rodeado de bidones de esencias que cargaban el ambiente de espliego, lavanda, menta y naranja.**

El mundo del arte siempre ha estado presente en mi vida, al igual que el mundo de las esencias. De ahí mi búsqueda para ensamblar la obra plástica y mi percepción olfativa: así nace, hace más de cuarenta años, la colección olorVISUAL, que no es otra cosa que mi memoria olfativa convertida en arte plástico. Y desde hace unos años, bajo el acrónimo de NASEVO (nas –nariz en catalán– y mis iniciales) creo mi propia obra plástica, piezas todas ellas relacionadas con el mundo del olor y de las fragancias, donde la nariz es la protagonista absoluta.

Toda mi vida he estado rodeado por olores y arte.

# Olor a historia

**Joel Esteban**
Marketing & Sustainable Sourcing

El origen de las cosas siempre ha fascinado al ser humano: "¿Quien inventó aquello?, ¿Quién descubrió lo otro?..." Sin embargo, hay cosas a las que no se le pueden atribuir un solo inventor, ni se las puede ubicar, ni saber en qué momento exacto se empezaron a usar.

> **El origen del perfume es desconocido, pero existen evidencias de su existencia desde la Edad de Bronce.**

El caso de la perfumería es excepcional. No se conocen sus inicios, pero sus usos a lo largo de la historia le confieren la complejidad que tiene hoy en día. Y es que un perfume es más que un olor: evoca sensaciones, crea reacciones, nos traslada a las emociones más secretas de nuestro interior y, del mismo modo, nos permite transmitir un mensaje al exterior.

## LOS ORÍGENES

La palabra perfume proviene del latín per-fumare ("Para producir humo" sería su traducción más fidedigna), porque a través del humo, y más concretamente de la quema de maderas y resinas, nuestros antepasados se purificaban con el fin de afrontar el viaje después de la muerte.

Existen evidencias arqueológicas de la edad de bronce que sugieren que a los difuntos se les untaba con aceites y aromas antes de ser envueltos en los hábitos que cubririan sus restos.

Estas evidencias se deducen por la constante aparición de ungüentos y frascos encontrados en las tumbas, así como de la presencia de objetos "quema-perfumes" situados al lado de los difuntos.

Si la muerte era algo impuro, el perfume les permitía un viaje libre y exento de cargas.

Pero no solamente se utilizaron con fines divinos. Según un proverbio egipcio de la dinastía V (hacia el 2.500 aC), un padre le aconseja a su hijo que *"cuando prosperes y fundes tu familia, ama mucho a tu esposa, aliméntala, vístela, úntale el cuerpo con ungüentos... "*

> **Usado en ritos purificadores o como muestra de distinción, el perfume ha estado vinculado a tradiciones y ritos de las grandes civilizaciones.**

En el otro extremo del mundo, en los libros religiosos de los Vedas, en la antigua India (1.500 aC), se puede encontrar la palabra "atar", que significa olor. En Oriente, el perfume también estaba asociado a los ritos religiosos y se empleaba para mantener alejados a los malos espíritus.

Hacia el 400 aC, en Grecia, el padre de la medicina, Hipócrates, ya utilizaba aceites y ungüentos con fines terapéuticos, lo que hoy conocemos como aromaterapia.

En los gimnasios griegos se podían encontrar aromas, talcos, aceites, resinas, inciensos... Y en la antigua Roma se constituyó el primer gremio de perfumistas, los *ungüentarii*. Según el tipo de uso, ofrecían productos en disolventes líquidos o sólidos, pudiéndose usar a modo de incienso en ambientes públicos o para ser portados sobre el cuerpo.

> **El descubrimiento de la "Eau de Cologne" durante en el siglo XIX, marca el inicio de la perfumería moderna.**

## EDAD MEDIA

Las influencias bárbaras no colaboraron al desarrollo de la perfumería durante la temprana Edad Media. Tampoco ayudaron los dogmas cristianos. En la vieja Europa, el uso de perfumes era bastante limitado.

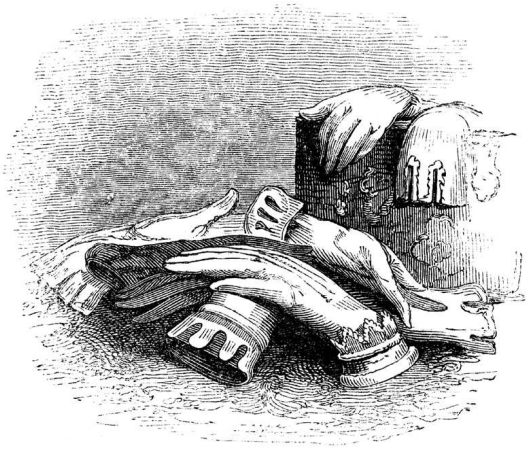
**La llegada del Cristianismo y sus mensajes referentes al pudor y la humildad, provocaron que el empleo de perfumes por parte de la mujer prácticamente desapareciera y que en Occidente el perfume entrase en un gran declive.**

En el siglo VII otra corriente llegaba de Arabia, una nueva civilización con nuevos dogmas religiosos. **En el Corán se puede leer que, al alcanzar el paraíso, éste estará "formado por grandes jardines y árboles, grandes ríos y con gran olor a perfume de almizcle"**. La expansión de la civilización árabe y el comercio permitieron que los conocimientos de elaboración de perfumes, así como las materias primas, llegasen a todos los reinos. El perfeccionamiento del alambique y la invención de la alquimia quedan atribuidos a los árabes.

Aunque las condiciones higienicas no eran las más adecuadas, la práctica de los baños aromáticos era más extendida de lo que uno pueda creer y, en las cortes, se seguían utilizando esencias para perfumar el cuerpo y las ropas, pues al ser de telas tan pesadas y delicadas, no se limpiaban muy a menudo y requerían ser aromatizadas.

Existen dos efemérides importantísimas para entender la historia del perfume en la Edad Media: en 1190, el rey Felipe II Augusto de Francia concedió el estatuto a los maestros perfumeros, propiciando la aparición de escuelas de perfumería y en 1370, la reina Isabel de Hungría popularizó la primera colonia a base de alcohol: "El Agua de Hungría".

Con el avance de la Edad Media el uso de los perfumes era cada vez más social y más común, los intercambios culturales permitían la adopción de nuevas costumbres más sensibles con la higiene, pero no fue hasta el siglo XV, gracias a las cruzadas, cuando las rutas de oriente se abrieron de nuevo y con ello se redescubrieron productos y esencias que se habían perdido durante siglos.



## RENACIMIENTO

**El Renacimiento supuso una era de luz y prosperidad para los perfumes. Las apariencias sociales eran muy importantes y enmascarar los malos olores se convirtió en un todo.** En la ciudad francesa de Grasse, su industria peletera de elaboración de guantes provocó el desarrollo de una industria paralela importantísima que años más tarde daría reconocimiento a la región. El intento de enmascarar los malos olores de la piel curtida convirtió este pequeño pueblo al sur de Francia en la capital de la perfumería.

**Durante los siglos XVII y XVIII, las aguas de olor se popularizaron en toda la sociedad, especialmente en la aristocracia.** Es bien conocido el sobrenombre de la corte del rey Luis XIV como "la corte perfumada". La ciencia avanzaba y los descubrimientos eran cada vez más comunes. Los nuevos ingredientes para la perfumería tomaron el relevo y los envases y frascos que contenían los perfumes se convirtieron en artículos de deseo de formas cada vez más complejas, haciendo de estos recipientes casi una forma de arte.

**Cabe destacar en este periodo, el descubrimiento en la ciudad de Colonia de una nueva esencia, la "Eau de Cologne" que con su olor fresco y ligero, fue bandera de la modernidad frente los perfumes pesados y cargados que se habían utilizado hasta la fecha. Este es el punto de partida de la perfumería moderna.**

## EL PERFUME MODERNO

**1880-1914**
Belle Époque.
El perfume como verdadero producto de lujo.

**1920-1930**
"Los años locos": perfumes aldehídicos, frescos, que presentan novedad y dinamismo.

**1930-1950**
Se despliega el perfume de alta costura, moda notas cuero.

**1950-1960**
Perfumeria más asequible y potenciación del perfume masculino.

**1960-1970**
Popularización del Patchouli, aparición de las "aguas frescas".

**1970-1980**
Nacimiento de perfumes conceptuales. Nacen las "eaux de toilette".

**1980-1990**
Las fragancias afrutadas ofrecen un nuevo tipo de perfume para hombre y mujer.

**1990-2000**
Perfumes unisex, triunfan los perfumes marinos, acuáticos, vegetales y naturales.

**2000...**
Gusto por la diferenciación, aparición de perfumes niche.

*Gracias a la Fundación Academia del Perfume por su colaboración en la sección del perfume moderno.

# #Aromaterapia 3.0

**Olivia Gautier**
Sales Management

La aromaterapia y la olfactoterapia han estado en auge durante los últimos años. Ya no se deben presentar. Están aceptadas por la sociedad como una ayuda para nuestro bienestar. Han pervivido durante siglos y ahora, en la era de las nuevas tecnologías y la Inteligencia Artificial, es hora de preguntarse bajo qué forma será parte de nuestra vida diaria.

Sus partidarios más activos no solo son amantes de los aceites esenciales. Los mejores embajadores de hoy en día se encuentran en el ámbito químico y médico. Los estudios se realizan en el hospital; los médicos privados usan la aromaterapia para reforzar sus terapias (como, por ejemplo, la terapia del sueño o del trastorno del estrés).

El personal industrial y médico está trabajando conjuntamente para que la aromaterapia sea más fácil de usar y accesible.

> **El uso y los medios para aplicar técnicas de aromaterapia se integran cada vez más en nuestra vida diaria.**

El tipo de usuario final también está cambiando. Además de los usuarios tradicionales, surge una comunidad nueva: conectados, "Connoisseurs", informados, preocupados por su salud, su entorno, que quieren decidir qué productos utilizar y mediante qué soporte. Esta comunidad está en sintonía con la conciencia del bienestar (ingredientes naturales) y el interés del

"Do It Yourself" (haga sus propias mezclas, cremas, geles de ducha, aromas para difusor, etc.). Y es nuestra responsabilidad responder a este mercado ofreciendo aceites esenciales de la mejor calidad, genuinos y sostenibles.

La aromaterapia se basa en el poderoso efecto de los aceites esenciales, en las propiedades, sus características y la composición. Todos los esfuerzos en investigación y aplicación solo pueden ser efectivos con una condición: el uso de aceites esenciales genuinos y de alta calidad. Es nuestra responsabilidad: asegurar su suministro.

> **Los embajadores de la aromaterapia se encuentran en ámbitos tan diversos como la química, la medicina o la psicología.**

Ventós, que se encuentra en la primera etapa de la cadena, se enorgullece de aportar sus más de 100 años de experiencia en aceites esenciales naturales para servir al mundo de la aromaterapia, produciendo y obteniendo aceites con los más altos estándares, asegurando su sostenibilidad, proporcionando toda la documentación y siendo totalmente transparente con respecto al origen y la especie del producto. Así es como Ventós cumple su parte, con un 100% de compromiso.

Desde el mundo industrial, médico, hasta el usuario final, pasando por los proveedores de los aceites... Todos deberíamos ser conscientes de los beneficios de la aromaterapia. Somos responsables de unir nuestros esfuerzos para que sea más accesible y fácil de usar. Somos responsables de transmitir a las futuras generaciones una ciencia ancestral.

## UN DÍA EN #AROMATERAPIA 3.0

**6:45.** Suena la alarma, según la información del pronóstico del tiempo, mis datos de sueño, mi agenda del día, etc. "Neus", mi asistente personal, recomienda el "Eucalipto, Romero y Lemongrass" para el cuidado corporal de la mañana. ¡Hoy parece que tanto la mente como el cuerpo necesitan un estímulo!

**7:30.** Subo al coche y en el camino, se carga mi difusor portátil electrónico que contiene mis 4 aceites esenciales favoritos (Lavanda por su efecto de equilibrio, Manzanilla en caso de dolores de cabeza, Incienso para concentrarse y Limón para el efecto refrescante).

**8:30.** Reunión informal al lado de la máquina expendedora, planificación del día y a disfrutar de una taza de té de extracto de Jengibre natural para activar el sistema sanguíneo.

**11:00.** Reunión de ventas con el equipo: revisión H1 y objetivos para H2. El objetivo, el tiempo, la duración de la reunión y el número de participantes se introducen en el sistema. Según los parámetros, el aroma más apropiado comienza a difundirse. "Menta, Mandarina y Pomelo", alta energía: ¡Todos al 100% de su capacidad!

**13:00** Hora del almuerzo, en mi restaurante vietnamita favorito: Citronela, Albahaca, Cajeput, etc. ¡Una combinación poderosa de plantas naturales infundidas!

**16:00.** Mi reloj marca un nivel bajo de energía. Respuesta: El Incienso de mi difusor electrónico portátil. Efecto inmediato: ayuda para concentrarse y listo para trabajar.

**18:00.** ¡Fin de otro día intenso! Subo a mi coche, con las manos en el volante, análisis del ritmo cardiaco, activo el aroma predeterminado de la cápsula *"Estado de ánimo relajante"* para llegar al spa listo para un masaje con aceite de Jazmín e Ylang Ylang para liberar la tensión y reforzar la sensación de confianza en uno mismo.

**20:00.** De vuelta a casa. Aprovecho la tarde para preparar mi próximo fin de semana. Dos cartas perfumadas recibidas desde mi lista: "Bari" y "Marrakech". Cada carta representa el aroma de cada lugar; ¡será Bari!

# Aceites esenciales terapéuticos

**ÁRBOL DEL TE**
*Melaleuca alternifolia*
**65 €/KG***

**BAYA DE ENEBRO**
*Juniperus communis*
**145 €/KG***

**CIPRÉS**
*Cupressus sempervirens*
**45 €/KG***

**CITRONELA**
*Cymbopogon winterianius*
**21 €/KG***

**ESPLIEGO**
*Lavandula latifolia*
**65 €/KG***

**LAVANDA**
*Lavandula angustifolia*
**88 €/KG***

**LIMÓN**
*Citrus limonum*
**19 €/KG***

**MANZANILLA ROMANA**
*Chamaemelum nobile*
**875 €/KG***

**PATCHOULI**
*Pogostemon cablin*
**50 €/KG***

**ROMERO**
*Rosmarinus officinalis*
**68 €/KG***

**SIEMPREVIVA**
*Helichrysum italicum*
**530 €/KG***

**CANELA HOJAS**
*Cinnamomum zeylanicum*
**19 €/KG***

**CARDAMOMO**
*Elettaria cardamomum*
**395 €/KG***

**EUCALIPTUS**
*Eucalyptus globulus*
**19,80 €/KG***

**GERANIO**
*Pelargonium graveolens*
**145 €/KG***

**MENTA PIPERITA**
*Mentha piperita*
**39 €/KG***

**NARANJA**
*Citrus sinensis*
**3,90 €/KG***

**VETIVER HAITÍ**
*Vetiveria zizanioides*
**298 €/KG***

**YLANG YLANG**
*Cananga odorata*
**290 €/KG***

## Para activar el organismo:

**Salvia, Jengibre, Pomelo, Laurel, Limón, Menta, Vetiver, etc.**

**Acciones terapéuticas:** hipertensivo, potenciador inmunitario, estimulante, desintoxicante, restaurador, estomacal, etc.

**Principales características:** antioxidante, depurativo, inmunomodulador, tónico circulatorio

## Para relajar:

**Manzanilla Romana, Salvia, Incienso, Geranio, Lavanda, Mandarina, Naranja dulce, Ylang ylang, etc.**

**Acciones terapéuticas:** sedantes, tonificación de nervios, eufóricos, ansiolíticos, etc.

**Indicados para:** insomnio, dolor de cabeza, migraña, estrés, ansiedad, etc.

## Para concentrarse:

**Laurel, Limón, Incienso, Pachuli, Menta, Romero, etc.**

**Acciones terapéuticas:** cefálica, neurotónica, etc.

**Indicados para:** poca concentración, falta de memoria, pensamiento confuso, incapacidad para concentrarse, o para conseguir calma mental, espíritu tranquilo, mente clara...

## Para descongestionar:

**Ciprés, Eucaliptus, Enebro, Laurel, Menta, Pino silvestre, etc.**

**Acciones terapéuticas:** mucolítico, expectorante, descongestionante, broncodilatador, antitusivo

**Indicados para:** caso de bronquitis, tos, gripe, congestión respiratoria, sinusitis, etc.

*En nuestra área de cliente de www.ventos.com, y con un solo clic, se accede a toda la documentación sobre productos, muestras y pedidos.*

*Precio aproximado en función de la cantidad.

# Ventós en Colombia: un año de excelencia

**Patricia Luque**
Commercial Director Ventós Colombia S.A.S

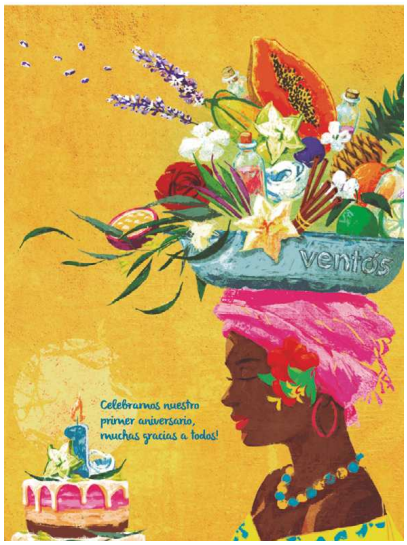
Hace ya 1 año que empezamos a afrontar el reto de abrir una nueva filial de Ernesto Ventós en Colombia. Hoy podemos decir con orgullo que contamos con una compañía dinámica, operativa y con un equipo de trabajo de excelencia comprometidos con todos los objetivos planteados. Durante este año sorteamos muchos desafíos, pero gracias al constante y firme apoyo de nuestra casa matriz y al mercado colombiano, que reconoce ampliamente la calidad y servicio a nivel mundial de la marca Ventós, participamos activamente en el mercado de materias primas aromáticas, atendiendo a la mayoría de empresas nacionales y multinacionales establecidas en Colombia.



**Participamos activamente en el mercado de materias primas aromáticas, atendiendo a la mayoría de empresas nacionales y multinacionales establecidas en Colombia.**

La meta es ambiciosa pero estamos seguros que lo lograremos, contando con el desarrollo del país y con la posición geográfica de Colombia, que nos permitirá en el futuro atender los mercados de los países vecinos que hacen parte de la CAN (Comunidad Andina).

Solo me resta agradecer inmensamente a los directivos de Ernesto Ventós por haber creído y confiado en nuestro país, a todas las personas en Barcelona que nos han apoyado en este sueño, pero sobre todo a nuestros clientes que desde el día 1 que trajimos la primera importación nos abrieron sus puertas y nos ven como uno de sus principales proveedores locales.



Las fragancias del jardín le rodearon, claras y bien perfiladas, como las franjas policromas de un arco iris.

El Perfume. Patrick Süskind

# Lecturas con aroma

- ***El Perfume.*** Patrick Süskind

  Un libro para leer con la nariz, nos enseña que lo que no tiene olor, lo que no tiene esencia, no tiene alma.

  ***Recomendado por Patxi Carretero***
  ***Operations Processes Manager***

- ***Las especias. Historia de una tentación*** Jack Turner

  Puede que hoy en día las especias nos parezcan un producto de lo más común y trivial, pero estos productos han jugado un rol importantísimo en la manera como hoy entendemos el comercio y el mundo.

  ***Recomendado por Joel Esteban***
  ***Marketing & Sustainable Sourcing***

- ***The perfect scent.*** Chandler Burr

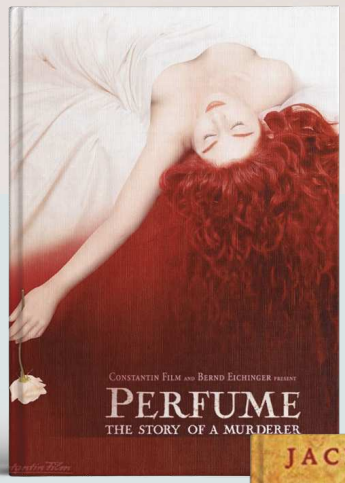
  Dos tipos de empresa y dos modelos de negocio: la elegancia y tradición francesa contra el dinamismo e innovación americana. Un libro perfecto para *amateurs* y aficionados a las fragancias.

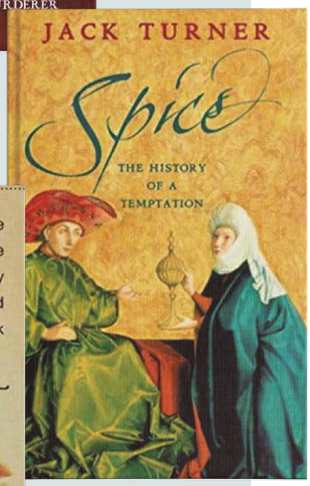
  ***Recomendado por Gaëlle Arnaudy***
  ***Senior Purchasing Manager***

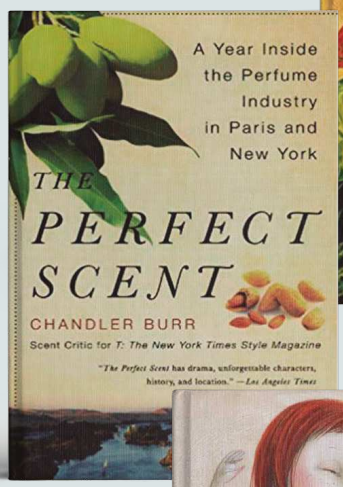
- ***La niña que caminaba entre aromas.*** Ariel Andrés Almada.
  **Ilustraciones:** Sonja Wimmer

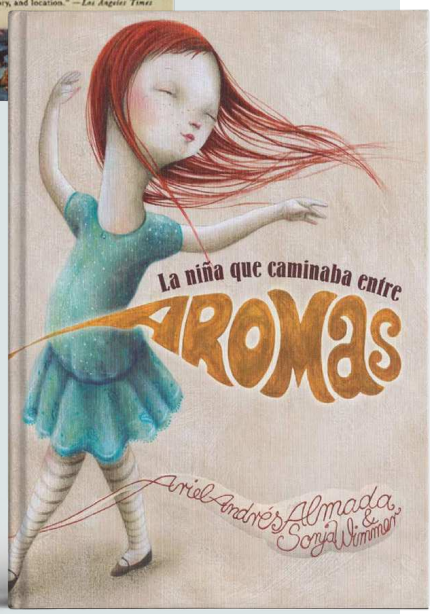
  Un gran homenaje al espíritu de superación y a la ancestral memoria olfativa-gustativa.

  ***Recomendado por Gemma Parramon***
  ***Europe Managing Director***



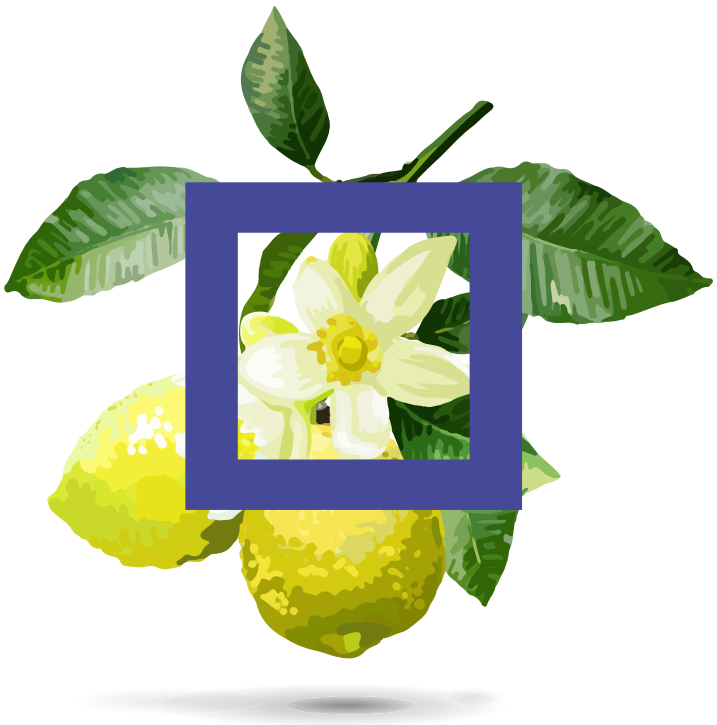
# El limón español y sus variedades: *Fino* y *Verna*.

**Monica Real**
Laboratory Manager

Los cítricos son fascinantes. Han captado la atención del ser humano desde la antigüedad, pues los lleva domesticando durante más de 4.000 años. El limonero se conocía en la mitología griega como "el árbol de las manzanas de oro" situado en el jardín de las Hespérides y custodiado por un dragón-serpiente de cien cabezas. Era considerado un símbolo de fecundidad y facilitador de la inmortalidad. Después, desde Alejandro Magno hasta los Medici se han rendido a las bondades de este árbol.

Los árboles cítricos actuales descienden de diez especies procedentes de un área cercana al Himalaya, se diversificaron hace unos ocho o diez millones de años y se extendieron rápidamente por todo el sureste asiático.

La domesticación de estas especies primarias nos han obsequiado con uno de los productos más fascinantes de nuestra industria: el Limonero, *Citrus limon*.



Se trata de un pequeño arbolillo perteneciente a la familia de las Rutáceas, de ramas de corteza verde y con espina. Las hojas son elípticas y con el borde finamente dentado. Las flores desprenden mucho olor y sus pétalos son gruesos y de color blanco, aunque suelen presentar un tinte rosado en su cara exterior. El fruto es más sensible al frio que la mayoría de los cítricos, por lo que su cultivo comercial se restringe a áreas con temperaturas invernales benignas.

**España es el segundo productor mundial de limón, con un promedio de producción de 978.000 Tm**

El limón se cultiva principalmente por su sabor ácido. Su jugo, muy rico en vitamina C, se utiliza en bebidas y para aromas culinarios. Los principales productos secundarios son el ácido cítrico que se extrae del jugo y el aceite esencial de limón que se obtiene por presión en frío de la corteza.

Actualmente, España es el segundo productor mundial de limón, con un promedio de producción de 978.000 Tm, situándose por encima de otros países productores del Mediterráneo como Italia, Turquía y Grecia. Además, compite con Argentina, el mayor productor de aceite esencial, así como en menor porcentaje con el limón de California y el limón de Suráfrica.
**Nuestro limón es de tipo Mediterráneo y, además su cultivo se extiende por Murcia, Levante y Andalucía. Se cultivan principalmente dos variedades ácidas: el limón ''*Fino*'' y el limón ''*Verna*'', autóctono de la región.**

El limón *Fino* se conoce también con los nombres de mesero, blanco y primofiori. Su árbol es vigoroso y propenso a la producción de brotes con espinas. Es la variedad de otoño-invierno. Es de tamaño ligeramente inferior al *Verna* y carece de cuello en la base. Su forma es redondeada, esférica u ovalada y con una piel fina, lisa y delgada. Contiene una cantidad mayor de zumo, con alto nivel de acidez y número medio de semillas. Su permanencia en el árbol y su resistencia al manipulado son menores que en el *Verna*. La recolección es de Septiembre a Abril. Constituye el 70% aprox de la producción.

El árbol del limón *Verna*, a diferencia del *Fino*, tiene pocas espinas. Es una variedad original y autóctona de España, nuestro limón de primavera-verano. Su tamaño es ligeramente superior al *Fino* y su forma es más ovalada y alargada, de color amarillo intenso. Los frutos presentan un cuello más pronunciado y tienen una corteza más rugosa y gruesa, lo que favorece el transporte y la manipulación. La pulpa tiene buen contenido en zumo y muy pocas semillas. Su recolección empieza cuando acaba la del *Fino*, de Abril a Agosto. Es de gran interés comercial pues puede producir una cosecha en verano. Constituye alrededor del 30% de la producción.

**Las dos variedades principales que se cultivan en España, Fino y Verna, son garantía de calidad**

Viendo estas dos variedades físicamente tan bien diferenciadas, es fácil pensar que las características de su aceite esencial variaran entre una y otra.

Desde Ailimpo, la Asociación Interprofesional de Limón y Pomelo, en colaboración con el Comité de Aceites Esenciales español, que redacta y/o participa en la elaboración de normas UNE / ISO de aceites esenciales, se está estudiando la posibilidad de crear una norma donde quede reflejada la caracterización de estas dos variedades e incluya principalmente un estudio de las características:

- Organolépticas
- Físico-químicas
- Composición mediante cromatografía de gases
- Contenido en aldehídos y acidez.

Esperamos que esta norma sirva para que los estudios puedan clarificar y aportar luz a los perfumistas y aromistas profesionales.

**Llegados a este punto, y con las diferenciaciones bien claras entre una y otra variedad, la pregunta queda en el aire: ¿Será una de estas variedades mejor para la industria de los aromas y otra para la perfumería?**

# Viajar en modo Eco(nómico)-friendly

**Jagoda Krysztopik**
Senior Sales Manager

En los últimos 25 años, gracias a las aerolíneas de bajo coste y al alojamiento económico, el turismo ha aumentado significativamente. ¡Estamos hablando de un crecimiento de 560 millones de viajeros en 1996 hasta los 1.400 millones en 2019! Sin embargo, ¿en qué tipo de turistas nos hemos convertido? Tomemos a Bali como ejemplo.

En 2017, **TripAdvisor situó Bali** como el mejor destino, dejando atrás a Londres, París, Roma e incluso Nueva York. En consecuencia, millones de personas inundaron su territorio, generando contaminación plástica proveniente de los hoteles, restaurantes y excursionistas irresponsables.

El turismo se ha convertido en un verdadero problema para la población local, los animales y las plantas en toda Indonesia.

Tal vez todavía no sea demasiado tarde para salvar este lugar paradisíaco. ¿Que podríamos hacer para ayudar a crear un turismo sostenible como se ha hecho en Bután, Costa Rica o Canadá?

**Como participantes de IFEAT  somos muchos los que viajamos profesionalmente para la indústria de F&F y nuestro impacto no será despreciable.**

> El turismo se ha convertido en un verdadero problema para la población local, los animales y las plantas en toda Indonesia.

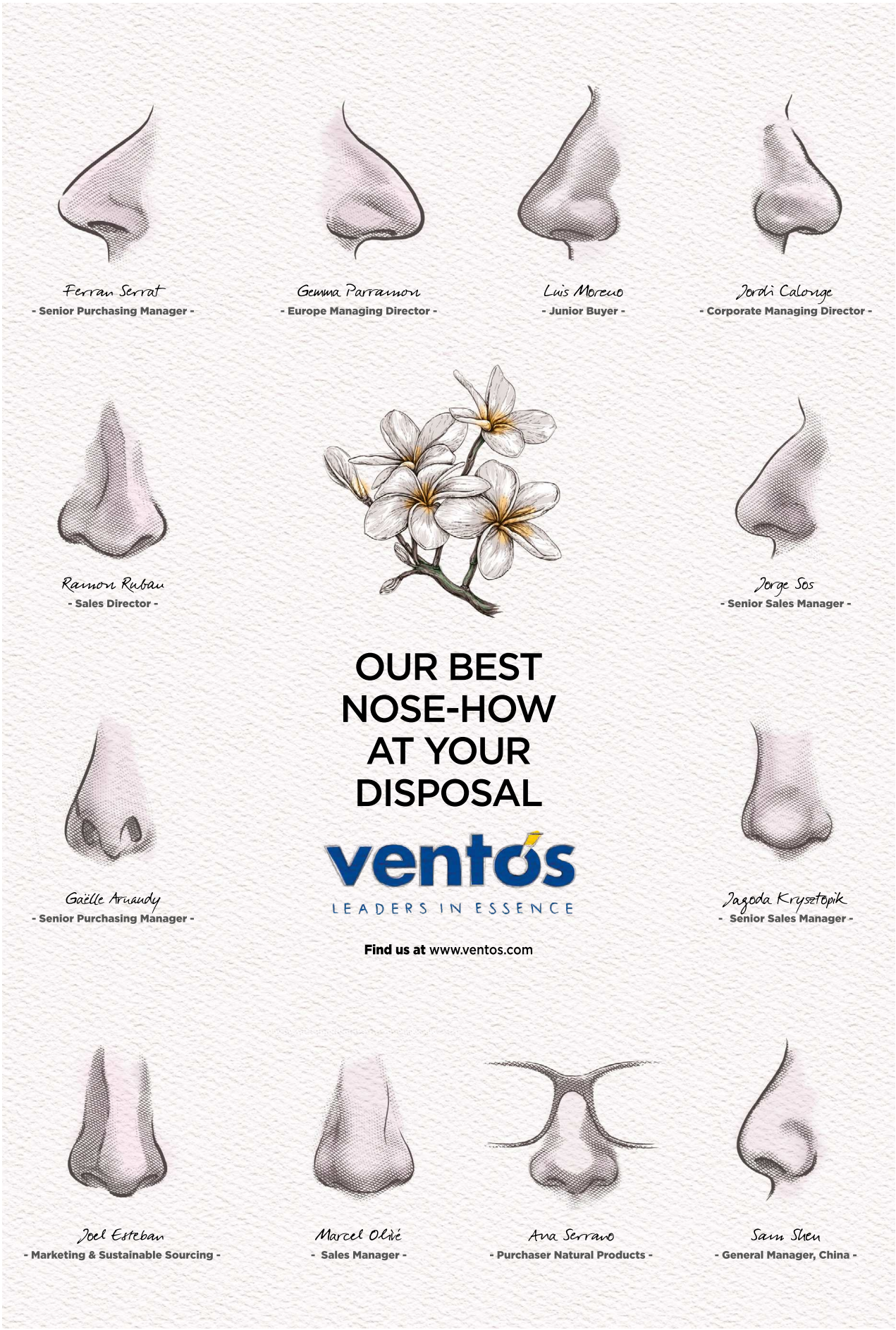
En realidad, tenemos una gran oportunidad para ir un par de días antes y ayudar a las comunidades locales. Este año, por ejemplo, tenemos la oportunidad de ser voluntarios en ONG nativas que luchan contra la contaminación plástica; como **Ecstatic Ocean Initiative** *(https://www.instagram.com/ecstatic_ocean_initiative/)* que organizan recolecciones de plástico y lo convierten en arte. O también podemos participar en el evento de recolección de plástico organizado por **"Make a change world Bali"** (https://makeachange.world/bali).

Necesitamos encontrar soluciones, empezando con pequeños gestos en la vida cotidiana y durante nuestras vacaciones o viajes de negocios. Echemos un vistazo a esta lista para ver cómo podemos ayudar como turistas:

- Insistir en usar pajitas de bambú en los hoteles o bares
- Llevar con nosotros botellas de acero de uso múltiple
- Llevar siempre una bolsa para la compra hecha a mano, de algodón u otros materiales orgánicos
- Llevar jabón y champú biodegradables
- Pedir cubiertos de madera y platos de hojas de plátano en los restaurantes de comida callejera.
- Utilizar únicamente elementos de un solo uso "compostables"
- Comprar detergentes no tóxicos en cualquier tienda ecológica

En Youtube o Facebook, podemos encontrar muchísimos videos sobre tortugas lastimadas por pajitas de plástico dentro de la nariz o ballenas que murieron de hambre porque su estómago estaba lleno de latas, botellas de plástico y chanclas. ¡No queremos ver eso! **Por eso, cuando lleguemos a Bali en Septiembre, preparémonos para elegir los hoteles, restaurantes y tiendas "amigables con los animales y la naturaleza".** ¡Somos más de 1000 personas y podemos marcar la diferencia! Y es que los turistas somos el origen principal de estos problemas y la solución al mismo tiempo.

**Finalmente, cuando regresemos a casa, sigamos con un estilo de vida sin plástico para las compras diarias. Mirad el video en *https://zerowastebali.com/how-it-works/* y... ¡Haced vuestra elección!**




Portada: NASEVO

www.ventos.com

Find us at