

Este documento ha sido descargado de:  
This document was downloaded from:

*Nulan*

**Portal *de* Promoción y Difusión  
Pública *del* Conocimiento  
Académico y Científico**

**<http://nulan.mdp.edu.ar> :: @NulanFCEyS**

**+info <http://nulan.mdp.edu.ar/2459/>**

# Turismo Rural: actores y recursos turísticos

Varisco, Cristina

## PALABRAS CLAVE

- Paisaje
- Patrimonio
- Identidad

**Resumen /** El turismo rural se origina a partir del interés de los visitantes por conocer el paisaje y la cultura rural, mientras que para los destinos receptores, genera una oportunidad de diversificación productiva. A nivel microeconómico, con nuevos emprendimientos o complementando la actividad de establecimientos agropecuarios; y a nivel macroeconómico, para la inserción de nuevos espacios en la oferta turística o compensando la estacionalidad de destinos costeros. Desde un enfoque socio-cultural, el turismo rural presenta un conjunto de efectos positivos y negativos según la conformación territorial emergente de la estructura que adopte el turismo en cada espacio particular y de las múltiples relaciones que se establezcan entre sus actores. El turismo puede generar profundas transformaciones en los territorios por la superposición de dimensiones que entrecruzan la actividad y en algunas ocasiones, representan tensiones entre los aspectos económicos y culturales, o entre la dinámica social y la política. Para analizar de manera integral este cruce de dimensiones, incluyendo la cuestión ambiental, el enfoque sistémico brinda algunas herramientas metodológicas de gran utilidad, que permiten avanzar desde una concepción sistémica básica, hacia una concepción más vinculada al pensamiento complejo. El desarrollo de estos enfoques para analizar el potencial del turismo rural en el Partido de Mar Chiquita, en la Provincia de Buenos Aires, implica contextualizar el análisis teórico y buscar herramientas concretas para avanzar en propuestas que puedan contribuir al desarrollo territorial. Se presentan los avances del proyecto de investigación “Turismo y Desarrollo en Destinos Costeros de la Provincia de Buenos Aires” que se articula con el proyecto de extensión “Concientización Turística – Ambiental” ambos desarrollados en la Universidad Nacional de Mar del Plata con la finalidad de generar experiencias concretas de investigación – acción participativa.

---

## VARISCO, CRISTINA

Universidad Nacional de Mar del Plata

Argentina

E - mail: cvarisco@mdp.edu.ar

## Introducción

La actividad turística en espacios rurales constituye una modalidad en expansión para el segmento de demanda interesado en conocer la cultura del interior de la Provincia de Buenos Aires. Desde un punto de vista económico, las políticas de apoyo al turismo rural se sustentan en el interés que esta modalidad representa para el desarrollo territorial, en base a los beneficios esperados: generación de empleo, diversificación económica, consolidación de productos con identidad territorial, posibilidad de ampliar la oferta de productos de establecimientos rurales establecidos y oportunidades para nuevos emprendimientos.

El proyecto de investigación “Turismo y Desarrollo en Destinos Costeros de la Provincia de Buenos Aires” tiene por finalidad realizar un diagnóstico y propuesta sobre el turismo en Santa Clara del Mar. Esta localidad se encuentra ubicada a 18 km. de Mar del Plata y tiene una población de 5.000 habitantes. Con un desarrollo turístico espontáneo y acelerado en las últimas décadas, evidencia fuertes impactos ambientales, sociales y económicos. Como situación característica de los destinos costeros que sólo han desarrollado el producto sol y playa, la localidad padece los efectos de una marcada estacionalidad estival. En este contexto, entre los diferentes temas abordados para analizar de manera integral la actividad turística, se plantea el interrogante sobre la viabilidad de desarrollar el turismo rural en la zona interior como modalidad complementaria al turismo costero.

El objetivo de la ponencia es analizar el potencial del Partido de Mar Chiquita para desarrollar el turismo rural. Como objetivos particulares se propone:

- a) Analizar el turismo rural desde un enfoque sistémico.
- b) Describir la cadena productiva del turismo rural en el Partido de Mar Chiquita.
- c) Realizar un pre-diagnóstico sobre su potencial desarrollo.

El enfoque sistémico resulta apropiado para analizar el turismo en la medida que se caracterice esta actividad como compleja. Ya sea que se consideren los subsistemas: demanda, oferta, infraestructura, superestructura y comunidad receptora, o que el análisis se focalice en los actores sociales: visitantes, empresarios, trabajadores, instituciones, y residentes, el turismo va a significar siempre diversidad de intereses y una relación con el contexto signada por efectos positivos y negativos. La complejidad del turismo hace referencia a la multiplicidad de relaciones emergentes, que definen el territorio, y a la indeterminación de la trayectoria de este sistema social, abierto y dinámico.

La descripción de la cadena productiva constituye un instrumento metodológico que proviene del análisis económico y responde también una visión sistémica. Constituye una forma de leer las relaciones que surgen de los encadenamientos productivos muy útil para analizar la contribución del turismo al desarrollo local, entendido como un proceso de satisfacción creciente de las necesidades fundamentales de las personas que habitan el territorio.

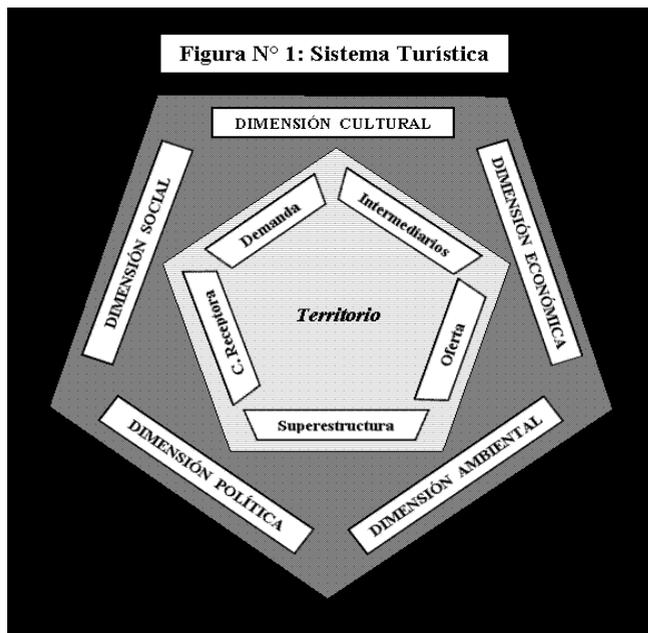
El proyecto de investigación se articula con un proyecto de extensión que contempla

entre sus actividades la realización de talleres de capacitación y discusión con los actores locales. Es por este motivo que el tercer objetivo apela a un pre-diagnóstico, ya que se espera poner los resultados de la investigación a consideración de empresarios, docentes, y residentes de la localidad, y concretar de esta forma un proceso participativo. El turismo rural es uno de los temas contemplados en estos proyectos, integrados en ambos casos (investigación y extensión) por equipos interdisciplinarios.

#### El enfoque sistémico del turismo rural

El enfoque sistémico ha sido utilizado de manera recurrente para describir el turismo porque permite analizar su complejidad y superar las visiones contrapuestas que lo definen como actividad económica, o como actividad social de manera excluyente. Sergio Molina (1991) define el sistema turístico como abierto y dinámico, integrado por la superestructura, la demanda, la comunidad receptora, los atractivos, el equipamiento e instalaciones, y la infraestructura. Una forma complementaria de analizar el funcionamiento del sistema es considerar los actores que lo conforman, sus objetivos y sus intereses. Desde esta perspectiva se tendrán en cuenta los turistas, los empresarios, los trabajadores, los representantes de instituciones y los residentes.

A fin de analizar los impactos positivos y negativos del turismo rural en su contexto, al conjunto básico de subsistemas se agrega el análisis de las dimensiones que han caracterizado la investigación especializada en los últimos años, metodología que permite presentar las principales cuestiones abordadas desde la dimensión social, cultural, económica, ambiental y política. La figura n° 1 representa esta forma de concebir el sistema turístico que se aplica en este caso al turismo rural.



Fuente: elaboración propia

La demanda turística es el número de personas que viajan o desean viajar para utilizar instalaciones turísticas y servicios lejos de sus lugares de trabajo o residencia (Mathieson, 1990). La modalidad turismo rural se genera a partir de la implantación de la actividad en el medio rural y la existencia de una demanda que tiene por motivación principal conocer la cultura rural, incluyendo su paisaje. A partir de este núcleo central que caracteriza el turismo rural, pueden considerarse grupos de visitantes para los cuáles el interés por este acercamiento es complementario a otras modalidades de turismo, en una escala que puede llegar a la motivación totalmente ocasional. Las personas que conforman la demanda se denominan visitantes, dado que según el sistema de estadísticas internacional esta categoría incluye a los turistas, visitantes que pernoctan por lo menos una noche en el destino, y excursionistas, visitantes que permanecen menos de 24 horas.

La Secretaría de Turismo de la Nación (actualmente Ministerio de Turismo) define el turismo rural como “toda modalidad turístico – recreativa que se desarrolla en emprendimientos del ámbito rural o en sus inmediaciones y que permite al visitante conocer, compartir y aprender otras costumbres y tradiciones, a través de actividades cotidianas, productivas y culturales, sensibilizándolo sobre el respeto y valor de identidad cultural de las comunidades y pueblos rurales. Se entiende que el Turismo Rural incluye toda actividad que desarrolla el turista en el medio rural y que paga por ella” (Sectur, 2009:10). Según la Encuesta de Viajes y Turismo de los Hogares (EVyTH) realizada durante el año 2006, se estima que 7,9% de los argentinos que viajaron

dentro o fuera del país ese año, realizaron alguna actividad vinculada con el turismo rural. Del total de viajes realizados hubo 38.040 con pernocte en establecimientos rurales. El gasto promedio por persona fue superior al registrado en el resto de los viajes, situación que corrobora la caracterización del perfil de demanda de ingresos medios o medio – alto. La región centro del país, que incluye la Provincia de Buenos Aires, fue la más elegida por los turistas nacionales, y la cercanía (35,5%) y el precio (35%) fueron los factores más relevantes a la hora de elegir el destino. Dado que esta provincia incluye también los principales centros emisores de turismo, se corrobora la tendencia mayoritaria a visitar destinos de turismo rural dentro de la misma provincia. La oferta del turismo rural se divide en básica y complementaria. La oferta básica está conformada por los recursos o atractivos turísticos, naturales y culturales. El estudio de los recursos se realiza mediante un relevamiento que contempla dos etapas: a) identificación y registro en fichas de inventario y b) evaluación de los atractivos a fin de ponderar su importancia relativa. Los requisitos que deben cumplir los recursos turísticos para insertarse adecuadamente en la oferta son la atraktividad, aptitud y disponibilidad (Nakayama, 1993). En el anexo I se incluye la ficha de relevamiento con la matriz de evaluación turística, y en el anexo II se incluye el listado de criterios y subcriterios utilizados en la evaluación.

La oferta complementaria está conformada por las empresas que prestan servicios básicos como alojamiento, gastronomía, transporte, recreación y agencias de viajes. En el turismo rural es frecuente que el alojamiento se brinde en establecimientos productivos, aunque el turista también puede pernoctar en los pueblos y trasladarse a las estancias u otros establecimientos para conocer y realizar actividades recreativas. Existe una discusión respecto de las estancias, que constituyen una modalidad característica de alojamiento rural en nuestro país pero que en muchos casos funcionan como enclaves, sin vínculos con los pueblos rurales, y por lo tanto, con escaso o nulo aporte al desarrollo local. El caso de los establecimientos hoteleros que se instalan en el medio rural sin conexión con la cultura del sector primario es más extremo, y en estos casos se considera que no forman parte de la oferta de turismo rural (Szmulewicz, 1998).

También se incluye dentro de la oferta el conjunto de actividades que generan los encadenamientos productivos. Como se verá más adelante, se trata de las actividades proveedoras de bienes y servicios a las empresas que tienen contacto con el visitante. Como indica un documento de CEPAL, “cuando el proceso de proveer servicios turísticos en el destino comienza, los lazos con la agricultura, la pesca, la avicultura y, en ciertos casos con la ganadería, así como con la industria alimenticia son generalmente los primeros en tomar lugar” (Carner, 2001: 15).

El subsistema denominado superestructura está integrado por las instituciones del sector público, privado y tercer sector que tienen la función de coordinar y promover el turismo en la región. Este subsistema es fundamental para brindar apoyo a las empresas, fomentar el cuidado y la puesta en valor del Patrimonio y generar las condiciones que hacen al buen funcionamiento de la cadena productiva. El producto

global que caracteriza el destino, entendido como la combinación de servicios y recursos que pueden satisfacer las motivaciones y necesidades de la demanda (Altés, 1993), es el resultado (output) de la interacción de todos los subsistemas pero es en la superestructura donde se produce lo que simbólicamente podría denominarse ensamble del producto.

La infraestructura es el subsistema que sirve de soporte a toda actividad económica en general, y en el turismo rural como caso particular permite conectar los centros emisores de la demanda con el centro receptor a través de las vías de comunicación, rutas y terminales, y a través de los medios de comunicación. Internet es el medio más utilizado para difundir el producto empresarial, observándose una evolución que va desde el uso de un sitio propio como principal herramienta, a la utilización de portales de servicios y blogs que resultan más económicos (Di Piero, 2010). Actualmente se ha generalizado el uso de las redes para comunicar la oferta y lograr un mayor acercamiento al cliente potencial.

La comunidad local o receptora hace referencia a las personas que habitan los destinos turísticos pero que no participan en los otros subsistemas, es decir, que está integrado por los residentes de las áreas rurales que no tienen contacto directo con los visitantes. Su participación en la planificación y gestión del turismo rural se reconoce como requisito fundamental para lograr que la actividad represente un real aporte al desarrollo local (Monterrubio, 2009). Es importante observar que la mayoría de los recursos culturales y naturales que constituyen la materia prima del turismo son bienes públicos. La participación de la comunidad receptora en los procesos de puesta en valor turística del patrimonio local hace posible su apropiación y el refuerzo del sentimiento de identidad.

El análisis de las relaciones de estos cinco subsistemas con el contexto se realiza a partir de las dimensiones económica, social, cultural, ambiental y política. Esta segunda fase en la concepción del sistema turístico permite presentar los determinantes que condicionen la actividad, los efectos del turismo en el ambiente, positivos y negativos, y las grandes cuestiones que se abordan en los estudios focalizados en alguna de estas dimensiones. Si el estudio de los subsistemas básicos se corresponde con una primera etapa de la investigación turística, de carácter descriptivo, el estudio de las dimensiones se corresponde con una segunda etapa caracterizada por un análisis más profundo e interdisciplinario. Los límites de las dimensiones son difusos porque a mayor profundización de los efectos del turismo en el territorio, más evidente se hace el carácter complejo de la actividad y la necesidad de realizar abordajes más integrales. La dimensión económica del turismo rural presenta como determinantes el interés por la diversificación económica de los establecimientos agropecuarios y de los pueblos rurales. En el primer caso, producto de las sucesivas crisis del sector y en el segundo, como consecuencia del cierre de ramales ferroviarios (Toselli, 2003). Los efectos positivos esperados serán la generación de ingresos, los puestos de trabajo y la posibilidad de expandir el mercado de productos alimenticios, caracterizados como productos con identidad territorial.

Las transformaciones ocurridas en los espacios rurales, como consecuencia de la globalización y la revolución tecnológica han generado la aparición de nuevos actores que responden a diferentes lógicas e intereses. A partir de trabajos de campo realizados en la región pampeana, Graciela Nogar identifica tres grupos de actores: aquellos orientados a los mercados internacionales que para aumentar la productividad y las ganancias recurren a las nuevas tecnologías químicas y biológicas; un grupo orientado a la producción de bioenergía y un tercer grupo que aspira a generar valor a partir de los recursos territoriales, vinculados al paisaje y la cultural rural (2010). Este último grupo de actores será el interesado en promover estrategias de desarrollo territorial vinculadas al turismo rural. Por otra parte, desde las ciudades, se produce un cambio en la percepción y uso del espacio rural, con una revalorización como ámbito de residencia, ocio y recreación (Schroeder, 2012). Se llega así a conceptos como neoruralidad y pluriactividad, que definen esta nueva situación con enfoques que cruzan lo económico con lo social y lo político.

La dimensión cultural del turismo rural es central porque como ya se ha mencionado, la motivación principal de esta modalidad es conocer la cultura rural, su paisaje y sus manifestaciones. "Medio rural, clave de subsistencia, patrimonio material e inmaterial, identidad, sentido de pertenencia, conforman la carga cultural de un sitio y es así que es percibido por el hombre urbano y hablando de turismo, por el turista" (Recanatesi, 2011: 94). Como efectos positivos del turismo se considera la puesta en valor del patrimonio, y la posibilidad de obtener recursos para conservar los atractivos culturales. Uno de los aspectos más considerados entre los efectos positivos es el proceso de valoración de los bienes patrimoniales, tanto de residentes como de visitantes, requisito previo a toda conciencia conservacionista. Como impactos negativos, se considera el riesgo de degradación de los atractivos, y la pérdida de autenticidad de las manifestaciones culturales objeto de mercantilización.

Los determinantes sociales del desarrollo del turismo rural van a mostrar, desde la demanda, un interés creciente por huir del estrés de las ciudades, y desde la oferta, motivaciones variadas como afrontar el cambio generacional en los establecimientos agropecuarios, generar oportunidades para jóvenes profesionalizados o dar un nuevo sentido a las tareas de la mujer en el campo. Un aspecto importante para analizar desde la dimensión social son los mecanismos de inclusión y exclusión de grupos con diversos intereses y diferente nivel de poder. En el cruce de la dimensión social con la cultural y la política, la consolidación de la imagen del gaucho como representativo de la cultura pampeana en el período de consolidación del estado nacional, significó excluir a otros grupos también muy vinculados al territorio como los descendientes de pueblos originarios o la población negra y afro-mestiza (Winter, 2013).

En cuanto a la dimensión ambiental, Ernesto Barrera (2006) menciona entre los objetivos prioritarios del turismo rural la necesidad de mantener la calidad del ambiente, tanto para la población local como para los visitantes. Esta concepción se encuadra dentro del denominado turismo sostenible, aunque como expresa Rojas Pinilla, todas las modalidades turísticas deberían ser sostenibles en todas sus dimensiones: "si existe

un efectivo y generalizado conocimiento, valoración y uso sostenible desde todas las dimensiones de los recursos de la diversidad biológica y cultural, no sería necesario reservar espacios para la conservación, porque en este contexto la conservación sería una realidad y no un objetivo” (2009:154).

La dimensión política del turismo rural surge de la confluencia de dos ámbitos superpuestos: la política turística que considera esta modalidad como una estrategia de desarrollo turístico, ya sea para poner en valor nuevos espacios o como complemento de destinos consolidados marcados por la estacionalidad, y la política rural que también considera el turismo como una opción de diversificación y ordenamiento territorial. Estos objetivos parecen confluir sin mayor inconveniente en una estrategia de desarrollo territorial, pero en la práctica, la acción coordinada de los diferentes sectores se ve obstaculizada por la escasa participación de los actores, la dificultad para conciliar lógicas e intereses contradictorios, y especialmente, por la inacción reflejada en la ausencia de políticas activas.

Por último, la figura N° 1 muestra en el centro el territorio, entendido como la construcción social emergente de las múltiples relaciones que se dan en el sistema turístico, en un espacio determinado. El desarrollo territorial rural (o local) se convierte en la finalidad del sistema, es decir, que constituye una clave de lectura para analizar la estructura y las repercusiones del sistema turismo rural en cuanto a la posibilidad de que su funcionamiento contribuya a mejorar la calidad de vida de las personas que habitan el territorio. Silvia Gorenstein (2007) menciona que el enfoque del Desarrollo Territorial Rural implica reconocer los nuevos procesos rurales, incluyendo el fenómeno de pluriactividad, el territorio como matriz de organización socioeconómica, la necesidad de una gestión política abierta que coordine actores privados y públicos, y la necesidad de mantener fuertes criterios de sustentabilidad ambiental.

#### La cadena productiva del turismo rural

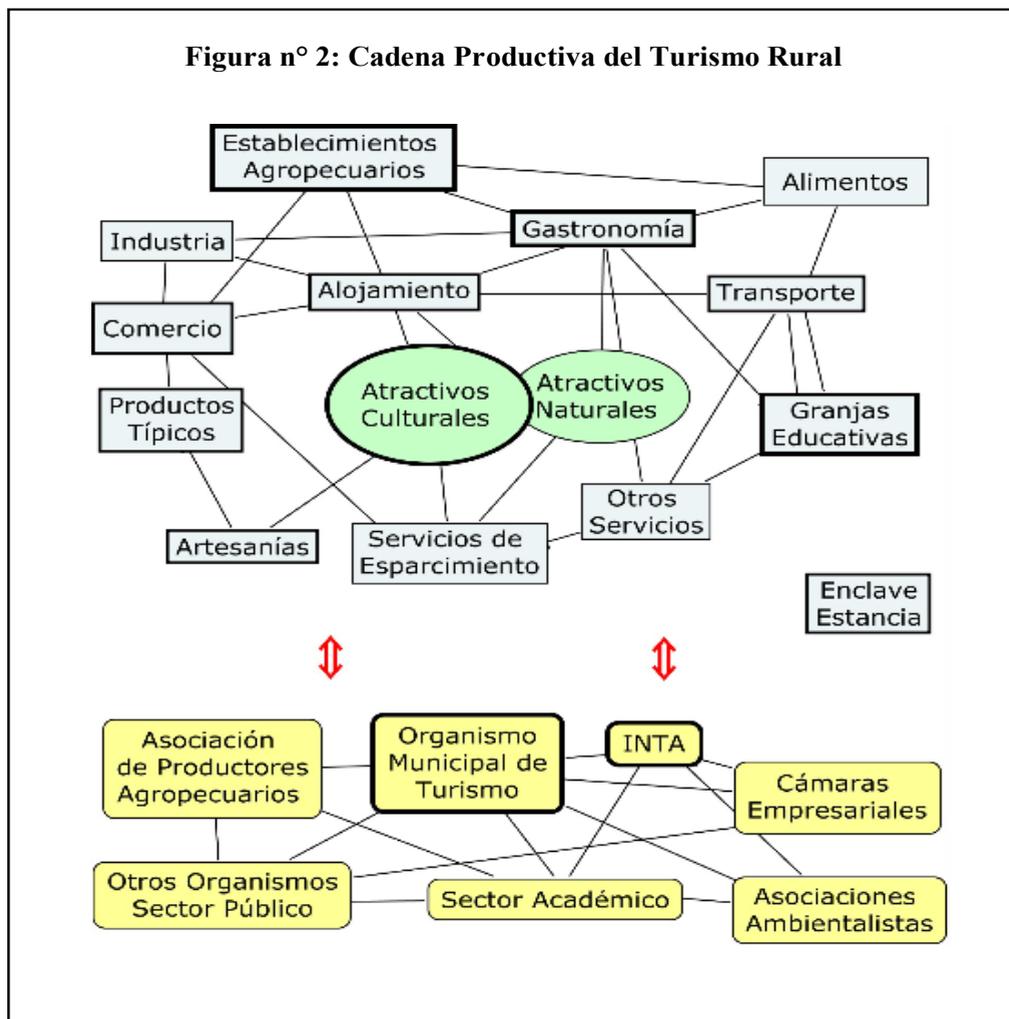
La cadena productiva del turismo rural incluye el conjunto de todas las actividades que son necesarias para producir un bien o servicio turístico, desde la puesta en valor de los recursos o atractivos hasta la prestación final al visitante, incluyendo todos los eslabonamientos productivos intermedios. El esquema tradicional utilizado por la economía, incluye la secuencia lineal de materia prima, insumos, producción, distribución y consumo. En este caso, se ha optado por un esquema circular, que refleja la centralidad de los recursos turísticos, y las diferentes actividades productivas en su entorno. El producto turismo rural no siempre es comercializado por agencias de viajes, sino que es el turista el que arma su producto directamente en el destino. Además, por esta misma razón, la superestructura tiene un rol fundamental en la construcción del producto global.

La descripción de la cadena productiva es una metodología de interés porque permite visualizar los eslabonamientos productivos entre diferentes sectores, y no considerar solamente el sector de alojamiento y gastronomía. Según Victor Recanatesi, en un

principio el Proyecto Nacional de Turismo Rural contemplaba como población objetivo a los productores rurales y emprendedores, pero luego se concibió como política la interrelación del espacio rural con el urbano, incorporando el concepto de cadena productiva del turismo rural como una forma de analizar la intervención de diferentes actores y eslabonamientos (2011). Es interesante distinguir el concepto de cadena productiva del concepto de cluster turístico utilizado en otras investigaciones (Varisco, 2007) dado que ambas metodologías permiten analizar la contribución del turismo al desarrollo local a partir de las interrelaciones mencionadas, el carácter local – extralocal de los eslabones y los procesos de asociatividad entre actores. No obstante, el cluster implica tres características: a) masa crítica de empresas, b) concentración espacial, y c) especialización productiva (Pietrobelli, 2009 citado en Mitnik, 2011) y el turismo rural no responde a ninguna de ellas.

El esquema general de la cadena productiva del turismo rural (figura nº 2) contempla en el centro los recursos turísticos naturales y culturales porque este es el componente que genera el interés de los visitantes y la instalación de las empresas en su entorno. En este caso, se destacan los atractivos culturales para representar la motivación principal de esta modalidad, que como ya se mencionó, se genera a partir del deseo de los turistas de conocer la cultura rural, aunque la distinción natural – cultural se mantiene por cuestiones técnicas. En rigor, sería preferible hacer mención de unidades ambientales o simplemente de paisaje rural.

**Figura n° 2: Cadena Productiva del Turismo Rural**



Fuente: elaboración propia

El segundo componente que puede distinguirse en el esquema es el conjunto de actividades empresariales y emprendimientos que permiten la prestación de los servicios básicos y algunos de los eslabonamientos posibles. Se destacan los establecimientos agropecuarios, las granjas educativas y la gastronomía. En el primer caso se trata de estancias y chacras que generalmente mantienen su actividad productiva agropecuaria, y abren sus puertas al turismo brindando alojamiento o sólo visitas de un día. Las granjas educativas son establecimientos construidos o reciclados para cumplir con esta función y en la mayoría de los casos no brindan alojamiento. La gastronomía se destaca porque además de ser una actividad característica del turismo, genera uno de los atractivos fundamentales para el turismo rural, representado en la zona por el asado

con cuero o al asador.

La industria figura con un eslabonamiento menor pero es interesante tener en cuenta que en la medida que pueda generar productos típicos, constituye una estrategia importante para fomentar el desarrollo local. “La visita a los establecimientos rurales o a los establecimientos industriales de una región promueve que sus propietarios presten atención a las demandas de calidad que expresan los consumidores encontrando motivaciones para ajustar su producción a protocolos de calidad” (Barrera, 2006: 32). Las rutas turísticas promovidas en torno a productos alimenticios constituyen un ejemplo importante de este tipo de eslabonamiento.

Ya se hizo referencia a la importancia de la superestructura como subsistema que permite articular al resto de los actores y brindar las condiciones para que la cadena productiva funcione de manera eficiente, posibilitando el logro de objetivos de desarrollo territorial. En el modelo general, el organismo municipal de turismo es quien tiene los mayores instrumentos para definir la imagen del destino y su posicionamiento. También es el que coordina y generalmente ejecuta las campañas de promoción. Las cámaras empresarias y las asociaciones de productores, representan los intereses del sector privado y en aquellos casos en que se logra un trabajo conjunto con el sector público, definen las estrategias del sector. La teoría del desarrollo local, incluye entre sus supuestos básicos la idea de que la asociatividad es necesaria para encaminar el sistema económico hacia la satisfacción creciente de las necesidades humanas, pero esto no significa partir de un supuesto de armonía o de confluencia natural de intereses. La existencia de espacios de articulación permite la negociación y eventual conciliación de racionalidades diferentes, y en el mejor de los casos, puede llegarse a un consenso respecto de las estrategias a seguir. El sector académico puede aportar conocimientos y cumplir con un rol de mediación, a condición de que las instituciones de investigación estén comprometidas e insertas en el territorio.

La cadena productiva del turismo rural en el Partido de Mar Chiquita es más simple que el esquema general representado en la figura nº 2. En cuanto a los recursos turísticos se está realizando el relevamiento y la evaluación. Se completaron las fichas de los recursos más importantes del Partido según tres categorías: atractivos naturales, atractivos culturales y acontecimientos programados. Se aspira a completar el inventario con nuevos atractivos, en especial, aquellos vinculados al patrimonio intangible. En base a la articulación del proyecto de investigación con el proyecto de extensión, se están realizando una serie de talleres para difundir este relevamiento y completar la matriz de evaluación, generando un proceso de participación de docentes, empresarios, comunidad receptora y además, grupos de visitantes potenciales que residen en la ciudad de Mar del Plata. Si bien todavía no se ha elaborado el índice de potencial turístico de cada recurso, el diagnóstico preliminar permite sostener que en el Partido de Mar Chiquita hay un importante conjunto de recursos culturales y naturales que cumplen con los requisitos de atractividad, aptitud y disponibilidad para sostener la modalidad de turismo rural.

La Figura Nº 3 muestra un mapa del Partido de Mar Chiquita que tiene una superficie

de 3.116 km<sup>2</sup> y una población de 21.348 personas. Se distinguen las dos rutas principales que estructuran el Partido: la Autovía 2 que conecta Coronel Vidal, cabecera del Municipio, con la ciudad de Mar del Plata hacia el sur y la Capital Federal hacia el norte; la ruta Interbalnearia 11, que recorre la costa atlántica, conectando los centros turísticos y uno de los principales atractivos: el Parque Atlántico Mar Chiquito que protege la albúfera.

En el Partido de Mar Chiquita hay un pequeño grupo de establecimientos agropecuarios que ofrecen alojamiento y se complementa con las estancias que brindan el día de campo y otras que admiten visitas pactadas previamente. Entre este conjunto de establecimientos y algunos atractivos existe una interesante complementariedad de opciones vinculadas a la cría de caballos: fiesta del potrillo, escuela de amanse y estancias que brindan la posibilidad de realizar clínicas de polo. El problema detectado es el estado de los caminos que dificulta o imposibilita el acceso a estos establecimientos en épocas de lluvia. Las opciones de alojamiento y gastronomía son de variada calidad si se consideran las localidades del interior del Partido: Coronel Vidal, General Pirán y Vivoratá. En la zona costera, hay varias localidades con equipamiento turístico pero según las entrevistas realizadas a empresarios de Santa Clara del Mar, la opción de turismo rural no es considerada como un complemento del producto sol y playa.



El Grupo Matra se constituyó como una red de prestadores de turismo rural y de naturaleza, y formó parte de los grupos de Cambio Rural apoyados por el INTA. Este grupo incluía en su promoción atractivos y servicios de los Partidos de General Pueyrredón y de Mar Chiquita, generando un antecedente de integración regional. Si bien la mayoría de los establecimientos que integraron la red sigue en funcionamiento, el grupo dejó de funcionar como proyecto asociativo.

Durante el año 2013 se conformó una mesa de turismo rural con el apoyo de la Secretaría de Turismo del Partido de Mar Chiquita. En este caso, se reunieron 8 establecimientos de la zona costera y de la zona interior con el objetivo de promover el turismo rural. Las dificultades mencionadas respecto a los caminos y la heterogeneidad de las propuestas empresariales, limitaron las acciones conjuntas y actualmente este grupo no se está reuniendo.

## Conclusiones

El turismo rural surge como una estrategia interesante para el Partido de Mar Chiquita. Con una diversidad de atractivos como playas, lagunas, la albufera Reserva Mundial de Biosfera, sitios históricos, estancias, fiestas tradicionales y localidades turísticas, evidencia un elevado potencial para un turismo que pueda complementar el producto sol y playa. No obstante, este potencial no es asumido por los actores locales que en algunos casos desconocen estos recursos, o en otros simplemente los consideran como opción de la zona mediterránea.

Existe una limitación muy evidente para la puesta en valor de estos recursos y equipamientos vinculada a las deficiencias en la infraestructura vial. Otra dificultad es lograr la escala apropiada para que los emprendimientos sean rentables. Si bien la mayoría de las estancias mantienen su actividad agropecuaria, para aquellos emprendimientos nuevos que se insertan en el turismo rural es muy difícil sostener sus instalaciones con un bajo caudal de turistas. En este sentido, la posibilidad de complementar el producto rural con el producto ofrecido por las localidades costeras, en especial, los fines de semana largo, sería una opción en beneficio del conjunto de empresarios y trabajadores.

Otra cuestión que atraviesa la dinámica social del Partido, es la marcada distinción entre la “costa” y el “mediterráneo”. Denominadas con estas expresiones, las dos zonas se encuentran distanciadas en la percepción de sus habitantes, y esta situación dificulta las estrategias comunes. Si bien existen antecedentes de proyectos asociativos, no se ha logrado un nivel de actividad que posibilite sostener estas redes en el tiempo. Sin instituciones que representen al sector privado con liderazgo y con políticas públicas limitadas a la promoción, los esfuerzos realizados por empresarios se diluyen antes de que sean percibidos los resultados de la acción conjunta.

La articulación investigación – extensión permite trabajar con los actores locales estos temas y poner a consideración el pre-diagnóstico realizado, entendiendo que toda propuesta académica, para ser efectiva, requiere de la participación real de las personas

a las que va dirigida. La extensión universitaria hace posible concretar la investigación – acción, pero requiere un proceso de validación diferente al estrictamente académico. Además, con la participación de los actores locales se busca generar un conocimiento compartido y abierto, aunque en la práctica, estos objetivos no siempre se cumplen completamente.

Como cuestiones más generales puede concluirse que tanto el enfoque sistémico como la metodología de la cadena productiva resultan de utilidad para analizar el turismo y su aporte al desarrollo territorial. También constituyen propuestas de fácil transmisión, que pueden utilizarse en los talleres, debido a que tienen referentes empíricos inmediatos.

Los temas pendientes a profundizar, se vinculan con las variables y conceptos que permitan analizar las relaciones entre los subsistemas para completar la descripción de la estructura con aproximaciones a su dinámica concreta. También es necesario profundizar el análisis interdisciplinario de las dimensiones, asumiendo el grado de indeterminación que caracteriza todo sistema complejo. En definitiva, y ya desde un punto de vista epistemológico, se considera que el turismo rural es una actividad interesante para avanzar en la construcción de una teoría del desarrollo territorial, desde la perspectiva del pensamiento complejo.

#### Referencias Bibliográficas

- Altés Machín, C. (1993). Marketing y Turismo. Madrid: Editorial Síntesis.
- Barrera, E. (2006). Turismo Rural. Un agronegocio para el desarrollo de los territorios rurales. En Vieytes, C. (Ed.), Agronegocios alternativos. Enfoque, importancia y bases para la generación de actividades agropecuarias no tradicionales. Capítulo 10. Buenos Aires: Sudamericana.
- Carner, F. (2001). Encadenamientos generados por el Sector Turismo. CEPAL. Documento de trabajo LC/MEX/R.815 (SEM.129/4) México.
- Di Pierro, V; Bombelli, E; Fernández, S; Barberis, G; Bertoncetto, R; Mansilla Maidana, D; Guzmán, J; Cataldi, Z. (2010). Las Tic como Canal Comunicativo Estratégico para la Oferta de Servicios Personalizados en el Turismo Rural. Revista de Informática Educativa y Medios Audiovisuales, volumen 7 (14). Pp. 49-51
- Gorenstein, S; Napal, M; y Olea, M. (2007). Territorios agrarios y realidades rururbanas. Reflexiones sobre el desarrollo rural a partir del caso pampeano bonaerense. Revista eure, volumen XXXIII, n° 100. pp. 91-113. Santiago de Chile.
- Guastavino, M; Rozenblum, C; Trímboli, G. (2011) El Turismo Rural en el INTA. Documento de trabajo recuperado de [www.inta.gob.ar/documentos/el-turismo-rural-en-el-inta](http://www.inta.gob.ar/documentos/el-turismo-rural-en-el-inta)
- Mathieson, A y Wal, G. (1990). TURISMO Repercusiones económicas, físicas y sociales. México: Trillas.
- Mitnik, F. y Magnazo, C.(2011) Desarrollo de Cadenas Productivas, Clusters y

Redes Empresariales. Herramientas para el Desarrollo Territorial. BID – ADEC (Agencia para el Desarrollo de Córdoba)

- Molina, S. (1991). Conceptualización del Turismo. México: Limusa.
- Monterrubio Cordero, J. C. (2009). La comunidad receptora: Elemento esencial en la gestión turística. *Gestión Turística* N°11. pp. 101-111
- Nakayama, L. de (1993). Relevamiento Turístico. Santa Fe, Argentina: Instituto Superior de Turismo Sol.
- Nogar, G. (2010). Los espacios rurales en transformación. Cambios y escenarios, un abordaje teórico. En Nogar, G y Jacinto, G (comp.) *Los espacios rurales: aproximaciones teóricas y proceso de intervención en turismo rural*. Cap. 1. Buenos Aires: La Colmena.
- Recanatesi, V. (2011) La dimensión cultural del turismo rural. En *Cultura y turismo*. Cap. 6 pp. 92-102 Secretaría de Cultura, Presidencia de la Nación – UNESCO.
- Rojas Pinilla, H. (2009). Entre lo ideal y lo real; ¿los cambios en los enfoques propuestos de turismo rural sostenible desde la Organización de las Naciones Unidas contribuirían al desarrollo rural territorial? *Cuadernos de Desarrollo Rural* 6 (62). Pp. 145-171. Colombia.
- Román, F. y Ciccolella, M. (2009) *Turismo Rural en Argentina*. Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA). Disponible en [www.iica.int](http://www.iica.int).
- Santana Talavera, A. (2002) *Desarrollo y conflictos en torno al turismo rural: claves y dilemas desde la antropología social*. III Congreso Internacional sobre Turismo Rural e Desarrollo sustentable. Universidad de Santa Cruz do Sul, Brasil. Recuperado: <http://www.antropologiasocial.org/contenidos/publicaciones/asantana/santana-cogressorural.pdf>
- Schroeder, R.V. y Formiga, N. (2012). El turismo rural como estrategia de dinamización territorial. El caso del sudoeste bonaerense. *Anales de Geografía*. Vol.32, n° 2. Pp. 369-397. doi.org/10.5209/rev\_AGUC.2012
- Secretaría de Turismo de la Provincia de Buenos Aires (2008) *Pueblos Turísticos*. Dirección Provincial Turismo Social y Comunitario. Recuperado: [www.pueblosturísticos.tur.ar](http://www.pueblosturísticos.tur.ar)
- Szmulewicz, P. E. (1998). *Perspectivas del Turismo Rural*. Aportes y Transferencias. Año 2 volumen 2: 11-28. Universidad Nacional de Mar del Plata.
- Toselli, C. (2003). Turismo cultura, participación local y sustentabilidad. Algunas consideraciones sobre la puesta en valor del patrimonio rural como recurso turístico en Argentina. Portal Iberoamericano de Gestión Cultural. [www.gestioncultural.org](http://www.gestioncultural.org)
- Varisco, C. (2007). Sistema Productivo Turístico y Desarrollo Local. *Ciencias Sociales Online*. Revista electrónica. Volumen 4, nro. 2, julio 2007, pp. 15-36. Universidad de Viña del Mar, Chile. [www.uvm.cl/sconline/](http://www.uvm.cl/sconline/)
- Winter, C. (2013). Patrimonio y Turismo rural en Argentina: Exaltación de la Cruz, un caso del campo bonaerense. *Investigaciones Turísticas* n° 6. Pp. 47-70