Universidad Nacional del Sur

Departamento de Geografía y Turismo

Tesina de Grado de Licenciatura en Turismo

TURISMO EN ESPACIOS RURALES EN EL SUDOESTE BONAERENSE: LA RUTA DEL OLIVO EN LA LOCALIDAD DE CABILDO

TESISTA: FARABOLINI, VICTORIA

DIRECTORA: MG. AROCENA, MARÍA JULIA

BAHIA BLANCA, 2015

Agradecimientos

A mi familia, en especial a mis papás, mi hermano, abuelos y tíos…por su apoyo incondicional, lo que soy se lo debo en gran medida a ellos.

A mi compañero de ruta, Iván, por alentarme y acompañarme siempre durante esta etapa.

A mis amigas de la vida y a mi amiga que me llevo de esta hermosa carrera, que me acompañaron todos estos años y brindaron su apoyo.

Especialmente a mi Directora María Julia Arocena por su ayuda, comprensión, y su buena predisposición en todo momento.

Un especial reconocimiento al Dr. Víctor Hugo Serafini, quien confió en mí y me alentó para llevar a cabo este anhelado proyecto, al Ing. Juan José Floresta y la Dra. Alejandra Larregina, por abrirme las puertas de sus casas, brindándome todo su apoyo.

Contenido

Capítulo 1: Introducción.....- 1 -

1.1. Objetivo General.....-3-

1.2. Objetivos Específicos:.....- 3 -

1.3. Hipótesis:.....- 3 -

1.4. Metodología de la Investigación.....- 3 -

Capítulo 2: Marco Teórico- Conceptual.....- 5 -

2.1. Nuevas tendencias en Turismo.....- 5 -

2.2. Turismo en el espacio rural.....- 5 -

2.2.1. Aporte del turismo al desarrollo local en el medio rural.....- 7 -

2.2.2. Turismo Rural: definición y modalidades.....- 10 -

2.2.3. El Agroturismo: conceptualización.....- 13 -

2.4. Rutas Alimentarias.....- 16 -

2.4.1. Gastronomía regional, turismo y desarrollo rural.....- 16 -

2.4.2. Concepto y tipologías de Rutas Alimentarias.....- 18 -

2.4.3. Componentes y Organización de las Rutas Alimentarias.....- 20 -

2.5. El Olivo como producto turístico.....- 23 -

2.5.1. Orígenes y referencia histórica de la olivicultura.....- 23 -

2.5.2. Características generales producción olivícola.....- 25 -

2.5.3. El Sudoeste Bonaerense y la olivicultura.....- 26 -

2.5.4. El "*Oleoturismo"* o turismo del aceite de oliva.....- 28 -

2.5.4.1. Principales actividades turísticas desarrolladas a partir del olivo.....- 29 -

2.5.4.2. El desarrollo del "Oloeturismo" en España y Argentina.....- 29 -

Capítulo 3: Análisis del Área de Estudio.....- 33 -

3.1. Localización.....- 33 -

3.2. Análisis del Espacio Geográfico.....- 34 -

3.3. Análisis Histórico y proceso de desarrollo del poblado.....- 34 -

3.4. Análisis Demográfico y Económico ..... - 36 -
3.5. Análisis de la Oferta ..... - 37 -
3.5.2. Planta turística ..... - 37 -
3.5.2.1. Equipamiento ..... - 37 -
3.5.2.2. Infraestructura ..... - 38 -
3.5.2.3. Otros servicios ..... - 39 -
3.5.3. Recursos Turísticos ..... - 40 -
3.5.2.1. Recursos Turísticos Naturales ..... - 40 -
3.5.2.2. Recursos Turísticos Culturales ..... - 41 -
3.5.2.3. Acontecimientos Programados ..... - 44 -
3.5.3. Establecimientos productores de olivos relevados ..... - 46 -
3.5.4. Cooperativa Olivícola Patagonia Cabildo Limitada ..... - 48 -
3.6. Análisis de la Demanda ..... - 50 -
3.6.1. Demanda Actual ..... - 50 -
3.6.2. Demanda Potencial y perfil del turista ..... - 51 -
Capítulo 4: Diagnóstico Integral ..... - 62 -
4.1. Matriz FODA ..... - 63 -
Capítulo 5: Propuestas y reflexiones finales ..... - 66 -
5.1. Programas y Proyectos ..... - 66 -
5.2. Matriz de evaluación turística de la Ruta ..... - 71 -
5.2.1. Análisis de los resultados ..... - 71 -
5.2.2. Resultado final de la Evaluación de la Ruta ..... - 74 -
5.3. Conclusión ..... - 84 -
5.4. Bibliografía ..... - 86 -
5.5. Anexos ..... - 93 -

INDICE DE TABLAS:

Tabla I: Modalidades de Turismo Rural.....-13-

Tabla II: Matriz de evaluación de Ruta Turística.....- 74 -

Tabla III: Tabla de calificaciones.....- 121 -

Tabla IV:Puntajes y Jerarquía de la Ruta .....-132-

INDICE DE FIGURAS:

Figura 1: Localizacion de Cabildo .....- 33 -

Figura 2: Localizacion de los Establecimientos productores relevados.....- 48 -

Figura 3: Encuestas realizadas a no residentes por Sexo .....-51-

Figura 4: Encuestas realizadas a no residentes por Rango etario.....- 52 -

Figura 5: Encuestas realizadas a no residentes por Procedencia.....- 52 -

Figura 6: Encuestas realizadas a no residentes por Ocupación .....- 53 -

Figura 7: Principales Partidos del Sudoeste Bonaerense seleccionados por los encuestados que practican la Olivicultura .....- 53 -

Figura 8:Interés por parte de los encuestados en visitar las plantaciones de olivo y establecimientos de los partidos del Sudoeste Bonaerense .....- 54 -

Figura 9: Interés por parte de los encuestados en realizar la Ruta del Olivo en Cabildo .....- 54 -

Figura 10: Servicios seleccionados por los encuestados para recibir en la Ruta.....- 55 -

Figura 11: Actividades seleccionadas por los encuestados para realizar en la Ruta .....- 56 -

Figura 12: Encuestas realizadas a residentes por Sexo .....- 56 -

Figura 13: Encuestas realizadas a residentes por Rango etario.....- 57 -

Figura 14: Encuestas realizadas a residentes por Ocupación .....- 57 -

Figura 15: Principales Partidos del Sudoeste Bonaerense seleccionados por los encuestados que practican la Olivicultura .....- 58 -

Figura16:Interés por parte de los encuestados en visitar las plantaciones de olivo y establecimientos de los partidos del Sudoeste Bonaerense .....- 59 -

Figura 17: Interés por parte de los encuestados en realizar la Ruta del Olivo en Cabildo. .....- 59 -

Figura 18: Servicios seleccionados por los encuestados para recibir en la Ruta.....- 60 -

Figura 19: Actividades seleccionadas por los encuestados para realizar en la Ruta .....- 60 -

Figura 20: Localizacion de la Ruta del Olivo en la localidad de Cabildo.....- 70 -

Capítulo 1: Introducción

El Sudoeste Bonaerense, región típicamente dedicada a la actividad agrícola ganadera, hace algunos años ha estado inmersa en un proceso de trasformación como consecuencia de distintos cambios en el contexto, como exponen Picardi y Obiol *et al* (2014: 67) algunos de los mismos son: el cambio climático, caracterizado por importantes sequias que afectaron principalmente a las actividades agropecuarias tradicionales, las políticas públicas, la división de la tierra, la migración de la población rural hacia centros urbanos, nuevos sectores favorecidos por los procesos económicos-sociales y cambios en el perfil del productor.

En este contexto, que las autoras lo definen como turbulento, teniendo en cuenta la multiplicidad de procesos y cambios presentes en la región, emerge la olivicultura, como una propuesta y respuesta a la contingencia a largo plazo. Señalan que la olivicultura tiene como principal ventaja ser una actividad alternativa complementaria a las agropecuarias tradicionales, pudiéndose plantar olivos en lugares no aptos para otros cultivos, generando una importante expansión del sector en áreas no tradicionales en su producción.

En este sentido, la olivicultura además de ser una alternativa productiva y complementaria beneficiosa para el ámbito rural, otorga la posibilidad de incorporar una modalidad de turismo, denominada *"Oleoturismo"*, el cual se trasformó en uno de los motores de desarrollo de las zonas rurales dedicadas a esta producción tal es el caso de Europa y actualmente con un fuerte crecimiento en Argentina, generando rentas adicionales a los agricultores, revitalizando estas áreas.

El *"Oleoturismo"* es una modalidad de turismo rural que se desarrolla en los municipios dedicados a la producción del olivo, que surge a partir de las nuevas tendencias turísticas, caracterizadas por estar alejadas del turismo tradicional masivo, donde los visitantes buscan disfrutar la naturaleza, la tranquilidad de un pueblo, conviviendo con sus vecinos, en un ambiente rústico y con trato familiar personalizado. Como Establece Millán Vázquez de la Torre *et al* (2010:3) "Este emerger de visitantes en las zonas rurales genera el incremento de rentas adicionales para los habitantes del lugar, creando empleo adicional y evitando la migración a las zonas urbanas".

En este contexto, el espacio objeto de estudio que se propone en la investigación es la localidad de Cabildo, ubicada a 50 km al noreste de la ciudad de Bahía Blanca, perteneciente al partido homónimo. Actualmente forma parte de unos de los pueblos rurales productores de olivo y de aceite de oliva de la región, contando con cuatro Establecimientos productoras: Los Pinos, Villa Magdalena, María Teresa y Olivos del Napostá, dedicadas a la olivicultura tradicional.

En este momento, la producción olivícola es incipiente y se encuentra en proceso de desarrollo y crecimiento, en este sentido, la actividad turística, específicamente el *"Oleoturismo" o el Turismo Rural relacionado con la olivicultura*, aparece como el tipo de turismo ideal para fomentar y desarrollar en los Establecimientos dedicados a la olivicultura en Cabildo, y como una actividad complementaria a la producción, ya que las mismas poseen recursos turísticos para promocionar y conocer, lo que permitirá además visitar los diversos atractivos locales a partir de esta modalidad turística.

La elección del tema estuvo relacionada con el interés por conocer la relación entre la actividad olivícola y la actividad turística en la localidad, con la finalidad de generar propuestas y alternativas de desarrollo turístico basadas en el olivo en Cabildo, ya que cuenta con todos los elementos necesarios para el desarrollo del mismo. El turismo surge, así como una posibilidad de diversificación de la actividad económica del pueblo, promoviendo el uso de capacidades y recursos locales provenientes del sector agropecuario, así como también permitiendo la activa participación de la población local en la recuperación del poblado.

La investigación que se presenta, tiene como propósito estimular la creación de una ruta turística gastronómica basada en el *"Oleoturismo"* o del *Turismo Rural relacionado con la olivicultura* en el espacio rural de Cabildo, en donde se relevarán los establecimientos rurales con potencialidades turísticas, con el fin de conocer la viabilidad del desarrollo de esta modalidad en la localidad.

El trabajo se ha estructurado en cinco capítulos. El primero de ellos expondrá los aspectos metodológicos que guiaron la investigación. En el segundo capítulo se describirá el marco teórico-conceptual que sustenta el estudio. La caracterización del área de estudio se desarrolla en el tercer capítulo. En el cuarto capítulo se realizará el diagnóstico de lo analizado en el capítulo anterior; y luego en el capítulo número cinco, se desarrollarán las

propuestas específicas del trabajo y se esbozan las consideraciones finales relacionadas con la comprobación de la hipótesis inicial.

1.1. Objetivo General

Diseñar y evaluar una potencial ruta turística gastronómica en la localidad de Cabildo, como una alternativa de desarrollo turístico local.

1.2. Objetivos Específicos:

-Identificar y relevar los establecimientos rurales olivícolas con potencialidad turística.

-Relevar y analizar la oferta turística actual y potencial.

-Diseñar y promocionar propuestas turísticas desarrolladas en el espacio rural de Cabildo asociada al mundo del olivo.

1.3. Hipótesis:

La existencia de establecimientos rurales dedicados a la actividad olivícola en la localidad de Cabildo, y la presencia de atractivos turísticos locales, permiten desarrollar una ruta gastronómica centrada en la modalidad oleoturística.

1.4. Metodología de la Investigación

El presente trabajo es de tipo exploratorio, los mismos "*se efectúan, normalmente, cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado o que no ha sido abordado antes"* (Hernández Sampieri *et al*., 1998: 58-59). En este sentido la temática abordada no ha sido desarrollada con anterioridad en el área de estudio. Además, se puede encuadrar a la investigación, dentro de las características de los estudios correlaciónales. Al respecto el autor los establece como *"estudios que tienen como propósito medir el grado de relación que exista entre dos o más conceptos o variables"* (Hernández Sampieri *et a*l., 1998:62-64).

La metodología para obtener la información necesaria para contrastar y probar la hipótesis consistió en integrar métodos cualitativos, donde se siguieron los siguientes pasos:

1. Análisis e interpretación de la bibliografía relativa a los temas generales que estructuran la investigación. A nivel particular, se complementa con el análisis de documentos y registros de archivos, concernientes al sector bajo estudio.

2. Diseño y aplicación de entrevistas a informantes clave, las mismas están destinadas a los propietarios de los establecimientos seleccionados en la investigación, centrando la atención en la perspectiva concreta de los actores que participan de esta actividad y de la situación en la que se encuentran en la actualidad sus emprendimientos. Con el fin de obtener información y así realizar las fichas de relevamiento de los mismos se han llevado a cabo entrevistas a los dueños de los establecimientos dedicados a esta iniciativa, para conocer sus características, historia y las motivaciones que llevaron a emprender esta práctica.

3. Diseño y aplicación de encuestas dirigidas a residentes y no residentes, para identificar la demanda potencial de las propuestas desarrolladas. Las mismas se llevaron a cabo en los meses de junio y Julio del año 2015.

4. Adaptación de ficha de relevamiento de Emprendimientos Turísticos en Espacios Rurales, realizadas por la Subsecretaria de Turismo y Áreas Protegidas de la Provincia de Chubut.

5. Procesamiento de datos.

6. Elaboración de cartografía.

7. Elaboración de propuestas e informe final.

Para la realización de la ruta que se desarrolló en el trabajo, se basó en la metodología para evaluar turísticamente a la potencial ruta establecida por la Consultora Desarrollo Turístico Sostenible (DTS) LTDA., en el marco del proyecto de “Identificación y Puesta en Valor de Rutas Turísticas para La Región De Coquimbo”, encomendada por el Servicio Nacional de Turismo de la Región de Coquimbo (Chile).

Capítulo 2: Marco Teórico- Conceptual

2.1. Nuevas tendencias en Turismo

Hacia mediados de los años ‘70, el turismo se asociaba básicamente, por un lado, con el producto de sol y playa y por el otro con el patrimonio cultural e histórico. A finales de los años ‘80 y comienzos de los ‘90 se dan varios elementos que modifican esa realidad: la oferta a los destinos turísticos tradicionales comienza a saturar a la demanda, necesidad de ofrecer nuevos productos diferenciados, toma fuerza la preocupación por el medio ambiente y aumenta el interés por regresar a los orígenes y valorizar lo tradicional. (Riveros y Blanco, 2003:9)

Como consecuencia de lo anteriormente expuesto, a lo largo de los años el sector turístico ha ido cambiando y adaptándose a nuevas motivaciones de la demanda y por ende, generando ofertas diversificadas que permitan satisfacer las tendencias del mercado. Por lo tanto, han ido apareciendo nuevas modalidades turísticas, alejadas del denominado turismo masivo (s*ol y playa*), un ejemplo de ello es lo que hoy se conoce como turismo alternativo.

El turismo alternativo, se basa en:

> “…viajes que tienden a apartarse de las características que presenta el turismo masivo. Los turistas que lo practican desean tener un contacto más estrecho con los pueblos, sus culturas y la naturaleza, experiencias nuevas o realizar alguna actividad fuera de lo común” (Wallngre y Toyos, 1998; en Di Pierro, V, 2004: 11).

Por lo tanto, el turismo alternativo se refiere a aquellos viajes que tienen como fin realizar actividades turísticas recreativas en contacto directo con la naturaleza y la cultura del destino respetando los patrimonios natural, cultural e histórico del lugar que visitan.

Esta modalidad de turismo está conformada por otra tipología o segmentos turísticos, entre ellos se encuentran el turismo cultural, turismo rural, agroturismo, ecoturismo, turismo de aventura, turismo cinegético, entre otros.

2.2. Turismo en el espacio rural

Posadas (1999a: 63), señala que el ámbito rural dejó de ser visto como un espacio solamente abocado a la producción, actualmente es considerado como un espacio para el consumo, esto se debe al cambio de conceptualización del uso de lo rural por parte de la

población urbana, es decir que el mismo dejó de ser considerado unánimemente como el espacio que sustenta la producción de alimentos. Hoy es un espacio para el consumo, pero no para el consumo solo de lo producido sino para el consumo del espacio en sí, el turismo rural, en sus múltiples facetas, es un ejemplo de esto.

El surgimiento del turismo en espacios rurales, se originó por un nuevo movimiento de revalorización de lo rural por los denominados *"urbanitas",* donde la vida urbana generó en gran parte de sus habitantes una sensación de agobio, por lo tanto los *"urbanitas"* comenzaron a re-visitar el medio rural, tanto temporal como permanentemente, desarrollándose así las segundas residencias en el espacio rural de pequeños poblados, donde las personas disfrutan de vacaciones en el espacio rural, salidas de observación de naturaleza, paseos de corta duración de índole cultural-rural o histórico –rural, práctica de deportes, degustaciones culinarias, etc. (Posadas, 1999a: 66).

Según una publicación de la Administración Turística Española (Posadas, 1999a:68) los objetivos que buscan los consumidores del espacio rural son:

-Un cambio de ambiente, un tipo de vida diferente que les permita recuperar fuerzas.

-Un acercamiento a la naturaleza y a las formas de vida tradicionales.

-Un contacto con la gente local en un intento de compensar la despersonalización de las ciudades.

-Un lugar tranquilo, sin ruidos y no masificado.

-Algo auténtico y natural.

Verardi (2000, en Riveros y Blanco, 2003: 11), señala dos características del turismo en el espacio rural que agregan elementos a la presentación de esta actividad como elemento de una estrategia de desarrollo. La primera tiene relación con el potencial turístico del medio rural, asociado a que éste no exige que la región tenga atractivos naturales extraordinarios, sino que posea aspectos culturales bien desarrollados; una arquitectura apreciable, una gastronomía característica, que la población conserve sus hábitos y costumbres, tornando la zona interesante, como un todo. La segunda tiene que ver con la posibilidad de crear eslabonamientos con otras actividades tales como la elaboración de alimentos caseros (…), los restaurantes de comidas típicas, la artesanía, los paseos (en carreta y/o a caballo), los senderos para caminatas ecológicas, entre otros.

Por lo tanto, se puede decir, como establecen Riveros y Blanco (2003: 11) que el turismo en espacios rurales:

> "…es un concepto amplio que se refiere a las diferentes actividades de esparcimiento que se pueden realizar en el medio rural y que incluyen modalidades tales como: turismo rural, turismo ecológico, agroturismo, turismo aventura, turismo cultural, etc. (…), involucrando fincas, agroindustrias, trasportes, restaurantes, comunicaciones, entre otras actividades, constituyéndose en un agente impulsor del crecimiento principalmente de actividades no-agrícolas en la zona rural" (Herando Riveros y Marvin Blanco, 2003: 11).

2.2.1. Aporte del turismo al desarrollo local en el medio rural

Como manifiestan Schroeder y Formiga (2011: 97), el desarrollo local, en una visión amplia del concepto, se basa en una visión territorial integradora de aspectos sociales, económicos, culturales y políticos. En lo social, se identifica con la movilización de los actores sociales que promueven iniciativas propias en función de los intereses de la comunidad local; en lo económico, se refiere a la apropiación y reinversión in situ de parte del excedente a fin de diversificar la economía del territorio; en lo cultural puede ser visto como una suerte de matriz generadora de la identidad socio-territorial; y, en lo político, se identifica como una creciente capacidad (territorial) para la toma de decisiones. De manera más específica se hace referencia al desarrollo rural, al cual se lo asocia con tres pilares básicos, también presentes en el desarrollo local: el territorio, la integración y la participación. Se entiende que cada territorio posee una singularidad propia, con recursos endógenos de valor, que pueden ser potenciados a partir de los agentes locales, tanto del ámbito público como del privado.

El turismo en el espacio rural en sus diferentes manifestaciones puede contribuir notablemente al desarrollo económico y social de las comunidades rurales, ya que la actividad turística necesita un conjunto de infraestructura y equipamiento, como es el caso de mantenimiento o construcción de caminos, medios de trasporte, servicios de salud, que demandan calidad, esto redunda en beneficios para las comunidades vecinas, que sin participar de manera directa en el negocio del turismo, obtienen ventajas de este. Así lo consideran las más modernas estrategias de desarrollo rural que proponen desenvolver acciones destinadas a promover el turismo rural.

Tal como señalan Chiriboga y Plaza (1993; en Posadas 1999b: 328), una nueva acepción de desarrollo rural implica, además del progreso productivo y la mejora en algunos indicadores de la calidad de vida de la población rural, el fortalecimiento de la sociedad civil y de la democracia, el afianzamiento de un sistema político local, el desarrollo territorial policéntrico, la conservación de los recursos naturales, el respeto por la diversidad cultural; significa, en síntesis, un desarrollo regional y local.

Por lo tanto, esta concepción del desarrollo rural busca:

- Incrementar la capacidad negociadora de la población local

- Aumentar su espacio de representación

- Generar alternativas económicas para los distintos sectores sociales involucrados

- Ampliar el ámbito de las políticas activas hasta alcanzar las cuestiones rurales no agrarias (empleo extrapredial, retención de la población en localidades rurales, etc.)

- Superar la separación conceptual y práctica entre las acciones destinadas a lo rural y aquellas dirigidas hacia lo urbano.

De esta manera Barrera (2007: 30), establece cuales son los principales aportes del turismo al desarrollo rural:

- Diversificación: la incorporación de la actividad turística al sector rural ha despertado gran interés entre los productores, no sólo porque se trata de una actividad que enfrenta una demanda en crecimiento, sino porque ocupa factores ociosos, se encontró en el turismo una alternativa del uso del suelo y del entorno. La caída de los precios y la situación de crisis que atraviesan los productos agropecuarios y la consecuente pérdida de rentabilidad de los establecimientos rurales han llevado a buscar nuevas fuentes de ingreso con el fin de diversificar la actividad tradicional.
- Creación de empleo y fomento del arraigo rural: la incorporación de tecnología en el agro desaloja mano de obra que emigra a las ciudades buscando fuentes de trabajo. La demanda de mano de obra que genera la oferta de servicios en el campo, sea la producción artesanal de alimentos o la atención de turistas, es generalmente mucho mayor que las actividades agropecuarias tradicionales.

- Protagonismo de la mujer y los jóvenes: los servicios que se brindan en los establecimientos dedicados al turismo son propicios para incorporar a la mujer y a los jóvenes, esta circunstancia tiene un gran valor por cuanto en general la oferta de trabajo rural discrimina al sexo femenino y a los más jóvenes. Hay que considerar que cuando la actividad se convierte en fuente de nuevos ingresos, toda la familia se aboca a ella, muchas veces bajo las directivas de la mujer.
- Revalorización del patrimonio cultural: el turismo ha probado ser un instrumento eficaz para revalorizar las diversas manifestaciones culturales del mundo rural. Es muy importante el fenómeno que se registra en cuanto a las tradiciones. El hecho de tener que mostrarlas y en muchos casos dar explicaciones sobre ellas, lleva a los responsables e interesados a realizar un estudio más exhaustivo de las mismas.
- Nuevos mercados para la producción: no todos los productores obtienen una renta por brindar servicios a los turistas, en muchos casos los ingresos se generan por la venta directa a estos de la producción del predio, por ejemplo, en la venta de artesanías, gastronomía y productos típicos locales se generan nuevos mercados e ingresos.
- Fomento del asociativismo: el autor establece que para lograr la suficiente escala para la promoción, la comercialización, la capacitación, la compra de insumos, las dificultades para acceder a las fuentes de financiamiento, la necesidad de asesoramiento en los distintos aspectos (contable, legal, gastronomía, hostelería, etc.) promueve a que los emprendedores se asocien y gormen con esos objetivos, ya que no es fácil llevar adelante una nueva actividad sin una organización a la cual recurrir.
- Mejora de la calidad de alimentos y artesanías: 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. Un caso interesante es el de los alimentos. Los alimentos que prefieren consumir los turistas son aquellos que mejor reflejan la identidad local, aparece así una oportunidad para pequeños productores: procesar e industrializar artesanalmente su propia producción primaria.

En este enfoque y con relación al cambio de las funciones del medio rural, Vera *et al* (1997: 134; en Juárez Sánchez y Ramírez Valverde, 2007) mencionan que el turismo rural -aunque es minoritario en el conjunto del mercado turístico- aporta una

contribución valiosa a las economías rurales. Ello se constata no solamente en términos financieros, sino también en términos de empleo, de contribución a la financiación de la conservación, de inducción y motivación a la adopción de nuevas formas de trabajo y de inyección de una nueva vitalidad en las economías a veces debilitadas. Pero es claro que, al margen de la promoción del turismo, se tienen que fortalecer la productividad agrícola a través del otorgamiento de créditos preferenciales, investigación agrícola, difusión de la tecnología, acceso a la tierra, introducción de cultivos alternativos y complementarios a los que actualmente explotan los agricultores, entre otros apoyos.

El turismo surge así entonces como una actividad complementaria del medio rural que permite aumentar los ingresos y generar empleo local, con el fin de disminuir el riesgo de desaparición de los establecimientos rurales por la crítica situación del sector agropecuario, mediante la utilización de capacidades, conocimientos, mano de obra local y equipamiento e infraestructura existente.

2.2.2. Turismo Rural: definición y modalidades

Como exponen Riveros y Blanco (2004: 3), el turismo rural es una modalidad de creciente demanda en todo el mundo que involucra la participación de las poblaciones rurales y los productores agropecuarios, quienes tiempo atrás estaban alejados de los flujos turísticos. En sus diferentes manifestaciones muestra potencialidades como medio para contribuir al desarrollo y el bienestar de las comunidades locales.

Entre los objetivos del turismo rural están los de crear empleo y generar riquezas valorizando, la oferta rural, los productos y la identidad regional, además de favorecer la asociatividad de los oferentes de productos y servicios a los efectos de diversificar la comercialización y promoción de productos.

Los autores expresan que el concepto de turismo rural tiene sus raíces en Europa, en América Latina, son Argentina, Chile, Uruguay y Colombia, los países que tienen mejor desarrollado esta modalidad. En Argentina, la actividad cobró fuerte impulso en la década del ‘90 fundamentalmente a partir de establecimientos ubicadas en la región Patagónica, constituyendo una de las estrategias de diversificación de la producción agropecuaria que genera grandes expectativas entre los empresarios del sector rural.

En varios países se maneja un concepto diferente de turismo rural, siendo bastante amplio y difícil de encontrar una definición exacta, pero generalmente se mezclan tres elementos: espacio-hombre-producto. De esta manera el turismo rural incluye todas aquellas actividades que pueden desarrollarse en el ámbito rural, lo que se traduce en una oferta integrada de ocio y servicios, que resulta de interés para los habitantes de las ciudades, por sus características exóticas, tradicionales, románticas, diferentes al estilo usual de vida. (Riveros y Blanco 2003: 12).

Fernández Hernandez (2007: 577) establece que:

> "…El turismo rural puede entenderse como aquella practica turística en el espacio rural que favorece a la economía y la calidad de vida, a través de la oferta de alojamiento y actividades de ocio, con la presencia mediadora del habitante del medio rural, que da a conocer al visitante una realidad viva, con toda su riqueza natural y cultural" (Fernández Hernandez 2007: 577).

Como establece Barrera (2007:20), este tipo de turismo tiene la función de rehabilitar las áreas agrícolas deprimidas económicamente, las crisis recurrentes del sector que ocasiona la emigración desde las zonas rurales hacia urbanas.

Lane (1994; en Barrera, 2007:20) señala que las áreas agrícolas tradicionales han sufrido una declinación a causa de la industrialización y del urbanismo y el crecimiento del sector terciario que concentra la actividad económica en las ciudades. Sin embargo, la tensión que ocasiona la vida urbana está causando lo que en ciertos países llaman "tendencia contraurbana" y la gente sale temporalmente, y algunos permanentemente, hacia las áreas rurales. Estos son los turistas que aprovechan la oferta rural. Entonces, un aspecto importante del turismo rural es que se localiza principalmente alejado de las grandes urbes y tiene en las poblaciones urbanas su principal fuente de demanda.

Barrera (2007: 20) indica que el turismo rural es posible porque:

- Existen muchas localidades rurales que poseen atractivos para el turista.
- Se realiza sin dejar de lado las laborales habituales del campo.
- En el mundo entero está creciendo la cantidad de turistas que se interesan por la vida rural.

- Genera otras alternativas de trabajo para la familia campesina y, en especial, para el joven y la mujer rural.
- Las nuevas alternativas de trabajo disminuyen el abandono del lugar de origen.

En octubre de 2008 se lanzó el Proyecto Nacional Argentino de Turismo Rural, conocido como PRONATUR. Este proyecto define al turismo rural como:

> "…Toda modalidad turístico-recreativa que se desarrolla en establecimientos 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 la identidad cultural de las comunidades y pueblos rurales" (PRONATUR, 2008, en Román y Ciccolella, 2009: 15).

Según el PRONATUR, las actividades que desarrollan los turistas en el medio rural, son por un lado aquellas propias de los establecimientos rurales (con o sin alojamiento) como la observación y participación en la ganadería, granja y apicultura, agricultura, incluyendo floricultura, cultivos bajo cubierta, hidroponía, etc., acuicultura, explotaciones forestales, actividades agroindustriales, principalmente artesanales.

Por el otro lado, también se consideran actividades de turismo rural: cabalgatas y deportes hípicos, paseos / senderismo, avistaje de flora y fauna y observación de entornos naturales, actividades de fabricación y venta de artesanías, actividades étnico culturales, gastronomía regional, safaris fotográficos, y actividades recreativas en general.

Desde el marco conceptual del PRONATUR se sostiene que el turismo rural debe fundamentarse sobre criterios de sustentabilidad, es decir, perdurar ecológicamente en el largo plazo respondiendo a los intereses de las poblaciones locales de modo que el impacto sobre el medio ambiente garantice un destino turístico sostenible. De esta manera, el turismo rural se constituye en una actividad sostenible para los territorios rurales, a través de la permanencia y el aprovechamiento óptimo de los recursos, la integración de la población local, la preservación y mejora del entorno y la valorización de las culturas locales; todo en armonía con adecuados criterios de rentabilidad para el sector privado involucrado.

Como establece Barrera y Muñoz (2003:23), se entiende que practican el turismo rural tanto los que se alojan en un predio agrícola con el interés de conocer, disfrutar y practicar de alguna actividad agropecuaria (agroturistas) como los cazadores, pescadores,

científicos, estudiantes en viajes de egreso, turistas de paso, empresarios que participan de un evento o retiro.

Un concepto fundamental a la hora de definir el Turismo Rural, desde la perspectiva agropecuaria, es que al menos algunos de los servicios deben ser ofrecidos por productores agropecuarios. Cualquiera sea la modalidad turística debe brindarse al visitante la posibilidad de realizar actividades variadas. Aunque la motivación de viaje del turista se vincule especialmente al agroturismo, siempre la experiencia resultará enriquecida si tiene la oportunidad de participar de una excursión de tipo cultural o de una salida de pesca, de caza, etc. Algunas de las modalidades de turismo rural (Tabla I) que establecen los autores son:

Tabla I

Modalidades de turismo rural

Agroturismo	Turismo Educativo
Ecoturismo	Turismo Técnico-Científico
Turismo Cultural	Turismo y Eventos
Turismo Aventura	Turismo Gastronómico
Turismo Deportivo	Comunidades de Recreación y Retiro
Turismo Étnico	Turismo Religioso
Turismo en Pueblos Rurales	Turismo Esotérico
Turismo de Salud	

Fuente: Farabolini, 2015, sobre base Barrera, E y Muñoz, R (2003: 25)

2.2.3. El Agroturismo: conceptualización

Como establecen Riveros y Blanco (2010: 117) la oportunidad de vincular a la agricultura con el turismo ha sido visualizada desde hace tiempo por diversas instituciones como una alternativa para la reactivación de las zonas rurales. Así surge el agroturismo, como una

actividad recreativa incluida dentro de las modalidades de turismo rural, donde se pueden articular una o varias de las fases relacionadas con la producción agropecuaria, además de la agroindustria, artesanía o gastronomía.

El agroturismo suele llevarse a cabo en fincas de tamaño pequeño o mediano, cuyos propietarios lo ejercen como una forma de diversificar los ingresos de su negocio principal. Para ello se aprovecha la capacidad instalada en la propiedad y el saber hacer tradicional. Además, se agregan otros productos y servicios complementarios, tales como: alojamiento, alimentación y venta de productos. Esto proporciona mayores oportunidades de empleo para la propia familia y otras personas de la localidad rural donde se desarrolla dicha actividad (Riveros y Blanco, 2010: 117)

Es así como se define al agroturismo como:

> "…es aquel que ofrece al turista la posibilidad de conocer y experimentar de manera directa con los procesos de producción de las fincas agropecuarias y las agroindustrias, culminando con la degustación de los productos" (Riveros y Blanco 2003:13).

El eje de la oferta de agroturismo son las actividades propias de las explotaciones rurales, tales como: cosecha, ordeñe, rodeo, trilla, elaboración de conservas, asistencia en la alimentación y cuidado de los animales. Estas actividades se combinan con otras recreativas (caminatas por los alrededores de la finca, avistamiento de aves, cabalgatas, paseos en bote y visitas a los alrededores a pie o en carreta, entre otras). Ambas modalidades proveen "experiencias rurales", se complementan y crean oportunidades para que los visitantes tengan contacto directo con la agricultura, la ganadería y las áreas naturales.

Entre los productos turísticos más comunes que se desarrollan en esta modalidad están los siguientes (Constabel *et al*, 2008; en Riveros y Blanco, 2010:120):

- Día de campo: visita por un día completo a una finca agropecuaria para conocer sus principales actividades, degustar comida típica y reconocer los sectores aledaños.

- Fin de semana en el campo: estadía de dos o tres días en una finca o pueblo rural para conocer, participar en actividades agropecuarias, disfrutar de actividades recreativas, hospedaje y gastronomía típica.

- Vacaciones en la granja: estadía por una semana o más tiempo, donde se ofrece una variedad de opciones recreativas-turísticas basadas en la granja, con base en un servicio de hospedaje.

- Circuitos y rutas agroturísticas: recorridos de cierta duración que combinan el conocimiento de parajes naturales con el modo de vida de las comunidades visitadas. La articulación de varias fincas y agroindustrias en una "ruta agroalimentaria" se ha convertido en un instrumento novedoso de promoción de productos con identidad territorial. En esta modalidad turística, se integran productos de agroturismo, ecoturismo y turismo rural, los cuales se organizan en itinerarios donde el visitante encuentra diferentes ofertas para conocer y degustar productos con identidad territorial, así como la gastronomía local. A menudo esta oferta se combina con visitas a sitios naturales, museos, ruinas arqueológicas, monumentos históricos, además de servicios de alimentación y hospedaje integrados.

Siguiendo con lo establecido por los autores mencionados, se señala algunos requisitos necesarios para el desarrollo del agroturismo, ya que no todos los establecimientos rurales, fincas o agroindustrias tienen las mismas posibilidades de encarar con éxito un negocio de agroturismo. Los requisitos que establecen los autores son (Riveros y Blanco, 2010):

- Cercanía con centros poblados, con lugares receptores de turismo masivo o ubicación en rutas de paso.
- Los establecimientos deben estar localizados en una zona de gran belleza paisajística.
- Los productos deben obtenerse por medio de técnicas tradicionales de procesamiento, se deben aplicar buenas prácticas agrícolas, de manufactura y se presta especial atención al uso de energías renovables, recuperación de desechos, tratamiento de aguas residuales, reducción de humo, ruido, y reciclaje de envases y embalajes.
- Las visitas a las plantas agroindustriales deben ser atractivas y muy seguras para el turista. En ese sentido, es necesario adecuar las instalaciones e infraestructura de modo que los visitantes puedan efectuar recorridos por el lugar y observar e incluso participar en los procesos.

- Los emprendimientos agroturísticos deben ser gestados y administrados por las familias propietarias, a fin de que el valor agregado quede en el lugar y se conserven las tradiciones agroindustriales, gastronómicas y culturales que son la razón de ser del agroturismo.
- Es fundamental la organización y unión de los diferentes actores locales vinculados con la oferta agroturística. Como parte de su fortalecimiento, debería propiciarse la conformación de redes empresariales locales en las que participen hoteles, restaurantes, transportistas, agencias de turismo, agroindustriales rurales y artesanos.

Numerosos casos de agroindustrias que por su antigüedad, los productos que elaboran, la naturaleza de la organización empresarial, el uso de técnicas tradicionales y por estar ubicadas en un entorno rural de gran belleza paisajística, constituyen recursos potenciales para realizar negocios turísticos orientados a satisfacer la demanda de nuevos segmentos de mercado interesados en conocer aspectos de la cultura local y de aprender sobre prácticas tradicionales de cultivos, cosechas y procesamiento de productos agropecuarios, forestales y pesqueros (Riveros y Blanco, 2004:4).

2.4. Rutas Alimentarias

2.4.1. Gastronomía regional, turismo y desarrollo rural

Nunes Dos Santos (2007:239), sostiene, que "alimentarse forma parte de la experiencia turística. Independientemente de la motivación del viaje existe la necesidad de usufructuar los servicios de alimentación locales".

Como establecen López Guzmán y Jesús (2011: 929), la gastronomía se está convirtiendo en uno de los factores clave de atracción para definir la competitividad de los destinos turísticos y pretende dar respuesta a un tipo de viajero cada vez más identificado con la búsqueda de lo autóctono y de los elementos culturales de la zona geográfica que visita.

Asimismo, Azambuja (1999:90, en Schluter, 2006:42), señala que las motivaciones principales se encuentran en la búsqueda de placer a través de la alimentación y el viaje, pero dejando de lado lo estándar para favorecer lo genuino. La búsqueda de las raíces culinarias y la forma de entender a la cultura de un lugar a través de su gastronomía se está popularizando a gran velocidad. La cocina tradicional está siendo cada vez más reconocida como valioso componente del patrimonio intangible de los pueblos. Si bien el

plato está a la vista, su forma de preparación y el significado para cada sociedad son aquellos aspectos que no se ven pero que le dan su carácter distintivo.

Este interés del turismo por la gastronomía puede ayudar a rescatar antiguas tradiciones que se encuentran en el camino de la desaparición. Cada sociedad cuenta con un amplio bagaje de tradiciones y costumbres y el turismo se vale de ellas para atraer a los visitantes interesados en diferentes manifestaciones culturales que se observan tanto en el ámbito urbano como en el rural. No obstante, es en el ámbito rural donde se han realizado los mayores esfuerzos (Schluter, 2006:43).

Barrera (2006:5), establece que el desarrollo turístico puede generar un reflorecimiento de las tradiciones en las zonas rurales e incrementar la autoestima de sus habitantes dándole sentido al patrimonio conservado. La cocina es sin dudas una de las fuentes más ricas de las tradiciones y es por eso que frecuentemente los turistas recuerdan tanto o más el alimento consumido que el lugar visitado.

En éste contexto la capitalización turística del patrimonio alimentario es la clave de unas vacaciones memorables. Así, el alimento y la gastronomía local tienen un lugar al lado de los museos, monumentos y otros recursos patrimoniales tangibles. El turismo le ofrece al alimento una vía para diferenciarse. El alimento le ofrece al turismo la oportunidad de generar nuevos productos, de ampliar su oferta y de romper la estacionalidad. Asociados, alimentos y turismo, pueden recorrer un camino más prometedor para las regiones postergadas del mundo rural (Barrera 2006:5).

Schluter (2006) agrega que:

> "… para que el turismo gastronómico se convierta en una opción para el desarrollo debe existir una buena articulación entre la producción de la materia prima, los alimentos que integran los platos y la industria turística. La producción debe estar en condiciones de aprovisionar a los restaurantes para evitar traer productos del exterior y así dejar los beneficios en el lugar" (Schluter, 2006:124).

En este sentido, gastronomía y turismo (y engarzado con la cultura local) aparece como una simbiosis perfecta para que los visitantes puedan adquirir un producto distinto y conocer un destino diferente, propiciando, de esta manera, el desarrollo económico de

determinadas áreas y basado todo ello en el concepto de desarrollo sostenible (López Guzmán y Jesús 2011: 916).

Dado su carácter histórico y cultural, Barrera y Bringas Alvarado (2008:3) determinan que los alimentos pueden concebirse como recursos turísticos y no sólo como facilitadores de la experiencia turística. Si se formulan productos turísticos adecuados el alimento no sólo acrecienta el valor de un destino sino también el propio; entre territorio y alimento retoza la identidad local. El turismo valoriza los alimentos y el trabajo de los actores de la cadena gastronómica. Esa valorización es una vía más para aumentar la biodiversidad y la oferta manducatoria de los pueblos del mundo ya que el turista es un incansable trasegador cultural.

Schlüter y Thiel Ellul (2008:254), señalan que a partir de las desfavorables condiciones que en muchos casos se encuentran los productores argentinos se vio la necesidad de encontrar alternativas viables para obtener una rentabilidad satisfactoria que garantizara el crecimiento de las actividades en el ámbito rural. El turismo se presentó como una opción válida para paliar la entonces difícil situación del campo.

Riveros y Blanco (2004:1), añaden que, en la búsqueda de estrategias para el desarrollo de las zonas rurales, aparece la actividad turística como un instrumento de aplicación práctica que puede contribuir a generar procesos de desarrollo local que permitan complementar los ingresos agrícolas, crear nuevos puestos de empleo y evitar el despoblamiento rural.

Una de las formas de desarrollar la actividad turística y promocionar los productos locales y regionales es la creación de las rutas alimentarias que apuntan a resolver las dificultades de comercialización de los productos alimenticios regionales.

2.4.2. Concepto y tipologías de Rutas Alimentarias

Riveros y Blanco (2004:5), establecen que el concepto de ruta alimentaria tiene como referente a las rutas gastronómicas europeas, y se constituyen como un novedoso producto turístico con un gran potencial para territorios con una importante producción agrícola y agroindustrial.

Riveros y Blanco (2003:18), determinan que las rutas alimentarias, son recorridos por carreteras y caminos donde se combinan adecuadamente gastronomía regional con belleza paisajística y atractivos históricos y culturales.

Barrera y Bringas Alvarado (2008:5), definen a las Rutas Alimentarias como:

> "…itinerarios turísticos basados en alimentos en torno a los cuáles se construyen productos recreativos y culturales que permiten al visitante explorar la cadena de valor del alimento desde la producción primaria hasta el plato. Cuentan con su propia estructura organizativa y con protocolos de calidad que la norman" (Barrera y Bringas Alvarado 2008:5)

Los autores agregan que las rutas alimentarias deben tener una característica para ser cabalmente exitosas: debe ser un producto turístico memorable. De esta manera los consumidores potenciales podrán sentirse, actuar y relacionarse con él como con una marca de fábrica. La marca de la ruta y especialmente la del alimento debe perdurar en el imaginario del consumidor asociada a las características del terruño.

Para lograr una propuesta memorable, el turista debería tener una experiencia:

• Sensorial, la naturaleza y sus diversas expresiones, se siente, se mira, tiene sonidos, colores, aromas y gusto.

• Entretenida, educativa, diferente, y estética. Sin estos elementos dominantes no puede proporcionarse una experiencia completa y memorable.

• La experiencia debe ser más rica que la práctica turística tradicional. Debe ofrecer un modo de relacionarse con el lugar que no puede adquirirse en otra parte.

Barrera (1999:9) determina tres tipos de rutas:

• Rutas gastronómicas por producto: se trata de rutas organizadas sobre la base de un determinado producto, vinos, quesos, etc. Son las más frecuentes.

• Rutas gastronómicas por plato: se trata de una organización cuyo sustento más importante es el plato preparado. Es decir, la cocina constituye el hilo conductor de la organización.

• Rutas étnico-gastronómicas: se trata de aquellos emprendimientos sustentados en la tradición culinaria de pueblos inmigrantes, Aunque podrían integrarse a las rutas por plato, el componente étnico es tan importante que merece distinguirse.

Las rutas gastronómicas constituyen un interesante instrumento para posicionar los productos y asociarlos a un apelativo de calidad geográfica (Barrera, 2006; en Millán Vázquez de la Torre 2011:95), por tanto, se deben ver como un producto de la ruralidad, que forma parte de la oferta del turismo rural de los territorios. La promoción de las marcas alimenticias a través de las rutas, será un medio de promoción de productos típicos de la región, proporcionando un valor añadido al servicio/producto ofrecido a la demanda turística. La promoción del patrimonio gastronómico y culinario, no solo incluye el consumo en el local, sino la adquisición de productos alimenticios regionales como *souvenirs.*

2.4.3. Componentes y Organización de las Rutas Alimentarias

Como expone Barrera (2003b:9) las rutas alimentarias se organizan en torno a un producto clave o en algunos casos a una canasta de productos, que caracterizan la ruta y le otorgan identidad. El trayecto debe ofrecer a quienes la recorren una serie de placeres y actividades relacionadas con los elementos distintivos de la misma: comida, producción agroindustrial, actividades rurales, entretenimientos en el marco de la naturaleza y actividades propias de la cultura regional.

Las principales finalidades por las cuales se organiza una ruta son:

• Para consolidar la cultura productiva regional

• Para valorizar los alimentos regionales argentinos y diversificar la oferta turística.

• Para estimular el desarrollo de Distintivos de Calidad, ente ellos las Denominaciones de Origen e Indicaciones Geográficas, Productos Orgánicos, etc.

• Para dinamizar las economías regionales.

• Para promover los alimentos regionales y la mejora contínua de su calidad

• Para promover la cultura gastronómica nacional a través de las expresiones culinarias regionales.

El autor establece que las rutas alimentarias argentinas se integran con los productores agropecuarios que en sus establecimientos reciben turistas y les brindan servicios de alimentación; y con los restaurantes regionales que privilegian en sus menús los platos tradicionales basados en la producción primaria local y las agroindustrias de la zona.

Además de los elementos anteriormente expuestos, se suman otros que caracterizan y son de suma importancia en la organización de las Rutas Alimentarias, los mismos son:

• Una producción básica que distingue a la región de la ruta

• Un itinerario desarrollado sobre la base de la Red Vial

• En los establecimientos agropecuarios adheridos a la ruta se produce el alimento que da origen al nombre de la misma, o existe la posibilidad de extraerlo en el mismo establecimiento cumpliendo con las normativas sanitarias y conservacionistas vigentes (en el caso de los provenientes de la caza o la pesca)

• La existencia de un número mínimo de integrantes en cada ruta que justifique su apertura

• La existencia de una normativa reglamentaria que norma el funcionamiento de los integrantes

• Un Menú Regional cuyos platos han sido elaborados con los productos que caracterizan a la ruta

• Una organización local que brinda información sobre la ruta

• Un sistema de señalización de la ruta

• Un mapa u hoja de ruta conteniendo información explicativa sobre la misma

• La oferta en la Carta de restaurantes y de los establecimientos de turismo rural de al menos un Menú Regional Argentino (compuesto por una entrada, un plato principal y un postre), el que deberá estar basado en el alimento que caracteriza la ruta.

DTS Consultores Ltda. (2007:12), añaden que para que la ruta resulte creíble y tenga fuerza en el mercado, su diseño debe ser atractivo y coherente, manteniendo la unidad y complementariedad entre sus componentes y la imagen adoptada, pero ofreciendo al mismo tiempo una cierta diversidad que genere sinergias, revalorizando cada uno de los productos que la integran, propiciando y justificando la visita a todos ellos.

Una de las más evidentes ventajas que ofrece la integración de productos en una Ruta o circuito turístico, es que el conjunto de ellos tiene mayor capacidad de atracción que la mayoría de sus integrantes por separado, justificando desplazamientos, permanencias y gastos que por sí solos no los provocarían.

Toda ruta debe circunscribirse a un espacio geográfico determinado, a una unidad cultural o una comunidad reconocible, estableciendo recorridos e itinerarios que se extiendan por distancias y tiempos razonables, que no abarquen más de quince hitos o alternativas a visitar, en un plazo máximo de dos a tres días. Más allá de esas magnitudes, la ruta debiera dividirse en tramos o sub circuitos.

El objetivo de una ruta es favorecer la movilidad de los turistas, de modo que se desplacen de un lugar a otro, a lo largo de ella y según un itinerario establecido. En consecuencia, sus componentes (atractivos, servicios, instalaciones, eventos) no deben ser autosuficientes sino complementarios, para aprovechar las sinergias que se producen. Una Ruta debe necesariamente ofrecer e integrar al menos atractivos, actividades, alojamiento, alimentación, entretenciones e información, y eventualmente guías y transporte local.

La conformación de una ruta debe responder a los intereses de los diversos actores de la actividad turística, pero principalmente de su mercado objetivo (los turistas), de los agentes operadores y prestadores de servicios turísticos y de la comunidad local. Éstos deben establecer modalidades de asociación para determinar las formas de gestión y coordinación que permitan la consolidación, comercialización y operación de la oferta local y la ruta constituye sólo el soporte para esa oferta.

El tipo de asociación que se establezca debe tener como objetivos la correcta puesta en valor del patrimonio turístico, la adecuada habilitación de las instalaciones y servicios requeridos, la coordinación con otros actores involucrados (municipios, artesanos, comerciantes, etc.) y la comercialización de la oferta incorporada a la Ruta, dejando a sus miembros y asociados la responsabilidad de operar los productos y servicios ofrecidos a los visitantes (DTS Consultores Ltda. 2007:12).

Una de las principales razones que justifica la asociación de los actores locales en este tipo de organizaciones, es que por una parte la acción unificada permite una reducción de los costos que implica la gestión integral de este tipo de actividades (puesta en valor, operación, comercialización de la oferta) y por otra, la oferta integrada facilita el acceso a los mercados y genera una mayor demanda de visitantes. En todo caso, el éxito y el dinamismo de una Ruta no depende solamente de la iniciativa y capacidad de gestión de la persona a cargo de la organización, sino también del compromiso, dedicación y espíritu de solidaridad de sus asociados, de la calidad de las actividades, instalaciones y servicios

proporcionado y de los sistemas de control de calidad y evaluación de resultados que se adopten (DTS Consultores Ltda. 2007:12).

2.5. El Olivo como producto turístico

2.5.1. Orígenes y referencia histórica de la olivicultura

El olivo, considerado como el árbol milenario y tradicional de la sabiduría y de la paz, fue adoptado por el hombre como fuente de riqueza y alimento de las primeras civilizaciones del mediterráneo y el oriente próximo.

Manjon (2013:5) agrega que la gran expansión y mejora del cultivo se dio durante la era romana, donde era utilizado como arma pacífica en sus conquistas. Desde aquella época ha quedado vinculado al mar Mediterráneo, donde se registra mayor producción y consumo, cultivándose ininterrumpidamente hasta la actualidad. Asimismo, en zonas donde los países del mar Mediterráneo tuvieron influencia, el cultivo se encuentra presente. Es así como la olivicultura se vuelve protagonista en zonas de Argentina, Chile y California.

Picardi y Obiol *et al* (2014: 16), añaden que, con el descubrimiento de América en el año 1492, se propaga la cultura del olivo más allá del Mediterráneo, en 1550 los olivos se cultivaban en México, y más tarde en Perú, California, Chile y Argentina.

En Argentina, como establecen las autoras no se conoce claramente la ruta que siguió ni se estableció el lugar donde se plantaron los primeros brotes, aunque debe admitirse que su cultivo sigue de cerca las fundaciones de los pueblos. Posteriormente, conquistadores españoles procedentes de Chile llevaron esquejes en lo que hoy es la provincia de La Rioja, más precisamente en la localidad de Arauco, en donde se le dio origen la variedad o ecotipo totalmente argentina: la variedad de olivo Arauco.

Debido al desarrollo del cultivo en tierras americanas, el Rey Carlos III, ordenó al Virrey del Perú Pedro Fernández de Castro, talar indiscriminadamente las plantaciones de olivo desde el Alto Perú hasta el Río de la Plata, temiendo que la prosperidad de la actividad y su comercialización en esta zona afectara el monopolio de España en el mundo. La orden fue cumplida con tal rigor, que solo unas pocas plantas lograron salvarse entre las malezas en Santiago del Estero y Catamarca, y quedó otra en pie en Villa Aimogasta en la Provincia de La Rioja.

Según la “Historia de la industria”, como señalan las autoras, la olivicultura tiene sus inicios en la época de la corona española. Las primeras plantaciones fueron realizadas en la actual provincia de La Rioja y recién a fines del siglo XIX, el consumo nacional de estos productos comenzó a aumentar ante la corriente inmigratoria europea. Como consecuencia hay un crecimiento de la demanda y dada la casi inexistente producción nacional, se generó una dependencia del mercado español.

La guerra civil española (1936/1939) tuvo numerosas repercusiones sobre el comercio internacional y, para paliar las dificultades de aprovisionamiento y ante el agravamiento de la situación, el gobierno argentino lanzó un programa de promoción del sector oleícola a través de la ley Nro. 11.643 del 29 de septiembre de 1932. Con esta ley, hacia 1965 la Argentina contaba con casi cinco millones de plantas de olivo distribuidas en distintas provincias caracterizadas por diferencias agrarias y climáticas singulares, entre ellas las zonas cordilleranas como Mendoza, San Juan, San Luis, Catamarca, La Rioja y otras como Buenos Aires, Córdoba y Entre Ríos.

En la década de ‘70, el sector olivícola enfrenta una fuerte campaña publicitaria provenientes de la industria de los aceites de semilla, principales competidores, que instalaron una imagen negativa de su consumo, sufriendo una importante crisis que se extendió a lo largo de más de veinte años.

A partir de los años ‘90, a partir del aumento de los precios internacionales, la disminución de la producción europea y el compromiso de la Unión Europea en eliminar los subsidios, situaron al sector olivícola en una posición privilegiada. Desde entonces dicha superficie ha mostrado un crecimiento continuo debido, no sólo al aumento de la rentabilidad de la producción oleícola por el precio del aceite de oliva y las campañas de información sobre el beneficio para la salud humana de su consumo, sino también a las medidas de apoyo adoptadas por el gobierno argentino, destacando particularmente las Leyes de Diferimientos Impositivos para emprendimientos industriales, agrícolas, ganaderos y turísticos, junto con la Ley de Convertibilidad, hicieron que se comenzara a cultivar olivos en nuevas regiones, desde entonces la industria no ha parado de crecer.

2.5.2. Características generales producción olivícola

Como señala García Fernández (1999:3), el olivo (*Olea europea L.*) pertenece a la familia botánica *Oleaceae*. Las plantas de esta familia son principalmente árboles y arbustos, a veces trepadores. Muchas de ellas producen aceites esenciales en sus flores o frutos, algunos de los cuales son utilizados por el hombre. *Olea europaea L.*, es la única especie de la familia *Oleaceae* con fruto comestible. Su fruto es la aceituna, una pequeña drupa ovoide de sabor amargo, color verde amarillento que se torna morado a medida que va madurando, para terminar, siendo de color negro una vez que alcanza su grado máximo de maduración (Picardi y Obiol 2014:16).

El olivo, *Olea europaea L.*, es un árbol perennifolio con una altura que oscila entre tres y ocho metros o más. La copa natural es redonda, aunque se conocen tipos erguidos. Sus hojas por lo general son lanceoladas, coriáceas, dispuestas en verticilos dímeros y puede presentar un cierto polimorfismo foliar (Romero, *et al* 2012:9).

El cultivo del olivar es propio de climas mediterráneos caracterizado por inviernos suaves y veranos largos, cálidos y secos, Picardi y Obiol (2014:93), establecen que este cultivo, es más sensible al frío que otros frutales, pero, al igual que ellos, experimenta un endurecimiento provocado por la acción de los fríos progresivos del otoño y entra en un periodo de reposo, haciéndose resistente a temperaturas inferiores a los 0ºC.

Las autoras, establecen que los olivos, son árboles cuyas raíces activas tienden a situarse cerca de la superficie (hasta 1 m de profundidad), por lo tanto, la profundidad efectiva del suelo no suele limitar el crecimiento de los arboles cuando sobrepasa dicho valor, en cambio resulta determinante en suelos menos profundos.

Además, al ser un cultivo rústico, es resistente a suelos calizos y alcalinos, es decir a suelos áridos, pedregosos y secos. Asimismo, es considerada una especie sensible a la asfixia radical por lo que la resistencia al encharcamiento es menor en olivos muy jóvenes que en arboles adultos, hasta el punto que plantas de olivo llegan a morir si las pocetas en las que son plantados permaneces con agua durante tres o cuatro días (Barranco et al 2004, en Picardi y Obiol 2014:94).

Aunque el olivo es tradicionalmente cultivado en secano, su producción aumenta considerablemente cuando el agua de lluvia que pueda recibir se complementa con el

riego, el mismo puede ser desarrollado por goteo, lo que permite el ahorro en el consumo de agua, siendo el más eficiente. Además, es de gran importancia que, durante el periodo de maduración de los árboles, presenten un estado hídrico adecuado (Picardi y Obiol, 2014:96).

La cosecha del fruto es un proceso que requiere de cuidados para no producir daños en la planta, se puede realizar de manera manual a través de una herramienta en forma de peine, también es utilizada la técnica de vareo o mecánica utilizando una vara mecánica, la misma posee dos alas con forma de peine, realizando un movimiento de aleteo permanente sacude las ramas y caen las aceitunas en una lona, la ventaja de esta técnica mecánica es el ahorro de mano de obra , mayor velocidad de recolección de fruto y cuidado de las ramas.

2.5.3. El Sudoeste Bonaerense y la olivicultura

La región del Sudoeste Bonaerense adquirió identidad propia a partir de su creación por Ley Provincial Nº13647, en la que se la reconoce como territorio con características particulares que la diferenciaban del resto de la provincia.

Como desarrollan Picardi y Obiol (2014:67), la región del Sudoeste Bonaerense pertenece a las zonas áridas y semiáridas del país, sus características edafoclimáticas la diferencian del resto de las regiones, favoreciendo el desarrollo de algunas actividades productivas y limitando otras.

En esta región tradicionalmente dedicada a la actividad agrícola-ganadera, se ha descubierto que posee características ambientales aptas para el cultivo del olivo, se comprobó que el aceite producido en la zona posee una calidad diferencial en relación con el obtenido en otras regiones del país, con características comprobables con los aceites de la región del Mediterráneo, considerados como los de mayor calidad del mundo. Esto es debido a las particularidades climáticas y de suelo que posee la región, con sus variaciones pluviométricas anuales y estacionales, intensas sequías, heladas y fuertes vientos, y con suelos pedregosos y duros, lo que conlleva a que sea considerada agroclimáticamente apta para la producción olivícola.

Asimismo, hay que acentuar que la olivicultura en el Sudoeste Bonaerense se destaca por la ubicación de sus tierras cercanas al mar que le otorgan un elevado índice de fenoles y

un alto contenido de ácido oleico a las aceitunas que se cosechan brindando luego que se cosechan una altísima calidad al aceite.

La olivicultura comenzó a desarrollarse entre los años 1945 y 1950, en el partido de Coronel Dorrego donde gran parte de los olivos fueron plantados por orden de Juan Duarte –hermano de Eva Duarte de Perón– como parte de un ambicioso proyecto que abarcaba 8000 hectáreas de campo. Este emprendimiento tenía como fin la producción de aceitunas de mesa, pero nunca se terminó de concretar, pues se abandonaron las plantaciones (Picardi y Obiol, 2011: 97).

En la década del ‘80 se intentó comenzar con la elaboración de aceite de oliva, aunque el proyecto fue abandonado luego de unos años por dificultades técnicas. Desde fines de la década del 90 la producción de aceitunas para la elaboración de aceite de oliva se viene consolidando como una alternativa productiva para la región.

Como establecen Picardi y Obiol (2014:71), la actividad olivícola se encuentra en pleno desarrollo incorporando año tras año nuevas tierras de producción, el partido de Coronel Dorrego se presenta como líder en la región teniendo en cuenta la capacidad de plantas y hectáreas y como precursor, ya que es donde se concentran las primeras plantaciones, luego se ubica el partido de Villarino, Monte Hermoso, Puan, Coronel Rosales, Bahía Blanca y Patagones. Según el relevamiento realizado por las autoras, la mayor parte de las explotaciones de la región son de escala pequeña, se calcula en promedio 63 hectáreas.

Es de destacar que la mayoría de los productores contratan mano de obra local especializada en el manejo del olivar, insumos ofrecidos por proveedores de la zona y están vinculados entre sí a través de grupos o entidades intermedias de la zona como es la Cámara Olivícola, Grupo de Cambio Rural, La Sociedad Rural de Dorrego, con el fin de realizar compras en conjunto, así disminuir los costos.

La producción de aceitunas de la región se destina en su totalidad al prensado para aceite, se comercializa fraccionado en el mercado local-regional y a granel como mejorador de los aceites del norte del país.

Tal como expresan las autoras, la principal ventaja que posee la olivicultura en esta zona es que se trata de una actividad alternativa o complementaria a las agropecuarias

tradicionales, pudiendo plantarse olivos en lugares no aptos para otros cultivos, lo que ha generado una importante expansión del sector.

2.5.4. El "*Oleoturismo"* o turismo del aceite de oliva

El "*Oleoturismo"* o también denominado Turismo del aceite de Oliva, es considerado una modalidad de turismo rural que se originó y desarrolló en los municipios españoles, los cuales son históricos productores de olivo y aceite de oliva; surgió, como establecen Millán Vázquez de la Torre *et al* (2010: 1), debido a un cambio en los hábitos del consumidor de turismo, donde se ocasionó un aumento del turismo rural y una disminución de afluencia a los destinos clásicos de sol y playa.

En consonancia con este cambio, la utilización de los espacios de interior y la reconversión del espacio-patrimonio arquitectónico ubicado en zonas rurales para usos turísticos vienen acompañados de la "revalorización de aspectos como la autenticidad, la identidad cultural de los lugares, la revalorización de las raíces y una concienciación medioambiental de las sociedades urbanas" (Cánoves, Herrera y Villarino, 2005, p. 66; en Millán Vázquez de la Torre *et al*., 2010: 1). Este emerger de visitantes en las zonas rurales genera unos efectos positivos como el incremento de rentas adicionales para los habitantes del lugar, creando empleo adicional y evitando la migración a las zonas urbanas.

Se puede definir al *"Oleoturismo*" como el turismo que surge en torno al olivar y al aceite de oliva. Es un complemento al turismo tradicional en zonas rurales, aquellas que son eminentemente agrarias y donde el olivo es el cultivo principal. El "Oleoturismo" produce la combinación de: Turismo – Ocio – Gastronomía – Naturaleza – Cultura.

La cultura del olivo ha aportado un gran valor paisajístico y medioambiental (el bosque de olivar) ofreciendo un lugar privilegiado: historia, tradiciones, paisaje y gastronomía que están impregnados del legado del aceite de oliva. Como establece Millán Vázquez de la Torre (2011:98), el *"Oleoturismo*" comienza a desarrollarse como producto turístico a partir de la creación de las denominaciones de origen y además en la conformación de rutas turísticas gastronómicas en Europa.

2.5.4.1. Principales actividades turísticas desarrolladas a partir del olivo

Como señalan Millán Vázquez de la Torre *et al* (2010: 1), las actividades turísticas están organizadas en torno al aceite de oliva y entre ellas se encuentran: visitas a campos de cultivo, a establecimientos, catas, así como al estudio de la cultura y la historia del aceite. El "*oleoturista"* es una persona que realiza un viaje en su tiempo de ocio, con el objetivo de visitar zonas de cultivo del olivar, conocer el proceso de fabricación del aceite de oliva y la cata del mismo.

Algunas iniciativas que van surgiendo dentro de lo que llamamos "Oleoturismo" son las siguientes:

- Alojamientos y restaurantes temáticos donde se resalta la cultura del aceite y del olivar. A la rica oferta gastronómica, se añaden cada día más establecimientos de relax, donde los tratamientos de belleza y salud basados en el aceite de oliva van teniendo cada vez más popularidad.

- La visita a establecimientos antiguas, muchas convertidas en museos. En ellas se pueden recrear la forma tradicional de obtención del aceite de oliva virgen.

- Visita a restos arqueológicos de molinos antiguos o de poblados donde el olivo fue significativo en su historia. En ellas se pueden reflexionar acerca de los aspectos más culturales e históricos de los usos que se hacía del olivar, con lo que se hace en la actualidad.

- Rutas de senderismo, a pie, a caballo, en bicicleta, etc., por los paisajes oleícolas, algunos ubicados en rincones naturales muy vistosos y ricos en fauna y flora, por lo que los amantes de la naturaleza las valoran doblemente.

2.5.4.2. El desarrollo del "Oloeturismo" en España y Argentina

Como establece la Comisión Europea (2010:3), las aceitunas y el aceite de oliva constituyen una importante industria en la Unión Europea, sobre todo en los Estados miembros de la costa mediterránea. España ocupa un lugar predominante como primer productor y exportador mundial. Es así que, en el 2011, debido a la designación de la Dieta Mediterránea como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad, se lanzó el Programa Europeo de Promoción de los Aceites de Olivas, siendo España punto de partida del Programa, y se extendió posteriormente a Reino Unido, Francia, Bélgica y

Holanda con el fin de promocionar y aumentar el consumo del aceite de oliva en Europa y el resto del mundo.

El aceite de oliva, más conocido como el "oro líquido", es uno de los emblemas de la cocina mediterránea, en España debido a su calidad certificada existen aproximadamente 27 Denominaciones de Origen. La mayoría se encuentra en Andalucía y Cataluña.

En concreto, según lo relevado en diferentes páginas webs españolas consultadas, el "*Oleoturismo"* en España se puede practicar en Andalucía, especialmente en Jaén, que cuenta con una de las mejores propuestas para practicar el "*Oleoturismo*", se pueden recorrer museos históricos relacionados con el aceite de oliva, la Ruta del Olivo, degustar la gastronomía típica del lugar y realizar degustaciones, ser partícipe de fiestas tradicionales, visitar pueblos y establecimientos olivicultoras, etc. Además se pueden visitar Aragón, Cataluña, Extremadura, Navarra, La Rioja, Baleares, Castilla La Mancha, las cuales ofrecen al turista la posibilidad de estar en contacto con la cultura y el paisaje del olivar a través de diferentes rutas que estructuran toda la oferta turística vinculada al aceite de oliva.

En Argentina, cada vez son más los establecimientos productores del país que permiten que los turistas cosechen aceitunas, elaboren su propio aceite y lo lleven a sus casas. La oferta comenzó a generarse, en parte, en las mismas bodegas de vino. Los olivos se plantan para rodear y proteger los cuadros de vides, y así fue que, como muchas bodegas empezaron a sacar las aceitunas para, en lugar de venderlas, producir a partir de ellas. Aplicando el mismo modelo de promoción que el vino, en las bodegas comenzaron a aparecer las catas, los cursos, los hoteles y hasta los spas basados en los productos del olivo.

Cabe destacar que en el año 2013 el aceite de oliva, debido al aumento del consumo de la misma por los beneficios a la salud, fue declarada alimento Nacional mediante la ley nro. 26.839 (Anexo Nº 2), a partir de ahora, el Estado deberá promoverlo en todos los eventos y actividades de carácter oficial.

Las principales provincias productoras son Catamarca, La Rioja, San Juan, Córdoba, Mendoza y Buenos Aires con numerosas alternativas para combinar, e ideal para hacer en pleno otoño en época de cosecha.

La provincia de Catamarca, considerada hace años como la principal productora de aceite de oliva del país, ofrece al turista la posibilidad de visitar establecimientos rurales en las extensas plantaciones del Valle Central.

En el norte de la provincia de La Rioja se encuentra Aimogasta, el principal centro de cultivo de la aceituna Arauco, única en el mundo y fácilmente reconocible por su gran tamaño y sabor. Entre los productores más importantes están Agroaceitunera, El Matucho, Nucete y la Compañía Industrial Olivarera. Y una de las destacadas por utilizar un método de extracción artesanal es la firma familiar Hilal Hermanos. Según relatos locales, en esta zona se encuentra el árbol más antiguo -sembrado en el siglo XVII y declarado Monumento Nacional- que habría resistido una feroz tala en 1870 ordenada por el rey de España.

Por la Ruta Nacional Nº 40 también se llega a Chilecito, al pie de la legendaria sierra de Famatina, importante centro económico que concentra bodegas y empresas oleícolas. La mayoría de las fincas conservan los métodos tradicionales para producir aceite de oliva.

La provincia de San Juan ofrece al turista la posibilidad de recorrer la Ruta del Olivo, con más de diez productoras distribuidas por las Rutas Nacionales Nº 20 y Nº 40. Casi todas ofrecen visitas y venden sus productos. En la ciudad de San Juan, además, la aceitera Don Julio cuenta con su propio museo, que además de exhibir antigüedades referidas a la producción de aceite, cuenta con una sala de cocina para ensayar y demostrar las bondades del aceite de oliva. Entre los atractivos hay dos viejos olivares con casi 350 años plantados por los jesuitas en Valle Fértil.

La provincia de Córdoba se dedica exclusivamente a la producción de aceite extra virgen, Cruz del Eje y Villa de Soto son dos localidades entre medio de las Sierras Grandes y las Salinas productoras de aceite de oliva extra virgen. Entre los dos conforman los principales puntos que dan forma a La Ruta del Olivo. En sus proximidades es posible recorrer innumerables olivares y visitar las empresas dedicadas a la elaboración de aceite.

En los establecimientos dedicados a esta faena, es posible adquirir aceitunas de muchas variedades y todos los derivados que surgen tras el proceso de industrialización. La importancia de la producción es tal que, todos los años se realiza la Fiesta

Nacional del Olivo en el mes de febrero. En esta celebración hay desfiles de carrozas y eventos populares que hacen de esta fiesta, un verdadero encuentro social en conmemoración a la tradición cultural lugareña y donde para finalizar se elige la reina del olivo.

La provincia de Mendoza, principal polo vitivinícola del país, mantiene una tradición olivícola también en varios puntos de la provincia unidos por la Ruta del Olivo, entre los departamentos olivícolas se destaca Maipú, donde crecieron empresas que se dedican a la cosecha del olivo e invitan a los viajeros a degustar los mejores aceites vírgenes extra, además se puede visitar la rotonda de la Virgen del Olivo, que representa las tareas olivícolas que se realizan en esta localidad, el olivo histórico, declarado de valor histórico y cultural por parte de la Cámara de Diputados de la Provincia y por la Municipalidad de Maipú. Además, San Rafael abre sus puertas para conocer a fondo esta sabiduría milenaria, cosechar el fruto, elaborar el aceite y disfrutar de la olivoterapia en un spa.

En la Provincia de Buenos Aires, se destaca Coronel Dorrego como principal productor de aceite de oliva de la provincia, se pueden visitar a los establecimientos familiares rurales olivícolas a través del denominado Circuito Turístico los Olivares, sobre la Ruta Nacional nro. 3 y la Ruta Provincial nro. 72 se puede conocer todo acerca del olivo.

La producción puede ser vista durante todo el año, pero en el mes de abril llega a su cosecha, en ese momento tiene lugar la Fiesta Provincial del Olivo, acompañado por una feria de artesanos, degustación de diferentes productos gastronómicos y concursos sobre esa temática.

Dentro de los puntos fundamentales de esta ruta se encuentra la Estancia Don Gastón, ubicada a 107 kilómetros de Bahía Blanca. La estancia ofrece al visitante alojamiento, se brindan charlas acerca de la historia del establecimiento, técnicas del cultivo, degustaciones. Dentro del spa brinda servicios de olivoterapia en las cuales se realizan masajes con aceite de oliva y orujo, combinados con diferentes productos cosméticos y hierbas naturales.

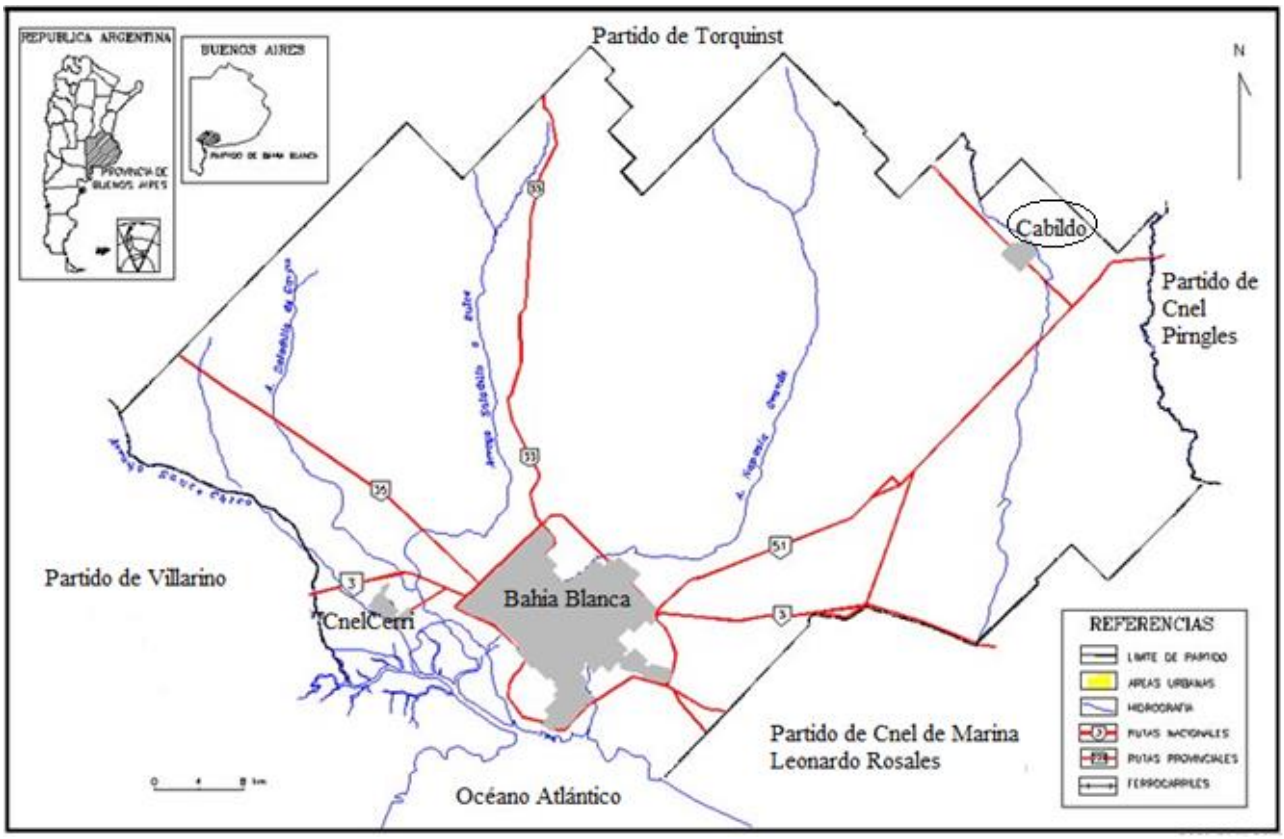
Capítulo 3: Análisis del Área de Estudio

3.1. Localización

Como establece Martín (1998:4) la localidad de Cabildo se encuentra ubicada al noroeste del partido de Bahía Blanca (ver Figura 1), está situada a 51 km de la ciudad cabecera del partido, a la cual se accede por la Ruta Provincial Nº 51, está es actualmente la más utilizada y es a su vez una de las arteries de circulación principal de la región.

Figura 1

Localización de Cabildo



Fuente: Farabolini, 2015 sobre la base de Formiga y Gárriz, 2008.

3.2. Análisis del Espacio Geográfico

Cabildo está emplazado dentro de la llanura pampeana, que se extiende desde el sur del sistema de Ventania hasta Bahía Blanca. La pendiente regional se orienta en dirección norte-sur, con alturas que van desde los 400 a los 30 ms. sobre el nivel del mar. Esta localizado a 159 metros sobre el nivel del mar.

En el plano morfológico, la presencia del cordón de Ventania es uno de los factores centrales que intervienen en el moldeado del paisaje, ya que además determina el comportamiento integral de la red hídrica. Desde el Sistema de Ventania descienden dos cursos de agua que siguen la inclinación norte-sur antes mencionada y atraviesan la localidad en forma de meandros antes de llegar a su desembocadura. El curso de más envergadura es el Río Sauce Grande aprovechado para el abastecimiento de agua de las ciudades de Bahía Blanca y Punta Alta gracias a la construcción del Dique Paso de las Piedras. Por otro lado, se encuentra presente el Arroyo Napostá Chico que pierde sus aguas por infiltración luego de atravesar la localidad con un suave caudal aprovechado con fines recreativos.

El clima es templado de transición con temperaturas medias anuales de 14°C y estaciones térmicas bien diferenciadas. Las precipitaciones rondan los 700 mm anuales, con alteraciones de periodos húmedos y secos que generan impactos decisivos sobre las actividades agropecuarias (Martín, 1998:8).

3.3. Análisis histórico y proceso de desarrollo del poblado

Como establece Martín (1998:12) los primeros centros poblados del Sudoeste Bonaerense aparecen como puntos estratégicos dispersos, que tenían por objetivo comenzar a consolidar un proceso de ocupación efectiva del territorio mediante el progresivo avance de la frontera con el “indio”, de esta manera es fundada Bahía Blanca (1852), en torno a la figura del fuerte construido como parte del mismo objetivo. La ciudad de Bahía Blanca lentamente fue dando origen a diversas explotaciones agrícola-ganaderas y localidades en toda su área de influencia, que se dio fundamentalmente con la llegada del colono, como un nuevo actor social de decisiva importancia en el proceso de poblamiento.

En la zona de Cabildo, hubo varios intentos de colonización que fracasaron, hasta que, apoyados por inquietudes del gobierno nacional, se organizó para tal fin una comisión

municipal que publicó en diarios de Buenos Aires propuestas que ofrecían pasaje, alojamiento y comida por un mes a los inmigrantes extranjeros que quisieran trasladarse a Bahía Blanca y poblar sus campos. La política de los gobiernos era propiciar asentamiento de grupos en estas zonas, bajo la promesa de facilitar la compra de las tierras, aludiendo a la fertilidad de los valles del Sauce Grande y del Napostá y la cercanía a Bahía Blanca como puerto marítimo.

El primer sitio en ser ocupado fue el Valle del Arroyo Napostá Chico entre los años 1868 y 1876, donde colonos ingleses y escoceses decididos a afrontar los peligros de los malones, se instalaron dedicándose a la cría de caballos, ovinos y a la agricultura, la colonia estaba aproximadamente habitada por 70 personas.

En el año 1895, el gobierno nacional aprobó la construcción del ramal ferroviario que uniría las ciudades de Olavarría y Bahía Blanca, la construcción de las obras de ampliación del ferrocarril del tramo Olavarría- Bahía Blanca se comenzó en el año 1901.

La llegada del ferrocarril, propicio la instalación de estaciones que, en la mayoría de los casos, fueron originando localidades y también fue de importancia decisiva la presencia de compañías colonizadoras que realizaron loteos para futuros asentamientos y centros de servicios, todo esto estimuló la llegada de nuevos colonos mayormente de origen italiano, alemán, español, inglés y repercutió en una mayor valorización de la tierra.

La construcción del ramal se culminó dos años y medio después, dando origen a Cabildo en el año 1903, como una estación intermedia del ramal, precisamente el 15 de Julio, cuando se inauguró al público y se instaló la primera estafeta postal. La colonización y el loteo de tierras estuvo en gran parte a cargo de la famosa compañía colonizadora Stroeder, de gran actividad en la región, especialmente en los partidos de Patagones y Puan, donde loteaba tierras y las vendía. El pueblo toma el nombre de la estación del ferrocarril y comienza a poblarse en el año 1904 a partir de dicha venta de lotes y la radicación de los pobladores dedicándose a las actividades rurales que constituyeron, y aun lo siguen haciendo, el núcleo económico de la localidad y sus alrededores.

Puede señalarse un gran desarrollo también del área comercial en esta época, ya que en el año 1910 se visualizaba un gran progreso, la localidad contaba con tres hoteles, almacenes, bares, tiendas, etc. Además, se incorporaron instituciones civiles y privadas

que conformarían un poblado de importancia en la región, como área prestadora de servicios que la creciente población requería. Dentro de estas se pueden citar: la Escuela Primaria Nº 27 en 1907, la Escuela Nº 19 y una oficina autónoma del Registro Civil en 1909, la designación de un delegado municipal en 1910, la Asociación Española y la Sociedad Italiana de Socorros Mutuos creadas respetivamente en 1913 y 1919, clubes deportivos, la creación de un destacamento de policía en 1919, y hacia principios de la década de 1930, la construcción de la Iglesia y de dos unidades sanitarias. Por otra parte, cabe destacar que desde el año 1926, la localidad contó con suministro de energía eléctrica, a partir de la creación de una usina. Ya para el año 1935 se establecieron conexiones terrestres entre la ciudad de Bahía Blanca y la localidad a través de dos compañías de transporte.

De esta manera, para la década de 1940, la localidad ya había quedado constituida como un centro de servicio rural, función que cumple hasta la actualidad.

Por otra parte, la instalación de la Cooperativa Obrera Limitada, la fundación de la Cooperativa Sombra de Toro y la inauguración del Frigorífico Cabildo en 1996 permitió absorber gran cantidad de mano de obra joven local, y así reconvertir parcialmente la matriz productiva del poblado, desde una meramente primaria, hacia una industrial incipiente (Martin, 1998).

3.4. Análisis Demográfico y Económico

La localidad de Cabildo cuenta con 2.046 habitantes (INDEC, 2010), lo que representa un descenso del 3,7% frente a los 2.125 habitantes (INDEC,2001) del censo anterior.

El proceso de despoblamiento a causa del abandono del pueblo por parte de los jóvenes, implica a su vez, un proceso de envejecimiento de la población, lo que origina un menor recambio de habitantes.

La ciudad de Bahía Blanca actúa en este sentido como un fuerte atractor de flujos poblacionales, en general de jóvenes de más de 18 años, que se mudan a la urbe en busca de nuevas y mejores posibilidades tanto laborales, como de educación superior (Análisis de datos de Censo de población, hogares y viviendas de 1991 y 2001).

Al ser la actividad agrícola-ganadera la base y sustento de la economía cabildense, casi la totalidad de los asalariados se dedican a la misma, ya sea de manera directa

(productores, peones rurales, encargados de campos, contratistas, sileros, veterinarios) o indirecta (trabajadores del frigorífico, comerciantes de insumos e implementos agropecuarios, transportistas).

El Frigorífico Cabildo, que industrializa la producción bovina y porcina de la zona, es el mayor empleador del sector industrial local, actualmente cuenta con 110 empleados locales. La Cooperativa Sombra de Toro, dedicada a la compra y venta de granos y hacienda, así como la de proveer servicios financieros y técnicos a los productores rurales, junto con la Cooperativa Obrera, dueña del frigorífico y de una sucursal de sus supermercados, son los otros dos grandes demandantes de mano de obra.

El resto de la población de la localidad está concentrada en cuentapropistas (mecánicos, albañiles, electricistas), comerciantes, docentes, profesionales independientes, empleados municipales.

3.5. Análisis de la Oferta

3.5.2. Planta turística

3.5.2.1. Equipamiento

- **Alojamiento:** la localidad de Cabildo no posee alojamiento hotelero, solo el Restaurante "El Vasquito" cuenta con tres habitaciones, una doble y dos con camas individuales con baño privado con un total de 6 plazas, además en la localidad se pueden alquilar casas en las cuales se debe tratar con los dueños de las mismas y La Estancia 26 de Abril a 7 km de la localidad por camino de la Carrindanga, alquila sus instalaciones con fines turísticos, cuenta con 3 habitaciones, con un total de 8 plazas, a esto se le suma una sala de juegos, garaje-fogón, living comedor y pileta.
- **Restauración:** la localidad cuenta con tres locales gastronómicos que permanecen abiertos durante la noche la mayor parte de los días, aunque suelen presentarse ciertas variantes. Uno de ellos se encuentra ubicado frente a la plaza principal "La Parrilla", en las instalaciones de la Sociedad Italiana, cuenta con una capacidad de 40 personas con menú a la carta y tenedor libre; Restaurante "El Vasquito" a escasas dos cuadras de la plaza principal tiene una capacidad para 30 personas, con un menú simple y además se preparan comidas para llevar; Resto Pub y

confitería “El Rancho”, con una capacidad para 80 personas es atendido por sus propios dueños y se elaboran comida rápida, se encuentra abierta todos los días en los meses de verano y en invierno solo de Viernes a Domingo. Además, se localizan rotiserías y almacenes que elaboran comida casera elaborada para llevar.

- **Esparcimiento**: entre los sitios de esparcimiento en la localidad de Cabildo, se pueden mencionar las dos plazas, bici-sendas y el Prado Español como principales sitios de recreación de carácter público, mencionadas en el apartado de recursos turísticos recreativos. También se encuentra el predio de la pileta municipal, la misma cuenta con dos piletas, cantina, vestidores, fogones y cancha de vóley. Además se pueden mencionar lugares de esparcimiento a los diferentes clubes deportivos existentes en la localidad, entre ellos se destacan: Club Atlético Pacífico de Cabildo el cual participa en el campeonato oficial de primera división y categorías menores e infantiles de fútbol de la Liga del Sur; Fútbol Club Cabildo, en sus instalaciones funciona el CEF nº 49 en el cual concurren niños y jóvenes de todas las edades para la práctica de deportes varios, se organiza todos los años el campeonato de futbol 5 y de Bochas. Dentro del predio de 64 hectáreas del Aero Club Carlos Ardohain, se realizan y practican vuelos de bautismo y paracaidísmo, además allí funciona el Estribo Polo Club, el cual realiza prácticas semanales y torneos zonales de polo. Asimismo, se organizó en conjunto con el Club de Pesca un campeonato de Long Casting en las instalaciones del Aero Club.

3.5.2.2. Infraestructura

En relación a la accesibilidad la localidad consta de tres accesos consolidados, cabe destacar la presencia de la Ruta Provincial Nº 51. Esta ruta se encuentra totalmente pavimenta, actualmente debido al importante flujo de vehículos y trasporte de carga se encuentra en algunas partes desmejorada. En relación a los accesos por caminos rurales y vecinales, los mismos son Camino a San Carlos o Carrindanga que comunica Cabildo con Bahía Blanca y el camino a Estomba que comunica con la localidad de Saldungaray, ambos se encuentran en buen estado, en épocas de precipitaciones se dificulta el tránsito. Además, se puede observar la presencia del Ferrocarril Via Príngles el cual comunica la localidad con Bahía Blanca y Capital Federal con servicios diarios de pasajeros y carga.

Con respecto a los servicios de trasporte de pasajeros actualmente la localidad cuenta con un servicio de trasporte que comunica con la ciudad de Bahía Blanca el mismo está a cargo de la empresa local Trasn Rap (línea 520), con 5 servicios diarios semanales y dos servicios los fines de semana o feriados. Se han iniciado las tratativas para el establecimiento de la empresa Bahía Sapem con el fin de mejorar el servicio brindado y disminuir el costo del pasaje. Además, se brinda servicio de remis "24 horas", el cual realiza viajes de corta o mediana distancia todos los días semanales, y la Empresa El Cóndor comunica con Capital Federal con un servicio diario.

En relación a los servicios básicos, el servicio de agua corriente es proporcionado por ABSA que posee una amplia cobertura, abarcando casi la totalidad del ejido urbano; el servicio de energía eléctrica la provee la Cooperativa de Luz y Fuerza de Cabildo LTDA, la cual cubre la totalidad del ejido urbano; el servicio de gas es proporcionado por la empresa Camuzzi, este no se encuentra distribuido en el total de la población sino que se encuentra discontinuado en las áreas periféricas de la localidad; actualmente el 65% de las calles se encuentran asfaltadas o consolidadas; aún no se registran obras que indiquen la construcción de cloacas por lo que la localidad continua con el antiguo, aunque muy eficaz, sistema de pozos ciegos.

Por otro lado, la localidad cuenta servicios de televisión de aire, satelital y de cable privado. Este último al mismo tiempo brinda el servicio de internet por fibra óptica lo cual permite tener una eficaz conexión. La telefonía celular se encuentra presente por medio de las principales empresas del país (Movistar, Claro y Personal).

3.5.2.3. Otros servicios

La localidad cuenta con servicios de salud a cargo de dos salas de primeros auxilios que cuenta con guardia permanente las 24 hs. del día los 365 días del año. Por otro lado, Cabildo cuenta con una sede del Banco Provincia, una sede de Correo Argentino, una sucursal de la Cooperativa Obrera, un destacamento policial y dos estaciones de servicio**.**

3.5.3. Recursos Turísticos

3.5.2.1. Recursos Turísticos Naturales

Dentro de los recursos naturales con los que dispone la localidad y su área de influencia se puede mencionar:

- Arroyo Napostá Chico: este curso de agua tiene una longitud aproximada de 80 km y se origina en la ladera occidental del Cordón de las Sierras de la Ventana, se puede acceder a él a través de cuatro diferentes áreas utilizadas con fines recreativos y de esparcimiento, una de ellas es el denominado "*Vadito*", se localiza dentro de la localidad y se caracteriza por contar con una plataforma de cemento sobre la cual circula el arroyo y se desarrolla una pequeña cascada; el camino de acceso a la Estancia "*La Modesta*", más conocido como Avenida Ardohain, el cual se encuentra sobre la margen noreste de la localidad y cuenta con un camino de 2 km rodeado de árboles añejos que al llegar al lugar donde cruza el arroyo por este camino se multiplican; el Puente Negro, se caracteriza por contar con la presencia de dos puentes paralelos, uno para la circulación de vehículos y peatones que transitan y otro para las vías férreas, desde este lugar se puede apreciar el Cordón de las Sierras de la Ventana en todo su esplendor; y por último en el camino de acceso a la localidad se pueden observar dos puentes, uno utilizado para el paso de vehículos que ingresan a la localidad y otro antiguo destruido por la creciente del arroyo lo que hizo que se construya el puente actual, este último es usado por los habitantes con fines de esparcimiento, se puede acceder al mismo por el camino de acceso o por el Paseo Peatonal que se comunica con la localidad.

Por otro lado, los caminos vecinales, entre los que se destaca el Camino de la Carrindanga o Camino a San Carlos y Estomba cuentan con amplias vistas de llanura y de sierras. Se pueden observar además por estos caminos estribaciones de las Sierras de la Ventana, entre ellos se encuentran los cerros "Sombra de Toro" (662 msnm) y "Los Vascos" (632 msnm), distantes a menos de 17 km lineales desde el centro de la localidad, todos estos espacios mencionados son progresivamente aprovechados por ciclo-turistas y motociclistas que circulan a diario por el sector.

3.5.2.2. Recursos Turísticos Culturales

Entre los recursos culturales se deben señalar las construcciones de valor histórico y simbólico de la localidad, entre ellas se destacan:

- Estación de Ferrocarril Cabildo: primera construcción del pueblo, se estima su creación a fines del siglo XIX y principios del XX, está localizada en la calle Zapiola Nº 4 con una ubicación estratégica y central dentro del ejido urbano, constituye el paso para la comunicación entre los dos sectores en los que se divide la localidad.

Entre los aspectos arquitectónicos responde a un claro estilo inglés similares a las demás estaciones de la zona. En la actualidad conserva su fisonomía, aunque con el paso del tiempo y las inclemencias climáticas la han desmejorado. En el año 1990, se presentó ante el Honorable Concejo Deliberantes un proyecto de ordenanza con el fin de crear en "Museo Histórico Regional" en las instalaciones de la Estación, en el año 1991 fue sancionado y promulgado, y en el año 2010 se materializaron los hechos y se comienza a poner en valor el edificio y es utilizado para fines culturales. A partir del año 2010 se conformó un grupo compuesto por pobladores locales llamado "amigos de la Estación", con el fin de realizar tareas para reabrir las puertas de la estación al público.

Actualmente en el mismo se pueden observar objetos y antiguos elementos donados, utilizados por los primeros pobladores y en la construcción de la Estación. Hasta la actualidad se han desarrollado varias actividades culturales como es el caso de mateadas, ferias de artesanos, muestras fotográficas, de cuadros y corto metrajes, bailes tradicionales, noche de los museos, espectáculos musicales locales, dictado de cursos, festejos del día del niño, y eventos deportivos.

- Sociedad Italiana de Socorros Mutuos: localizada en la calle Las Heras nº 42, como menciona Berthet *et al* (2003:163)

> "…fue construida por el anhelo de un grupo de inmigrantes italianos a principios del año 1919 con el objetivo de agruparse en una institución de carácter social y especialmente mutualista, luego de muchas reuniones la comisión se conformó y se decidió la construcción del edificio con el total aporte de los integrantes de la comisión y la población local de origen italiano. El 4 de diciembre el 1927 se colocó la piedra fundamental durando 10 años la construcción del edificio, la obra fue diseñada por Diletto Gaudino, y fue inaugurado el 20 de septiembre del año 1928 con actos y bailes sociales" (Berthet et al., 2003:163)

El edificio de 40 x 15 metros, en sus orígenes solo contaba con el hall de entrada, el salón teatro con capacidad para 350 personas, de piso de madera con 28 palcos y un foro con dos baños para mujeres y hombres, en el subsuelo se localizaban 5 camarines y un baño, luego la fachada fue remodelada como se la observa en la actualidad donde se construyeron dos dependencias como un salón- fogón en la planta alta con dos baños, con una capacidad para 80 personas y un salón destinado para un restaurante en convenio, el salón teatro y sus instalaciones fueron restauradas y se realizaron obras para su habilitación municipal para nuevamente reabrirlo al público.

- Ex Hotel Recreo: se localiza entre las calles Buenos Aires y Vicente López, ubicado estratégicamente en frente a la estación de ferrocarril. Fue construido por Natalio Ianni en el año 1905, inmigrante italiano que había adquirido el lote cercano a las vías, en los primeros años fue un pequeño local con chapas que lucía con el nombre de "Fonda el Recreo, comida y pensión", allí se hospedaban los viajeros que llegaban en tren en busca de trabajo. Luego con el pasar del tiempo mejoró la construcción con el estilo de la época, convirtiéndose en el Hotel Recreo en el año 1921, hospedando viajeros y trabajadores, funcionaba como un importante espacio de encuentro social, fue uno de los comercios más redituables de la época.
- Prado Español: es un predio arbolado cercado en su perímetro: se localiza sobre la calle Alberti. Antiguamente allí se realizaban las concurridas "Romerías Españolas" organizadas por la Sociedad Española de Cabildo, se llevaban a cabo los últimos fines de semana de enero donde orquestas y bandas de gaitas llegaban en tren para amenizar las fiestas.

En el centro del predio se puede observar la pista de baile de material que actualmente se conserva, que era coronada por un palco de madera con un techo a dos aguas donde se ubicaba la orquesta, además se montaban juegos y la cantina. La última romería fue llevada a cabo en el año 1967 (Berthet *et al*., 2003:137).

Actualmente el predio es poco utilizado, solo se han llevado a cabo ferias de artesanos a cargo de la municipalidad.

- Paseo del Centenario: está emplazado a lo largo del predio ferroviario, es una senda peatonal de 800 metros de largo que comunica los dos pasos niveles de la localidad, cuenta en su extensión con bancos, una pista de salud. El objetivo del mismo fue crear un

espacio verde destinado al esparcimiento y recreación de la población local, su nombre hace alusión al centenario del pueblo en el año 2003.

Docentes de la Escuela Nº 19 realizaron un proyecto en conmemoración del Bicentenario de la Patria, el mismo consistió en la construcción de una "línea del tiempo" de tamaño real con carteles alusivos y elementos representativos de esa época.

El primer trayecto se realizó desde la Barraca de la Cooperativa Sobra de Toro hasta la estación del ferrocarril, se realizaron cinco murales confeccionados con cemento y decoradas con venecitas de colores donde se representaba situaciones diferentes como es el caso de pueblos originarios como primeros habitantes, posteriormente la llegada de Colón, luego la Revolución de Mayo, la creación de la Bandera, y el Día de la Independencia, cabe aclarar que el proyecto fue abandonado y no finalizado.

- Parroquia San José: se encuentra localizada en la calle Pringles en el centro de la localidad, en una primera instancia su funcionamiento dependió de la Parroquia matriz de Punta Alta, celebrando las misas en casas particulares, luego se conformó una comisión con pobladores locales con el apoyo del Padre Dionisio Pio quienes en un terreno donado pudieron comenzar a construir el edificio con aportes de los habitantes, fue fundada en el año 1937, y fue declarada como parroquia en el año 1962.

El edificio de formas simples fue restaurado en el año 2014, fue pintado en su totalidad y se mejoró la iluminación interna y externa (Berthet *et al*., 2003:219).

- Santuario Nuestra Señora Madre, Reina y Vencedora, Tres Veces Admirable de Schönstatt: se localiza dentro de la jurisdicción parroquial de Cabildo a 26 km de la localidad, para dirigirse al mismo se debe llegar al camino de Paso Mayor por la Ruta Provincial Nº 51, se encuentra en una fracción de terreno donada por la familia Bartel y Vogel oriunda de Cabildo.

Construído en el año 1952, este santuario perteneciente al movimiento apostólico de Schönstatt es uno de los más importantes del país, ya que en el reside una imagen original de Nuestra Señora de Schönstatt, traída desde Alemania por el Padre José Kentenich, amigo del Padre Maibach, alemán de nacimiento, pionero en la difusión del movimiento en la zona, principalmente entre los colonos alemanes del Volga. El santuario es una construcción muy humilde hecha en adobe, en excelente estado de conservación. Dentro de la misma se encuentran el altar, con las imágenes de María y una corona que se apoya sobre la misma, los bancos, que originalmente eran pupitres, ya que el santuario también

oficiaba de escuela rural, y el Vía Crucis. El santuario fue bendecido por el Papa Pio XII y el Vía Crucis fue bendecido por el Papa Pio XI (Berthet *et al*., 2003:283).

- Ermita de Schönstatt: erigida en la Plaza Victoria Sinclair de la localidad de Cabildo, por miembros del Movimiento Apostólico de Schönstatt, un movimiento de renovación cristiana surgido en Alemania a principios del siglo XX. Inaugurada el 19 de marzo de 2001, la Ermita es una pequeña construcción de ladrillo, con techo de madera y techo de tejas "a dos aguas", en su interior se encuentra una imagen de la Madre y Reina del Pueblo, venerada por el movimiento apostólico de Schönstatt.
- Plaza de Mayo: situada en el centro de la localidad, en la finalización de la Avenida de acceso de la misma, constituye el principal punto de referencia tanto para los habitantes de Cabildo como para los visitantes por su posición central y en sus alrededores se disponen las principales instituciones y equipamientos. Es valorada desde el punto de vista paisajístico y es el lugar de reunión e intercambio para los habitantes del lugar.
- Plaza Victoria Sinclair: se encuentra en el Barrio del mismo nombre. Constituye un elemento de referencia esencial para los habitantes, ya que a su alrededor se localiza el equipamiento y las instituciones del barrio.

3.5.2.3. Acontecimientos Programados

Actualmente la localidad de Cabildo cuenta con diferentes acontecimientos programados a lo largo de todo el año, que son organizados por diversos grupos de la comunidad. Entre ellos se destacan:

- *La Vuelta de Cabildo MTB (mountain bike)*: este evento es organizado todos los años por diferentes instituciones de la localidad. La última edición estuvo a cargo de la comisión del Jardín Nº 907 con el fin de recaudar fondos para el mismo, esta competencia fue declarada de interés municipal. Contó con la asistencia de más de 100 ciclistas de la zona, entre ellos competidores locales, de Buenos Aires, Bahía Blanca, Azul, Tres Arroyos, Olavarría, Río Colorado, General Conesa, Punta Alta, Coronel Suárez y Coronel Dorrego. Esta actividad consiste en un recorrido de 64 km por caminos rurales siendo su punto de partida y de llegada la localidad de Cabildo en donde se finaliza la actividad con un asado para todos los ciclistas y sus acompañantes.
- Maratón de Cabildo: el evento comenzó a organizarse en el año 2014 por el grupo de running local "Corre Cabildo", en la primera edición del mismo se

desarrollaron dos circuitos uno de 42 km y otro de 6 km para principiantes, lo recaudado fue destinado a los Bomberos Voluntarios de Cabildo; la segunda edición fue llevada a cabo en el mes de abril del 2015 con más de 300 competidores inscriptos de la zona, los circuitos desarrollados fueron 42 km, 21 km, 6 km y un circuito para caminata, lo recaudado fue destinado a las escuelas primarias de la localidad, además se desarrolló una feria de emprendedores y artesanos locales.

- Jornadas de Doma, Destrezas criollas y Folkore: estos eventos son llevados a cabo a lo largo de todo el año por diferentes agrupaciones tradicionalistas e instituciones locales, son realizadas en el predio del Fútbol Club Cabildo, generalmente con el fin de recaudar fondos para alguna institución, fueron declaradas de interés municipal, ya que las mismas convocan una gran cantidad de público zonal.
- Actividades Culturales organizadas por los "Amigos de la Estación": hoy en día realizan actividades recreativas durante todo el año con la participación de artistas locales como la escuela de danzas Baila Conmigo, el grupo folclórico dirigido por Marta Espelet, exposiciones de libros, narraciones de historias de vida, mateadas, eventos deportivos, encuentro de emprendedores y artesanos, festejos del día de niño, Navidad y Reyes Magos y demás actividades recreativas culturales.
- Eventos organizados por la Delegación Municipal: entre los acontecimientos organizados por la Delegación local se pueden encontrar los carnavales y corsos en el mes de febrero, la Noche de Los Museos en donde se incluye el Museo Histórico Regional Cabildo, las actividades realizadas en la pileta municipal durante el verano, Desfile y actos por el Aniversario de Cabildo, encuentro de emprendedores y artesanos locales y regionales, entre otras.
- Festividades realizadas por cada Institución local: la localidad de Cabildo concentra una gran cantidad de entidades civiles destinadas al servicio de la localidad, las mismas organizan eventos con el fin de recaudar fondos para la mejora de sus instalaciones y la calidad de los servicios ofrecidos, entre ellos se pueden destacar desfiles de moda, bailes populares, cenas, muestras de las escuelas de baile, vuelos de bautismo y paracaidismo, entro otros.

3.5.3. Establecimientos productores de olivos relevadas (ver fichas de relevamiento Anexo Nº3)

A continuación, se listarán las Establecimientos productoras de olivo de la localidad de Cabildo, la información desarrollada a continuación se obtuvo a partir de entrevistas (Anexo Nº1) realizadas a los propietarios de los establecimientos entre los meses de febrero y junio del 2015. Las explotaciones analizadas se encuentran dispersas en la localidad de Cabildo y su correspondiente área rural. Los Establecimientos relevados son:

- "***Villa Magdalena":*** ubicada a tan solo cuatro cuadras de la plaza principal sobre la calle Alberti nº 145, actualmente propiedad de la Dra. Alejandra La Regina. Esta casa quinta de estilo inglés construida en el año 1931 ha sido incluida dentro del Patrimonio Arquitectónico y Urbano del Partido de Bahía Blanca (ordenanza Nro.7959, Anexo Nº 2). El casco de la casa quinta está totalmente forestado con coníferas, pyracantas, eucaliptus, aguaryday, con árboles frutales como perales e higueras. El establecimiento cuenta con una hectárea de olivo de variedad arbequina, que actualmente fue podado y mejorado para ser cosechado y adquirir aceite de oliva como se realizaba antiguamente. En la entrevista realizada a la propietaria, la misma demostró un gran interés en desarrollar la actividad turística en la quinta, además posee un proyecto basado en el turismo rural aprovechando las características únicas que posee el establecimiento y poder poner en valor los olivos casi centenarios. El mismo está basado en ofrecer servicio de alojamiento y restauración al turista y visitante complementándolo con actividades rurales y recreativas en la localidad.

- *"Los Pinos":* ubicada en el camino de acceso a Cabildo, esta explotación actualmente propiedad del Dr. Serafini Víctor Hugo, cuenta con 6 hectáreas de olivos de la variedad alberquina y coratina, con el fin de elaborar aceite de oliva virgen y comercializarla. El establecimiento actualmente se encuentra en proceso de acondicionamiento y desarrollo. El propietario manifestó interés en construir cabañas con fines turísticos, aprovechando la cercanía al Arroyo Napostá Chico y la vista a las Sierras de la Comarca Serrana, actualmente se limita solo a la producción olivícola.

-"*María Teresa*": ubicada sobre la Ruta Provincial Nº 51 en el kilómetro 693,5; actualmente propiedad del Ing. Floresta Juan José, que la heredó de su abuelo Dr. Rudolf

Juan Enrique primer doctor de la localidad, el mismo compró el establecimiento en el año 1922 con el ansiado proyecto de construir su hogar y de llevar a cabo un emprendimiento único en la zona, la producción olivícola con fines industriales, en el año 1950 contaba con una producción de más de 325 olivos, los mismos fueron importados de España e Italia, actualmente se trasformaron en verdaderos ecotipos locales.

En el año 2014, a través de una propuesta del grupo "Agrónomos por la Tierra" del proyecto "Cultivemos paz" del Arzobispado de Florencia (Italia) tuvo la iniciativa de que el Papa Francisco, en su viaje por Tierra Santa, plante olivos de origen Argentino, el Sr. Víctor Tomaselli, destacado olivicultor y oleologo argentino, que se encontraba trabajando con los olivos del establecimiento, ofreció dos esquejes de un olivo de variedad Leccino casi centenario al Nuncio Apostólico en Argentina Monseñor S.E.R. Emil Paul Tscherring, con el fin de que el Papa Francisco los plante en el Huerto de Getsemaní y en los jardines de Castel Gandolfo, la propuesta fue aceptada el 19 de Marzo del año 2014 el día del Patrono de Cabildo "San José", posteriormente luego de rigurosos trámites migratorios los olivos cabildenses fueron enviados a Roma. La ordenanza fue declarada de Interés Municipal Nº17542(Anexo nº2).

Actualmente el establecimiento cuenta con un monte de 325 olivos casi centenarios más 3 hectáreas de olivos jóvenes de diversas variedades, como es el caso de nevadillo, arbequina, arauco, mignola, leccino, picual y piangente.

El dueño de la estancia no ha elaborado ningún proyecto para iniciarse en el turismo rural, ya que actualmente solo está abocado a la actividades agrícolas y ganaderas como es el caso de cría de cerdos capones y ovino, siembra y cosecha de cereales, pero con el asesoramiento de la Cooperativa Olivícola Patagonia Cabildo, se han desarrollado firmes proyectos para la apertura al visitante.

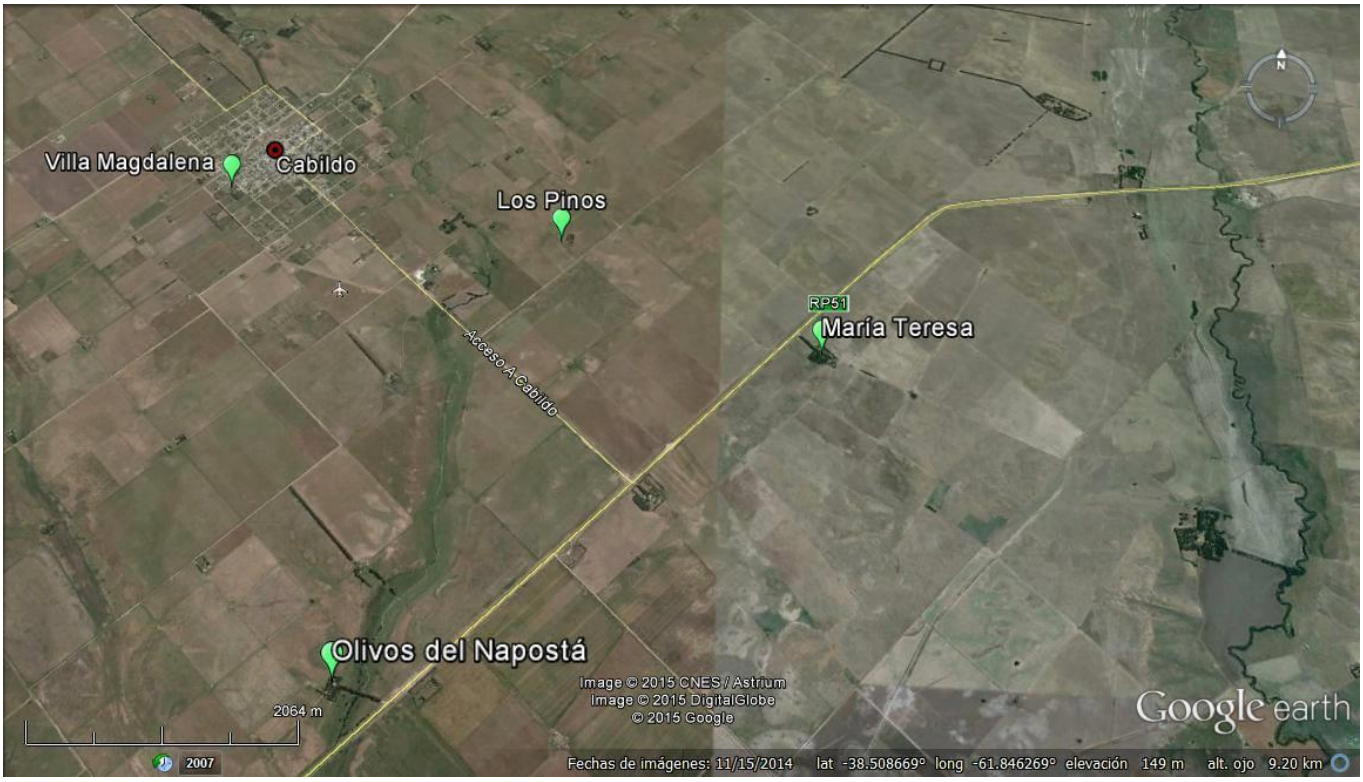
- "*Olivos del Napostá*": localizada en el kilómetro 699 de la Ruta Provincial Nº51, actualmente propiedad de Napostá del Medio S.A. El establecimiento de 100 hectáreas, data del año 1910, se trata de un casco de estilo inglés enmarcado por un frondoso parque de variadas especies de árboles entre ellos eucaliptus y sauces, diseñado por los propios dueños y atravesado por el arroyo Napostá Chico. Actualmente el establecimiento cuenta con un monte de 24,5 hectáreas de olivos, de diversas variedades, como es el caso de

Arbequina, Coratina, Arbosana, Picual, Changlot Real, para la elaboración de aceite de oliva.

Según lo expresado por los propietarios, tanto la casa como el casco de la estancia están siendo remodelados y puestos en valor con el fin de abocarse a la actividad turística y a la olivicultura, el galpón del establecimiento será destinado al procesamiento de las aceitunas y aceite de oliva elaborado artesanalmente por el establecimiento.

Figura 2

Localización de los Establecimientos productores de Olivo



Fuente: Farabolini, 2015 sobre la base a Google Earth, 2015

3.5.4. Cooperativa Olivícola Patagonia Cabildo Limitada

La Cooperativa Olivícola Patagonia Cabildo Ltd. surgió el 7 de diciembre del 2013 a partir de la iniciativa de los productores locales relevados anteriormente quiénes pudieron descubrir el valor de las plantaciones de olivo en sus propiedades, es por esto que decidieron revitalizar y valorizar las mismas, debido a la difícil situación económica que afrontan los productores, resolvieron conformar la Cooperativa, con la finalidad de unirse para afrontar los gastos de inversión que conlleva la puesta en valor de las producciones.

Entre ellos se destaca la compra de insumos para el mantenimiento de los olivos y del sistema de riego, mano de obra especializada, acondicionamiento del parque de olivos, además favorecer a la comercialización de los productos elaborados por los productores, brindar financiamiento para desarrollar proyectos de mejora en la producción, entre otras.

Actualmente la Cooperativa no posee personería jurídica ni domicilio legal fijo, ya que se están realizando los correspondientes trámites ante el Instituto Nacional de Asociativismo y Economía Social (INAES) para poder conformarse como Institución, además fue declarada en el año 2013 de interés Municipal por un proyecto de Ordenanza del Honorable Concejo Deliberante.

Está conformada por productores Cabildo, Cochrane, Calderón, Pringles, Paso Mayor y Punta Alta. Podrán asociarse a esta Cooperativa toda persona física y jurídica relacionada con la actividad olivícola, que acepten el estatuto correspondiente de la Institución.

Las actividades principales de la Cooperativa son:

- Concentrar la producción de aceitunas e industrializarlas para la obtención de aceite y aceitunas de mesa.
- Fraccionar y vender productos olivícolas como así también productos frutihortícolas y aromáticas.
- Comprar insumos y maquinarias.

3.6. Análisis de la Demanda

3.6.1. Demanda Actual

En consonancia con la investigación realizada por Canclini (2013:23), la autora establece que actualmente la localidad no cuenta con registros formales que indiquen datos referidos a la demanda turística pero sí existen datos no formales que arrojan elementos que permiten afirmar que efectivamente la localidad recibe visitantes. Estos datos no formales han sido obtenidos en conversaciones con pobladores que tienen a su cargo lugares claves como restaurantes y proveedurías, quienes han indicado que en numerosas oportunidades llegan a la localidad visitantes que luego de proveerse de alimentos y bebidas pasan la tarde en los sectores verdes manifestando la búsqueda de tranquilidad en esta zona.

Asimismo, se han alquilado casas de campo por períodos de hasta una semana a visitantes de la ciudad autónoma de Buenos Aires. Por otro lado, numerosos ciclo-turistas y motociclistas que provienen de la ciudad de Bahía Blanca llegan a la localidad de Cabildo transitando los caminos de La Carrindanga como una salida del día o como una oportunidad de paso para llegar a localidades como Sierra de la Ventana o Saldungaray.

Además de la importancia de atracción que tienen los acontecimientos programados tanto deportivos como culturales antes mencionados, se debe señalar el primer circuito turístico de la localidad realizado por la Lic. Canclini Eunice, que fue llevado a cabo en el año 2013 y el segundo en el año 2014, con ayuda del Área de Cultura y Turismo de la Municipalidad de Bahía Blanca, en donde visitantes provenientes de Bahía Blanca recorrieron los principales atractivos naturales y culturales de Cabildo y se finalizaron en la Estación de Ferrocarril donde fueron invitados a recorrer el museo y poder aprovechar de las áreas de esparcimiento locales.

3.6.2. Demanda Potencial y perfil del turista

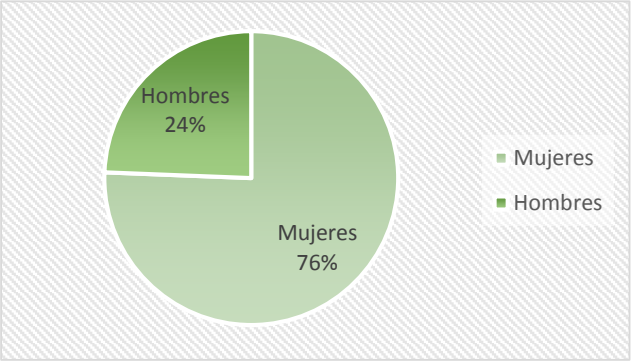
Ante la necesidad de obtener datos sobre la demanda potencial de la localidad de Cabildo y poder determinar el perfil del futuro visitante de la ruta, se realizaron encuestas tanto a residentes como no residentes (Anexo nº 1), se realizaron un total de 160 encuestas a no residentes y 80 residentes de Cabildo.

En ambas encuestas se establecieron una serie de preguntas orientadas a captar las características, percepciones, gustos y preferencias de los potenciales visitantes de la ruta en la localidad y sobre su conocimiento acerca de la actividad olivícola. Cabe aclarar que la encuesta realizada a los residentes tiene como objetivo conocer y saber si los habitantes están interesados en recorrer la ruta, y qué servicios y actividades desean incorporar a la oferta en Cabildo.

En una primera instancia se van a interpretar los datos obtenidos en las encuestas realizadas a no residentes, del total de 160 encuestas, se destaca en su mayoría a las mujeres (76%) las cuales demostraron interés en responder, en detrimento de los hombres (Figura 3).

Figura 3

Encuestas realizadas a no residentes por Sexo

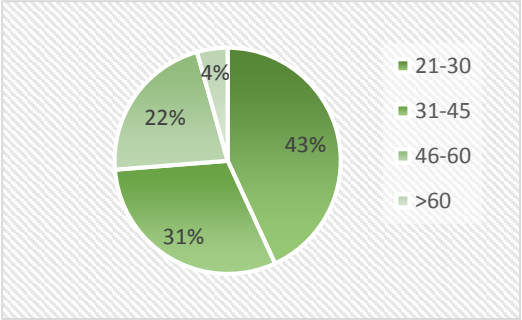


Fuente: Farabolini, 2015.

El rango etario que predominó fue el de 21 a 30 años (43 % de los encuestados), seguido por el grupo de personas de 31 a 45 años, que representan un 31% (Figura 4)

Figura 4

Encuestas realizadas a no residentes por Rango etario

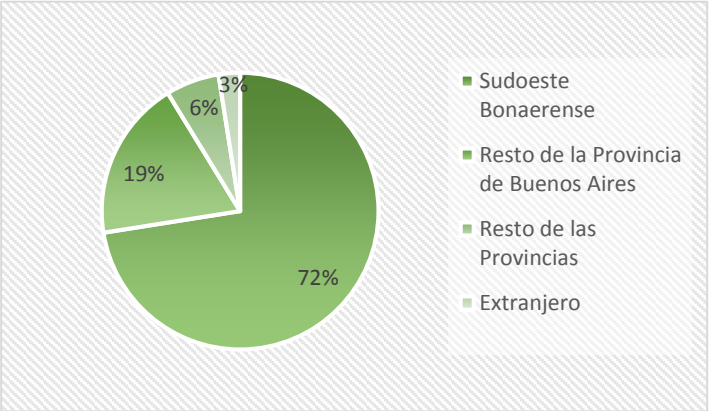


Fuente: Farabolini, 2015.

Acerca de la procedencia, predominan los encuestados oriundos del Sudoeste Bonaerense en un 75%, por sobre el total dividido entre el resto de la Provincia de Buenos Aires (19%), resto de las Provincias (6%) y por último respondieron 4 extranjeros que representan el 3 % del total (Figura 5).

Figura 5

Encuestas realizadas a no residentes por Procedencia

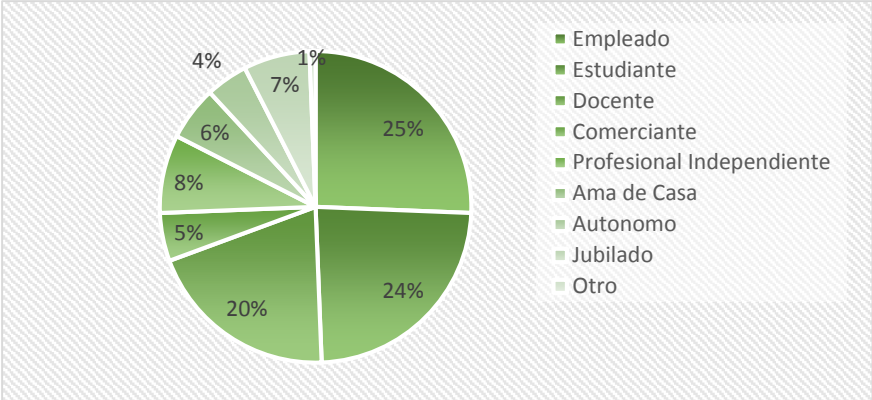


Fuente: Farabolini, 2015.

En cuanto a la ocupación se observó que los encuestados en un 25% eran empleados, seguidos por los estudiantes (24%) y docentes (20%). En menor porcentaje se registró los profesionales independientes (8%), jubilados (7%), ama de casa (6%), comerciantes (5%), autónomos (4%) y otro que indican solo el 1(%) (Figura 6).

Figura 6

Encuestas realizadas a no residentes por Ocupación

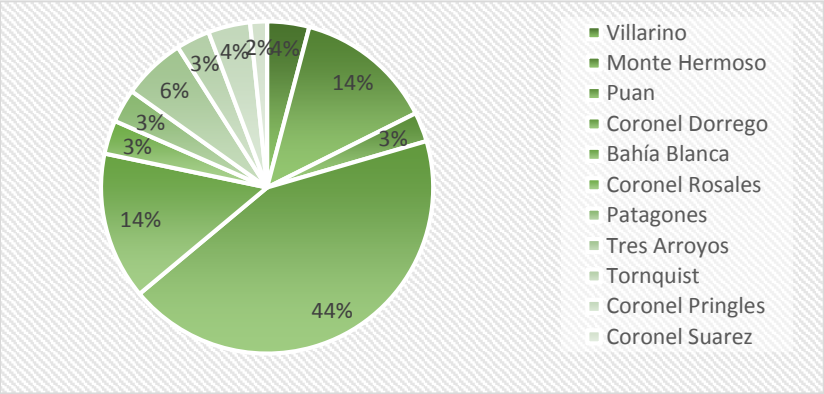


Fuente: Farabolini, 2015.

Con respecto a la pregunta sobre el conocimiento de cuáles son los partidos del Sudoeste Bonaerense se practica la olivicultura, los encuestados señalaron por una gran mayoría a Coronel Dorrego como el más destacado y principal productor de olivos de la región con un 44% sobre el total, lo sigue Monte Hermoso y Bahía Blanca con un 14 % (Figura 7)

Figura 7

Principales Partidos del Sudoeste Bonaerense seleccionados por los encuestados que practican la Olivicultura



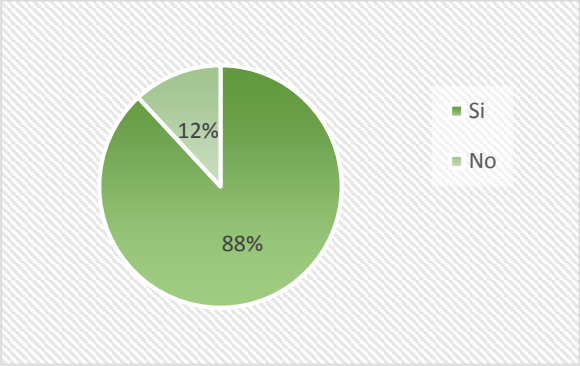
Fuente: Farabolini, 2015

En relación al interés de visitar alguna de las plantaciones de olivo y los establecimientos de la región del Sudoeste Bonaerense los encuestados respondieron un 88% afirmativo,

141 encuestados respondieron que, visitarían las plantaciones de olivo y los establecimientos, en detrimento el 12 % respondió negativamente (Figura 8).

Figura 8

Interés por parte de los encuestados en visitar las plantaciones de olivo y establecimientos de los partidos del Sudoeste Bonaerense

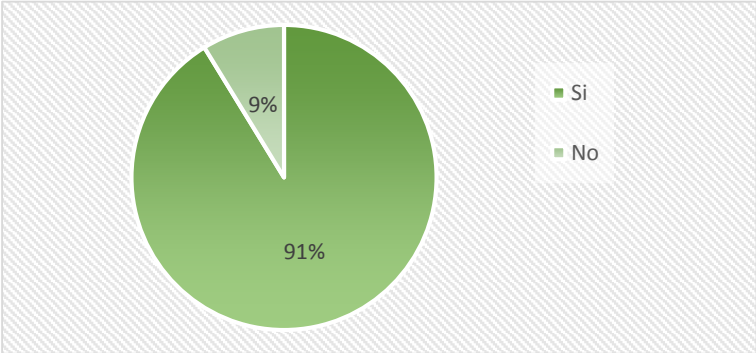


Fuente: Farabolini, 2015

Asimismo, la mayoría de las personas encuestadas demostró interés en visitar la ruta del olivo en la localidad de Cabildo (91%), solo 14 encuestados (9%) respondieron que no (Figura 9).

Figura 9

Interés por parte de los encuestados en realizar la Ruta del Olivo en Cabildo

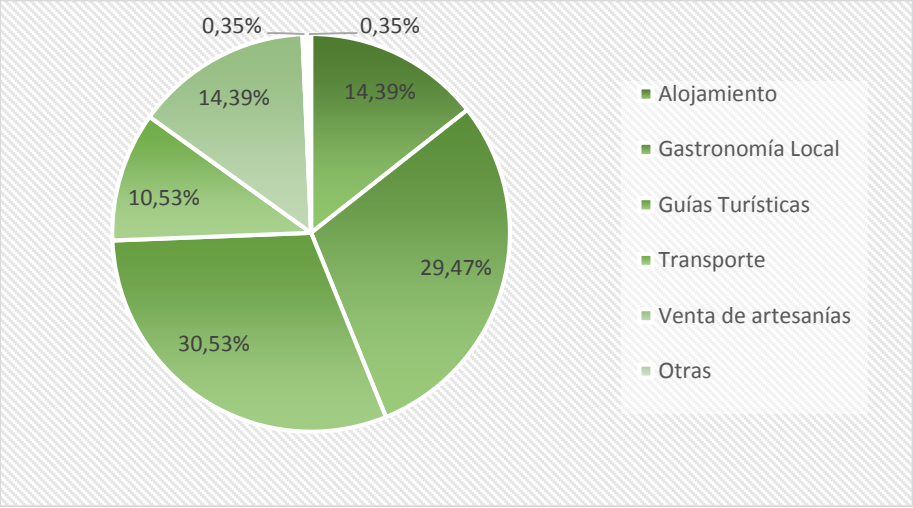


Fuente: Farabolini, 2015

Además, se le preguntó a los encuestados sobre los servicios que desearía recibir en la ruta. Respondieron en su mayoría que sería de su agrado contar con servicios de guías de turismo con 30,53%, luego gastronomía local con un 29,47%, alojamiento y venta de artesanías con 14,39 %, y por último la minoría con un 0, 35% seleccionaron todas las opciones mencionadas y el otro 0,35% opto por la opción otros, mencionando como opción el servicio de eventos sociales (Figura 10).

Figura 10

Servicios seleccionados por los encuestados para recibir en la Ruta

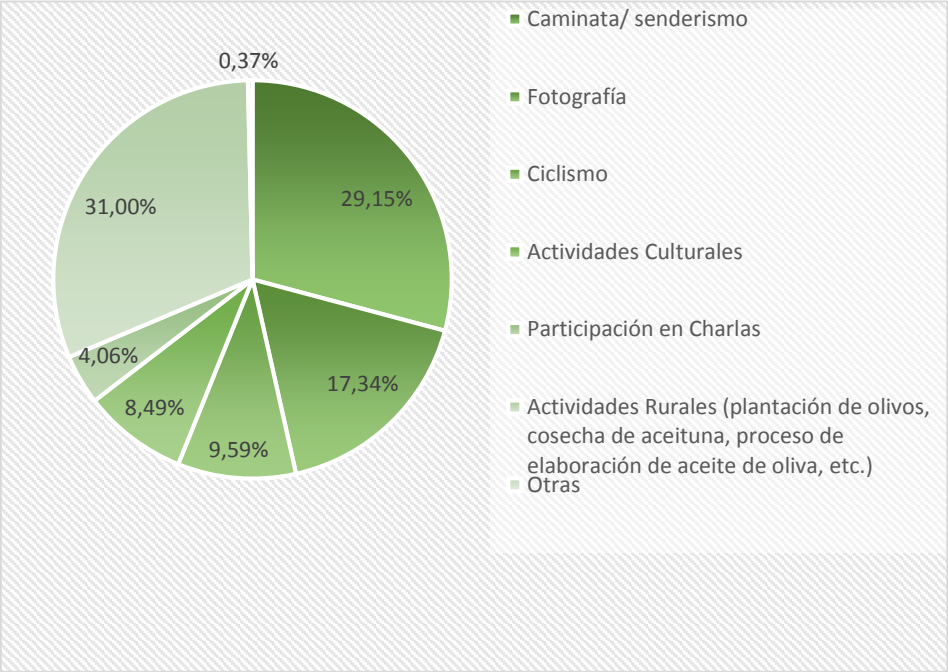


Fuente: Farabolini, 2015

Asimismo también se consultó a los encuestados sobre las actividades que les gustaría realizar en la ruta, en su mayoría los encuestados no residentes respondieron que sería de su agrado realizar actividades rurales (31%), seguido de caminata y senderismo (29,15%), luego se interesaron en menor medida en la toma fotografía (17, 34%), ciclismo (9,59%), actividades culturales (8,49%) y participación en charlas (4,06%), además un 0, 35% opto por la opción otros, agregando como actividad las cabalgatas (Figura 11).

Figura 11

Actividades seleccionadas por los encuestados para realizar en la Ruta

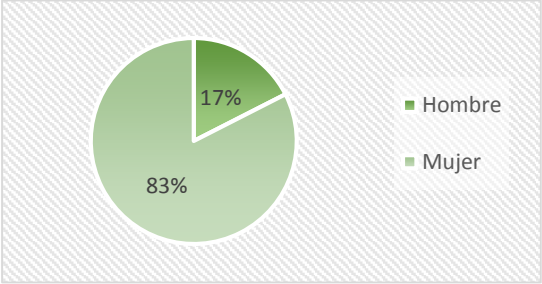


Fuente: Farabolini, 2015

A continuación, se interpretaron las encuestas realizadas a los residentes de la localidad de Cabildo para conocer su interés en visitar los establecimientos productores de olivo y recorrer la ruta. En total se llevaron a cabo 80 encuestas de las cuales el 83% fueron mujeres, en detrimento de hombres con solo el 17% (Figura 12).

Figura 12

Encuestas realizadas a residentes por Sexo

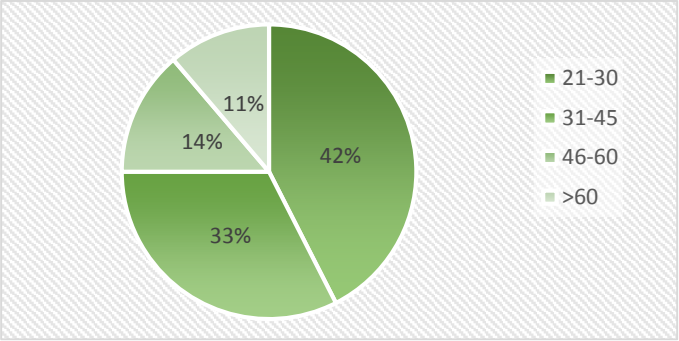


Fuente: Farabolini, 2015

El rango etario que predomina entre los encuestados residentes nuevamente es el de 21 a 30 años (42 %), seguido por el grupo de personas de 31 a 45 años, que representan un 33% (Figura N°12).

Figura 13

Encuestas realizadas a residentes por Rango etario

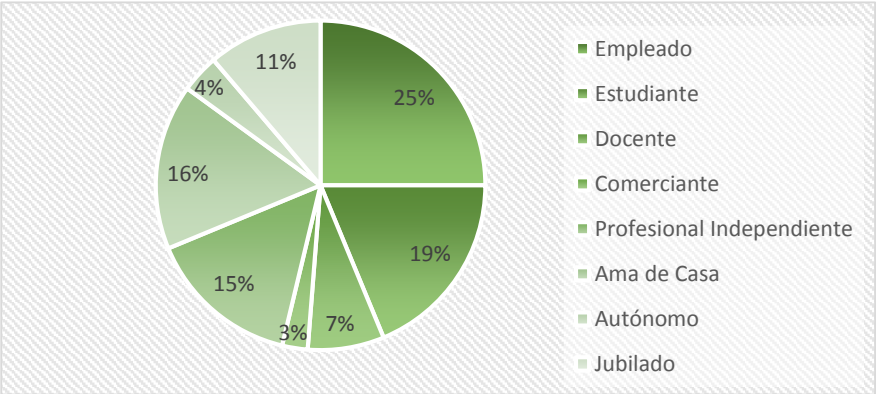


Fuente: Farabolini, 2015

En cuanto a la ocupación se observó, que los encuestados en un 25% son empleados, seguidos por los estudiantes (19%), ama de casas (16%), profesionales independientes (15%). En menor porcentaje se registraron jubilados (11%), autónomos (4%) y comerciantes (3%) (Figura 14).

Figura 14

Ocupación

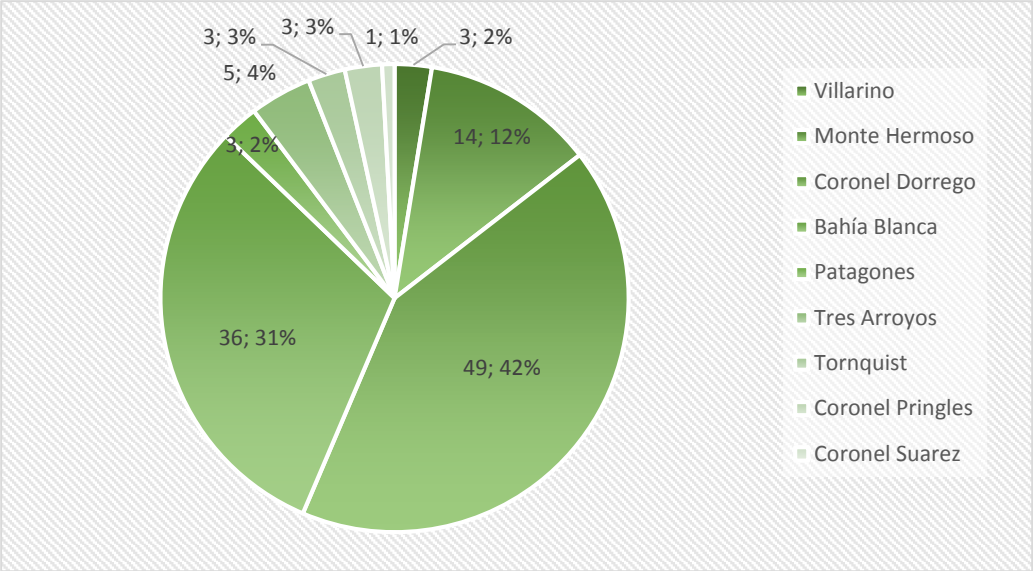


Fuente: Farabolini, 2015

Con respecto a la pregunta sobre el conocimiento de que partidos del Sudoeste Bonaerense se practica la olivicultura, los encuestados señalaron al igual que los encuestados no residentes, por una gran mayoría a Coronel Dorrego como el más destacado y principal productor de olivos de la región con un 49,42% sobre el total, lo sigue Bahía Blanca con un 36,31 % (Figura 15)

Figura 15

Principales Partidos del Sudoeste Bonaerense seleccionados por los encuestados que practican la Olivicultura

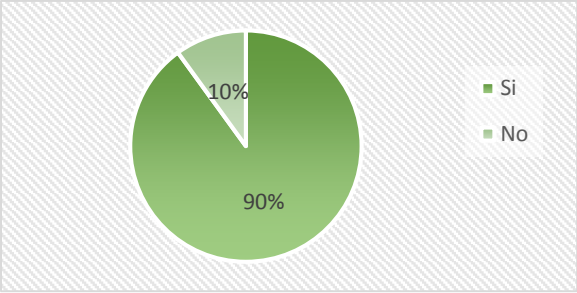


Fuente: Farabolini, 2015

En relación al interés de visitar alguna de las plantaciones de olivo y los establecimientos de la región del Sudoeste Bonaerense los encuestados respondieron un 90% afirmativo, 72 encuestados respondieron que, sí visitarían las plantaciones de olivo y los establecimientos, de la región, en detrimento del 10 % que respondieron negativamente (Figura 16)

Figura 16

Interés por parte de los encuestados en visitar las plantaciones de olivo y establecimientos de los partidos del Sudoeste Bonaerense

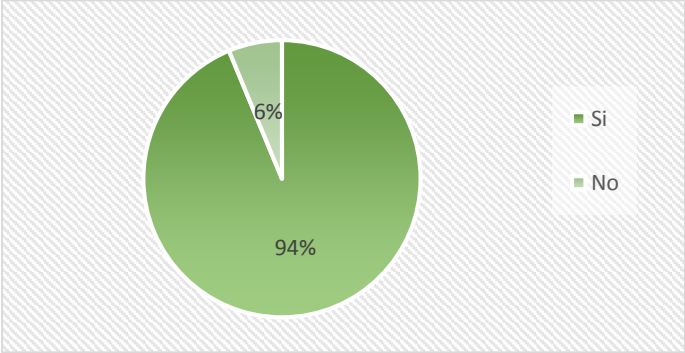


Fuente: Farabolini, 2015

Asimismo, la mayoría de las personas encuestadas demostró interés en la iniciativa de visitar la ruta del olivo en la localidad de Cabildo (94%), soló 5 encuestados (6%) respondieron negativamente (Figura 17).

Figura 17

Interés por parte de los encuestados en realizar la Ruta del Olivo en Cabildo

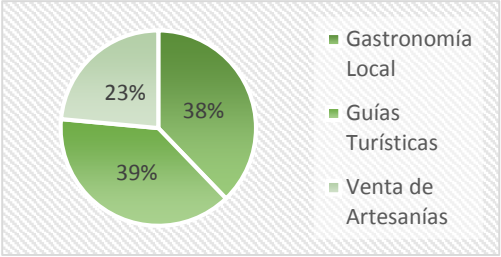


Fuente: Farabolini, 2015

Además, se le preguntó a los encuestados sobre los servicios que desearía recibir en la ruta y que serían necesarios según los residentes para complementar la oferta de la localidad. Respondieron en su mayoría que sería de su agrado contar con servicios de guías de turismo con 39%, luego gastronomía local con un 38% y venta de artesanías con un 23 % (Figura 18).

Figura 18

Servicios seleccionados por los encuestados para recibir en la Ruta

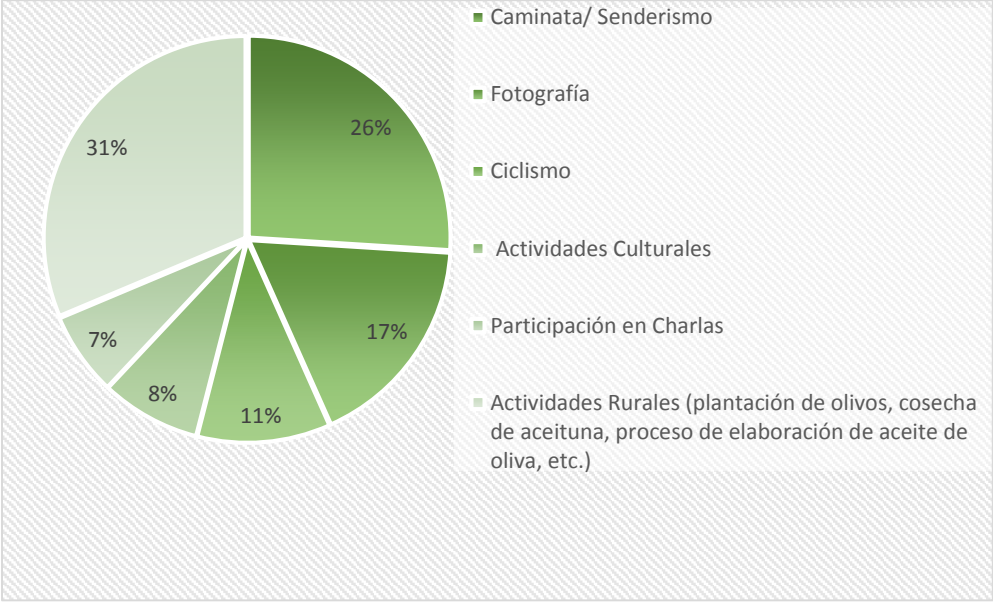


Fuente: Farabolini, 2015

Asimismo, también se consultó a los encuestados sobre las actividades que les gustaría realizar en la ruta, tal como lo indica el gráfico se puede observar en su mayoría los encuestados residentes respondieron que sería de su agrado realizar actividades rurales (31%), seguido de caminata y senderismo (26%), luego se interesaron en menor medida en la toma fotografía (17%), ciclismo (11%), actividades culturales (8%) y participación en charlas (7%) (Figura 19).

Figura 19

Actividades seleccionadas por los encuestados para realizar en la Ruta



Fuente: Farabolini, 2015

En síntesis, a partir del análisis e interpretación desarrollada con las encuestas a no residentes y residentes, se puede establecer que debido a la cercanía que posee Cabildo con centros urbanos de importancia y centros turísticos, confiere una importante fortaleza en cuanto a la posibilidad de captar una demanda interesada en realizar la Ruta del Olivo en Cabildo y recorrer los establecimientos productores, ya que los habitantes de estos centros tuvieron una aceptación positiva en trasladarse para recorrer la ruta. En relación a los encuestados residentes se puede observar que también están interesados en recorrer la ruta, la cual es tomada como una forma de complementar la oferta recreativa y servicios actuales de la localidad.

Es posible detectar que, si bien Coronel Dorrego es el principal y más destacado productor de olivo y se encuentra dentro del mercado turístico ya posicionado, la Ruta del Olivo en Cabildo podría ser considerada como una alternativa rural a la oferta urbana de la ciudad de Bahía Blanca y además como un atractivo más de los turistas de paso que transitan por la Ruta Provincial Nº 51.

En lo que respecta al perfil de los turistas se puede establecer que corresponden a usuarios de segmento etario entre los 21 y 60 años de edad, mayormente empleados, estudiantes y docentes, oriundos de la región del Sudoeste Bonaerense, se podría definir que son recreacionistas que desean recorrer la ruta para conocer, experimentar e interiorizarse sobre la cultura del olivo a través de la realización de un circuito guiado y poder disfrutar la gastronomía local, en cuanto a las actividades desean realizar actividades rurales y caminata/ senderismo. En relación al perfil de los residentes se podría establecer que se encuentran interesados en recorrer la Ruta usuarios recreacionistas, que corresponden a rango etario entre los 21 y 45 años de edad, mayormente empleados, estudiantes, amas de casa y profesionales independientes, destacándose el interés por el servicio de restauración y de guías de turismo, y la posibilidad de poder realizar actividades rurales relacionadas al olivo y disfrutar de diferentes maneras los recursos de la localidad. Por lo tanto, se puede establecer que existe un gran mercado en el cual Cabildo puede ofrecer sus atractivos.

De acuerdo a lo analizado en el capítulo anterior, se puede mencionar que la cercanía que tiene Cabildo a la ciudad de Bahía Blanca y de centros turísticos de jerarquía de la región, da como resultado que la localidad posee una ubicación estratégica y que puede ser considerada como un destino de paso o para realizar turismo de fin de semana.

En relación con la infraestructura existente, es decir, las vías de acceso a la localidad, los caminos rurales, servicios de trasporte, las redes de provisión de servicios básicos y otros servicios, es apta para comenzar con el desarrollo de la actividad.

Se destaca la notoria deficiencia de equipamiento, tanto en alojamiento y restauración, con respecto a los lugares de esparcimiento se puede decir que actualmente hay un interés por parte de la Municipalidad y de las comisiones directivas de las asociaciones en mejorar el aspecto estético y así poder optimizar y ofrecer nuevos servicios. La debilidad en este punto es que no existe un mantenimiento regular para este tipo de obras, que se ven afectadas por actos de vandalismo y deterioro por la escasa manutención de los mismos. Un ejemplo de esta falta de mantenimiento a mencionar es Prado Español y las Bici-sendas, los cuales presentan daños, malezas crecidas, obras sin finalizar, generando la imposibilidad de uso de los mismos.

También se debe resaltar que el sistema de señalética turística en los diferentes componentes del patrimonio es regular, ya que en algunos sitios de relevancia se puede observar cartelería relacionada a la temática, pero esta es muy escasa lo cual genera una dificultad para el conocimiento y la correspondiente valorización.

Se puede establecer que Cabildo y su área de influencia rural poseen aptitudes que permiten proponer a futuro su uso turístico, permitiendo así la realización de actividades relacionadas con la producción olivícola, la cultura del olivo y la temática relacionada con el entorno rural característico de la zona, pudiendo utilizar los recursos naturales y culturales que ofrece la localidad y los establecimientos relevados.

Se destaca la iniciativa y aptitud de los productores locales para la concreción de la Cooperativa Olivícola Patagonia Cabildo Ltd., como forma de asociativismo que se trasforma en una práctica necesaria para la puesta en valor de la producción olivícola, como también para el desarrollo de la actividad turística, ya que para conformar la oferta

turística rural de calidad es necesaria la organización y asociativismo tanto local como regional entre los productores con objetivos comunes.

Se destaca un importante interés de un nutrido grupo de no residentes y de residentes de la localidad en visitar los establecimientos productores de olivos, con el fin de poder interiorizarse en el mundo del olivo, poco conocido por la mayoría de las personas y poder formar una oferta complementaria a la actual.

De acuerdo a lo expuesto, se plantea la necesidad de realizar y desarrollar una ruta turística relacionada con el olivo y diferentes propuestas turísticas recreativas que contribuyan a posicionar el destino tanto dentro del partido como regionalmente a partir de la valorización de los establecimientos productores y además favorecer el acercamiento tanto de turistas como de residentes a la cultura, historia, patrimonio e identidad local.

Con la identificación, reconocimiento y valorización de los recursos naturales y culturales, no sólo se contribuye a mejorar el área, sino que se estaría generando una concientización de la importancia que tienen los mismos con la posibilidad de promover el desarrollo local.

4.1. Matriz FODA

ANALISIS INTERNO

FORTALEZAS:

- Proximidad a centros emisores de importancia.
- Presencia de conexión vial y férrea a los principales centros emisores.
- Proximidad a destinos turísticos de jerarquía como la Comarca de Sierra de la Ventana y Monte Hermoso.
- Presencia de recursos naturales de gran riqueza y belleza no degradados.
- Cursos de agua cercanos como el Arroyo Napostá Chico, Sauce Grande y Dique Paso de las Piedras que enriquecen el paisaje y diversifica los recursos disponibles.
- Presencia de recursos culturales, religiosos e históricos de relevancia.
- Impulso de acontecimientos programados por parte de iniciativas de actores locales.
- Tranquilidad y seguridad.

- Reacondicionamiento y puesta en valor de determinados lugares públicos.
- Interés por parte de actores locales y fomento para el desarrollo de actividades turísticas en la localidad.
- Conservación de tradiciones y saberes de los primeros pobladores.
- Ubicación estratégica de los establecimientos productores de olivo en la localidad.
- Importante iniciativa de actores locales para fomentar la producción olivícola y turística en la localidad y la zona.
- Valorización y fomento de la producción artesanal.

DEBILIDADES:

- Carencia de servicios de alojamiento y restauración.
- Escasa señalización turística.
- Escasa oferta turística.
- Estado rugular de la Ruta Provincia Nº 51.
- Inexperiencia de la población local con lo que respecta a la oferta de servicios turísticos y atención al turista.
- Falta de conciencia turística local.
- Inexistencia de una imagen de marca local.

ANALISIS EXTERNO

OPORTUNIDADES

- Existencia de programas del gobierno provincial destinados al fomento de la actividad turística en pueblos rurales.
- Incentivo por parte del Estado Nacional para el desarrollo del turismo.
- La ciudad de Bahía Blanca es uno de los destinos principales de turismo urbano y de reuniones.
- Demanda creciente de actividades relacionadas con la naturaleza y el ámbito rural.
- Aumento de la modalidad de “miniturismo”.
- Fragmentación de las vacaciones.
- Promoción de productos turisticos a través de Internet y medios digitales.

AMENAZAS:

- Competencia directa de localidades con mayor trayectoria en la actividad turística en general (Saldungaray, Sierra de la Ventana) y en relación a la producción olivícola como es el caso de Dorrego y Monte Hermoso en particular.
- El producto turístico “olivo” se encuentra ya desarrollado en la región.
- Crisis económica.
- Aumento de exigencias de la demanda en relación a la calidad de los servicios ofrecidos.

Capítulo 5: Propuestas y reflexiones finales

5.1. Programas y Proyectos

A partir del diagnóstico realizado, se propone la diagramación de una Ruta Turística. Para su diseño se debe tener en cuenta ofrecer a quienes la recorren una serie de actividades placenteras relacionadas con los elementos distintivos de la misma. Está conectara las cuatro Establecimientos productores de olivo de la localidad de Cabildo, que poseen recursos para satisfacer a la demanda y así insertarse en el conjunto de destinos turísticos del Sudoeste de la Provincia de Buenos Aires que ofrecen actividades rurales relacionadas con el mundo y la cultura del olivo.

La población de Cabildo se convierte en un factor clave para el desarrollo y éxito de las propuestas, ya que, al ser incluidos en las mismas como organizadores, productores y oferentes de servicios, permiten que los beneficios derivados de la actividad permanezcan en el pueblo y contribuyan a su desarrollo.

A continuación, se desarrollará la ruta turística, siguiendo con la metodología citada y utilizada anteriormente, además se expondrán diferentes propuestas con el fin de cumplir con el objetivo propuesto del trabajo.

Programa 1: Ruta Gastronómica por producto

Descripción:

-Denominación de la Ruta:

La ruta propuesta se fundamenta en el proceso de elaboración de aceite de oliva en la localidad de Cabildo, el producto turístico se basa en la vivencia que el turista experimentara al conocer las técnicas de producción de aceite, el disfrute de los atractivos de la localidad y la degustación de la gastronomía local.

Dado que los cuatro Establecimientos tienen como principal temática el olivo, se trató de destacar esa característica particular de cada una para que el nombre con el que se identifique la ruta, sea representativo para las cuatro áreas. De este modo la denominación propuesta es: "*Ruta Olivícola Gastronómica: Cabildo entre Olivares e Historia*"

- Objetivos:

Diseñar una ruta gastronómica asociada al olivo y al aceite de oliva, promoviendo a la localidad de Cabildo como área de desarrollo ligada a esta temática.

Objetivos Específicos:

- Diversificar la oferta turística de la localidad de Cabildo, a partir de la ceración de nuevas propuestas para los diversos públicos objetivos de la ruta.
- Promover una mayor interacción entre los sectores públicos y privados y fortalecer su relación para posicionar esta modalidad en la localidad.
- Poner en valor la cultura del olivo en la zona
- Servir como base para el desarrollo de futuras acciones de planificación en materia de turismo.

- Actores Involucrados:

Este aspecto hace referencia a los organismos públicos y privados que deberán aportar al desarrollo y puesta en valor de la ruta, a partir de la creación de valor agregado y desarrollo de proyectos asociados. Para este fin, se plantea que la ruta debería contar con una estructura propia, para una mejor organización estratégica, se propone un ente que reúna el sector privado con el público; el sector privado en este caso está conformado por la Cooperativa Olivícola Patagonia Cabildo Ltd. que reúne a los productores olivícolas y el sector público se encuentra constituido por representantes de la Delegación de la localidad de Cabildo, representantes del Área de Turismo del Municipio de Bahía Blanca, y representantes de la Universidad Nacional del Sur, con la finalidad de garantizar la participación y la acción conjunta para el desarrollo de la ruta.

-Recursos Involucrados:

En siguiente punto se exponen los recursos turísticos que se transforman en el núcleo de atracción de la ruta, sin los cuales esta no podría desarrollarse y que se constituyen en la motivación para el turista. En este caso los recursos son los cuatro Establecimientos productores de olivo de la localidad de Cabildo anteriormente expuestos.

- Actividades Propuestas:

En el siguiente apartado se exponen las actividades que se desarrollaran en cada recurso anteriormente presentado**.**

- "*Villa Magdalena":* caminatas/ senderismo, acontecimientos programados, paseos interpretativos, participación en charlas informativas, actividades rurales, actividades culturales, safaris fotográficos.
- "*Los Pinos":* caminatas/ senderismo, cicloturismo, paseos interpretativos, avistaje de fauna y flora, actividades rurales, safaris fotográficos.
- "*María Teresa":* caminatas/ senderismo, cicloturismo, paseos interpretativos, avistaje de fauna y flora, participación en charlas informativas, actividades rurales, actividades culturales, acontecimientos programados.
- "*Olivos del Napostá":* caminatas/ senderismo, paseos interpretativos, avistaje de fauna y flora, participación en charlas informativas, cicloturismo, acontecimientos programados, actividades rurales, actividades culturales.

- Restricciones Actuales:

Este apartado corresponde a los impedimentos para la implementación de la ruta, según cada recurso asociado. Estas condiciones impedirían la correcta implementación de la Ruta, por lo que se transforman en las limitaciones para su desarrollo.

- "*Villa Magdalena":* Actualmente en la casa se están realizando tareas de remodelación y mejora, por lo tanto, no se encuentra preparada para recibir turistas.
- "*Los Pinos*": No cuenta con equipamiento e infraestructura para recibir turistas, solo puede ser utilizada para realizar actividades recreativas de corta duración.
- "*María Teresa":* No se encuentra en condiciones para la recepción de turistas, ya que la casa es utilizada por los dueños los fines de semana, y posee poca mantención, equipamiento e instalaciones turísticas.
- "*Olivos del Napostá":* El acceso al establecimiento se encuentra en regular estado, y se dificulta el paso con las crecidas del Arroyo Napostá Chico, además la casa está siendo remodelada para futura utilización turística, ya que no cuenta con el equipamiento e infraestructura adecuada.

- Acciones para la puesta en valor:

En el siguiente punto se exponen las acciones que se proponen para superar las limitaciones actuales para el uso turístico de los recursos, y por ende la implementación de la ruta.

En este caso, los establecimientos no se encuentran abiertas al público, ya que las mismas se encuentran en proceso de remodelación y acondicionamiento para la futura apertura.

Se considera que para el buen funcionamiento de la Ruta es necesario finalizar las remodelaciones de las Establecimientos, acondicionamiento del casco de las mismas, realizar programas de comercialización y promoción de la ruta, señalización turística, definición y organización por parte de los propietarios de las actividades a realizar y servicios que ofrecer, entre otras acciones que permitan la apertura al turista de la Ruta**.**

- Responsable Directo:

Este punto, se establece la persona o institución que debiese hacerse responsable del buen funcionamiento y la puesta en valor de los establecimientos y de la Ruta en su conjunto.

Dado que la ruta actualmente no se encontraría en funcionamiento, y solo se está trabajando para tal fin, aún no contaría con el responsable de la puesta en valor de la misma.

Itinerario

El itinerario de la *"Ruta Olivícola Gastronómica: Cabildo entre Olivares e Historia",* se desarrollará sobre la base de la Ruta Provincial Nº 51, que atraviesa de Norte a Sur la Provincia de Buenos Aires.

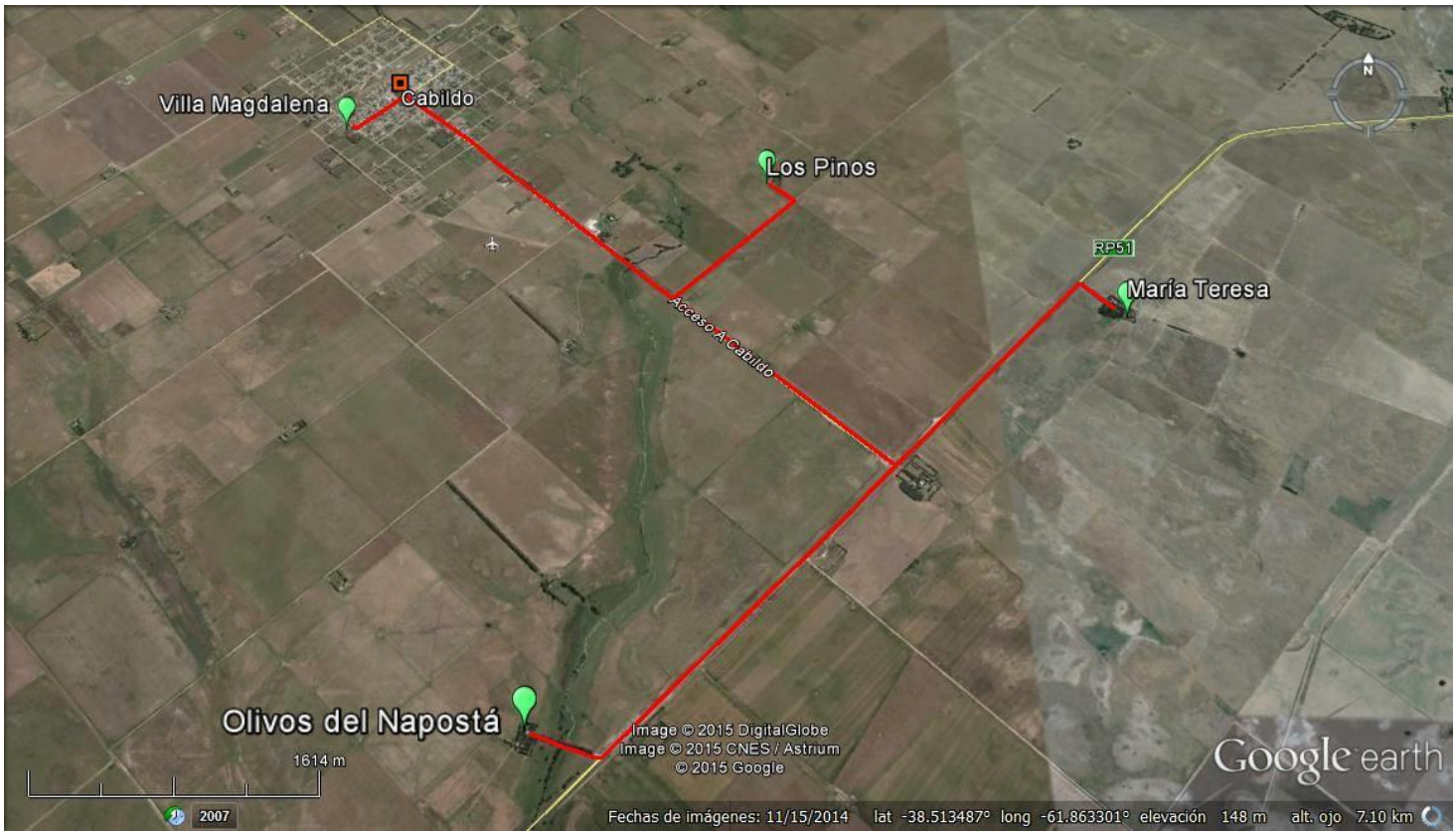
El itinerario propuesto tiene una duración de 9 horas en automóvil particular, pudiéndose fragmentar, el mismo está programado para los meses estivales, teniendo en cuenta las posibilidades y limitaciones con la que cuenta actualmente la Ruta, se visitaría los cuatro Establecimientos contemplados, además, de otros recursos complementarios.

- ✓ **10:00 hs.: Recepción y bienvenida de los turistas a "Olivos del Napostá", posterior visita guiada por el casco de la Estancia, y luego por el área de plantación de Olivos.**
- ✓ **12:00 hs.: Almuerzo con productos artesanales locales. Descanso a la vera del Arroyo Napostá Chico. Tiempo Libre.**
- ✓ **15:30 hs.: Traslado de los turistas al establecimiento "María Teresa", visita guiada y charla informativa por el Parque de Olivos centenarios, por la frondosa arboleda y frutales, y por el casco del establecimiento.**

- ✓ **17:00 hs.: Ingreso a la localidad de Cabildo, y posterior visita a "Los Pinos", allí se brindará una charla informativa sobre la variedad y características de Olivos locales, posterior visita a la localidad.**
- ✓ **18:00 hs.: Arribo a la casa quinta "Villa Magdalena", se le brindara una merienda campestre con productos locales y artesanales. Recorrido y visita guiada por los Olivos añejos disfrutando del atardecer, el parque y el chalet de estilo inglés. Charla informativa sobre los beneficios del consumo de aceite de oliva y cata de la misma.**
- ✓ **Fin de los servicios.**

Figura 20

Localización de la Ruta del Olivo en la Localidad de Cabildo



Fuente: Farabolini, 2015 sobre la base de Google Earth, 2015

5.2. Matriz de evaluación turística de la Ruta

Como se expresó en el inicio de esta investigación, se utilizará la matriz de evaluación turística de rutas establecida por la Consultora Desarrollo Turístico Sostenible (DTS), LTDA. en el marco del proyecto de "Identificación y Puesta en Valor de Rutas Turísticas para La Región De Coquimbo", encomendada por el Servicio Nacional de Turismo de la Región de Coquimbo (Chile).

Con el fin de evaluar la Ruta propuesta y poder establecer sus posibilidades de materialización, se propuso esta Matriz de Evaluación que constituye un instrumento de filtro y selección para determinar, a partir de sus resultados, conocer y definir sus características, diseñar sus componentes y factores de éxito para una adecuada consolidación en el mercado turístico.

La matriz ha sido ideada en base a seis indicadores que miden la aptitud turística de la ruta para consolidarse como una oferta sólida y atractiva, de categoría media y media alta, que pueda satisfacer las necesidades de segmentos específicos del mercado. A su vez, cada sub indicador puede ser medido de acuerdo a seis categorías valorizadas de 5 a 0 (Anexo Nº 4- Tabla Nº III)

La ruta fue evaluada de acuerdo a los sub indicadores (Anexo Nº 4) antes descriptos, para lo cual se formuló un Manual de Interpretación para una mejor interpretación de los mismos y que establece las condiciones y requisitos particulares que debe cumplir cada una de las seis categorías reconocidas por sub indicador, para asignar el puntaje correspondiente. Cada indicador obtiene un puntaje equivalente a la suma de sus sub indicadores, y todos ellos determinan el puntaje que alcanza la Ruta, en este proceso de evaluación.

5.2.1. Análisis de los resultados

A continuación, se expondrá la correspondiente interpretación de los resultados alcanzados por cada Indicador, como consecuencia de la aplicación de la Matriz de Evaluación de Rutas Turísticas (Tabla II)**:**

1. Evaluación de la Competitividad de la Ruta:

La evaluación de competitividad alcanzo 9 puntos sobre el resultado ideal de 20 puntos, se puede observar que la ruta posee un nivel de singularidad medio ya que la temática del

olivo, se localiza desarrollado turísticamente solamente en un destino dentro de la región y a nivel nacional en dos provincias específicamente. Con lo que respecta a la concentración de recursos, la ruta presenta una buena disponibilidad de los mismos en toda su extensión, ya que se localizan atractivos relacionados a la temática que pueden ser puestos en valor.

Los sub- indicadores "jerarquía" e "interpretación" fueron los que alcanzaron el menor valor, debido a que la calidad que poseen los recursos de la ruta y recursos complementarios a la misma son de escasa jerarquía por lo que solo capta la demanda a nivel regional y regional cercano, además se observa una importante falta de información localizada que permita conocer el tipo de atractivos que se ofrecen.

2. Evaluación de la Posibilidad de Explotación de las Rutas Turísticas:

Este indicador evidencia las fortalezas que la ruta tiene para su explotación, considerando su temporalidad, relacionado con los períodos de uso anuales, su estacionalidad y su utilización semanal. Su evaluación alcanzó un puntaje de 8 puntos, siendo el valor deseado de 15 puntos.

Los Sub-indicadores "temporalidad" y "utilización semanal" fueron los que alcanzaron menor valor de la evaluación, ya que la ruta no posee servicios de restauración o alojamiento para ofrecer al turista para que el mismo pueda visitar por un periodo de tiempo más extenso que los fines de semana, y solo poder disfrutarla en las horas de sol para realizar actividades recreativas y de esparcimiento en los atractivos naturales y culturales de la misma. Con respecto a la estacionalidad, la ruta puede ser utilizada turísticamente todo el año ya que los recursos están disponibles para el uso público a través de actividades recreativas y eventos programados.

3. Evaluación de la Sostenibilidad Ambiental de las Rutas Turísticas:

La sostenibilidad ambiental se relaciona con la evaluación de los niveles de deterioro que presenta la ruta, en este caso se obtuvo un resultado de 6 puntos, sobre un puntaje ideal de 10 puntos. Se puede observar que la ruta posee un óptimo nivel de conservación ya que no posee alteraciones o modificaciones graves que perjudiquen a los recursos naturales afines. En relación con el nivel de deterioro visual si se encuentra deteriorado ya que la ruta generalmente se encuentra desprolija y su condición no es la adecuada tal es el caso de la presencia en las banquinas de malezas abundantes en temporada estival.

4. Evaluación de la Conectividad de las Rutas Turísticas al Sistema Turístico Regional:

Este indicador alcanzó un puntaje de 15 puntos, en el mismo se evalúa la posibilidad de integración de la ruta con el resto de sistema turístico regional. Con respecto al tiempo de desplazamiento desde el centro receptor o emisor regional, la ruta se ubica entre ½ y 1 horas del centro receptor regional más cercano, en este caso los centros receptores o emisores serían la ciudad de Bahía Blanca, la Comarca de Sierras de la Ventana y Monte Hermoso. La calidad de la ruta es buena ya que se encuentra totalmente pavimentada y se realizan esporádicamente obras de mantención.

Se destaca en esta evaluación el puntaje obtenido en el sub-indicador "demanda del mercado receptor regional", ya que se obtuvo el puntaje ideal de esta evaluación, se establece que la ruta posee un mercado receptor regional que recibe durante todo el año todo tipo de turistas, nacionales y extranjeros, tal es el ejemplo de la ciudad de Bahía Blanca y los destinos turísticos de jerarquía regional que reciben durante todo el año turistas que viajan por distintos motivos a estos centros. A esto debe sumarse la buena posibilidad de encadenamiento que posee la ruta con los antes mencionados mercados emisores regionales. La obtención de estos resultados establece mayores posibilidades de integración con el sistema turístico regional y, por lo tanto, mayor factibilidad de incorporarse como oferta al mercado regional.

5. Evaluación de las Competencias Laborales de las Rutas Turísticas:

En relación a este factor, que considera los niveles de calificación de directivos y empresarios y del personal de contacto y su aptitud para atender turistas, la misma alcanzo un puntaje de 12 puntos sobre un puntaje ideal de 15, se considera que tanto los dueños de los emprendimientos, como el personal de contacto poseen una buena aptitud y calificación para administrar y organizar sus establecimientos, y además para brindar servicios de calidad a los futuros visitantes.

6. Evaluación de la Infraestructura y Equipamiento de las Rutas Turísticas:

Los sub indicadores que lograron mayor puntaje fueron "Redes de Infraestructura Básica" y "Calidad de la Vía en la Ruta", alcanzaron los 4 puntos respectivamente, ya que se considera que la localidad y las zonas rurales poseen una buena dotación de redes de infraestructura en toda su extensión y las vías de acceso a la ruta se encuentran

pavimentadas y en regular estado. En contraposición a estos resultados, se observan importantes falencias en lo que respecta a servicios básicos y equipamiento turístico**,** obteniendo un puntaje más bajo de las categorías.

5.2.2. Resultado final de la Evaluación de la ruta

La evaluación final de Ruta alcanzó un valor de 60 puntos, siendo 100 puntos el puntaje máximo que podía alcanzar la ruta. (Anexo Nº 4-Tabla Nº 4). De acuerdo a los resultados alcanzados en este proceso y conforme a los puntajes que refleja la Matriz, se considera de "Jerarquía Media", es decir que por sí sola es capaz de captar demanda del mercado regional y/o desde las regiones vecinas, además de turistas nacionales y extranjeros que llegan a la zona por otros motivos.

Tabla II

Matriz de evaluación de Ruta Turística

INDICADORES/ RUTA	RUTA DEL OLIVO	
I. Competitividad	Resultado ideal	Resultado obtenido
1. Singularidad de la Ruta	5	3
2. Jerarquía de la Ruta	5	2
3. Concentración de atractivos afines	5	4
4. Interpretación Turística	5	0
Sub-total	20	9
II.Posibilidad de Explotación		
1. Temporalidad	5	1
2. Estacionalidad	5	5
3. Utilización Semanal	5	2
Sub-total	15	8
III. Sostenibilidad Ambiental		
1. Nivel de deterioro ambiental	5	4
2. Nivel de deterioro visual	5	2
Sub-total	10	6
IV. Conectividad de la Ruta al sistema turístico		
1. Tiempo de desplazamiento desde el Centro receptor regional	5	3
2. Calidad y estado de mantención de las vías de acceso	5	4
3. Demanda del mercado receptor regional	5	4
4. Inserción a la oferta turística regional	5	4
Sub-total	20	15
V. Evaluación de las competencias laborales		

1. Calificación de Empresarios y directivos	5	4
2. Calificación del personal de contacto	5	4
3. Aptitud del personal de contactos	5	4
Sub-total	15	12
VI. Evaluación de la Infraestructura y Equipamiento		
1. Redes de Infraestructura básica	5	4
2. Servicios Básicos	5	2
3.Equipamiento Turístico	5	0
4. Calidad y mantenimiento de la vía de la Ruta	5	4
Sub-total	20	10
TOTAL	100	60

Fuente: Farabolini Victoria, 2015

Programa 2: Difusión y comercialización

- Proyecto A: Señalética turística

La señalización, es uno de los elementos fundamentales de los circuitos y rutas turísticas, ya que es a través de ellos el turista ubica con mayor facilidad los atractivos que desea visitar, las experiencias a conocer o simplemente los servicios y planta turística que oferta el destino visitado.

El proyecto consiste en dotar a los atractivos turísticos culturales y naturales de señalización turística indicativa e informativa. La misma consistirá en cartelería en diferentes puntos de la localidad de Cabildo y en los cuatro Establecimientos propuestos (Los Pinos, María Teresa, Olivos Del Napostá y Villa Magdalena), de modo que el visitante pueda ubicar los atractivos con facilidad.

Además, se añadirán referencias históricas en los principales atractivos, los cuales informarán el año de creación, características generales, uso actual.

Objetivo: Dada la falta y deficiente señalización de los Establecimientos y de los recursos complementarios a la ruta, se propone el proyecto para mejorar la orientación de los futuros turistas, y además favorecen la interpretación de cada recurso.

Destinatarios: Visitantes.

Temporalización: Todo el año.

- **Proyecto B**: Promoción y difusión

El proyecto consiste en la creación de un sitio web oficial de promoción turística sobre los productos turísticos ofrecidos en los Establecimientos establecidos, además fomentando la difusión de los atractivos locales de Cabildo, como así también, un perfil en las redes sociales de Facebook y Twitter; además enviar a futuros contactos newsletter, con el fin de comunicar promociones, lanzamientos, entre otras noticias para mejorar el sistema de comunicación de la Ruta. Los sitios web incluirán fotografías y videos del lugar, información sobre la olivicultura local, noticias, productos ofrecidos a turista y de los eventos programados que se realizan. El manejo y control lo llevará a cabo el grupo de emprendedores olivícola de la localidad.

La promoción online puede estar apoyada con el diseño de folletería informativa disponible en las distintas oficinas de informes turísticos de la ciudad de Bahía Blanca, en los respectivos establecimientos, en diversos eventos, en la delegación local, y en los comercios de la localidad. El material gráfico debe indicar las diferentes propuestas que ofrecen la ruta y las actividades que se pueden desarrollar en la misma.

Objetivo: Debido al escaso conocimiento que posee la producción olivícola en la localidad de Cabildo y además sus recursos complementarios se propone promocionar y difundir la Ruta del Olivo en la localidad a través de páginas webs, redes sociales y folletería, las mismas se consideran de gran utilidad ya que representa una interesante oportunidad para mejorar la competitividad y crear relaciones cada vez más cercanas con los turistas potenciales, que en conjunto con una disciplinada promoción podría resultar en el incremento del flujo turístico de la región.

Destinatarios: residentes y turistas regionales

Temporalización: Todo el año.

-Proyecto C: Posicionamiento en eventos turísticos y gastronómicos.

El proyecto busca la participación de la Ruta del Olivo y de la Cooperativa Olivícola Patagonia Cabildo Ltd. en ferias, eventos, muestras de carácter local, regional y nacional especializados en turismo, producción y en gastronomía. A nivel local, se tendrá presencia en eventos sociales y deportivos de la localidad de Cabildo y de la ciudad de Bahía Blanca, stand en ferias como es el caso de la FISA y la exposición rural de Villa Bordeu.

Objetivo: Posicionar a las Establecimientos y la Ruta en eventos turísticos y gastronómicos.

Destinatarios: turistas locales, regionales y nacionales

Temporización: participación anual.

-Proyecto D: Proyecto de definición de una imagen marca.

Blain *et al*. (Folgado Fernández, José Antonio, Oliveira Duarte, Paulo Alexandre *et al*. 2005: 337) aportan una definición de la imagen de destino como conjunto de diferentes acciones de marketing encaminadas a:

- Ayudar a la creación de un nombre junto a su logotipo y marca propia, que lo identifique y distinga claramente de otros destinos.

- Crear un conjunto de expectativas favorables ante una experiencia de viaje única.

- Consolidar y perdurar la unión emocional entre el turista y el destino.

- Centrar la búsqueda de consumidores potenciales, disminuyendo costes y aumentando la rentabilidad de las acciones de marketing.

De esta manera, la definición de una imagen marca es prioritaria a los objetivos de este trabajo, ya que proporciona el perfil ideal por la cual la localidad de Cabildo y su zona rural quiere ser mostrado ante la demanda de turismo rural y olivícola. La misma debe ser consensuada con los dueños de los emprendimientos que integran la Ruta y la población local, buscando una imagen que los identifique, y que identifique la zona de influencia de la localidad de Cabildo. Se propone la realización de talleres participativos, los mismos deben estar a cargo de un profesional del área de Comercialización del Municipio de Bahía Blanca o Cámaras de Comercio

Objetivo: Lograr posicionar la Ruta del Olivo en el mercado regional y nacional, a través de su característica diferenciadora.

Destinatarios: residentes locales.

Temporización: Todo el año.

Programa 3: Circuitos Turísticos

A continuación, se expondrán diferentes opciones de circuitos ideados con el fin de diversificar y mejorar la oferta turística actual utilizando las potencialidades de cada establecimiento y los recursos complementarios que no son explotados en la actualidad.

-Proyecto A: "*Vía Oliva*", circuito turístico natural en bicicleta y a pie.

Este proyecto incluye el diseño de un circuito turístico natural. Dicho circuito tendrá comienzo en la plantación de olivo "Villa Magdalena", desde allí se trazara un sendero por la localidad de Cabildo y por caminos vecinales con el fin de realizar un circuito auto-guiado en bicicleta o a pie, por la producción y alrededores, donde se podrá llegar hasta el Arroyo Napostá Chico y la plantación "Los Pinos", recorrer la plantación de olivos en su totalidad, poder obtener una vista panorámica de las Sierras y recorrer la localidad, conociendo sus principales atractivos culturales y naturales.

El proyecto consiste, además, en la instalación de un puesto de alquiler de bicicletas para visitantes como para la población local que desea realizar el paseo. El alquiler de las bicicletas será por hora o por medio día, y contarán con un GPS para la localización.

A través de esta actividad se podrá generar una alternativa saludable para recorrer los espacios de la producción y la localidad. El circuito está destinado a visitantes y población local, que practican el cicloturismo o senderismo, los cuales disfruten las actividades al aire libre.

Objetivo: contribuir al cuidado del medio ambiente y desarrollar una actividad saludable.

Destinatario: jóvenes o adultos, residentes y visitantes que disfruten las actividades al aire libre.

Temporalización: El mismo se podrá practicar todo el año, teniendo en cuenta el estado del tiempo y los caminos.

- Proyecto B: Circuito turístico natural *"Olivos del Napostá"*

El circuito consiste en un recorrido por la Estancia "Olivos del Napostá", donde se pueden visitar olivos antiguos y la joven plantación, la costa del arroyo, escuchar el sonido de la cascada, recorrer el parque de la estancia conociendo los secretos de los olivos locales.

Se propone un circuito a pie, para poder apreciar cada lugar de la estancia y la frondosa vegetación.

El recorrido se iniciará en el casco del establecimiento donde el guía encargado del recorrido, explicará y enseñará a los visitantes la historia y de la plantación de olivos, explicando las características del entorno, el ciclo de vida del olivo, proceso de maduración, método de recolección, la variedad e importancia de la plantación y del consumo del aceite de oliva para la salud.

El recorrido se realizará de mañana o por el atardecer para poder disfrutar el paisaje que brinda el entorno natural.

Objetivo: puesta en valor del patrimonio local a través de un circuito guiado y difundir sobre la importancia y características del aceite de oliva y sus beneficios.

Destinatarios: El circuito está destinado a residentes y visitantes.

Temporalización: Se realizará todos los días del año teniendo en cuenta el estado del tiempo y los caminos.

- **Proyecto C**: "*De Cabildo al Vaticano",* Circuito turístico Histórico- Cultural y Natural

El proyecto consiste en un recorrido por la más antigua plantación de olivos de la localidad de Cabildo. Se localiza en el Establecimiento "María Teresa", la importancia de este circuito se debe a que allí se encuentra un olivar casi centenario en el cual se desarrolló un trabajo de puesta en valor. Se multiplicó uno de esos árboles para que el Papa Francisco, en el mes de abril del 2014, los plantara como un signo por la paz en el mundo en su peregrinación a Tierra Santa, la misma fue llevada a cabo entre el 24 y el 26 de mayo del 2014.

Se propone un recorrido acompañado por un guía encargado por la plantación, le permitirá al visitante conocer los secretos del olivo centenario, variedad única en la zona, tener conocimiento del proceso que se llevó a cabo para enviar los olivos al Papa Francisco, y la historia de la Estancia, recorrer la plantación en su totalidad, y disfrutar de la armonía y paz que trasmite el parque de olivos.

Objetivo: puesta en valor del patrimonio local a través de un circuito guiado.

Destinatario: Visitantes y población local.

Temporalización: El circuito durará una jornada y se realizará por la mañana y al atardecer, para contemplar el paisaje.

- Proyecto D: "*Noches de luna llena por los Olivares*"**,** Circuito turístico Natural e Histórico Cultural.

El proyecto tiene como principal objetivo, recorrer las cuatro producciones de olivares en su conjunto, las noches de verano de luna llena, en donde cada Estancia le brindará al visitante su encanto único. A través de una visita guiada los turistas podrán disfrutar del paisaje sublime que brinda las noches de luna llena a través de los olivares, se podrá caminar por los olivos experimentando únicas sensaciones olfativas proporcionadas por el aroma que emana el olivo. Además se podrán disfrutar de leyendas e historias relacionadas con el olivo; se realizara dentro de las establecimientos a pie y luego se trasladara a los visitantes en automóvil por cada estación, el punto de comienzo será la estancia Olivos del Napostá y finalización será la casa quinta Villa Magdalena donde el visitante una vez finalizado el recorrido podrá participar de degustación y cata del aceite de oliva y una tabla de picada artesanal elaborada con productos locales.

Objetivo: Poner en valor los recursos turísticos locales naturales y culturales.

Destinatarios: Visitantes y Población local.

Temporalización: Temporada estival, los fines de semana, teniendo en cuenta el estado del tiempo y los caminos.

Programa 4: Capacitación de recursos humanos

Dada la falta de conciencia turística por parte de la población local, se considera apropiado y necesario la capacitación y perfeccionamiento de los actores locales para mejorar la atención y el servicio brindado al turista.

- Proyecto A: Concientización y perfeccionamiento de la población local en atención al turista.

El proyecto tendrá como finalidad que la población local que estará en contacto con el visitante lo informe y le brinde todo servicio que requiera, bajo estándares de calidad y cordialidad que mejoren la experiencia del turista y, por ende, la imagen de la localidad. Tiene como finalidad proporcionar a los empresarios locales gastronómicos y dueños de

quioscos, proveedurías, panaderías, las herramientas y conocimientos necesarios para brindar a los visitantes de manera correcta los servicios que ellos solicitan. Se propone talleres y charlas llevados a cabo por especialistas de la temática que puedan ayudar con el proyecto mencionado.

Objetivo: capacitación de la población local para brindar una atención personalizada al turista.

Destinatarios: población local.

Duración: implementación continua, brindando capacitación permanente.

Programa 5: Desarrollo y mejora de equipamiento turístico

Debido a la falta y escases de equipamiento turístico de calidad para recibir a los turistas, se considera prioritario inversiones locales en lo que respecta Alojamiento y Restauración, para ofrecerles a las visitantes experiencias de calidad y diversificar la oferta de la Ruta.

- **Proyecto A**: Alojamiento en Olivos del Napostá y Villa Magdalena

En el marco del proyecto que pretende desarrollar los dueños de los emprendimientos nombrados, se propone la construcción de cabañas rusticas utilizando los parques que ambos establecimientos poseen, a fin de alojar huéspedes que quieran vivir la experiencia de pernoctar en el espacio rural.

El proyecto contempla construir tres cabañas rusticas en “Olivos del Napostá”, con capacidad para dos, cuatro y seis personas respectivamente, y en “Villa Magdalena” una cabaña con capacidad para cuatro personas, las mismas contarían con baño privado y un pequeño kichenet.

El servicio incluirá además del alojamiento, la posibilidad de desayunar y comer en los establecimientos. Asimismo, estarán incluidas las actividades en el campo. Como servicios opcionales se ofrecerán visitas a olivícolas o a fincas frutícolas, cabalgatas, paseos en bicicleta.

Objetivo: desarrollar y prestar el servicio de alojamiento en “Olivos del Napostá” y “Villa Magdalena”.

Destinatarios: visitantes regionales, nacionales e internacionales que deseen alojarse.

Duración: Teniendo en cuenta a lo consultado a Duelle Construcciones (empresa familiar local) es un proyecto que implicará por lo menos 6/9 meses de construcción y acondicionamiento del alojamiento.

- **Proyecto B**: Restó de Campo

Se propone la creación de un restó de campo en la Estancia "Olivares del Napostá", refaccionando la casa actual que posee la estancia. Se utilizaría la sala principal para la ubicación de las mesas, el restó estará caracterizado en relación al entorno campestre, tendrá una capacidad aproximada para 20 personas. Los platos serán a base de aceite de oliva, donde se brinda al turista la posibilidad de cata del aceite producido, y poder adquirir alguno de los productos realizados, degustar tablas de picada realizadas en la localidad de Cabildo con jamones ahumados, salamines, fiambres, quesos artesanales. Además de disfrutar postres caseros en base de aceite de oliva. El turista podrá también disfrutar de una merienda, con té y otras infusiones con tortas y postres caseros.

Objetivo: Poner en valor y fomentar la gastronomía local.

Destinatarios: Visitantes y Población local.

Temporalización: fines de semana y feriados anuales.

Programa 6: Evento programado

-Proyecto A: "Fiesta regional de la Dieta Mediterránea en la localidad de Cabildo"

La Dieta Mediterránea, considerada Patrimonio Inmaterial de la Humanidad por la UNESCO, comprende un conjunto de conocimientos, competencias, prácticas, rituales, tradiciones y símbolos relacionados con los cultivos y cosechas agrícolas, la pesca y la cría de animales, y también con la forma de conservar, transformar, cocinar, compartir y consumir los alimentos, de los países de la cuenca mediterránea.

Es por esto que debido a la gran influencia que posee esta cultura en la región se consideró la organización de una fiesta regional, la misma pondrá en valor la "Dieta Mediterránea", la cual incluye los alimentos que se producen tanto en la localidad como en la región, tal es el caso del aceite de oliva, quesos, frutos secos, aromáticas, pesca, cosecha de cereales, etc.

La fiesta se llevará a cabo a principios del mes de abril, aprovechando la época de cosecha del olivo y la posterior obtención de aceite de oliva. Será cede de la misma la localidad de Cabildo, utilizando el Salón de la Sociedad Italiana, El Prado Español, La Plaza de Mayo y las instalaciones de la Estación del Ferrocarril. Además, se realizarán diferentes actividades recreativas en las Establecimientos.

Constará de un acto inaugural, desfile de instituciones, almuerzo y cena - shows con gastronomía típica de la "Dieta Mediterránea", se realizarán ferias y expo de emprendedores y artesanos locales y regionales en la Plaza de Mayo, bailes típicos y elección de la Reina de la Dieta Mediterránea, eventos programados, etc.

Objetivo: promocionar y difundir la producción olivícola y la gastronomía artesanal en la localidad de Cabildo.

Destinatarios: público general.

Duración: un fin de semana al año.

5.2. Conclusión

Este trabajo expresa las posibilidades que puede brindar el turismo en espacios rurales como una oportunidad de desarrollo de productos innovadores entre los cuales el "Oleoturismo", adquiere una importancia singular y además es una forma de poner en valor recursos no aprovechados. Conjuntamente se trasforma en una herramienta que colabora con el desarrollo de los pueblos rurales a través de la diversificación de su economía.

Con los resultados obtenidos en las encuestas realizadas y la correspondiente metodología utilizada en el desarrollo del trabajo se ha podido corroborar la hipótesis de investigación que planteaba que los Establecimientos rurales de la localidad de Cabildo y sus recursos complementarios locales permiten implementar la Ruta Gastronómica Turística centrada en la modalidad "Oleoturistica", si bien las falencias son importantes y de importancia, se cree un resultado óptimo para la puesta en marcha de la misma.

Se consideran que los recursos con los que cuentan los Establecimientos productores de olivo relevados, los recursos complementarios locales y la historia y tradición de la localidad de Cabildo, poseen las virtudes necesarias para conformar y generar un nuevo producto turístico que sirva de incentivo para revitalizar la producción local. Si bien, se ha podido observar que los Establecimientos no están adecuadas para la recepción de turistas y que la oferta local posee importantes falencias, se cree necesario que, si se trabaja de manera coordinada entre los productores, emprendedores y organismos públicos se podrá llevar a cabo el proyecto y crecer como destino turístico regional con el tiempo.

Debido a que en la actualidad los Establecimientos se dedican principalmente a las actividades agrícolas-ganaderas tradicionales, la inserción del turismo rural y el desarrollo de un producto va a ser paulatino y a largo plazo, ya que se necesitan importantes inversiones para poder acondicionar las mismas. Asimismo, se considera que el "Oleoturismo" como producto turístico rural se visualiza como una oportunidad de diversificar la oferta y captar un segmento de mercado en crecimiento, capaz de brindar beneficios económicos en la localidad.

En este marco, las propuestas que se plantean en este trabajo son factibles de realizar. Para el desarrollo óptimo de las mismas se requieren ciertas mejoras en el área de equipamiento, infraestructura y servicios turísticos. Por lo tanto, no deben tomarse estas mejoras como un gasto sino una inversión y una posibilidad de crecimiento, diversificación productiva y desarrollo de nuevas fuentes de trabajo para los pobladores de la localidad.

Esta investigación propone nuevas iniciativas que aprovechen las fortalezas y oportunidades con las que cuenta Cabildo y su área rural y la demanda cada vez más significativa de Turismo Rural en la región, y que, además, que permitan el desarrollo de Cabildo como destino turístico rural, pudiendo así mejorar la calidad de vida de la población de la localidad y de su área de influencia.

5.3. Bibliografía

BARRERA, Ernesto. (1999). "Las Rutas Gastronómicas: una estrategia de desarrollo rural integrado". IV Seminario Internacional de Turismo rural del Cono Sur. Santiago de Chile. [En Línea] http://por.agro.uba.ar/sites/default/files/turismo/publicaciones/barrera/LAS_RUTAS_GASTRONOMICAS_1999.pdf

BARRERA, Ernesto y MUÑOZ, Roberto. (2003a). Manual de turismo rural para micro, pequeños y medianos empresarios rurales: Serie de instrumentos técnicos para la microempresa rural. Buenos Aires, PROMER. [En Línea] http://www.agro.uba.ar/catedras/turismo/mat_libre/biblio.htm

BARRERA, Ernesto. (2003b). "Las rutas alimentarias argentinas un aporte para la construcción de las rutas alimentarias americanas". Seminario sobre turismo rural y su contribución a la creación de empleo y a la conservación del patrimonio. Asunción, Paraguay. [En Línea] http://www.idestur.org.br/download/20080614181115.pdf

BARRERA, Ernesto. (2006). "Rutas Alimentarias: Estrategias culturales de desarrollo territorial". Cuadernos de Patrimonio Cultural y Turismo. CONACULTA, México, Nº 15. [En Línea] http://en.agro.uba.ar/users/barrera/publicaciones/rutas_alimentarias_estrategia_cultural_de_desarrollo_rural_2006.pdf

BARRERA, Ernesto. (2007). "Turismo Rural: Un agronegocio para el desarrollo de los territorios rurales". En VIEITES, Carlos M. (Ed.). *Agronegocios alternativos. Enfoque, importancia y bases para la generación de actividades agropecuarias no tradicionales*. Argentina: Editorial Sudamericana, Capítulo X. [En Línea] http://www.agro.uba.ar/sites/default/files/turismo/publicaciones/barrera/CAPITULO_TURISMO_RURAL_LIBRO_AGRONEGOCIOS_2006.pdf

BARRERA, Ernesto y BRINGAS ALVARADO, Olivia. (2008). "Las Rutas Alimentarias: Una arquitectura turística basada en la identidad de los alimentos". *Gastronomic Sciences*, Volumen 3, número 706, pp.1-11. [En Línea] http://por.agro.uba.ar/users/barrera/publicaciones/RUTAS%20ALIMENTARIAS.%20ARQUITECTURA%20TURISTICA.pdf

BERTHET, María Elsa, BERTHET, Nora María, DULSAN, Dora, GONZALEZ, Ana Laura, MARTINEZ, Anabela, PASQUALINI, Mónica, PERREZ DORADO, José, ZATTI, Ofelia, STRACK, Omar. (2003). *"Cabildo y su gente, vivencias de 100 años.* Buenos Aires: Cámara de diputados de la Provincia de Buenos Aires, t. I y II.

CANCLINI, Eunice. (2013). "Nuevos recursos turísticos recreativos: La localidad de cabildo como propuesta para la diversificación de la oferta turística cultural en el partido de Bahía Blanca" (Tesina). Bahía Blanca: Departamento de Geografía y Turismo, Universidad Nacional del Sur.

COMISION EUROPEA. (2010). "LIFE entre los olivos: Buenas prácticas para mejorar el comportamiento medioambiental del sector oleícola", Bélgica. [En Línea] http://ec.europa.eu/environment/life/publications/lifepublications/lifefocus/documents/oliveoil_es.pdf

CONSULTORA DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE (DTS) LTDA. (2007). "Identificación y Puesta en Valor de Rutas Turísticas para La Región De Coquimbo", encomendada por el Servicio Nacional de Turismo de la Región de Coquimbo (Chile). [En línea]http://astroturismochile.cl/wp-ontent/uploads/2015/01/Identificaci%C3%B3n-y-puesta-en-valor-de-rutas-tur%C3%ADsticas-para-la-Regi%C3%B3n-de-Coquimbo-2007-DTS-Consultores.pdf

DI PIERRO, María Valeria Noel. (2004). "El Agroturismo. Estudio sobre la oferta de los establecimientos agroturisticos en el área circundante a la Ciudad Autónoma de Buenos Aires" (Trabajo final Integrador). Buenos Aires: Escuela de Demografía y Turismo, Universidad Argentina John F. Kennedy. [En Línea] http://www.agro.uba.ar/sites/default/files/turismo/publicaciones/agroturismo.pdf

FERNANDEZ HERNANDEZ, Carlos. (2007). "El turismo Rural en el Desarrollo Local". En: GARCIA RODRIGUEZ, José León y RODRIGUEZ MARTIN, José Ángel (Ed.). *Teoría y práctica del desarrollo local en Canarias. Manual para agentes de Desarrollo Local y Rural*. Islas Canarias: Federación Canaria de Desarrollo Rural, pp.575-615. [En Línea] http://www.redcanariarural.org/?page_id=42

FOLGADO FERNÁNDEZ, José Antonio, OLIVEIRA DUARTE Paulo Alexandre *et al.* (2011). "Imagen del destino y marca turística: sinergias e implicaciones". Algarve: Book

of Proceedings, International Conference on Ttourism and Management Studies, vol. I. [En Línea] http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5018544

FORMIGA, Nidia y GÁRRIZ, Eduardo J. (2008). "Diez años de cambios en el mundo, en la geografía y en las ciencias sociales, 1999-2008". Barcelona: Universidad de Barcelona, X Coloquio Internacional de Geocrítica. [En Línea]http://www.ub.edu/geocrit/-xcol/256.htm

GARCÍA FERNÁNDEZ José Luis. (1999). "Características morfo-anatómicas, fisiológicas y bioquímicas de plantas jóvenes de olivo (*olea europaea l.*) obtenidas in vitro, en función de la fuente y concentración de nitrógeno" (Memoria). Sevilla: Instituto de Recursos Naturales y Agrobiología de Sevilla, Universidad de Sevilla. [En Línea] http://digital.csic.es/bitstream/10261/76640/1/Caracter%C3%ADsticas%20morfo-anat%C3%B3micas,%20fisiol%C3%B3gicas%20y%20bioqu%C3%ADmicas%20de%20plantas%20j%C3%B3venes%20de%20olivo.pdf

HERNÁNDEZ SAMPIERI, R, FERNÁNDEZ COLLADO, C.; BAPTISTA LUCIO, P. (1998). "Metodología de la Investigación". México: Editorial McGraw-Hill.

INDEC. Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas. 1991, 2001 y 2010. [En Línea] http://www.indec.mecon.gov.ar/

JUÁREZ SÁNCHEZ, José Pedro y RAMÍREZ VALVERDE, Benito. (2007). "El Turismo Rural como complemento al desarrollo territorial rural en zonas indígenas de México". *Scripta Nova*. Universidad de Barcelona: Vol. XI, núm. 236. [En Línea] http://www.ub.edu/geocrit/sn/sn-236.htm

LOPEZ GUZMAN, Tomas y JESUS, María Margarida. (2011). "Turismo, Cultura y Gastronomía. Una aproximación a las Rutas Culinarias". Encontros Científicos - Tourism & Management Studies, Vol. I, págs. 915-922. [En Línea] http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5018471

MANJÓN, Jonathan. (2013). "Análisis de rentabilidad privada de modelos representativos, puros y combinados, de producción olivícola y vitícola". Mendoza: Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de Cuyo. [En Línea] http://bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitales/5600/manjon-analisisrentabilidadprivadaproduccionolivicolayviticola.pdf

MARTÍN, María Cecilia. (1998). "Las transformaciones socioeconómicas y sus repercusiones en los núcleos urbanos de rango menor. Propuestas para el ordenamiento y la gestión participativa. Cabildo, partido de Bahía Blanca". Bahía Blanca: Departamento de Geografía y Turismo, Universidad Nacional del Sur.

MILLÁN VÁZQUEZ DE LA TORRE, María Genoveva, MORALES FERNÁNDEZ Emilio, AGUDO GUTIÉRREZ, Eva. (2010). "El oleoturismo como motor de desarrollo rural. La denominación de origen de Montoro-Adamuz". *Mundo Agrario*, Universidad Nacional de La Plata: Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. Centro de Estudios Histórico Rurales, vol. 11, nº 21. [En Línea] http://www.mundoagrario.unlp.edu.ar/article/view/v11n21a14/380

MILLÁN VÁZQUEZ DE LA TORRE, María Genoveva. (2011). "Las empresas alimentarias, nuevo motor del turismo industrial en la provincia de Córdoba. Análisis del perfil del turista". *ROTUR*. España: Universidad de da Coruña, Nº4, pp.89-116. [En Línea]
http://ruc.udc.es/bitstream/2183/10493/1/ROTUR%204%202011%20art%204.pdf

NUNES DOS SANTOS, Cristiane. (2007). "Somos lo que comemos: Identidad cultural, hábitos alimenticios y turismo. Buenos Aires*: Estudios y Perspectivas en turismo*, vol.16, nº2, pp. 234-242. [En Línea] http://www.scielo.org.ar/pdf/eypt/v16n2/v16n2a06.pdf

PICARDI, Marta Susana, OBIOL, Lucrecia, BOSTAL, Fernando. (2009). "La Olivicultura: un cluster incipiente en el Sudoeste Bonaerense". Bahía Blanca: Departamento de Encomia, Universidad Nacional del Sur. [En Línea]

http://www.oppad.uns.edu.ar/docs/trabajos/congresos/olivicultura-SOB.pdf

PICARDI, Marta Susana, OBIOL, Lucrecia, BOSTAL, Fernando. (2011). "La Olivicultura: una actividad innovadora en el Sudoeste Bonaerense". Bahía Blanca: Departamento de Economía, Universidad Nacional del Sur. [En Línea] http://www.oppad.uns.edu.ar/docs/trabajos/congresos/olivicultura.pdf

PICARDI, Marta Susana y OBIOL, Lucrecia. (2011). "Desarrollo territorial sostenible: la Olivicultura en el Sudoeste de Buenos Aires, Argentina". *Trayectorias.* Monterrey: Universidad Autónoma de Nuevo León, nº 32, pp.94-117. [En Línea] http://trayectorias.uanl.mx/32/pdf/5_picardi.pdf.

PICARDI, Marta Susana, OBIOL, Lucrecia, AGUIRRE, Mariano, VALLS, Leticia, LODOVSKIS, Vanesa, BOSTAL, Fernando. (2014). "El aceite de oliva argentino y un nuevo actor: el Sudoeste Bonaerense. Competitividad, rentabilidad, impacto ambiental". Bahía Blanca: Editorial de la Universidad Nacional del Sur.

POSADAS, Marcelo. (1999a). "El espacio rural, entre la producción y el consumo: algunas referencias para el caso argentino". *Eure.* Chile: Pontifica Universidad Católica de Chile, Vol.25, nº75, pp.63-76.

POSADAS, Marcelo. (1999b). "Desarrollo rural y desarrollo local: un estudio de caso en la Argentina" *Espacio Abierto*. Venezuela: Universidad del Zulia Maracaibo, vol. 8, nº 3, pp. 325-346.

RIVEROS, Hernando S. y BLANCO, Marvin M. (2003). "El Agroturismo, una alternativa para revalorizar la agroindustria rural como mecanismo de desarrollo local". Lima: IICA- PRODAR, pp.33.

RIVEROS, Hernando S. y BLANCO, Marvin M. (2004). "Las Rutas Alimentarias: una herramienta para valorizar productos de las agroindustrias rurales. El caso de la Ruta del Queso en Turrialba (Costa Rica)". México: Congreso Agroindustrial Rural y Territorio. [En Línea] http://www.agro.uba.ar/sites/default/files/turismo/publicaciones/rutasali_turrialba.pdf

RIVEROS, Hernando S. y BLANCO, Marvin M. (2010). "El agroturismo como diversificación de la actividad agropecuaria y agroindustrial". En: Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA), *Desarrollo de los agronegocios y la agroindustria rural en América Latina y el Caribe. Conceptos, instrumentos y proyectos de cooperación técnica*, pp.117-125.

ROMAN, Florencia y CICCOLELLA, Mariana. (2009). "Turismo Rural en Argentina. Concepto, situación y perspectivas. Buenos Aires: IICA.

ROMERO, Benigno N., SAADI, Liliam, JORRATTI, Marta y ANDRADA, Carlos. (2012). "Estudios morfológicos de variedades de olivo (*olea europaea l.*) del Valle Central de la Provincia de Catamarca. Provincia de Catamarca: Departamento de Biología. Facultad de Ciencias Agrarias, Universidad Nacional de Catamarca, vol.2, nº1. [En Línea] http://www.agrariasvirtual.com.ar/fca/rebea/2012-marzo/7-15-Romero.pdf.

SCHLUTER, Regina. (2006). “Turismo y Patrimonio gastronómico. Una perspectiva”. Buenos Aires: Centro de Investigaciones y estudios turísticos (CIET). [En Línea] http://www.cieturisticos.com.ar/Pdf/L-Turismo_y_patrimonio.pdf

SCHLUTER, Regina y THIEL ELLUL, Daniela. (2008). “Gastronomía y turismo en Argentina Polo gastronómico Tomás Jofré”. Revista *Pasos*, Vol. 6, Nº 2, pp. 249-268. [En Línea] http://www.pasosonline.org/Publicados/6208special/PS0208_8.pdf

SCHROEDER, Romina y FORMIGA, Nidia. (2011) “Oportunidades para el Desarrollo Local: el caso del Sudoeste Bonaerense (Argentina)” Colombia: Universidad Universidad Nacional de Colombia, *Cuadernos de Geografía- Revista Colombiana de Geografía*, pp.91-109. [En Línea]http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=281821988008

Páginas Webs consultadas entre los meses de febrero y septiembre del 2015:

-OLEARIUM. Cultura y Patrimonio del aceite: http://www.olearum.es/

-MUNDO RURAL DIGITAL. Blog del mundo rural y oleícola, y de las nuevas tecnologías en agroalimentación: http://www.mundoruraldigital.com/

-SECRETARIA DE COMUNICACIÓN PÚBLICA. PRESIDENCIA DE LA NACION: http://www.argentina.ar/

-PORTAL DE CUYO: http://www.portaldecuyo.com.ar/default.asp?sec=Ruta%20del%20Olivo&subs=Ruta%20del%20Olivo

-MINISTERIO DE TURISMO DE LA PROVICNIA DE MENDOZA: http://turismo.mendoza.gov.ar/

-PORTAL OLIVICOLA.COM: http://www.portalolivicola.com/

-TURISMO EN CÓRDOBA: http://turismoencordoba.net/

-MUNICIPALIDAD DE LA CIUDAD DE BAHIA BLANCA: http://gabierto.bahiablanca.gov.ar/datos-abiertos/decretos-y-ordenanzas/

-INFORMACION LEGISLATIVA Y DOCUMENTAL ARGENTINO: http://www.infoleg.gov.ar/

5.4. Anexos

ANEXO Nº 1: ENTREVISTAS A INFORMATES CLAVE Y ENCUESTAS

Entrevista al Sr. Jorge González Diez, antiguo dueño de la Estancia "Olivos del Napostá"

Realizada: 14/02/2015 – 16:00 hs.

Presentación

1- ¿En qué año se construyó el casco de la Estancia? ¿Quiénes fueron los primeros dueños del establecimiento?

La casa de la estancia fue construida en marzo de 1910, contaba con 100 hectáreas, allí vivía el padre de la única propietaria la Srita. Miranda Hansford de origen inglés. El Sr. Hansford decidió comprar la estancia con el fin de pasar sus últimos días de vida en el campo. Se dedicaban al tambo, donde extraían leche, la cual comercializaban en Cabildo en diferentes almacenes de ramos generales y en las primeras casas del pueblo, realizaba el reparto en sulky.

La casa está realizada con materiales de origen inglés traídos desde el actual puerto de Bahía Blanca. Antiguamente en la sala principal de la estancia se encontraba un piano donde familiares y amigos de la Sra. Miranda Hansford se juntaban a realizar fiestas y escuchar música en la estancia cuando arribaban a la zona.

Luego en el año 1931, la estancia fue comprada por el Sr. Joaquín Muiños Touza y su esposa la Sra. Cleofé Diaz. El Sr. Touza, en el año 1932, vendió la propiedad a Don Federico González Diez, quien permaneció allí junto a su familia hasta su fallecimiento, dedicándose a las labores rurales, esforzándose y adaptándose día a día a sobrevivir en el medio rural; posteriormente sus descendientes continuaron viviendo en la estancia hasta que su nieto, Jorge González Diez decidió venderla al actual propietario.

2- ¿Qué actividades se realizaban? ¿Cómo era la vida del campo en los inicios de la Localidad?

Antiguamente la forma en que se alumbraban era con lámparas con piedras de gas de carbono que propiciaban una luz abundante y duradera. Con esas lámparas se construían tipo "arañas" que era utilizada en la sala principal de la estancia, luego se comenzaron a utilizar velas, se compraban cajones de velas para que dure un tiempo considerado, ya

que se usaban en toda la casa y era la única forma de iluminación. La familia González Diez con el tiempo, pudieron adquirir un molino de luz y un motor de luz, los cuales facilitaron las actividades.

La vida en esa época en el medio rural era muy sacrificada, ya que no se contaba con las facilidades que hoy brinda la tecnología. En un primer momento, se utilizaban caballos para las diferentes tareas, hasta que pudieron adquirir un tractor que fue remodelado con cubiertas nuevas, ya que contaba con ruedas de hierro, el mismo era utilizado para sembrar el campo y trabajar como contratistas en campos vecinos como es el caso del campo del Dr. Enrique Rudolf.

Con lo que respecta a la vida familiar, todos colaboraban en las tareas rurales, así los más chicos aprendían a trabajar la tierra y conocer las labores. Los días de semana contrataban una maestra para que los niños pudieran tener una instrucción adecuada, las clases eran dadas en la sala de la casa y un día a la semana rendían en la Escuela 27 y 19 pruebas de diferentes asignaturas, participaban también de las clases vecinos de la estancia de edades similares.

El medio para calefaccionarse era la leña y con estufas a querosene, por lo tanto debían conseguir grandes cantidades de leña, en un primer momento la estancia no contaba con la forestación actual, sino que los arboles solo se ubicaban en el perímetro de la casa, por lo tanto el Sr. González Diez, un enamorado de las plantas, comenzó la forestación de la estancia, comenzando por la plantación de Eucaliptos y Sauces, llegando a ver más de mil árboles en el parque de la estancia y la costa del arroyo, también comenzó la forestación y construcción de la avenida de entrada a la estancia en el año 1943, la misma la realizo en 3 etapas por motivos climáticos como las grandes heladas que afecto a algunas especies de árboles que no pudieron sobrevivir a la severidad del clima.

Con el pasar del tiempo fueron adquiriendo y arrendando diferentes parcelas de campos vecinos a la estancia, para trabajar la tierra y ampliar su producción, pero por motivos familiares y económicos las hectáreas de campo tuvieron que ser vendidas y arrendadas, modificándose el número de hectáreas iniciales de la estancia, pero luego en el año 1999, pudo lograr encuadrar nuevamente el campo comprando las hectáreas vendidas.

Además de las actividades agropecuarias, se dedicaron a la producción lanera, llegaron a tener alrededor de 560 ovejas Hampshire Down criadas a campo, de origen británico, las cuales eran criadas por la calidad de su carne y porque crecen de manera rápida, las mismas participaron de sucesivas exposiciones rurales. También poseían criadero de aves, donde se especializaban en la especie Rhode Island Red.

- ¿El casco de la estancia posee alguna reforma?

En relación a las reformas arquitectónicas de la casa, se agregó a la construcción original un baño, ya que antiguamente el baño no estaba incorporado a la casa, además se construyó un fogón y garaje que era utilizado en tiempo de carneada para guardar la carne para luego realizar la faena y los chacinados. Con respecto a la fachada de la casa, esta se encuentra intervenida, ya que contaba con un mural en vidrio vitro y una puerta de madera, con el tiempo se desmejoro mucho, por lo tanto, se decidió sacarlo y colocar una puerta moderna.

Entrevista realizada a los propietarios de los establecimientos rurales para el relevamiento de información:

Realizada entre los meses de mayo- Julio del 2015

- Nombre del establecimiento:

- Propietario (Profesión- Perfil-Lugar de residencia- que actividades realiza en el establecimiento):

- Ubicación (en qué localidad):

- Localización (rural o urbana):

-Accesibilidad (como se accede, en qué condiciones se encuentra el camino):

- Distancia a Bahía Blanca (servicios) y distancia a Cabildo:

- Tipo de explotación:

- Superficie total/ superficie de cultivo:

-Variedad de olivos (antigüedad de la plantación):

-Uso actual (cuales son las actividades que se desarrollan):

-Otras actividades:

- Infraestructura (con que construcciones cuenta- otras dependencias):

-Historia de la estancia (año de construcción- primeros dueños- que estilo arquitectónico mantiene- entorno paisajístico):

- Servicio (con que servicios cuenta- luz, agua, calefacción, desagües cloacales):

- ¿Posee proyectos para iniciarse en la modalidad de Turismo Rural? ¿Qué expectativas se tiene?:

1. SEXO: HOMBRE

MUJER

2. EDAD: 21-30

31-45

46-60

61- en adelante

3. OCUPACION: EMPLEADO

ESTUDIANTE

DOCENTE

COMERCIANTE

PROFESIONAL INDEPENDIENTE

AMA DE CASA

AUTONOMO

JUBILADO

DESOCUPADO

OTRA: _____

5. ¿TIENE CONOCIMIENTO SOBRE EN QUE PARTIDO DE LA REGIÓN DEL SUDOESTE BONAERENSE SE DESARROLLA LA OLIVICULTURA?

- VILLARINO
- MONTE HERMOSO
- PUAN

- CORONEL DORREGO
- BAHIA BLANCA
- CORONEL ROSALES
- PATAGONES
- TRES ARROYOS
- TORNQUIST
- CORONEL PRINGLES
- CORONEL SUAREZ

6. ¿LE INTERESARÍA VISITAR ALGUNA DE ESTAS PLANTACIONES DE OLIVO Y ESTABLECIMIENTOS?

- SI
- NO

7. ¿ESTARÍA INTERESADO EN RECORRER UNA RUTA TURÍSTICA RELACIONADA CON EL CULTIVO DEL OLIVO EN LA LOCALIDAD DE CABILDO?

- SI
- NO

8. ¿CUÁLES SERVICIOS DESEARÍA RECIBIR EN LA MISMA?

- ALOJAMIENTO
- GASTRONOMIA LOCAL
- GUIAS TURISTICAS
- TRANSPORTE
- VENTA DE ARTESANIAS
- OTRAS: _____

9. ¿QUÉ ACTIVIDADES LE GUSTARÍA REALIZAR EN LA MISMA?

- CAMINATA/ SENDERISMO
- FOTOGRAFÍA

- CICLISMO
- ACTIVIDADES CULTURALES
- PARTICIPACION DE CHARLAS
- ACTIVIDADES RURALES (plantación de olivos, cosecha de aceituna, proceso de elaboración de aceite de oliva, etc.)
- OTRAS: _____

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL SUR
MODELO DE ENCUESTA A RESIDENTES
TESINA LICENCIATURA EN TURISMO

1. SEXO: HOMBRE

MUJER

2. EDAD: 21-30

31-45

46-60

61- en adelante

3. OCUPACION: EMPLEADO

ESTUDIANTE

DOCENTE

COMERCIANTE

PROFESIONAL INDEPENDIENTE

AMA DE CASA

AUTONOMO

JUBILADO

DESOCUPADO

OTRA: _____

4. LUGAR DE RESIDENCIA:

SUDOESTE BONAERENSE

RESTO DE LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES

RESTO DE LAS PROVINCIAS

EXTRANJERO

5. ¿TIENE CONOCIMIENTO SOBRE EN QUE PARTIDO DE LA REGIÓN DEL SUDOESTE SE DESARROLLA LA OLIVICULTURA?

- VILLARINO
- MONTE HERMOSO
- PUAN
- CORONEL DORREGO
- BAHIA BLANCA
- CORONEL ROSALES
- PATAGONES
- TRES ARROYOS
- TORNQUIST
- CORONEL PRINGLES
- CORONEL SUAREZ

6. ¿LE INTERESARÍA VISITAR ALGUNA DE ESTAS PLANTACIONES DE OLIVO Y ESTABLECIMIENTOS?

- SI
- NO

7. ¿ESTARÍA INTERESADO EN RECORRER UNA RUTA TURÍSTICA RELACIONADA CON EL CULTIVO DEL OLIVO EN LA LOCALIDAD DE CABILDO?

- SI
- NO

8. ¿CUÁLES SERVICIOS DESEARÍA RECIBIR EN LA MISMA?

- GASTRONOMIA LOCAL
- GUIAS TURISTICAS
- TRANSPORTE
- VENTA DE ARTESANIAS
- OTRAS: _____

9. ¿QUÉ ACTIVIDADES LE GUSTARÍA REALIZAR EN LA MISMA?

- CAMINATA/ SENDERISMO
- FOTOGRAFÍA
- CICLISMO
- ACTIVIDADES CULTURALES
- PARTICIPACION DE CHARLAS
- ACTIVIDADES RURALES (plantación de olivos, cosecha de aceituna, proceso de elaboración de aceite de oliva, etc.)
- OTRAS: _____

ANEXO Nº 2: Normativas

Ley Nro. 26839: Declaración del Aceite de Oliva como Alimento Nacional

Organismo: Poder Legislativo Nacional

Año: 2013

Asunto Declárase al Aceite de Oliva Argentino como Alimento Nacional

Boletín Oficial

Fecha: 23/01/2013

Detalle de la norma

El Senado y Cámara de Diputados de la Nación Argentina reunidos en Congreso, etc. sancionan con fuerza de Ley:

ARTICULO 1º — Declárase al Aceite de Oliva Argentino como Alimento Nacional.

ARTICULO 2º — Se define Aceite de Oliva Argentino al industrializado en la República Argentina, utilizando únicamente como materia prima aceitunas que sean íntegramente cosechadas en territorio argentino, cuya composición se ajuste a lo establecido en el artículo 535 del Código Alimentario Nacional, ley 18.284 y normas complementarias y las que en el futuro se dicten.

ARTICULO 3º — El Poder Ejecutivo debe promover el Aceite de Oliva Argentino en todos los eventos y actividades culturales, sociales o deportivas de carácter oficial o que se encuentren previstos en las agendas oficiales nacionales. En todo evento debe preverse la presencia de la expresión, imagen e isologo del Aceite de Oliva Argentino Alimento Nacional y la promoción de dicho alimento y sus tradiciones.

Dicha promoción tiene como objetivo principal incrementar el consumo interno del Aceite de Oliva Argentino, orientar su incorporación a la canasta alimentaria habitual de los argentinos y resaltar y fortalecer las propiedades nutricionales y demás valores diferenciales del Aceite de Oliva Argentino.

ARTICULO 4º — Comuníquese al Poder Ejecutivo nacional.

DADA EN LA SALA DE SESIONES DEL CONGRESO ARGENTINO, EN BUENOS AIRES, A LOS VEINTINUEVE DIAS DEL MES DE NOVIEMBRE DEL AÑO DOS MIL DOCE.

— REGISTRADA BAJO EL Nº 26.839 —

AMADO BOUDOU. — JULIAN A. DOMINGUEZ. — Gervasio Bozzano. — Juan H. Estrada.

<u>ORDENANZA Nª 7959:</u> Creación del Registro Municipal para la Preservación del Patrimonio Arquitectónico y Urbano del Partido de Bahía Blanca.

Expediente H.C.D.: HCD-66/93.

Expediente M.B.B.: 422-9226/92.

Fecha de Sanción: 6 de mayo de 1994.

ORDENANZA

Artículo 1° Créese el Registro Municipal para la Preservación del Patrimonio Arquitectónico y Urbano del Partido de Bahía Blanca, al que se incorporan los ciento sesenta y cinco (165) inmuebles, veintisiete (27) muebles y trece (13) áreas descriptas en lista adjunta, los que son declarados integrando el Patrimonio Arquitectónico y Urbano.

Oportunamente se consignará el alcance de la restricción al dominio a aplicar: prohibición de demolición, reconstrucción, modificación, prohibición de colocación de anuncios, carteles, etc.

Artículo 2° Admítese la incorporación de nuevas obras, previo análisis de la Comisión de Preservación del Patrimonio.

Artículo 3° La declaración prevista en el artículo 4° de la Ordenanza nº3929 deberá notificarse dentro de los sesenta (60) días de efectuada a los titulares de dominio y/o poseedores a título de dueño. El D. Ejecutivo, una vez cumplimentada válidamente la diligencia indicada precedentemente, podrá:

a) Iniciar formalmente una etapa conciliatoria con el objeto de arribar a un acuerdo con el propietario y/o poseedor del bien declarado como inmueble a preservar, con el fin de determinar la indemnización que les corresponda en cuanto a la restricción del dominio (prohibición de demolición, reforma, reconstrucción o modificación de los inmuebles). Este proceso conciliatorio resultará obligatorio para el D.Ejecutivo, debiendo notificar los alcances del mismo al H.Concejo Deliberante.

b) También podrá acordarse el ejercicio de un derecho de preferencia a favor del municipio por el que éste, una vez notificado formalmente de una propuesta de venta, podrá ejercer aquel en igualdad de condiciones en términos aprobados por el H.Concejo Deliberante y dentro de un plazo de ciento veinte (120) días para adquirir el bien.

c) El D.Ejecutivo podrá acordar su intervención en el caso de restauraciones en el inmueble con el objeto de preservar el bien ya incorporado al Registro Municipal.

Artículo 4º El D.Ejecutivo, con el fin de incentivar la preservación de los bienes indicados en el artículo 1º, podrá deducir el valor de las mejoras necesarias con relación a los valores a determinar para la tasa por Alumbrado, Limpieza y Conservación de la Vía Pública, otorgar compensaciones urbanísticas y exenciones totales o parciales, cuando se cumplan los objetivos previstos en la ordenanza nº ##3929 y la presente.

Artículo 5º Los propietarios, poseedores a título de dueño y tenedores, que carecieran de recursos, podrán gestionar ante el D.Ejecutivo subsidios orientados a la adquisición de materiales para el mantenimiento de obras declaradas integrando el patrimonio arquitectónico y urbanístico de la ciudad.

Artículo 6° El D.Ejecutivo podrá restringir la colocación de carteles o anuncios que afecten los inmuebles inscriptos en el artículo 1º y, en caso de violación, deberá intervenir el Tribunal de Faltas, quién graduará la pena conforme lo determina el decreto-ley 8751/77.

Artículo 7º Créese un Comité Ejecutivo, en el marco de la Ordenanza nº ##3929, constituido por los Señores Secretarios de Obras y Servicios Públicos, Subsecretario de Cultura, Director de Ordenamiento Urbano y Planificación de la Municipalidad de Bahía Blanca, quienes someterán a dictamen la Comisión Asesora Permanente AdHonorem para la Preservación del Patrimonio Arquitectónico, Urbanístico e Histórico. Los convenios a celebrar con los propietarios de los inmuebles incorporados al Registro creado por el artículo 1º de la presente. El citado dictamen deberá emitirse bajo pena de nulidad y con carácter previo a su remisión al H.Concejo Deliberante.

Artículo 8° Facúltese al D. Ejecutivo a instrumentar los mecanismos presupuestarios pertinentes para dar cumplimiento a la presente, debiendo prever en los próximos presupuestos las respectivas partidas.

Artículo 9° De forma.

DADA EN LA SALA DE SESIONES DEL HONORABLE CONCEJO DELIBERANTE DE BAHIA BLANCA, A LOS SEIS DIAS DEL MES DE MAYO DE MIL NOVECIENTOS NOVENTA Y CUATRO.

PROYECTO DE ORDENANZA

Que ha concluido el trabajo "Inventario del Patrimonio Arquitectónico y Urbano del Partido de Bahía Blanca"; cuyo director, arq. Zingoni, fue contratado para tal fin por este Municipio;

Que dicho trabajo comprende un conjunto de áreas, inmuebles y muebles pertenecientes al patrimonio cultural de la ciudad y CONSIDERANDO:

Que el inventario fue revisado y consensuado con las oficinas técnicas municipales y con la Comisión Asesora para la Preservación del Patrimonio Histórico-Arquitectónico del Partido de Bahía Blanca,

EL HONORABLE CONCEJO DELIBERANTE sanciona con fuerza de ORDENANZA

Artículo 1º) Declárese Patrimonio Arquitectónico y Urbano del Partido de Bahía Blanca a los cientosesenta y cinco (165) inmuebles, ventisiete (27) muebles y trece (13) áreas descriptas en lista adjunta y que integran el trabajo de tres tomos elaborados por el arq. José María Zingoni.

Artículo 2º) Admítase la incorporación de nuevas obras, previo análisis de la Comisión de Preservación del Patrimonio.

Artículo 3º) Facúltase al departamento Ejecutivo a gestionar, a través del decreto reglamentario correspondiente, la sustanciación de convenios con los propietarios de los inmuebles involucrados, a fin de estimular la preservación de los mismos a través de reducción de tasas municipales, compensaciones urbanísticas, etc.

Artículo 4º) De forma.

Proyecto de Ordenanza

Proyecto de Ordenanza declarando de interés Municipal la iniciativa presentada por la Cooperativa Olivícola Patagonia de Cabildo Ltda.-

Expediente **HCD-304/2014**
Concejal Autor: **Italiano, Matías**
Claves: **Cooperativa Olivícola Patagonia de Cabildo Ltda. -**

Proyecto de Ordenanza declarando de interés Municipal la iniciativa presentada por la Cooperativa Olivícola Patagonia de Cabildo Ltda.-

AUTOR: Matias Italiano. -

PROYECTO DE ORDENANZA

VISTO:

El próximo viaje de Su Santidad, el Papa Francisco, a Tierra Santa previsto para el mes de mayo del corriente año. -

Y CONSIDERANDO:

Que el mencionado evento se enmarca en el Cincuentenario del viaje efectuado por Su Santidad Paulo VI, que tuviera lugar en año 1964, en cuya ocasión S. S. planto en el Huerto de Getsemaní un olivo, como símbolo de la paz. -

Que contamos con la iniciativa presentada por la Cooperativa Olivícola Patagonia de Cabildo Ltda. al Nuncio Apostólico en Argentina Monseñor S.E.R. Emil Paul Tscherrig con fecha 2 de Febrero de este año., en la que se realiza la propuesta para que el Papa Francisco, plante un olivo en el Huerto de Getsemani que sea de origen argentino. -

Que los integrantes de la Cooperativa Olivícola Patagonia de Cabildo Ltda. están realizando un trabajo de genotipos locales de Olivos muy valiosos en la localidad de Cabildo, considerando que la planta de olivo referida, podría ser específicamente de nuestra zona. -

Que en nuestra localidad se encuentra un olivar casi centenario en el cual los productores citados están desarrollando un trabajo de puesta en valor (ringiovamento) y que este olivar fue plantado por un joven descendiente de suizos a principios de la tercera década del siglo pasado, el Dr. Juan Rudolf y hoy son 325 ejemplares de trece cultivares diferentes que constituyen verdaderos ecotipos locales valiosos. -

Que uno de esos árboles está siendo multiplicado para que, en el mes de abril del corriente, se pueda contar con dos plantas listas para ser enviadas a Su Santidad, el Papa Francisco. -

Que una de las plantas podría ser destinada a la plantación en el Huerto de Getsemaní y la otra podría ser plantada en la Fattoria Villa Pontefice en Castel Gandolfo.-

Que teniendo en cuenta además que la actividad de la Cooperativa Olivícola Patagonia de Cabildo Ltda., que ya fuera declarada de Interés Municipal por el Honorable Concejo Deliberante en el año 2013, convoca las voluntades de veintiséis productores de nuestra región, abocados a realizar plantaciones, con el fin de crear una verdadera cadena de valor olivícola para nuestro partido, con los consecuentes beneficios que a mediano plazo implicarían desde lo productivo y social, y el impulso que esta participación internacional podría generar.-

Que sería un verdadero símbolo de hermandad y paz para nuestra humanidad y un orgullo como región formar parte de este momento religioso. -

POR TODO LO EXPUESTO EL HONORABLE CONCEJO DELIBERANTE EN USO DE SUS FACULTADES SANCIONA CON FUERZA DE

ORDENANZA

PRIMERO: Declarar de interés municipal la iniciativa de la Cooperativa Olivicola Patagonia de Cabildo Ltda., presentada al Nuncio Apostólico en Argentina Monseñor S.E.R. Emil Paul

Tscherrig, a fin que el olivo que plante el Papa Francisco en el Huerto de Getsemani, sea de origen argentino. -

SEGUNDO: Remitir copia de la presente a la Arquidiócesis de Bahía Blanca, a la Cooperativa Olivicola Patagonia de Cabildo Ltda., y a la Secretaria Privada del Municipio de Bahía Blanca. -

TERCERO: De forma. -

ORDENANZA Nª 17542: Interés Municipal: Iniciativa de la Cooperativa Olivícola Cabildo

Expediente H.C.D.: 304-2014

Fecha de Sanción: 13 de marzo de 2014

Fecha de Promulgación: 3 de abril de 2014

Decreto de Promulgación Nº: 879/2014

ORDENANZA

PRIMERO: Declarase de Interés Municipal de la Ciudad de Bahía Blanca, la iniciativa de la Cooperativa Olivícola Patagonia de Cabildo Ltda., presentada al Nuncio Apostólico en Argentina Monseñor S.E.R. Emil Paul Tscherrig, a fin que el olivo que plante el Papa Francisco en el Huerto de Getsemani, sea de Origen Argentino.

SEGUNDO: Remitir copia de la presente a la Arquidiócesis de Bahía Blanca, a la Cooperativa Olivícola de Cabildo Ltda. y a la Secretaria Privada del Municipio de Bahía Blanca.

TERCERO: Comuníquese al D. Ejecutivo para su cumplimiento. -

DADA EN LA SALA DE SESIONES DEL HONORABLE CONCEJO DELIBERANTE DE BAHIA BLANCA, A LOS TRECE DIAS DEL MES DE MARZO DE DOS MIL CATORCE

Proyecto de Ordenanza

Proyecto de Ordenanza: Interés Municipal, la creación "Cooperativa Olivícola Cabildo"

Expediente **HCD-1384/2013**
Concejal Autor: **Moreno Salas, Carlos Alberto**
Claves: **olivícola cabildo**

Proyecto de Ordenanza: Interés Municipal, la creación "Cooperativa Olivícola Cabildo"
Autor Carlos Moreno Salas.

PROYECTO DE ORDENANZA

Visto:

La creación de la Cooperativa Olivícola Cabildo en la zona del Partido de Bahía Blanca. Considerando

Que la zona del Partido de Bahía Blanca, comparte, junto con casi la totalidad del sudoeste bonaerense una aptitud de suelos y un clima especial para la producción olivícola

Que en la zona sur se producen de hecho los mejores aceites de oliva de la Argentina, situación que está documentada ampliamente en la literatura especializada.

Que la zona de Cabildo y alrededores presenta las mejores condiciones y por tal motivo ha sido tomada la iniciativa de un conjunto de productores la constitución de una cooperativa olivícola tendiente a la fabricación de aceite extravirgen.

Por Todo lo expuesto este Honorable Cuerpo solicita la sanción de la presente

ORDENANZA

ARTICULO PRIMERO: Declárase de Interés Municipal de la ciudad de Bahía Blanca, la creación de la Cooperativa Olivícola Cabildo.
ARTICULO SEGUNDO: Remítase copia al Coordinador Gral del Centro de Planificación y Gestión de Políticas Científicas Productivas y de Economía Social de la Municipalidad de Bahía Blanca, Dr: Alejandro C. Curino.
ARTICULO TERCERO: De forma.

Carlos Moreno Salas
Concejal Autor

ANEXO Nº 3: FICHAS DE RELEVAMIENTO

Nombre del Establecimiento:
"Olivos del Napostá"

Ubicación: kilómetro 699 de la Ruta Provincial Nº51

Nombre del Propietario o Razón social: Napostá del Medio S.A.

Localización: Rural	**Partido:** Bahía Blanca **Localidad:** Cabildo

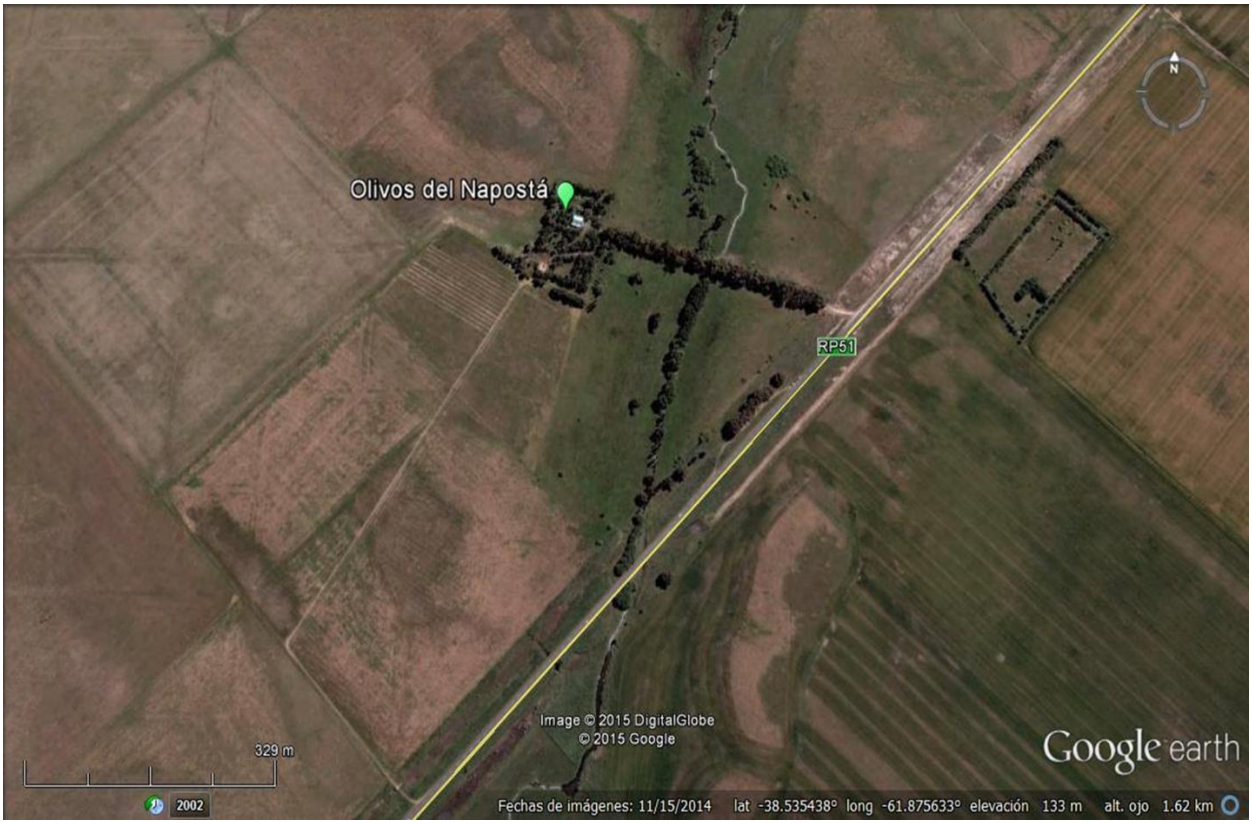
Accesibilidad: Buena, se accede a la estancia a través de la Ruta Provincial Nº 51 luego se empalma camino de tierra de 300 metros, atravesando el Arroyo Napostá Chico a través de un "Vado" ingresando a la estancia.

Distancia a Ciudad más próxima: Distancia a Cabildo: 8 km
Distancia a Bahía Blanca: 45 km

Características generales: El establecimiento de 100 hectáreas, data del año 1910, se trata de un casco de estilo Ingles enmarcado por un frondoso parque de variadas especies de árboles entre ellos Eucaliptus y sauces, diseñado por los propios dueños y atravesado por el arroyo Napostá Chico.
El Sr. Hansford, de origen inglés decidió comprar la estancia con el fin de pasar sus últimos días de vida en el campo. Se dedicaban al tambo, donde extraían leche, la cual comercializaban en Cabildo en diferentes almacenes de ramos generales y en las primeras casas del pueblo, la distribución era realizada en sulky por su hija y única propietaria la Srita. Miranda Hansford también de origen inglés.
Luego en el año 1931, la estancia fue comprada por el Sr. Joaquín Muiños Touza y su esposa la Sra. Cleofé Diaz. El Sr. Touza, en el año 1932, vendió la propiedad a Don Federico González Diez, posteriormente sus descendientes continuaron viviendo en la estancia hasta que su nieto, Jorge González Diez decidió venderla al actual propietario en el año 2008.

Infraestructura con la que cuenta el establecimiento: La casa está compuesta de una planta con 3 habitaciones, un baño, cocina y dos salas, una de recepción y la otra de estar, cuenta con instalación de televisión satelital y conexión a Internet. En relación a las dependencias el establecimiento cuenta con un garaje simple con asador, una despensa con generador eléctrico, un galpón, un molino de viento y tanque australiano.	**-Suministro de agua potable:** agua potable de pozo **-Suministro de luz eléctrica:** tres paneles solares y un grupo electrógeno **-Sistema de calefacción**: con salamandras y hogares a leña **-Desagües cloacales:** Pozo sumidero
Atractivos turísticos: - Arroyo Napostá Chico - Casco de la estancia - Entorno Paisajístico -Plantación de Olivos	
Actividades productivas que se realizan en el establecimiento: **-Ganadera (tipo):** Antiguamente se dedicaron a la producción lanera, llegaron a tener alrededor de 560 ovejas Hampshire Down criadas a campo, de origen británico, las cuales eran criadas por la calidad de su carne y porque crecen de manera rápida, las mismas participaron de sucesivas exposiciones rurales. Actualmente la actividad se encuentra escasamente desarrollada limitándose al ganado vacuno. -**Agricultura:** No se encuentra desarrollada **-Huerta:** Escasamente desarrollada **-Granja**: Anteriormente poseían criadero de aves, donde se especializaban en la especie Rhode Island Red. **-Olivicultura**: Actualmente el establecimiento se centra en la producción olivícola teniendo un monte de 24,5 hectáreas de olivos, de diversas variedades, como es el caso de Arbequina, Coratina, Arbosana, Picual, Chanclot Real, para la elaboración de aceite de oliva.	
Actividades Recreativas que se pueden desarrollar: - Caminatas/ Senderismo - Paseos interpretativos - Avistaje de fauna y flora - Participación en charlas informativas - Cicloturismo -Acontecimientos programados - Actividades rurales - Actividades culturales	

Croquis del casco y dependencias:



Observaciones:
Actualmente el establecimiento está siendo remodelado con el fin de abocarse a la actividad turística y a la producción olivícola artesanal, el galpón será destinado al procesamiento de las aceitunas y aceite de oliva elaborado artesanalmente por el establecimiento.

Nombre del Establecimiento:
"María Teresa"

Ubicación: kilómetro 693,5 de la Ruta Provincial Nº51

Nombre del Propietario o Razón social: Ing. Floresta, Juan

Localización: Rural	**Partido:** Bahía Blanca **Localidad:** Cabildo

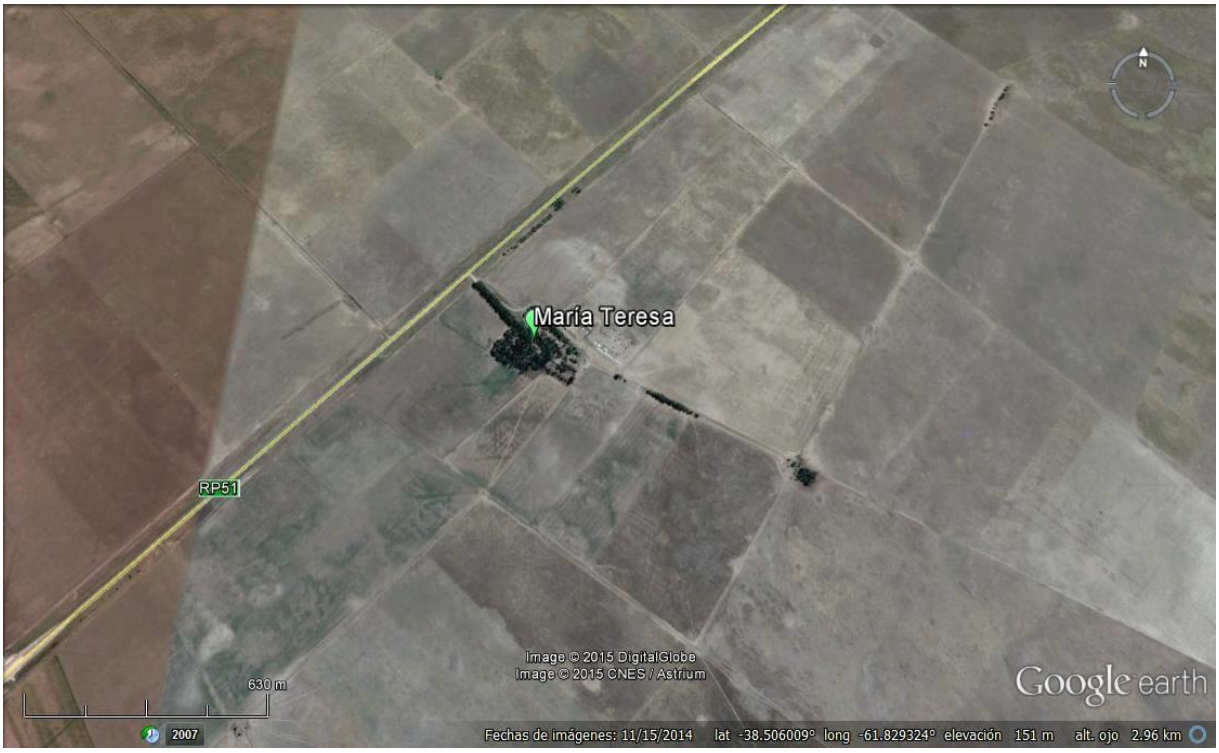
Accesibilidad: Buena, se accede a la estancia a través de la Ruta Provincial Nº 51 luego se empalma camino de tierra en buen estado de 100 ms. ingresando a la estancia

Distancia a Ciudad más próxima: Distancia a Cabildo: 7, 5 km
Distancia a Bahía Blanca: 50 km

Características generales: El establecimiento de 888 hectáreas, fue adquirido por el Dr. Rudof, Juan Enrique de origen suizo en el año 1922, con el anhelo de ejercer su profesión en esta zona que comenzaba a ser habitada y convencido de iniciar la actividad olivícola, en un lugar tradicionalmente dedicado a las actividades agro ganaderas, en el año 1950 con más de 325 plantas y con asesoramiento de Ingenieros Agrónomos de la Corporación Nacional de Olivicultura se cosecharon las primeras y únicas aceitunas de la zona. Hoy son considerados los olivos más añejos de la región y se constituyeron como verdaderos ecotipos locales valiosos.
Además, el establecimiento se dedicaba a la crianza de caballos de trote los cuales eran utilizados en el Club Hípico de la Ciudad de Bahía Blanca.
En el año 2014, dos esquejes de los olivos casi centenarios fueron ofrecidos al Nuncio Apostólico en Argentina Monseñor S.E.R. Emil Paul Tscherring, con el fin de que el Papa Francisco lo plante en el Huerto de Getsmani y en los jardines de Castel Gandolfo, la ordenanza fue declarada de Interés Municipal y los olivos fueron enviados al Vaticano para el mismo fin.

Infraestructura con la que cuenta el establecimiento: El establecimiento fue construido por el Dr. Rudolf, en una primera instancia, la casa principal estaba compuesta por 5 habitaciones y un baño todo en una planta, luego se construyó otra planta con similares características que la anterior, con 5 habitaciones y dos baños más, a esta planta se le agrego una torre la cual posee una vista panorámica de la estancia. Además, cuenta con una casa para empleados, caballerizas con madera de pinotea, un tinglado con sector de esquila, dos galpones, una usina, un garaje doble con quincho y pileta de natación de 14 x 8 metros con 1,90 de profundidad.	**-Suministro de agua potable:** el agua es suministrada por perforación, utilizando un acueducto del Dique Paso de las Piedras que traslada agua potable hacia la ciudad de Bahía Blanca **-Suministro de luz eléctrica:** en una primera instancia contaban con un motor de luz y un molino de viento, en la actualidad pose luz trifásica. **-Sistema de calefacción: a** través de salamandras y cocinas Hogar a leña **-Desagües cloacales:** pozo sumidero
Atractivos turísticos: - Parque de Olivos Centenarios - Casco de la estancia - Entorno Paisajístico **-** Antiguo camino Aborigen	
Actividades productivas que se realizan en el establecimiento: **-Ganadera (tipo):** Actualmente se dedican a la cría de ovinos y bovinos -**Agricultura:** Escasamente desarrollada **-Huerta:** El establecimiento posee variedades de aromáticas, como es el caso de orégano, mentas, romero, entre los árboles frutales, se pueden encontrar membrillos, damascos, ciruelo, granada, ente otros. **-Granja**: El establecimiento además se dedica a la cría de porcinos capones **-Olivicultura**: Actualmente el establecimiento se centra en la producción olivícola teniendo un monte de 6 hectáreas de olivos casi centenarios de diversas variedades, como es el caso de Nevadillo, Arbequina, Arauco, Mignola, Leccino, Picual y Piamogente.	
Actividades Recreativas que se pueden desarrollar: - Caminatas/ Senderismo -Cicloturismo - Paseos interpretativos - Avistaje de fauna y flora - Participación en charlas informativas - Actividades rurales -Actividades culturales - Acontecimientos programados	

Croquis del casco y dependencias:



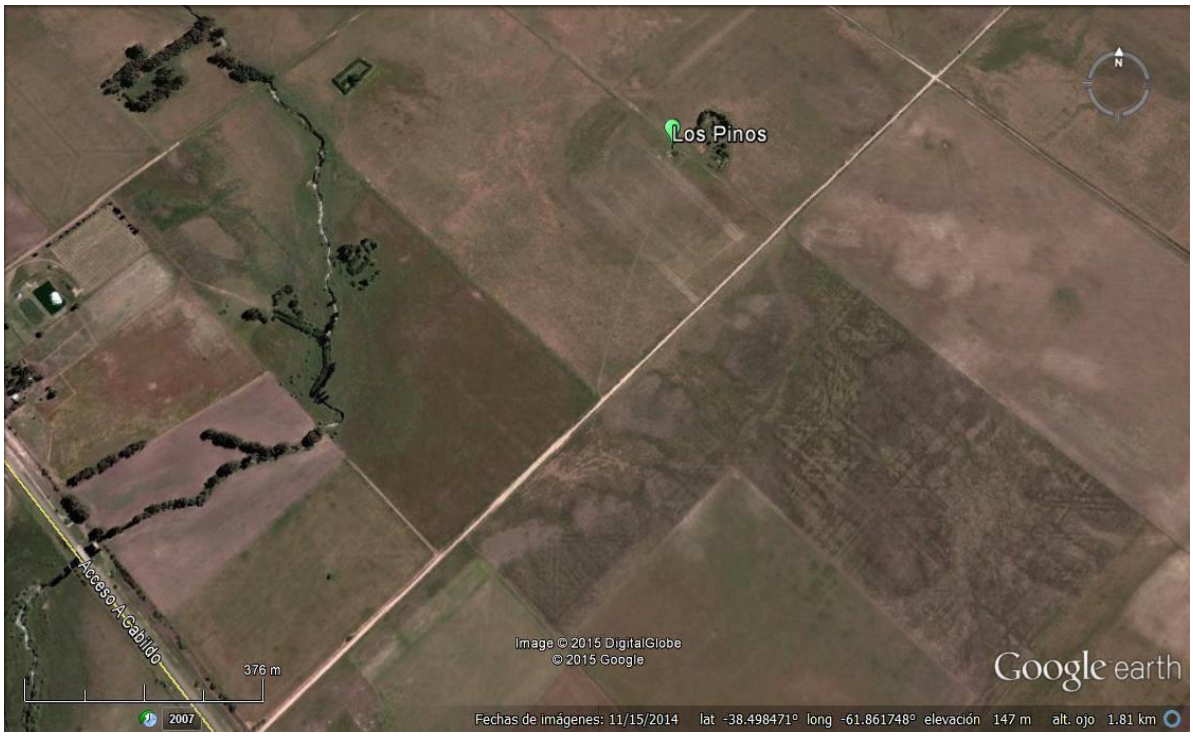
Observaciones:

<table>
<tr><td colspan="2">Nombre del Establecimiento:

“Los Pinos”
 </td></tr>
<tr><td colspan="2">Ubicación: sección quintas, Chacra Nº 80, partida 0071626-5</td></tr>
<tr><td colspan="2">Nombre del Propietario o Razón social: Dr. Serafini, Víctor Hugo</td></tr>
<tr><td>Localización: Rural</td><td>Partido: Bahía Blanca
Localidad: Cabildo</td></tr>
<tr><td colspan="2">Accesibilidad: Buena, se accede a través de la Avenida Saavedra de la localidad de Cabildo y se empalma camino vecinal consolidado.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Distancia a Ciudad más próxima: Distancia a Cabildo: 4 Km
Distancia a Bahía Blanca: 51 km</td></tr>
<tr><td colspan="2">Características generales: El establecimiento actualmente se encuentra en proceso de acondicionamiento y desarrollo, ya que posee potencial turístico y se desea construir cabañas con fines turísticos, aprovechando la cercanía al Arroyo Napostá Chico y la vista a las Sierras de la Comarca Serrana. Se limita solo a la producción olivícola.</td></tr>
<tr><td>Infraestructura con la que cuenta el establecimiento: El establecimiento cuenta con un tanque australiano y un molino de viento.</td><td>-Suministro de agua potable: a través de pozo
-Suministro de luz eléctrica: Cooperativa de Luz y Fuerza de Cabildo LTD.
-Sistema de calefacción: No posee
-Desagües cloacales: No posee</td></tr>
</table>

Atractivos turísticos: - Parque de Olivos - Entorno Paisajístico
Actividades productivas que se realizan en el establecimiento: **-Ganadera (tipo):** No se encuentra desarrollada -**Agricultura**: No se encuentra desarrollada **-Huerta**: No se encuentra desarrollada **-Granja:** No se encuentra desarrollada **-Olivicultura**: Actualmente el establecimiento se centra en la producción olivícola teniendo un monte de 6 hectáreas de olivos de la variedad Alberquina y Coratina.
Actividades Recreativas que se pueden desarrollar: -Caminatas/ Senderismo - Cicloturismo - Paseos interpretativos - Avistaje de fauna y flora - Actividades rurales - Safaris Fotográficos

Croquis del casco y dependencias:



Observaciones:

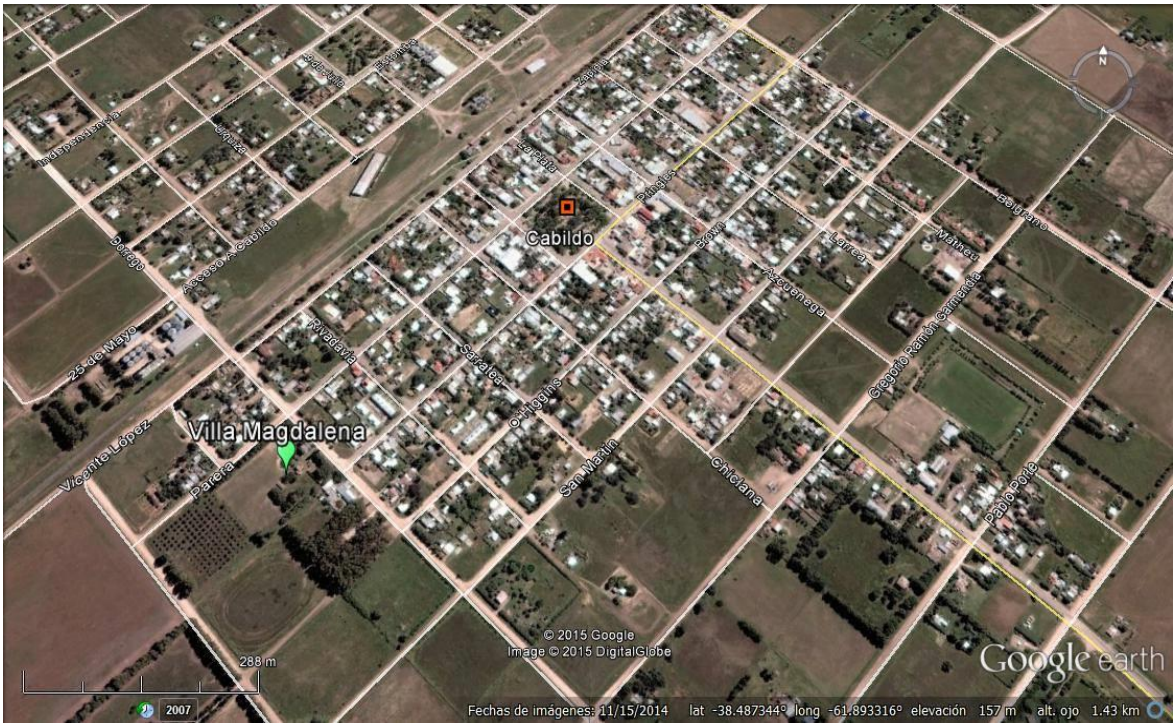
Nombre del Establecimiento: "Villa Magdalena"	
Ubicación: Calle Alberti 145, a cuatro cuadras de la plaza central de la Localidad de Cabildo	
Nombre del Propietario o Razón social: Dra. La Regina, Alejandra	
Localización: Urbana	**Partido:** Bahía Blanca **Localidad:** Cabildo
Accesibilidad: Buena, se accede a la propiedad por calle de tierra a través de la calle Alberti	
Distancia a Ciudad más próxima: Distancia a Bahía Blanca: 53 km	
Características generales: Esta casa quinta fue construida en 1931, siguiendo un clásico estilo inglés, la casona de dos plantas está rodeada de dos hectáreas parcialmente arboladas; la misma ha sido incluida dentro del Patrimonio Arquitectónico y Urbano del Partido de Bahía Blanca (ordenanza Nª7959). La casa fue construida a pedido de la familia Urquilux, más tarde pasó a manos de la Familia Albornoz por un corto período, y este se la vendió a Francisco La Regina en 1957, abuelo de la actual propietaria. De características clásicas, la casa posee un volumen macizo al cual se le adicionaron como el cuerpo del acceso, éste está formado por el pórtico propiamente dicho y un ambiente vidriado en la planta alta. El casco de la casa quinta está totalmente forestado con coníferas, pyracantas, eucaliptus, aguaryday, con árboles frutales como perales e higueras.	
Infraestructura con la que cuenta el establecimiento: El establecimiento cuenta con dos plantas de similares características con habitaciones y salas de gran tamaño, el parque está compuesto por un garaje quincho doble, un molino de viento y un tanque australiano.	**-Suministro de agua potable:** Red local **-Suministro de luz eléctrica:** Cooperativa de Luz y Fuerza Cabildo Ltd. **-Sistema de calefacción:** Gas Natural y estufa ecológicas. **-Desagües cloacales:** pozo sumidero

Atractivos turísticos:
- Parque de Olivos
- Estilo Arquitectónico
- Entorno Paisajístico

Actividades productivas que se realizan en el establecimiento:
-Ganadera (tipo): No se encuentra desarrollada
-**Agricultura:** No se encuentra desarrollada
-Huerta: El establecimiento posee variedades de árboles frutales como perales e higueras
-Granja: No se encuentra desarrollada
-Olivicultura: Actualmente el establecimiento se centra en la producción olivícola teniendo un monte de una hectárea de olivos casi centenarios de variedad arbequina.

Actividades Recreativas que se pueden desarrollar:
- Caminatas/ Senderismo
- Acontecimientos programados
- Paseos interpretativos
- Participación en charlas informativas
- Actividades rurales
- Actividades culturales
- Safaris Fotográficos

Croquis del casco y dependencias:



Observaciones:

ANEXO Nº4: METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN DE RUTAS TURÍSTICAS

La Matriz ha sido estructurada en base a seis indicadores que miden la aptitud turística de cada Ruta para consolidarse como una oferta sólida y atractiva, de categoría media y media alta, que pueda satisfacer las necesidades de segmentos específicos del mercado nacional y regional, y especialmente de turistas chilenos y extranjeros que llegan a la Región atraídos por otras motivaciones (vacaciones, trabajo, etc.). A su vez, cada sub indicador puede ser medido de acuerdo a seis categorías valorizadas de 5 a 0, sobre la base de la siguiente interpretación general (ver Tabla nº 3):

Tabla III

Tabla de calificaciones

CATEGORIA	PUNTAJE
MUY BUENA	5
BUENA	4
REGULAR	3
DEFICIENTE	2
MUY DEFICIENTE	1
INFERIOR A TODAS LAS MANCIONADAS	0

Fuente: Farabolini en base a DTS Consultores Ltda. (2007:263)

Los siguientes son los indicadores y sub indicadores que utiliza esta Matriz, para evaluar la Ruta establecidos por DTS Consultores Ltda. (2007: 59):

1. Indicador: Evaluación de Competitividad

Este indicador evalúa la capacidad que tiene cada Ruta para competir con otras rutas y destinos turísticos regionales y nacionales, considerando el conjunto de recursos que posee, frente a los recursos de la competencia. Incluye los siguientes sub indicadores:

- Singularidad de la Ruta: Establece la capacidad competitiva que tiene la Ruta, en relación a otras ofertas temáticas similares que existen en el mercado regional o nacional.

- Jerarquía de la Ruta: Identifica las posibilidades que tiene la Ruta para competir en el mercado regional y nacional, en función de la calidad de sus recursos (atractivos e instalaciones) y su capacidad para captar mercados externos a la Región (nacional e internacional), de jerarquía media o media alta.
- Concentración de Atractivos Afines. Refleja el número de atractivos relevantes que posee la Ruta, que son afines a su temática o que pueden ser complementarios a ella. Interpretación Turística Considera la existencia de elementos gráficos o escritos que facilitan el conocimiento e interpretación de los atractivos turísticos afines relevantes y complementarios que posee la Ruta.

2. Indicador: Evaluación de la Posibilidad de Explotación

Este indicador evalúa las posibilidades de uso turístico o explotación que tiene la Ruta en función de los tiempos que ella y sus recursos afines y complementarios (atractivos, instalaciones) están abiertos al público. Incluye los siguientes sub indicadores:

- Temporalidad: Expresa el lapso de tiempo diario (horas) que la Ruta y sus recursos pueden ser visitados y utilizados por los turistas.
- Estacionalidad: Evalúa los periodos del año (estaciones, meses) que la Ruta y sus recursos están disponibles para el uso público.
- Utilización semanal: Se refiere a los días de la semana que la Ruta y sus recursos pueden ser utilizados por los visitantes.

3. Indicador: Evaluación de Sostenibilidad Ambiental

Este indicador evalúa las condiciones de intervención y deterioro ambiental que existen a lo largo de la Ruta y en sus atractivos afines relevantes, reflejando con ello la preocupación de las comunidades locales por la protección de su medio ambiente y los recursos renovables. Incluye los siguientes sub indicadores:

- Nivel de Deterioro Ambiental: Expresa el nivel de conservación o deterioro que presenta el entorno natural de la Ruta y sus atractivos afines.
- Nivel de Deterioro Visual: Refleja la preocupación de la comunidad local y sus administrativos por mantener el entorno y sus atractivos, libre de contaminación visual, cuidando el aseo y asegurando la recolección periódica de basuras.

4. Indicador: Evaluación de Conectividad de la Ruta al Sistema Turístico

Este indicador evalúa las posibilidades de integración y alimentación que tiene la Ruta y sus recursos afines relevantes y complementarios, con el resto del sistema turístico regional, en cuánto a la

afinidad motivacional y la accesibilidad física que existe respecto de los principales centros receptores y emisores del turismo en la Región. Se mide a través de los siguientes sub indicadores:

- Tiempo de Desplazamiento desde el Centro Receptor Regional: Refleja el tiempo que demoran los turistas en desplazarse desde el centro receptor o emisor regional más cercano hasta el punto de inicio de la Ruta.
- Calidad y Estado de Mantención de las Vías de Acceso: Expresa las condiciones de transitabilidad que tiene las vías de acceso a la Ruta, desde el centro receptor o emisor más cercano, en cuánto a tipo de carpeta y su estado de mantención y conservación.
- Demanda del Mercado Receptor Regional: Indica el tipo de demanda en cuánto a procedencia, que recibe el mercado receptor regional que alimenta a la Ruta, y el periodo anual (meses) que se manifiesta esa demanda.
- Inserción a la Oferta Turística Regional: Mide las posibilidades de encadenamiento o de generación de demanda que tiene la Ruta y sus recursos afines y complementarios, con los principales mercados emisores regionales y nacionales.

5. Indicador: Evaluación de las Competencias Laborales

Este indicador evalúa la capacidad y aptitud para atender a los turistas, que tiene la planta de los establecimientos afines que prestan servicios turísticos en la Ruta, incluyendo a sus empresarios, sus directivos y el personal de contacto. Se mide a través de los siguientes sub indicadores:

- Calificación de Empresarios y Directivos: Considera el nivel de calificación que tienen esos actores en temas relacionados con la dirección y administración de sus establecimientos.
- Calificación del Personal de Contacto: Refleja el nivel de calificación que posee el personal que proporciona los servicios a los turistas en las materias relacionados con sus tareas y responsabilidades.
- Aptitud del Personal de Contacto: Expresa las condiciones que tiene el personal que atiende directamente a los turistas, para proporcionar una buena atención, considerando aspectos como presentación, calidez o empatía, capacidad de comunicación, etc.

6. Indicador: Evaluación de la Infraestructura y el Equipamiento

Este indicador evalúa la dotación de infraestructura y servicios que existen a lo largo de la Ruta, para satisfacer las necesidades de los turistas y visitantes. Se mide a través de los siguientes sub indicadores:

- Redes de Infraestructura Básica: Indica las redes de infraestructura que existen en las localidades pobladas y los sectores rurales de la Ruta.

- Servicios Básicos Refleja la existencia de servicios básicos que cubren las necesidades de los turistas, en las localidades pobladas y los sectores rurales de la Ruta.
- Equipamiento Turístico Expresa la existencia de establecimientos turísticos de alojamiento, alimentación, esparcimiento y otros, de categoría media, media alta y alta, que prestan servicios a los turistas a lo largo de la Ruta.
- Calidad y Mantención de la Vía en la Ruta Indica el tipo de carpeta de rodado que existe a lo largo de la Ruta y su estado de conservación.

INTERPRETACIÓN DE LOS INDICADORES DE CALIFICACIÓN

I. EVALUACIÓN DE LA COMPETITIVIDAD DE LA RUTA

1. Singularidad

• Muy Buena: La Ruta posee un alto grado de singularidad porque su temática es única a nivel nacional y regional.

• Buena: La Ruta posee un buen grado de singularidad porque su temática es única a nivel regional.

• Regular: La Ruta posee un grado de singularidad media porque su temática es poco frecuente a nivel nacional o regional.

• Deficiente: La Ruta posee un grado de singularidad baja porque su temática es frecuente a nivel regional.

• Muy Deficiente: La Ruta posee un bajo grado de singularidad mínima porque se repite con frecuencia a nivel nacional.

2. Jerarquía (Basada en la Metodología de Calificación elaborada por la Organización de Estados Americanos adaptada a la situación investigada)

• Muy Buena: En la Ruta predominan atractivos excepcionales, de Jerarquía 5, por lo que por sí sola es capaz de captar demanda desde el mercado extranjero de larga y media distancia.

• Buena: En la Ruta predominan atractivos de excepción para el mercado interno, de Jerarquía 4, por lo que por sí sola es capaz de captar demanda del mercado nacional y/o internacional limítrofe.

• Regular: En la Ruta predominan atractivos con rasgos llamativos para el mercado interno, de Jerarquía 3, por lo que por sí sola es capaz de captar demanda del mercado regional y/o desde las regiones vecinas.

• Deficiente: En la Ruta predominan atractivos con algún mérito (de Jerarquía 2), por lo que en conjunto con otros atractivos es capaz de captar demanda del mercado regional y provincial (regional cercano).

• Muy Deficiente: En la Ruta predominan atractivos de baja calidad (Jerarquía 1), por lo que sólo es capaz de captar demanda del mercado local (misma localidad o comuna).

3. <u>Concentración de Atractivos Afines</u>

• Muy Buena: Existen a lo largo de la Ruta 5 o más atractivos afines relevantes referidos a la temática de la Ruta.

• Buena: Existen a lo largo de la Ruta entre 2 y 4 atractivos afines relevantes referidos a la temática de la Ruta.

• Regular: Existen a lo largo de la Ruta al menos 1 atractivo afín relevante referido a la temática de la Ruta y más de 3 atractivos que pueden ser complementarios a los relevantes.

• Deficiente: Existen a lo largo de la Ruta al menos 1 atractivo afín relevante referido a la temática de la Ruta y entre 1 y 3 atractivos complementarios.

• Muy Deficiente: Existe a lo largo de la Ruta sólo 1 atractivo afín relevante y no cuenta con atractivos complementarios.

4. <u>Interpretación Turística</u>

• Muy Bueno: Existen elementos para interpretar la mayoría de sus atractivos afines relevantes en más de un idioma.

• Bueno: Existen elementos para interpretar algún atractivo afín relevante en más de un idioma y la mayoría de sus otros atractivos afines y complementarios) en español.

• Regular: Existen elementos para interpretar la mayoría de sus atractivos afines relevantes y complementarios en español.

• Deficiente: Existen elementos para interpretar algún atractivo afín relevante y varios de sus atractivos complementarios en español.

• Muy Deficiente: Sólo algún atractivo complementario cuenta con elementos que permitan su interpretación en español.

II. EVALUACIÓN DE LAS POSIBILIDADES DE EXPLOTACIÓN DE LA RUTA

1. <u>Temporalidad</u>

• Muy Buena: La mayoría de sus recursos turísticos afines y complementarios (atractivos y/o instalaciones) pueden ser habilitados para el uso de los turistas durante las 24 horas del día.

• Buena: Algunos de sus recursos turísticos afines y complementarios pueden ser habilitados para el uso de los turistas durante las 24 horas del día y el resto al menos entre 12 y 23 horas al día.

• Regular: La mayoría de sus recursos turísticos afines y complementarios pueden ser habilitados para el uso de los turistas al menos entre 12 y 23 horas al día.

• Deficiente: La mayoría de sus recursos turísticos afines y complementarios pueden ser habilitados para el uso de los turistas al menos entre 6 y 12 horas al día.

• Muy Deficiente: La mayoría de sus recursos turísticos afines y complementarios pueden ser habilitados para el uso de los turistas menos de 6 horas al día.

2. <u>Estacionalidad</u>

• Muy Buena: Ruta que es o puede ser utilizada turísticamente durante los 12 meses del año.

• Buena: Ruta que es o puede ser utilizada turísticamente por más de 9 y menos de 12 meses en el año.

• Regular: Ruta que es o puede ser utilizada turísticamente por más de 6 y menos de 9 meses en el año.

• Deficiente: Ruta que es o puede ser utilizada turísticamente más de 3 y menos de 6 meses en el año.

• Muy Deficiente: Ruta que es o puede ser utilizada turísticamente menos de 3 meses en el año.

3. <u>Utilización Semanal</u>

• Muy Buena: Ruta que es o puede ser utilizado turísticamente los 7 días de la semana.

• Buena: Ruta que es o puede ser utilizado turísticamente 5 y 6 días a la semana, incluidos los fines de semana.

• Regular: Ruta que es o puede ser utilizado turísticamente entre 3 y 4 días a la semana, incluidos los fines de semana.

• Deficiente: Lugar que es o puede ser utilizado turísticamente sólo los fines de semana.

• Muy Deficiente: Lugar que es o puede ser utilizado turísticamente entre 1 y 2 días laborales, durante la semana.

III. EVALUACIÓN DE SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL DE LA RUTA

1. Nivel de Deterioro Ambiental

• Muy Buena: Ruta que posee un ambiente muy bien mantenido, sin deterioros ni alteraciones importantes.

• Buena: Ruta que posee un ambiente bien mantenido, con deterioros o alteraciones menores.

• Regular: Ruta que posee un ambiente regularmente mantenido, con algún deterioro y alteraciones significativas.

• Deficiente: Ruta que posee un ambiente escasamente mantenido y poca preocupación por evitar nuevos deterioros.

• Muy Deficiente: Ruta que posee un ambiente sin mantención y ninguna preocupación por evitar mayores deterioros.

2. Nivel de Deterioro Visual

• Muy Buena: Existe preocupación por cuidar el aseo de la Ruta y se efectúa recolección de basura y aseo periódicamente, más de una vez por semana.

• Buena: Existe preocupación por cuidar el aseo de la Ruta y se efectúa recolección de basura y aseo periódicamente, al menos una vez a la semana.

• Regular: Se efectúa en la Ruta, recolección de basura y aseo periódicamente, cada 15 días.

• Deficiente: No hay mucha preocupación por cuidar el aseo de la Ruta y se efectúa recolección de basura y aseo en forma irregular.

• Muy Deficiente: No existe preocupación por mantener el aseo de la Ruta y se realiza recolección de basura muy ocasionalmente.

IV. EVALUACIÓN DE CONECTIVIDAD DE LA RUTA AL SISTEMA TURÍSTICO REGIONAL

1. Tiempo de Desplazamiento desde el Centro Receptor Regional

• Muy Buena: El inicio de la Ruta se encuentra ubicado inmediato al centro receptor regional más cercano.

• Buena: El inicio de la Ruta se encuentra ubicado a no más de ½ hora del centro receptor regional más cercano.

• Regular: El inicio de la Ruta se encuentra ubicado entre ½ y 1 horas del centro receptor regional más cercano.

• Deficiente: El inicio de la Ruta se encuentra ubicado entre 1 y 2 horas del centro receptor regional más cercano.

• Muy Deficiente: El inicio de la Ruta se encuentra ubicado a más de 2 horas del centro receptor regional más cercano.

2. Calidad y Estado de Mantención de la Vía de Acceso

• Muy Buena: La vía de acceso a la Ruta está asfaltada o pavimentada y se mantiene en buen estado.

• Buena: La vía de acceso a la Ruta se encuentra asfaltada o pavimentada y se mantiene en regular estado.

• Regular: La vía de acceso a la Ruta es de ripio y se encuentra en buen estado.

• Deficiente: La vía de acceso a la Ruta es de tierra y se encuentra en buen estado.

• Muy Deficiente: La vía de acceso a la Ruta es un camino de ripio o tierra que se mantiene en regular estado.

3. Demanda del Mercado Receptor Regional

• Muy Buena: El mercado receptor regional que alimenta a la Ruta recibe durante todo el año todo tipo de turistas, nacionales y extranjeros.

• Buena: El mercado receptor regional que alimenta a la Ruta recibe a lo menos durante 6 meses del año todo tipo de turistas, nacionales y extranjeros

• Regular: El mercado receptor regional que alimenta a la Ruta recibe entre 1 y 6 meses del año todo tipo de turistas, nacionales y extranjeros.

• Deficiente: El mercado receptor regional que alimenta a la Ruta recibe a lo menos durante 6 meses del año, sólo turistas regionales.

• Muy Deficiente: El mercado regional que alimenta a la Ruta recibe entre a lo menos durante 6 meses del año sólo turistas locales.

4. Inserción a la Oferta Turística Regional

• Muy Buena: Ruta que tiene una alta capacidad de encadenamiento con el sistema turístico regional y con los principales mercados emisores nacionales.

• Buena: Ruta que tiene una alta capacidad de encadenamiento con el sistema turístico regional o con los principales mercados emisores nacionales.

• Regular: Ruta que tiene mediana capacidad de encadenamiento con el sistema turístico regional y con los principales mercados emisores nacionales.

• Deficiente: Ruta que tiene mediana capacidad de encadenamiento con el sistema turístico regional o con los principales mercados emisores nacionales

• Muy Deficiente: Ruta que tiene baja capacidad de encadenamiento con el sistema turístico regional o con los principales mercados emisores nacionales.

V. EVALUACIÓN DE COMPETENCIAS LABORALES

1. Calificación De Empresarios y Directivos

• Muy Buena: Ruta que posee una alta proporción de empresarios y ejecutivos calificados en dirección y administración.

• Buena: Ruta que posee una alta proporción de empresarios y ejecutivos calificados en dirección o administración.

• Regular: Ruta que posee una mediana proporción de empresarios y ejecutivos calificados en dirección o administración.

• Deficiente: Ruta que posee una baja proporción de empresarios y ejecutivos calificados en dirección y administración.

• Muy Deficiente: Ruta que posee una mínima proporción de empresarios y ejecutivos calificados en dirección o administración.

2. Calificación del Personal de Contacto

• Muy Buena: Ruta que posee una alta proporción de su personal de contacto adecuadamente calificado para la prestación de servicios a los turistas.

• Buena: Ruta que posee una alta proporción de su personal de contacto medianamente calificado para la prestación de servicios a los turistas.

• Regular: Ruta que posee una mediana proporción de su personal de contacto adecuadamente calificado para la prestación de servicios a los turistas.

• Deficiente: Ruta que posee una mediana proporción de su personal de contacto con alguna calificación para la prestación de servicios a los turistas.

• Muy Deficiente: Ruta que posee una baja proporción de su personal de contacto con alguna calificación para la prestación de servicios a los turistas.

3. Aptitud del Personal de Contacto

• Muy Buena: Personal de Contacto que posee excelentes condiciones para brindar un buen servicio a los turistas (presentación, empatía, capacidad de comunicación).

• Buena: Personal de Contacto que posee regulares condiciones para brindar un buen servicio a los turistas (presentación, empatía, capacidad de comunicación).

• Regular: Personal de Contacto que posee pocas condiciones para brindar un buen servicio a los turistas (presentación, empatía, capacidad de comunicación).

• Deficiente: Personal de Contacto que posee condiciones para brindar un servicio básico a los turistas (empatía y capacidad de comunicación).

• Muy Deficiente: Personal de Contacto que posee condiciones mínimas para brindar un servicio básico a los turistas (empatía y capacidad de comunicación).

VI. EVALUACIÓN DE LA INFRAESTRUCTURA Y EL EQUIPAMIENTO

1. Redes de Infraestructura Básica

• Muy Buena: La Ruta cuenta con una completa dotación de infraestructura básica (agua potable, electricidad, eliminación de aguas servidas y combustibles) en toda su trayectoria (zonas rurales y localidades pobladas)

• Buena: La Ruta cuenta con una completa dotación de infraestructura básica (agua potable, electricidad, eliminación de aguas servidas y combustibles) en todas las localidades pobladas y con algunas redes en las zonas rurales

• Regular: Las Ruta cuenta con una completa dotación de infraestructura básica (agua potable, electricidad, eliminación de aguas servidas y combustibles) en todas sus localidades pobladas y sólo con una de ellas en las zonas rurales

• Deficiente: La Ruta cuenta con algunas redes de infraestructura básica (agua potable, electricidad, eliminación de aguas servidas y combustibles) en toda su trayectoria (zonas rurales y localidades pobladas)

• Muy Deficiente: La Ruta cuenta con algunas redes de infraestructura básica (agua potable, electricidad, eliminación de aguas servidas y combustibles) en todas sus localidades pobladas y sólo con una de ellas en las zonas rurales.

2. Servicios Básicos

• Muy Buena: La Ruta cuenta con una completa dotación de servicios básicos (seguridad, salud, comunicación, comercio diario, cambio de dinero) que cubre las necesidades en toda su trayectoria (localidades pobladas y zonas rurales)

• Buena: La Ruta cuenta con una completa dotación de servicios básicos (seguridad, salud, comunicación, comercio diario, cambio de dinero) que cubre todas las necesidades de sus localidades pobladas y algunas de ellas en los sectores rurales

• Regular: La Ruta cuenta con una completa dotación de servicios básicos (seguridad, salud, comunicación, comercio diario, cambio de dinero) que cubre todas las necesidades de sus localidades pobladas y sólo alguna de ellas en los sectores rurales

• Deficiente: La Ruta cuenta con algunos servicios básicos (seguridad, salud, comunicación, comercio diario, cambio de dinero) que cubren las necesidades de las localidades pobladas y los sectores rurales de la Ruta.

• Muy Deficiente: La Ruta cuenta con algunos servicios básicos (seguridad, salud, comunicación, comercio diario, cambio de dinero) que cubre las necesidades de sus localidades pobladas y sólo uno de ellos los sectores rurales.

3. Equipamiento Turístico

• Muy Buena: La Ruta cuenta con servicios turísticos de alojamiento y alimentación, de buena calidad, que cubren las necesidades en toda su trayectoria.

• Buena: La Ruta cuenta con servicios turísticos de alojamiento y alimentación, de buena calidad, que cubren las necesidades en algunos de sus sectores.

• Regular: La Ruta cuenta con servicios turísticos de alojamiento y alimentación, de regular calidad, que cubren las necesidades en toda su trayectoria.

• Deficiente: La Ruta cuenta con servicios turísticos de alojamiento y alimentación, de regular calidad, que cubren las necesidades en algunos de sus sectores.

• Muy Deficiente: La Ruta cuenta con servicios turísticos de alojamiento o alimentación, de baja calidad, que cubren las necesidades en algunos de sus sectores.

4. Calidad y Mantención de la Vía en la Ruta

• Muy Buena: La vía de la Ruta es asfaltada o pavimentada y se mantiene en buen estado.

• Buena: La vía de la Ruta se encuentra asfaltada o pavimentada y se mantiene en regular estado.

• Regular: La vía de la Ruta es de ripio y se encuentra en buen estado.

• Deficiente: La vía de la Ruta es de tierra y se encuentra en buen estado.

• Muy Deficiente: La vía de la Ruta es un camino de ripio o tierra que se mantiene en regular estado.

La siguiente tabla (ver tabla nº4) expone la jerarquía que puede llegar a tener la Ruta según los diferentes puntajes establecidos por los consultores para evaluar la Ruta.

Tabla IV

Puntajes y Jerarquía de la Ruta

PUNTAJE	JERARQUIA DE LA RUTA	MERCADOS
100 a 80	Jerarquía Alta (5)	Por sí sola es capaz de captar demanda desde mercados extranjeros y nacionales de larga y media distancia
80 a 61	Jerarquía Buena (4)	Por sí sola es capaz de captar demanda del mercado nacional y/o internacional limítrofe, además de turistas extranjeros que llegan a la zona por otros motivos
60 a 41	Jerarquía Media (3)	Por sí sola es capaz de captar demanda del mercado regional y/o desde las regiones vecinas, además de turistas nacionales y extranjeros que llegan a la zona por otros motivos
40 a 21	Jerarquía Baja (2)	En conjunto con otros atractivos es capaz de captar demanda desde el mercado regional
20 a 0	Jerarquía Mínima (1)	Sólo es capaz de captar demanda desde el mercado local

Fuente: DTS Consultores, 2007